Parco Naturale Locale
Monte Baldo

REPORT TURISMO

domanda e offerta
cosa pensano i turisti
cosa pensano gli operatori

settembre 2013

Aree protette del TRENTINO

Progetto Life+TEN Trentino Ecological Network

NATURA 2000

agenda 21 consulting srl territorio e sviluppo sostenibile

Progetto Life+ T.E.N.

Azione C19: Realizzazione di un progetto integrato di salvaguardia degli habitat e di sviluppo socio-economico sostenibile, innovativo e partecipato

Gruppo di lavoro

Provincia Autonoma di Trento

- *Claudio Ferrari - Dirigente I.D. Valorizzazione della rete delle Aree Protette*
- *Linda Martinello - Valorizzazione della rete delle Aree Protette*

Parco Naturale Locale Monte Baldo

- *Giorgio Dossi - Presidente*
- *Manuela Francesconi - Coordinatrice*

Agenda 21 consulting srl

- *Simone Dalla Libera - responsabile del progetto*
- *Giovanna Coggi*
- *Luca Dalla Libera*
- *Mattia Tessaro*
- *Massimo De Marchi*
- *Lorenza Ropelato*

Albatros srl

- *Michele Caldonazzi*

Hanno contribuito alla stesura del presente report

- *Gianfranco Betta - Osservatorio provinciale per il Turismo - Servizio Turismo - PAT*
- *Vincenzo Bertozzi e Silvano Deanesi - Servizio Statistica - PAT*
- *Paolo Dalla Libera - Statistico, Agenda 21 consulting*

Nota: tutti i grafici qui riportati sono stati elaborati da agenda 21 consulting srl

Indice generale

1 Premessa.....4
2 Offerta ricettiva e movimento turistico nel Parco 4
2.1 Scale di indagine.....4
2.2 Consistenza delle strutture ricettive.....6
2.3 Movimento turistico.....8
2.4 Focus offerta ricettiva e movimento turistico sull'Altopiano di Brentonico 12
2.5 Focus offerta ricettiva e movimento turistico nei Comuni del Baldo.....13
3 Cosa pensano i turisti.....17
3.1 Modalità operative dell'indagine.....17
3.2 Caratteristiche dei rispondenti.....19
3.3 Valori e percezioni personali.....23
3.4 Percezioni sul territorio del Parco.....25
3.5 Percezioni sul Parco e sui servizi resi.....29
3.6 Idee e prospettive.....34
3.7 Informazioni "turistiche".....43
4 Cosa pensano gli operatori turistici.....46
4.1 PARTE I: Valori e percezioni personali (1-2).....46
4.2 PARTE II: Percezioni sul territorio del Parco (3-6).....47
4.3 PARTE III: Percezioni sul Parco e sui servizi turistici resi dal territorio (7-9) 48
4.4 PARTE IV: Idee e prospettive (10-12).....50
5 Allegato: questionario per i turisti 52

1 Premessa

Il presente rapporto sul turismo è uno degli output previsti dall'Azione C19 del Progetto Life+ T.E.N. che coinvolge cinque Comuni che hanno sottoscritto l'Accordo di Programma per l'attivazione della gestione unitaria e coordinata delle aree protette afferenti al Monte Baldo, nello specifico i Comuni di Ala, Avio, Brentonico, Mori e Nago-Torbole.

Il report sul turismo raccoglie elementi di analisi e valutazioni sul fenomeno del turismo nel Parco del Baldo ed ha come obiettivo quello di fornire strumenti di conoscenza oggettiva ai soggetti che partecipano al percorso partecipato: "Realizzazione di un progetto integrato di salvaguardia degli habitat e di sviluppo socio-economico sostenibile, innovativo e partecipato".

Il report è formato da tre parti:

1. domanda e offerta del comparto turistico sull'area del Baldo;
2. cosa pensano i turisti;
3. cosa pensano gli operatori turistici locali.

2 Offerta ricettiva e movimento turistico nel Parco

2.1 Scale di indagine

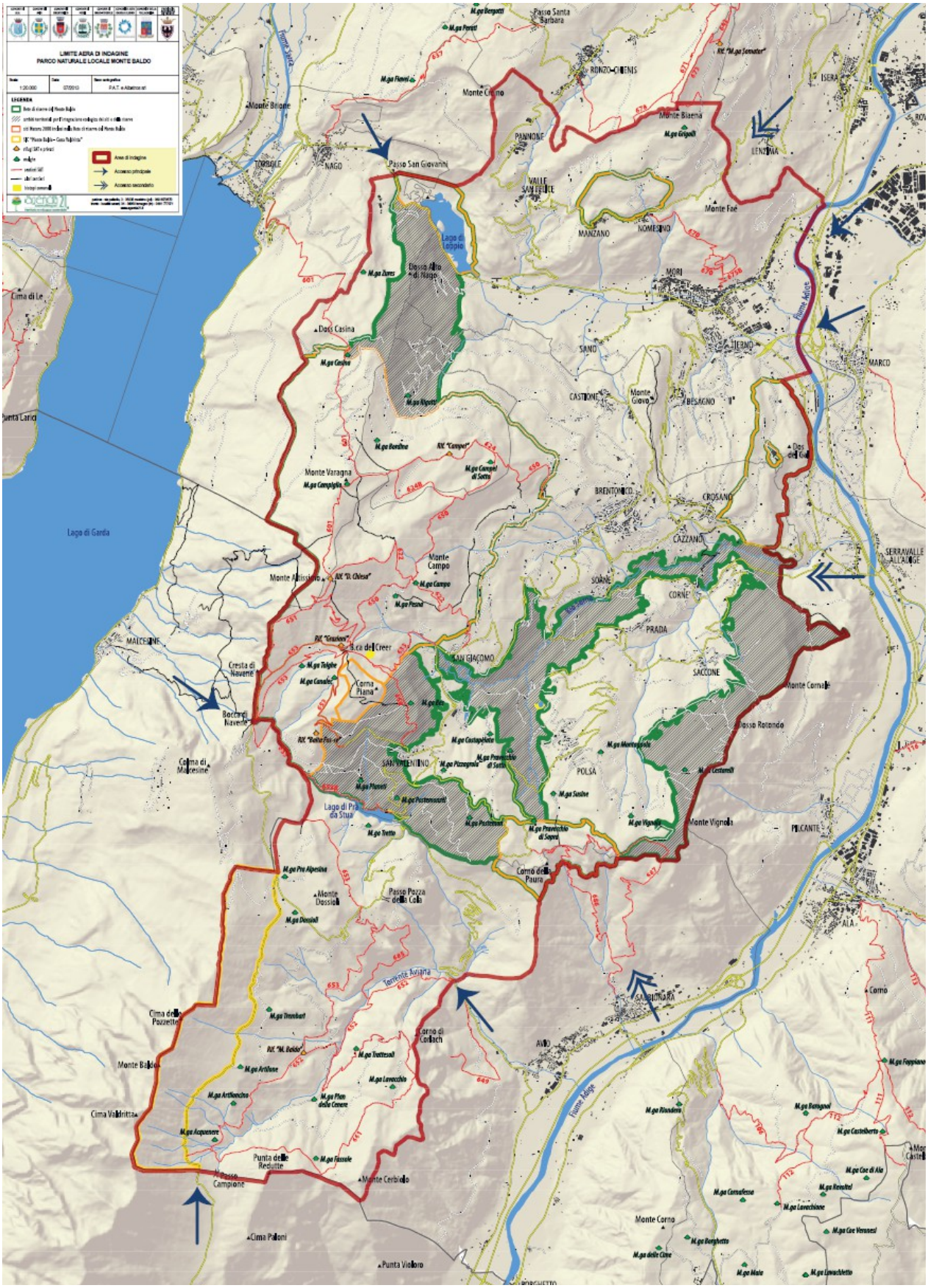
Questa prima parte del report è dedicata ad inquadrare l'offerta ricettiva ed il movimento turistico presente negli ambiti territoriali interessati dalla presenza del Parco.

Si è deciso di rappresentare la domanda e l'offerta analizzando tre distinti livelli territoriali, per indagare e conoscere l'interrelazione del Parco con il resto del territorio:

- ✔ **I livello - Interno al Parco:** limite della Rete di Riserve del Monte Baldo ossia all'interno del perimetro del Parco del Baldo;
- ✔ **II livello - Dintorni del Parco:** buffer zone del I livello di analisi, ossia un'area più ampia rispetto ai confini del parco che include una serie di aree periferiche allo stesso (si precisa che trattasi di un limite individuato solo ai fini della presente indagine e che non ha alcun significato politico-istituzionale);
- ✔ **III livello - Comuni del Parco:** i cinque comuni in cui ricade almeno una porzione di Parco: Ala, Avio, Brentonico, Mori, Nago-Torbole.

Nella cartografia sotto riportata viene evidenziato (con linea continua di colore rosso) il perimetro relativo al II livello di indagine “Dintorni del Parco”.

Limite Area di Indagine: II livello - Dintorni del Parco Naturale Locale Monte Baldo



Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting

2.2 Consistenza delle strutture ricettive

Le strutture ricettive complessivamente censite nei tre livelli di analisi sono numerose ed in grado di garantire, complessivamente, più di 9.000 posti letto.

Il dato si riferisce alle strutture ricettive certificate tenute all'obbligo di denuncia dei propri ospiti. Sono pertanto esclusi i posti letto negli appartamenti privati non gestiti in forma imprenditoriale e le seconde case: gli uni e gli altri garantiscono nel loro insieme una quota cospicua di posti letto (circa 5.000 nel solo Comune di Brentonico, rispetto ai poco meno di 2.700 registrati nelle strutture ricettive certificate dello stesso Comune), giocando quindi un ruolo importante a fini ricettivi, di cui bisognerebbe tenere conto.

Consistenza patrimonio ricettivo nei 3 livelli di analisi

Tipologia struttura ricettiva	I LIVELLO Interno al Parco		II LIVELLO Dintorni del Parco*		III LIVELLO Comuni del Parco**		Totale	
	Numero esercizi	Posti letto	Numero esercizi	Posti letto	Numero esercizi	Posti letto	Numero esercizi	Posti letto
Affittacamere			5	87	12	235	17	322
Agritur	2	21	12	100	7	132	21	253
Bed & Breakfast	1	10	6	37	8	54	15	101
Campeggi Mobili (statistica)	1	39	9	421	2	140	12	600
Campeggio			2	1.521	4	1.419	6	2.940
Casa e appartamenti per vacanze - CAV			1	60	13	609	14	669
Casa per Ferie			2	92	1	70	3	162
Esercizio alberghiero	1	14	12	787	58	3.323	71	4.124
Struttura alpinistica	3	55	1	43	3	59	7	157
Totale complessivo	**8**	**139**	**50**	**3.148**	**108**	**6.041**	**166**	**9.328**

* Il numero di esercizi e posti letto sono da intendersi al netto di quelli ricadenti nel livello "Interno al Parco".

** Il numero di esercizi e posti letto sono da intendersi al netto di quelli ricadenti nei livelli "Interno al Parco" e "Dintorni del Parco".

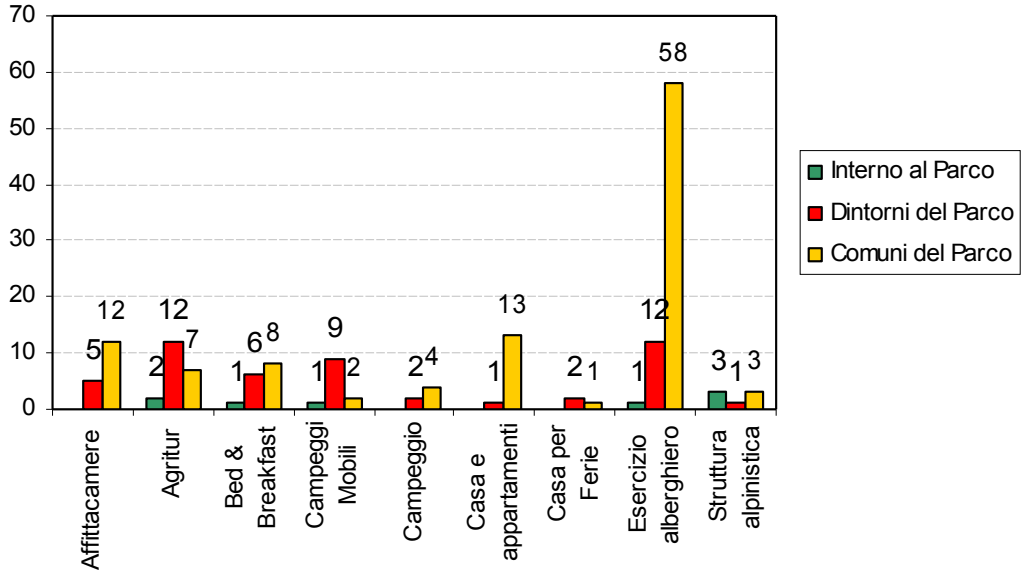
Fonte: Servizio Statistica PAT

All'area del Parco in senso stretto (primo livello) fanno capo poche strutture, solo otto. Qui l'offerta ricettiva si contraddistingue per una prevalenza di strutture in alta quota, quali rifugi alpini ed escursionistici, che offrono il 40% dei posti letto totali. Le strutture ricettive sono di piccole dimensioni: in media 17 posti letto per struttura.

Aumenta notevolmente l'offerta ricettiva nel secondo livello di analisi, ossia considerando anche quella parte di territorio a confine con il parco e racchiuso idealmente in questo contesto ambientale, sociale ed economico dove si contano altre 50 strutture ricettive. I posti letto disponibili in questa zona sono oltre 1600 (senza contare la potenzialità dei 2 campeggi esistenti), per un rapporto medio "posti letto per struttura" pari a 34. Spicca una certa consistenza degli agritur.

L'analisi fotografa inoltre una realtà conosciuta: una prevalenza di strutture ricettive ubicate nel terzo livello, con un peso importante giocato dal comune di Nago-Torbole e le sue strutture ricettive sul lago di Garda. In questo Comune si concentra infatti la quota più importante del totale esercizi alberghieri, indice di una tradizione imprenditoriale ormai quasi secolare.

Distribuzione delle strutture ricettive per livello di indagine

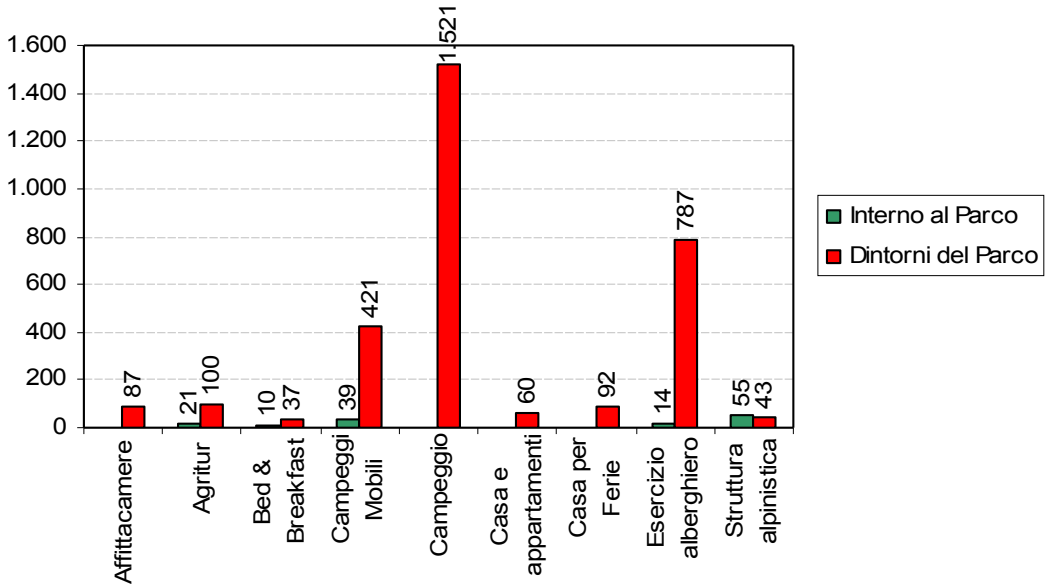


Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati Servizio Statistica PAT

Il potenziale ricettivo di tipo rurale, in particolare B&B e Agriturismo, finalizzati ad una migliore integrazione tra agricoltura e montagna, ha una buona diffusione nell'ambito territoriali esterno al Parco, ossia nell'area di secondo livello. Questa tipologia di ricettività, che punta ad offrire ai turisti un'esperienza autentica di contatto con la natura e le comunità residenti in loco, richiede ai gestori un impegno qualificato per garantire quell'offerta tipica locale che riunisce e valorizza attivamente l'ambiente naturale, le tradizioni e la cultura locale, intesa anche in senso materiale.

Nel corso degli anni si sono radicati nel territorio provinciale vari Club di prodotto relativi a diverse tipologie di strutture ricettive, dagli alberghi, ai B&B, alle strutture rurali. Nell'area indagata (I e II livello) sono 4 gli esercizi che aderiscono a queste forme di club istituiti.

Posti letto per livello di indagine



Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati Servizio Statistica PAT

Complessivamente nei comuni del Parco le strutture ricettive sembrano non mancare, cresciute nel tempo grazie alla combinazione di una doppia offerta di vacanza: montagna, soprattutto concentrata nel comune di Brentonico, e lacuale concentrata nel comune di Nago Torbole. Con una differenza significativa per quanto riguarda la tipologia ricettiva che caratterizza i due Comuni:

- a Brentonico prevalgono le strutture ricettive complementari che totalizzano circa 2.000 posti letto (oltre alle seconde case e appartamenti privati destinati all'affitto per turisti);
- a Nago Torbole prevalgono invece le strutture ricettive alberghiere (circa 2.900 posti letto contro i circa 1.600 nelle strutture complementari, tra cui un peso preponderante è imputabile ai campeggi).

Un altro dato da evidenziare è la crescita fatta registrare nell'ultimo decennio di piccole strutture come B&B e agriturismi in tutti i Comuni del territorio del Parco.

2.3 Movimento turistico

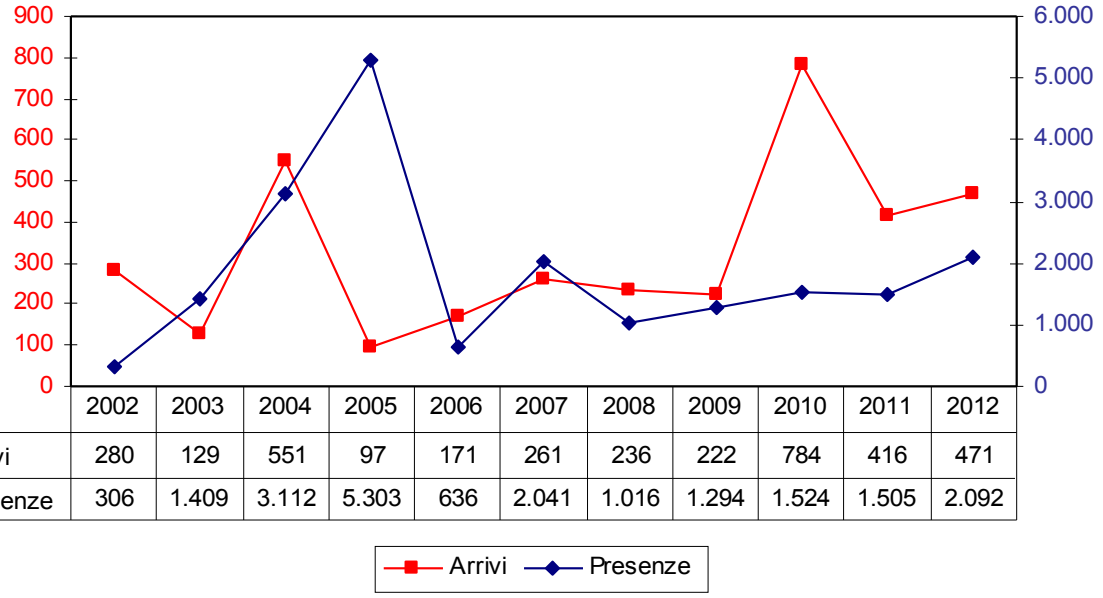
Per comprendere le effettive dinamiche del turismo locale anche l'analisi del movimento turistico è stato rappresentato sui tre distinti livelli territoriali prima individuati.

I dati relativi al movimento turistico presentati in questo report consistono essenzialmente in arrivi e presenze che costituiscono le unità di base dalle quali si possono derivano una serie di altri indicatori.

- Arrivi (A): numero di visitatori che raggiungono una data destinazione, indipendentemente dal tempo che vi rimarranno; rappresentano una misura del livello di attrattività di un territorio.
- Presenze (P): ciascuna notte trascorsa dal turista in una data destinazione. Esprimono il peso economico, ma anche sociale, del fenomeno turistico.

Arrivi e presenza interne al Parco

Movimento nell'area a Parco (I livello). Arrivi e Presenze 2002-2012



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Arrivi	280	129	551	97	171	261	236	222	784	416	471
Presenze	306	1.409	3.112	5.303	636	2.041	1.016	1.294	1.524	1.505	2.092

Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati Servizio Statistica PAT

Per quanto riguarda il primo livello di indagine (area a Parco), il numero contenuto di strutture ricettive presenti (8), accompagnato a casi di chiusura temporanea per ristrutturazioni e/o

ampliamenti verificatosi nel decennio in alcune strutture, non permette di evidenziare tendenze univoche e certe anche se consente ugualmente di individuare un trend di riferimento. Il picco di presenze che si rileva nel 2005 appare molto anomalo ma confermato da specifica verifica fatta dall'ufficio provinciale.

Esso può spiegarsi ipotizzando che l'alto numero di arrivi del 2004 siano da imputare a fine dicembre, situazione che ha generato un alto numero di presenze nei primi giorni dell'anno successivo.

I dati rappresentati di seguito mostrano nell'ultimo triennio disponibile, sia il numero di arrivi annui, sia le presenze suddivisi per provenienza.

Movimento nell'area a Parco (I livello). Arrivi e Presenze italiani e stranieri 2010 -2012

	Valori assoluti			Valori relativi		
2010	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**
Arrivi	596	188	784	76,02%	23,98%	100%
Presenze	987	537	1.524	64,76%	35,24%	100%
2011						
Arrivi	322	94	416	77,40%	22,60%	100%
Presenze	1.093	412	1.505	72,62%	27,38%	100%
2012						
Arrivi	381	90	471	80,89%	19,11%	100%
Presenze	1.732	360	2.092	82,79%	17,21%	100%

Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati Servizio Statistica PAT

Un dato che appare significativo è la forte prevalenza di turisti italiani rispetto agli stranieri. I dati dell'ultimo triennio presentano inoltre una contrazione della presenza straniera che nel 2012 rappresenta il 17% del totale. Si rammenta comunque che in questo primo livello di analisi i valori in termini assoluti sono molto limitati e pertanto risulta poco attendibile effettuare valutazioni conclusive basandosi sulle variazioni percentuali che si registrano di anno in anno.

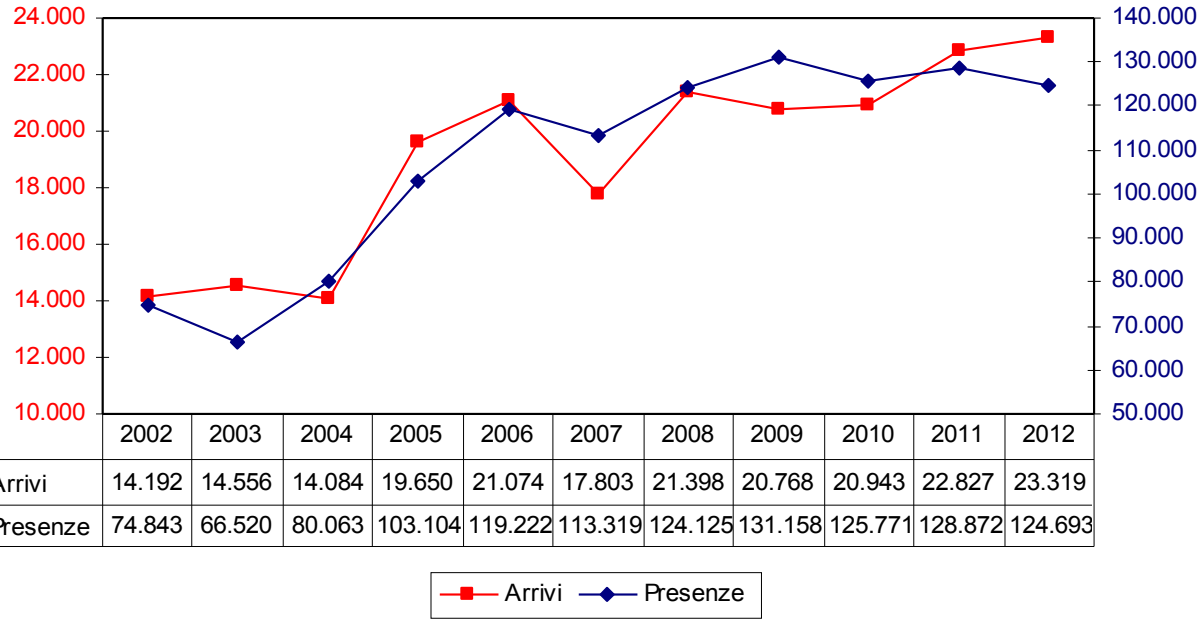
Arrivi e presenze nei dintorni del Parco

Il movimento turistico di arrivi e pernottamenti rilevato nell'area a ridosso del Parco risulta maggiormente attendibile. Nel periodo 2002 - 2012 si registra una crescita significativa di arrivi e presenze sia di italiani che di stranieri con la componente italiana che pesano per circa i quattro quinti rispetto al totale di arrivi e presenze.

Nello specifico gli arrivi totali subiscono un incremento da 14.192 a 23.319 dal 2002 al 2012; nello stesso periodo le presenze aumentano da 74.843 a 124.693.

I valori sono sostanzialmente stabili nell'ultimo triennio sia per quel che riguarda le presenze italiane che straniere; quest'ultime pesano circa il 15% del totale. Nei dintorni del parco si registrano nell'ultimo triennio di riferimento circa 23.000 arrivi e 125.000 presenze.

Movimento nei dintorni del Parco. Arrivi e Presenze 2002-2012



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Arrivi	14.192	14.556	14.084	19.650	21.074	17.803	21.398	20.768	20.943	22.827	23.319
Presenze	74.843	66.520	80.063	103.104	119.222	113.319	124.125	131.158	125.771	128.872	124.693

Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati Servizio Statistica PAT

Movimento nei dintorni del Parco. Arrivi e Presenze italiani e stranieri 2010 -2012

	Valori assoluti			Valori relativi		
2010	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**
Arrivi	18.311	2.632	20.943	87,43%	12,57%	100%
Presenze	107.568	18.203	125.771	85,53%	14,47%	100%
2011						
Arrivi	19.366	3.461	22.827	84,84%	15,16%	100%
Presenze	109.707	19.165	128.872	85,13%	14,87%	100%
2012						
Arrivi	19.486	3.833	23.319	85,56%	16,44%	100%
Presenze	106.402	18.291	124.693	85,33%	14,67%	100%

Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati Servizio Statistica PAT

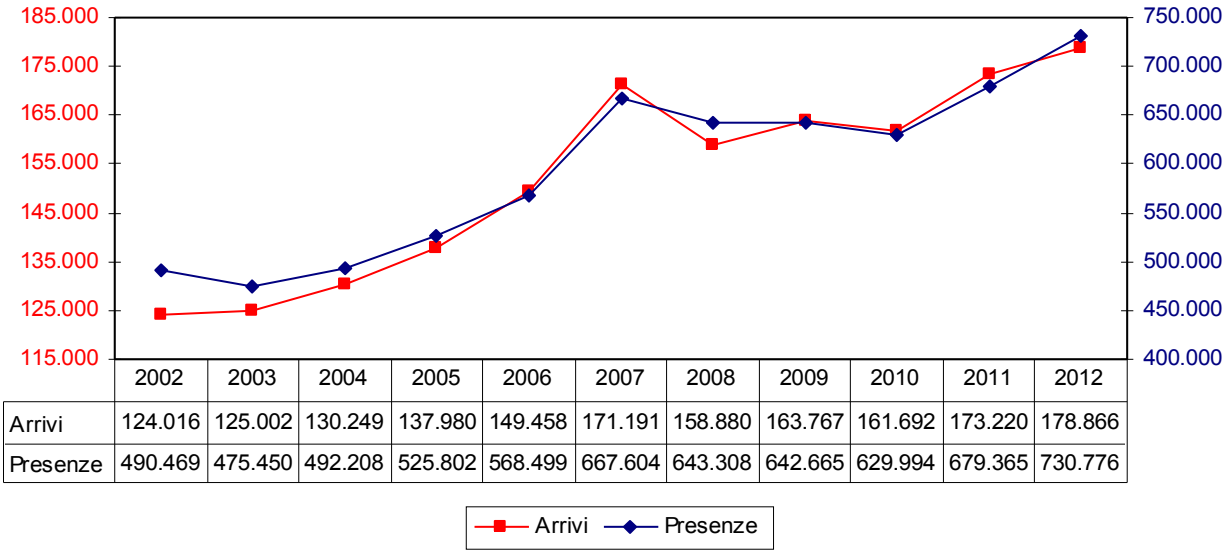
Arrivi e presenze nei cinque comuni

Il terzo livello, che come precedentemente specificato vede il comune di Nago-Torbole in posizione preminente, concentra la maggior parte di arrivi e presenze ed evidenzia una crescita oltremodo significativa di arrivi e presenze nel decennio, riguardante entrambe le componenti italiani e stranieri.

L'andamento è stato in costante forte aumento fino al 2007, poi c'è stato un assestamento nei tre anni successivi, scontando anche qualche perdita, ed una successiva fase di crescita nell'ultimo biennio 2011-2012.

In termini relativi ed assoluti l'aumento degli stranieri negli ultimi anni è stato decisamente significativo mentre le presenze italiane si mantengono stabili. Gli stranieri oggi pesano per l'oltre 80% degli arrivi e delle presenze totali.

Movimento nei Comuni del Parco. Arrivi e Presenze 2002-2012



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Arrivi	124.016	125.002	130.249	137.980	149.458	171.191	158.880	163.767	161.692	173.220	178.866
Presenze	490.469	475.450	492.208	525.802	568.499	667.604	643.308	642.665	629.994	679.365	730.776

Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati Servizio Statistica PAT

Movimento nei Comuni del Parco. Arrivi e Presenze italiani e stranieri 2010 -2012

	Valori assoluti			Valori relativi		
2010	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**	**Italiani**	**Stranieri**	**Totale**
Arrivi	31.251	130.441	161.692	19,33%	80,67%	100%
Presenze	93.973	536.021	629.994	14,92%	85,08%	100%
2011						
Arrivi	31.096	142.124	173.220	17,95%	82,05%	100%
Presenze	91.845	587.520	679.365	13,52%	86,48%	100%
2012						
Arrivi	32.737	146.129	178.866	18,30%	81,70%	100%
Presenze	102.327	628.449	730.776	14,00%	86,00%	100%

Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati Servizio Statistica PAT

I tre differenti livelli di analisi evidenziano che risulta riduttivo e poco significativo concentrarsi sui soli dati relativi alle otto strutture interne al Parco. La maggior parte di queste non risultano aperte tutto l'anno e, in ragione delle ridotte dimensioni, generano complessivamente numeri di scarsa consistenza.

D'altro lato considerare il movimento turistico in relazione a tutte le strutture ricettive che operano all'interno di uno dei cinque comuni amministrativamente coinvolti nel Parco del Baldo appare una evidente forzatura. Le dinamiche e la consistenza della ricezione di Nago Torbole, di tipo lacuale, è completamente sganciata, almeno per ora, dal turismo dell'altopiano e valutare questi andamenti può solo far riflettere sulle possibili sinergie future. La maggior parte di questi turisti sono per altro stranieri: quanti di questi già frequentano da escursionisti il territorio del Parco o la montagna dei dintorni? Come si muovono sul territorio durante la loro permanenza sul lago di Garda? Le risposte a queste domande potrebbero presumibilmente essere di grande aiuto e l'interesse spingersi sui 700.000 turisti l'anno che garantiscono circa tre milioni di pernottamenti che interessano l'Alto Garda sponda trentina; turisti del tutto simili a quelli ospitati nelle strutture di Nago Torbole. Il tema, di grande fascino, resta però in questo momento ancora sullo sfondo. Uno specifico approfondimento sul movimento turistico nei 5

comuni del parco attraverso l'uso di alcuni indicatori turistici di sintesi è approfondita in uno dei paragrafi seguenti.

Molto più interessanti appaiono pertanto i dati e le tendenze del livello intermedio di analisi, (ossia quello di secondo livello "Dintorni del Parco" a cui si consiglia di far riferimento per le opportune scelte future.

2.4 Focus offerta ricettiva e movimento turistico sull'Altopiano di Brentonico

La maggior parte del territorio del Parco ricade internamente al comune di Brentonico. In questo paragrafo è pertanto riportato un focus dedicato a questo territorio.

Offerta ricettiva
La ricettività gestita in forma imprenditoriale dal 2000 al 2012 passa a Brentonico da 20 a 27 strutture. L'incremento è dovuto ad andamenti contrastanti tra strutture alberghiere ed extralberghiere; le prime diminuiscono da 14 a 11 e le seconde aumentano da 6 a 16.

Le strutture alberghiere garantiscono circa 750 posti letto mentre le strutture alberghiere ne contano circa 2.000, di cui però 1.600 nei campeggi. Una quota cospicua di posti letto è tradizionalmente appannaggio di alloggi privati (nel 2010 ne sono stati censiti 476 con poco più di 2.100 posti letto) e seconde case (ben 922 con poco meno di 3.900 posti letto).

Movimento turistico
Il movimento turistico di arrivi e pernottamenti rilevato nelle strutture gestite in forma imprenditoriale evidenzia una perdita tra il 2000 e il 2012 pari a poco meno del 9% negli arrivi e addirittura al 29% nei pernottamenti.

Il movimento turistico è quasi interamente composto da italiani. Gli stranieri rappresentano una quota decisamente minoritaria pari a pochi punti percentuali. La perdita di arrivi e pernottamenti riguarda tuttavia entrambe le componenti. Se la contrazione dei pernottamenti è simile per italiani e stranieri, in termini di arrivi risulta molto più accentuata tra gli stranieri.

Un calo maggiore di pernottamenti rispetto agli arrivi si riflette negativamente sulla permanenza media, che si riduce progressivamente nel tempo attestandosi nel 2012 a circa sei notti (rispetto alle otto notti del 2000).

Le due stagioni estiva ed invernale
Un primo dato da evidenziare è la spiccata bistagionalità del movimento turistico sull'Altopiano. Più della metà degli arrivi si concentra nei mesi invernali, mentre in questa stagione si registra circa il 40% del totale di pernottamenti annui, indice evidente di una permanenza invernale più breve rispetto alla stagione estiva.

Se si analizza il periodo da maggio ad ottobre (un'accezione estesa di stagione estiva con alcuni mesi d'ala rispetto ai due principali mesi di luglio e agosto, dove si concentra la maggior parte del movimento estivo) gli andamenti negativi di arrivi e presenze sono sostanzialmente a quanto registrato per l'intero anno, seppure con cali percentuali lievemente meno marcati rispetto all'intero anno.

Gli arrivi subiscono una flessione da poco meno di 20.000 a 18.700 dal 2000 al 2012(-6%). la contrazione interessa tanto gli italiani che gli stranieri (in termini percentuali la contrazione degli stranieri è però più accentuata degli italiani).

Altrettanto negativo è l'andamento della stagione invernale, con contrazioni di arrivi e presenze ancora più sostenute di quanto fatto registrare nella stagione estiva. Un bilancio quindi decisamente negativo per entrambe le stagioni.

Unico dato positivo in controtendenza è l'aumento fatto registrare dal 2000 al 2012 di arrivi e pernottamenti nelle strutture ricettive alberghiere, nonostante la contrazione del numero degli alberghi (+33% negli arrivi e +29% nei pernottamenti), indice di processi di riqualificazione e ampliamenti.

Contestualmente calano decisamente arrivi e presenze nell'extralberghiero gestito in forma imprenditoriale (rispettivamente -23% -41%), nonostante il significativo aumento del numero di strutture registrato nel periodo.

Non è possibile possibile formulare delle ipotesi credibili sul movimento fatto registrare negli alloggi privati e nelle seconde case dove arrivi e presenze sono stimati per approssimazione, ma è lecito ipotizzare che anche in queste strutture che garantiscono più della metà dei posti letto dell'Altopiano, gli andamenti negativi siano stati simili, o addirittura mostrino l'aggravarsi di alcuni fenomeni come l'accorciamento della vacanza.

Un'ultima annotazione. Trentino Marketing (ora Trentino Sviluppo) in collaborazione con le ApT ha attivato un sistema di certificazione degli appartamenti privati, con relativa classificazione mediante assegnazione di un numero di "genziane" (similmente alle stelle degli alberghi) da una a quattro. Sull'Altopiano di Brentonico gli appartamenti certificati, che significa anche trasparenza informativa riguardo caratteristiche e servizi rispetto ai potenziali clienti, sono solamente sette, su un totale di oltre 400 appartamenti e alloggi privati.

2.5 Focus offerta ricettiva e movimento turistico nei Comuni del Baldo

In questo paragrafo viene riportata un'analisi sull'offerta ricettiva e sul movimento turistico presente sul territorio di riferimento del Parco. I dati presentati sono stati ricavati dall'Annuario del Turismo 2011 (e relativi aggiornamenti) curato dal Servizio Statistica della PAT e fanno riferimento al territorio complessivo dei 5 comuni.

Le strutture ricettive

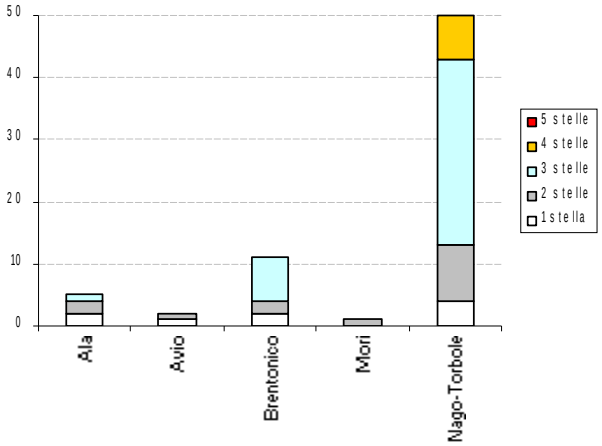
Nelle tabelle che seguono si ripropone un confronto tra i diversi dati disaggregati su base comunale relativi all'offerta complessiva presente sul territorio indagato, specificando le diverse tipologie di esercizi alberghieri ed extra-albeghieri.

Per quanto concerne l'offerta alberghiera si evidenzia che, sia con riferimento al numero di strutture che in relazione ai posti letto offerti ai visitatori, il comune di Nago-Torbole supera ampiamente il contributo offerto dagli altri comuni.

Distribuzione comunale delle "strutture alberghiere" per categoria (2012)

Comune	1 stella	2 stelle	3 stelle	4 stelle	5 stelle	Totale
Ala	2	2	1	0	0	**5**
Avio	1	1	0	0	0	**2**
Brentonico	2	2	7	0	0	**11**
Mori	0	1	0	0	0	**1**
Nago-Torbole	4	9	30	7	0	**40**
Totale	**9**	**15**	**38**	**7**	**0**	**59**

Fonte: Annuario del Turismo 2011 - Servizio Statistica PAT



Distribuzione comunale dei posti letto nelle "strutture alberghiere" per categoria (2012)

Comune	1 stella	2 stelle	3 stelle	4 stelle	5 stelle	Totale
Ala	34	68	57	0	0	**159**
Avio	43	25	0	0	0	**68**
Brentonico	75	157	515	0	0	**747**
Mori	0	19	0	0	0	**19**
Nago-Torbole	130	340	1.787	839	0	**3.096**
Totale	**282**	**609**	**2.359**	**839**	**0**	**4.089**

Fonte: Annuario del Turismo 2011 - Servizio Statistica PAT

Distribuzione comunale del numero delle"strutture complementari" e delle seconde case (2012)

	Affittacamere, CAV e B&B	Campeggi, Agritur con pernottamento	Altri esercizi	Totale	Alloggi privati	Seconde case	Totale
Ala	7	4	6	**17**	75	100	**192**
Avio	2	1	2	**5**	0	10	**15**
Brentonico	6	7	13	**26**	476	922	**1.424**
Mori	6	9	0	**15**	18	74	**107**
Nago-Torbole	24	6	0	**30**	198	164	**392**
Totale	**45**	**27**	**21**	**93**	**767**	**1.270**	**2.130**

Fonte: Annuario del Turismo 2011 - Servizio Statistica PAT

Distribuzione comunale dei posti letto nelle "strutture complementari" e nelle seconde case (2012)

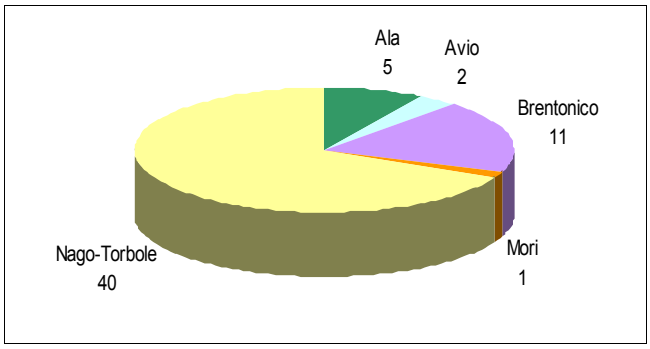
	Affittacamere, CAV e B&B	Campeggi, Agritur e con pernottamento	Altri esercizi	Totale	Alloggi privati	Seconde case	Totale
Ala	69	504	269	**842**	340	440	**1.622**
Avio	25	14	119	**158**	0	40	**198**
Brentonico	58	1.596	515	**2.169**	2.108	3.867	**8.144**
Mori	132	70	0	**202**	98	353	**653**
Nago-Torbole	798	1.033	0	**1.831**	814	666	**3.311**
Totale	**1.082**	**3.217**	**903**	**5.202**	**3.360**	**5.366**	**13.928**

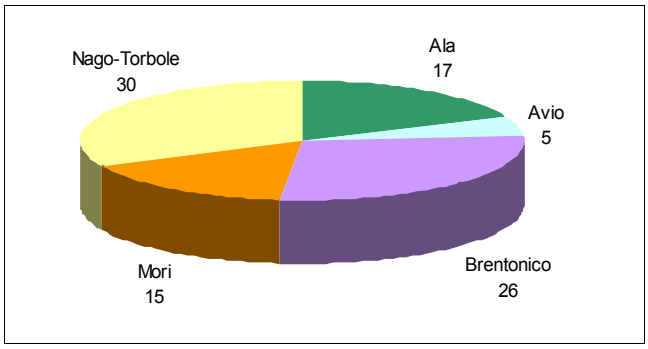
Fonte: Annuario del Turismo 2011 - Servizio Statistica PAT

Complessivamente come evidenziato nelle due torte che seguono, l'offerta turistica alberghiera è concentrata, per l'86%, nei comuni di Nago-Torbole e Brentonico. Se si passa dalle strutture ricettive a quelle complementari si nota un minimo riequilibrio della densità ricettiva. Anche in

questo caso si evidenzia però come Nago-Torbole e Brentonico detengano il maggior numero di strutture complementari (rispettivamente 30 e 26).
In relazione al numero di posti letto disponibili nel servizio complementare spicca il dato di Brentonico: 2.169 posti di cui ben 1.596 di questi posti letto, infatti, fanno riferimento a "campeggi, agritur, agricampeggi".

Distribuzione comunale della ricezione alberghiera e complementare





Domanda turistica

Nelle tabelle riportate di seguito si evidenziano i dati sugli arrivi e sulle presenze dei turisti registrati nell'anno 2011, disaggregati su base comunale e all'interno dei differenti comparti ricettivi.

Distribuzione comunale degli arrivi e presenze per tipologia ricettiva (2011)

Comune	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari		Totale		Alloggi privati		Seconde case	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Ala	3.865	6.377	4.778	20.287	8.643	26.664	0	0	0	0
Avio	185	627	1.846	5.594	2.031	6.221	0	0	0	0
Brentonico	15.738	83.802	6.784	31.490	22.522	115.292	2.723	45.645	21.653	128.933
Mori	315	949	1.414	18.312	1.729	19.261	0	0	0	0
Nago-Torbole	130.796		32.757		163.553		3.644		3.216	

Fonte: Annuario del Turismo 2011 - Servizio Statistica PAT

Con riferimento alla stagionalità dei flussi turistici, si propongono di seguito i dati relativi alle presenze (sempre seguendo una partizione per comune) registrate nelle stagioni estive ed invernali, rapportati alla popolazione comunale residente al 31 dicembre 2012.

Presenze stagionali ed annuali per comune, popolazione residente al 31 dicembre 2012

Comune	Presenze totali			Popolazione residente al 31 dicembre 2012
	Invernali	Estive	Annuali	
Ala	5.224	24.043	33.376	8.908
Avio	474	5.403	6.620	4.094
Brentonico	97.988	143.299	256.145	3.963
Mori	6.502	8.955	19.679	9.572
Nago-Torbole	110.084	487.782	739.511	2.810
Totale	**220.272**	**669.482**	**1.055.331**	**29.347**

Fonte: Annuario del Turismo 2011 - Servizio Statistica PAT

Indicatori turistici di sintesi

L'elaborazione degli indicatori di fruizione turistica su base comunale descritti di seguito sono stati ottenuti incrociando i dati relativi al movimento turistico con quelli relativi all'offerta disponibile.

Indice di Ricettività

Calcolo: [Posti letto/Abitanti]

Questo indicatore dell'offerta turistica esprime la capacità potenziale di ospitare turisti in relazione al numero di residenti: valori pari a 1 indicano che la destinazione turistica è in grado di ospitare un turista per ogni abitante residente (sono escluse dal calcolo le seconde case).

Indice di intensità turistica

Calcolo: [Presenze annuali/Abitanti]

Il numero di presenze turistiche rapportato agli abitanti è una misura delle opportunità e delle pressioni reali che il fenomeno turistico induce all'interno delle comunità, in termini di surplus di servizi e di infrastrutture (trasporti, approvvigionamento idrico e alimentare, smaltimento di acque reflue e di rifiuti, strutture per il tempo libero, ecc) necessario a colmare la differenza tra il numero di residenti e la fluttuazione (stagionale) delle presenze turistiche.

Indice di massima antropizzazione

Calcolo: [Presenze giorno massimo afflusso/Abitanti]

Questo indicatore è dato dal rapporto fra le presenze turistiche del giorno di massimo afflusso e la popolazione residente. Esso dà un'idea dello "sforzo" sopportato da un'area e dalle sue strutture nei giorni di massima attività turistica; può servire, ad esempio, per poter dimensionare alcuni servizi pubblici, per valutazioni di impatto ambientale, ecc.

La tabella che segue riassume i diversi valori per gli indicatori sopra descritti relativi al 2011, riferiti ai 5 comuni indagati.

Indice di ricettività, di intensità turistica e di massima antropizzazione (2011)

Comune	Indice di ricettività	Indice di intensità turistica	Indice di massima antropizzazione
Ala	0,10	0,00	0,00
Avio	0,10	0,00	0,00
Brentonico	1,20	0,10	0,40
Mori	0,00	0,00	0,00
Nago-Torbole	2,00	0,70	1,70

Fonte: Annuario del Turismo 2011 - Servizio Statistica PAT

3 Cosa pensano i turisti

Per conoscere il turista che frequenta il Baldo nel corso dell'estate del 2013 è stata condotta una specifica indagine effettuata tramite questionario cartaceo.

L'indagine è stata realizzata attraverso un questionario somministrato ad oltre 300 turisti intercettati nelle strutture ricettive ed in alcuni luoghi strategici del territorio baldense.

Il lavoro è stato svolto dal Parco Naturale Locale del Monte Baldo attraverso agenda 21 consulting ed in collaborazione con:

- 26 strutture ricettive dislocate in differenti località baldensi,
- l'Azienda per il Turismo Rovereto e Vallagarina,
- la S.A.T. (Società degli Alpinisti Tridentini),
- Palazzo Eccheli Baisi di Brentonico.

Gli obiettivi della ricerca possono essere riassunti nei punti seguenti:

- migliore comprensione delle aspettative e delle attenzioni relative alla conservazione attiva della natura,
- valorizzazione del territorio baldense in chiave di fruizione turistica sostenibile.

3.1 Modalità operative dell'indagine

Il questionario si compone di 24 domande suddivise in sei parti:

PARTE I: Valori e percezioni personali. In questa sezione si cerca di capire il grado di importanza assegnato dagli intervistati alle tematiche ambientali.

PARTE II: Percezioni sul territorio del Parco. Si cerca di conoscere meglio le caratteristiche dei rispondenti e la loro percezione del territorio del Parco.

PARTE III: Percezioni sul Parco e sui servizi turistici resi dal territorio. In questa sezione si cerca di comprendere il grado di informazione e conoscenza dell'istituzione del PNL Monte Baldo ed il livello di soddisfazione dei servizi turisti presenti sul territorio.

PARTE IV: Idee e prospettive. In questa sezione (composta dalle uniche domande a risposta aperta) si invitano gli intervistati ad indicare alcune iniziative e/o progetti volti alla promozione di un turismo sostenibile e alla preservazione dell'ambiente baldense.

PARTE V: Informazioni "turistiche". Si vogliono comprendere le motivazioni che hanno spinto gli intervistati a soggiornare nel Baldo, il livello di frequentazione delle aree protette e del territorio baldense. Inoltre vengono distinti i turisti (chi pernotta almeno una notte in una località diversa dalla propria abitazione di residenza) dagli escursionisti (chi non pernotta e rientra nel luogo di residenza in giornata).

PARTE VI: Parte anagrafica. Si raccolgono infine delle informazioni sull'ospite di carattere socio-demografico, come età, genere, titolo di studio, provenienza, occupazione.

L'indagine è stata realizzata presso ventisei strutture: nella scelta degli esercizi si è cercato di operare una distribuzione territoriale che tenesse conto dei diversi Comuni appartenenti alla Rete di Riserve del Monte Baldo. Sono state scelte sostanzialmente le strutture "in quota" più un giusto equilibrio tra strutture ricettive (Hotel, B&B, Campeggi) e malghe locali.

Panel delle strutture coinvolte

Denominazione struttura	Località
Agritur Bertolini	Corniano, Mori
Albergo Rifugio Graziani	Brentonico
B&B Mas Dei Girardei	San Giacomo, Brentonico
Azienda Agricola Seandre	Prada, Brentonico
Malga Campei	Brentonico
Malga Susine	Polsa, Brentonico
Rifugio Altissimo – Damiano Chiesa	Brentonico
Rifugio Fos-Ce	Brentonico
Malga Campo	Brentonico
Agritur Maso Talpina	Talpina, Mori
Campeggio Polsa Hotel Residence Bellavista	Polsa, Brentonico
Hotel Polsa	Polsa, Brentonico
Family Adventure Park	Polsa, Brentonico
Ristorante Bar Pizzeria Etrusca	Polsa, Brentonico
Hotel Dolomiti	Polsa, Brentonico
Camping Ciclamino	San Valentino, Brentonico
Hotel Bucaneve	San Valentino, Brentonico
Hotel Sole Del Baldo	San Valentino, Brentonico
Agritur Malga Mortigola	San Giacomo, Brentonico
Hotel San Giacomo	San Giacomo, Brentonico
Ristorante Maso Palu'	Brentonico
Albergo Alpino	Madonna delle Neve, Avio
Rifugio Monte Baldo	Madonna delle Neve, Avio
Malga Prà Alpesina	Dossioli, Avio
B&B Ca' Dei Fazzilisti	Valle San Felice, Mori
Agritur El Vecio Fenil	Manzano, Mori

Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting

Per la somministrazione dei questionari ai turisti si è chiesta la collaborazione dei gestori degli esercizi di cui sopra. Gli stessi si sono impegnati a consegnare il questionario agli ospiti, a spiegarne le finalità e l'utilità.

L'indagine è stata rivolta, inoltre, ai visitatori-turisti intercettati in alcuni luoghi in cui insiste il Parco; in questo caso l'intervista è stata condotta da dei rilevatori specificamente preparati. Quindi non è stata prevista la compilazione autonoma del questionario da parte dei soggetti individuati, ma si è preferito optare per un'intervista "somministrata".

Come accennato i questionari raccolti sono stati 318: la distribuzione è specificata nella tabella seguente. Si precisa che solo tre delle strutture coinvolte non hanno restituito alcun questionario compilato.

Buona, quindi, la collaborazione riscontrata dal Parco per la realizzazione dell'iniziativa.

Provenienza dei questionari

	Numero Questionari
Strutture alpinistiche	105
Esercizi alberghieri - Campeggi	83
Bed & Breakfast – Agritur	16
Ristoranti - Pizzerie	17
ApT, SAT, Palazzo Baisi	15
Sul campo (intervista diretta)	55
Altro	27
Totale	**318**

Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting

Di seguito sono riportati i risultati dell'indagine: per ciascuna domanda è stata predisposta una apposita scheda che presenta una prima parte di analisi prettamente descrittiva delle risposte e successivamente degli specifici approfondimenti per tipologia di rispondenti: il genere, l'età, il luogo di residenza o altre caratteristiche.

Le pagine che seguono, sono una sintesi delle elaborazioni eseguite; vengono riportati sempre i grafici complessi relativi alle frequenze o i valori medi per ciascuna risposta e, in alcune domande, vengono presentati anche alcuni grafici specifici che rappresentano le risposte in forma disaggregata.

3.2 Caratteristiche dei rispondenti

Su 318 questionari raccolti sono stati considerati validi 282 questionari. Questi sono stati compilati principalmente da turisti italiani (250 pari al 89%) che sono sostanzialmente equamente divisi nei due generi, con una leggera maggiore presenza da parte del gentil sesso.

L'80% dei questionari proviene da una delle strutture ricettive che sono state coinvolte nella ricerca, e solo il 20% è stato raccolto lungo i sentieri tramite apposita intervista. Le risposte provengono pertanto prevalentemente non da un campione di turisti scelti con una metodologia statistica ma da un insieme prevalentemente "volontario" di turisti.

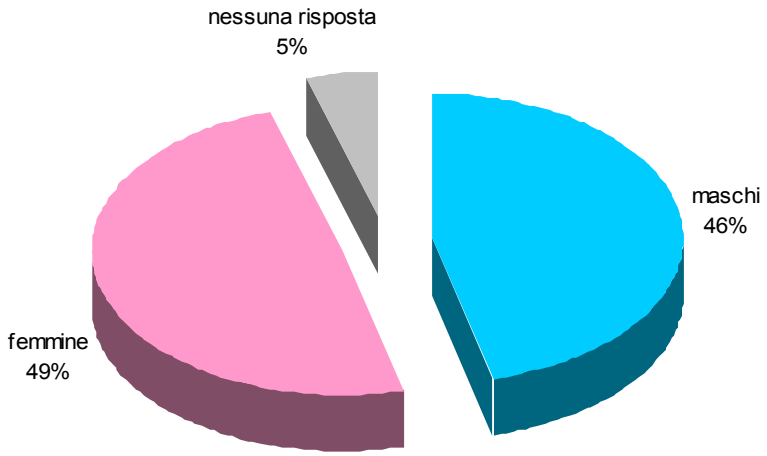
I questionari sono stati raggruppati per classi di età omogenee ottenendo una distribuzione che si concentra nelle classi centrali (dai 30 ai 60 anni), sostanzialmente in linea con la distribuzione della popolazione. La maggior parte dei rispondenti è in possesso di un diploma di scuola media superiore e svolge un ruolo impiegatizio (23%); risultano molto numerose (55 pari al 20%) anche le persone pensionate mentre sono poche quelle in cerca di occupazione (9 pari al 3%).

La maggior parte delle risposte proviene da turisti o escursionisti italiani che provengono nell'ordine dalle seguenti regioni (Trentino 31%, Veneto 18%, Lombardia 13%, Emilia Romagna 11%), mentre solo 11% è rappresentato da questionari provenienti da stranieri. La tabella sottostante e i grafici seguenti riporta quanto appena descritto.

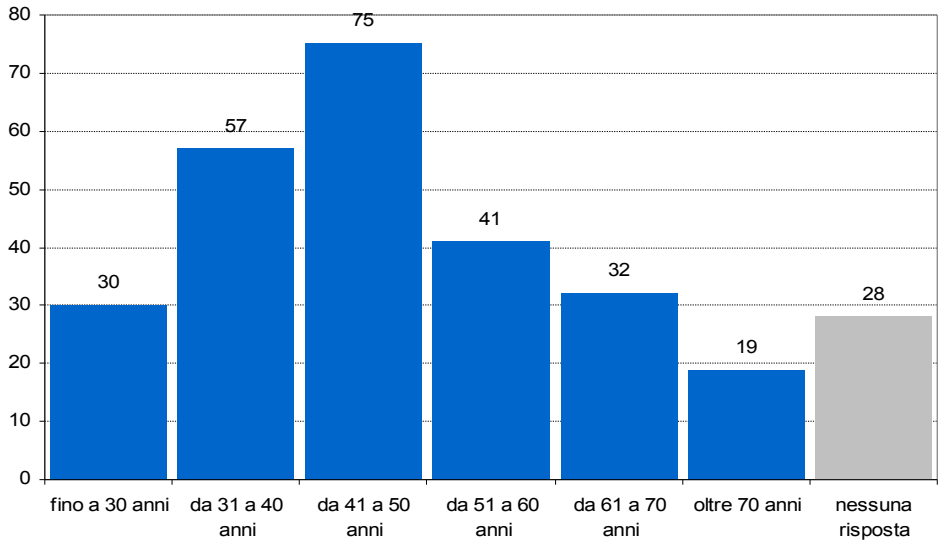
Numerosità delle risposte per genere, nazionalità e luogo di somministrazione

Nazionalità	Genere	In struttura	All'aperto	Nessuna risposta	Totale complessivo
italiani	Maschi	95	21	1	117
	Femmine	92	31	1	124
	Nessuna risposta	9			9
Totale italiani		196	52	2	250
stranieri	Maschi	12	1		13
	Femmine	13	2		15
	Nessuna risposta	4			4
Totale stranieri		29	3		32
Totale complessivo		225	55	2	282

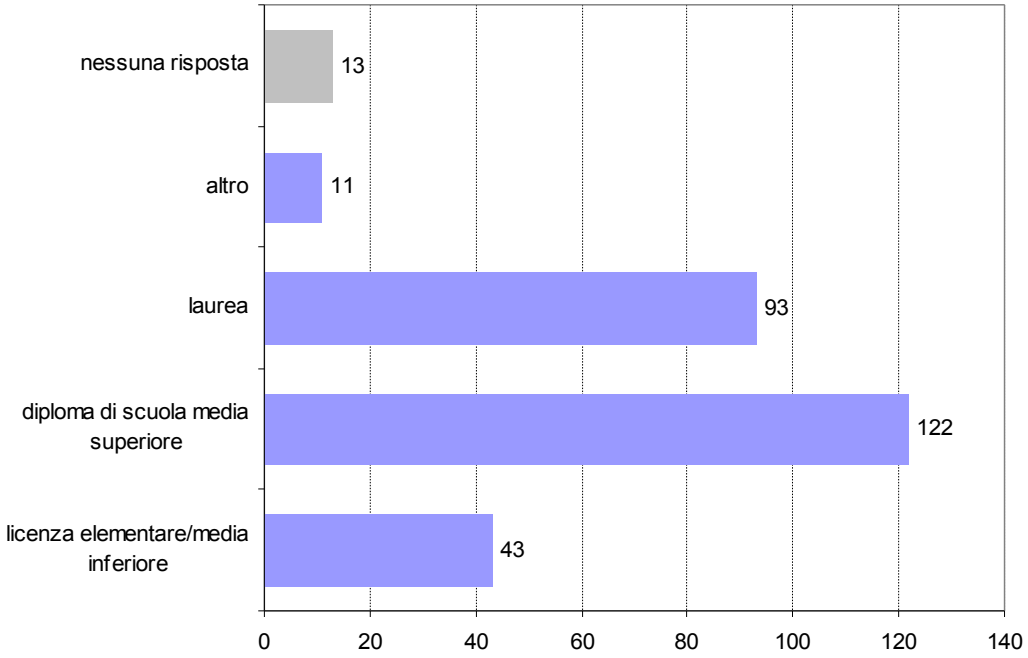
Distribuzione dei rispondenti per genere



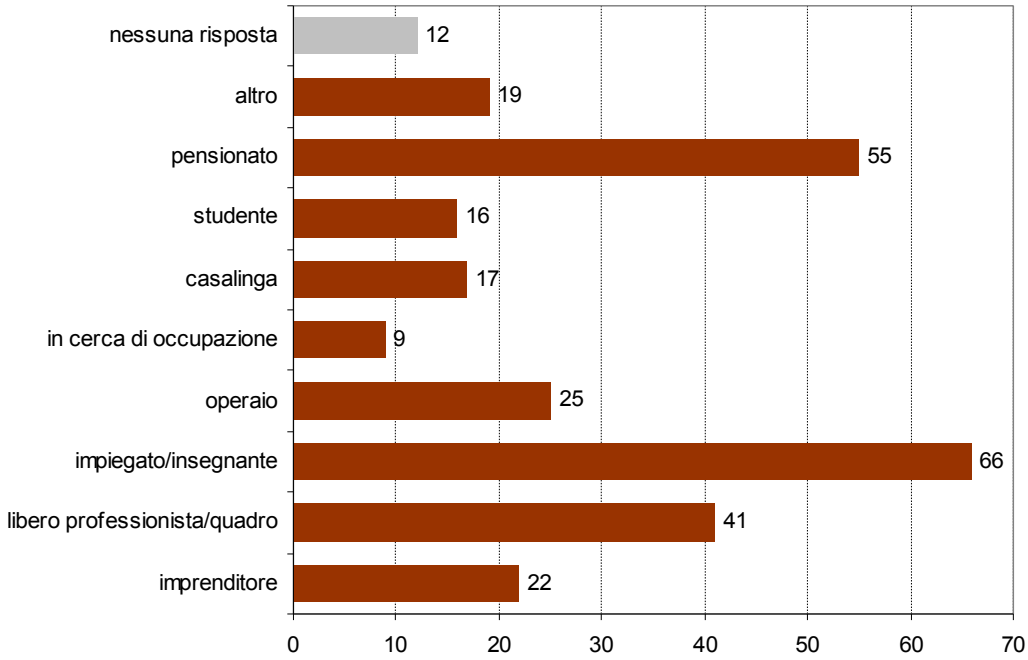
Distribuzione dei rispondenti per classi di età



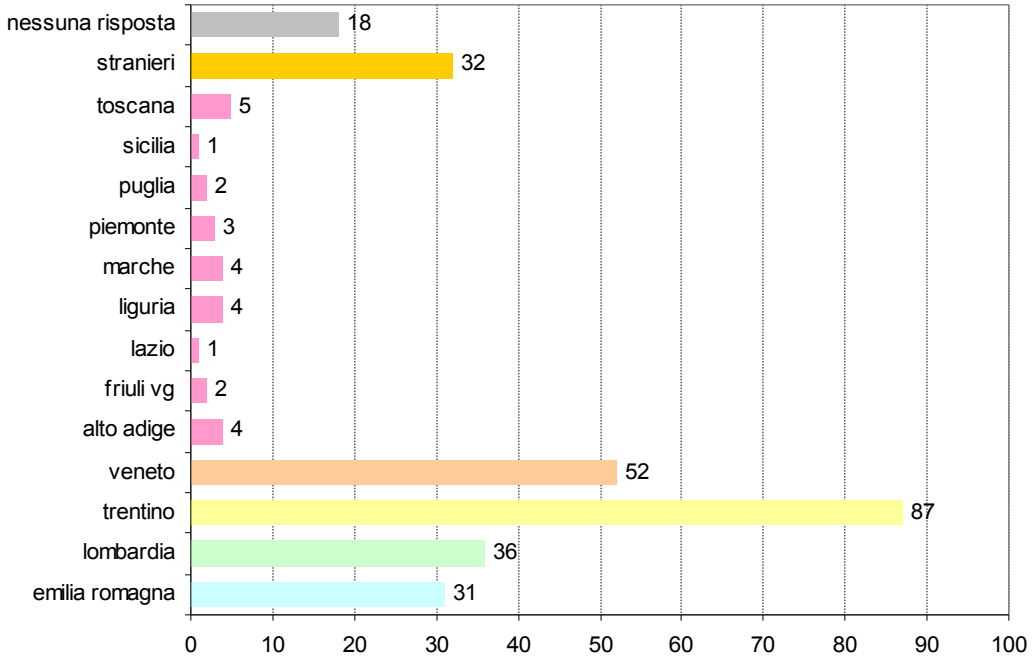
Distribuzione dei rispondenti per titolo di studio



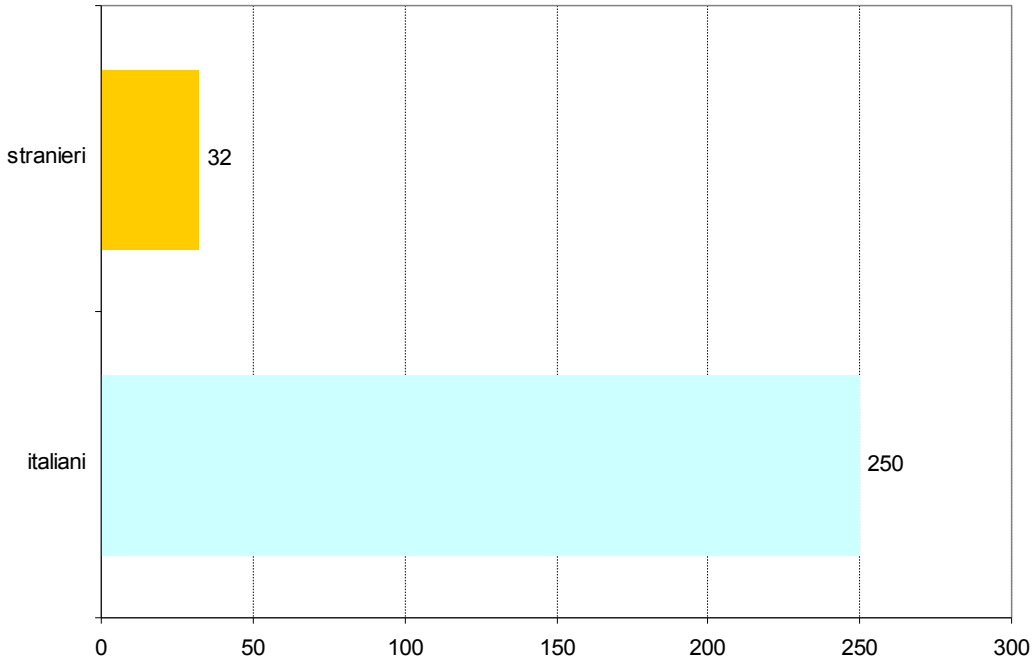
Distribuzione dei rispondenti per occupazione



Distribuzione dei rispondenti per regione di residenza

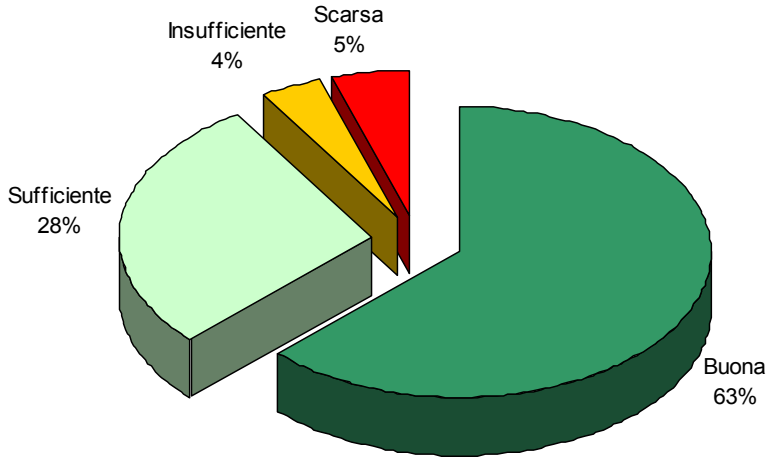


Distribuzione dei rispondenti per nazionalità

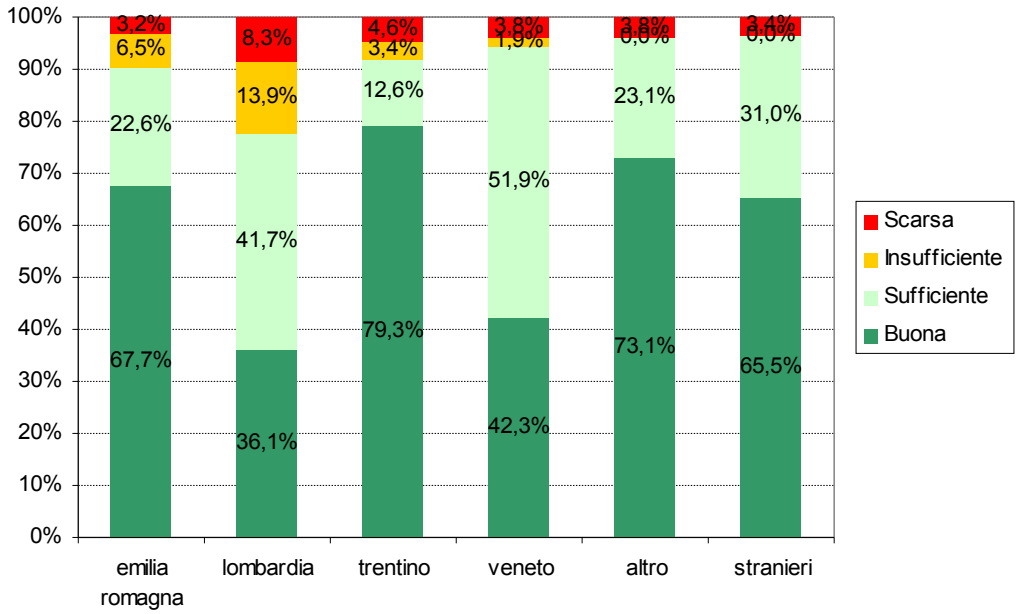


3.3 Valori e percezioni personali

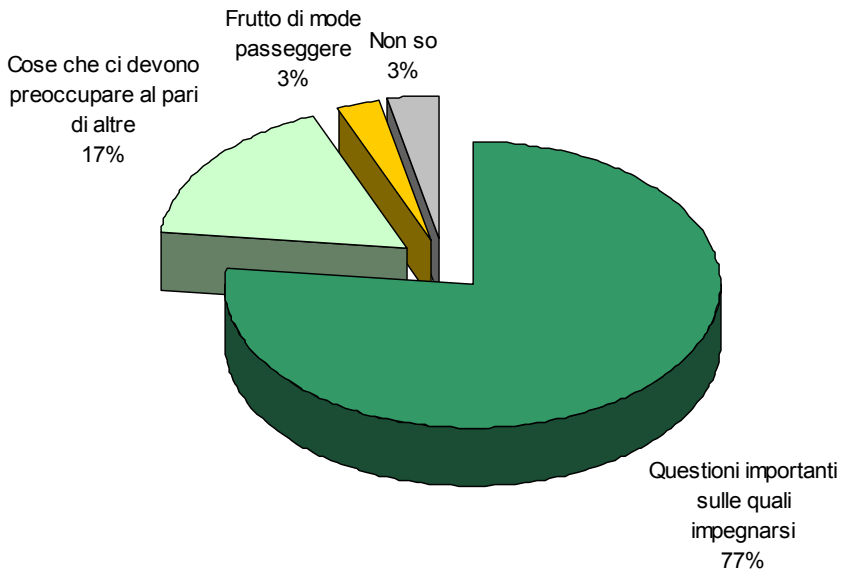
Come valuta la qualità dell'ambiente in cui vive la maggior parte dell'anno?



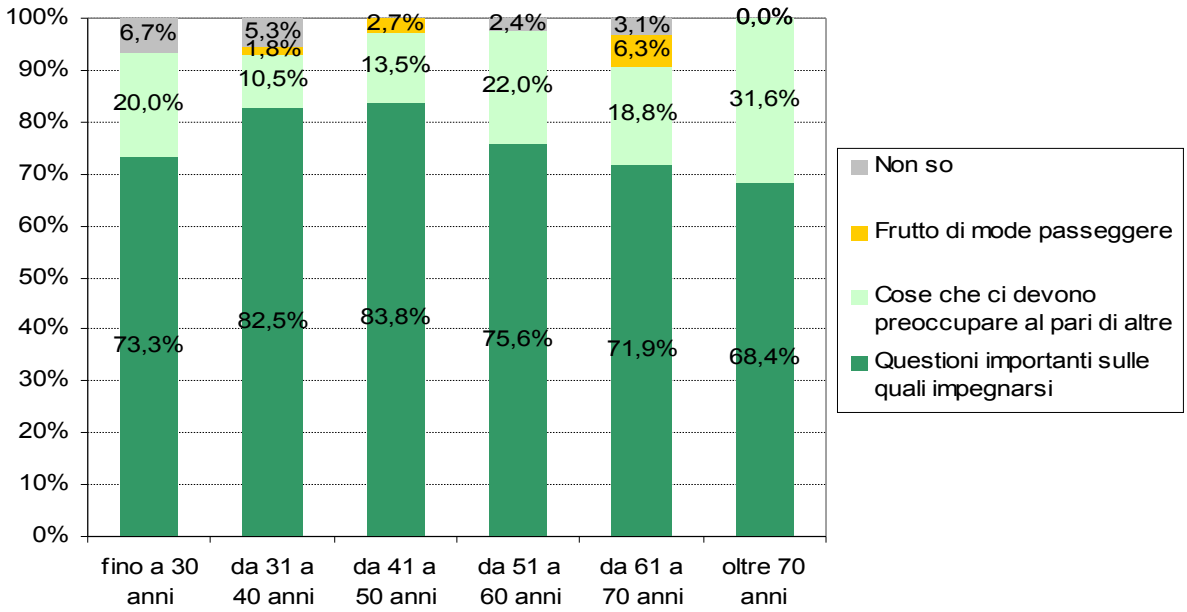
- I turisti esprimono una valutazione sostanzialmente positiva dell'ambiente in cui vivono quotidianamente con oltre il 90% dei rispondenti che esprime un giudizio favorevole (sufficiente o buona).
- I giovani sotto i 30 anni sono coloro che esprimono il miglior giudizio sul proprio ambiente (76% "buono").
- Maschi e Femmine non si differenziano sostanzialmente in questa risposta, così come l'opinione media degli italiani è pressoché identica a quella dei turisti stranieri.
- Una forte differenza di giudizio emerge tra i turisti in base alla provenienza regionale: molto soddisfatti del proprio ambiente sono i trentini (79% buona) decisamente meno soddisfatti i lombardi (36% buona).



Lei ritiene che i temi dell'ambiente siano:

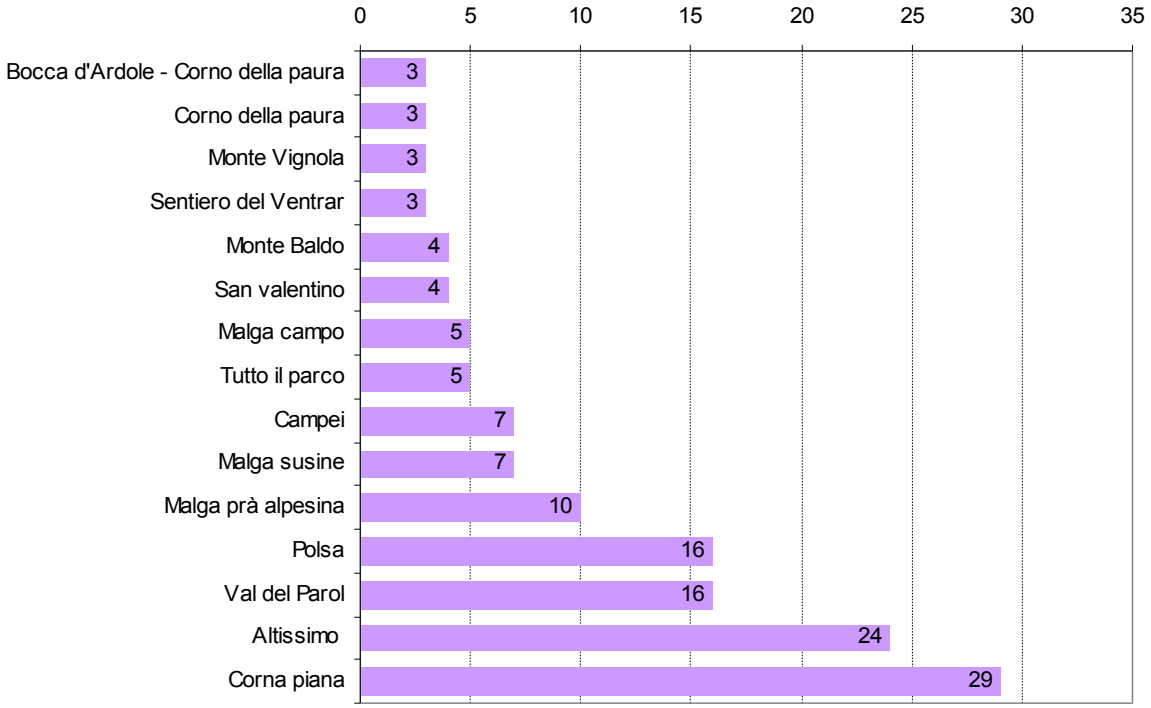


- I turisti del Baldo appaiono particolarmente attenti ai temi ambientali. Più di 3 intervistati su 4 ritengono i temi ambientali importanti.
- Le fasce di età più convinte dell'importanza di questi temi appaiono quelle comprese tra i 30 ed i 50 anni.
- Maschi e Femmine sono sostanzialmente concordi, anche se le donne appaiono ancor più convinte sostenitrici dei temi ambientali (79% contro 74%).
- Si differenzia di poco il giudizio dei turisti in base alla provenienza: più convinto il turista straniero (84%) meno convinto il trentino (74%).



3.4 Percezioni sul territorio del Parco

Sulla base delle sue conoscenze indichi un luogo di pregio del Parco da segnalare:



I principali luoghi di pregio segnalati sono: corna Piana ed il monte Altissimo con la Polsa e Val del Parol subito dopo.

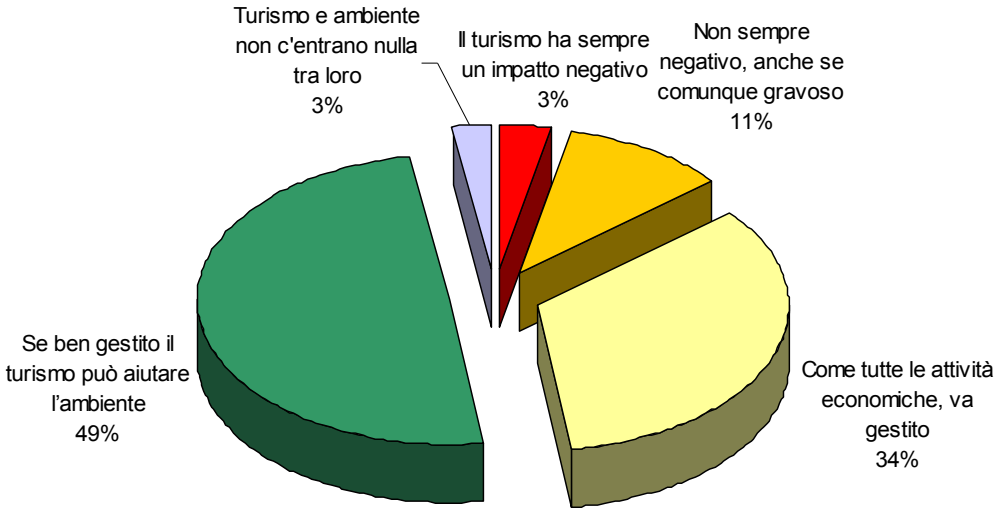
Si è riscontrata una forte correlazione tra il luogo di pregio segnalato ed il luogo in cui è avvenuta l'intervista: questo in particolare riguarda Malga Prà Alpesina, Malga Susine e Malga Campo.

Un dato interessante è invece l'alto numero di luoghi indicati dagli intervistati. Località che spesso vengono ricordate anche solo da un singolo turista ma che mettono in evidenza la variabilità e la ricchezza complessiva del territorio del Parco.

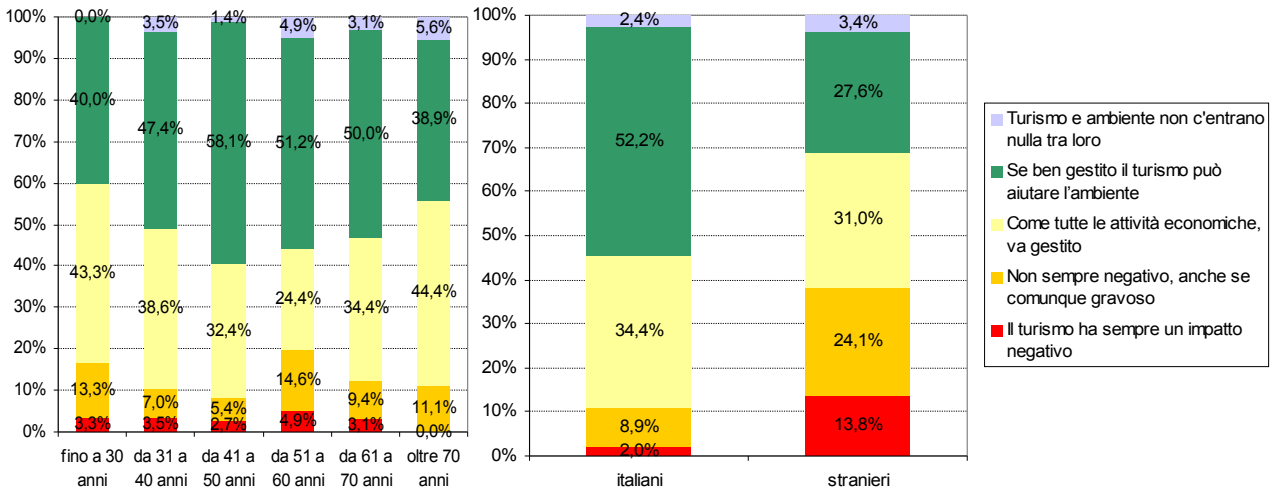
Di seguito si riportano queste segnalazioni:

Bocca del Creer, Bocca di Navene, Brentonico, Busa Brodeghera, Castione, Colme di Malcesine, La marmotta, Mortigola, Mulino zeni, Novezzina, Orto Botanico, Prati di Nago, Sentiero delle vipere, Trincee, Dossioli, Ferrara di Monte Baldo, Rifugio Fos-ce, Madonna della neve, Malghe, siti storici, boschi, San Giacomo.

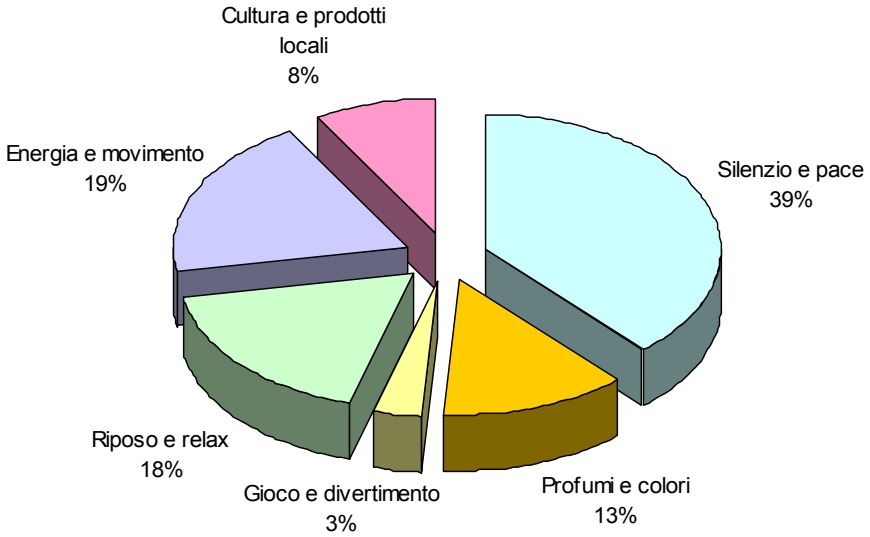
Lo sviluppo del turismo, secondo lei, come influisce sulla qualità dell'ambiente?



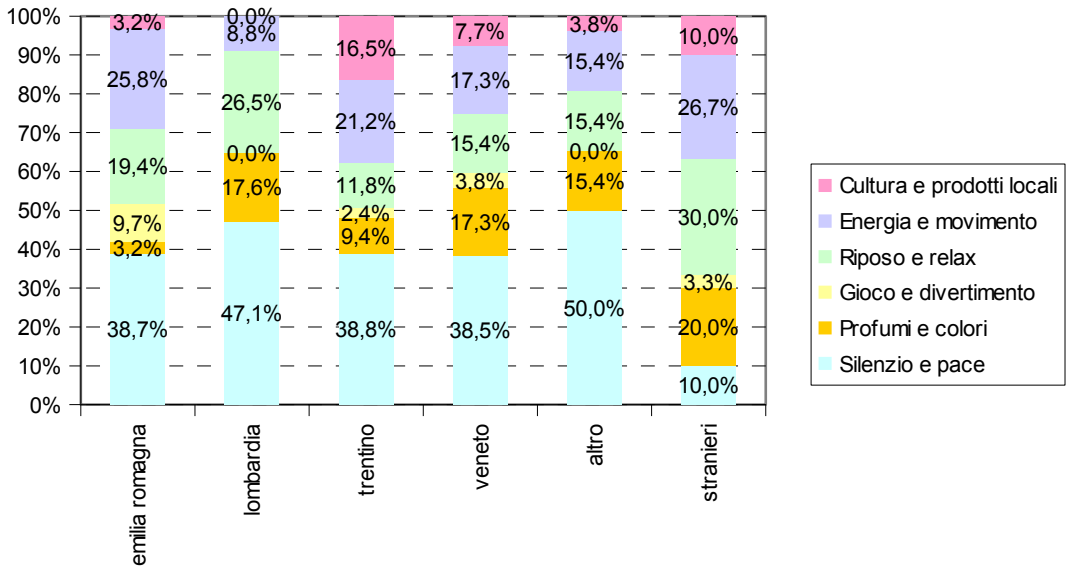
- Il turismo non rappresenta, secondo l'opinione dei turisti, un fattore di pressione di particolare rilevanza per l'ambiente. Emerge infatti la forte convinzione che il turismo possa favorire e aiutare l'ambiente (49%).
- Sono soprattutto gli stranieri ad avvertire i rischi del turismo sull'ambiente, circa il 28% contro il 10% degli italiani.
- Maschi e Femmine anche in questa risposta sono sostanzialmente concordi.
- La fascia d'età che maggiormente considera il turismo come un'opportunità per l'ambiente è quella tra i 40 ed i 60 anni. I più giovani ed i più anziani appaiono più dubbiosi.



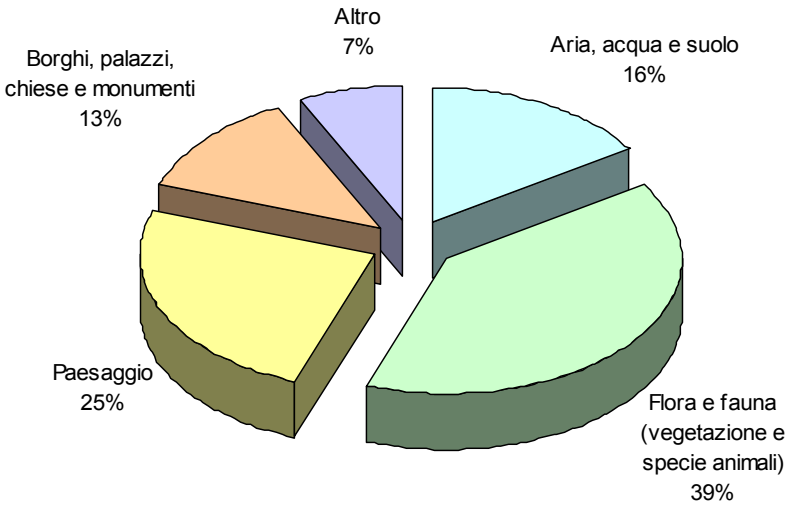
Indichi la “coppia di parole” che più di altre potrebbero raccontare l’esperienza della sua presenza sul Baldo



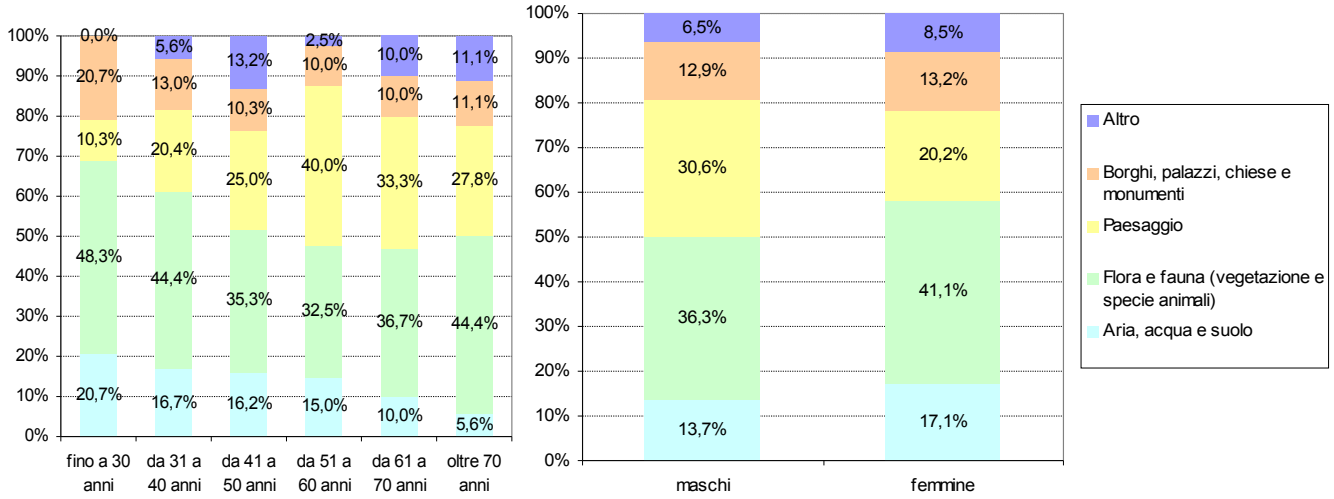
- La coppia di parole che meglio sintetizza l'esperienza sul Baldo è "Silenzio e pace". Se a questi aggiungiamo coloro che hanno scelto il binomio "Riposo e relax", ossia l'effetto che un luogo di pace può avere sulla persona, si raggiunge il 57% delle risposte.
- Poco consenso raccoglie l'opzione Cultura e prodotti locali e sostanzialmente non apprezzabile è la quantità di turisti che ritrova nel Baldo "Gioco e divertimento" (3%).
- Il binomio "Silenzio e pace" raccoglie il massimo dei consensi tra il turista sopra i 60 anni (53%) e tra coloro che sono stati intervistati lungo i sentieri (52%) piuttosto che all'interno delle strutture (35%). Molto meno gettonata questa opzione dal turista straniero (10%).
- In relazione al binomio "Cultura e prodotti locali" una forte differenza di giudizio emerge tra i turisti in base alla provenienza regionale: questo aspetto è apprezzato dal 17% dei trentini e dal 10% degli stranieri, mentre è sostanzialmente irrilevanti per gli altri turisti.



Quali sono, secondo Lei, le componenti ambientali che rischiano il maggior degrado nel Parco del Baldo?

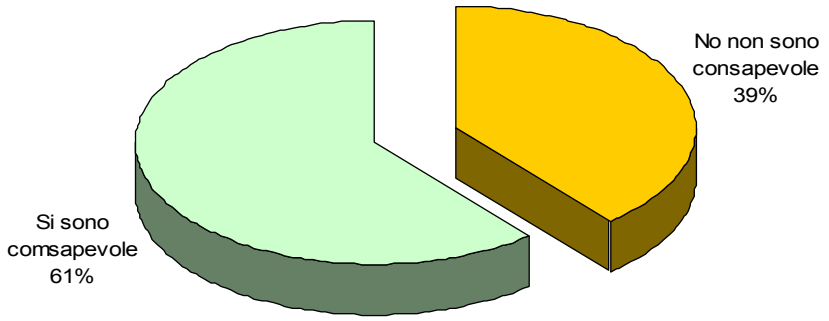


- Le risposte raccolte mostrano che la maggior preoccupazione dei turisti è rivolta alla tutela di flora e fauna (39%) e del paesaggio (25%). Meno preoccupazione destano le matrici ambientali aria, acqua e suolo ed il patrimonio edilizio esistente.
- Il tema del paesaggio è avvertito in maniera molto differente in base all'età degli intervistati: i giovani appaiono sicuramente i meno sensibili (1 su 10) e puntano invece la loro attenzione agli edifici storici. Nelle fasce di età intermedie il paesaggio assume invece maggior interesse. Anche tra maschi e femmine si avvisa una certa differenza su questo tema (donne al 20%, maschi al 31%)
- Il giudizio sulle componenti ambientali a rischio è uniforme tra i turisti consapevoli di essere all'interno del Parco del Baldo ed i turisti non consapevoli e non varia granché neppure in relazione alla regione di origine.

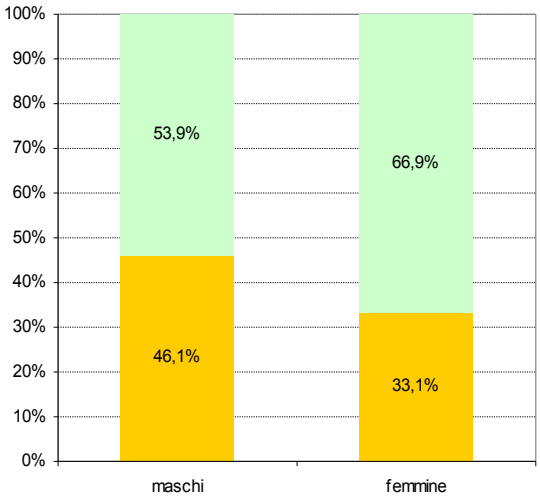


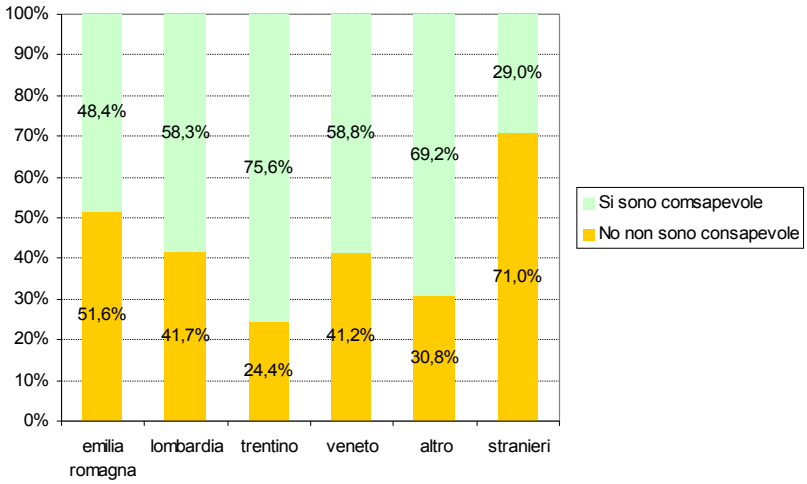
3.5 Percezioni sul Parco e sui servizi resi

Lei sa che si trova e che sta visitando un'area protetta appena costituita (PARCO DEL BALDO)?

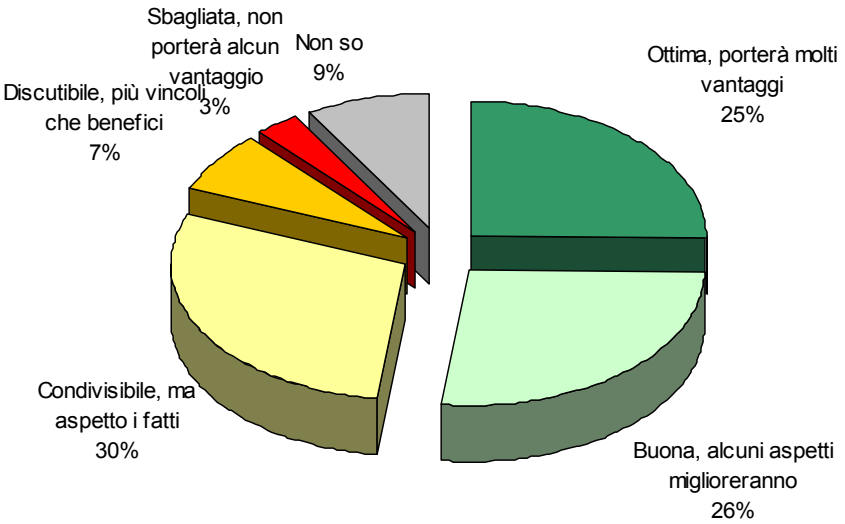


- Il Parco del Baldo è nato da pochissimo ma la consapevolezza di questa novità è già sufficientemente diffusa. Oltre il 60% dichiara di essere a conoscenza di questo fatto con una netta prevalenza delle donne, sempre bene informate, che sono quasi il 70% rispetto ai maschi che invece sono solamente il 54%.
- Abbastanza scontato che sia soprattutto il turista residente in Trentino a conoscere il Parco (75%), così come risponde alle aspettative il fatto che sia invece soprattutto il turista straniero a non saperlo (oltre il 70%).
- Poco informati appaiono anche i giovani tra i 30 e i 40 anni: oltre il 55% degli intervistati infatti non conosce il Parco.

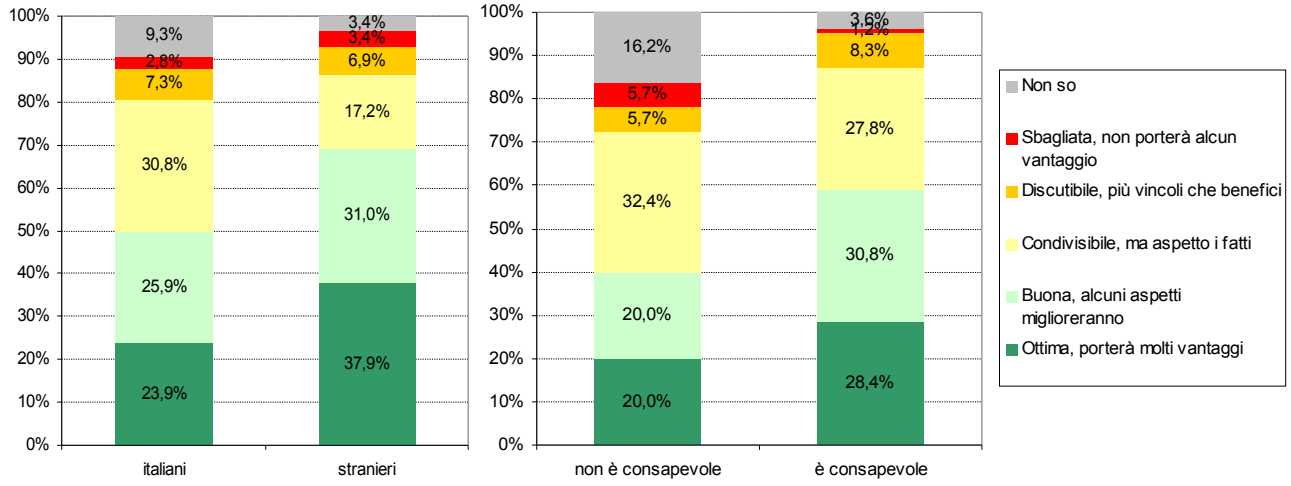




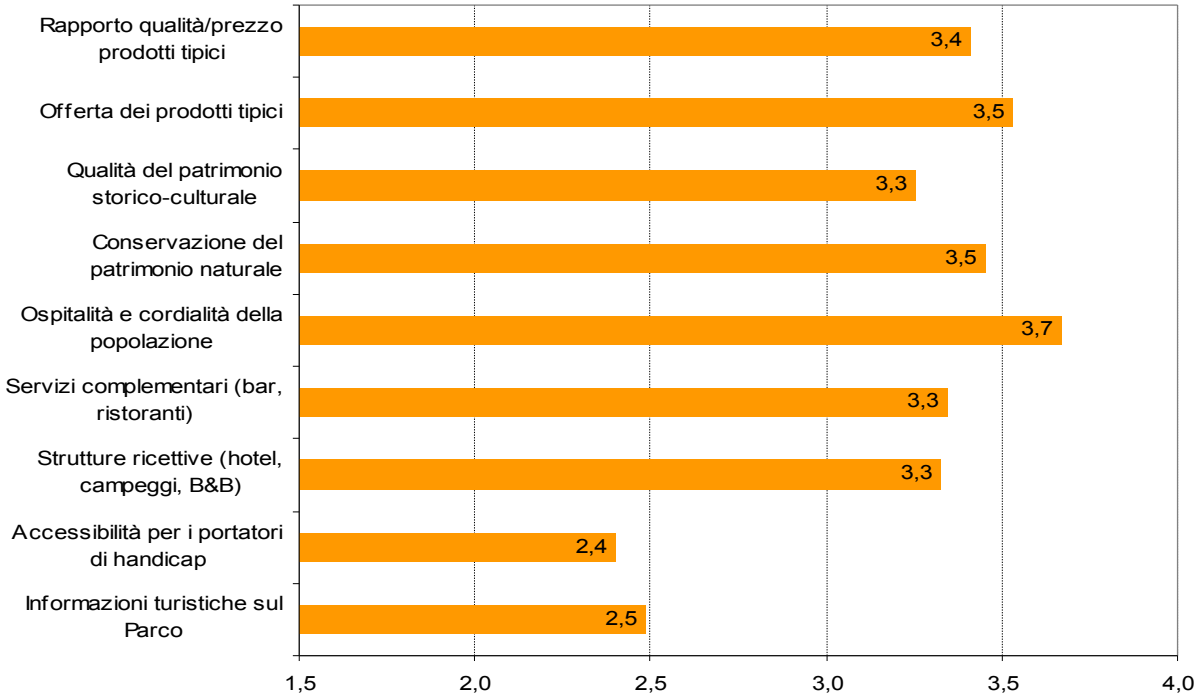
L'istituzione del PARCO NATURALE LOCALE DEL MONTE BALDO, secondo lei è una decisione:



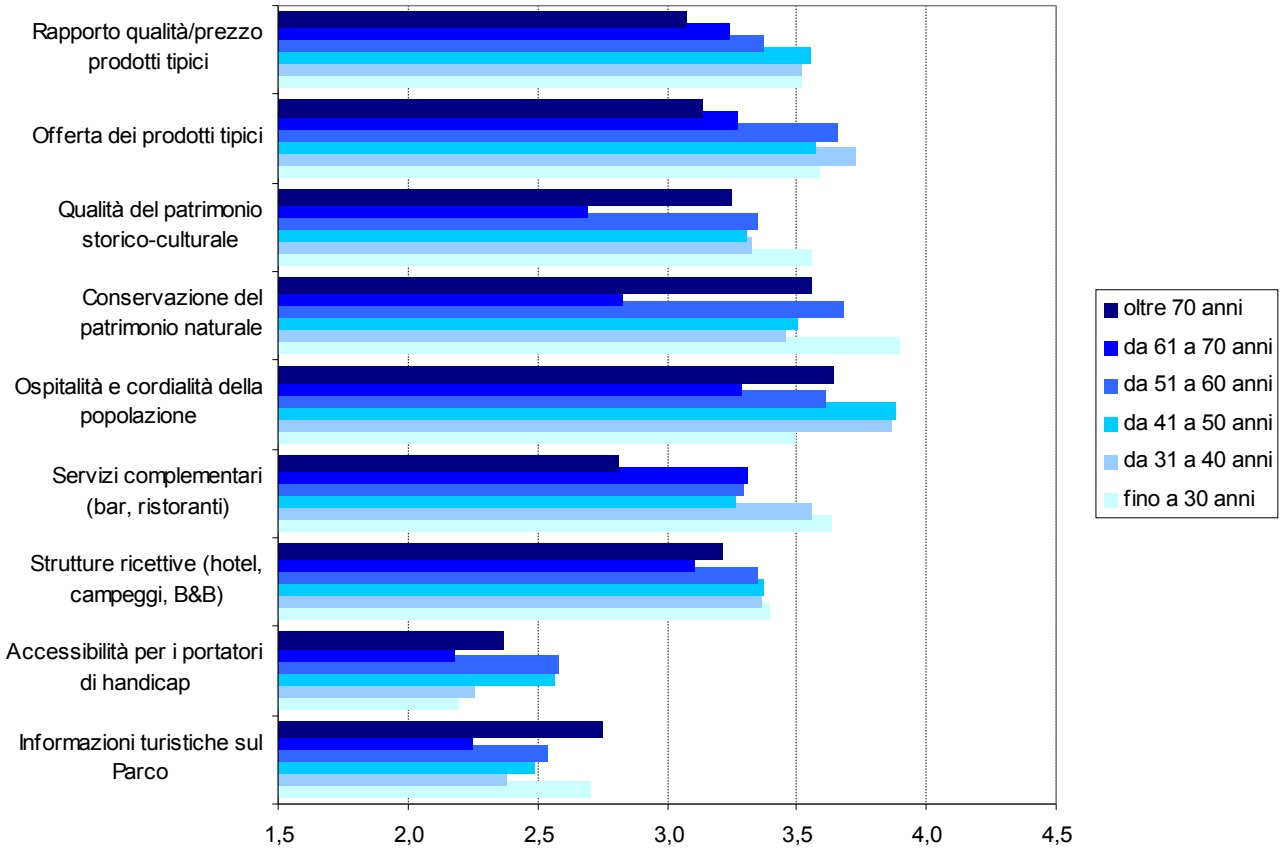
- Il giudizio sull'istituzione del Parco è decisamente confortante e sostenuta con convinzione da oltre il 50% degli intervistati. Sospendono il giudizio in attesa dei fatti il 30% degli intervistati mentre sono veramente pochi coloro che bollano come sbagliata la scelta (3%) o che intravedono più vincoli che benefici (7%).
- Tra i pochi che affermano che la scelta sia sbagliata vi sono soprattutto escursionisti trentini tra i 30 ed i 50 anni
- Il giudizio sul Parco è uniforme tra maschi e femmine mentre appare diverso tra italiani e stranieri: la maggior parte degli italiani attende i fatti prima di sbilanciarsi completamente a differenza del turista straniero già convinto che la scelta sia quella giusta.
- Non emerge la preoccupazione che il Parco possa portare con sé l'introduzione di vincoli, se non nel 6% circa di trentini, percentuale pari invece a zero per i turisti provenienti da altre regioni.

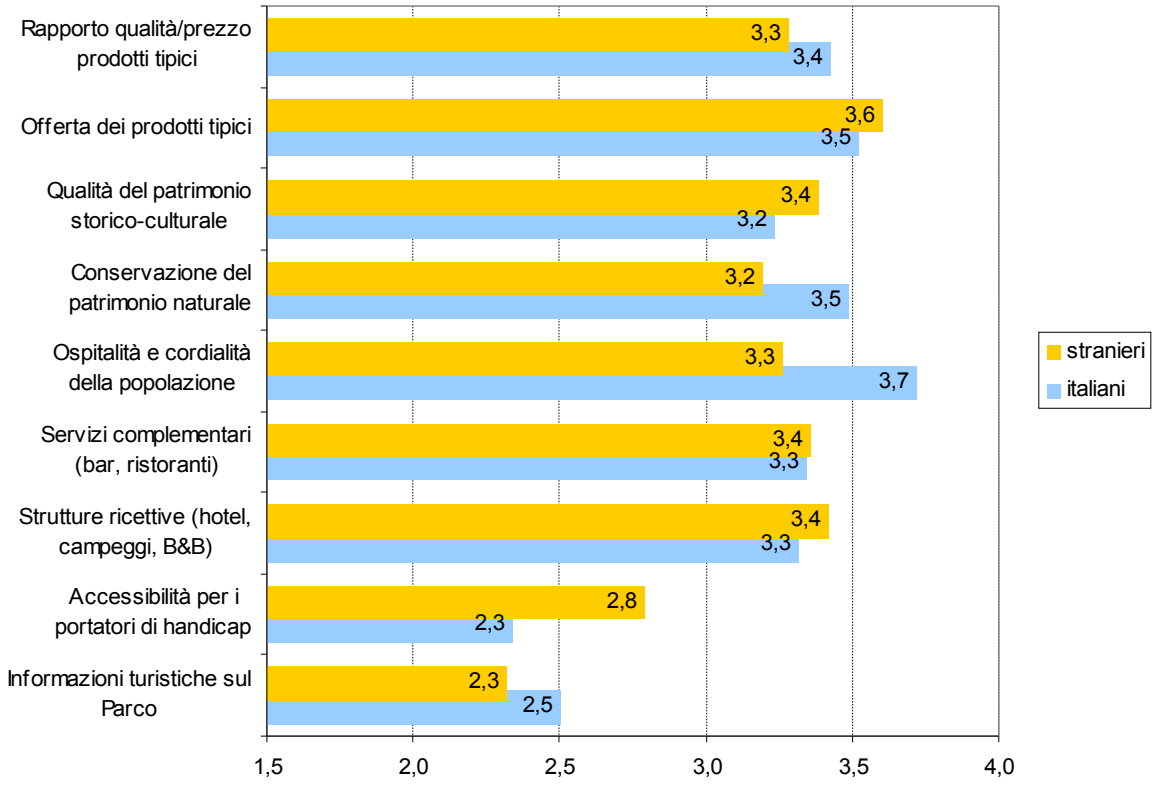


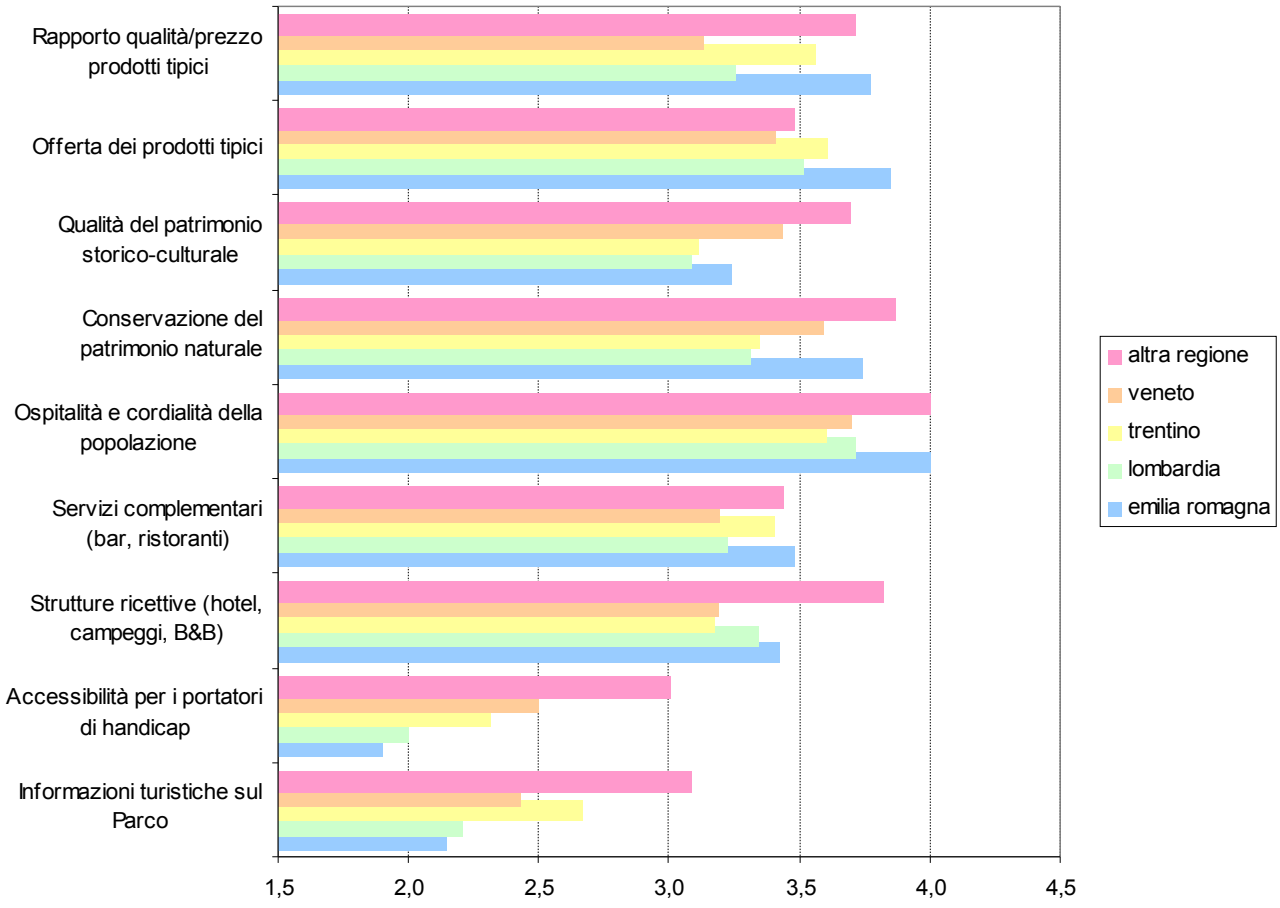
Come valuta la qualità delle seguenti risorse-servizi presenti sul territorio del Parco del Baldo?

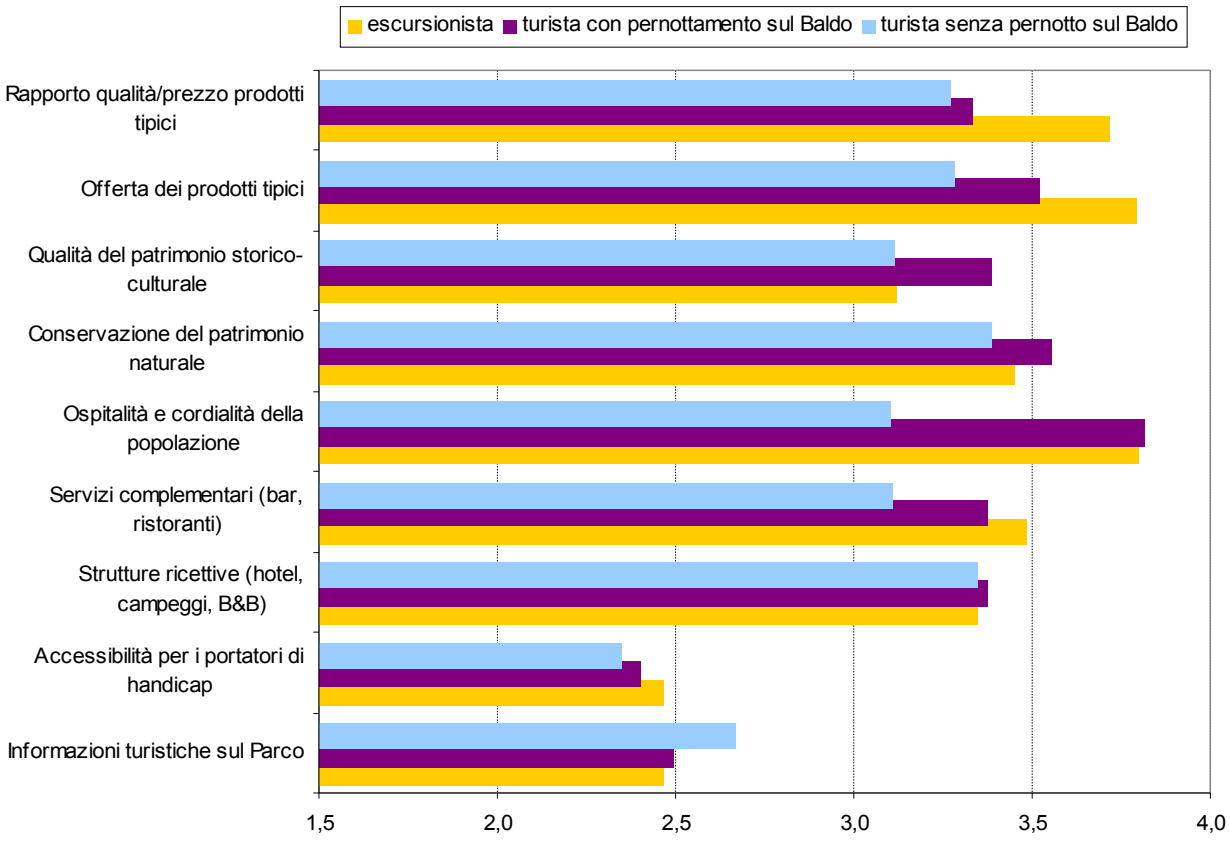


- La domanda prevedeva l'attribuzione di un punteggio da 1 a 5 per ciascuna opzione elencata. Il voto pari a 1 equivale ad un giudizio basso, il 5 è il massimo attribuibile. Con questa scala il voto 3 equivale alla sufficienza. Nei grafici sono riportati i punteggi medi.
- Le risorse ed i servizi oggetto di valutazione erano ben nove. Sette di queste hanno raggiunto e superato abbondantemente la sufficienza, con punteggio medio da 3,3 a 3,7.
- L'aspetto maggiormente apprezzato appare "l'ospitalità e la cordialità della popolazione" e risulta un dato molto confortante perché questo, come altri fattori socio culturali, sono elementi costitutivi di una comunità che si affermano con il tempo e, generalmente, non possono essere cambiati in poco tempo. E' un elemento di forza di questo territorio.
- Ben visti anche la conservazione del patrimonio naturale e l'offerta dei prodotti tipici locali; giudizio sostanzialmente positivo anche per la qualità delle strutture ricettive e dei servizi complementari anche se valutati con un voto medio leggermente inferiore agli aspetti precedenti.
- Un paio di aspetti appaiono critici: l'accessibilità per i portatori di handicap e le informazioni turistiche presenti sul parco. Il primo aspetto appare particolarmente criticato, ma il giudizio va anche contestualizzato: intervenire in un ambiente alpino di queste dimensioni appare un'operazione molto impegnativa per le caratteristiche morfologiche del territorio. L'assenza di informazioni sul parco è invece un dato che può trovare diverse giustificazioni ma viene percepito come insufficiente, soprattutto dagli stranieri.
- I giudizi più critici provengono principalmente dalla fascia di età più anziana, in particolare i turisti tra i 60 ed i 70 anni. I giovani sotto i 30 anni sono invece, generalmente, i più soddisfatti.
- Il giudizio dei turisti italiani e degli stranieri coincide in diversi aspetti: qualità delle strutture e dei servizi complementari, rapporto qualità/prezzo (dove veneti e lombardi sono i meno soddisfatti) e offerta prodotti tipici. Gli stranieri apprezzano meno degli italiani l'ospitalità e la cordialità della popolazione.


Rapporto qualità/prezzo prodotti tipici
Offerta dei prodotti tipici
Qualità del patrimonio storico-culturale
Conservazione del patrimonio naturale
Ospitalità e cordialità della popolazione
Servizi complementari (bar, ristoranti)
Strutture ricettive (hotel, campeggi, B&B)
Accessibilità per i portatori di handicap
Informazioni turistiche sul Parco
1,5
2,0
2,5
3,0
3,5
4,0
4,5
oltre 70 anni
da 61 a 70 anni
da 51 a 60 anni
da 41 a 50 anni
da 31 a 40 anni
fino a 30 anni


Rapporto qualità/prezzo prodotti tipici
3,3
3,4
Offerta dei prodotti tipici
3,6
3,5
Qualità del patrimonio storico-culturale
3,4
3,2
Conservazione del patrimonio naturale
3,2
3,5
Ospitalità e cordialità della popolazione
3,3
3,7
Servizi complementari (bar, ristoranti)
3,4
3,3
Strutture ricettive (hotel, campeggi, B&B)
3,4
3,3
Accessibilità per i portatori di handicap
2,8
2,3
Informazioni turistiche sul Parco
2,3
2,5
1,5
2,0
2,5
3,0
3,5
4,0
stranieri
italiani

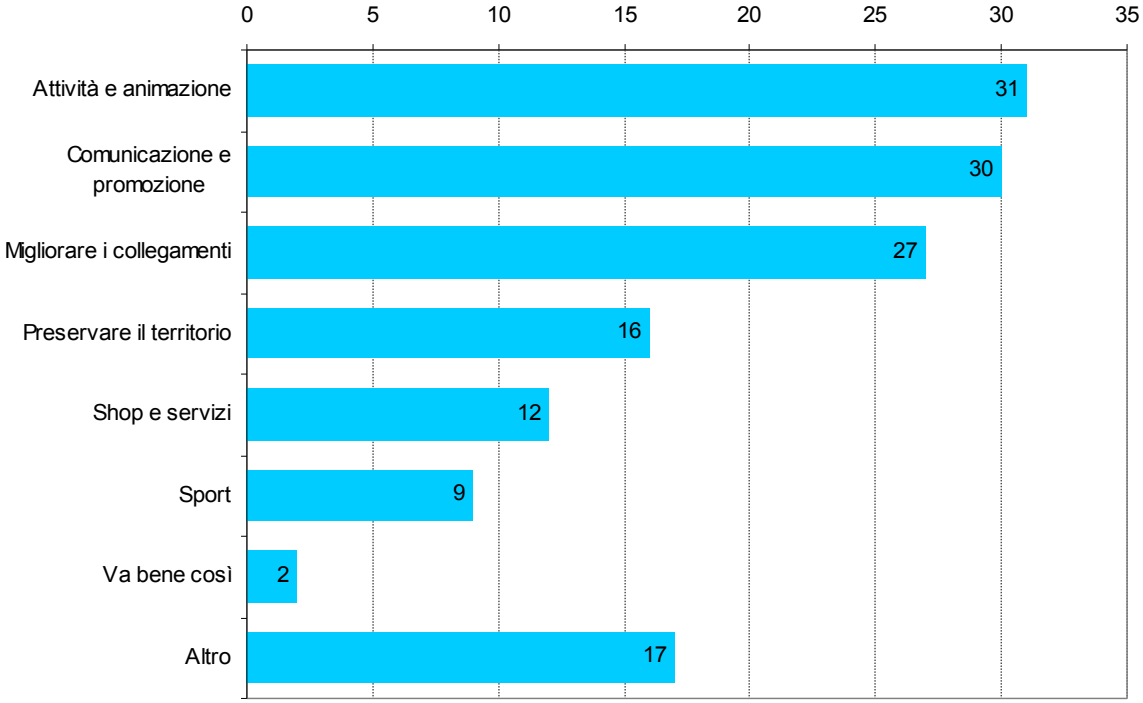

Rapporto qualità/prezzo prodotti tipici
Offerta dei prodotti tipici
Qualità del patrimonio storico-culturale
Conservazione del patrimonio naturale
Ospitalità e cordialità della popolazione
Servizi complementari (bar, ristoranti)
Strutture ricettive (hotel, campeggi, B&B)
Accessibilità per i portatori di handicap
Informazioni turistiche sul Parco
1,5
2,0
2,5
3,0
3,5
4,0
4,5
altra regione
veneto
trentino
lombardia
emilia romagna


escursionista
turista con pernottamento sul Baldo
turista senza pernotto sul Baldo
Rapporto qualità/prezzo prodotti tipici
Offerta dei prodotti tipici
Qualità del patrimonio storico-culturale
Conservazione del patrimonio naturale
Ospitalità e cordialità della popolazione
Servizi complementari (bar, ristoranti)
Strutture ricettive (hotel, campeggi, B&B)
Accessibilità per i portatori di handicap
Informazioni turistiche sul Parco
1,5
2,0
2,5
3,0
3,5
4,0

3.6 Idee e prospettive

Secondo lei quale iniziativa o progetto dovrebbe avviare il Parco del Baldo per promuovere un TURISMO sostenibile?

Le risposte aperte sono state riportate in 8 categorie. Le frequenze sono riportate nel seguente grafico, le risposte sono riportate integralmente di seguito nelle varie categorie.



Attività e animazione

- organizzare attività-feste
- attrattive
- avviare iniziative
- coinvolgere maggiormente i bambini e i ragazzi
- escursioni guidate
- eventi di informazione
- giochi nella natura
- gite e laboratori, animazione
- gite gratis con pulmino a brentonico
- iniziative gastronomiche (cucina locale) in piazza
- laboratori nel parco, per sensibilizzare i turisti al rispetto dell'ambiente
- maggiori info e maggiori attività
- maggiori info sulle attività
- maggiori iniziative
- organizzare corsi, animazione, più locandine, offerte gite/escursioni
- percorsi escursionistici guidati
- più animazione e serate
- più animazione per i giovani
- più divertimento

- più feste per i giovani
- più strutture e attrazioni per i bambini
- sagre paesane
- segnalare meglio i sentieri esistenti e sviluppare nuovi percorsi
- spettacoli teatrali con attori famosi (come anni fa)
- visite guidate
- visite guidate (flora e fauna)
- visite guidate nel parco

Comunicazione e promozione

- educare i turisti
- incentivare i “suoni delle dolomiti”
- indicazioni passeggiate, funivia malcesine-polsa
- info in rete, web
- informazione
- iniziative web
- istruire i turisti con pannelli/depliant
- maggiore informazione
- maggiore informazione sul parco
- maggiore informazione, anche visiva tramite cartellollonistica
- maggiore promozione sport di montagna
- maggiore pubblicità, organizzazione eventi
- maggiore pubblicizzazione
- maggiori informazioni
- maggiori informazioni sulle valenze ambientali
- marketing nelle famiglie anche locali
- non siamo informati
- più informazione
- più informazioni
- promozione energia rinnovabile
- promozione fattiva-attiva e responsabile
- promozione interessane la trentino card
- promozioni a livello giovanile e culturale
- promuovere i servizi pubblici di trasporto
- promuovere meglio il territorio
- pubblicità (mass media)
- puntare su un turista più sensibile al fattore ambiente
- suoni delle dolomiti

Migliorare i collegamenti

- allacciamento strada Polsa – San Valentino
- chiusura strada da San Valentino sostituito con bus navetta
- chiusura strada provinciale e accesso con pulmini
- collegamento con altre valli
- collegamento lago garda-polsa
- collegamento malcesine-san valentino
- collegamento san valentino-dossioli aperto tutto l'anno
- collegamento strada nuova Polsa-San Giacomo
- impianti a fune
- maggiore trasporto (bus navetta) maggiore info su raccolta rifiuti
- migliorare collegamenti e servizi
- migliorare collegamento Polsa-San Valentino
- migliorare i percorsi, sentieri, più notizie
- migliorare la sentieristica

- migliorare segnalazione di sentieri e servizi
- migliore viabilità
- più infrastrutture di qualità
- potenziare trasporti pubblici
- ristrutturare le strade
- servizio di trasporto (navetta) dalla stazione di Rovereto
- sistemare la viabilità
- trasporto organizzato

Preservare il territorio

- aumentare le giornate senz'auto
- bus navette
- chiusura strade
- chiusura strade al traffico
- controlli e serietà nella conservazione del territorio
- domenica senz'auto e coinvolgere le famiglie
- fermare le auto e moto e trasportare i turisti con i bus
- giornate senz'auto
- maggiore protezione degli animali
- navetta
- protezione dell'attuale forma. No ad espansione alberghiera
- ridurre l'accesso alle auto private su più percorsi e per più giorni e incrementare le navette
- salvaguardia flora e fauna sullo stile altoatesino
- tenere i sentieri puliti e le strade chiuse
- tutela e informazione flora e fauna, guide turistiche
- una domenica ecologica al mese nel periodo estivo coinvolgendo le famiglie

Shop e servizi

- abbassare i prezzi
- aumentare la ricezione in ambienti ecocompatibili
- favorire turismo di famiglia (card)
- mancano negozi in polsa
- offerta pacchetti: alloggio/gite bike guidate/acquisto prodotti locali
- pacchetti natura per famiglie scontati con escursioni
- più servizi e negozi alimentari
- più servizi pubblici a prezzo accessibiole, più abbonamenti seggiovie
- promozione produzioni locali
- rifugi con rapporto qualità prezzo
- soggiorno bimbi gratis fino a 12 anni
- sviluppare più itinerari per famiglie

Sport

- bike
- dotare le strutture commerciali di punti noleggio bici
- impianti di risalita non inquinanti
- iniziative sportive ben pubblicizzate
- ippovia
- miglioramento impianti sciistici
- pista di fondo in val parol
- promuovere itinerari su mountaibike e bici
- sport, cultura per i seniores

Va bene così

- già abbastanza

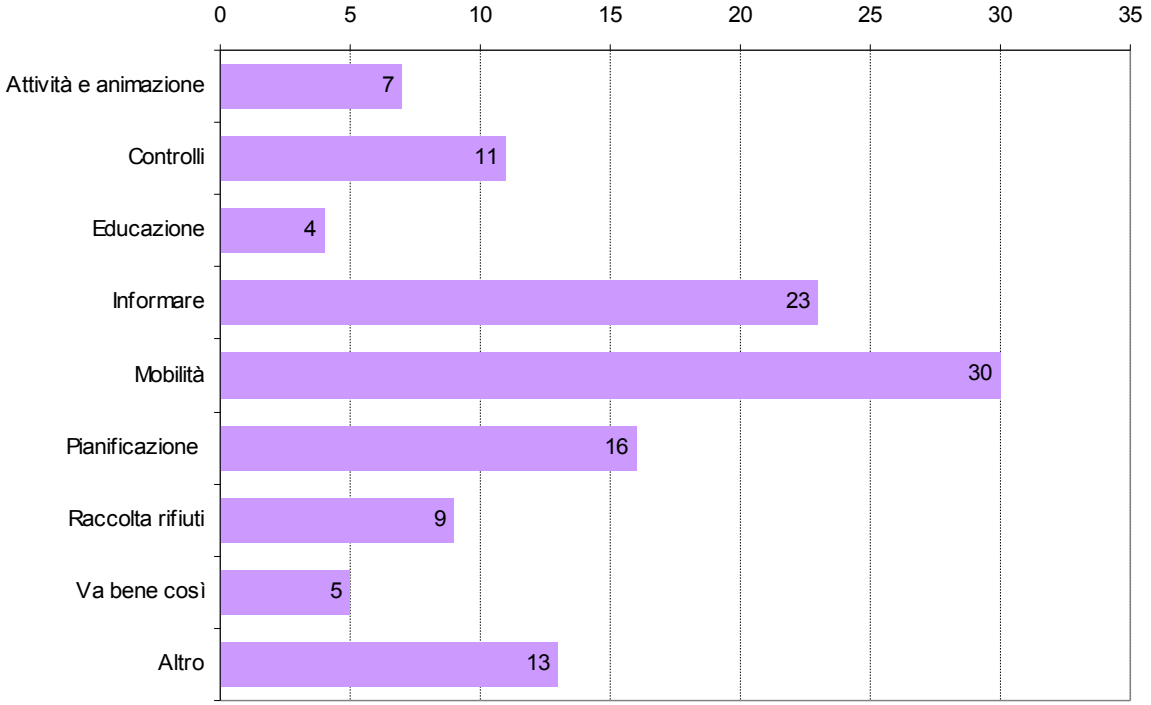
- valorizzare ciò che già c’è

Altro

- aiutare le persone che vivono e lavorano in montagna
- catturare tutti gli orsi
- coinvolgere anche la provincia di verona
- coinvolgimento scuole e associazioni varie
- collaborazione con chi vive sui monti del baldo
- controllare i turisti “vandali”
- gestione da persone competenti
- Innovazione generale
- istruzione ed educazione
- non coinvolgere i politici
- non può esistere un turismo eco-sostenibile
- personale addetto specifico
- pochi vincoli
- se possibile eliminare generatori di corrente nelle malghe
- sostenere le malghe
- valorizzare il paesaggio, dare informazioni più chiare sui sentieri. Ripulire l'ambiente dai rifiuti di animali limitando i pascoli
- valorizzare il territorio

Secondo lei quale iniziativa o progetto dovrebbe avviare il Parco del Baldo per preservare l'AMBIENTE?

Le risposte aperte sono state riportate in 9 categorie. Le frequenze sono riportate nel seguente grafico, le risposte sono riportate integralmente di seguito nelle varie categorie.



Attività e animazione

- aumentare le iniziative per i ragazzi/bambini: è su di loro che si deve investire
- escursioni guidate
- guide faunistiche, floreali
- guide organizzate all'educazione per il rispetto dell'ambiente
- maggiori visite guidate sul posto
- percorsi ed escursioni guidate
- più accompagnatori di montagna

Controlli

- controllare
- controllo monitorato dell'ambiente
- maggiore controllo
- maggiore controllo di atti vandalici (es. rifiuti montagna, raccolta fiori protetti, ecc)
- mettere più divieti
- più controlli
- più controlli nelle aree protette da parte dei forestali
- più controllo generale
- più manutenzione e controllo
- squadra ecologica

Educazione

- educazione dei minori
- laboratori di flora e fauna
- percorsi per ragazzi
- progetti con le scuole

Informare

- conoscenza
- corretta gestione del patrimonio esistente, sensibilizzazione
- far capire che l'uomo non è padrone dell'ambiente
- fare più cultura tra i giovani, attività di sensibilizzazione con filmati, conferenze, laboratori per ragazzi
- incentivare il turismo
- informazione sulle conseguenze
- informazione, seminari, gite guidate
- maggiore informazione (opuscoli, media, tv)
- maggiori info sul comportamento
- maggiori info sull'ecosistema presente
- marketing nelle famiglie anche locali
- percorsi guidati con cartellonistica
- più info, più cartelli, più depliants, più un chiosco al Passo con delle persone formate
- più informazione
- più informazioni, più cartelli
- promuovere cultura/informazione capillare agli ospiti – sensibilizzazione attraverso messaggi chiari nei luoghi visitati
- promuovere gite sul territorio alle scuole, visibilità su web
- sensibilizzare la popolazione locale al rispetto dell'ambiente e del territorio
- sensibilizzazione dei turisti
- sensibilizzazione del turista
- sensibilizzazione e gestione rifiuti
- visite guidate, info

Mobilità

- blocco circolazione con bus navetta giornalieri
- bus navetta
- chiusura strade al traffico
- contenere l'afflusso veicolare al parco e l'affluenza al rifugio Altissimo ormai insostenibile
- costruire parcheggi
- divieto utilizzo auto in alcune giornate
- escludere le auto
- evitare moto
- fermare auto e moto
- giornate senza auto
- giornate senz'auto
- impedire il passaggio delle autovetture nei sentieri
- impedire l'utilizzo di veicoli a motore in molti luoghi
- incrementare il numero di gg senz'auto sul baldo
- la viabilità
- limitare al max l'uso dell'auto privata
- limitare il passaggio di veicoli in determinati luoghi
- limitare l utilizzo di auto solo nei centri abitati

- limitare le auto
- limitare l'uso di automobili
- limitare uso auto, implementare trasporto pubblico dedicato
- meno macchine
- meno moto e macchine
- migliorare le vie d'accesso e i percorsi della montagna
- navetta
- parcheggi
- seggiovia d'estate
- sentieristica
- sistemare la viabilità
- sistemare le strade

Pianificazione

- aumentare i pascoli e togliere gli orsi
- blocco costruzioni e passaggio veicoli
- collegare i vari prati del parco
- fare attenzione ai pascoli
- ingresso a pagamento per auto nelle strade sterrate
- maggiore protezione dell'ambiente
- maggiore tutela delle acque
- percorsi con più rifugi
- piani regolatori per nuove costruzioni
- progetti di sensibilizzazione
- regole
- regole per tutti
- ridurre nuove costruzioni
- stop alla costruzione di nuove case
- stop alle seconde case
- tutelarlo

Raccolta rifiuti

- controllare come hotel e ristoranti smaltiscono i rifiuti
- limiti e regole sui rifiuti
- luoghi per raccolta rifiuti
- più bidoni per la raccolta differenziata
- più contenitori per rifiuti
- più personale per pulizia e più cestini
- pulizia dei boschi e cestini porta rifiuti
- raccolta più attenta dei rifiuti, rapporto diretto dell'ambiente
- raccolta rifiuti

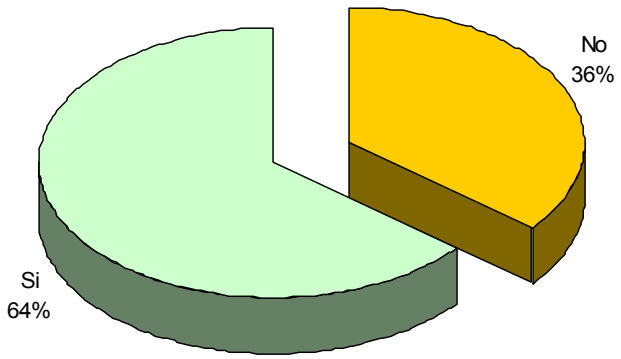
Va bene così

- è già abbastanza
- è già in buono stato
- lasciarlo così
- mantenerlo come si presenta
- mi sembra sia ben preservato

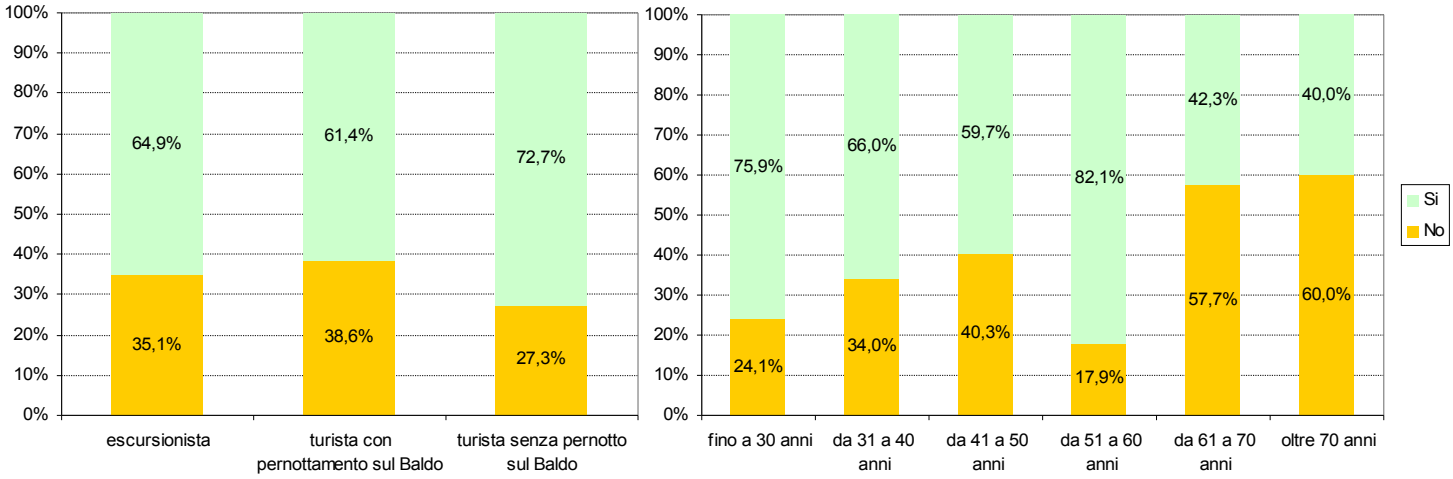
Altro

- apicoltura
- avere rispetto della natura
- con fatti e non parole
- degrado del parco causato da maggiore turismo
- festa paesana della pulizia dei boschi con polenta per tutti
- introduzione di piante e animali nell'ambiente
- istituzione aree floristiche e faunistiche
- maggiore presenza qualitativa addetti
- più orsi
- pulizia
- ristrutturazione malghe
- valorizzare le singole valenze di ogni paese
- vietare caccia e disboscamento

Sarebbe disposto a pagare un po' di più in cambio di un agriturismo/hotel/B&B più attento al rispetto dell'ambiente?

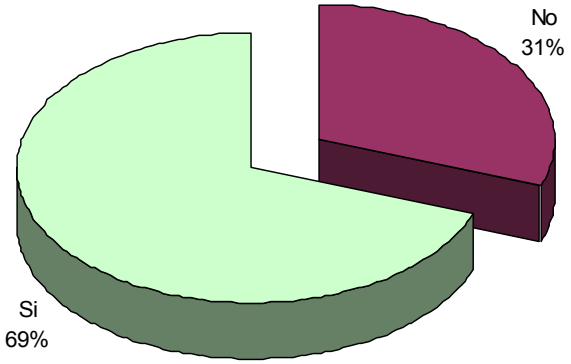


- Si registra una interessante disponibilità, da parte dei rispondenti, a spendere un po' di più in cambio di una ospitalità più attenta all'ambiente (in media 2 rispondenti su 3).
- L'ambiente è percepito come una risorsa da preservare soprattutto dalle giovani generazioni che sono maggiormente disposti a spendere di più in cambio di una maggiore attenzione alle questioni ambientali interconnesse con l'ambiente. Tale disponibilità è maggiormente rilevata anche dalle donne. Scarsa disponibilità si registra invece tra gli anziani (solo un rispondente su 3).
- Le differenze fra i turisti e gli escursionisti non appaiono rilevanti, ma mettono in luce una interessante sfaccettatura. I turisti che non pernottano sul Baldo registrano una disponibilità maggiore (73%) contro il 61% di quelli che pernottano sul territorio del Parco. Gli escursionisti non si sbilanciano registrando sostanzialmente gli stessi valori di quelli complessivi.

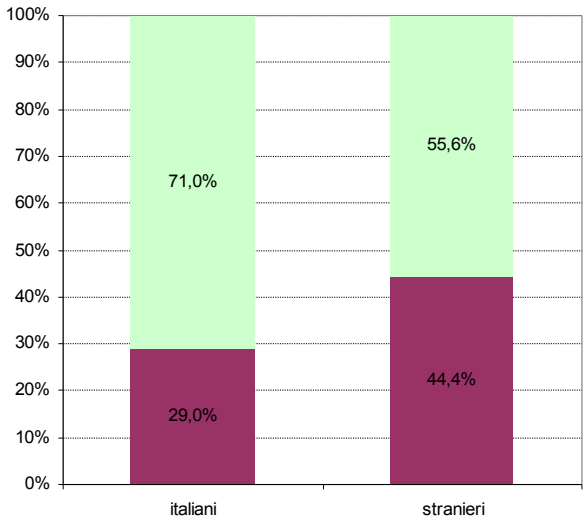


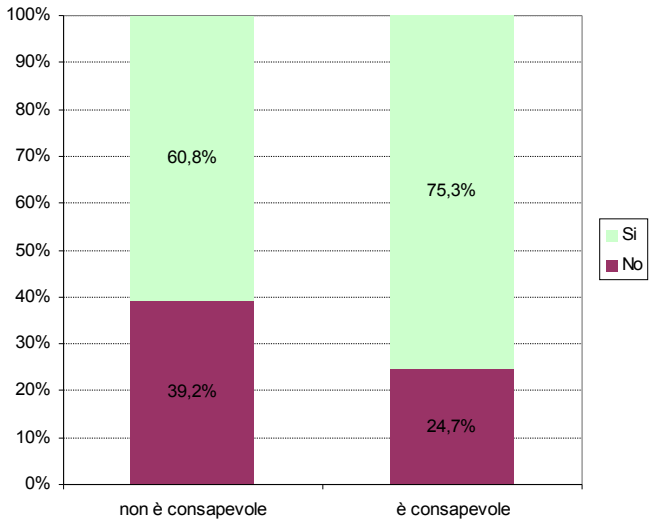
3.7 Informazioni "turistiche"

Ha già visitato altre aree protette?

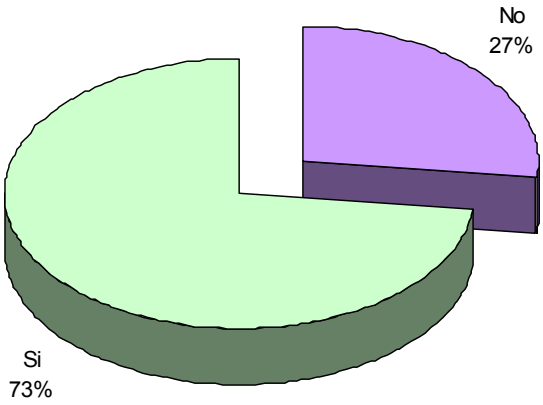


- Le persone che frequentano il territorio del Baldo e che hanno risposto al questionario sono soprattutto turisti che hanno già visitato altre protette.
- Nella maggior parte dei casi (75%) si tratta anche di persone consapevoli di essere in un'area protetta.Questa consapevolezza è decisamente più marcata nei rispondenti italiani (71%) rispetto agli stranieri (56%).
- Fra gli italiani quelli che registrano percentuali minori sul "No", che quindi non ha mai fatto visita in altre aree protette, si segnalano i residenti in Emilia Romagna.
- Moltissimi i parchi e le aree protette che vengono citate dai turisti intervistati. Le citazioni e le classificazioni sono davvero tante. In questa sede riportiamo i luoghi che vengono citati più volte: Parco dell'Adamello, Parco dello Stelvio, Parco d'Abruzzo, Parco Paneveggio. Altri casi isolati fanno riferimento a luoghi come Lago Cei , Val di Genova, Val Brembana (Bg) e Vendicari (SR).

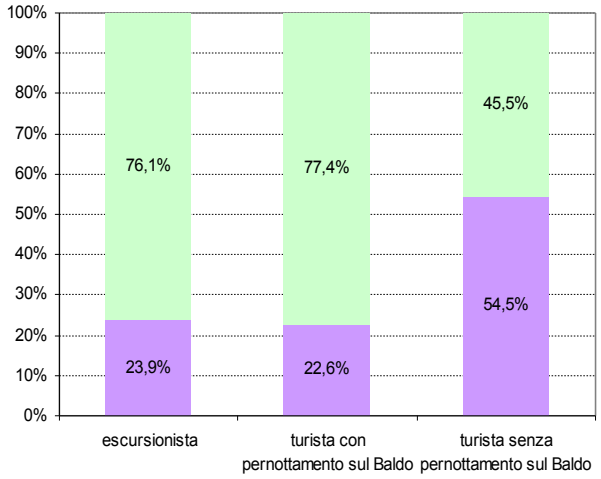


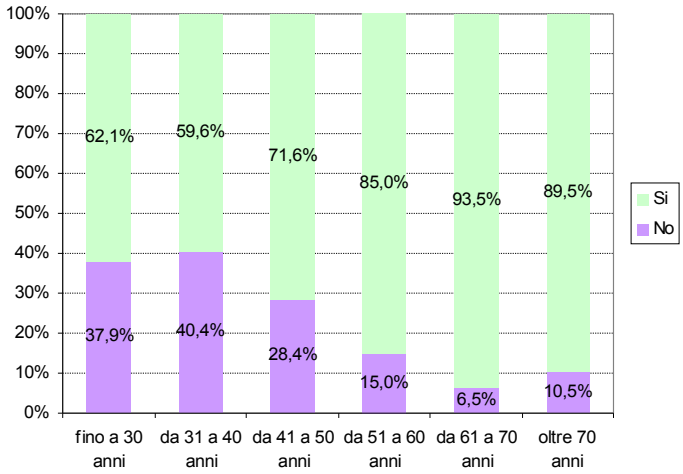


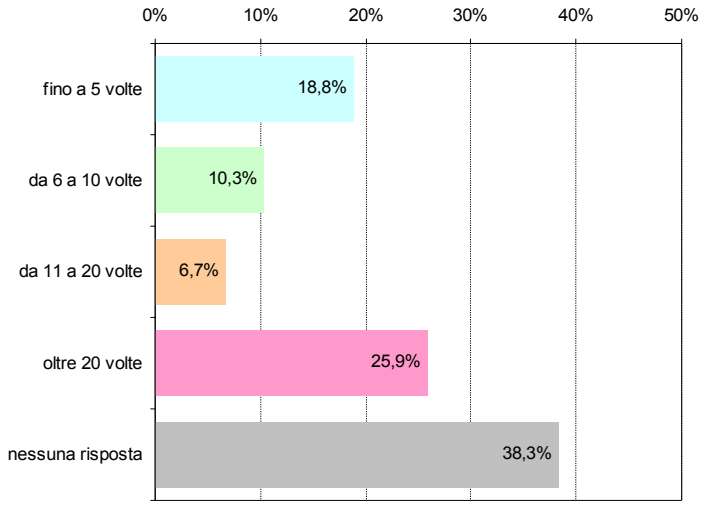
Ha visitato altre volte il territorio del Baldo?



- Tre rispondenti su quattro sono visitatori ricorrenti: questi infatti affermano di non essere alla loro prima visita sul territorio del Parco.
- La variabile età appare una variabile discriminante: sostanzialmente tutti gli ultra 70enni si trovano a soggiornare nel territorio del Parco per la "ennesima" volta. Tra i più giovani invece "solo" il 60% ha già frequentato il Baldo prima del 2013.
- La maggior parte dei turisti che non hanno pernottato sulle strutture o case interne al Parco del Baldo sono turisti che arrivano nel territorio per la prima volta.

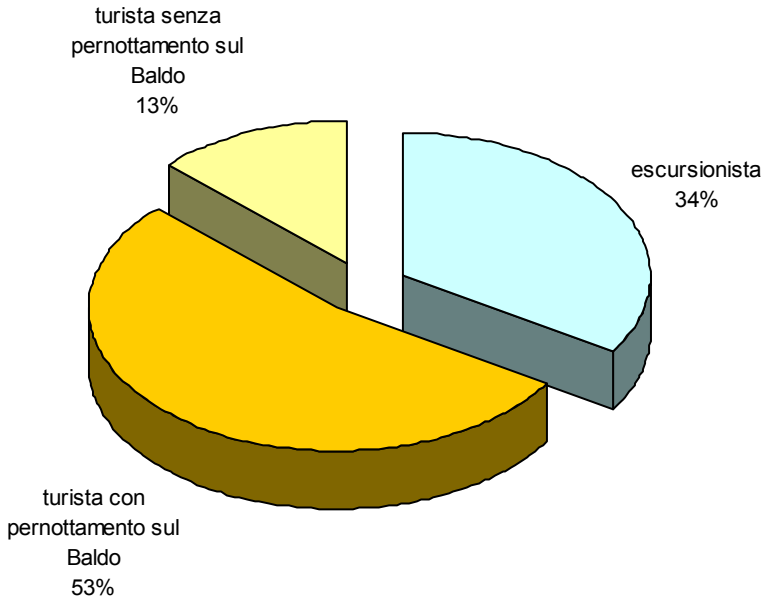




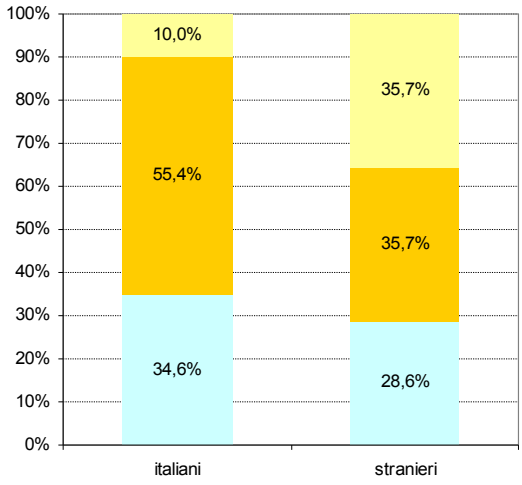


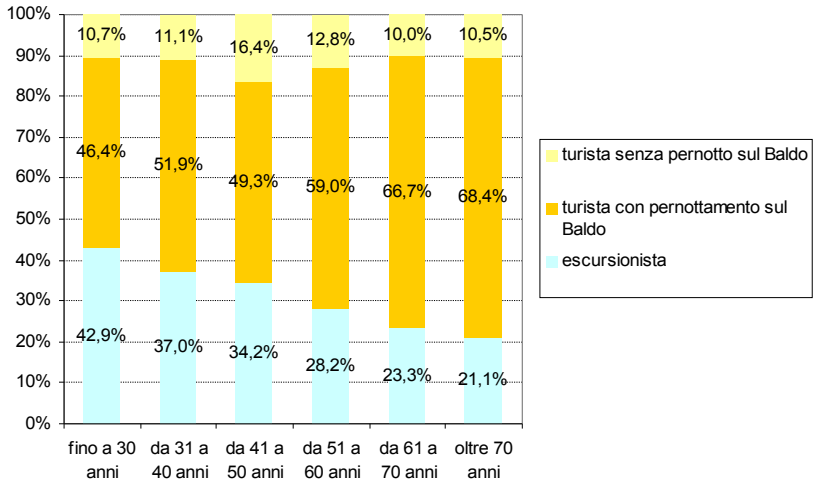
- Un quarto delle risposte proviene da turisti che conoscono bene il territorio visto che dichiarano frequenze superiori alle 20 volte.
- Circa il 20% sono invece turisti “novelli” che registrano frequenze entro le 5 volte
- Molti non hanno indicato alcun numero né un periodo di tempo.

Lei è qui come:



- Due rispondenti su tre affermano di essere dei turisti e di questi la fetta principale è composta da turisti che pernottano presso strutture e/o case situate nell'area del Monte Baldo.
- Circa un questionario su tre proviene da escursionisti giornalieri; questi sono prevalentemente costituiti dalle classi di età più giovani.
- Molto interessante l'analisi di questa risposta per fasce di età. Se togliamo la fetta di turisti che pernottano fuori dal Baldo (circa il 13%) si nota che i giovani intervistati sono per la metà escursionisti e per la metà turisti che alloggiano sul Baldo, proporzione che si sposta e cambia completamente con l'aumentare dell'età.
- Gli stranieri si comportano in maniera abbastanza differente: la parte dell'escursionista si riduce, mentre aumenta la parte relativa ai turisti con il pernottamento esterno all'area del Monte Baldo.
- Ulteriore differenza rilevante la si segnala sulla regione di residenza (il grafico non è riportato). Il numero dei residenti in trentino e che si dichiara escursionista è paria al 55% degli intervistati seguito dai veneti che raggiungono il 36%.





4 Cosa pensano gli operatori turistici

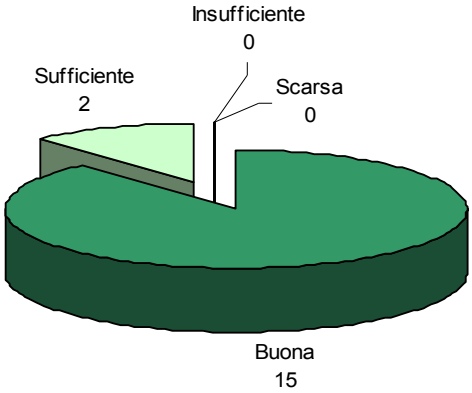
Per conoscere l'opinione degli operatori turistici è stato utilizzato lo stesso questionario rivolto ai turisti aggiustato con alcune opportune modifiche. La raccolta dell'intervista è stata alcune volte accompagnata da uno scambio informale di considerazioni e valutazioni.

La proposta di intervista è stata fatta a ciascuno dei 26 operatori selezionati in precedenza. Di questi solo 17 hanno risposto.

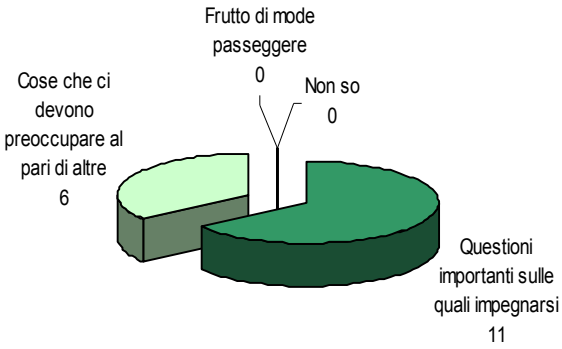
4.1 PARTE I: Valori e percezioni personali (1-2)

La tematica ambientale sembra particolarmente avvertita tra gli operatori turistici rispondenti. Per i due terzi i temi dell'ambiente sono ritenuti questioni importanti sulla quale impegnarsi. Alla richiesta di valutare la qualità dell'ambiente solo 2 gestori la ritengono appena sufficiente; quasi la totalità degli intervistati, infatti, la considerano buona.

Come valuta la qualità dell'ambiente in cui vive la maggior parte dell'anno?



Lei ritiene che i temi dell'ambiente siano:



4.2 PARTE II: Percezioni sul territorio del Parco (3-6)

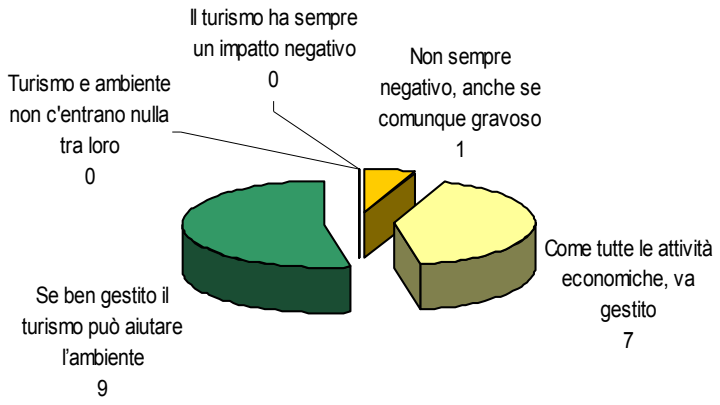
Fondamentale per l'indagine è il punto di vista degli intervistati sul rapporto turismo e ambiente. In questo caso abbiamo raccolto risposte differenziate: 9 operatori turistici ritengono che se ben gestito il turismo possa aiutare l'ambiente; 7 ritengono invece che debba essere gestito come tutte le attività economiche; solo un'esigua minoranza ritiene che lo sviluppo del turismo provochi un impatto gravoso, anche se non sempre negativo, sulla qualità dell'ambiente.

Il turismo nel dintorno del Parco quindi, a detta degli operatori, è fortemente legato agli aspetti naturalistici ed al contesto ambientale.

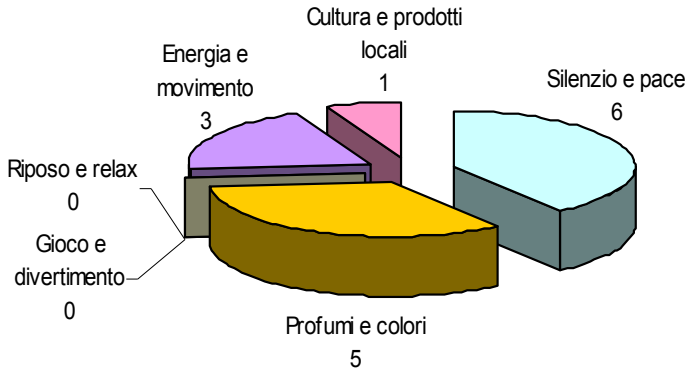
Gli operatori intervistati vedono nelle coppie di parole Silenzio-pace e Profumi-colori le combinazioni che meglio esprimono l'esperienza della presenza sul Baldo (con 6 citazioni la prima e 5 la seconda); seguono, con numeri inferiori, Energia-movimento e Cultura-prodotti locali.

Relativamente agli ambiti territoriali di maggiore pregio, stando alle dichiarazioni degli intervistati, il Baldo sembrerebbe identificarsi principalmente con la Val del Parol ed il rilievo Bes Corna Piana.

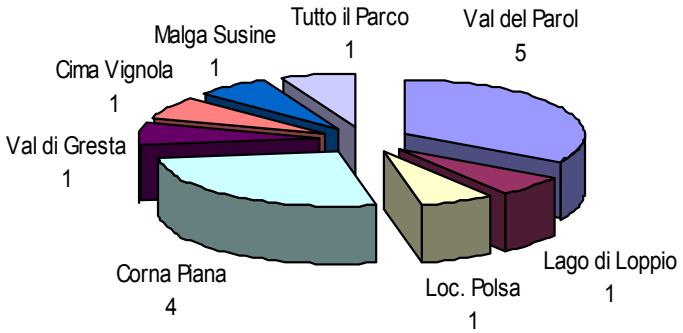
Lo sviluppo del turismo, secondo lei, come influisce sulla qualità dell'ambiente?



Indichi la "coppia di parole" che più di altre potrebbero raccontare l'esperienza della sua presenza sul Baldo:



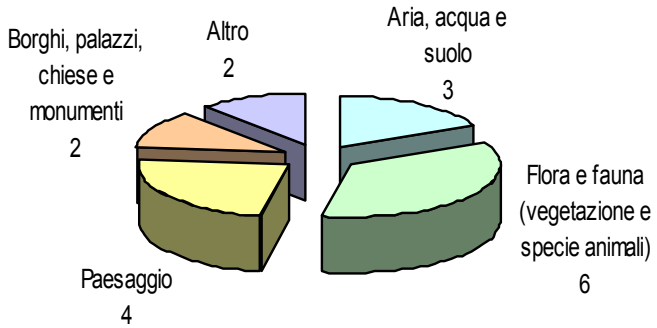
Sulla base delle sue conoscenze indichi un luogo di pregio del Parco da segnalare:



Ma quali sono le componenti ambientali che rischiano il maggior degrado nel Parco?

Quasi la metà degli intervistati ritiene che flora e fauna siano le componenti sottoposte a maggiore rischio, seguono paesaggio, aria acqua e suolo, borghi palazzi chiese e monumenti; solo 1 gestore ritiene che nessuna componente proposta rischia di essere compromessa. Si tratta di un'indicazione utile anche al fine di individuare i primi possibili ambiti di protezione su cui il Parco potrebbe cimentarsi.

Quali sono, secondo Lei, le componenti ambientali che rischiano il maggior degrado nel Parco del Baldo?



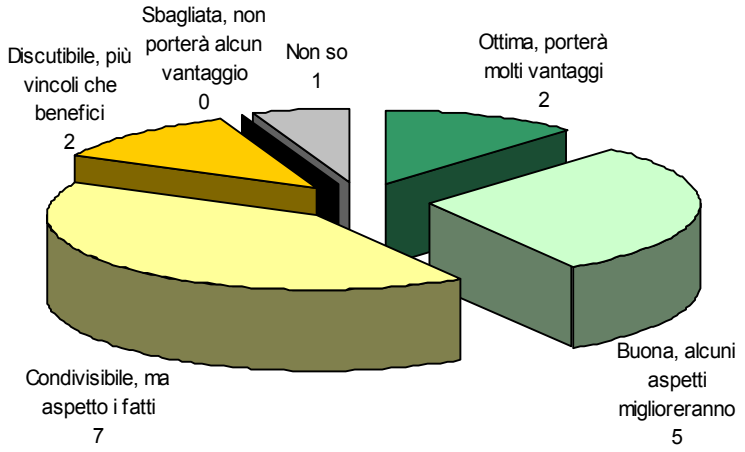
4.3 PARTE III: Percezioni sul Parco e sui servizi turistici resi dal territorio (7-9)

È stata sondata poi la conoscenza da parte dei gestori delle strutture del neo costituito Parco Naturale Locale del Monte Baldo. La presenza del Parco risulta sconosciuta ad un numero minimo di operatori (solo 3 sui 16 rispondenti), segno di interesse da parte dei gestori alle vicende del territorio baldense.

Molto alta è la quota di coloro che ritengono l'istituzione dell'area protetta una decisione condivisibile (anche se aspettano i fatti), oltre che rappresentare un'importante fattore con indubbie ricadute positive. Esigua invece la quota che la vede come una fonte di limitazioni e vincoli per lo sviluppo del territorio e dell'attività economica.

Interessante notare come nessun intervistato abbia considerato sbagliata la decisione, che non porterà alcun vantaggio.

L'istituzione del Parco Naturale Locale del Monte Baldo, secondo lei è una decisione:

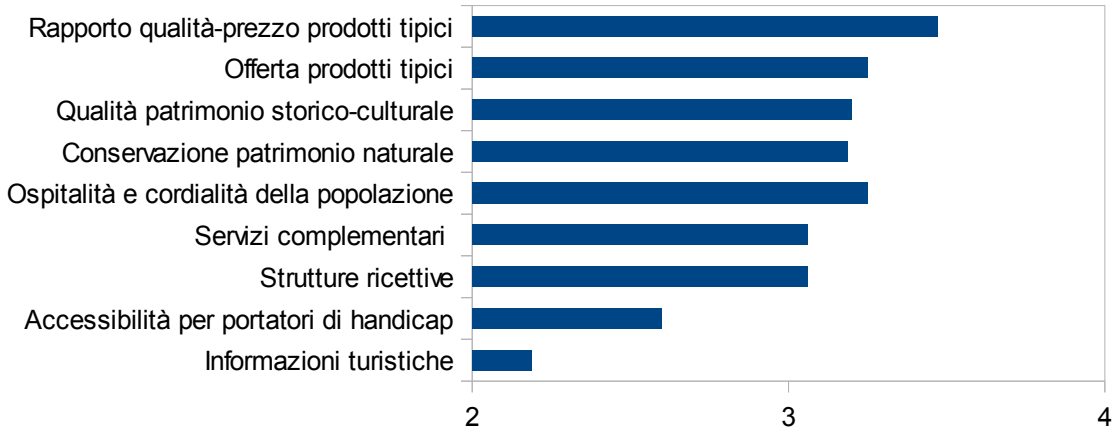


Fissando l'attenzione sui servizi offerti sul territorio del Parco, è stato chiesto di valutarne la qualità con riferimento ad esempio alle informazioni turistiche sul Parco, all'offerta ricettiva, ai servizi complementari, alla conservazione del patrimonio naturale, ecc.. La votazione assegnata ai diversi aspetti indagati fornisce un'indicazione sul grado di aspettative che essi nutrono nei confronti di questi stessi aspetti.

In un'ideale graduatoria riguardante i diffusi aspetti connessi con la qualità dell'offerta turistica gli operatori riconoscono il primato ideale al buon rapporto qualità/prezzo dei prodotti tipici. Si tratta, vale la pena ricordarlo, dell'opinione degli operatori turistici locali ... da incrociare con quanto espresso dai visitatori.

Per il dettaglio si rimanda all'istogramma che segue; si evidenzia, ma è naturale che sia così, la percezione che la qualità dell'offerta di informazioni possa essere migliorata. Attenzione anche all'opinione espressa dai turisti.

Come valuta la qualità delle seguenti risorse-servizi presenti sul territorio del Parco del Baldo? * (1=voto basso, ..., 5=voto massimo)



* Punteggio medio espresso per ogni risorsa-servizio

4.4 PARTE IV: Idee e prospettive (10-12)

Quest'ultima parte del questionario è orientata al futuro ed ha raccolto le idee ed i suggerimenti degli operatori sulle priorità di intervento.

Idee per il turismo sostenibile

La prima domanda era orientata a raccogliere iniziative o progetti che il Parco del Baldo dovrebbe avviare per promuovere un turismo sostenibile.

I suggerimenti utili raccolti sono di seguito riportati:

- Valorizzare le peculiarità del territorio del Parco anche in relazione ai vicini competitor
- Riqualificare e sistemare il patrimonio esistente
- Promuovere iniziative, eventi ed attività sportive
- Aumentare le proposte di escursioni guidate e migliorare la visibilità dei sentieri (turismo enogastronomico)
- Favorire una mobilità sostenibile
- Potenziare la viabilità nei centri periferici del Parco e realizzare un collegamento tra Malcesine-Polsa-San Valentino
- Coinvolgere i giovani nel turismo imprenditoriale e nella conoscenza del territorio come accompagnatori
- Creare una rete d'integrazione tra le strutture ricettive del Baldo già esistenti (Marchio comune riconoscibile)

Si percepisce la necessità di attivare e sostenere iniziative volte ad una valorizzazione delle peculiarità territoriali del Monte Baldo, ad una maggiore integrazione tra agricoltura e turismo che consenta di sviluppare vere e proprie attrattive turistiche, incentivando anche l'offerta enogastronomica locale. La promozione di percorsi turisti e l'organizzazione di eventi vengono consigliati come attività per rafforzare e concretizzare nuove alleanze e sinergie sistematiche tra l'agricoltura di montagna e il turismo sostenibile.

Quindi anche il mondo agricolo potrebbe rappresentare un punto importante su cui lavorare ed investire, valorizzando ad esempio la rete di malghe come espressione della cultura ambientale, e quindi, tramite la visita alle strutture e la conoscenza dei mestieri e dei prodotti, nonché della loro storia, farle diventare parte integrante delle escursioni (ad esempio con la possibilità di creare laboratori esperenziali per i bambini).

Considerando infine i percorsi di mountain-bike e trekking, che bene si integrano in una scelta di turismo rispettoso all'ambiente, si tratterebbe di sfruttare la fitta rete già esistente rendendola più accessibile mediante una segnaletica completa e l'attuazione di forme più mirate ed accattivanti di comunicazione.

In particolare il ruolo dei giovani viene considerato dagli intervistati strategico per una migliore conoscenza e fruizione del territorio.

Idee per preservare l'ambiente

Una ulteriore domanda era posta infine per conoscere il punto di vista degli operatori turistici nel confronti delle iniziative da assumere per la conservazione e la valorizzazione dell'ambiente.

I suggerimenti utili raccolti sono di seguito riportati:

- Implementare il servizio bus navetta nel periodo estivo

- Creare e promuovere i sentieri ed aumentarne la visibilità
- Promuovere buone pratiche ambientali in particolare per la gestioni rifiuti
- Agricoltura e allevamento certificati BIO
- Aumentare le proposte di escursioni guidate
- Promuovere laboratori didattici e “fattorie didattiche”
- Avviare nuove iniziative, mostre, collaborazioni con musei, …
- Proseguire sulla strada dell'informazione e della cultura della montagna
- Conservazione prati, pascoli, zone umide e pozze d'alpeggio
- Coinvolgere tutte le aziende del territorio e promuovere i propri prodotti e ricettività locali

Le linee d'indirizzo indicate dagli operatori per preservare il territorio baldense agiscono principalmente su due fronti. Il primo riguarda progetti di mobilità sostenibile, incentivando l'istituzione di un servizio di trasporto alternativo con bus navetta, specialmente durante la stagione estiva, al fine di favorire gli spostamenti dei turisti con mezzi pubblici. Il secondo riguarda la conservazione del patrimonio naturale e la cura del territorio, che si sottolineano essere utili sia a migliorare la qualità della vita degli abitanti sia l'attrattività del territorio stesso. Le indicazioni di conservazione e protezione vengono integrate con quelle inerenti la promozione e l'uso sociale del territorio, la ricerca e la divulgazione scientifica.

Viene riconosciuto anche il ruolo dell'agricoltura nel produrre processi ambientalmente virtuosi, quali la salvaguardia di produzioni locali di nicchia e la manutenzione del territorio.

Gli intervistati si mostrano anche interessati ed assegnano particolare importanza alle strutture ricettive sensibili alla qualità e al rispetto dell'ambiente, rendendosi disponibili ad assumere comportamenti virtuosi anche a carattere oneroso.

5 Allegato: questionario per i turisti

QUESTIONARIO PER I TURISTI

Gentile ospite, il Parco del Baldo sta predisponendo il proprio Piano di gestione.
Per questo le idee e le impressioni dei turisti e degli escursionisti sono molto preziose.
Attraverso le sue risposte Lei potrà contribuire attivamente alla buona riuscita dell'iniziativa.

Valori e percezioni personali

1. Come valuta la qualità dell'ambiente in cui vive la maggior parte dell'anno? (1 risposta)

Buona ..... ☐
Sufficiente ..... ☐
Insufficiente ..... ☐
Scarsa ..... ☐

2. Lei ritiene che i temi dell'ambiente siano: (1 risposta)

Questioni importanti sulle quali impegnarsi ..... ☐
Cose che ci devono preoccupare al pari di altre ..... ☐
Frutto di mode passeggere ..... ☐
Non so ..... ☐

Percezioni sul territorio del Parco

3. Sulla base delle sue conoscenze indichi un luogo di pregio del Parco da segnalare:

.....
in Comune di .....

4. Lo sviluppo del turismo, secondo lei, come influisce sulla qualità dell'ambiente? (1 risposta)

Il turismo ha sempre un impatto negativo ..... ☐
Non sempre negativo, anche se comunque gravoso ..... ☐
Come tutte le attività economiche, va gestito ..... ☐
Se ben gestito il turismo può aiutare l'ambiente ..... ☐
Turismo e ambiente non c'entrano nulla tra loro ..... ☐

5. Indichi la "coppia di parole" che più di altre potrebbero raccontare l'esperienza della sua presenza sul Baldo: (1 risposta)

Silenzio e pace..... ☐
Profumi e colori..... ☐
Gioco e divertimento..... ☐
Riposo e relax..... ☐
Energia e movimento..... ☐
Cultura e prodotti locali..... ☐

6. Quali sono, secondo Lei, le componenti ambientali che rischiano il maggior degrado nel Parco del Baldo? (1 risposta)

Aria, acqua e suolo..... ☐
Flora e fauna (vegetazione e specie animali)..... ☐
Paesaggio ..... ☐
Borghi, palazzi, chiese e monumenti..... ☐
..... ☐
Altro (specificare)_____

Percezioni sul Parco e sui servizi resi

7. Lei sa che si trova e che sta visitando un'area protetta appena costituita (PARCO DEL BALDO)?

Si..... ☐
No..... ☐

8. L'istituzione del PARCO NATURALE LOCALE DEL MONTE BALDO, secondo lei è una decisione:

Ottima, porterà molti vantaggi ..... ☐
Buona, alcuni aspetti miglioreranno..... ☐
Condivisibile, ma aspetto i fatti ..... ☐
Discutibile, più vincoli che benefici..... ☐
Sbagliata, non porterà alcun vantaggio ..... ☐
Non so ..... ☐

9. Come valuta la qualità delle seguenti risorse-servizi presenti sul territorio del Parco del Baldo?
(1= voto basso, ..., 5 = voto massimo)

	1	2	3	4	5
Informazioni turistiche sul Parco					
Accessibilità per i portatori di handicap					
Strutture ricettive (hotel, campeggi, B&B)					
Servizi complementari (bar, ristoranti)					
Ospitalità e cordialità della popolazione					
Conservazione del patrimonio naturale					
Qualità del patrimonio storico-culturale					
Offerta dei prodotti tipici					
Rapporto qualità/prezzo prodotti tipici					

Idee e prospettive

10. Secondo lei quale iniziativa o progetto dovrebbe avviare il Parco del Baldo per promuovere un TURISMO sostenibile?

_____

_____

_____

11. Secondo lei quale iniziativa o progetto dovrebbe avviare il Parco del Baldo per preservare l'AMBIENTE?

_____

_____

_____

12. Sarebbe disposto a pagare un po' di più in cambio di un agriturismo/hotel/B&B più attento al rispetto dell'ambiente?

Si .....☐
No .....☐

Informazioni "turistiche"

13. Ha già visitato altre aree protette?

Si .....☐
No .....☐

14. Quali?

_____

_____

15. Ha visitato altre volte il territorio del Baldo?

Si .....☐
No .....☐

16. Quante altre volte in passato? _____

17. Lei è qui come:

Escursionista (solo per la giornata odierna).....☐
Turista (in vacanza, con pernottamento sul Baldo).....☐
Turista (in vacanza, ma pernotto fuori dal Baldo).....☐

18. Quanti giorni di vacanza trascorrerà nell'arco dell'anno?

Indichi il numero (approssimato) di giornate dedicate in un anno visite/vacanze/viaggi ecc. _____

Parte anagrafica

19. Genere:

Maschio..... ☐ Femmina..... ☐

20. Età (in anni compiuti): _____

21. Titolo di studio:

Licenza elementare/media inferiore.....☐
Diploma di scuola media superiore.....☐
Laurea.....☐
Altro.....☐

22. Occupazione attuale:

Imprenditore.....☐
Libero professionista/Quadro.....☐
Impiegato/Insegnante.....☐
Operaio.....☐
In cerca di occupazione.....☐
Casalinga.....☐
Studente.....☐
Pensionato.....☐
Altro.....☐

23. Comune di residenza

_____

24. Nazionalità

_____

Il questionario è terminato!
La ringraziamo per la Sua collaborazione!

Per qualsiasi ulteriore domanda, può contattare
parcodelbaldo@comune.brentonico.tn.it

Parte riservata all'Ufficio

Struttura	Intervist	Note	Cod