

*Indagine di verifica sulle
attività proposte dal
Parco Naturale Adamello Brenta*



a cura di Alessandro Fantelli

INDICE

1) INTRODUZIONE.....	4
2) INQUADRAMENTO GEOGRAFICO.....	5
3) IL TURISMO NEL PARCO	8
4) METODOLOGIA.....	10
5) ANALISI DEI QUESTIONARI.....	12
5.1) INFORMAZIONI PERSONALI DEI TURISTI INTERVISTATI.....	12
5.1.1) <i>Età degli intervistati</i>	12
5.1.2) <i>Durata del soggiorno degli intervistati</i>	13
5.1.3) <i>Consapevolezza del Parco</i>	14
5.1.4) <i>Titolo di studio degli intervistati</i>	15
5.1.5) <i>Tipologia di sistemazione in cui alloggiano gli intervistati</i>	16
5.2) CONOSCENZA DELLE ATTIVITÀ PROPOSTE DAL PARCO.....	16
5.3) SENSIBILITÀ AMBIENTALE E GIUSTIFICAZIONE DELLA PRESENZA DEL PARCO.....	25
6) CONCLUSIONI.....	28
BIBLIOGRAFIA	30
ALLEGATI.....	31

INDICE DELLE FIGURE E DELLE TABELLE

Figura 1. Indice di turisticità dei comuni del PNAB.	9
Figura 2. Località di somministrazione del questionario.	11
Figura 3. Età dei turisti intervistati.	12
Tabella 1. Incrocio fra età dei turisti e luoghi di somministrazione dei questionari.	13
Figura 4. Durata del soggiorno degli intervistati.	13
Figura 5. Consapevolezza di trovarsi nel territorio del Parco.	14
Figura 6. Fidelizzazione dei turisti.	14
Figura 7. Titolo di studio degli intervistati.	15
Tabella 2. Incrocio tra età degli intervistati e titolo di studio.	15
Figura 8. Tipologia di sistemazione in cui alloggiano gli intervistati.	16
Figura 9. Grado di conoscenza delle attività proposte dal Parco.	17
Figura 10. Efficienza della comunicazione del Parco.	17
Figura 11. Partecipazione da parte dei turisti alle attività proposte dal PNAB.	18
Figura 12. Motivi dell'unica partecipazione alle attività del Parco.	19
Figura 13. Motivi della mancata partecipazione alle attività del Parco.	20
Figura 14. Interesse nella destagionalizzazione da parte dei turisti.	20
Figura 15. Motivi della scelta di recarsi nei territori del PNAB in periodi fuori stagione.	21
Figura 16. Possibili attività organizzate in futuro dal Parco.	22
Figura 17. Utilità della "Parco Card".	22
Figura 18. Percentuale di acquisti della "Parco Card".	23
Figura 19. Motivazioni del mancato acquisto della "Parco Card".	23
Figura 20. Grado di conoscenza del progetto di certificazione "Qualità Parco".	24
Figura 21. Domanda di strutture certificate da parte degli intervistati.	25
Figura 22. Consapevolezza dei limiti presenti nel Parco.	26
Figura 23. Giustificazione della presenza del Parco sul territorio.	27
Figura 24. Considerazione della presenza del Parco sul territorio da parte degli intervistati.	27

1) Introduzione

Il Parco Naturale Adamello Brenta (PNAB) è un'istituzione nata nel 1988 (l.p. 18 del 6 maggio) che col passare degli anni ha assunto un ruolo sempre più importante all'interno del territorio in cui è situato. Il cammino non è sempre stato facile o senza ostacoli ma il Parco è sempre riuscito a superare le difficoltà in maniera soddisfacente per esso e la popolazione locale. Con il passare del tempo ed il crescere della struttura, il PNAB ha iniziato a costituire all'interno della sua zona di pertinenza, una figura di riferimento per un turista amante della natura incontaminata e salvaguardata. Hanno così preso luce le prime attività organizzate, progettate con un duplice scopo: sensibilizzare la popolazione locale e gli ospiti al rispetto e alla contemplazione della natura e rappresentare un'offerta turistica valida e complementare a quelle già presenti sul territorio. Da quel primo momento il numero delle attività organizzate direttamente ed indirettamente è notevolmente aumentato. E' per questo motivo che il Parco si è preoccupato di verificare se le proprie proposte fossero conosciute ed apprezzate dai turisti ed è quindi con questi obiettivi che nasce questa ricerca. Il lavoro, inoltre, si pone come ulteriore obiettivo quello di andare ad indagare dei possibili margini di azione in cui il Parco potrà muoversi per rendere la propria offerta ancora più completa e valida.

Lo scopo dell'indagine, quindi, è quello di:

- valutare il grado di conoscenza delle attività organizzate
- valutare il grado di apprezzamento delle stesse
- scoprire eventuali nuove esigenze emergenti

La struttura del report ha seguito un percorso logico. Partendo dall'analisi del contesto di riferimento si è passati, attraverso un capitolo riservato alla metodologia adottata nella costruzione dello stesso, all'analisi dei questionari somministrati sul campo e, quindi, alle conclusioni finali. Il report è stato quindi suddiviso in due parti principali, che fanno riferimento alle due fasi distinte della ricerca: la fase di analisi del contesto con conseguente ideazione della metodologia adatta a rispondere alle esigenze della questione commissionata e la successiva analisi dei dati ottenuti attraverso la somministrazione dei questionari.

Il lavoro svolto si può suddividere essenzialmente in 3 fasi. Una prima fase caratterizzata dall'ideazione e strutturazione del questionario, una seconda fase riservata

alla somministrazione dei questionari ed una terza ed ultima parte destinata all'elaborazione dei dati ed alla costruzione del report di ricerca finale.

Nella *prima fase* si è svolto un impegnativo lavoro di concertazione di mezzi ed obiettivi con la committenza. Lavorando fianco a fianco siamo riusciti a progettare un questionario soddisfacente per entrambi, suddiviso in tre macroaree:

- la prima macroarea è destinata ad investigare il grado di conoscenza del Parco Naturale Adamello Brenta e delle attività organizzate e proposte da esso, oltre ad indagare dei possibili margini di azione del Parco legati alla destagionalizzazione e alla creazione di card servizi. Fanno parte di questa area le domande numero 3, 4, 5, 5.1, 5.2, 6, 6.1, 6.2, 7, 7.1, 7.2, 9.
- la seconda macroarea è stata creata per verificare se i turisti ritengono giustificata la presenza del Parco sul territorio e se la rispettano, oltre a verificare il grado della loro sensibilità ambientale. Fanno parte di questa area le domande numero 8, 10, 11, 12.
- la terza è quella legata alle informazioni personali del turista contattato. Fanno parte di questa area le domande numero 1, 2, 13, 14, 15, 16.

Nella *seconda fase* del progetto si è proceduto alla somministrazione personale di 500 questionari a turisti che si trovavano nel territorio del Parco.

La *terza fase* si caratterizza per l'analisi dei questionari distribuiti procedendo alla creazione di grafici riassuntivi e successivamente alla relativa stesura del report finale.

2) Inquadramento geografico

Il Parco Naturale Adamello Brenta è la più vasta area protetta del Trentino e si estende su una superficie di 620,52 kmq. Al Parco appartengono il massiccio granitico dell'Adamello – Presanella sul lato occidentale e il gruppo dolomitico del Brenta su quello orientale.

Fanno parte del Parco 38 amministrazioni pubbliche comunali trentine, riunite in 5 APT di ambito, oltre ad altre associazioni minori che si occupano anch'esse di turismo. Si evidenzia che nell'area del Parco non rientrano i centri abitati, ma solo l'ambiente naturale che li circonda. Gli ambiti sono di seguito elencati.

Azienda per il turismo Terme di Comano - Dolomiti di Brenta



Fra il Lago di Garda e le Dolomiti di Brenta si colloca l'ambito delle Valli Giudicarie, una vallata ancora in gran parte incontaminata. I torrenti Sarca e Duina la dividono in tre altopiani: il Banale, il Bleggio ed il Lomaso, alla confluenza dei quali si trovano le Terme di Comano. Nella zona si trovano decine di piccoli paesi che hanno continuato a vivere delle tipiche attività agricole ed oggi sono meta ideale per una vacanza a diretto contatto con la natura.

Azienda per il turismo Madonna di Campiglio–Pinzolo–Val Rendena



La prima cosa che si nota, percorrendo la Val Rendena dal paesino di Verdesina fino a Madonna di Campiglio, è la diversità eccezionale degli ambienti naturali: ad est, si estende per chilometri il gruppo dolomitico del Brenta; ad ovest, i picchi innevati dei gruppi granitici della Presanella e dell'Adamello. Madonna di Campiglio e Pinzolo sono i due principali centri abitati e durante l'alta stagione diventano meta di numerosi turisti. Oggi la Ski Area vanta 57 impianti di risalita e si sviluppa lungo 150 km di piste con una capacità di portata di oltre 31.000 persone all'ora; sono presenti, inoltre, 50.000 mq di snowpark adibiti alla pratica dello snowboard e 40 km di piste per lo sci nordico.

A.p.t. Valli di Sole, Pejo e Rabbi



Racchiusa fra i Gruppi dell'Ortles Cevedale, dell'Adamello Presanella ed il Massiccio del Brenta, la Val di Sole si estende dal Passo Tonale alla diga di Santa Giustina verso la Val di Non. L'acqua è l'elemento dominante che regala emozioni a chi ama il rafting e benessere a chi si abbandona alle cure termali tipiche di Pejo e Rabbi. Accanto all'attività

turistica, la popolazione ha conservato la tradizione della lavorazione di legno e dei metalli. Folgarida e Marilleva formano con il Passo del Tonale le località dal maggiore richiamo turistico e vantano un impressionante comprensorio sciistico, ideale per chi ama gli sport invernali. La valle rientra solo marginalmente nel Parco.

A.p.t. della Valle di Non



E' situata lungo il secondo tratto del Noce, il torrente che proviene dalla Val di Sole, ed è famosa nel mondo per la sua incredibile produzione di mele. L'economia e l'occupazione sono legate anzitutto alla frutticoltura e, in misura minore, all'allevamento; le industrie hanno una limitata incidenza e sono spesso di matrice esterna. La Valle di Non si contraddistingue per un'offerta turistica all'insegna della vacanza a stretto contatto con la natura e grazie al notevole retaggio di castelli, residenze nobiliari, chiese e santuari, è una meta di grande interesse anche per un turismo di tipo artistico e culturale.

A.p.t. Dolomiti di Brenta - Altopiano della Paganella



Si innalza fino alla base delle pareti rocciose delle Dolomiti di Brenta e dei pendii della Paganella. Nell'area geografica dell'Altopiano si trovano 5 comuni: Andalo, Cavedago, Fai della Paganella, Molveno e Spormaggiore. I primi quattro sono rinomate località turistiche sia estive che invernali, mentre Spormaggiore, il centro più popoloso, ha una caratterizzazione economica più varia, puntata su agricoltura, artigianato e industria. Andalo e Fai della Paganella hanno costruito la propria vocazione turistica offrendo un ampio comprensorio sciistico. Molveno, invece, è una località turistica prevalentemente estiva e conta fra le sue attrattive oltre alle Dolomiti anche l'omonimo lago.

Individuati i cinque ambiti territoriali che fanno parte dell'area Parco, si evidenziano le valli con maggiore affluenza turistica, da ovest verso est:

- *Val di Genova*: di origine glaciale, in proporzione alle dimensioni del territorio, è la valle più ricca d'acqua dell'intera catena alpina. È qui, per esempio, che nasce il fiume Sarca. Tra le molte cascate spiccano per la loro bellezza quelle del Nardis. Si estende lungo 17 km, separando in questo modo il massiccio dell'Adamello da quello della

Presanella. Durante la Prima Guerra Mondiale le cime che delimitano la valle furono teatro di scontri bellici, le cui tracce sono tutt'ora visibili.

- *Vallesinella e Val Brenta*: sono la porta principale che introduce il visitatore alle Dolomiti di Brenta e ai suoi rifugi. È possibile percorrerle grazie ad un sistema capillare di sentieri panoramici e vie ferrate. Essendo formate da roccia calcarea, le valli si distinguono per le numerose doline, tipiche del suolo carsico.
- *Val di Tovel*: è la valle più selvaggia nell'area del Parco. La sua principale attrazione è il lago, famoso in tutto il mondo per il caratteristico colorarsi delle sue acque. Il fenomeno era dovuto alla presenza del *glenodinium sanguineum*, un'alga che, nei mesi estivi fino al 1964, diventava completamente rossa. Altra peculiarità è la vasta estensione dei boschi in cui è ancora presente l'orso bruno.

Le altre valli ad inferiore attrattività turistica che insistono sul territorio sono, da ovest ad est:

- Val di Daone
- Val di Fumo
- Val di Breguzzo
- Val di San Valentino
- Val di Borzago
- Val Nambrone
- Val Meledrio
- Valàgola
- Val Manéz
- Val d'Algone
- Val d'Ambiéz
- Val delle Seghe
- Val dello Sporeggio

3) Il turismo nel Parco

Il turismo nel PNAB è caratterizzato da una forte disparità fra le diverse zone appartenenti ad esso. Nel territorio del Parco convivono infatti zone che rappresentano una vera e propria attrazione turistica per il fascino che rivestono come la Val di Tovel, la Val di Genova e Vallesinella¹, e zone che seppur ugualmente valevoli da un punto di vista naturalistico sono in gran parte snobbate dal turismo di massa, come ad esempio la Val di Borzago, la Val S.Valentino o la Valle dello Sporeggio. All'interno dei comuni

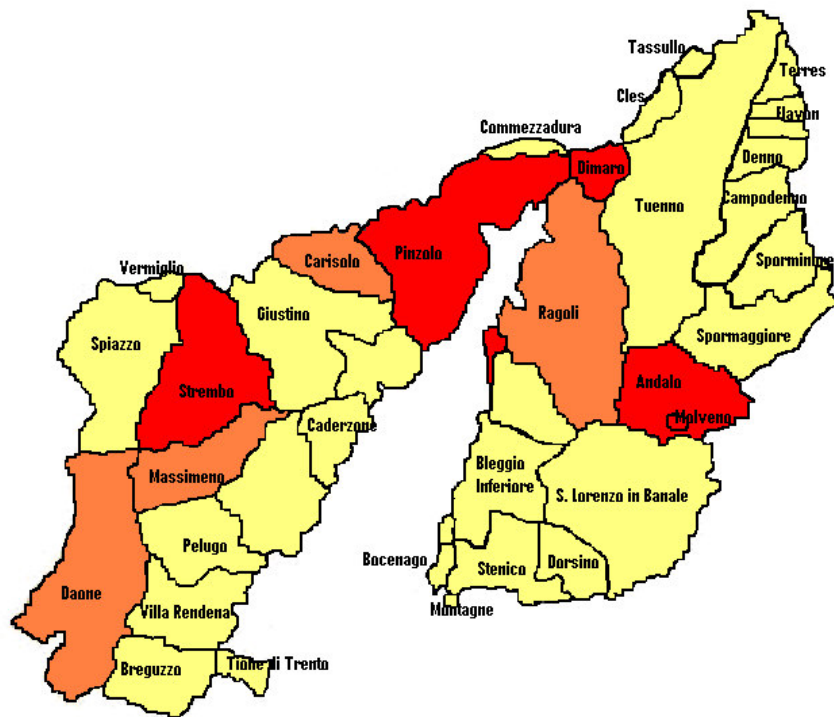
¹ In un'indagine effettuata dal Parco Naturale Adamello Brenta nel 2004 in via sperimentale per conoscere il traffico veicolare all'interno di queste 3 valli, è emerso che nel periodo 26/6 – 12/9 le auto monitorate in Val di Genova sono state 96.900, quelle in Val di Tovel 35.798 mentre in Vallesinella “solo” 28.444.

appartenenti al PNAB sono presenti, inoltre, sia stazioni turistiche famose e ad alta attrattiva quali ad esempio Andalo, Folgarida, Madonna di Campiglio e Molveno (citate in ordine alfabetico, non di importanza), sia località minori alla ricerca di scenari alternativi di crescita che puntano sulla qualità ambientale più che sullo sfruttamento intensivo delle risorse. Fanno parte di questo secondo gruppo la Val di Non, le Giudicarie sia Esteriori che Interiori ed una parte della Val Rendena.

Per evidenziare questa sostanziale differenza tra le zone, si è costruita la mappa dei comuni del Parco (*Figura 1*), evidenziandone il diverso tasso di ricettività². In base ai dati presenti nell'Annuario del Turismo 2002 dell'Osservatorio Provinciale per il Turismo, si sono create tre classi di turisticità:

- in rosso i comuni con un tasso di ricettività elevato (superiore a 5);
- in arancio quelli con una ricettività media (compreso tra 2 e 5);
- in giallo i comuni turisticamente meno sviluppati (inferiore a 2).

Figura 1. Indice di turisticità dei comuni del PNAB.



Il PNAB ha proposto negli ultimi anni e propone tuttora una serie di iniziative atte a promuovere uno sviluppo turistico ed economico del territorio in armonia con l'ambiente

² Il tasso di ricettività è ottenuto dividendo il numero dei letti negli esercizi ricettivi (escluse le seconde case) per gli abitanti della stessa area. Esso rappresenta la potenzialità turistica di un'area relativamente alle altre risorse economiche. I confini catastali dei comuni non sono perfettamente corretti ma l'immagine ha solo una funzione esemplificativa.

naturale che lo circonda. In particolare spiccano due proposte che hanno favorito il miglioramento della situazione ambientale. Ci si riferisce al progetto “Qualità Parco” e alla chiusura al traffico delle valli di Genova e di Tovel. La prima iniziativa prevede di assegnare una certificazione e un marchio alle strutture ricettive che rispondono a determinati canoni di sostenibilità ambientale e di adozione o adeguamento alle tecnologie meno inquinanti. La seconda, invece, ha permesso di ridurre il traffico che congestionava le due valli attraverso l’introduzione di bus navetta e l’obbligo di parcheggio delle auto in determinate zone di sosta.

Il PNAB si è fatto inoltre promotore di ulteriori attività idonee a stimolare una conoscenza più approfondita dell’area protetta, adattando le iniziative ai diversi target che scelgono il PNAB come meta delle loro vacanze.

4) Metodologia

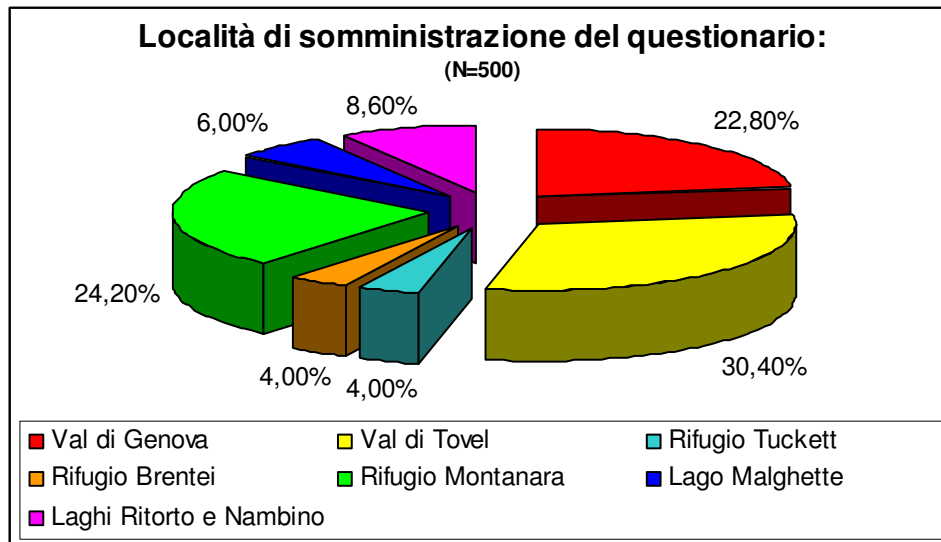
L’indagine è stata effettuata nei mesi di luglio e agosto, precisamente dal 4 di luglio al 26 di agosto in 7 punti appartenenti al territorio del Parco Naturale Adamello Brenta:

- Val di Tovel (152 questionari somministrati)
- Val di Genova (114 questionari somministrati)
- Rifugio Montanara, altopiano della Paganella (121 questionari somministrati)
- Rifugio Brentei (20 questionari somministrati)
- Rifugio Tuckett (20 questionari somministrati)
- Località Malghette (30 questionari somministrati)
- Laghi Ritorto e Nambino (43 questionari somministrati).

Tutti i luoghi in cui si sono effettuate le interviste si trovavano all’interno dei confini del Parco. Ogni zona di intervista rappresentava un punto in cui i turisti potevano recarsi solamente a piedi oppure mediante i bus navetta.

Sono stati somministrati 500 questionari direttamente ai turisti che si trovavano nelle località sopra descritte (*Figura 2*); **sono stati esclusi automaticamente dall’intervista coloro che risiedevano nei comuni del Parco od in altri comuni del trentino.**

Figura 2. Località di somministrazione del questionario.



I questionari sono stati compilati personalmente dal turista oppure mediante intervista dal responsabile della ricerca. Il campione di 500 turisti intervistati è sicuramente significativo da un punto di vista statistico, anche se non rappresentativo dell'universo di riferimento. Non essendo mai state condotte indagini sulla popolazione universo che interessa il Parco ed essendo questa molto variegata, era impossibile, infatti, fare un campionamento per quote.

Per quanto riguarda la selezione dei casi e quindi la selezione dei turisti da intervistare, la stratificazione campionaria è stata casuale, cercando di rispettare la stratificazione osservata in loco giorno per giorno dal responsabile della ricerca. Si è cercato, però, di intervistare turisti rientranti in diverse classi di età, così da ottenere un campione allo stesso tempo diversificato e corrispondente alla situazione che si può osservare quotidianamente nel territorio del Parco.

I turisti intervistati si sono dimostrati disponibili nella stragrande maggioranza dei casi, i rifiuti sono stati una percentuale molto esigua. Una certa diffidenza nei confronti delle interviste e dei questionari in genere si è potuta notare solamente nelle persone anziane, che però dopo una gentile spiegazione si dimostravano altrettanto disposti alla compilazione.

5) Analisi dei questionari

5.1) Informazioni personali dei turisti intervistati

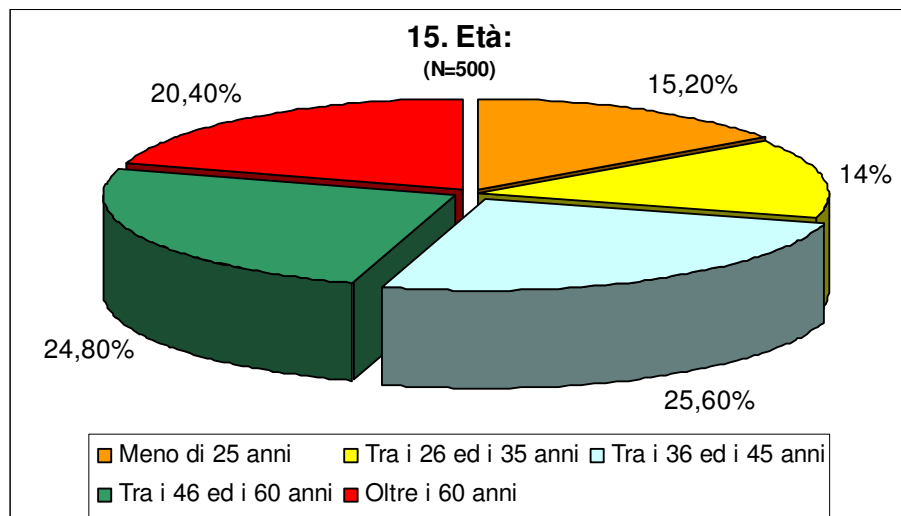
5.1.1) Età degli intervistati

Cercando di riassumere schematicamente il campione a cui sono stati somministrati i questionari emerge come i turisti interrogati rientrano in modo quasi omogeneo nelle diverse classi di età create per il questionario. Le persone intervistate suddivise per classi sono rappresentate nella *Figura 3*, in cui si verifica la successiva suddivisione:

- 76 persone con meno di 25 anni, il 15,20% del totale
- 70 tra i 26 ed i 35 anni, il 14,00% del totale
- 128 tra i 36 ed i 45 anni, il 25,60% del totale
- 124 tra i 46 ed i 60 anni, il 24,80% del totale
- 102 oltre i 60 anni, il 20,40% del totale

Questa suddivisione, come già precedentemente affermato, non corrisponde alla popolazione universo di turisti che caratterizza il Parco nel periodo estivo. Non abbiamo ancora ad oggi ricerche o indagini che abbiano investigato questo aspetto, anche perché ci troviamo in presenza di un territorio molto vasto, dai molteplici ingressi e quindi dal difficile controllo. Ad ogni modo il nostro campione di 500 individui, soprattutto tenuto conto della ristrettezza del tempo della ricerca, risulta sicuramente significativo.

Figura 3. Età dei turisti intervistati.



Inoltre l'impegno di cercare di svolgere le interviste in luoghi il più possibile diversi per altitudine e zona ci ha evitato di correre il rischio di trovarci di fronte ad un target di riferimento troppo omogeneo (ad es. di soli anziani che si trovavano in luoghi a bassa quota, facilmente accessibili e senza nessuna difficoltà alpinistica o di soli alpinisti in prossimità di cime o dei rifugi del Brenta).

Tabella 1. Incrocio fra età dei turisti e luoghi di somministrazione dei questionari.

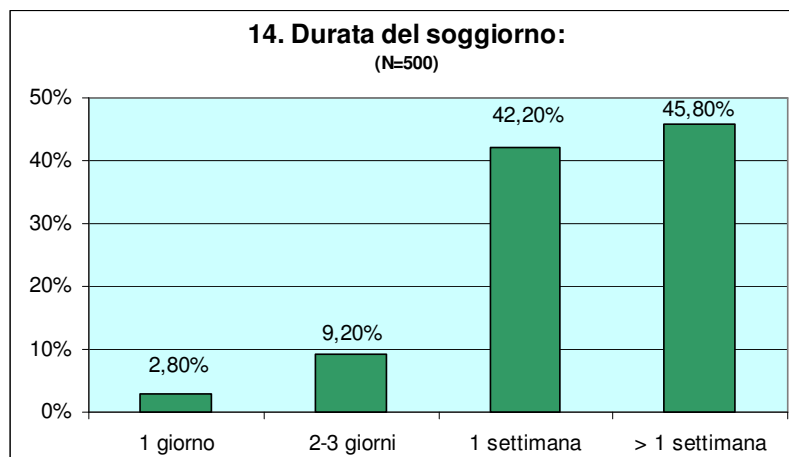
Età:		Brentei	Malghette	Montanara	Ritorto e Nambino	Tuckett	Val di Genov	Val di Tovel
< 25	Persone intervistate	5	5	14	8	1	25	18
	Persone intervistate in %	25,00%	16,67%	11,57%	18,60%	5,00%	21,93%	11,84%
26 > 35	Persone intervistate	2	2	13	7	7	10	29
	Persone intervistate in %	10,00%	6,67%	10,74%	16,28%	35,00%	8,77%	19,08%
36 > 45	Persone intervistate	2	9	40	16	4	15	42
	Persone intervistate in %	10,00%	30,00%	33,06%	37,21%	20,00%	13,16%	27,63%
45 > 60	Persone intervistate	8	7	16	9	4	37	43
	Persone intervistate in %	40,00%	23,33%	13,22%	20,93%	20,00%	32,46%	28,29%
> 60	Persone intervistate	3	7	38	3	4	27	20
	Persone intervistate in %	15,00%	23,33%	31,40%	6,98%	20,00%	23,68%	13,16%
N totale		20	30	121	43	20	114	152
N% totale		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Nella Tabella soprastante (*Tabella 1*) abbiamo operato un incrocio tra età e luogo di somministrazione del questionario così da mostrare la differente concentrazioni di giovani, adulti od anziani nei diversi territori.

5.1.2) Durata del soggiorno degli intervistati

Se prendiamo in considerazione, invece, un altro aspetto del nostro campione di riferimento e cioè la durata del soggiorno emerge in modo chiaro e netto come i turisti che interessano il Parco sono turisti per la stragrande maggioranza che risiedono nelle località di villeggiatura 1 settimana o più di una settimana (90,00% dei casi, *Figura 4*).

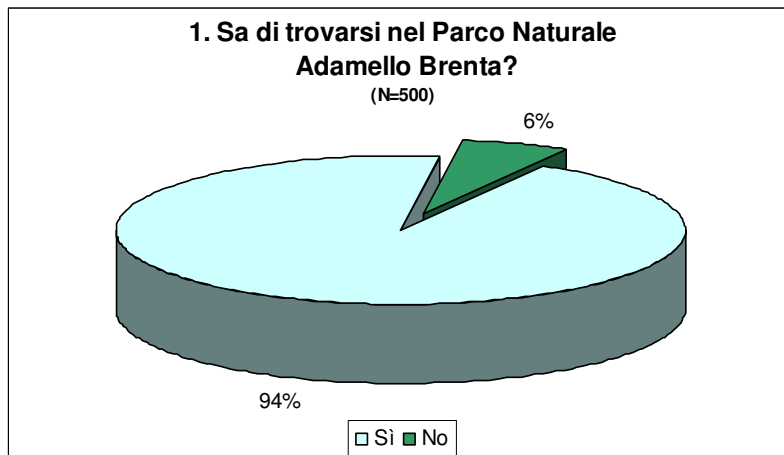
Figura 4. Durata del soggiorno degli intervistati.



5.1.3) Consapevolezza del Parco

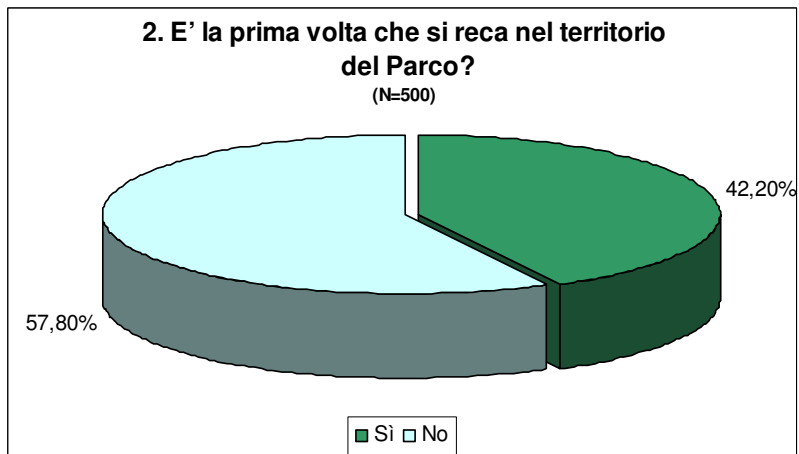
I turisti sono inoltre consapevoli di trovarsi nel Parco per il 94% dei casi (*Figura 5*) e questo dimostra come il PNAB abbia operato in maniera eccellente per affermare la propria immagine e la propria identità all'interno del territorio, soprattutto in zone come la Val di Tovel, la Val di Genova o Vallesinella dove la segnaletica è ricca e completa.

Figura 5. Consapevolezza di trovarsi nel territorio del Parco.



Inoltre dall'indagine è emerso come il turista che si trova sul territorio del Parco sia un cliente fidelizzato per quasi il 60% dei casi, esattamente il 57,80%. Infatti alla domanda "E' la prima volta che si reca nel territorio del Parco?" la maggioranza ha risposto negativamente (*Figura 6*). Questo è un segnale molto importante per il PNAB poiché conferma da una parte la grande attrattiva che hanno questi luoghi nei confronti dei turisti e dall'altra il buon operato svolto fino ad ora dal Parco.

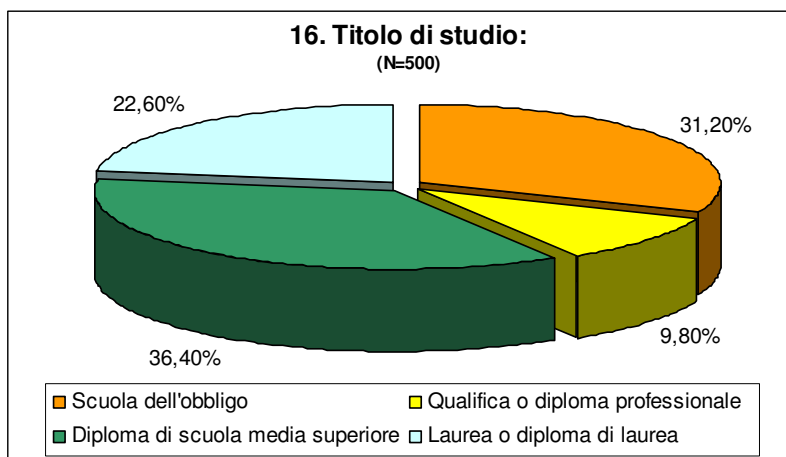
Figura 6. Fidelizzazione dei turisti.



5.1.4) Titolo di studio degli intervistati

Oltre a tutto questo, poi, va sottolineato che il grado di scolarizzazione del turista da Parco, come emerge anche da questa indagine oltre che da tutta una serie di ricerche precedenti, è superiore alla media nazionale (*Figura 7*).

Figura 7. Titolo di studio degli intervistati.



Coloro i quali sono in possesso o di un diploma di scuola media superiore oppure di una laurea o diploma di laurea rappresentano il 59% dei casi, ed inoltre come si dimostra nella Tabella successiva (*Tabella 2*), che incrocia età e titolo di studio, le persone in possesso di diploma di scuola dell'obbligo o sono giovani ancora in fase di studio oppure sono anziani che generalmente posseggono già la necessaria dose di buonsenso e sensibilità ambientale di cui generalmente bisogna attrezzarsi prima di far visita a luoghi così preziosi e delicati.

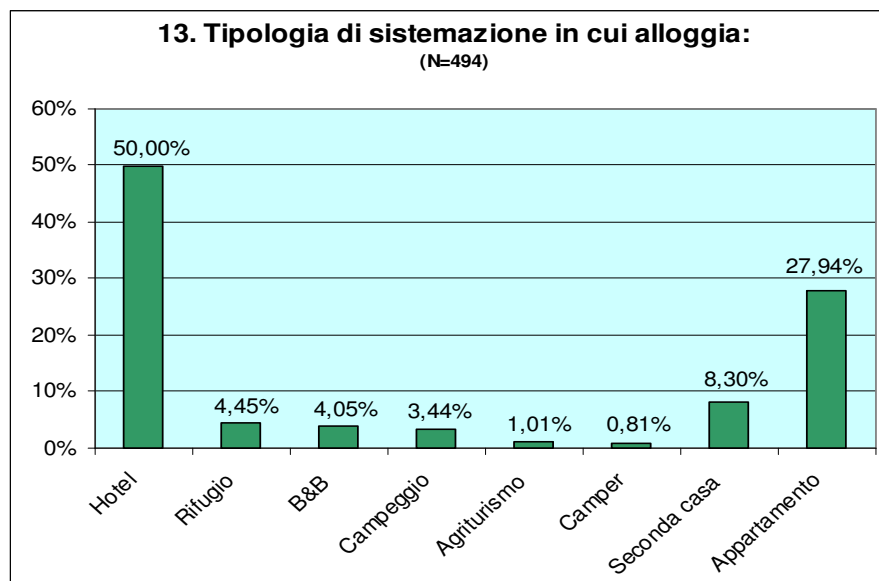
Tabella 2. Incrocio tra età degli intervistati e titolo di studio.

Età:		Titolo di studio:			
		Scuola dell'obbligo	Qualifica professionale	Diploma superiore	Laurea
>25	Persone	43	4	22	7
	Persone in %	56,58%	5,26%	28,95%	9,21%
26 > 35	Persone	12	5	25	28
	Persone in %	17,14%	7,14%	35,71%	40,00%
36 > 45	Persone	26	17	50	35
	Persone in %	20,31%	13,28%	39,06%	27,34%
46 > 60	Persone	30	12	53	29
	Persone in %	24,19%	9,68%	42,74%	23,39%
>60	Persone	45	11	32	14
	Persone in %	44,12%	10,78%	31,37%	13,73%
N totale		156	49	182	113
N% totale		31,20%	9,80%	36,40%	22,60%

5.1.5) Tipologia di sistemazione in cui alloggiano gli intervistati

Prendendo in considerazione, invece, l'ultima domanda riservata a questo settore di indagine, cioè la domanda sulla tipologia di sistemazione in cui alloggiano le persone intervistate, salta subito all'occhio (*Figura 8*) come l'hotel sia il luogo dove la maggior parte degli intervistati preferisce risiedere durante il proprio periodo di ferie, seguito dagli appartamenti e dalle seconde case di proprietà. Staccate poi ci sono tutte le altre sistemazioni.

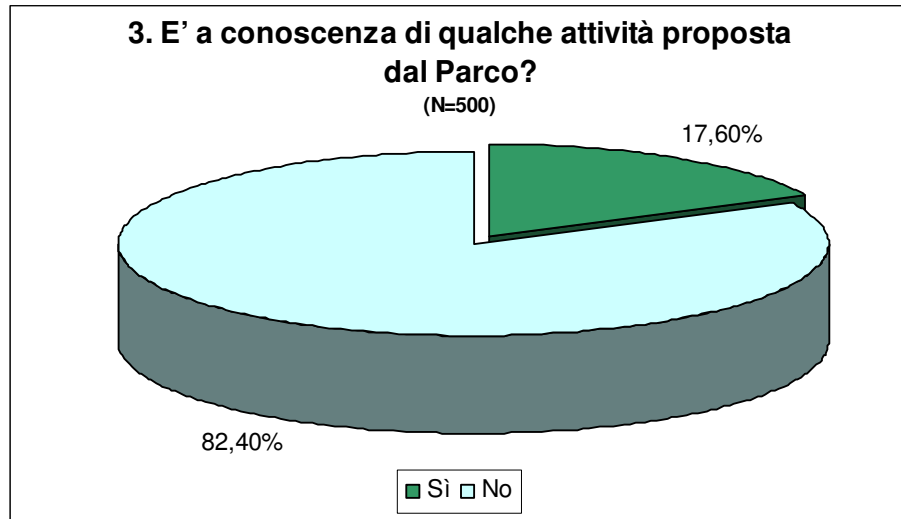
Figura 8. Tipologia di sistemazione in cui alloggiano gli intervistati.



5.2) Conoscenza delle attività proposte dal Parco

Per verificare il grado di conoscenza delle attività organizzate dal PNAB da parte dei turisti intervistati abbiamo innanzitutto posto la domanda “*E’ a conoscenza di qualche attività proposta dal Parco?*” con la possibilità di rispondere “*Sì*” (in questo caso chiedevamo anche di specificarne almeno una) oppure “*No*”. I risultati sono stati schiaccianti, sfavorevoli. Ben 412 persone su 500 (82,40%) ha risposto in maniera negativa come riportato nella *Figura 9*.

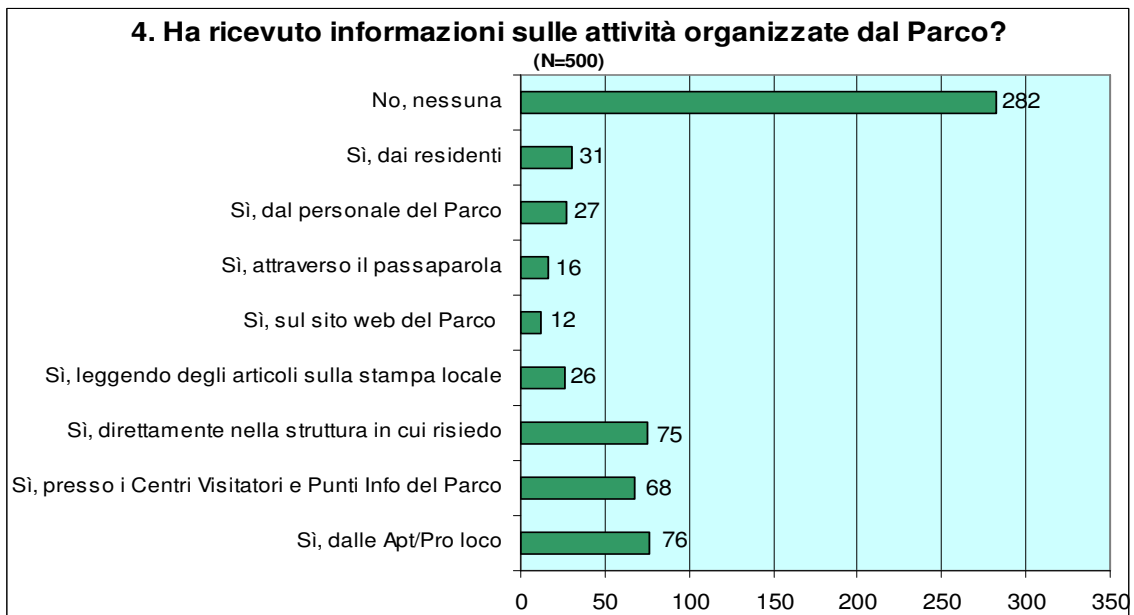
Figura 9. Grado di conoscenza delle attività proposte dal Parco.



Questo risultato deve far riflettere il PNAB perché denota una certa mancanza nella comunicazione, come poi confermato dalle risposte alle domande successive (le domande numero 5.2, 7.2 e 9). Tutte si possono ricondurre sotto un denominatore comune e cioè questa difficoltà a trasmettere in maniera efficace al fruitore finale tutta quella serie di iniziative di cui l'istituzione si è fatta promotrice negli ultimi anni.

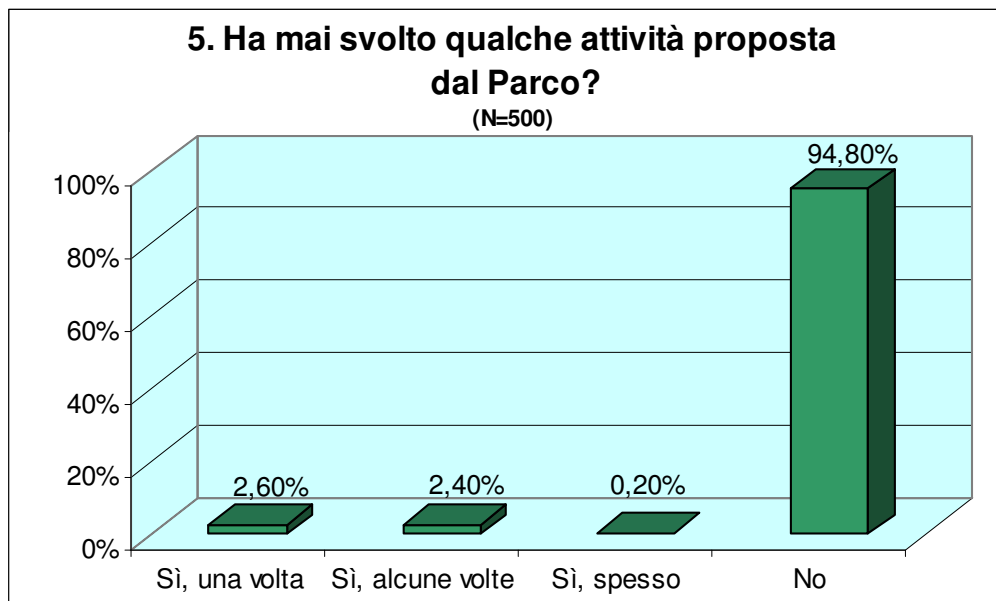
Un'ulteriore conferma di questo assunto ci viene dato dalla domanda numero 4 dove si chiedeva se il turista avesse mai ricevuto delle informazioni sulle attività organizzate dal Parco. Ben 282 persone, il 56,4% del campione totale ha risposto che non ha mai ricevuto nessuna informazione (*Figura 10*).

Figura 10. Efficienza della comunicazione del Parco.



Questo, davanti ad uno spettro di risposte molto vario e completo, deve far riflettere ancora maggiormente. Non solo il Parco non è riuscito in maniera diretta attraverso il suo sito web, i suoi Centri Visitatori e Punti Info, ed i propri dipendenti ad informare in una qualche maniera il turista, ma non ci hanno pensato neanche in via indiretta tutte quelle strutture che giustificano la loro esistenza con la presenza dei turisti come le Apt (Aziende di promozione turistica), le Pro Loco o le stesse strutture ricettive. Qui, quindi, ci sono ancora dei grossi margini di crescita per il miglioramento della struttura del Parco da una parte e del miglioramento del servizio offerto da Apt, Pro loco e strutture ricettive dall'altra. Considerato poi che si trattava di domande a risposta multipla, ad eccezione del caso in cui si dava parere negativo, i turisti hanno dato più risposte. Da questi è risultato che le persone che si recano qui in vacanza ricevono la maggior parte delle informazioni rispettivamente dalle Apt / Pro loco, dalla struttura in cui risiedono e presso i Centri Visitatori e Punti Info del Parco, anche se questi sono tutti risultati relativi e come spiegato prima negativi.

Figura 11. Partecipazione da parte dei turisti alle attività proposte dal PNAB.

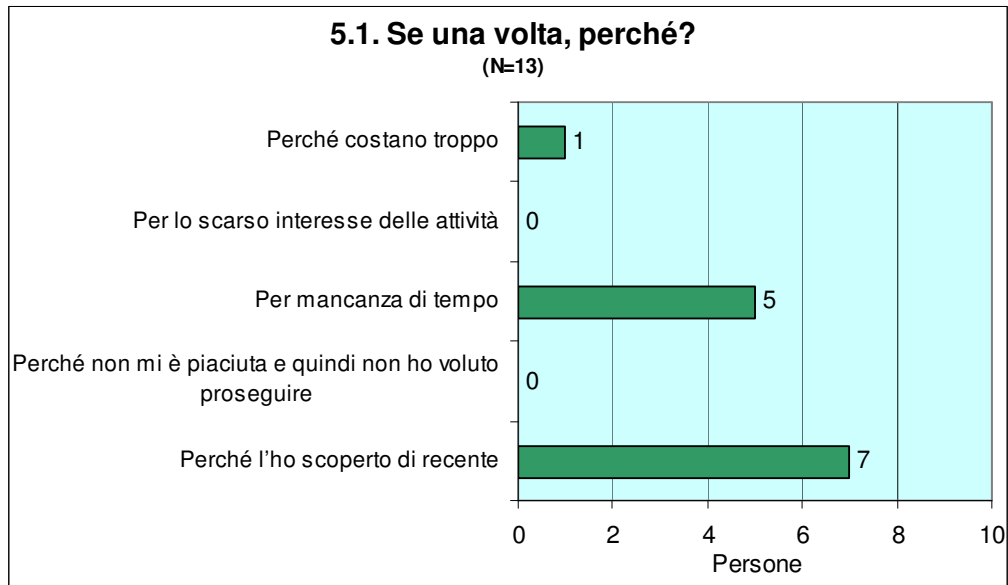


Vista questa carenza di informazione alla domanda 5, che richiedeva agli intervistati se avessero mai svolto delle attività organizzate dal PNAB, non ci si poteva altro che aspettare una risposta negativa; questo è effettivamente emerso in maniera schiacciante ed è stato rappresentato nella *Figura 11*.

Poiché, inoltre, l'obiettivo della ricerca era quello di valutare il grado di conoscenza delle attività e le eventuali cause della mancata conoscenza o partecipazione alle stesse, abbiamo posto due ulteriori domande di approfondimento alla domanda precedente (e cioè

le domande 5.1 e 5.2). La prima era riservata a coloro che avevano risposto “Sì, una volta” alla domanda 5. Questo per verificare se la partecipazione a solamente un’attività fosse dovuta a motivazioni riconducibili al Parco quali l’eccessivo costo oppure la mancanza di interesse delle attività stesse. Le risposte sono illustrate nella *Figura 12*, anche se non sono molto significative vista l’esiguità del campione, di sole 13 persone.

Figura 12. Motivi dell’unica partecipazione alle attività del Parco.



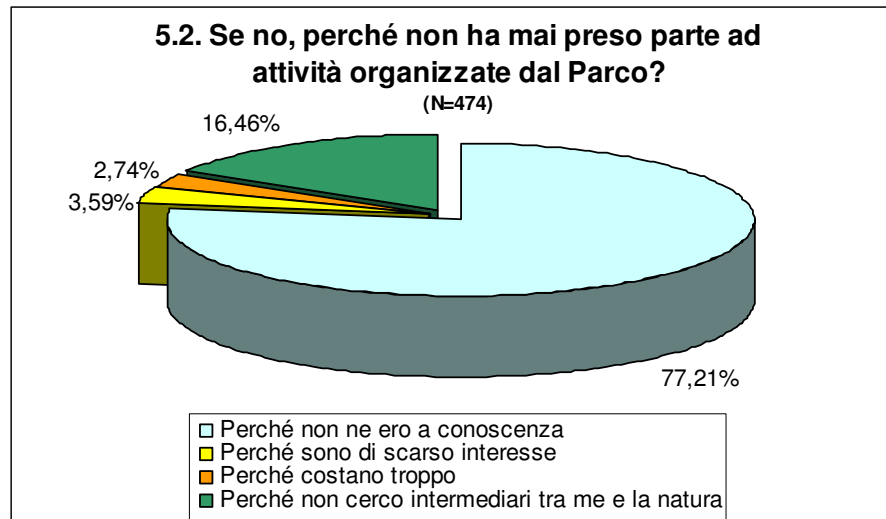
La risposta principale, comunque, è risultata essere “*Perché l’ho scoperto di recente*”. Affermazione che può essere tradotta come una parziale nota positiva per il Parco. Questi cioè sono turisti che non escludono una successiva partecipazione. Si tratta quindi di potenziali fruitori di future attività.

Potenziali fruitori di future attività lo sono anche coloro che alla risposta 5.2 hanno risposto “*Perché non ne ero a conoscenza*”, ben 366 intervistati e cioè il 77,21% di coloro che avevano risposto “*No*” alla domanda numero 5. Questo è illustrato nella *Figura 13*, dove si evidenzia di nuovo, se ce ne fosse ancora l’esigenza, un deficit netto nella politica di comunicazione del Parco. In totale, quindi, su 500 intervistati alla domanda 5 i futuri consumatori potenziali risultano essere 386³, il 77,20% del totale.

³ Questo dato è risultato sommando:

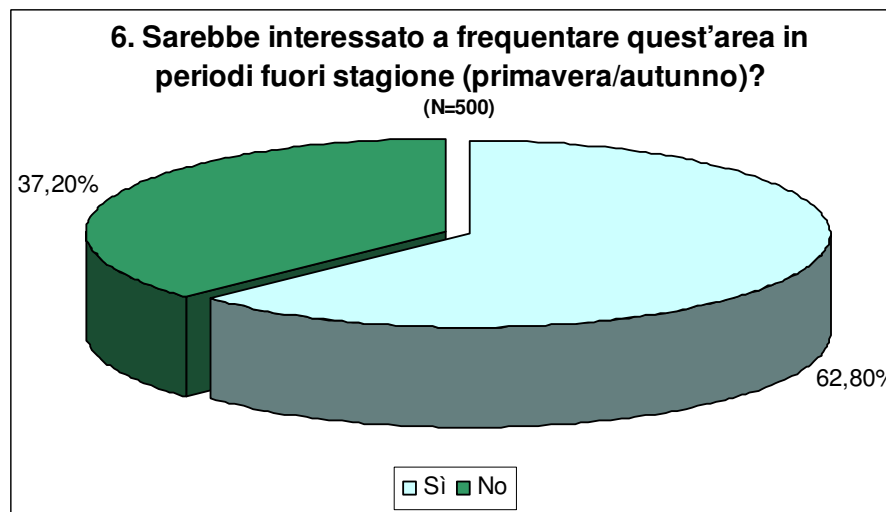
- > n. 12 persone che alla domanda 5 hanno risposto “Sì, alcune volte”
- > n. 1 persona che alla domanda 5 ha risposto “Sì, spesso”
- > n. 7 persone che alla domanda 5.1 hanno risposto “Perché l’ho scoperto di recente”
- > n. 366 persone che alla domanda 5.2 hanno risposto “Perché non ne ero a conoscenza”

Figura 13. Motivi della mancata partecipazione alle attività del Parco.



Nella successiva domanda, la numero 6 si è cercato, invece, di indagare i possibili margini operativi per destagionalizzare l’offerta turistica del Parco. La risposta alla domanda “*Sarebbe interessato a frequentare quest’area in periodi fuori stagione (primavera/autunno)?*” è stata affermativa per ben 314 persone su 500 (Figura 14) anche se è necessario fare una precisazione.

Figura 14. Interesse nella destagionalizzazione da parte dei turisti.

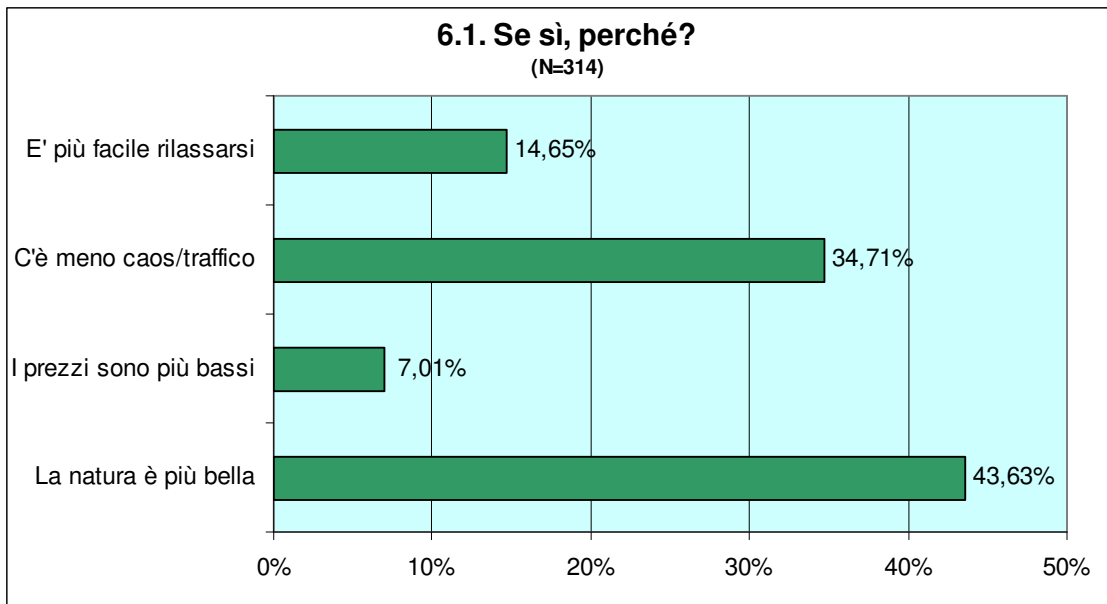


Molti individui hanno a voce distinto quello che può essere il desiderio o l’interesse dalla effettiva disponibilità di tempo. Quindi ci sono state persone che seppur interessate hanno risposto in modo negativo, ed altre invece che anche se impossibilitate per mancanza di ferie nel periodo indicato, hanno risposto in maniera positiva. Si può quindi in linea di massima affermare che le due categorie si bilanciano e che i risultati sono quindi significativi.

Anche nella domanda 6 abbiamo cercato di approfondire alcuni aspetti legati alla destagionalizzazione ed ai possibili margini di azione del Parco rispetto ad essa, con le domande numero 6.1 e 6.2.

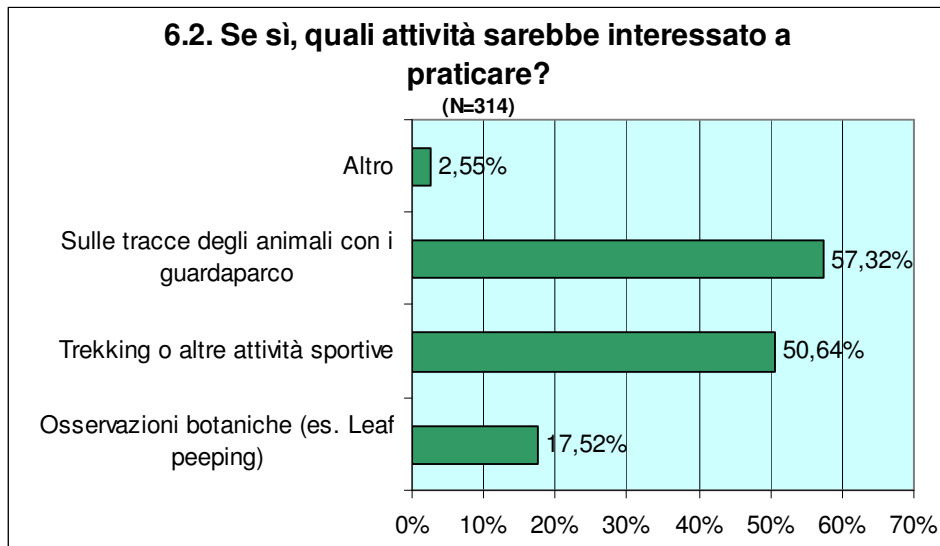
Con la domanda 6.1 ci siamo posti come scopo quello di capire quali sono le motivazioni che spingono un turista a scegliere periodi diversi dall'estate per il proprio momento di ferie. Dalle risposte è emerso, come illustrato nella *Figura 15*, che le motivazioni legate alla natura ed alla diminuzione del caos/traffico sono nettamente prevalenti rispetto a quelle puramente economiche legate alla diminuzione dei prezzi nei periodi suddetti.

Figura 15. Motivi della scelta di recarsi nei territori del PNAB in periodi fuori stagione.



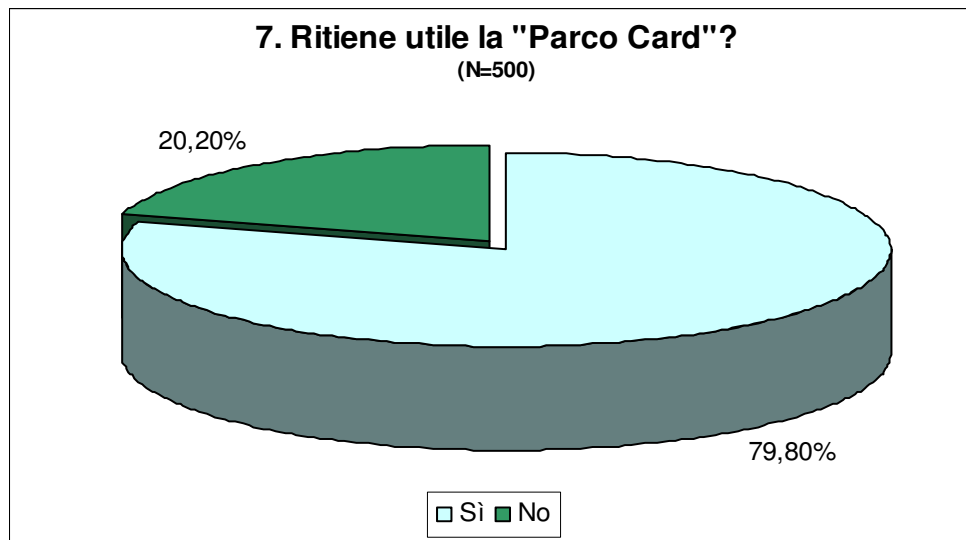
La domanda 6.2, inoltre, pone l'investigato di fronte alla possibilità di scegliere alcune possibili attività di cui il Parco potrebbe farsi promotore nei prossimi anni se la domanda, cioè i turisti, lo richiedessero (*Figura 16*). Anche questa domanda permetteva risposte multiple e quindi le percentuali sono da intendersi sul totale di coloro che hanno risposto "Sì" alla domanda numero 6 e cioè 314 individui. Ben 180 persone su 314, il 57,32%, hanno risposto che sarebbero interessate a praticare delle escursioni guidate sulle tracce degli animali; 159 individui, inoltre, sarebbero interessati a praticare trekking od altre attività sportive, mentre le osservazioni botaniche non hanno riscosso molto successo. Escursioni naturalistiche ed attività sportive risultano quindi rappresentare potenziali attività fortemente apprezzate dal pubblico, nell'ipotesi futura in cui il Parco si faccia promotore delle stesse.

Figura 16. Possibili attività organizzate in futuro dal Parco.



Nell'ultimo anno, inoltre, il PNAB ha concentrato molti suoi sforzi sulla creazione di una card servizi prepagata, denominata "Parco card", che permette al turista di svolgere una moltitudine di attività ad un prezzo competitivo. E' risultato necessario quindi verificare se tale proposta risultava essere ben accettata dai possibili fruitori della stessa. Si è quindi proceduto a chiedere agli intervistati se la ritenessero utile (Figura 17).

Figura 17. Utilità della "Parco Card".

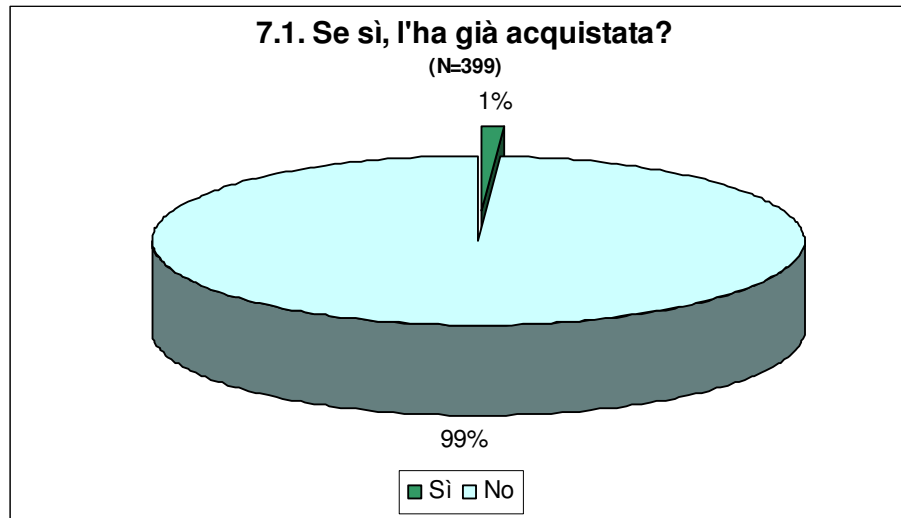


Le risposte sono state quasi univoche. Infatti ben il 79,80% ha dato risposta affermativa. Quindi il Parco in questo caso è riuscito a capire in anticipo quali fossero le esigenze dei turisti e ad offrire sul mercato un prodotto altamente concorrenziale ed appetibile per gli individui che si recano nel suo territorio per trascorrere un periodo di vacanza. Anche qui, però, come per la domanda 6 è necessario fare una precisazione: si tratta di domande che

indagano dei pareri e non dei comportamenti, quindi va tenuto conto che esiste una discrasia fra gli stessi.

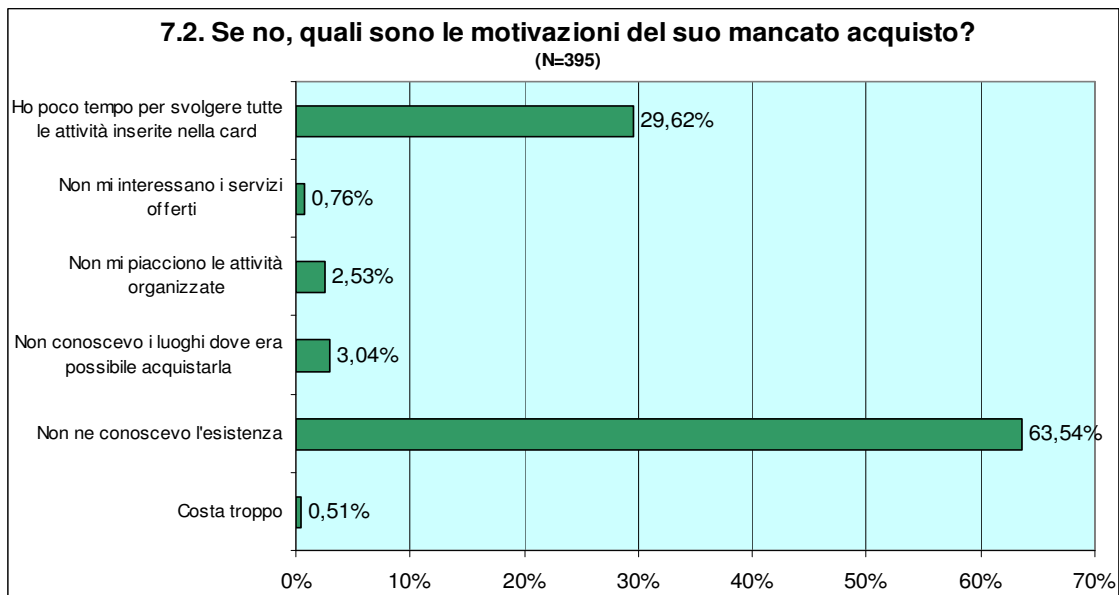
Si è cercato di andare ad investigare anche questo aspetto e quindi si è proceduto a chiedere se l'avevano già acquistata (domanda che verifica un comportamento, *Figura 18*) ed, in caso di risposta negativa, quali fossero le motivazioni del loro mancato acquisto (*Figura 19*)

Figura 18. Percentuale di acquisti della "Parco Card".



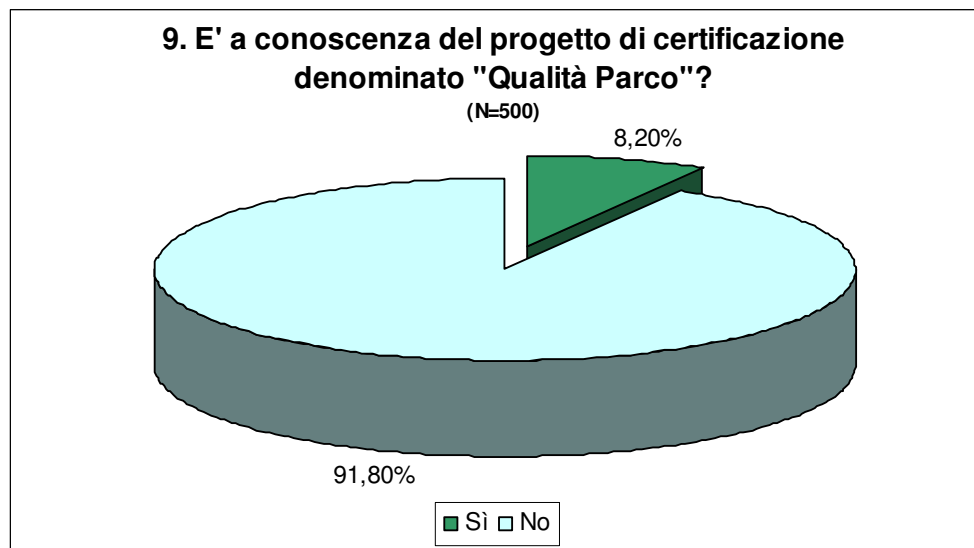
I risultati alla prima domanda sono stati molto chiari: solo 4 persone su 399 (coloro che avevano in precedenza risposto che la ritenevano utile), all'incirca l'1%, aveva già provveduto ad acquistare la "Parco Card".

Figura 19. Motivazioni del mancato acquisto della "Parco Card".



Approfondendo l'argomento e chiedendo le motivazioni del mancato acquisto, date ben 6 possibilità di risposte, l'ipotesi che ha riscontrato più successo (ben 251 risposte su 395) è stata "Non ne conosco l'esistenza". Ed ecco che riemerge di nuovo e con più forza il problema della comunicazione. Ben il 66,58%⁴ dei mancati acquisti è imputabile ad un difetto di informazione. Inoltre quasi un altro 30% risponde di avere "...poco tempo per svolgere tutte le attività inserite nella card". Questa risposta dovrebbe far riflettere il PNAB perché dai colloqui che si sono avuti in luogo di somministrazione è emerso come i turisti siano "spaventati" dal non riuscire ad avere tempo di svolgere tutte od almeno la maggioranza delle attività inserite nella card. Andrebbe magari pensata una forma di card più semplice, intuitiva, con i servizi base.

Figura 20. Grado di conoscenza del progetto di certificazione "Qualità Parco".



Ultima domanda di questo settore di ricerca risulta essere il quesito: "E' a conoscenza del progetto di certificazione ambientale denominato "Qualità Parco" destinato alle strutture ricettive dei comuni appartenenti al Parco?". Come illustrato nella Figura 20 solo l'8,20% ha risposto in maniera affermativa mentre il restante 91,80% delle persone intervistate si è detto non al corrente di questa iniziativa. Questa è l'ultima, chiara conferma di come il Parco debba ancora lavorare tanto sulla comunicazione e sui suoi canali. Sia diretti, (come le sue sedi, i Punti Info ed i Centri Visitatori, il sito web, od il suo personale) che indiretti (riuscendo ad interagire meglio sia con le Apt / Pro loco che con le strutture ricettive che sono insite nei territori di interesse del Parco Naturale Adamello Brenta).

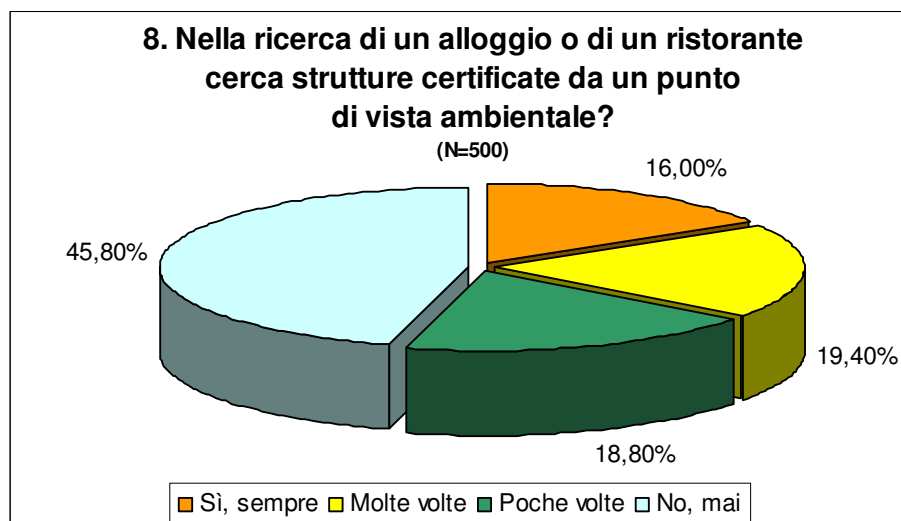
⁴ Questo numero è dato dalla somma di coloro che hanno risposto "Non conoscevo i luoghi dove era possibile acquistarla" con coloro che hanno detto "Non ne conoscevo l'esistenza".

5.3) Sensibilità ambientale e giustificazione della presenza del Parco

Con questa ultima area di investigazione ci si è posto come obiettivo sia di verificare dei comportamenti che si possono direttamente legare alla sensibilità ambientale dei turisti intervistati (con le domande numero 8 e 12), sia di accertare come i turisti giudicano la presenza del Parco all'interno dei territori (domande numero 10 e 11).

Con la domanda 8, infatti, si è chiesto se *“Nella ricerca di un alloggio o di un ristorante cerca strutture certificate da un punto di vista ambientale?”*. I risultati di questo quesito sono riportati nella seguente figura (*Figura 21*) in cui si evidenzia il fatto che poco meno del 65% delle persone intervistate ha dato risposta negativa⁵. Anche in questo caso è necessaria una puntualizzazione e cioè si deve sottolineare il fatto che la percentuale di coloro che hanno risposto in maniera affermativa al quesito nella realtà è significativamente minore. Nella lettura di questa domanda, infatti, si è verificata una mancata comprensione del quesito stesso. Tanti infatti hanno dato risposta affermativa intendendo con essa il fatto che la struttura ricettiva si trovasse in un ambiente sano ed integro da un punto di vista ambientale. Si può affermare ciò perché nei questionari autocompilati, procedendo il responsabile della ricerca ad una verifica sistematica su questa domanda, si sono verificate notevoli incomprensioni del significato della stessa.

Figura 21. Domanda di strutture certificate da parte degli intervistati.

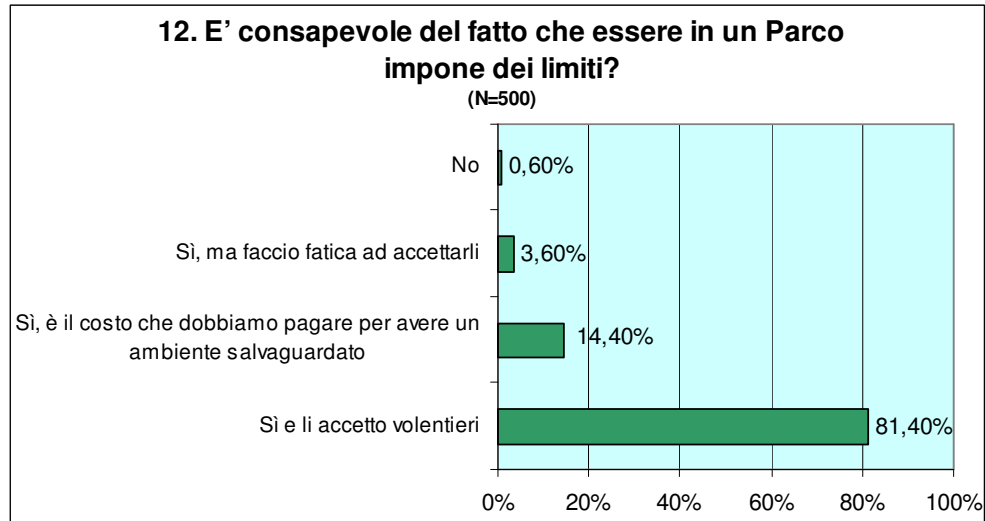


Altra domanda sulla sensibilità ambientale risultava essere la 12 i cui risultati sono illustrati nella *Figura 22*. In questo quesito si chiedeva se il turista era *“... consapevole del*

⁵ Questo numero è dato dalla somma di coloro che hanno risposto “No, mai” (45,80%) e coloro che hanno risposto “Poche volte” (18,80%).

fatto che essere in un Parco impone dei limiti". Questo per analizzare se i vincoli imposti dal PNAB siano accettati o meno dalle persone che passano le loro vacanze in territori che rientrano nei confini del Parco.

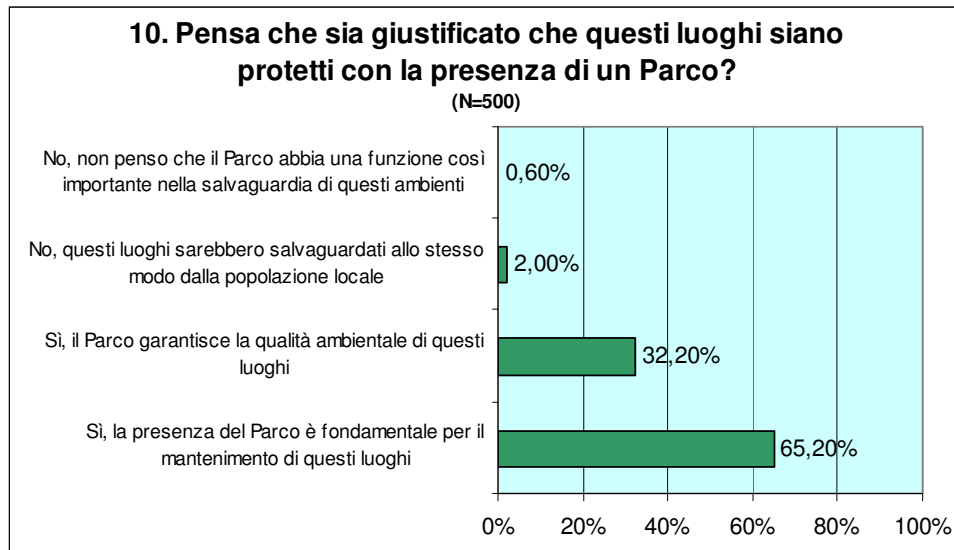
Figura 22. Consapevolezza dei limiti presenti nel Parco.



Le risposte a questo interrogativo risultano essere molto confortanti per il PNAB. Le persone che si recano nel suo territorio, infatti, si dicono consapevoli nella totalità dei casi (il 99,40% del totale) del fatto che esistono dei limiti e nella stragrande maggioranza risultano essere bendisposte ad accettarli ed a rispettarli. L'81,40% dei turisti intervistati, difatti, ha risposto "*Si e li accetto volentieri*" mentre un altro 14,40% ha affermato "*Si, è il costo che dobbiamo pagare per avere un ambiente salvaguardato*". Solo il 3,60% degli individui del campione si dice maldisposto vero il rispetto dei limiti imposti rispondendo "*Si, ma faccio fatica ad accettarli*".

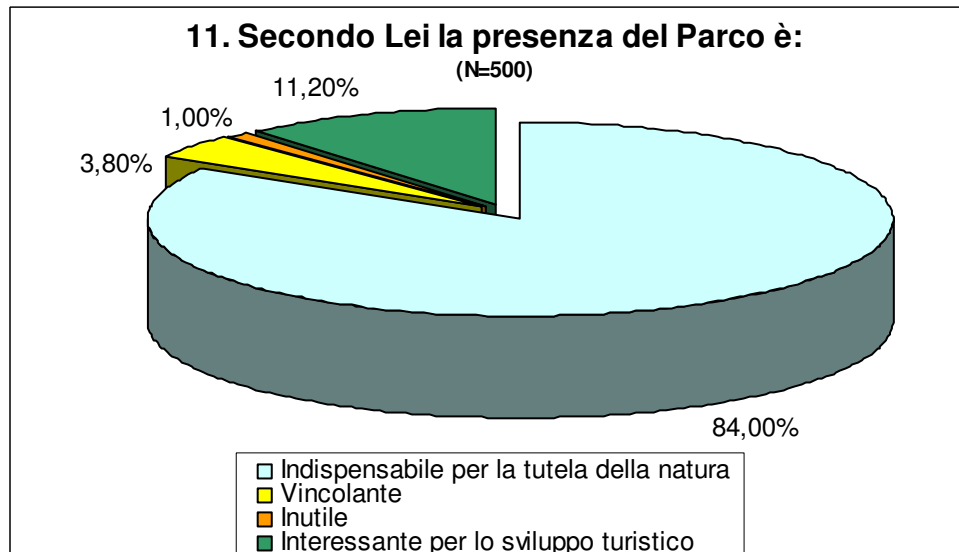
Andando ad investigare, invece, come il turista giustifica la presenza del Parco sul territorio, e ponendo a questo proposito due quesiti, emerge chiaro e netto il fatto che le persone che si recano in vacanza sul territorio del Parco considerano lo stesso indispensabile e fondamentale per il mantenimento della qualità ambientale dei luoghi. Alla domanda 10 che recitava "*Pensa che sia giustificato che questi luoghi siano protetti con la presenza di un Parco?*", ben il 65,20% del campione totale ritiene la presenza del Parco fondamentale per il mantenimento dei luoghi, mentre un altro 32,20% lo considera una garanzia di qualità. Sommando queste due risposte risulta che il 97,40% delle persone giustifica la presenza del Parco. Il tutto viene illustrato nella *Figura 23*.

Figura 23. Giustificazione della presenza del Parco sul territorio.



Prendendo poi in considerazione la domanda numero 11 si ha l'ulteriore conferma del ruolo rivestito dal Parco sul territorio e riconosciutogli dai turisti. Come illustrato nella *Figura 24*, infatti, l'84,00% degli intervistati lo ritiene indispensabile per la tutela della natura, riconoscendogli quindi il ruolo di garante della qualità ambientale dei territori, mentre un altro 11,20% gli riconosce anche un ruolo attivo nello sviluppo turistico della zona. Solo il 3,80% lo ritiene vincolante, mentre un misero 1% del campione lo giudica inutile.

Figura 24. Considerazione della presenza del Parco sul territorio da parte degli intervistati.



6) Conclusioni

Il Parco Naturale Adamello Brenta negli ultimi anni ha aumentato in maniera esponenziale il numero delle attività organizzate per il miglioramento del proprio territorio e dell'offerta destinata ai turisti che si recano nello stesso. E' indispensabile quindi a questo punto fare il punto della situazione, valutare e valutarsi per migliorare la qualità dei servizi offerti. Questo è lo scopo con cui è iniziata la ricerca che ha dato risultati significativi che ci si appresta ad elencare in maniera puntuale qui sotto, così da rendere la comprensione più agevole:

1. **A livello di immagine e di identità, il PNAB ha operato molto bene**, in maniera efficace. Lo sta facendo tuttora potenziando la segnaletica in tutte le valli appartenenti ad esso con l'installazione di cartelli che spiegano che ci si trova nel territorio del Parco Naturale Adamello Brenta e con la creazione di sentieri ben segnalati e mappe specifiche chiare e semplici. Dai colloqui che si sono avuti con i turisti ad intervista conclusa, inoltre, è emerso come le persone che si recano qui in vacanza abbiano apprezzato iniziative quali la chiusura del traffico in Val di Genova e Val di Tovel, con la realizzazione di un servizio di bus navetta che collega l'intera zona. Questo ha rafforzato notevolmente l'immagine del Parco che funge da garante della qualità ambientale dei luoghi che insistono sul suo territorio.
2. Dai risultati dell'indagine è emerso come ci sia un **deficit nella comunicazione** da parte del PNAB. Se da una parte il Parco si fa promotore di una moltitudine di attività riconosciute come interessanti dai turisti, come ad esempio la "Parco Card", dall'altra non riesce a comunicarle con efficacia. Questa è la sfida che dovrà superare l'organizzazione per riuscire a migliorarsi. Dovrà cioè affinare i processi comunicazionali interni ed allo stesso tempo rendere più efficienti i rapporti che sussistono con gli operatori turistici presenti sul territorio quali Apt, Pro loco, strutture ricettive, ristoranti, ecc. Il miglioramento nella comunicazione ed informazione darà beneficio a tutto il sistema: il Parco vedrà un aumento di fruitori delle proprie attività con un conseguente rafforzamento della propria immagine sul territorio, mentre gli altri operatori vedranno un potenziamento dell'offerta turistica globale con conseguente arricchimento di proposte e servizi offerti che daranno benefici sensibili all'intera area.

3. Esistono le condizioni perché il Parco nei prossimi anni possa pensare a **destagionalizzare**, cioè ad offrire i propri servizi ed organizzare le proprie attività anche in periodi fuori stagione come la primavera e l'autunno. Dovrà pensare però ad attività create ad hoc, che valorizzino le peculiarità faunistiche ed ambientali che nei vari periodi dell'anno si presentano all'interno del suo territorio.

4. **Il Parco Naturale Adamello Brenta viene riconosciuto come indispensabile dai turisti**. Coloro che si recano nei territori del Parco per un periodo di vacanza, infatti, considerano la presenza del Parco come “... *fondamentale per il mantenimento di questi luoghi*”. Il Parco risulta essere una garanzia di qualità. Di fronte poi ai vincoli ed ai limiti che esso pone, gli intervistati rispondono di accettarli volentieri. Il PNAB si può dire, quindi, molto soddisfatto ed orgoglioso del ruolo che gli viene riconosciuto dal vacanzieri.

Bibliografia

ACTAPLAN e PNAB, 2005, *Rapporto diagnostico del Parco naturale Adamello Brenta*, elaborato all'interno del progetto della CETS (Carta Europea del Turismo Sostenibile), Trento.

PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA, Dicembre 2002, relazione "Progetto di sviluppo economico-territoriale per una valorizzazione sostenibile dei parchi naturali: il Parco Naturale Adamello Brenta Maggio – Dicembre 2002", Strembo.

PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA, 2004, relazione "Numero totale visitatori Stagione 2004", Strembo.

PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA, 2004, relazione "Progetto mobilità sostenibile Val Genova 2004 – Val di Tovel 2004", Strembo.

TRENTO SCHOOL OF MANAGEMENT, giugno 2005, "Indagine sulle percezioni ed aspettative degli operatori turistici nei confronti del Parco Naturale Adamello Brenta", Trento

Allegati



QUESTIONARIO

1. Sa di trovarsi nel Parco Naturale Adamello Brenta?
 - a. Sì
 - b. No

2. E' la prima volta che si reca nel territorio del Parco?
 - a. Sì
 - b. No

3. E' a conoscenza di qualche attività proposta dal Parco?
 - a. Sì Quale/i? _____
 - b. No

4. Ha ricevuto informazioni sulle attività organizzate dal Parco? *(Più risposte)*
 - a. Sì, dalle Apt/Pro loco
 - b. Sì, presso i Centri Visitatori e Punti Info del Parco
 - c. Sì, direttamente nella struttura in cui risiedo
 - d. Sì, leggendo degli articoli sulla stampa locale
 - e. Sì, sul sito web del Parco
 - f. Sì, attraverso il passaparola
 - g. Sì, dal personale del Parco
 - h. Sì, dai residenti
 - i. No, nessuna

5. Ha mai svolto qualche attività proposta dal Parco?
 - a. Sì, una volta *(Passi alla 5.1)*
 - b. Sì, alcune volte
 - c. Sì, spesso
 - d. No *(Passi alla 5.2)*
 - 5.1 Se una volta, perché? *(Una sola risposta)*
 - a. Perché l'ho scoperto di recente
 - b. Perché non mi è piaciuta e quindi non ho voluto proseguire
 - c. Per mancanza di tempo
 - d. Per lo scarso interesse delle attività
 - e. Perché costano troppo
 - 5.2 Se no, perché non ha mai preso parte ad attività organizzate dal Parco? *(Una sola risposta)*
 - a. Perché non ne ero a conoscenza
 - b. Perché sono di scarso interesse
 - c. Perché costano troppo
 - d. Perché non cerco intermediari tra me e la natura

6. Sarebbe interessato a frequentare quest'area in periodi fuori stagione (primavera/autunno)?
 - a. Sì *(Passi alla 6.1 e 6.2)*
 - b. No
 - 6.1 Se sì, perché? *(Una sola risposta)*
 - a. La natura è più bella
 - b. I prezzi sono più bassi
 - c. C'è meno caos/traffico
 - d. E' più facile rilassarsi
 - 6.2 Se sì, quali attività sarebbe interessato a praticare? *(Più risposte)*
 - a. Osservazioni botaniche (es. Leaf peeping)
 - b. Trekking o altre attività sportive
 - c. Sulle tracce degli animali con i guardaparco
 - d. Altro: Specificare _____

7. Il Parco quest'anno ha lanciato una card servizi prepagata, denominata "Parco card", che permette al turista di svolgere una moltitudine di attività ad un prezzo competitivo. La ritiene utile?
 - a. Sì *(Passi alla 7.1)*
 - b. No
 - 7.1 Se sì, l'ha già acquistata?
 - a. Sì
 - b. No *(Passi alla 7.2)*

Indagine di verifica sulle attività proposte dal Parco Naturale Adamello Brenta

7.2 Se no, quali sono le motivazioni del suo mancato acquisto? *(Una sola risposta)*

- a. Costa troppo
- b. Non ne conoscevo l'esistenza
- c. Non conoscevo i luoghi dove era possibile acquistarla
- d. Non mi piacciono le attività organizzate
- e. Non mi interessano i servizi offerti
- f. Ho poco tempo per svolgere tutte le attività inserite nella card

8. Nella ricerca di un alloggio o di un ristorante cerca strutture certificate da un punto di vista ambientale?

- a. Sì, sempre
- b. Molte volte
- c. Poche volte
- d. No, mai

9. E' a conoscenza del progetto di certificazione ambientale denominato "Qualità Parco" destinato alle strutture ricettive dei comuni appartenenti al Parco?

- a. Sì
- b. No

10. Pensa che sia giustificato che questi luoghi siano protetti con la presenza di un Parco? *(Una sola risposta)*

- a. Sì, la presenza del Parco è fondamentale per il mantenimento di questi luoghi
- b. Sì, il Parco garantisce la qualità ambientale di questi luoghi
- c. No, questi luoghi sarebbero salvaguardati allo stesso modo dalla popolazione locale
- d. No, non penso che il Parco abbia una funzione così importante nella salvaguardia di questi ambienti

11. Secondo Lei la presenza del Parco è: *(Una sola risposta)*

- a. Indispensabile per la tutela della natura
- b. Vincolante
- c. Inutile
- d. Interessante per lo sviluppo turistico

12. E' consapevole del fatto che essere in un Parco impone dei limiti? *(Una sola risposta)*

- a. Sì e li accetto volentieri
- b. Sì, è il costo che dobbiamo pagare per avere un ambiente salvaguardato
- c. Sì, ma faccio fatica ad accettarli
- d. No

INFORMAZIONI PERSONALI

<p>13. Tipologia di sistemazione in cui alloggia:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. <input type="checkbox"/> Hotel b. <input type="checkbox"/> Rifugio c. <input type="checkbox"/> Bed & Breakfast d. <input type="checkbox"/> Campeggio e. <input type="checkbox"/> Agriturismo f. <input type="checkbox"/> Camper g. <input type="checkbox"/> Seconda casa di proprietà h. <input type="checkbox"/> Appartamento 	<p>14. Durata del soggiorno:</p> <ul style="list-style-type: none"> e. <input type="checkbox"/> 1 giorno f. <input type="checkbox"/> 2 - 3 giorni g. <input type="checkbox"/> 1 settimana h. <input type="checkbox"/> > 1 settimana
<p>15. Età:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. <input type="checkbox"/> Meno di 25 anni b. <input type="checkbox"/> Tra i 26 e i 35 anni c. <input type="checkbox"/> Tra i 36 e i 45 anni d. <input type="checkbox"/> Tra i 46 e i 60 anni e. <input type="checkbox"/> Oltre i 60 anni 	<p>16. Titolo di studio:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. <input type="checkbox"/> Scuola dell'obbligo b. <input type="checkbox"/> Qualifica o diploma professionale c. <input type="checkbox"/> Diploma di scuola media superiore d. <input type="checkbox"/> Laurea o diploma di laurea

Se è interessato a ricevere via e-mail comunicazioni sulle iniziative del Parco Naturale Adamello Brenta, compili gentilmente con il Suo indirizzo e-mail.

E-MAIL

Il D.L. n. **196/2003** prevede la tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali. Secondo la legge indicata, tale trattamento sarà improntato ai principi di correttezza, liceità e trasparenza e di tutela della riservatezza e dei diritti della persona interessata.

Ai sensi dell'articolo 10 della legge predetta:

1. I dati sopra richiesti verranno trattati in forma anonima per delle elaborazioni statistiche
2. Il trattamento sarà effettuato con modalità informatiche.
3. Coloro che acconsentono a lasciare il proprio indirizzo lo fanno perché intendono ricevere informazioni sulle attività programmate dal Parco Naturale Adamello Brenta escludendo qualsiasi utilizzo diverso da questo
4. I singoli dati personali non saranno comunicati ad altri soggetti, né saranno oggetto di diffusione.
5. Il titolare del trattamento è il Parco Naturale Adamello Brenta
6. In ogni momento l'interessato potrà esercitare i propri diritti nei confronti del titolare del trattamento, ai sensi dell'articolo 13 della legge n. 675/1996.

GRAZIE PER LA SUA GENTILE COLLABORAZIONE !