

# STRATEGIA E PROGRAMMA DI AZIONI PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TURISMO NEL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA

*(Febbraio 2006)*



## INDICE

1.	INTRODUZIONE.....	4
1.1	Perche' un turismo sostenibile? .....	4
1.2	Il Parco Naturale Adamello Brenta.....	5
1.3	Perché una Strategia di sviluppo sostenibile del turismo nel Pnab? .....	6
1.4	Cos'è la Carta Europea del turismo sostenibile nelle aree protette? .....	7
<b>PARTE 1 - CONOSCERE IL TERRITORIO DEL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA.....</b>		<b>9</b>
2.	IL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA.....	10
2.1	Perché è stato istituito il Parco Naturale Adamello Brenta? .....	10
2.2	Come è organizzato e come funziona? .....	11
2.3	Di quali risorse finanziarie dispone?.....	12
2.4	Con chi collabora? .....	14
3.	LA DIAGNOSI DEL TERRITORIO .....	17
3.1	La realtà sociale .....	17
3.2	La realtà economica .....	18
3.3	Le attrazioni naturali e culturali .....	19
3.4	I flussi turistici .....	20
3.5	I visitatori del Parco .....	21
3.6	Le strutture ricettive.....	23
3.7	I servizi per la fruizione .....	25
3.8	Le attività educative, ricreative, turistiche e di informazione.....	26
3.9	L'organizzazione turistica.....	28
3.10	Le 4 aree turistiche del Parco individuate dal Rapporto Diagnostico .....	30
4.	ANALISI DI MERCATO.....	33
4.1	Le tendenze .....	33
4.2	Gli obiettivi di mercato .....	37
5.	PUNTI DI FORZA, PUNTI DI DEBOLEZZA, MINACCE, OPPORTUNITÀ.....	39
<b>PARTE 2 - LA STRATEGIA E IL PROGRAMMA DELLE AZIONI .....</b>		<b>42</b>
6.	LA STRATEGIA DEL PARCO .....	43
6.1	Qual è la strategia del Parco? .....	43
6.2	Quali sono gli obiettivi della Strategia?.....	43
6.3	Come si è arrivati alla definizione della Strategia?.....	44
6.4	Come è avvenuto il processo di consultazione? .....	45
6.5	Come sarà realizzato il Programma delle Azioni?.....	48
6.6	Esiste un ordine di priorità delle Azioni della Strategia?.....	50
7.	IL PROGRAMMA DI AZIONI.....	51
7.1	Percorso della Consapevolezza.....	53
7.2	Percorso dei Sensi.....	58
7.3	Percorso della Qualità.....	62
7.4	Il Programma Delle Azioni.....	68
8.	PROGRAMMA DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE .....	76
8.1	Monitoraggio dello stato di attuazione del Programma delle Azioni.....	76
8.2	Valutazione del contributo del Programma delle Azioni allo sviluppo sostenibile del turismo nel Parco Naturale Adamello Brenta .....	76
8.3	Valutazione dello Stato del turismo nel territorio del Parco Naturale Adamello Brenta .....	78

## INDICE DELLE TABELLE

Figura 1 – La struttura organizzativa dei dipendenti nel 2005.....	11
Tabella 1 – Le riserve del PNAB .....	12
Tabella 2 - Evoluzione delle Entrate.....	13
Grafico 1 - Evoluzione delle Entrate Proprie.....	14
Tabella 3 - La realtà sociale del Parco .....	18
Tabella 4 - Movimento turistico (anno 2003) .....	21
Tabella 5 - Strutture ricettive nel Parco in ordine decrescente dei posti letto (anno 2003).....	24
Tabella 6 - Classificazione alberghiera per stelle (anno 2003) .....	24
Tabella 7 - Centri Visitatori .....	25
Tabella 8 - Punti Info .....	26
Tabella 9 - Programma delle attività estive.....	28
Tabella 10 – caratteristiche dei mercati di riferimento.....	35
Tabella 11 - Forum territoriali .....	47
Figura 2 – Articolazione della Strategia.....	52
Tabella 12 – Azioni del Percorso della Consapevolezza .....	53
Tabella 13 – Azioni del Percorso dei Sensi .....	58
Tabella 14 – Azioni del Percorso della Qualità.....	62

# 1. INTRODUZIONE

## 1.1 PERCHE' UN TURISMO SOSTENIBILE?

Sostenibile, durevole, compatibile sono aggettivi che dominano il dibattito sul futuro del turismo. Operatori economici, amministratori locali, esperti e residenti si chiedono da alcuni anni come “far durare il turismo nel tempo”. Le attività economiche turistiche, al pari di quelle tradizionali, hanno un ciclo di vita. Una località turistica si evolve nel tempo secondo uno schema che comprende tre fasi successive. Nella prima, la *fase di scoperta*, i pochi turisti presenti condividono lo stile di vita e le infrastrutture della società ospitante. Nella seconda, la *fase di sviluppo*, i turisti, in alcuni periodi dell'anno più numerosi degli abitanti, dispongono di infrastrutture proprie ed entrano in contatto con i locali solo attraverso canali codificati (guide, agenzie, portieri di albergo, ecc.). Nella terza, *fase di maturità*, l'elevato numero di turisti costituisce il limite principale allo sviluppo economico e sociale della comunità locale. Gli interessi della comunità turistica prevalgono su quelli della cultura locale e questa rischia di “essere a servizio” di forze estranee alla propria storia e alla propria tradizione.

Lo sviluppo turistico (aumento di turisti e di strutture per l'offerta), in assenza di politiche adeguate e coraggiose, porta a un livellamento della diversità in quanto il turista tende inconsciamente a riprodurre nelle località che visita le condizioni della sua area di partenza (molto urbanizzata). Cosicché il turismo tende a distruggere la stessa materia prima che lo alimenta e quindi, alla lunga, se stesso. La situazione, che può apparire paradossale, si spiega per la particolare composizione del “prodotto turistico”, che è fatto prima di tutto di servizi forniti da beni pubblici sostanzialmente non riproducibili (si tratti di beni naturali quali l'aria, l'acqua, il sole o il paesaggio dei monti o dei laghi, oppure di beni storico-artistici quali interi centri storici, singoli monumenti, opere d'arte) ceduti “gratuitamente” ai turisti.

Gli aspetti negativi della trasformazione turistica non vanno intesi come giustificazioni per rifiutare il turismo o per procedere a restrizioni, ma come invito a prendere in considerazione politiche adeguate e condivise da tutti gli attori in gioco. Non esistendo metri di giudizio universalmente condivisi, le modifiche causate dal turismo sono considerabili come degrado o meno a seconda dell'ottica adottata. Il giudizio, in altre parole, dipende dal punto di vista preliminarmente assunto. Ciascuno dei punti di vista si basa sul proprio interesse: gli interessi economici dei residenti ( in

particolare degli agenti immobiliari e degli operatori turistici); lo sviluppo socio-economico del sistema locale; l'appagamento degli ospiti; la protezione del sistema sociale ospitante; la tutela dei beni artistici e naturali; ecc. Nel processo di sviluppo turistico di una località (soprattutto di un Parco) questi obiettivi si sovrappongono rimandando le scelte e rischiando di innescare, invece di una trasformazione coerente e condivisa, il ciclo di degrado cui si è già accennato.

Sulla base di queste affermazioni per turismo sostenibile si intende *"un turismo capace di durare nel tempo mantenendo i suoi valori (risorse naturali, culturali e sociali) e che contribuisce in modo positivo ed equo al benessere degli individui che vivono e lavorano nelle località turistiche"*. Una strategia di turismo sostenibile deve quindi ispirarsi a tre principi:

1. coinvolgere in modo partecipato e attivo nelle scelte tutti gli interessi in gioco nella località turistica;
2. proteggere la diversità (quindi tutelare le motivazioni turistiche esistenti);
3. promuovere la diversità, ovvero scoprire e inventare nuove occasioni di turismo.

## 1.2 IL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA

Il Parco Naturale Adamello-Brenta è situato nel Trentino occidentale e con i suoi 620,517 km<sup>2</sup> rappresenta la più vasta area protetta del Trentino. La particolarità che caratterizza in modo singolare l'area protetta, da cui ne deriva il nome stesso, è data dalla presenza di due catene montuose completamente diverse tra loro: ad occidente la porzione trentina del massiccio granitico dell'Adamello e della Presanella, e ad oriente l'intero gruppo delle Dolomiti di Brenta, separati dalla Val Rendena e compresi tra le valli di Non, di Sole e Giudicarie.

Il Parco Naturale Adamello Brenta è la più vasta area protetta del Trentino, situato nel Trentino occidentale. Con i suoi 620,517 km<sup>2</sup> comprende ad occidente la porzione trentina del massiccio granitico dell'Adamello e della Presanella e ad oriente l'intero gruppo delle Dolomiti di Brenta, separati dalla Val Rendena e compresi tra le valli di Non, di Sole e Giudicarie. Il settore dell'Adamello Presanella è ricchissimo di acque superficiali alimentate dai ghiacciai, che formano cascate e numerosi laghi alpini. Le sue cime, tra le quali la Presanella che con i suoi 3558 s.l.m. è la cima più elevata di tutta la regione, il Carè Alto, il Monte Fumo e il Corno di Cavento, fanno da corona alla Val Genova. Il Gruppo di Brenta è invece una successione di cime, guglie, torrioni secondo gli schemi della fantasiosa architettura dolomitica, dove le acque scorrono soprattutto in vie sotterranee che l'erosione ha

scavato nella roccia. Tra le cime spiccano la Cima Tosa, la Cima Brenta e il Campanil Basso.

La ricca fauna dell'arco alpino è ben rappresentata: nel Parco vivono circa 8.000 camosci, 5.000 caprioli, un migliaio di cervi ed alcuni esemplari di stambecchi reintrodotti nel parco grazie al Progetto Stambecco 1995/96. Ma l'animale più significativo è l'orso bruno, simbolo del Parco, del quale gli ultimi esemplari autoctoni delle Alpi sono presenti nel territorio del Parco. Notevole è la presenza di ungulati, roditori, come scoiattolo e marmotta, numerosi predatori terrestri come la volpe e tutti i mustelidi, senza dimenticare la ricca avifauna con ben 82 specie nidificanti all'interno del Parco.

La presenza di due distinti settori con differenti caratteristiche geologiche, (rocce calcareo-sedimentarie del Gruppo di Brenta e la rocce intrusive cristalline dell'Adamello-Presanella) ha favorito lo sviluppo naturale di endemismi e di popolamenti floristici specifici, e ciò risulta particolarmente evidente nelle fasce vegetazionali al di sopra del limite degli alberi. Il bosco è in generale misto.

La zolla fiorita si spinge oltre i 2.500 m ed è caratterizzata dalle specie tipiche della flora alpina.

### **1.3 PERCHÉ UNA STRATEGIA DI SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TURISMO NEL PNAB?**

L'azione del Parco Naturale Adamello Brenta nel turismo è al centro di studi, ricerche e dibattiti da cui emergono tre riflessioni.

1. Nei comuni sottoposti a grande stress ambientale a causa degli impianti sciistici e dell'espansione edilizia a questi collegata, la preoccupazione per l'ambiente ha raggiunto un livello di intensità che richiede un intervento delle istituzioni preposte. La risorsa ambiente è diventata, quindi, qualcosa che nel pensiero della popolazione va salvaguardato, e il Parco deve prestare molta attenzione a non deludere questa aspettativa.
2. Nei territori con un leggero carico turistico il Parco Naturale Adamello Brenta è visto come possibile promotore dello sviluppo. Essi vantano la possibilità di fare della loro natura, ancora in gran parte integra, un possibile prodotto di promozione turistica. In questi territori il Parco è quindi visto come una grande possibilità e questo suo ruolo sul territorio non incontra le resistenze di altre istituzioni già preposte alla promozione e allo sviluppo turistico.
3. Le occasioni di scambio tra operatori e Parco Naturale Adamello Brenta sono state poco frequenti ed emerge che l'attività di comunicazione del Parco è

principalmente rivolta alle iniziative per i turisti. In altre parole vengono investite molte energie nel processo di comunicazione verso il cliente finale, senza tenere conto di alcune forme di comunicazione indiretta che porterebbero ad una maggior conoscenza di sé presso gli operatori e presso il territorio. Il modo in cui il Parco cura la comunicazione con albergatori ed operatori di questo comparto non spinge questi ultimi a promuovere attivamente le iniziative organizzate presso i propri clienti. Forme di relazione dirette agli operatori potrebbero da una parte aumentare la legittimazione del Parco e dall'altra raggiungere anche per via indiretta i clienti.

Queste riflessioni hanno condotto a prendere in considerazione la necessità di definire una strategia per il turismo sostenibile. E' infatti, un lavoro "da parco" anche migliorare la gestione del turismo, incoraggiando buone pratiche di sviluppo sostenibile. Il Parco non può esimersi dal confrontarsi con il turismo che per molti comuni dell'area rappresenta il fattore principale di sviluppo socio-economico e possiede un forte potenziale per sostenere attività economiche tradizionali e migliorare la qualità della vita dei residenti. Il turismo, inoltre, rappresenta uno strumento prezioso per sensibilizzare moltissime persone (dai visitatori, agli abitanti, agli operatori, alle istituzioni) al rispetto dell'ambiente.

#### 1.4 COS'È LA CARTA EUROPEA DEL TURISMO SOSTENIBILE NELLE AREE PROTETTE?

La Carta Europea del Turismo sostenibile rientra nelle priorità mondiali ed europee espresse dalle raccomandazioni dell'Agenda 21, adottate durante il Summit della Terra a Rio nel 1992 e dal V programma comunitario di azioni per lo sviluppo sostenibile. E' stata elaborata da un gruppo formato da rappresentanti europei delle aree protette, del settore turistico e dei loro partner. È il risultato di una prima riflessione, avviata nel 1991 dalla Federazione Europarc, che ha portato alla pubblicazione del rapporto. Fa parte delle priorità del programma di azioni "Parks for life" dell'Unione Mondiale per la Natura (UICN).i conforma ai principi enunciati dalla Carta mondiale del turismo sostenibile, elaborata a Lanzarote nel 1995.

La Carta europea del turismo sostenibile manifesta la volontà delle istituzioni che gestiscono le aree protette e degli operatori turistici di favorire un turismo conforme ai principi dello sviluppo sostenibile. La Carta impegna i firmatari ad attuare una strategia a livello locale in favore di un "turismo sostenibile", definita come "qualsiasi forma di sviluppo, pianificazione o attività turistica che rispetti e preservi nel lungo periodo le risorse naturali, culturali e sociali e contribuisca in modo equo e positivo

allo sviluppo economico e alla piena realizzazione delle persone che vivono, lavorano o soggiornano nelle aree protette". Aderire alla Carta del turismo sostenibile significa adottare un metodo di lavoro fondato sul principio del partenariato, che si esprime in tutte le fasi di definizione e di attuazione del programma di sviluppo turistico sostenibile. Esso si traduce in un'attività contrattuale e in una cooperazione intensa e leale tra l'istituzione che gestisce l'area protetta, gli operatori turistici, gli organizzatori di viaggi e gli altri protagonisti locali.



# Parte 1 - CONOSCERE IL TERRITORIO DEL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA

## 2. IL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA

### 2.1 PERCHÉ È STATO ISTITUITO IL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA?

Sin dai primi anni del '900 si erano individuate nell'area dell'Adamello-Brenta alcuni elementi naturalistici che necessitavano di protezione, tra cui la Val Genova nel gruppo dell' Adamello, il massiccio del Brenta e in particolare la Val di Tovel, nonché l'ultima popolazione d'orso bruno sulle Alpi.

La Provincia Autonoma di Trento decide quindi di istituire nel 1967 Il Parco Naturale Adamello Brenta che allora venne incluso, insieme al Parco Naturale di Paneveggio-Pale di San Martino, nel Piano Urbanistico Provinciale (PuP). Il PuP poneva infatti tra i suoi obiettivi la tutela dell'ambiente con il fine di un uso più attento delle risorse naturali, dell'eliminazione degli sprechi e del contenimento dell'utilizzazione del suolo, del miglior utilizzo del patrimonio edilizio esistente e della massima efficacia qualitativa degli interventi. Nel 1987 i confini del Parco vengono ampliati da 504 a 618 Km<sup>2</sup>.

Passano tuttavia quasi 20 anni dall'anno di inserimento del Parco nel PuP alla Legge Provinciale che ne decreta l'istituzione: l'Ente Parco Adamello Brenta viene istituito, insieme al Parco Naturale di Paneveggio-Pale di San Martino, con la Legge Provinciale 6 maggio 1988 n. 18, concernente l'Ordinamento dei parchi naturali del Trentino, con la quale si definiscono gli organi per la gestione amministrativa dei parchi e si fissano le modalità di utilizzo delle risorse di parchi naturali. All'interno del nuovo ordinamento le finalità di conservazione e protezione delle bellezze naturali si integrano con quelle inerenti la ricerca e la divulgazione scientifica, la promozione e l'uso sociale del territorio (Art. 1, c. 2-L.P. 6/5/1988, n. 18).

Con il 2003, a seguito della Variante al Piano Urbanistico Provinciale, vengono aggiunte al territorio protetto alcune aree. Prima fra tutte, per estensione e valore naturalistico, la zona dei Laghi di Valbona, ricadente nel Comune di Tione. Nel 2003, sempre a seguito della variante, tutte le zone che riguardano gli insediamenti periferici di centri abitati vengono "estrapolate" dai confini del Parco. Ad oggi il Parco si estende su una superficie di 620,52 km<sup>2</sup>.

Il territorio del Parco è composto da 39 comuni amministrativi, di cui 38 facenti parte della Provincia Autonoma di Trento (afferenti a 4 diversi Comprensori) ed uno, Paspardo, in provincia di Brescia.

## 2.2 COME È ORGANIZZATO E COME FUNZIONA?

Il Parco è costituito dai seguenti organi:

- il Comitato di Gestione
- la Giunta Esecutiva
- il Presidente, il Direttore
- il Collegio dei revisori dei Conti.

Il *Comitato di Gestione* è composto da 69 membri effettivi; nell'arco dell'anno generalmente si riunisce 2 o 3 volte.

La *Giunta*, che si compone invece di 11 elementi (escluso il Presidente del Parco), si riunisce due volte al mese.

Il *Collegio di Revisori dei Conti*, nominato dalla Giunta Provinciale, è composto da 3 membri.

Il *Presidente* è eletto dal Comitato di gestione, ha la rappresentanza legale dell'Ente e dura in carica 5 anni, purché permanga il Comitato di gestione; allo scadere dei 5 anni, può essere rieletto.

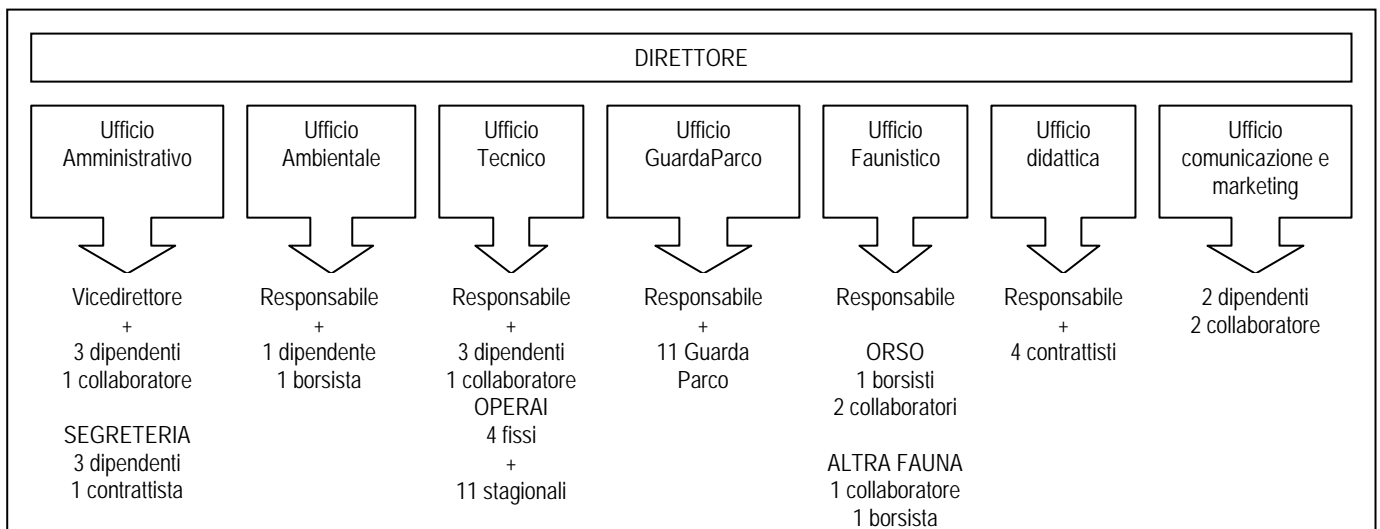
Il *Direttore* viene eletto dalla Giunta esecutiva e tra i suoi compiti rientrano la cura dell'esecuzione dei provvedimenti emanati dalla Giunta esecutiva e la gestione del personale.

Il Parco, per la gestione delle sue attività, si avvale sia di **personale** proprio che di personale esterno, quali liberi professionisti, enti di ricerca e cooperative.

Al 2005 il numero di dipendenti in pianta organica è di 30, di cui 28 a tempo indeterminato, 1 non ancora coperto (Funzionario culturale) ed il Direttore a tempo determinato.

Durante il periodo estivo il numero del personale sale vertiginosamente ed arriva a raggiungere le 100 unità: ai 30 dipendenti e ai 8 operai a tempo indeterminato, vanno sommati quasi 70 assunzioni a tempo determinato.

Figura 1 – La struttura organizzativa dei dipendenti nel 2005



Lo strumento di gestione attraverso il quale il Parco svolge i suoi compiti è il **Piano del Parco (Pdp)**, redatto ai sensi della L.P. n. 18 del 6.5.1988, approvato con deliberazione n. 6266 del 23 luglio 1999 dalla Giunta Provinciale ed entrato in vigore il giorno 18 agosto 1999. Il PdP costituisce un progetto-quadro di conservazione ambientale ed a questo fine indica i limiti, le prescrizioni e i divieti per l'uso del territorio, nonché le previsioni ed innovazioni necessarie ed opportune per conseguire la tutela, l'uso sociale e turistico dell'ambiente naturale. Pertanto esso indica gli obiettivi generali e le priorità d'intervento, quindi le linee guida che il Parco deve seguire nella gestione dell'area protetta.

Secondo il PdP la zonizzazione del territorio è stata definita attraverso l'individuazione di riserve integrali, guidate, speciali e controllate. Nelle tabelle riportate di seguito, sono state considerate le superfici valide alla fine del 2004.

**Tabella 1 – Le riserve del PNAB**

TIPO RISERVA	CODICE	SUP. (ha)	NOTE
riserve speciali	S1	8147,10	Tutela dell'Orso Bruno delle Alpi
	S2	4370,76	Tutela del Lago di Tovel
	S3p	649,92	Biotopi d'interesse provinciale
	S3c	155,38	Biotopi d'interesse comunale
riserve integrali	A1 (S4)	3089,16	Riserve d'interesse scientifico
	A2 (S5)	121,72	Riserve forestali
	A3	21637,13	Riserve generali
riserve guidate	B5	1582,76	Riserva a naturalità culturale
	B1, B2, B3, B4, B6	40207,99	Varie, vedi dettaglio nella successiva tabella
riserve controllate	C	1961,64	Riserve controllate
laghi	L	206,64	Laghi
<b>superficie totale PNAB al 2004 in ha</b>		<b>62051,76</b>	

### 2.3 DI QUALI RISORSE FINANZIARIE DISPONE?

Le entrate del Pnab provengono per la maggior parte (circa il 60%) dai fondi messi a disposizione della Provincia Autonoma di Trento, come previsto dalla legge 18/1988. Nonostante l'impostazione di forte rigore che ha caratterizzato il bilancio provinciale negli ultimi anni, che ha comportato una sensibile riduzione dei trasferimenti (-12,23% nel 2004), Il Parco è riuscito tuttavia a recuperare risorse proprie. Nell'ultimo anno il Parco si è autofinanziato in misura pari circa al 47,42% delle entrate totali.

Nel 2005 ha registrato una capacità di recuperare risorse concretizzando entrate proprie per più di € 2.260.356<sup>1</sup>, in aumento rispetto all'anno precedente. Le entrate proprie "ordinarie" hanno rappresentato nel 2005 circa il 50% delle spese correnti.

Tabella 2 - Evoluzione delle Entrate

Anni	Tot entrate P.A.T. Lp 18/88	Tot entrate proprie	Tot entrate	% Entrate proprie Entrate P.A.T.
1990	1.239.497	44.673	1.284.169	3,60
1995	1.815.346	112.613	1.927.959	6,20
2000	2.983.082	146.925	3.130.007	4,93
2003	5.409.996	815.829	6.225.825	15,08
2004	4.747.935	713.721	5.461.656	15,03
2005	4.766.409	2.260.356 <sup>2</sup>	7.026.765	47,42

Numerosi sono i progetti e le attività che il Parco organizza durante il corso dell'anno per turisti e residenti, che vanno a contribuire notevolmente al bilancio delle entrate proprie; in particolare sono soprattutto aumentati gli introiti derivanti dal traffico veicolare, nello specifico dai progetti di *mobilità sostenibile* (anno 2005: 273.298,00) e dalle *attività didattiche* (anno 2005: 160.972,00).

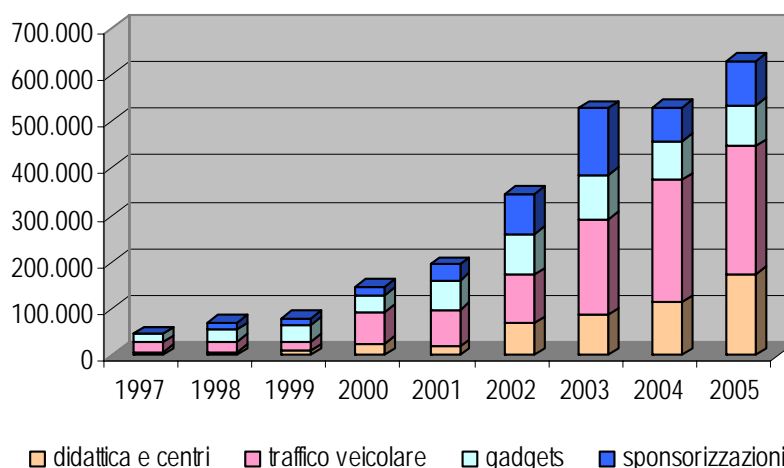
Ulteriore fonte di entrate (€ 94.140,00 nel 2005) è rappresentata dalle *sponsorizzazioni* (5 partner), prima fra tutti la Cartiere del Garda che mette a disposizione la fornitura di carta ecologica quantificabile in circa € 30.000,00 che rappresenta un indubbio vantaggio economico per il Parco. A questo va aggiunta la vendita dei *gadget* (anno 2005: 87.449,00) che avviene sia in sede, durante l'anno, che in tutti i punti info del Parco durante i periodi di apertura. Nel 2005 inoltre, il Parco ha ottenuto € 36.000,00 da compartecipazioni di altri enti (P.A.T. e Comuni) al processo di adesione alla Carta Europea del Turismo Sostenibile.

Unitamente a questi introiti, va aggiunto il *premio incentivante* offerto dalla Provincia Autonoma di Trento, nel 2005 pari a € 89.100,00, che il Parco ha ottenuto per essere riuscito contemporaneamente a contenere la dinamica della spesa corrente entro il tasso programmato di inflazione e ad incrementare le entrate proprie di parte corrente sul totale delle entrate di parte corrente di almeno due punti percentuali.

<sup>1</sup> Il valore di € 2.260.356 comprende un'entrata straordinaria particolarmente consistente cioè € 1.027.000 che rappresenta il contributo del Comune di Tuenno per la ristrutturazione di Casa Grandi

<sup>2</sup> vedi nota precedente

Grafico 1 - Evoluzione delle Entrate Proprie



## 2.4 CON CHI COLLABORA?

Considerata la natura e gli obiettivi che un Parco si prefigge, gli interlocutori con i quali interagisce comprendono tutto il tessuto sociale ed economico del territorio. Oltre agli organi comunali - il Parco dialoga con 39 amministrazioni comunali (di cui 1 in provincia di Brescia) che afferiscono a 4 diversi Comprensori provinciali - con i quali l'Ente ha necessariamente rapporti continuativi, sul territorio sono presenti una molteplicità di associazioni di carattere economico e culturale (SAT, pro loco, cooperative culturali, associazioni ambientaliste, ecc) con le quali il Parco ha instaurato rapporti di collaborazione, indispensabili in parte per la normale gestione dell'area e in parte per portare avanti progetti che le coinvolgono direttamente.

La politica turistica a livello locale, considerando che il territorio del Parco comprende tutto il versante occidentale del Trentino, è gestita da 5 *Aziende per il Turismo*, soggetti con partecipazione mista pubblico-privata con competenze nella definizione, promozione e commercializzazione dei prodotti turistici. Il Parco ha quindi rapporti quotidiani con questi 5 soggetti, unitamente a 2 Consorzi pro loco, a cui è affidata la "gestione turistica" di una porzione di territorio esclusa dalla competenza delle Apt. Nel coordinamento turistico dell'area, il Parco ha inoltre relazioni con tutta una serie di altri soggetti con i quali negli anni sono state instaurate partnership e convenzioni specifiche per portare avanti iniziative e progetti. Nel 2005 il Parco ha stipulato 65 convenzioni con soggetti diversi per lo svolgimento di molteplici attività; alcuni tra queste, collaborazioni per lo svolgimento delle attività estive, accordi per la gestione del servizio di mobilità nelle valli del Parco, convenzioni con Università, ecc. Nel 2004 erano state 72 e l'anno prima 62. Anche con il modo scolastico, attraverso l'ufficio didattica, il Parco ha avviato una

fitta rete di collaborazioni; attualmente sono 9 gli Istituti Comprensivi ricadenti in area Parco e 2 fuori Parco con cui l'ente ha stipulato delle convenzioni. Da anni è in continua crescita la richiesta di attività e giornate con gli operatori culturali del Parco, a conferma di come l'educazione ambientale si stia confermando quale uno dei principali assi strategici del Parco.

Con un gruppo di operatori ricettivi dell'area è stato avviato il progetto "*Qualità Parco*", che rappresenta un'importante occasione di crescita dell'economia locale e di stimolo alla diffusione di una nuova sensibilità ambientale; il marchio "*Qualità Parco*" si è dimostrato un efficace strumento di marketing territoriale, in grado di favorire un turismo sostenibile e di valorizzare l'identità locale. Rispondere a specifici criteri di tutela ambientale e di legame con il territorio, sono due dei molteplici requisiti fondamentali per l'ottenimento di questo riconoscimento. Attualmente gli alberghi certificati sono 27 su un totale di 335 strutture dislocate sull'area protetta.

Particolare attenzione, per il concreto coinvolgimento degli stakeholders locali che ha comportato, merita il progetto *Life Tovel*, avviato nel 2001, che si è concretizzato in un progetto sperimentale di pianificazione integrata del territorio e di sviluppo turistico eco-sostenibile di un'area di particolare interesse naturalistico e paesaggistico quale è la Val di Tovel e l'omonimo lago. Nello specifico, il progetto ha visto la partecipazione di una molteplicità di soggetti (di seguito elencati), che sono stati coinvolti nei tavoli di lavoro/workshop:

- il gruppo di lavoro formato dal Parco, il Comune di Tuenno, il Museo Tridentino di Scienze naturali di Trento (Ente provinciale coinvolto);
- le amministrazioni comunali della bassa Val di Non, in qualità di partner del progetto;
- gli operatori turistici ricettivi (agritur, B&B, alberghi) presenti sul territorio di riferimento;
- il Consorzio pro loco Tovel quale soggetto, che prima della riforma delle Apt del 2002, si occupava della promozione turistica della bassa Val di Non;
- tutte le associazioni culturali, ambientaliste del territorio di riferimento;

Obiettivo fondamentale del progetto, unitamente a sensibilizzare la popolazione verso le tematiche di salvaguardia ambientale, è stato quello di sviluppare e promuovere nuove attività legate al turismo e all'ambiente rurale, determinando nel tempo un'immagine di organizzazione eco-turistica rivolta anche al mondo della scuola in modo da differenziare l'offerta e allungare il periodo di potenziale fruizione dell'area.

Altre forme di collaborazioni tra Parco e territorio riguardano la rete di partnership che da anni si è sviluppata con gli sponsor (5), primo fra tutti il Cartiere del Garda. Estremamente importanti sono infine i rapporti con i molteplici Servizi Provinciali, che spesso collaborano e in parte finanziano i progetti del Parco.



## 3. LA DIAGNOSI DEL TERRITORIO

### 3.1 LA REALTÀ SOCIALE

La realtà del Parco si contraddistingue, al pari dei territori montani, per i seguenti fenomeni sociali:

1. la fuga della popolazione giovane dai piccoli e piccolissimi comuni montani, che ne ha determinato il drastico spopolamento ed invecchiamento negli ultimi 50 anni. E' bene sottolineare che il fenomeno sta conoscendo negli ultimi anni una fiduciosa inversione di tendenza: da una parte, l'attenzione di alcuni piccoli comuni ad offrire servizi ricreativi e sociali (come asili nido, biblioteche, impianti sportivi), che hanno anche generato nuova occupazione, ha incentivato la popolazione residente a restare sul territorio, contribuendo al suo ripopolamento e vitalità (sociale ed economica); dall'altra, l'insoddisfazione e disillusione verso lo stile di vita metropolitano da parte dei migranti di nuova generazione (gli attuali quarantenni), ha favorito un fenomeno di ritorno nei luoghi di origine. A sua volta, anche al Parco ha contribuito, nel suo piccolo, ad arginare il fenomeno della fuga: la sua struttura che garantisce - tra dipendenti e stagionali - circa 100 posti di lavoro, ha contribuito a creare forme di occupazione appetibili per i giovani, consentendo loro di restare e di apprezzarne le peculiarità;
2. l'abbandono di pratiche tradizionali, soprattutto di tipo artigianale, tradizionale (come ad esempio la lavorazione del legno), agricolo e pastorale (attività legate alle malghe) che hanno visto un notevole calo di addetti negli ultimi anni dovuto, in parte alla lontananza dei luoghi di lavoro dai centri abitati e, soprattutto, al manifestarsi di altre forme di economia più redditizie e meno faticose. Si segnala in particolare in val di Non l'abbandono da parte dei giovani della coltivazione della mela. Negli ultimi anni, la Provincia Autonoma di Trento ha tentato di invertire questa tendenza favorendo l'introduzione di tecniche di gestione moderne, erogando incentivi e agevolazioni a favore delle attività agricole, la valorizzazione degli antichi mestieri, il recupero degli edifici rurali e la realizzazione di strutture agrituristiche.
3. la diffusa presenza - nelle località turistiche - di un patrimonio abitativo non destinato ad usi residenziali, quali seconde case ed alloggi privati. Queste strutture, che in alcune località costituiscono la quasi totalità degli edifici, restano chiuse per la maggior parte dell'anno e contribuiscono marginalmente

all'economia locale. Oltre ad aver determinato un consistente consumo di suolo, difficilmente convertibile, questo fenomeno ha contribuito a far lievitare i canoni di affitto e vendita, rendendo difficile per i residenti e/o lavoratori acquistare una casa.

**Tabella 3 - La realtà sociale del Parco**

Popolazione residente al 2005	42.915 abitanti
Indice vecchiaia <sup>3</sup>	122%
Indice di carico sociale <sup>4</sup>	50%
% Abitazioni occupate da residenti su totale	55%

### 3.2 LA REALTÀ ECONOMICA

Il Parco comprende un territorio estremamente vasto con realtà molto eterogenee e forme di economia molto diversificate. In alcuni ambiti quella predominante è l'economia turistica, in particolare in Val Rendena, nell'Altopiano della Paganella e in Val di Sole. L'economia agricola, basata sulla monocoltura della mela, contraddistingue il territorio della Val di Non; il terziario rappresenta il tessuto economico delle Giudicare Centrali. Le Terme, infine, sono la base dell'economia delle Giudicare Esteriori.

La *Val di Non* è famosa in tutto il mondo per la produzione di mele. Negli ultimi anni, complici la competitività tecnico-produttiva nazionale ed internazionale e l'abbandono della terra da parte dei giovani, l'economia della mela ha registrato primi segnali di crisi, sebbene giochi ancora un ruolo determinante nello sviluppo economico e sociale non solo del territorio, ma dell'intera provincia. I cambiamenti in atto hanno fatto nascere l'esigenza di diversificare il reddito agricolo, cominciando ad affiancare alla coltura della mela attività ad essa complementari, quali ad esempio il turismo. Gli agricoltori della Valle hanno iniziato così ad aprire le proprie aziende al visitatore, ospitarlo in apposite strutture, quali B&B e agritur, commercializzarne i prodotti, partecipare a corsi di formazione e aggiornamento professionale per l'esercizio di nuove attività imprenditoriali legate a quelle tradizionali (come ad esempio quella di fattoria didattica). Sebbene non siano ancora molte le iniziative in tal senso, è chiaro che, se si vuole diversificare il reddito e al tempo stesso preservare il modello economico e sociale prevalente, debba essere questa la strada da perseguire nel futuro.

<sup>3</sup> L'indice di vecchiaia è costruito rapportando il numero di anziani al numero di giovani; è un indicatore che permette di apprezzare l'incidenza della popolazione, convenzionalmente definibile come anziana, su quella giovane. I valori superiori a 100 denotano uno squilibrio nel senso di un maggior peso degli appartenenti alla cosiddetta "terza età".

<sup>4</sup> L'indice di dipendenza (o carico sociale) esprime in termini percentuali la parte di popolazione che in linea del tutto teorica dipende, perché giovanissima o anziana e quindi senza autonomia di sostentamento, da coloro che sono in età lavorativa.

Nei territori dell'*Altopiano della Paganella*, della *Val di Sole* e della *Val Rendena* l'economia ruota attorno al turismo, sia estivo che invernale. Per quanto concerne quest'ultima realtà, la situazione è caratterizzata dalla presenza di una spaccatura tra alta e bassa valle: la seconda infatti, nonostante le proprie peculiarità, non ha una ben chiara e specifica vocazione turistica e la sua economia turistica vive al traino del prodotto invernale di "Madonna di Campiglio" e del prodotto estivo dell'alta Val Rendena; questa situazione non permette al territorio della bassa valle di decollare autonomamente. Il turismo estivo è un turismo rivolto prevalentemente ad una clientela affezionata a queste mete, anziani, famiglie con bambini. Il turismo invernale è rivolto agli amanti degli sport invernali. Anche in questo caso, in parte per l'ingresso sul mercato di destinazioni più competitive, in parte per i cambiamenti climatici che in taluni casi hanno sfavorito le località sciistiche, in parte per un nuovo modo di viaggiare e di spendere del turista, queste destinazioni si trovano nella necessità di rivedere le loro politiche turistiche. Prevalgono politiche orientate alla qualità e alla diversificazione dei servizi; in tal senso, l'offerta eco-turistica del Parco rappresenta un'occasione importante per attrarre nuova clientela.

L'ambito delle Giudicarie Centrali, che vedono in Tione il centro principale, si caratterizza per una forte presenza del terziario; questo territorio fino alla bassa Rendena, sta cercando di incrementare la propria economia anche attraverso attività legate alla riscoperta dell'artigianato e alla valorizzazione delle antiche tradizioni.

La porzione orientale del Panb si contraddistingue soprattutto per la presenza delle Terme di Comano, conosciute a livello nazionale e non solo, per gli effetti curativi delle sue acque. Il prodotto termale sta conoscendo negli ultimi anni una fase di cambiamento, come rileva il Rapporto sul Sistema Termale del 2004 in Italia; la funzione delle prestazioni termali sta passando da una visione di tipo scientifico, che considera la cura come terapia, ad una visione olistica nella quale il senso della cura è il raggiungimento di un benessere globale psico-fisico. Le terme di Comano, pur mantenendo la loro specifica e peculiarità di terme curative, stanno integrando la propria offerta anche in tal senso: non a caso il territorio si propone come "la valle della salute e del benessere". Da non dimenticare il centro di Ponte Arche, sede anch'esso insieme a Tione, del settore terziario.

### 3.3 LE ATTRAZIONI NATURALI E CULTURALI

Nel territorio del Parco si contano numerose valli, ognuna con proprie particolarità e caratteristiche. Nella parte sud occidentale del Parco le principali sono la Val di Fumo, la Val di Breguzzo, i laghi di Valbona, la Val S.Valentino e la Val di Borzago; tutta l'area, dominata dalla cima Carè Alto, è costituita da roccia tonalitica d'origine

vulcanica intrusiva ed ospita estese foreste dal fondovalle fino ai ghiacciai. Nel corso della Grande Guerra, tutta la zona e più in generale la catena montuosa dell'Adamello-Presanella è stata teatro di battaglia tra gli eserciti italiano e austro-ungarico. Oggi, di quegli eventi, rimangono sul territorio numerosi segni: trincee, baracche, reperti bellici di grande valore (si pensi in particolare ai cannoni di Cresta-Croce e Carè Alto e Skoda Presanella), vecchi camminamenti e vie militari che oggi sono diventate preziose reti di sentieri e percorsi. La catena dell'Adamello, in particolare la zona di S.Valentino e la Val Genova sono stati luoghi di reintroduzione dello stambecco, grazie al progetto che ne ha visto il rilascio di circa 40 capi, tra il '95 fino al '00. Ad est del territorio dell'area protetta, caratterizzata dalla presenza del massiccio granitico del Brenta, si succedono numerose valli tra cui Valagola, Val Brenta, Vallesinella e ancora Val Algone, Val Ambienz nella parte sud orientale.

Le due perle del Parco, più conosciute e di conseguenza con maggiore affluenza turistica sono la Val Genova (famosa per numerose cascate, le più conosciute quelle del Nardis e di Lares), la Val di Tovel (conosciuta per l'omonimo lago che fino al '64, in determinate ore della giornata, assumeva in alcuni punti una colorazione rossa) e Vallesinella, quale punto di partenza per le maggiori escursioni sul Brenta. La componente faunistica è tra le più ricche dell'arco alpino comprendendo tutte le specie montane; tra questi, di particolare si rileva l'orso bruno, che grazie ad un progetto di reintroduzione del '98 attualmente conta una popolazione di 15-17 individui.

La Val di Non, famosa per la coltivazione della mela, è conosciuta anche per la presenza di numerose chiese e castelli che testimoniano una tradizione storica e culturale legata alla vita di corte. Altre zone del Parco sono invece conosciute per altre particolarità: la val Rendena e le valli Giudicarie sono legate all'artigianato e alla montagna, la zona delle Terme di Comano è caratterizzata dalla presenza delle Terme conosciute soprattutto per gli effetti curativi delle acque.

### 3.4 I FLUSSI TURISTICI

Il flusso turistico nel territorio dei 38 comuni trentini del Parco è di 6 milioni di presenze annuali (per 871 mila arrivi) per una quota di mercato rispetto al territorio provinciale del 22,8%. Il fenomeno non è equamente distribuito sul territorio.

Nell'ultimo decennio ad una crescita costante (ma non omogenea) del turismo è corrisposto un nuovo modo di fare vacanza:

- Le vacanze lunghe sono diventate sempre meno frequenti, mentre è cresciuta la mobilità turistica sul territorio. Mentre negli anni 90 il turista si arrivava a

soggiornare fino a 10 giornate su una certa località, ora il suo periodo di permanenza non supera le 8 giornate.

- Alle seconde case ed alloggi privati, oggi il turista preferisce trascorrere il proprio soggiorno presso strutture alberghiere e complementari (come B&B, agritur), orientate ad una gestione meno rigida (per il periodo di apertura, per la durata del soggiorno) e di qualità.
- Sebbene il territorio del Parco si presti ad essere fruito soprattutto durante la stagione estiva, nel corso dell'ultimo decennio è la stagione invernale ad avere registrato un vero e proprio boom (soprattutto in alcune località), tanto da assottigliarsi sempre più la forbice tra l'una e l'altra.
- La vacanza in montagna (estiva e invernale) sta cambiando. In estate, oltre al relax, il turista si attende di vivere esperienze diversificate (scoperta del territorio, attività sportive, benessere). In inverno la tecnologia e l'organizzazione consentono agli sciatori di poter disporre di maggiore tempo libero da dedicare ad altre attività.

**Tabella 4 - Movimento turistico (anno 2003)**

	<b>Arrivi</b>	<b>Presenze</b>
Movimento turistico	871.430	6.511.011
Movimento turistico estivo	371.735	3.461.486
Movimento turistico invernale	443.668	2.797.682
Movimento turistico Agosto (anno 2002)	152.902	1.640.274

### **3.5 I VISITATORI DEL PARCO**

Nell'estate del 2004 il Parco, in collaborazione con l'Osservatorio Provinciale per il Turismo, ha condotto una indagine sui visitatori, della quale di seguito si riassumono le conclusioni più rilevanti.

#### **Motivazioni di vacanza**

Le motivazioni di vacanza prevalenti riguardano nell'ordine:

- la ricerca di riposo e relax in un ambiente naturale;
- poter godere di opportunità di carattere naturalistico;
- per le opportunità di vacanza attiva praticando degli sport e delle escursioni.

Tra le altre motivazioni di vacanza: le opportunità enogastronomiche; le opportunità di divertimento; le opportunità di carattere culturale. Pressoché assenti motivazioni di vacanza benessere in strutture termali o hotel dotati di centro benessere, o legate alla convegnistica. Circa la metà degli intervistati dichiara che la presenza del Parco è stata determinante nella scelta del luogo di vacanza.

### **Il periodo di permanenza**

C'è una sostanziale differenza tra coloro che soggiornano nelle strutture ricettive alberghiere e coloro che soggiornano in alloggi privati e seconde case. I primi si fermano per periodi di almeno due settimane, i secondi per una settimana circa.

### **Dove soggiornano i turisti**

Circa la metà dei turisti preferisce l'albergo. Un terzo circa alloggia in alloggi privati e seconde case (con una prevalenza degli alloggi privati e appartamenti in affitto quasi doppia rispetto alle seconde case). I restanti in campeggio e in altre sistemazioni, come agritur e bed and breakfast, in famiglia oppure da amici o nei rifugi.

### **Il profilo del visitatore**

La maggior parte dei visitatori è in vacanza con la famiglia e i figli. Si tratta di persone con elevato grado di istruzione, impiegati, liberi professionisti, imprenditori, dirigenti, provenienti dalle regioni del Centro Nord, soprattutto dalla Lombardia e da Milano e Brescia in particolare.

Molti visitatori sono sufficientemente fidelizzati, tanto da considerare l'ipotesi di ripetere l'esperienza di vacanza nel Parco, senza peraltro escludere anche la possibilità di una vacanza durante il periodo invernale.

### **Cosa chiedono**

Molta importanza è assegnata soprattutto a tre aspetti:

- l'aspettativa di una natura incontaminata e di paesaggi naturali;
- la manutenzione dei sentieri e della cura del territorio;
- la tranquillità, il silenzio, il relax;

I visitatori sono molto interessati a partecipare ad iniziative del Parco, a visitare le sue strutture, a partecipare alle escursioni e alle serate a tema.

Quasi all'unanimità valutano positivamente limitazioni del traffico automobilistico nelle valli più frequentate. Concordano anche sulla scelta del Parco di eliminare i cestini dei rifiuti per incentivare i turisti a riportarseli a casa. Ugualmente elevato il consenso sull'introduzione di alcuni divieti da parte del Parco (come ad esempio la possibilità di campeggiare; ma anche mountainbike sui sentieri, che invece, come si è visto sopra contraddittoriamente gli intervistati spesso accomunano alle escursioni a piedi ritenendole perfettamente coerenti con un Parco naturale).

### **Il livello di soddisfazione del visitatore**

In generale i visitatori si dichiarano molto soddisfatti sotto tutti i profili. I livelli di soddisfazione più elevati si riscontrano sui seguenti aspetti:

- la cortesia e la competenza del personale;
- la natura incontaminata e i paesaggi naturali;
- la manutenzione dei sentieri e la cura del territorio;
- il sistema informativo del Parco (punti info, Centri visitatori, materiali a stampa ecc).

I livelli di soddisfazione meno elevati si riscontrano per:

- il numero di turisti presenti nell'area del Parco nei periodi di alta stagione (presumibilmente avvertiti come troppi e in qualche misura incompatibili con l'idea di Parco che si è fatta l'interlocutore);
- la disponibilità di reperire locali tipici dove assaporare la cucina locale;
- le proposte culturali e naturalistiche del Parco (che risultano forse anche scarsamente conosciute);
- la possibilità di fare sport e mantenersi in forma (in questo caso s'è da tenere presente che pochi tra gli intervistati vivono il Parco come un luogo dove fare sport e il Parco non appare affatto identificato come una palestra, seppure all'aria aperta).

### 3.6 LE STRUTTURE RICETTIVE

L'offerta ricettiva del Parco si contraddistingue per una forte presenza di strutture extra-alberghiere (alloggi privati e seconde case): oltre il 96% delle strutture e il 70% circa dei posti letto appartengono a questa tipologia ricettiva. Il fenomeno dell'edificazione turistica è continuato ad aumentare nel corso degli ultimi anni, sebbene la Provincia abbia sollecitato i Comuni ad adottare correttivi urbanistici per arginare il fenomeno (nel novembre del 2005 è stata approvata una legge provinciale che impone grossi vincoli all'edificazione di seconde case). Questo, oltre a incidere negativamente sull'uso del suolo, la costruzione di nuove case pone interrogativi sui reali benefici economici all'economia locale: le strutture aprono per pochissimi giorni e solo in alta stagione; prevale una gestione rigida e quasi mai imprenditoriale; i canoni risultano poco convenienti soprattutto per giovani turisti con bassa capacità di spesa.

Per quanto riguarda il settore alberghiero, grazie soprattutto alle risorse e agli incentivi messi a disposizione dalla Provincia per l'ammodernamento e la ristrutturazione degli alberghi, è cresciuto sia il dimensionamento delle strutture che la qualità delle stesse. Nel Parco si trovano prevalentemente strutture di medio-alta qualità: i 3 stelle rappresentano la stragrande maggioranza di strutture, ad eccezione dell'ambito della Val di Non ove prevalgono strutture ad 1 e 2 stelle.

Le altre forme di ricettività non sono ancora molto diffuse, anche se negli ultimi anni, grazie ad incentivi provinciali e iniziative imprenditoriali, si è registrato un aumento di B&B e agritur.

Molto diffusa e articolata risulta l'offerta di strutture ricettive in alta quota, quali bivacchi, rifugi alpini ed escursionistici. A queste si dovrebbero aggiungere alcune malghe. Oggi sono pochissime le malghe monticate, dopo la guerra lentamente l'attività è andata morendo, in seguito al rapido e continuo processo di industrializzazione che ha portato all'abbandono dell'allevamento del bestiame. Il Parco pone attenzione al recupero delle attività del passato ed in particolare a quella malghiva, fonte di guadagno per la gente di montagna ma anche esempio di come l'uomo viveva in armonia con la natura. Molti progetti di recupero prevedono l'utilizzazione delle malghe anche a fini ricettivi.

Negli ultimi anni Provincia e Parco hanno messe in atto molte iniziative per migliorare la qualità dell'offerta riscontrando l'interesse di un numero significativo di gestori. Nel 2003, ha preso il via il progetto "Qualità Parco", il marchio di qualità attribuito alle strutture ricettive, quali alberghi, garni e campeggi (ma presto saranno predisposti appositi protocolli anche per strutture tipiche e per il settore agro-alimentare), che si distinguano per la gestione sostenibile delle proprie strutture e per la valorizzazione dell'identità locale. Attualmente 27 sono gli alberghi che hanno ottenuto il marchio e 1 campeggio, mentre molti operatori hanno espresso interesse ad intraprendere tale percorso. La Provincia, invece, ha istituito Club di prodotto per diverse tipologie di strutture ricettive, dagli alberghi, ai B&B, alle strutture rurali, agli appartamenti turistici. Nel Parco sono 5 le strutture che fanno parte di questi club.

**Tabella 5 - Strutture ricettive nel Parco in ordine decrescente dei posti letto (anno 2003)**

Strutture ricettive	Numero	Posti letto
Seconde case	8.815	40.982
Alloggi privati	6.899	31.709
Alberghi	335	21.162
Colonie e campeggi mobili	67	2.899
Campeggi	6	2.693
Rifugi	31	1.590
Affittacamere	42	1.047
Case per ferie	11	620
Altri esercizi	7	545
Agritur	20	228
<b>Totale Pnab</b>	<b>16.233</b>	<b>103.475</b>

**Tabella 6 - Classificazione alberghiera per stelle (anno 2003)**

Classificazione	Numero	% su totale
1 Stella	54	16%



2 Stelle	46	14%
3 Stelle	208	62%
4 Stelle	27	8%

### 3.7 I SERVIZI PER LA FRUIZIONE

Per lo svolgimento delle proprie attività educative, culturali e turistiche il Parco si avvale di tutta una serie strutture, Centri Visitatori, Punti Info, Foresterie e Case del Parco; si tratta in alcuni casi di immobili di proprietà, mentre per altri, l'Ente ne ha il possesso in comodato.

I *Centri Visitatori* sono strutture che il Parco ha acquistato e allestito secondo criteri e caratteristiche ben studiate e definite, ritenendoli fondamentale veicolo di cultura e mezzo di sensibilizzazione ecologica, opportunità per una conoscenza approfondita della realtà ambientale, nonché volano economico anche per quelle realtà più decentrate rispetto alle aree turisticamente più sviluppate. Nello specifico si tratta di un totale di 9 Centri, 3 attualmente attivi e altri 6 in fase di realizzazione; il Centro visitatori "Flora" verrà aperto già a partire dall'estate 2006, gli altri nei prossimi anni. La particolarità di tali strutture sta nel fatto che ogni Centro sviluppa ed approfondisce una tematica ben specifica: l'orso, il lago di Tovel, il rapporto uomo ed ambiente, ecc. e quindi tutto l'allestimento è stato studiato ad hoc.

**Tabella 7 - Centri Visitatori**

N	Centro Visitatori	Comune
1	Centro Visitatori "Fauna"	Daone
2	Centro Visitatori "Orso"	Spormaggiore
3	Centro servizi di Tovel	Tuenno
4	Area Botanica e Centro visitatori "Flora"	Stenico
5	Centro visitatori "Acque"	Carisolo
6	Centro visitatori "Uomo & ambiente"	Tuenno
7	Centro di Educazione ambientale Villa Santi	Montagne
8	Centro veterinario e di osservazione della fauna	Spiazzo
9	Mediateca	San Lorenzo in Banale

Tali strutture sono aperte nei periodi estivi e, su prenotazione, in qualsiasi giornata dell'anno, ad eccezione del Centro Visitatori di Tovel; l'ingresso è a pagamento.

Nei *Punti Info* si possono avere qualsiasi tipo di informazioni relative al Parco: territorio, attività, turismo, ecc. Tutti, ad eccezione di quello a Mavignola e quello in sede a Strembo, sono aperti stagionalmente e gestiti da personale assunto per tale periodo, debitamente formato.

Tabella 8 - Punti Info

N	STRUTTURA	COMUNE
1	Punto Info presso la foresteria a Mavignola	Pinzolo
2	Punto Info presso giardino Botanico	Stenico
3	Punto Info presso sede	Strembo
4	Punto Info a Breguzzo	Breguzzo
5	Punto Info al parcheggio Vallesinella	Ragoli
6	Punto Info parcheggio Brenta in Val Algone	Bleggio Inf.
7	Punto Info a Ponte Verde in Val Genova	Carisolo
8	Punto Info Ponte Rosso ex-Elvio in Val Genova	Strembo
9	Punto Info in Val di Fumo	Daone

Il Parco dispone, infine, di 2 foresterie, situate a S. Antonio di Mavignola e Spormaggiore, e di 13 beni immobili (*malghe, cascine*) sparsi sul territorio destinati a basi logistiche; sono gestiti in tutto o in parte dal Parco e sono stati dislocati in modo tale da ricoprire, in modo più o meno uniforme, il territorio dell'area protetta. Le foresterie sono adibite ad ospitare scolaresche, gruppi di studenti universitari, ricercatori, studiosi del Parco e in generale tutti coloro che effettuano studi sul e/o per l'area protetta. Anche una delle case del Parco, Malga Valagola, viene utilizzata come punto di riferimento per numerose scolaresche nell'ambito dei programmi di educazione ambientale; da maggio a settembre risulta essere una meta ambita con richieste anche da fuori provincia.

In tutte le strutture (ad eccezione le ultime sopraccitate) è possibile acquistare i gadget del Parco e la documentazione (libri, dvd) sull'area protetta che negli anni è stata pubblicata.

### 3.8 LE ATTIVITA' EDUCATIVE, RICREATIVE, TURISTICHE E DI INFORMAZIONE

Le attività educative e ricreative del Parco si basano su un sistema di infrastrutture, strutture e attrezzature molto articolato. Il Parco, secondo l'art. 33 del PdP, L.P.18/88 dispone di:

- 900 Km di sentieri segnalati; tra questi 321,35 sono di competenza del Parco, di cui 34,3 km sono sentieri didattici.
- 9 bivacchi
- 20 rifugi alpini
- 15 rifugi escursionistici

e inoltre di:

- 13 Case del Parco

- 3 Centri visitatori attivi 6 in fase di corso di realizzazione (a partire dall'estate 2006 sarà attiva anche l'area botanica e il Centro visitatori "Flora" di Stenico)
- 9 punti informativi (vedi cap 3.7: I servizi per la fruizione)

Dal 2003, è in corso di installazione presso le principali valli del Parco una nuova linea di cartelli segnalatori realizzati con materiale biodegradabile. Questa rete di strutture richiederà ingenti risorse finanziarie sia per il mantenimento in efficienza e il continuo rinnovo, sia per la gestione. E' necessaria, quindi, una riflessione sulla necessità di definire una strategia di valorizzazione che consenta ai centri visita di diventare un'offerta turistica e culturale capace di ridurre la dipendenza finanziaria dalle risorse del Parco.

Il Parco, oltre ad investire su elementi tangibili del sistema (segnaletica, centri visita), ha creduto molto nelle attività di educazione ambientale e di interpretazione del patrimonio consolidando il gruppo di lavoro. In particolare, oggi il Parco risponde in proprio alla crescente domanda di educazione ambientale per le scuole e di animazione territoriale sostenibile, organizzando un imponente programma di iniziative che va sotto il nome di "Un'estate da Parco". Si tratta di uno sforzo intenso (si è passati dalle 100 attività organizzate nel 2001 alle 368 organizzate nel 2005) necessario a colmare una lacuna imprenditoriale: sul territorio del Parco esistono Enti preposti alla promozione e comunicazione turistica (prime fra tutti le Aziende per il Turismo), ma di fatto pochi sono i soggetti che svolgono le iniziative proposte dal Parco.

Nello specifico, la gamma di iniziative ed eventi organizzati alcuni nei periodi stagionali altre lungo l'intero anno, sono:

- ◆ escursioni guidate con l'ausilio di racchette da neve nel periodo invernale;
- ◆ iniziative tematiche quali:
  - Ë le uscite all'alba e al tramonto;
  - Ë le escursioni di fotografia naturalistica;
  - Ë l'osservazione del cielo stellato con la collaborazione del Museo Civico di Rovereto e le biblioteche locali;
  - Ë le brevi escursioni alla ricerca dei segni di presenza dell'orso;
  - Ë le brevi escursioni fino ai piedi del ghiacciaio dell'Adamello;
  - Ë le passeggiate proposte nei pressi dei Centri Visitatori;
  - Ë "Invito a Tovel", giornata alla scoperta della Valle di Tovel proposta ai turisti dell'Altopiano della Paganella e Bassa Valle di Non;
  - Ë iniziative rivolte ai più piccoli (Parco avventura, Parco da favola, ecc.);
  - Ë osservazione della fauna;

- ◆ trekking delle Malghe, ovvero escursioni per raggiungere le più belle malghe del Parco e degustare i prodotti tipici;
- ◆ serate a tema naturalistico organizzato per i Comuni del Parco, i Consorzi Turistici, le Aziende di Promozione Turistica e Pro Loco che operano sul territorio del Parco, tenute da esperti collaboratori
- ◆ corsi di intaglio del legno e mostre nei Centri Visitatori;
- ◆ le "settimane verdi": pacchetti didattici specifici di educazione ambientale rivolti alle associazioni e gruppi organizzati da svolgersi presso le foresterie di Mavignola e Valagola; si prevede, infine, l'ideazione di escursioni di "Leaf Peeping" per osservare la colorazione delle foglie dei boschi del Parco in autunno.

Nell'inverno 04/05, con il programma il "Parco Inverno", si è sperimentata per la prima volta l'organizzazione di un programma di attività rivolto al visitatore invernale.

Tabella 9 - Programma delle attività estive

Anni	Attività previste	Attività effettuate	% delle attività effettuate	Partecipanti	Media partecipanti per attività
2001	100	84	84%	1475	87
2002	191	172	90%	5656	33
2003	256	180	70%	4671	26
2004	396	171	43%	6506	38
2005	368	229	62%	5585	24

Nel periodo estivo, vista la mole di lavoro, addetti stagionali sono dedicati al servizio informazioni e alla gestione veicolare presso i punti di sosta. La prospettiva obbligata, a medio termine, sarà probabilmente quella di esternalizzare questi servizi favorendo la nascita e lo sviluppo di azioni imprenditoriali privatistiche aprendo nuovi sbocchi occupazionali per i giovani residenti (dal 2002 il centro visita di Daone è affidato in gestione ad un consorzio di cooperative locali).

L'intero sistema non risponde ancora ad una logica di pianificazione strategica impostata sul concetto di "interpretazione del patrimonio ambientale e culturale". E' stata quindi ravvisata la necessità di definire di un Piano di interpretazione naturalistica ed ambientale, utile a pianificare, secondo le esperienze internazionali più significative, tutte le operazioni e le misure concernenti lo sviluppo e la gestione dell'accoglienza del pubblico, della fruizione, dell'informazione, della comunicazione, della promozione del territorio dal punto di vista turistico-ricreativo e didattico.

### 3.9 L'ORGANIZZAZIONE TURISTICA

L'organizzazione turistica del territorio è in fase di cambiamento. Si riportano i mutamenti più significativi:

1. la trasformazione Azienda di promozione turistica del Trentino in società per azioni (Trentino S.p.A.), al fine di gestire in forma imprenditoriale l'attività di promozione del Trentino sui mercati. La nuova società, costituita nel 2002 ha un ruolo di collegamento e coordinamento con tutti gli altri soggetti che operano nel settore: Provincia, Camera di Commercio, Università, Apt d'ambito, Consorzi Pro Loco, Associazioni di categoria, operatori, imprese. In concreto la Trentino SpA è responsabile dell'immagine turistica e territoriale del Trentino in senso ampio, della gestione del marchio, della promozione e pubblicità del Trentino come sistema integrato di valori e attività, della valorizzazione delle specificità, dell'attività di marketing sui diversi mercati (pubblicità, promozione, fiere, web, sponsorizzazioni, ecc.), delle relazioni esterne e dei rapporti con i media, ricerca e analisi dei singoli mercati, attività editoriali di supporto, collaborazione con gli operatori di promozione turistica locale e supporto alla commercializzazione, oltre che nel turismo, nello sport, nella cultura, nell'artigianato e nelle produzioni di qualità.

Accanto alla Trentino S.p.A opera da anni l'Osservatorio del Turismo (con l'ausilio del Servizio Statistica della Pat), quale ente attraverso cui la Trentino S.p.A. acquisisce ed elabora le informazioni necessarie per definire gli obiettivi e progettare le strategie che guidano le azioni promozionali.

2. la soppressione delle APT d'ambito, enti pubblici non economici funzionali alla Provincia, e la loro sostituzione, dopo la riforma del 2002, con società denominate Aziende per il turismo. Le nuove APT sono diventate il nuovo soggetto di riferimento: ad esse competono i servizi di informazione e assistenza turistica, le iniziative di marketing turistico, le iniziative di valorizzazione del patrimonio ambientale, culturale e storico dell'ambito di riferimento e l'intermediazione e prenotazione di servizi e pacchetti turistici. La politica turistica del Parco deve quindi "raccordarsi" alle strategie delle 5 APT d'ambito (oltre ovviamente a quella della Trentino Spa) di riferimento ed essere recepita all'interno dei rispettivi "progetti d'ambito". Nello specifico si tratta de
  - I. l'Azienda per il turismo Madonna di Campiglio Pinzolo, Val Rendena per l'ambito della Val Rendena;
  - II. l'Azienda per il turismo Terme di Comano Dolomiti di Brenta in riferimento all'ambito delle Giudicarie Esteriori
  - III. l'Azienda di Promozione Turistica - Altopiano della Paganella - Dolomiti di Brenta per quanto riguarda l'ambito dell'Altopiano della Paganella;

- IV. l'Azienda di Promozione Turistica Valle di Non per quanto riguarda il territorio della Val di Non;
- V. l'Azienda di Promozione Turistica Val di Sole, Pejo e Rabbi per l'ambito della Val di Sole

Unitamente a 4 Consorzi:

- I. Consorzio Giudicarie Centrali per il territorio della bassa Rendena;
- II. Consorzio pro loco alta Val Giudicarie per il territorio della Val del Chiese;
- III. Consorzio pro loco Tovel per l'ambito della bassa Val di Non, anche se dopo l'estensione delle competenze dell'Apt d'ambito a tutta la valle, il Consorzio ha perso molte delle sue competenze
- IV. Consorzio Dimaro Vacanze per la Val di Sole<sup>5</sup>;

Unitamente a questi soggetti il Parco ha rapporti di carattere turistico anche con le pro loco e qualche altra associazione (la Cooperativa "L'Ancora", ecc).

### 3.10 LE 4 AREE TURISTICHE DEL PARCO INDIVIDUATE DAL RAPPORTO DIAGNOSTICO

Nel Rapporto Diagnostico è emerso che il territorio del Parco non è omogeneo. Al suo interno ci sono aree che si differenziano per la morfologia del territorio (risorse naturali, risorse culturali, insediamenti) e i modelli di sviluppo turistico che si sono consolidati nel tempo (si fa riferimento alle fasi del ciclo di vita Butler):

- *Area a turismo iniziale* – Val di Non - Campodenno, Cles, Cunevo, Denno, Flavon, Nanno, Sporminore, Tassullo, Terres, Tuenno, Spormaggiore, Cavedago; L'area insiste nella parte bassa della Val di Non. La Val di Non non è la tipica valle alpina (territorio a forma concava con i due pendii contrapposti che si incontrano in basso, sulle rive di un corso d'acqua). E', invece, un territorio ampio, caratterizzato da piantagioni di mele nella parte più bassa, conifere e prati in quella più alta. Altri elementi distintivi del paesaggio sono i castelli (la valle è la zona del Trentino che ne ha conservato il maggior numero) e i biotopi.

Dal punto di vista dello sviluppo turistico si segnalano due fenomeni differenti: il declino di forme tradizionali di turismo e segnali incoraggianti di crescita delle presenze nelle strutture complementari. Con riferimento a quest'ultimo fenomeno, tenuto conto che la maggior parte delle strutture complementari sono agritur, si può affermare che si è in presenza di una fase iniziale di forme di turismo rurale.

---

<sup>5</sup> Si tratta di un soggetto privato che raggruppa gli albergatori di Dimaro, Folgarida e Marilleva

- *Area a turismo inespresso* - Bassa Val Rendena, "Busa di Tione", Val del Chiese - Strembo, Bocenago, Caderzone, Spiazzo, Darè, Pelugo, Vigo Rendena, Villa Rendena, Tione, Montagne, Ragoli, Daone, Breguzzo;

L'area insiste nella media e bassa Valle Rendena e una parte delle Giudicarie Centrali e della valle del Chiese. Il paesaggio è caratterizzato dalla presenza dell'Adamello. La struttura dei centri storici (molti dei quali recuperati negli ultimi anni) riflette l'adattamento umano all'ambiente climatico e all'economia silvo-pastorale. Dall'aprile 2004 sono entrate in funzione le terme di Caderzone.

Dal punto di vista dello sviluppo turistico, l'area, nonostante le proprie peculiarità, è "al traino del prodotto invernale di "Madonna di Campiglio" e di quello estivo dell'alta Val Rendena" (come si legge nella proposta di Patto Territoriale della Val Rendena del 21 luglio 04). Alcuni sindaci della valle hanno definito questo concetto come "turismo inespresso".

- *Area a turismo intermedio:* - Terme di Comano - S.Lorenzo in Banale, Stenico, Bleggio Inferiore, Dorsino, Fiavè, Lomaso, Bleggio Superiore <sup>6</sup>;

Quest'area è caratterizzata dalla presenza delle Terme di Comano. La peculiarità che contraddistingue le Terme di Comano da tutte le altre stazioni termali, è la sua specifica indicazione contro le affezioni cutanee, infatti la dermatite più frequente tra gli ospiti di Comano è la psoriasi, malattia cronica ed imprevedibile nella sua evoluzione. Questa peculiarità assicura un flusso turistico "non stagionale" da marzo a novembre. Inoltre dalla stagione 2003-2004 le terme funzionano anche nella stagione invernale. Oltre alle Terme nell'ambito insiste l'Ecomuseo della Giudicaria "dalle Dolomiti al Garda".

La presenza delle terme ha influenzato i percorsi di sviluppo turistico dei comuni dell'ambito. Negli ultimi anni l'aumento diffuso del segmento di domanda "del benessere" ha stimolato i protagonisti dell'area ad investire nel "riposizionamento" della valle come "valle del benessere". Da questo punto di vista si può affermare che l'ambito è in una posizione intermedia tra la fase di coinvolgimento e consolidamento.

- *Area a turismo maturo:*

*I. area alta Val Rendena e Val di Sole* - Pinzolo, Ragoli (Campiglio), Carisolo, Giustino, Massimeno, Dimaro, Commezzadura, Monclassico -

---

<sup>6</sup> Nel tavolo di lavoro per l'area delle Terme di Comano sono stati coinvolti anche quei comuni fuori Parco che rientrano in quest'ambito turistico, quindi Lomaso, Fiavè e Bleggio Superiore

*II. area Altopiano della Paganella* - Andalo, Molveno, Cavedago, Spormaggiore, Fai della Paganella <sup>7</sup> -

L'individuazione di quest'area è dovuta soprattutto al criterio dello sviluppo turistico. I comuni che ne fanno parte sono località turistiche che nel corso degli ultimi venti anni hanno visto crescere notevolmente i flussi turistici. Negli ultimi anni, tuttavia, i tassi di crescita sono contenuti (e in qualche caso si è registrata una lieve flessione). Dal punto di vista del ciclo di vita di Butler si tratta di località "mature" che hanno bisogno di individuare nuove strategie per adeguarsi ai cambiamenti del mercato.

---

<sup>7</sup> Nel tavolo di lavoro per l'area dell'Altopiano della Paganella è stato coinvolto anche il comune di Fai della Paganella in quanto, pur non rientrando nel territorio del Parco, fa parte di quest'ambito turistico.



## 4. ANALISI DI MERCATO

### 4.1 LE TENDENZE

I mercati di riferimento per un'area con caratteristiche come quelle del Parco Naturale Adamello Brenta sono tutti quelli riconducibili al *turismo naturalistico*. Per turismo naturalistico si fa riferimento a tutte le tipologie di turismo per le quali una delle motivazioni alla base del viaggio è l'osservazione e l'apprezzamento della natura e delle culture tradizionali. La motivazione naturalistica non esaurisce le ragioni della vacanza, pertanto la presenza "di altri motivi "di vacanza" e l'aspettativa di svolgere determinate attività, consentono di individuare all'interno del turismo naturalistico almeno quattro tipologie di turismo:

1. *Turismo ricreativo* (la motivazione di vacanza si basa essenzialmente sul riposo e il relax, l'effettuazione di brevi passeggiate non impegnative, la breve visita a siti naturali e culturali);
2. *Turismo attivo* (la vacanza prevede la pratica, anche occasionale, di ogni sorta di sport allo scopo di rendere la vacanza apprezzabile ed appetibile anche da chi non ha come priorità quella di fare sport ma ama, comunque, assistere a manifestazioni sportive in genere o visitare percorsi culturali e storici, ambientali e naturali servendosi di itinerari ciclistici, di trekking o di ippoturismo).
3. *Turismo rurale* (motivazione di base della vacanza è la ricerca della "cultura rurale" attraverso soggiorni in agriturismo, partecipazione ad attività rurali, effettuazione di itinerari enogastronomici, soggiorni in piccoli borghi rurali, svolgimento di attività rurali).
4. *Turismo educativo/ambientale* (componente fondamentale della vacanza è l'apprendimento attraverso la partecipazione a corsi sul campo su conservazione, identificazione di specie, realizzazione di prodotti artigianali, restauro, pittura, fotografia, apprendimento di nozioni sulla storia, l'arte e il patrimonio locale).

#### Le aspettative

Recenti analisi e ricerche concordano nell'affermare che il tratto fondamentale del turismo "contemporaneo" è la pluralità di motivazioni e atteggiamenti. Tuttavia ci sono dei tratti comuni che caratterizzano il turista naturalistico:

1. *Richiesta di esperienze autentiche.* Il sociologo francese Bernard Cova stima che oltre il 50% della domanda oggi cerchi autenticità. La ricerca di autenticità è conseguenza del senso di sradicamento che caratterizza la società moderna e dell'idealizzazione del tempo trascorso, lontano dai fenomeni di globalizzazione.
2. *Esigenza di un maggiore legame con la cultura e la comunità locale,* essere considerati non tanto turisti o consumatori, ma *consum-attori e residenti*, seppure temporanei. L'ecoturista è un turista consapevole che cerca incontri e approfondimento, cerca una persona che racconti il suo luogo, un ristoratore che presenta il suo ristorante, ect.
3. *Desiderio di personalizzazione dei servizi e di maggiori informazioni.* Le esperienze di vacanza (il turista odierno ha compiuto molti viaggi nel corso della sua vita) portano ad un raffinamento dei gusti ed alla richiesta di personalizzazione. Chi parte desidera conoscere le mete, ipotizzare le escursioni o le visite da prevedere, comparare i prodotti, cercare il prezzo migliore, vedere le vacanze anche come l'occasione per apprendere e aumentare le conoscenze.
4. *Ricerca di qualità ambientale.* L'ecoturista desidera che le proprie attività non abbiano impatti sull'ambiente e quindi richiede servizi di imprese "eco-certificate", anche se più costosi. I sociologi parlano di "natura ritrovata" da parte dell'uomo occidentale, afflitto dai sensi di colpa per inquinamento, piogge acide, buco nell'ozono, polveri sottili che rendono irrespirabili le città nelle quali vive. Il maggiore prezzo per un prodotto o servizio ecocertificato è vissuto come personale contributo ad invertire questa tendenza di costante minaccia all'ambiente.

### Caratteristiche dei mercati di riferimento

XXX Molto importante  
XX Abbastanza importante  
X Poco importante

Tabella 10 – caratteristiche dei mercati di riferimento

	<u>turismo ricreativo</u>	<u>turismo rurale</u>	<u>turismo attivo</u>	<u>turismo educativo</u>	<u>ecoturismo</u>
<b>Motivazione di base</b>					
Tranquillità e relax	XXX	XXX	X	X	X
Salute e benessere	XX	XX	X	X	X
Emozioni	X	X	XXX	X	XX
Scoperta e apprendimento	X	XX	X	XX	XXX
Istruzione	X	X	X	XXX	X
Sfida	X	X	XXX	X	X
Consapevolezza	X	X	X	X	XXX
<b>Attese/Attività</b>					
Riposo e relax	XXX	XXX	X	X	X
Il clima	XX	XX	XX	X	X
Stare a contatto il più a lungo possibile con la natura	X	X	X	X	XXX
Desiderio di libertà	XX	XX	XXX	X	XX
Cortesìa e professionalità degli operatori turistici	XX	XX	X	X	XX
Fare passeggiate, escursioni a piedi	XXX		XX	XX	XXX
Contemplare il paesaggio	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Prezzi modici	XX	XX	X	X	X
Frequentare posti poco affollati	X	X	XX	X	XXX
Osservare differenti tipi di paesaggi nella stessa vacanza	X	X	X	X	XXX
Poter osservare animali e piante	XX	X	X	XXX	XX
Vivere esperienze avventurose	X	X	XXX	X	XX
Praticare attività sportive (Trekking)	X	X	XXX	X	XX
Godere di momenti informazione e apprendimento	XX	XX	X	XXX	XX
Condividere e partecipare a momenti di vita locali	X	XX	X	XX	XXX
Conoscere, assaggiare e poter acquistare prodotti locali	X	XXX	X	XXX	XXX
Visitare monumenti storico e religiosi	X	XX	X	XX	XX
Conoscere gli aspetti geologici/paleontologici del territorio	X	X	X	XX	XX
Fare ricerca	X	X	X	XXX	XX
Rendersi utile, fare l'"ecovolontario"	X	X	X	X	XXX
<b>Grado di coinvolgimento</b>					
Osservare	XXX	XX	X	XX	XXX
Scoprire, apprendere, conoscere	XX	X	X	XXX	XXX
Partecipare	X	XX	X	XX	XXX
<b>Destinazione/prodotto</b>					
<b>Ospitalità</b>					
Presenza di strutture ricettive con una architettura locale e dal carattere familiare	X	XXX	X	X	XXX
Presenza di strutture ricettive con standard di qualità elevati	XX	XX	X	X	X
Presenza di strutture con marchi di qualità ambientale e/o etici	X	XX	X	X	XXX
Presenza diffusa bed & breakfast (stanza in appartamento di residenti)	X	XX	X	X	XXX
Presenza di strutture ricavate da costruzioni tipiche già esistenti	X	XX	X	X	XX
<b>Enogastronomia</b>					
Presenza di ristoranti con caratteri tipici che offrono prodotti del luogo	XX	XXX	X	XX	XXX
Presenza diffusa di menù tipici	X	XXX	X	XX	XXX
<b>Servizi/animazione</b>					
Presenza di eventi per partecipare alla vita locale (mercati, ricorrenze storiche, ecc)	X	XX	X	XX	XXX
Offerta di strumenti tecnologici per l'orientamento e l'interpretazione	X	X	X	XX	XX
Programma di visite guidate da esperti	XX	XX	X	XXX	XX

	<u>turismo ricreativo</u>	<u>turismo rurale</u>	<u>turismo attivo</u>	<u>turismo educativo</u>	<u>ecoturismo</u>
Presenza diffusa di mercati dei prodotti tipici (artigianato e cibo)	XX	XXX	X	XX	XXX
Presenza di un programma di iniziative per bambini	XXX	X	X	X	X
Presenza di eventi di animazione (festival, spettacoli musicali)	XXX	X	X	X	XX
Servizi e strumenti per conoscere la storia locale	X	XX	X	XX	XXX
<b>Infrastrutture</b>					
Presenza di una fitta rete di sentieri segnalati	XX	XX	XX	XX	XX
Presenza di sentieri con pannelli esplicativi	XX	XX	X	XXX	XXX
Presenza di itinerari ciclabili (strade poco utilizzate dalle auto - piste ciclabili)	X	XX	XXX	X	XX
<b>Carattere della località</b>					
Centri urbani molto curati	X	XX	X	X	XX
Assenza di segnaletica selvaggia	X	XX	X	X	X
<b>Paesaggio</b>					
Presenza diffusa di strade panoramiche	X	XX	X	X	XX
Paesaggio non molto antropizzato	X	XX	X	X	XX
Varietà	X	XX	X	X	XXX
<b>Mobilità</b>					
Possibilità di muoversi facilmente con i mezzi pubblici	X	X	X	X	XXX
<b>Stagione della vacanza</b>					
Estate	XXX	XX	XX	X	X
Autunno	X	XX	X	XX	XX
Inverno	XX	X	XXX	X	X
Primavera	X	XX	XX	XX	XXX
<b>Periodo di vacanza</b>					
Fine settimana	X	XX	XXX	X	XX
Short break	XX	XXX	XXX	X	XX
Una settimana	XXX	XX	XX	XXX	XX
Due settimane	XXX	X	X	XXX	XXX
Oltre due settimane	XX	X	X	XX	XXX
<b>Target di riferimento</b>					
Famiglie	XXX	XX	X	X	X
Coppie	XX	XXX	X	X	XX
Scuole	X	X	X	XXX	XX
Associazioni ambientaliste	X	XX	X	XX	XXX
Associazioni scientifiche	X	X	X	XXX	XX
Associazioni ricreative	XX	XX	XX	X	X
Associazioni sportive/escursionistiche	X	X	XXX	X	X
<b>Tipo di canale</b>					
Autorganizzazione	XXX	XX	X	X	XX
Con l'aiuto dell'intermediazione	X	X	XX	XX	XX
<b>Strumenti di informazione</b>					
Suggerimenti di amici	XXX	XX	XX	X	X
Suggerimenti degli operatori locali	XX	XX	XX	XX	XX
Internet	X	XX	XX	X	XX
Guide, riviste specializzate, tv tematiche	X	XX	XXX	XX	XXX
<b> Mercati geografici di riferimento</b>					
Italia	XXX	XXX	XX	XXX	X
Germania/Austria	XX	XX	XX	X	XXX
Francia	XX	XXX	XX	X	XX
Olanda/Belgio	XX	XX	XXX	X	XXX
Paesi scandinavi	XX	XX	XXX	X	XXX
Spagna	XXX	XX	XX	X	X

## 4.2 GLI OBIETTIVI DI MERCATO

### **Escursionisti**

Gli escursionisti, in estate, costituiscono 1/4 dei visitatori del Parco, con una leggera prevalenza al loro interno di escursionisti provenienti da fuori provincia, come risulta da un'indagine sui visitatori del Pnab condotta dall'Osservatorio provinciale del Turismo nell'estate 2004. Con l'aumento delle temperature estive si prevede una continua crescita di questo mercato, con visitatori provenienti dalle principali aree urbane del Nord-Est e da altre località turistiche trentine. Questo trend potrebbe rendere molto problematica la gestione dei flussi veicolari nei fine settimana estivi. E' necessario quindi avviare azioni che rendano più conveniente gli spostamenti con mezzi collettivi promuovendo la visita e la fruizione di valli poco frequentate e conosciute.

### **Italiani in vacanze estive lunghe (più di 4 giorni)**

Rappresentano attualmente la tipologia di visitatori prevalente<sup>8</sup>. Questo mercato non presenta segnali di crescita. Poiché si tratta prevalentemente di turisti fedeli e abituali, per il Parco sarà importante consolidare la visibilità e la credibilità acquisita diversificando la gamma delle attività organizzate nel periodo estivo.

### **Italiani in vacanza breve (weekend – short break)**

Anche se le vacanze lunghe continueranno ad essere importanti, è necessario adattare l'offerta alla nuova tendenza di fare vacanze brevi, soprattutto nei periodi fuori stagione (primo autunno e primavera). Le città di origine di questi turisti possono essere i grandi centri urbani del nord-est. In questi casi parco e operatori devono trovare forme di collaborazione per rendere disponibili e fruibili strutture ricettive, centri visita e organizzare attività ad hoc.

### **Visitatori stranieri itineranti e stanziali**

Il mercato straniero continuerà probabilmente a crescere e si rivela particolarmente importante perché distribuito su una stagione più lunga. Francesi, Tedeschi, Inglesi, e Olandesi dovrebbero essere il target da preferire, alcuni probabilmente solo di passaggio nella loro percorrenza tra sud e nord Europa, altri disposti a fermarsi più tempo. Gli stranieri tendono ad orientarsi verso campeggi, agriturismi e bed and breakfast. Diventa importante disporre di strumenti di comunicazione in lingua straniera.

---

<sup>8</sup> Da un'indagine sui visitatori del Pnab condotta dall'Osservatorio provinciale del Turismo nell'estate 2004, risulta che il turista straniero rappresenta il 10-15% del totale turisti estivi; netta prevalenza quindi di turisti italiani nell'areale del Parco.

### **Turisti attivi (camminatori – bikers)**

Ci sono tipologie di turisti che viaggiano con l'obiettivo specifico di fare escursioni a piedi e in bici (anche a tappe) nelle Alpi. Si spostano sia come singoli, che in gruppi, organizzati e non. Si tratta di un segmento di mercato che comprende persone di tutte le età, che possono avere interesse per escursioni organizzate con un campo base e che, secondo alcune ricerche condotte nei paesi anglosassoni, cercano strutture ricettive di qualità e con una spiccata identità. Questo segmento può essere contattato tramite le associazioni, gli operatori turistici e i club che si occupano di trekking e ciclo turismo. L'obiettivo per il Parco è organizzare prodotti specifici per questo mercato.

### **Appassionati della natura**

L'interesse per la natura è senz'altro una componente comune a tutti i segmenti di cui sopra, ma può rappresentare un segmento a se stante composto da persone con un interesse più specifico. Tra questi abbiamo i membri di associazioni ambientali che sono interessati a visite con guide esperte, in luoghi dove sia possibile osservare specie particolari di fauna o flora. In questo caso è importante contattare operatori turistici specializzati e riviste di settore.

### **Scuole ed educazione**

Il Parco è già attivo nei programmi con le scuole. Un beneficio di questo settore di mercato è che concentra le visite nei periodi di bassa stagione, in primavera e in autunno. Possono esserci opportunità di incentivare le visite organizzando nuovi prodotti utilizzando l'opportunità delle fattorie didattiche.

### **Persone svantaggiate**

Si tratta di un segmento di mercato poco valorizzato ma molto importante sia per motivi etici che per dimensioni. Si tenga presente nella categoria "persone" svantaggiate rientrano anche coloro che per motivi di età non possono fruire in modo autonomo di servizi e strutture turistiche. I temi dell'accesso al Parco e degli accorgimenti specifici per i difetti visivi e uditivi devono essere affrontati. Attualmente sono in fase di progettazione 4 "percorsi pedonali accessibili a tutti"; il Parco inoltre da anni collabora ed organizza iniziative con la Comunità Handicap, l'Università della Terza Età e del Tempo Disponibile.

## 5. PUNTI DI FORZA, PUNTI DI DEBOLEZZA, MINACCE, OPPORTUNITÀ

### PUNTI DI FORZA<sup>9</sup>

#### RISORSE NATURALI E CULTURALI

1. presenza di due diverse catene montuose: il massiccio granitico del Brenta e il massiccio dell'Adamello
2. presenza dell'orso
3. la Val Genova, famosa per numerose cascate (le più conosciute quelle del Nardis e di Lares),
4. la Val di Tovel, conosciuta per l'omonimo lago che fino al '64, in determinate ore della giornata, assumeva in alcuni punti una colorazione rossa
5. presenza del ghiacciaio più vasto delle Alpi italiane, quello dell'Adamello-Mandron diviso tra il Panb e il Parco dell'Adamello
6. sistema di malghe per diversificazione paesaggio
7. ricco patrimonio storico-culturale (soprattutto chiese e castelli)
8. grande ricchezza di acqua da cui spiccano numerosi laghi
9. paesaggi unici

#### REALTÀ SOCIALE ED ECONOMICA

10. basso livello di disoccupazione
11. presenza di un collegamento ferroviario (ferrovia Trento-Malè) con le FS che rendono il Parco accessibile in treno da qualsiasi città
12. forte tradizione e legame della popolazione con la propria terra

#### TURISMO

13. cura del territorio e manutenzione dei sentieri
14. buona popolarità del Parco tra i turisti italiani e stranieri (3° Parco più amato tra gli italiani - indagine CTS 2003)
15. buon grado di fedeltà del turista nei confronti del Parco (indagine estate - Osservatorio Turismo Provinciale 2004)
16. Parco come forte motivazione di vacanza (indagine estate - Osservatorio Turismo Provinciale 2004)
17. buon grado di soddisfazione dei visitatori
18. buona diffusione dei Centri visitatori e Punti info sul territorio
19. grande varietà di itinerari escursionistici per esperti e non
20. presenza di due foresterie e una cascina del Parco per un turismo didattico
21. buona dotazione dei rifugi
22. programma didattico articolato
23. qualità delle infrastrutture e dei servizi
24. qualità medio-alta delle strutture ricettive (ambito a turismo maturo e intermedio)
25. gestione familiare di molte imprese turistiche che favorisce un contatto diretto con il turista
26. buona adesione al marchio di qualità per le strutture ricettive "Qualità Parco" (n° 27 strutture alberghiere e 1 campeggio al 2005)
27. segnaletica turistica all'interno del territorio del Parco efficace (indagine estate - Osservatorio Turismo Provinciale 2004)
28. periodo di permanenza elevato del turista

<sup>9</sup> *Punti di Forza*: elementi che aiutano a realizzare e a evitare rischi (fattore endogeno)

<b>PUNTI DI DEBOLEZZA<sup>10</sup></b>	<p><b>RISORSE NATURALI E CULTURALI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. bassa consapevolezza e fiducia delle potenzialità del territorio da parte degli abitanti</li> <li>2. mancata valorizzazione e promozione di alcune risorse del territorio</li> </ol> <p><b>REALTA' ECONOMICA E SOCIALE</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. elevata frammentazione territoriale (38 comuni trentini e 1 comune bresciano)</li> <li>4. spirito di iniziativa e intraprendenza privata poco diffusi (ambito a turismo iniziale)</li> <li>5. atteggiamento conservatore della popolazione locale</li> <li>6. fuga giovanile in alcune zone del territorio</li> <li>7. sporadici investimenti nel recupero e valorizzazione dell'artigianato, dei vecchi mestieri</li> </ol> <p><b>TURISMO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. bassa promozione del territorio e delle iniziative turistiche da parte degli operatori turistico ricettivi</li> <li>9. bassa integrazione e coordinamento tra gli attori locali che si occupano di promozione turistica</li> <li>10. eccessiva frammentazione nelle politiche turistiche</li> <li>11. problemi di mobilità in alta stagione</li> <li>12. difficoltà di mobilità con i servizi pubblici di trasporto</li> <li>13. disomogeneo sviluppo turistico del territorio</li> <li>14. concentrazione delle strutture ricettive solo in alcune parte del territorio</li> <li>15. alta concentrazione di seconde case in alcune parte del territorio</li> <li>16. qualità medio-bassa delle strutture ricettive (ambito a turismo iniziale e inespresso)</li> <li>17. concentrazione dei flussi turistici in alcuni territori</li> <li>18. stagionalità dei flussi turistici</li> <li>19. gestione rigida delle strutture ricettive (apertura della maggior parte degli alberghi solo nei periodi stagionali)</li> <li>20. basso grado di utilizzo dei posti letto</li> <li>21. bassa diversificazione dei servizi offerti dalle strutture ricettive</li> <li>22. una poco sviluppata "cultura dell'ospite"</li> <li>23. mancanza di uniformità nella segnaletica turistica stradale a livello provinciale</li> <li>24. forte sbilanciamento dell'offerta ricettiva verso il comparto extra-alberghiero (alloggi privati e seconde case)</li> <li>25. bassa diffusione di strutture ricettive complementari (ad es. campeggi, agritur, B&amp;B)</li> </ol>
--	---

<b>MINACCE<sup>11</sup></b>	<p><b>RISORSE NATURALI E CULTURALI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. eccessiva concentrazione turistica in alcune aree</li> <li>2. congestionamento traffico automobilistico in alcune aree</li> <li>3. eccessivo sfruttamento delle risorse naturali, conseguente a modelli turistici aggressivi</li> </ol> <p><b>REALTA' ECONOMICA E SOCIALE</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. sparizione dei mestieri e dei prodotti autentici</li> <li>5. progressiva riduzione delle risorse finanziarie provinciali e nazionali</li> <li>6. prevalenza di politiche tradizionali anziché innovative</li> <li>7. permanenza dei campanilismi</li> <li>8. perdita di identità locale per la presenza di numerosi residenti non originari delle valli</li> </ol> <p><b>TURISMO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>9. cambiamenti climatici influenzabili potenzialmente gli sport invernali</li> <li>10. perdita di competitività delle località invernali, in favore di località esotiche a buon mercato</li> <li>11. difficoltà a costruire un'offerta turistica integrata</li> <li>12. difficoltà a creare partenariati</li> <li>13. mancata integrazione delle iniziative in atto</li> <li>14. abbassamento del grado di accettazione del turista da parte del residente nelle località turistiche mature</li> </ol>
-----------------------------	---

<sup>10</sup> *Punti di debolezza*: Fattori locali che possono rallentare lo sviluppo e ostacolare la comunità (fattore endogeno)

<sup>11</sup> *Minacce*: Eventi esterni, quali provvedimenti regionali, comunali, nazionali, che possono avere un impatto positivo sullo sviluppo della comunità (fattore esogeno)



OPPORTUNITA'<sup>12</sup>

REALTA' ECONOMICA E SOCIALE

1. programmazione provinciale orientata alla sostenibilità delle politiche di sviluppo
2. incentivi provinciali volti al recupero delle attività artigianali e mestieri tradizionali
3. estensione del progetto "Qualità Parco" anche al settore agro-alimentare e alle strutture ricettive tipiche

TURISMO

4. cambiamenti climatici che vedono un prolungamento della stagione calda
5. aumento dei turisti interessati alla scoperta delle tipicità gastronomiche e culturali e delle autenticità locali
6. crescita delle vacanze associate al turismo natura
7. possibilità di partecipare al progetto "Turismo Rurale" della Trentino Spa per una ricettività autentica e di qualità
8. adesione ai club di prodotto provinciali per il settore turistico ricettivo e ristorativi (Carta di Qualità per i B&B, Club Appartamenti turistici, Osteria Tipica trentina, ecc.)
9. realizzazione di 6 nuovi centri tra cui un centro didattico "Villa Santi", un centro visitatori "Uomo Natura" e un centro Visitatori "Acque"
10. possibilità di convertire il patrimonio edilizio sottoutilizzato per usi turistici

<sup>12</sup> *Opportunità*: Eventi esterni che possono avere un impatto negativo sullo sviluppo della comunità (fattore esogeno)

## **Parte 2 - LA STRATEGIA E IL PROGRAMMA DELLE AZIONI**

## 6. LA STRATEGIA DEL PARCO

### 6.1 QUAL E' LA STRATEGIA DEL PARCO?

Lavorare insieme agli attori locali ad uno "sviluppo *più* sostenibile del turismo" nel territorio del Parco che tenga conto degli impatti ambientali, sociali ed economici che il turismo può generare, e che al contempo consideri i bisogni dei visitatori (attuali e potenziali), delle imprese, dell'ambiente e della popolazione locale. Una strategia di questo tipo richiede il consolidamento del ruolo Parco quale soggetto attivo della politica turistica locale e il potenziamento delle forme di cooperazione e co-progettazione tra gli attori locali.

### 6.2 QUALI SONO GLI OBIETTIVI DELLA STRATEGIA?

Gli obiettivi strategici sono i principali obiettivi da perseguire per realizzare la strategia; sono ritenuti strategici perché hanno valenza a lungo termine.

Parco e attori locali hanno concordato di perseguire prioritariamente i seguenti tre obiettivi strategici o percorsi<sup>13</sup>:

1. **Percorso della consapevolezza:** *accrescere la consapevolezza - della popolazione locale e delle imprese - dei valori del patrimonio culturale, storico, ambientale del territorio.*
2. **Percorso dei sensi:** *Favorire un turismo di tipo emozionale, di scoperta ed autentico, rivolto a particolari target e attento ai bisogni di tutti.*
3. **Percorso della Qualità:** *Promuovere un approccio olistico alla qualità del territorio e delle imprese.*

Ogni percorso è articolato in più obiettivi specifici:

#### **Percorso della Consapevolezza:**

- Accrescere la consapevolezza del patrimonio locale da parte degli abitanti
- Accrescere la consapevolezza del patrimonio locale da parte dei visitatori
- Promuovere una riflessione sul futuro del turismo

#### **Percorso dei Sensi**

- Far vivere un'esperienza autentica anche attraverso nuovi prodotti turistici

#### **Percorso della Qualità**

- Migliorare la qualità del territorio e della sua fruizione

<sup>13</sup> Possiamo definire gli obiettivi strategici "percorsi", perché per realizzare ognuno di essi è necessario intraprendere un "cammino" - appunto percorso - più o meno articolato, più o meno impegnativo, organizzato per obiettivi specifici.

- Migliorare la qualità delle destinazioni turistiche
- Migliorare la qualità di vita degli abitanti e dei turisti

Gli obiettivi specifici dei percorsi si declinano in azioni (interventi e progetti) che costituiscono il **Programma di Azioni della Strategia** (vedi par.7: *Il Programma delle Azioni*).

Le azioni sono articolate su 3 livelli:

livello 1: azioni condivise e approvate dai Forum (vedi par. 6.4: *Come e' avvenuto il processo di consultazione?*) nell'ambito del processo della Carta;

livello 2: azioni coerenti con i principi della Carta, nate durante il processo di adozione della Carta, non discusse nei Forum;

livello 3: azioni coerenti con i principi della Carta, già in atto e/o in corso di realizzazione da parte del Parco.

### 6.3 COME SI È ARRIVATI ALLA DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA?

La Strategia e il Programma delle Azioni sono stati definiti grazie alla collaborazione di un gruppo di lavoro composto dall'Ufficio della "Carta Europea del Turismo Sostenibile del Parco", dall'Osservatorio Provinciale del Turismo della Provincia Autonoma di Trento, dalla Trentino SPA e dalla società di consulenza Actaplan di Milano. Le fasi chiave nella preparazione sono state:

#### **Periodo: anno 2004**

- Analisi dei dati e valutazione delle risorse e dei servizi esistenti
- Incontri con gli attori chiave della gestione del turismo nel territorio (38 Sindaci, 5 Presidenti APT, 3 Presidenti Pro-loco, 1 Presidente delle Asuc, 1 Presidente della Comunità delle Regole Spinale-Manez).
- Indagine sui visitatori del Parco condotta nell'estate del 2004, basata su circa 1000 interviste effettuate nei principali luoghi di accesso e frequentazione del Parco (parcheggi, sentieri, fermate del bus navetta).
- Indagine sui turisti che frequentano i territori dove insiste il Parco condotta nell'estate del 2004, basata sulla compilazione di 510 questionari somministrati nei principali punti di informazione (centri visita, punti informativi di APT e Pro loco).
- Indagine sugli operatori turistici, in collaborazione con la Trento School of Management, basata sulla somministrazione di un questionario a 302 operatori.

- Indagine sugli utenti di 5 Parchi italiani<sup>14</sup>, condotta all'interno del progetto life Selfpas nell'estate 2005, dal nome "Gli utenti dei Parchi"
- Valutazione delle tendenze di mercato

**Periodo: gennaio - maggio 2005**

- Preparazione del Rapporto Diagnostico sui principali vincoli e opportunità per lo sviluppo sostenibile del turismo nel Parco.
- Presentazione ad amministratori e operatori del Rapporto Diagnostico

**Periodo: maggio 2005 - novembre 2005**

- Organizzazione di 4 forum territoriali (vedi par. 3.10: I 4 ambiti turistici del Panb individuati dal Rapporto Diagnostico)

**Periodo: dicembre 2005 - febbraio 2006**

- Sottoscrizione di "Patti di collaborazione" con i partner capofila (Istituzioni e Operatori responsabili della realizzazione di alcune iniziative del Programma delle Azioni)
- Preparazione di un documento finale sulla strategia.

#### 6.4 COME E' AVVENUTO IL PROCESSO DI CONSULTAZIONE?

Per la definizione della strategia, il Parco ha dato avvio ad un processo di consultazione e cooperazione sistematico, organizzato e allargato a tutte le componenti economiche, sociali, ambientali - sia pubbliche che private - operanti sul suo territorio; ha rafforzato le relazioni esistenti; ha stretto rapporti con nuovi soggetti, ponendo le basi per una progettazione nuova, condivisa e partecipata. La nutrita e convinta partecipazione delle Amministrazioni, degli operatori e delle Associazioni, equivale ad una grande apertura di credito nei suoi confronti.

La consultazione e cooperazione con gli attori locali è avvenuta in tre momenti:

1. durante la fase di analisi (per l'elaborazione del Rapporto Diagnostico): sono stati organizzati incontri individuali con le 38 amministrazioni comunali, le 5 apt d'ambito, i Consorzi pro loco, le Asuc e altri soggetti che hanno importanti competenze sul territorio del Parco. Gli incontri coglievano un triplice obiettivo: informare dell'iniziativa avviata dal Parco e richiedere la partecipazione attiva nel corso del processo; raccogliere il loro punto di vista su diverse tematiche (vedi paragrafo 4.2); comprendere meglio i vincoli e le opportunità di uno sviluppo turistico sostenibile sul territorio;

---

<sup>14</sup> Parco Naturale Adamello Brenta, Parco Nazionale del Vesuvio, Parco Regionale della Maremma, Parco nazionale delle 5 Terre, Parco Regionale del Delta del Po'.

2. durante la giornata di presentazione del Rapporto Diagnostico che ha previsto tre diversi incontri in tre punti strategici del Parco in modo da restituire a tutto il territorio i risultati delle analisi;
3. durante la fase per la definizione del Programma delle Azioni: il Parco ha organizzato 4 **Forum territoriali** (per i rispettivi 4 ambiti turistici), ognuno dei quali suddiviso in 3 o 4 incontri a seconda delle esigenze, a distanza di 15-20 giorni l'uno dall'altro. Complessivamente, sono stati organizzati 14 incontri a cui hanno partecipato più di 150 persone tra operatori pubblici e privati.

### **I Forum territoriali**

Il Forum è stato concepito come luogo di incontro volto a stimolare il confronto, la discussione, l'apprendimento e il lavorare in comune. Obiettivo finale del Forum è stato comprendere quale strategia sviluppare insieme agli attori locali per i prossimi 5 anni e attraverso quali azioni progettuali. Al fine di sollecitare il dibattito e l'emergere dei punti di vista degli attori e delle idee progettuali da realizzare, è stata prevista la presenza di un moderatore e in alcuni incontri anche di esperti tematici.

Ai Forum sono stati invitati a partecipare:

- il personale del Parco che concorre a organizzare servizi turistici;
- gli amministratori pubblici dei 38 comuni trentini del Parco;
- i rappresentanti istituzionali provinciali del turismo e dell'educazione ambientale;
- gli operatori del settore ricettivo-ristorativo (albergatori, ristoratori, gestori di agritur e B&B);
- i gestori degli impianti funiviari;
- le Apt d'ambito, i consorzi pro-loco, le pro loco, i rappresentanti Unat e Asat, Associazione strada della mela e dei sapori e Associazione del vino e dei sapori;
- gli operatori socio-economico in generale (dalle aziende agricole, agli allevatori e artigiani, ecc);
- il mondo associazionistico;
- il mondo ambientalista quali Sat, Appa, rappresentanti delle associazioni ambientaliste;
- cittadini;
- Biblioteche e Università;
- giornalisti locali.

In media, ciascun incontro ha visto la partecipazione di 40/45 persone, appartenenti a diversi settori dell'economia e della società, con una certa prevalenza degli operatori turistici.

I rappresentanti della Provincia - Osservatorio Provinciale del Turismo della Provincia Autonoma di Trento e la società di marketing territoriale del Trentino cioè la Trentino SPA - hanno partecipato continuativamente e attivamente a tutti gli incontri.

Per garantire a ciascuno degli invitati un adeguato livello di conoscenza dell'iniziativa avviata con la Carta, prima dello svolgimento dei Forum è stato divulgato materiale informativo sulla Carta, gli interlocutori privilegiati sono stati tenuti informati sulle fasi precedenti ai forum e il Rapporto Diagnostico elaborato dal Parco messo a disposizione sia on-line sul sito web del Parco che in apposite cartellette distribuite durante gli incontri. A termine di ciascun incontro ad ogni attore, sia presente che non, è stato inviato il verbale relativo. La presenza di un ufficio della Carta ha permesso di gestire i feed-back che sono arrivati (telefonicamente e via mail) dopo gli incontri. Inoltre, tra un incontro ed un altro, il Parco ha ritenuto opportuno sentire alcuni attori privilegiati per confrontarsi e approfondire gli elementi emersi durante gli incontri.

Poiché durante gli incontri sono stati proposti oltre 40 progetti, in parte su iniziativa del territorio e in parte su iniziativa del Parco, è nata l'esigenza di individuare una scala di priorità per stabilire quali iniziative realizzare prima e quali dopo durante i prossimi 5 anni. In occasione dell'ultimo incontro, quindi, a ciascun partecipante è stata consegnata una scheda con cui attribuire a ciascuna idea progettuale discussa un livello di priorità (vedi *allegato 1: livello di priorità attribuito alle azioni discusse durante i forum - livello 1-* ); E' stato inoltre discusso e condiviso un piano di implementazione della Strategia, che ha individuato i soggetti responsabili della realizzazione delle azioni e i rispettivi partner, le risorse finanziarie necessarie, le modalità per garantire gli impegni assunti e la tempistica (vedi *par 6.5: Come sarà realizzato il Programma delle Azioni*).

Infine, durante l'ultimo incontro, è stato anche consegnato un questionario volto a valutare il gradimento dei partecipanti nei confronti del Forum.

Tabella 11 - Forum territoriali

	TEMA	N° PARTECIPANTI				MATERIALE DIVULGATO
		ambito a turismo iniziale	ambito a turismo inespresso	ambito a turismo intermedio	ambito a turismo maturo	
I INCONTRO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Illustrazione dell'iniziativa della Carta</li> <li>▪ Presentazione dei risultati del Rapporto Diagnostico</li> <li>▪ Dibattito sui punti di forza e debolezza, minacce e opportunità</li> </ul>	30 (26 mag 05)	60 (20 sett 05)	34 (21 sett 05)	47 (19 ott 05)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CD Rapporto Diagnostico</li> <li>▪ brochure della Carta</li> </ul>

<b>II INCONTRO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ riepilogo risultati emersi incontro precedente</li> <li>▪ presentazione del Parco di idee progettuali</li> <li>▪ presentazione dei partecipanti di idee progettuali</li> <li>▪ discussione e condivisione idee</li> </ul>	<p style="text-align: center;">48 (13 lug 05)</p>	<p style="text-align: center;">70 (4 ott 05)</p>	<p style="text-align: center;">38 (5 ott 05)</p>	<p style="text-align: center;">51 (3 nov 05)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ verbale incontro</li> <li>▪ analisi del prodotto turistico dell'ambito di riferimento</li> <li>▪ bozza idee progettuali</li> </ul>
<b>III INCONTRO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ riepilogo idee</li> <li>▪ raccolta suggerimenti</li> <li>▪ ridefinizione idee</li> <li>▪ votazione delle idee definite (escluso l'ambito a turismo iniziale)</li> <li>▪ questionario di valutazione del forum (escluso l'ambito a turismo iniziale)</li> </ul>	<p style="text-align: center;">47 (27 lug 05)</p>	<p style="text-align: center;">52 (14 ott 05)</p>	<p style="text-align: center;">33 (20 ott 05)</p>	<p>- area Altopiano della Paganella 36 (15 nov 05)</p> <p>- area alta Val Rendena e Val di Sole 46 (16 nov 05)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ verbale incontro</li> <li>▪ bozza di idee progettuali</li> </ul>
<b>IV INCONTRO (Solo ambito a turismo iniziale)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ riepilogo idee emerse negli altri forum</li> <li>▪ votazione delle idee definite</li> <li>▪ questionario di valutazione del forum</li> </ul>	<p style="text-align: center;">33 (5 dic 05)</p>				<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bozza idee progettuali emerse negli altri forum</li> </ul>

## 6.5 COME SARA' REALIZZATO IL PROGRAMMA DELLE AZIONI?

Il Parco non è l'unico soggetto responsabile dell'attuazione di tutte le azioni, ma è uno dei tanti attori della filiera turistica chiamati ad impegnarsi alla realizzazione della Strategia secondo gradi di impegno e responsabilità da definire in funzione dei mezzi a disposizione e delle finalità istitutive.

Semplificando, i ruoli degli attori possono essere di due tipi:

- capofila: segue tutte le fasi del progetto dalla progettazione alla realizzazione;
- partner: realizza alcune delle attività previste, in collaborazione con il capofila.

Il Parco, nelle azioni in cui non è capofila né partner, può ricoprire i seguenti ruoli, in funzione dell'intensità del suo impegno in termini di risorse (umane, organizzative, finanziarie) e della coerenza con la propria mission:

- coordinatore: responsabile delle azioni che fanno capo a più capofila;
- sensibilizzatore: individua e coinvolge possibili partner e capofila per la realizzazione dell'idea, laddove non siano stati ancora identificati;
- mediatore: sollecita i potenziali capofila alla progettazione e realizzazione dell'azione;
- portavoce: raccoglie istanze/informazioni e le presenta nei modi appropriati ai soggetti competenti;
- analizzatore: valuta ed analizza nei dettagli l'idea promuovendo studi, convegni, approfondimenti.

Per le *azioni di livello 1*, in occasione dei Forum, sono stati identificati i potenziali capofila di ciascuna azione - laddove possibile, il ruolo del Parco e i soggetti partner.



Le *azioni di livello 2 e 3* sono azioni di cui il Parco è il capofila.

Non tutte le azioni si realizzano sull'intero territorio; alcune di esse, sono state concepite per rispondere alle esigenze e specificità di contesti più ristretti (ambiti turistici, come abbiamo visto nel paragrafo 3.11).

Per le azioni in cui il Parco è capofila, la Giunta del Parco ha espresso, insieme alla Direzione, una valutazione di fattibilità tecnico-amministrativa di ogni progetto, valutando gli stessi in base a diversi criteri, tra cui il livello di costo, le risorse umane che verranno impiegate nella realizzazione di ogni progetto e i tempi di realizzazione delle azioni.

Per le azioni di cui sono capofila altri soggetti è stato sottoscritto un "*patto di collaborazione*", ovvero un impegno formale alla realizzazione delle azioni di competenza di ognuno. Attraverso il patto, il Parco e il capofila condividono il metodo di lavoro adottato dalla Carta Europea e riconoscono valida e coerente con le esigenze di sviluppo del territorio la strategia turistica sostenibile; ma soprattutto, il capofila, sottoscrivendolo, si impegna a dare attuazione alle azioni della strategia di sua competenza, con i tempi e le modalità discusse nei Forum e definite nel Programma di Azioni. La sottoscrizione dei Patti di collaborazione è stata fatta precedere da incontri ristretti tra Parco e ciascun capofila, volto a verificare il reale impegno a realizzare le azioni e a definire modalità di attuazione, tempistica e strumenti di finanziamento (vedi *allegato 2: Patto di collaborazione*). L'eventuale mancata sottoscrizione del Patto da parte del capofila, non comporta per il Parco alcuna responsabilità nell'eventuale non realizzazione delle azioni per le quali quel soggetto era stato indicato quale soggetto attuatore.

Tutte le idee progettuali che rientrano nel Programma delle Azioni, quindi anche quelle in cui altri soggetti saranno capofila, sono state presentate e discusse con la Giunta del Parco, la quale ha espresso la propria approvazione riguardo ai progetti.

Per garantire il rispetto degli impegni presi, in occasione dei Forum è stato stabilito che:

- il referente della Carta Europea procederà ad un continuo monitoraggio della realizzazione delle azioni e del rispetto della tempistica e nel caso si attiverà affinché siano fornite spiegazioni di eventuali inadempimenti (vedi paragrafo 8.1: Monitoraggio dello stato di attuazione del Programma delle Azioni);
- per la realizzazione delle azioni verrà organizzata una prima riunione specifica per ogni progetto che servirà a "dare il via ai lavori": in particolare, il Parco si

prenderà il compito di muoversi per primo, affinché ogni capofila dia inizio a quelle azioni per le quali è stato individuato, durante i forum, quale soggetto attuatore

- periodicamente (almeno ogni sei mesi), sarà organizzato un Forum aperto a i soggetti capofila e partner per fare il punto sullo stato di attuazione della Strategia.

## 6.6 ESISTE UN ORDINE DI PRIORITÀ DELLE AZIONI DELLA STRATEGIA?

Vista la numerosità dei progetti emersi durante i forum (le azioni di livello 1) e di conseguenza la difficoltà ad attuarli tutti insieme, è stato necessario individuare un metodo per stabilire quale ordine di priorità dare a ciascuna azione. Il livello di priorità per ogni progetto è stato assegnato tenendo conto sia delle indicazioni espresse da ogni partecipante ai forum, attraverso un'apposita scheda di valutazione, che dalle indicazioni espresse dalla Giunta e dal Direttivo del Parco; queste ultime hanno avuto un peso del 60% sull'individuazione del livello finale delle priorità, in quanto ogni progetto è stato valutato secondo criteri di fattibilità tecnico-amministrativa che vanno ad incidere pesantemente sulla realizzazione degli stessi. Sono stati definiti tre livelli di priorità:

- Alta priorità: sono le azioni che devono essere avviate per prime perché ritenute molto importanti dal Forum e perché ci sono le condizioni tecniche, amministrative ed economiche per realizzarle (condizioni di fattibilità).
- Media priorità: sono le azioni da avviarsi a conclusione di quelle ad Alta priorità e/o qualora si verificano le condizioni di fattibilità.
- Bassa priorità: sono le azioni il cui avvio non risulta –al momento di approvazione della Strategia – né strategico né fattibile. Queste azioni, verranno messe in “stand by”, in attesa di una modifica sostanziale di una o più delle condizioni che ne hanno determinato il basso grado di priorità (perché, ad esempio, si trovano i finanziamenti per realizzarla).

## 7. IL PROGRAMMA DI AZIONI

Il Programma di Azioni è articolato in:

- 3 percorsi
- 8 obiettivi specifici
- 65 azioni di cui:
  - 41 azioni di livello 1 <sup>15</sup>
  - 11 azioni di livello 2 <sup>16</sup>
  - 13 azioni di livello 3 <sup>17</sup>

così di seguito indicato:

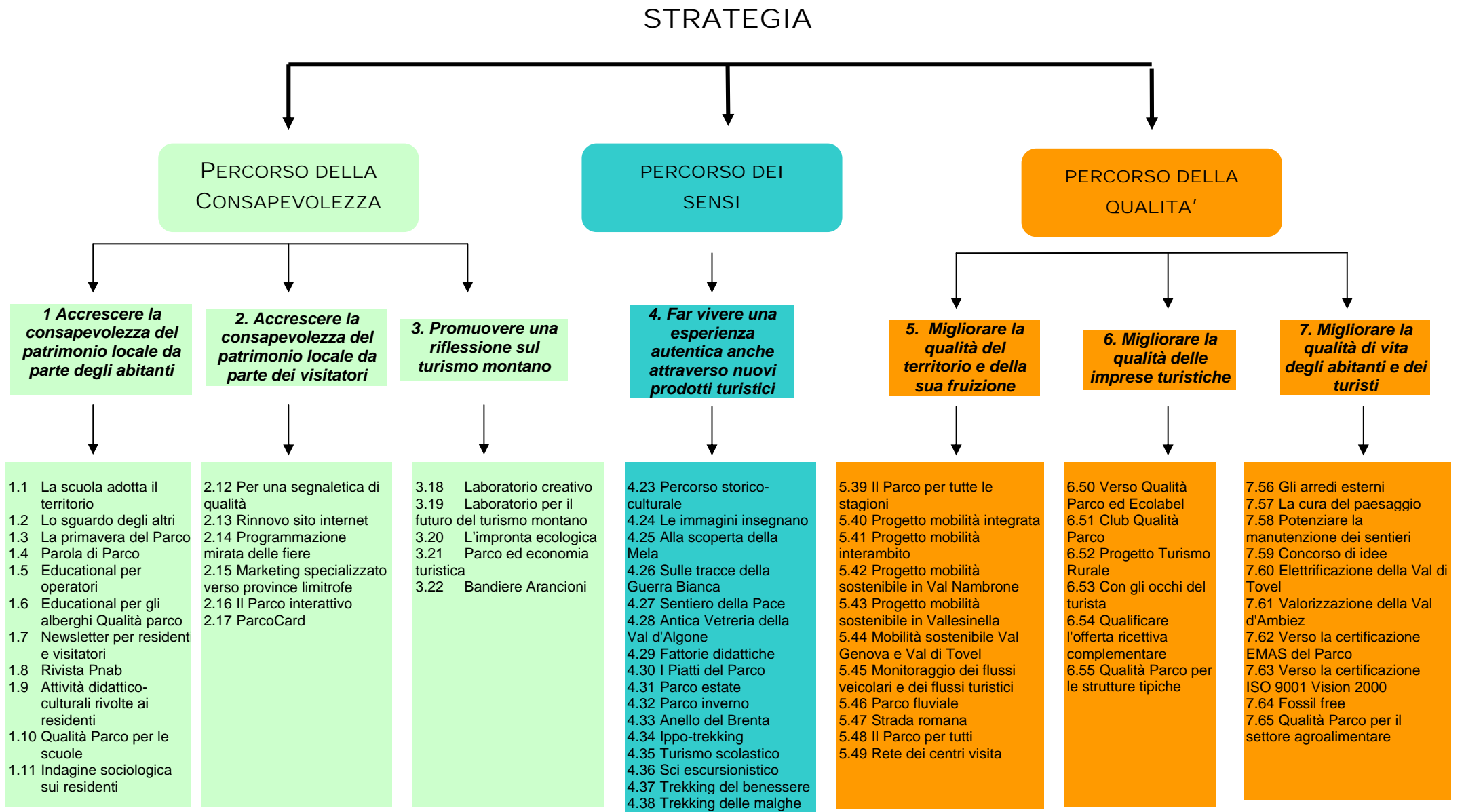
---

<sup>15</sup> *Azioni livello 1*: azioni condivise e approvate dai Forum (vedi par. 6.4: Come e' avvenuto il processo di consultazione?) nell'ambito del processo della Carta

<sup>16</sup> *Azioni livello 2*: azioni coerenti con i principi della Carta, nate durante il processo di adozione della Carta, non discusse nei Forum

<sup>17</sup> *Azioni livello 3*: azioni coerenti con i principi della Carta, già in atto e/o in corso di realizzazione da parte del Parco.

Figura 2 – Articolazione della Strategia



## 7.1 PERCORSO DELLA CONSAPEVOLEZZA

*Accrescere la consapevolezza della popolazione locale dei valori del patrimonio culturale, storico, ambientale del territorio*

La consapevolezza delle potenzialità del territorio, sia da parte dei residenti che dei turisti, è il fattore di base per la definizione di strategie di sviluppo turistico, fondate sulla conservazione e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale. Il percorso mira a favorire una forte presa di coscienza del valore del patrimonio locale, per stimolare e/o recuperare il rapporto identitario della collettività con i luoghi, al fine di costruire e comunicare ai visitatori del Parco un'offerta turistica con una forte valenza territoriale.

### OBIETTIVI SPECIFICI

#### 1. *Accrescere la consapevolezza del patrimonio locale da parte degli abitanti*

Valorizzare significa "dare valore" a qualcosa o a qualcuno. Condizione necessaria ai processi di valorizzazione è la conoscenza dell'oggetto e del soggetto da valorizzare. La valorizzazione delle risorse naturali, culturali e rurali è possibile solo se la popolazione locale è consapevole (e quindi conosce) del ruolo che tali risorse hanno esercitato nella formazione dell'identità dei luoghi. Riconoscere la propria identità implica l'essere consapevoli della propria "unicità" e quindi comprendere cosa differenzia il territorio del parco da altri contesti.

Tabella 12 – Azioni del Percorso della Consapevolezza

TITOLO	LIVELLO AZIONE	DESCRIZIONE	CAPOFILA
1.1 La scuola adotta il territorio	1	La scuola può svolgere un ruolo fondamentale per promuovere la "cultura locale". In primo luogo perché si tratta della più importante istituzione educativa presente, in secondo luogo perché attraverso il rapporto diretto con i ragazzi si coinvolgono anche le famiglie. <u><i>A partire da queste riflessioni, l'azione si propone di stimolare la consapevolezza dei giovani, mediante attività di studio e di apprendimento creativo che privilegino gli aspetti naturalistici, culturali del territorio e che rendano gli studenti protagonisti attivi del processo di comunicazione turistica.</i></u>	PNAB
1.2 Lo sguardo degli altri	1	Le analisi e le interviste con i testimoni privilegiati hanno messo in evidenza che, in molte occasioni i turisti più curiosi vogliono visitare luoghi ai quali i locali non danno importanza. In altri casi, è stato notato che le guide turistiche (soprattutto quelle straniere) conferiscono significati ai beni naturali e culturali poco conosciuti o addirittura sconosciuti ai locali. Per questi motivi è stato deciso che è fondamentale <u><i>comprendere come il territorio di riferimento è veicolato e raccontato dagli strumenti di promozione e divulgazione turistica nazionali e internazionali: con quale linguaggio, con quali slogan, attraverso quali immagini.</i></u>	Trentino Spa
1.3 La primavera del Parco	1	Negli incontri del forum è emerso che non c'è migliore "ufficio informazioni" di un residente che conosce il "suo" parco e le attività che vengono organizzate. A seguito di questa constatazione, condivisa da tutti i partecipanti, <u><i>si avvieranno progetti che prevedono di accompagnare i residenti alla scoperta del territorio mediante iniziative, volte a promuovere una conoscenza attiva e consapevole del territorio con l'aiuto degli operatori del Parco.</i></u>	PNAB

1.4 Parola di Parco	1	Il Parco si può conoscere "visitandolo" ma anche attraverso la lettura e l'utilizzo mezzi multimediali. Da quando il Parco è stato istituito, sono stati realizzati molti studi e materiali informativi che non sono sufficientemente valorizzati. <u>Per questo motivo si prevede di valorizzare il patrimonio di studi e sapere relativi al Parco presenti nelle biblioteche del territorio del Parco, mediante la realizzazione di una biblioteca del Parco.</u>	Biblioteca intercomunale Giudicarie Esteriori
1.5 Educational per gli operatori	1	Le ricerche condotte per la realizzazione del rapporto diagnostico (in particolare la ricerca della TSM sul rapporto tra Parco e Operatori) hanno messo in evidenza la necessità di aumentare le occasioni di conoscenza del Parco presso gli operatori turistici. <u>Per questo motivo nei prossimi anni saranno organizzate iniziative rivolte agli operatori turistici volte ad approfondire la conoscenza del territorio e incontri ad hoc volti a far conoscere e condividere il programma di attività turistiche organizzate da Apt, Pro-loco, Parco, ecc</u>	Apt d'ambito nei rispettivi territori di competenza
1.6 Educational per gli alberghi Qualità Parco	3	Per una promozione quanto più completa e capillare delle attività del Parco, sempre più importanti si dimostrano le azioni di informazione che gli operatori ricettivi rivolgono ai propri clienti. <u>Il Parco si impegna ad organizzare gite ed escursioni rivolte agli operatori "Qualità Parco", volte a far vivere loro le stesse iniziative che vengono proposte ai turisti, in modo tale che gli operatori stessi, partecipando in prima persona all'iniziativa, sappiamo promuoverla e informare il turista in maniera adeguata. Unitamente a questo, il Parco si impegna ad organizzare delle giornate di informazione circa le iniziative che verranno proposte durante le stagioni turistiche, in modo tale che l'operatore sia aggiornato su ciò che il Parco organizza e sappia quindi comunicare al proprio cliente, quanto più dettagliatamente possibile, il programma estivo piuttosto che invernale del Parco.</u>	PNAB
1.7 Newsletter rivolte ai residenti e ai turisti	2	<u>Con la creazione della newsletter elettronica si intende, sfruttando al meglio le possibilità di comunicazione offerte dall'utilizzo della posta elettronica, informare in modo continuativo e frequente gli interlocutori del Parco sulle attività, i progetti e le iniziative promosse.</u> La newsletter elettronica si pone inoltre come obiettivo quello di sensibilizzare i destinatari alla protezione e alla salvaguardia della natura. Questo nuovo strumento di comunicazione può essere inteso come evoluzione informatica del quartino "Parco Informa", allegato alla rivista istituzionale, che continua a rimanere il più importante strumento di comunicazione dell'Ente. La newsletter potrà essere realizzata e indirizzata, secondo modalità e contenuti diversi, ai visitatori ed ai residenti (i comuni del Parco e gli enti che operano nel suo territorio, gli albergatori, le Apt, gli insegnanti, ecc)	PNAB
1.8 Rivista del Parco	3	La rivista "Adamello Brenta Parco" rappresenta uno dei più importanti strumenti di comunicazione dell'Ente, caratterizzandosi come veicolo di cultura della montagna e, attraverso l'inserito "Parco Informa", come strumento di trasparenza amministrativa. <u>L'azione intende proseguire sulla strada fin qui percorsa, continuando ad offrire un prodotto di qualità, sia per quanto riguarda i contenuti che per la veste grafica e la stampa.</u>	PNAB
1.9 Attività didattico - culturali rivolte ai residenti	3	<u>Si tratta di una serie di iniziative con finalità didattico-educative rivolte agli insegnanti del Parco e ai residenti interessati, che si concretizzano in progetti di informazione-formazione,</u> che vengono svolti in collaborazione con l'APPA (Agenzia Provinciale Protezione Ambiente), il Museo Tridentino di Scienze Naturali, il Museo Civico di Rovereto e l'IPRASE. Scopo degli incontri è quello di fornire ai partecipanti elementi di base ed alcune chiavi di lettura per esplorare l'ambiente della montagna leggendo nella presenza delle specie animali i segni del rapporto uomo-ambiente, misurandone la qualità; far praticare ai docenti di tutti i gradi scolastici attività di esplorazione, osservazione e studio, trasferibili nella didattica dell'Educazione Ambientale della propria scuola. Unitamente a queste attività, si svolgono iniziative rivolte alle Università della Terza età e del tempo libero. Gli argomenti trattati riguardano il Parco e il suo territorio con approfondimenti tematici specifici. Nella proposta si offre inoltre la possibilità di una visita guidata della durata di mezza o una giornata in una località del Parco, in un Centro Visitatori, al Giardino botanico "Rio Bianco", al Museo della Malga, con accompagnamento degli operatori del Parco.	PNAB

1.10 Qualità Parco per le scuole	3	Il progetto Qualità Parco è nato con l'obiettivo di coinvolgere gli operatori turistici e i loro ospiti nella ricerca della qualità ambientale. La filosofia che sta alla base del progetto si pone la finalità di creare una rete di strutture sensibili alla qualità e al rispetto ambientale. È proprio con quest'ottica che il progetto è stato successivamente esteso anche al settore scolastico. Nel corso del 2004, con la collaborazione di alcuni Dirigenti degli Istituti Comprensivi del Parco, sono stati elaborati appositi protocolli di attestazione delle scuole e nell'anno scolastico 2004-05 è stato quindi avviato sperimentalmente il progetto "Qualità Parco per gli Istituti scolastici" coinvolgendo la scuola Primaria di Tione e la scuola Secondaria di primo grado di Pieve di Bono. <u>Il progetto proseguirà l'anno prossimo con altre sette scuole degli Istituti del Parco convenzionati che hanno presentato la propria candidatura per l'ottenimento dell'attestazione "Scuola Qualità Parco".</u>	PNAB
1.11 Indagine sociologica sui residenti	3	<u>L'azione prevede l'affidamento di una consulenza all'Università di Trento - Facoltà di Sociologia - per lo svolgimento di un'indagine sull'immagine e il grado di apprezzamento che il PNAB ha tra la popolazione residente nei comuni dell'area protetta, che va ad integrare lo studio già in possesso in merito alla percezione del Parco fra i turisti che scelgono come meta delle proprie vacanze il Trentino.</u> I risultati dell'indagine saranno importanti per comprendere il grado di accettazione del Parco e per definire meglio le strategie di comunicazione del Parco nei confronti degli stessi residenti.	PNAB

## 2. Accrescere la consapevolezza del patrimonio locale da parte dei visitatori

Accrescere la consapevolezza nel turista delle potenzialità del territorio, attraverso una comunicazione di qualità ed un'informazione mirata, risulta fondamentale per promuovere un'immagine corretta ed efficace verso l'esterno, e soprattutto per assicurare che tutti i visitatori siano messi in grado di conoscere le opportunità che ci sono nel Parco e scoprirlo con facilità e consapevolezza, prestando attenzione a veicolare un'immagine del territorio unitaria e non frammentata.

TITOLO	LIVELLO AZIONE	OBIETTIVI	CAPOFILA
2.12 Per una segnaletica di qualità	1	La segnaletica è il primo biglietto da visita che si porge al visitatore e che contribuisce in modo determinante all'immagine di qualità di una località. Se la segnaletica è di qualità, il turista è in grado di orientarsi e di apprezzare meglio il sistema di attrattive del territorio; in più, gli abitanti vengono a conoscere e riconoscersi nel patrimonio a cui appartengono. La segnaletica stradale è una forma di comunicazione e di marketing tra le meno costose e tra le più innovative per affermare l'immagine di un territorio o di una destinazione, valorizzando al meglio le risorse artistiche, naturali e sociali presenti in modo diffuso nel nostro Paese. I forum territoriali hanno rilevato una carenza della segnaletica, nei punti di attrazioni turistica e di avvicinamento alla località, e una eterogeneità nei colori, simboli, materiale. Inoltre, l'appartenenza dei comuni al Parco non è adeguatamente segnalata ovunque. Infine, è emersa anche la forte diversità tra comuni nelle linee grafiche e nel materiale utilizzato. Poiché la provincia di Trento sta progettando un intervento per l'omogeneizzazione della segnaletica, <u>l'azione intende realizzare un sistema di segnaletica turistica omogeneo su tutto il territorio del Parco, seguendo le indicazioni del progetto del Touring Club Italiano "Il filo di Arianna". Per la realizzazione dell'azione, si ipotizza la costituzione sia di un tavolo di coordinamento regionale, in qualità di cabina di regia, costituito dal Parco, i rappresentanti del Servizio Turismo e Urbanistica e le Apt d'ambito per la definizione delle linee guida del progetto, sia tavoli di lavoro ristretti per ambiti o per tematismi. L'azione prevede anche l'organizzazione di un convegno a tema a cui siano invitati a partecipare esperti nazionali ed internazionali.</u>	Servizio Turismo

2.13 Rinnovo del sito internet	2	<p>Il sito internet è "l'ufficio di rappresentanza" del Parco nel mondo e, come tale, va concepito. Il sito è soprattutto un modo per esprimere i "valori" del Parco. <u>Il sito internet del Parco necessita</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Di un piano di redazionale (quali sono i valori del parco da comunicare? con quali tecniche? con quali immagini?)</u></li> <li>2. <u>Della realizzazione di una piattaforma facile da navigare</u></li> <li>3. <u>Della gestione di un'efficace sistema di aggiornamento</u></li> </ol> <p>Si prevede di affiancare un esperto all'ufficio comunicazione in modo tale che dopo un attento esame dei siti internet dei parchi esistenti proponga un piano redazionale da discutere e da dibattere tra il personale del Parco. La discussione migliorerà la proposta iniziale e dovrà individuare chi realizza il sito, indicare i criteri ai quali deve attenersi e definire le modalità di gestione e aggiornamento. Il sito sarà in parte disponibile anche in lingua inglese.</p>	PNAB
2.14 Programmazione mirata delle fiere	3	<p>Alcun progetti proposti (in primo luogo l'Anello del Brenta) hanno l'obiettivo di attirare nuovi visitatori. Si tratta di prodotti specifici che vanno promossi con canali propri. Se è vero che il Parco non ha competenze specifiche nella promozione, è opportuno che chi deve fare la promozione a livello provinciale (Trentino SPA) e a livello locale (APT d'Ambito) si assuma l'impegno per la promozione dei prodotti nelle fiere specializzate, nelle riviste specializzate e in generali nei canali specializzati. <u>Il Parco suggerirà quali sono i luoghi (fiere, guide, riviste) più adatti.</u> Anche in questo caso i responsabili dell'ufficio comunicazione e marketing "individuano" e "testeranno" quali sono i canali e i luoghi più adatti.</p>	PNAB
2.15 Marketing specializzato verso province limitrofe per gestire i flussi turistici nello spazio e nel tempo	2	<p>Nell'estate del 2005 gli "inviti a Tovel." hanno avuto molto successo. Gli inviti sono un'utile strumento per gestire meglio in flussi turistici (nel tempo e nello spazio) e per "far vivere il Parco" meglio ai visitatori di prossimità. Molti dei visitatori estivi (soprattutto nei fine settimana) sono residenti in località che distano a poche decine di km dal Parco (province vicine). L'80% di essi si muove con l'auto propria e visita il parco in modo abituale. Si può presumere che per molti di essi il parco è una consuetudine (si visitano gli stessi luoghi da sempre) piuttosto che una nuova occasione di scoperta.</p> <p><u>Si prevede di organizzare "inviti" estesi alle province limitrofe in collaborazione con le sezioni locali delle associazioni ambientaliste, delle associazioni culturali e ricreative.</u> In altre parole si tratta di proporre alle associazioni delle province limitrofe gli inviti presentandoli anche con incontri diretti presso le loro sedi.</p>	PNAB
2.16 Il Parco interattivo	1	<p>Le nuove tecnologie stanno cambiando il sistema di gestione delle informazioni. Nei prossimi anni sarà possibile visualizzare nei telefoni cellulari informazioni oggi disponibili su computer o supporti multimediali. <u>Pertanto sarà possibile aggiornare i visitatori in tempo reale senza ricorrere ad investimenti hardware. Si prevede di monitorare l'evoluzione di queste tecnologie al fine di studiare la possibilità di un servizio di informazioni accessibile da cellulare.</u></p>	PNAB
2.17 Parco Card	3	<p><u>La ParcoCard è una carta servizi prepagata che permette al visitatore di usufruire di tutta una serie di servizi a prezzi agevolati.</u> La ParcoCard ha l'ambizione di diventare il pass per tutte le offerte naturalistiche, culturali, sportive e gastronomiche esistenti nel territorio di riferimento del parco, e lo strumento per organizzare in rete le numerose opportunità di svago e di cultura che già esistono (e che anche il Parco, per parte sua, sta ampliando sempre più) per una vacanza distintiva.</p> <p>Nell'ambito della ParcoCard, "Parco" non va inteso solo come organizzazione, con i suoi servizi, i suoi centri, le sue iniziative, la sua immagine, quanto piuttosto come territorio omogeneo, ambito ricchissimo di opportunità, spesso poco valorizzate nel loro insieme, e alle quali non è ancora facile avere accesso o conoscenza. Visto sotto questo profilo il Parco, quindi, diventa un "superambito", al quale ogni ambito turistico dovrebbe poter fare riferimento per arricchire ed estendere la propria offerta, potendola anche maggiormente caratterizzare.</p>	PNAB

### 3. Promuovere una riflessione sul futuro del turismo

Il Parco, coerentemente alla propria mission, e cioè laboratorio per sperimentare idee innovative nelle pratiche economiche compatibili, si farà promotore di iniziative



tese a stimolare riflessioni sul futuro del turismo con particolare riferimento alle dinamiche dell'interazione "uomo-ambiente".

TITOLO	LIVELLO AZIONE	DESCRIZIONE	CAPOFILA
3.18 Laboratorio creativo	1	I cambiamenti della domanda di turismo implicano necessariamente i cambiamenti nella struttura dell'offerta. Le analisi, le ricerche e gli strumenti delle scienze sociali consentono di comprendere le attese dei "nuovi turisti". Come rispondere a queste attese? Quali sono i prodotti e i servizi da erogare? Come differenziarsi da altri contesti ed essere "unici"? Per rispondere a queste domande, oltre allo studio e all'analisi è necessario il ricorso alla creatività. <u>Per questo motivo si è ritenuto opportuno proporre un'iniziativa che valorizzi la produzione di idee creative.</u> <u>Coerentemente alle condizioni di contesto il campo di creatività del laboratorio sarà orientato su diverse tematiche a seconda delle peculiarità degli ambiti; pertanto, in base alle esigenze emerse durante i forum, in Val Rendena il laboratorio verterà sul tema della "riscoperta degli antichi mestieri", mentre in Val di Non sul tema del "paesaggio e della sua valorizzazione". Il destinatari del laboratorio sono soprattutto i giovani.</u>	PNAB
3.19 Laboratorio per il futuro del turismo montano	1	Il turismo è un'attività economica in continua evoluzione. Cambiamenti sociali, variazioni climatiche, questioni geopolitiche ne determinano le direzioni. Negli ultimi anni frequenti mutamenti e una maggiore competizione tra le destinazioni turistiche hanno reso necessario il ricorso ad un atteggiamento di tipo "pro-attivo". Nel futuro, infatti, non basterà "adattarsi" ai cambiamenti ma sarà necessario "prevederli" attraverso una lettura attenta del presente. Per questo motivo è necessario predisporre luoghi, strumenti e metodi per permettere ad operatori ed amministratori di confrontarsi con altri contesti e con altre opinioni. <u>L'obiettivo dell'azione è approfondire gli scenari futuri possibili del turismo montano mediante la creazione di un laboratorio permanente di innovazione.</u> Gli strumenti utilizzati dal laboratorio saranno diversi: tavole rotonde, seminari, ricerche, studi, viaggi studio, newsletter.	Servizio Turismo
3.20 L'impronta ecologica	2	Gli effetti ambientali a livello locale dal turismo sono noti nella dimensione "concettuale", meno in quella quantitativa. <u>La ricerca dell'impronta ecologica del turismo nel Parco ha l'obiettivo di comprendere quali siano le "dimensioni" degli impatti e quali siano i benefici generati dai progetti di turismo sostenibile avviati dal Parco. A partire da questo, il Parco si propone di utilizzare il concetto di impronta ecologica anche a fini di educazione ambientale verso turisti e residenti, attraverso incontri ad hoc e mezzi multimediali (web, ecc).</u> Si prevede di avviare una collaborazione con le Università al fine di indirizzare percorsi di tesi sperimentali.	PNAB
3.21 Parco ed economia turistica	2	L'impatto economico generato dal turismo non si misura solo in funzione della dimensione dei soldi spesi dal turista, ma anche dalla qualità della spesa. In altri termini si tratta di comprendere quanta parte della spesa del turista è indirizzata verso prodotti e servizi locali. <u>Il Parco, in collaborazione con Università e centri di ricerca specializzati, avvierà ricerche che hanno la finalità di comprendere quale sia il "reale" beneficio economico generato dal turismo per la popolazione locale.</u> A tal fine si prevede di sperimentare il metodo LM3, appositamente pensato dalla New Economics Foundation di Londra per i territori rurali e montani.	PNAB
3.22 Bandiere Arancioni	1	"Bandiere Arancioni" è il marchio di qualità turistico-ambientale attribuito dal Touring Club Italiano a quelle piccole destinazioni turistiche dotati di servizi ricettivi e complementari e fattori di attrattività turistica, attenti alla sostenibilità e alla qualità ambientale. <u>Con tale azione si intendono sensibilizzare le amministrazioni comunali ad aderire al marchio ed accompagnarle nel processo, al fine di giungere ad un miglioramento complessivo e diffuso della qualità del territorio (urbanistica, ambientale, turistica, di servizi, ...).</u> <u>L'azione intende sperimentare il progetto nell'area Parco; a seguito di una riunione informativa sul progetto, tenuta dal TCI in collaborazione con il Servizio Turismo della Provincia, 9 Comuni del Parco e 2 Apt si sono mosse per avviare il processo di candidatura alla certificazione.</u>	Servizio Turismo

## 7.2 PERCORSO DEI SENSI

*Favorire un turismo di tipo emozionale, di scoperta ed autentico, rivolto a particolari target e attento ai bisogni di tutti.*

Il percorso mira a costruire una fruizione del territorio sostenibile e consapevole, che privilegiando gli aspetti naturalistici, culturali, gastronomici e sociali locali, sia in grado di far vivere al turista un'esperienza emozionale, autentica, rispettosa dell'ambiente e della cultura locale.

### OBIETTIVO SPECIFICO

#### 4. Far vivere un'esperienza autentica anche attraverso nuovi prodotti turistici

Far vivere un'esperienza autentica vuol dire consentire al visitatore di entrare in relazioni con tutti i "medium" che raccontano l'identità locale. A tal fine è possibile offrire al visitatore attività e proposte che incentivino la riscoperta delle tradizioni e della cultura locale e ne valorizzino gli elementi di unicità, oppure veri e propri prodotti turistici che si basino su criteri di autenticità e di scoperta, che siano educativi e al tempo stesso compatibili con gli obiettivi di difesa dell'ambiente; sviluppare quindi forme di turismo complementari a quelli tradizionali, quali ippotrekking, turismo scolastico, mountainbike, ecc.

Tabella 13 – Azioni del Percorso dei Sensi

TITOLO	LIVELLO AZIONE	DESCRIZIONE	CAPOFILIA
4.23 Percorso storico-culturale	1	Nel territorio del Parco è presente un notevole patrimonio storico – culturale, elementi tangibili dell'identità locale. Dalle indagini sui visitatori e dalle impressioni degli operatori è emerso che l'interesse degli ospiti verso questo patrimonio sta crescendo e non trova in molti casi una risposta adeguata alle attese (siti chiusi, poche informazioni). <u>Per questo motivo nei prossimi anni il Parco, in collaborazione con le associazioni culturali locali, avvierà progetti di valorizzazione del patrimonio culturale inserendo le visite guidate nel proprio programma estivo/invernale e sostenendo progetti per la maggiore divulgazione di informazioni.</u>	Ecomuseo (Comano); Consorzio pro loco Tovel (Val di Non); Centro Studi Val Rendena e Judicaia (Val Rendena)
4.24 Le immagini insegnano	1	Testimonianza della tradizionale economia di montagna, la malga permetteva l'utilizzo collettivo dei pascoli di alta quota con l'alpeggio estivo delle mucche. Molte di queste strutture non vengono più utilizzate per questo scopo, tuttavia rappresentano importanti elementi costitutivi del paesaggio, e vengono tutelate nel loro insieme architettonico ed ambientale. Da alcuni anni il Parco è impegnato in progetti di valorizzazione (alcune fungono anche da strutture ricettive). Nel solco di queste iniziative il Parco sostiene il progetto dell'Ecomuseo che <u>si propone di valorizzare il patrimonio di malghe presenti sul territorio mediante la realizzazione, in collaborazione con il Mart, di stage di pittura e scultura che si ispirino ai dipinti del Segantini, invitando artisti a collaborare, insieme ai giovani locali, alla decorazione di facciate delle malghe al fine di istituire il "Trekking dell'arte".</u>	Ecomuseo dalle Dolomiti al Garda
4.25 Alla scoperta della Mela	1	La coltura della mela caratterizza il paesaggio della val di Non. Non c'è strada o sentiero che non lambisca i meleti. <u>Il progetto si propone di valorizzare la coltura e la cultura della Mela attraverso la diffusione della conoscenza del processo evolutivo, delle sue tecniche di lavorazione e degli usi del frutto mediante la fruizione della pista ciclabile in progettazione (Mostizzolo-Spormaggiore). A tal fine saranno studiati la posa di cartelli esplicativi e la realizzazione di depliant da divulgare insieme alle guide.</u>	Consorzio Melinda

4.26 Sulle tracce della Guerra Bianca	1	<p>Il massiccio dell'Adamello è ricco di innumerevoli tracce della Guerra Bianca, che fu combattuta tra i ghiacci e le nevi a 3000 metri di quota. <u>L'azione intende valorizzare le testimonianze di guerra e riqualificare turisticamente i vecchi camminamenti e i siti principali, austriaci e italiani, che fecero da teatro alla Prima Guerra Mondiale in Adamello, creando itinerari tematici storico - culturali che li ripercorrono.</u></p> <p>Attualmente la Soprintendenza per i Beni Architettonici, avvalendosi anche del supporto dei soggetti quali i musei della Guerra dislocati sul territorio, le Sat, ecc, riuniti in un gruppo di lavoro, in collaborazione con la SAT centrale di Trento, sta realizzando uno studio di fattibilità del progetto. <u>La prosecuzione del progetto, sarà necessariamente vincolata al reperimento dei finanziamenti necessari.</u></p>	Servizio beni Architettonici della PAT
4.27 Sentiero della Pace	1	<p>Il "Sentiero della Pace" è un percorso, contrassegnato da segnavia con una colomba gialla, che si snoda per oltre 450 chilometri di sentieri, strade forestali, trincee e camminamenti che congiungono lo Stelvio alla Marmolada, ripercorrendo la linea del fronte della Prima Guerra Mondiale, passando anche sul territorio del Parco Naturale Adamello Brenta. È un itinerario ricco di motivazioni di carattere ambientale, ma soprattutto con un profondo significato culturale e storico: un percorso nelle memorie, per riflettere e meditare. <u>L'azione si prefigge di riqualificare questo sentiero nei tratti dove è necessario.</u></p>	Servizio Turismo
4.28 Antica Vetreria della Val d'Algone	1	<p>Molti sono i mestieri scomparsi e le attività economiche dimenticate. Rimangono però importanti segni, quali ad esempio i ruderi della grande vetreria della Val d'Algone, che rappresenta il più importante esempio di archeologia industriale nel Parco Naturale Adamello Brenta. <u>Il progetto intende intraprendere, in collaborazione con l'Ecomuseo della Judicaria, un'azione di sensibilizzazione verso i proprietari della vecchia vetreria in Val d'Algone, affinché cedano l'immobile ai fini di una valorizzazione dello stesso. Successivamente, il Parco e l'Ecomuseo, si impegnano a cercare insieme fondi e finanziamenti che ne permettano un'adeguata ristrutturazione in funzione dell'allestimento di un Museo del vetro che illustri e spieghi tecniche e metodi di lavorazione del vetro.</u></p>	PNAB
4.29 Fattorie didattiche	1	<p>Le fattorie didattiche sono aziende agricole che accolgono scuole e gruppi di interesse per il coinvolgimento attivo dei ragazzi attraverso laboratori ed esperienze pratiche. Nascono sia dalla necessità di diversificare il reddito agricolo sia di comunicazione diretta fra l'agricoltore e il cittadino.</p> <p>Sul territorio, sono numerose le aziende agricole presenti, ma solo poche svolgono attività di fattoria didattica, e ciò nonostante sia presente sia una forte esigenza degli imprenditori agricoli a diversificare le proprie fonti di reddito sia un forte interesse del turista ma anche delle scolaresche a vivere esperienze autentiche. <u>Vista l'esperienza del Parco nella didattica ed educazione ambientale, l'azione intende sensibilizzare quanti più agricoltori allo svolgimento di questa attività, anche attraverso il contributo dell'Istituto Agrario San Michele.</u></p>	PNAB
4.30 Piatti del Parco	1	<p>L'indagine condotta dal Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento nel 2001 sulla "Ristorazione in Trentino" ha messo in luce che il 50,7% dei turisti desidera assaggiare la cucina tipica regionale tra le diverse cucine possibili e che il 74,3% dei turisti ritiene molto o abbastanza utile l'introduzione del marchio di prodotto. L'esigenza di prodotti di nicchia è quindi molto avvertita dai turisti.</p> <p>Potendo vantare la presenza di numerosi prodotti tipici, il Parco ha approvato un elenco di 14 prodotti tipici e tradizionali che verranno considerati provvisoriamente i "prodotti del Parco Naturale Adamello Brenta". Si tratta di una lista che sarà utilizzata esclusivamente per fini promozionali quali, ad esempio, la partecipazione a fiere o manifestazioni di settore. Nella stesura dell'elenco sono stati presi in considerazione i prodotti tipici, tradizionali e di elevato valore ambientale inseriti nei registri ufficiali sotto elencati la cui produzione, esclusiva o prevalente, avvenga nei comuni del Parco o che contengano nella propria denominazione un chiaro riferimento ad una zona del Parco in modo da essere chiare espressioni di un forte legame con il territorio dell'area protetta e poter risultare inequivocabilmente provenienti dal Parco Naturale Adamello Brenta. <u>L'azione intende valorizzare le tipicità gastronomiche locali mediante l'individuazione dei piatti del Parco e la loro proposta presso le strutture ricettive e i ristoranti del territorio.</u></p>	Strada della Mela e dei Sapori, Strada del Vino e dei Sapori dalle Dolomiti al Garda, nei rispettivi territori di competenza

4.31 Parco Estate	3	<p>4.32 Le prime attività rivolte a turisti e residenti (serate naturalistiche, escursioni con le guide, ecc), volte a far conoscere il territorio protetto, sono partite nell'estate '96; negli anni le iniziative sono state notevolmente ampliate e rinnovate e dal 2001 racchiuse in uno specifico fascicolo, il "Parco Estate", nel quale vengono adeguatamente promosse e pubblicizzate. <u>L'azione si prefigge di continuare in questa direzione con lo scopo di far conoscere il territorio del Parco attraverso proposte che coinvolgono direttamente il turista e il residente, facendoli vivere esperienze a diretto contatto con la natura.</u> Si tratta di iniziative, tenute dagli operatori ambientali del Parco, promosse dai Consorzi Turistici, le Aziende di Promozione Turistica e le Pro Loco che operano sul territorio del Parco.</p> <p>A partire dall'estate '05 alle Aziende di Promozione Turistica è stata proposta, con successo, la compartecipazione finanziaria alle iniziative, a testimonianza di come al Parco venga riconosciuto un ruolo importante.</p>	PNAB
4.32 Parco Inverno	3	<p>La stessa filosofia che accompagna il "Parco Estate" sta alla base del "Parco Inverno", attraverso il quale vengono promosse e pubblicizzate le attività organizzate nel periodo invernale. <u>Si tratta, anche in questo caso, di iniziative tenute dagli operatori ambientali del Parco, promosse dai Consorzi Turistici, le Aziende di Promozione Turistica e le Pro Loco che operano sul territorio del Parco. L'azione si concretizza nell'estensione del progetto anche ai prossimi anni</u></p>	PNAB
4.33 Anello del Brenta	1	<p>Il progetto punta a favorire nuove opportunità di fruizione del territorio nel rispetto dei delicati equilibri naturali che, attraverso la condisione di Comuni, Apt e operatori, potrà diventare un prodotto-vacanza di forte attrattività e richiamo internazionale, in grado di rispondere alla "ricerca di emozioni" di quel vasto pubblico di escursionisti, cicloturistico e appassionati di mountainbike che ama la natura ed è attento esploratore della montagna e dell'ambiente. <u>L'azione si prefigge di realizzare 2 percorsi escursionistici: il primo lungo circa 133 Km - "l'anello del Brenta" - più esterno all'area protetta, studiato a misura di famiglia che propone un itinerario percorribile in tre o quattro tappe di un giorno ciascuna; il secondo - l'anello dell'orso - per il trekking o la mountainbike, rivolto quindi a escursionisti e bikers più esperti, si estende complessivamente per 120 Km e entra nel cuore dell'area protetta.</u></p>	PNAB e Apt d'ambito (come coordinatore dei tavoli locali)
4.34 Ippo-trekking	1	<p>L'ippo-trekking è una modalità di fruizione del territorio all'aria aperta, consapevole e sostenibile, che negli ultimi anni ha conosciuto un certo sviluppo, soprattutto tra gli amanti della natura e degli animali. Considerando che sul territorio sono già attivi operatori che propongono percorsi a cavallo, <u>l'azione intende proporre queste escursioni come modalità alternative di scoperta del territorio, individuando itinerari a cavallo su tutto il territorio del Parco e pubblicare eventualmente una mini guida.</u> Ciò potrebbe contribuire anche a valorizzare professioni turistiche come quella di guida di turismo equestre.</p>	PNAB
4.35 Turismo scolastico	1	<p>La gita scolastica nei parchi italiani è un fenomeno in crescita oramai da diversi anni. Oggi però si fanno strada due tendenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ l'esigenza di arricchire l'esperienza di visita dei ragazzi, coinvolgendoli in modo attivo e consapevole, permettendo loro di vivere a stretto contatto con l'ambiente naturale e culturale del territorio.</li> <li>▪ la richiesta degli istituti scolastici di offerte di qualità medio alta, che garantiscano professionalità e organizzazione.</li> </ul> <p>Il Parco, oltre a vantare un ricco e articolato programma di educazione ambientale, è dotato di uno staff con elevata professionalità e che lavora stabilmente nel settore dell'educazione ambientale. Inoltre, ha a disposizione due foresterie destinate oltre allo svolgimento di attività in aula, anche il pernottamento delle scolaresche. Proprio per tali ragioni, <u>l'azione intende organizzare pacchetti di turismo scolastico - rivolte anche ad istituti scolastici non trentini - che oltre a prevedere attività di educazione ambientale, preveda visite presso le aziende agricole che svolgono fattorie didattiche o il pernottamento in strutture di tipo rurale (agritur).</u></p>	PNAB

4.36 Sci escursionistico	1	<p>Il numero di sciatori che praticano lo sci escursionistico è attualmente molto elevato e tale numero, considerando le tendenze di mercato, è destinato a crescere continuamente. Laddove questa pratica dovesse svolgersi al di fuori delle aree sciabili e delle piste, sotto il profilo autorizzatorio per la pratica di questa disciplina, occorre peraltro un'attenta verifica di compatibilità con il Piano del Parco che deve essere preceduta da una definizione/inquadramento normativo a cura della Provincia. <u>Una volta eseguite le opportune verifiche di cui sopra, l'azione intende individuare dei percorsi battuti ben precisi e definiti di sci-escursionistico, fruibili con le guide e/o in autonomia, in modo da limitare un uso disordinato del territorio. Il Parco ha avviato uno studio finalizzato ad individuare le aree maggiormente sensibili sotto il profilo faunistico e forestale, per individuare le aree off-limits al fine di adeguare conseguentemente il Piano del Parco.</u></p>	Apt Campiglio Pinzolo Rendena
4.37 Trekking del benessere	1	<p>Il territorio del Parco è famoso anche per ospitare la stazione termale di Comano, la cui peculiarità è la sua specifica indicazione contro le affezioni cutanee e i problemi respiratori. Le Terme però sono anche occasione per rigenerarsi e trovare benessere dallo stress quotidiano. <u>Per tale ragione, l'azione intende coniugare l'aspetto della cura termale con l'ambiente naturale che circonda le Terme al fine di offrire occasioni di relax all'aperto, mediante percorsi da trekking lungo i quali gli escursionisti possano trovare occasioni di relax e benessere attraverso l'organizzazione di specifiche "stazioni" finalizzate a massimizzare l'effetto benefico delle erbe officinali.</u></p>	Apt Comano
4.38 Trekking delle malghe	3	<p><u>L'iniziativa consiste in un'escursione di due giorni sugli alpeggi del Parco con pernottamento in malga, con l'accompagnamento di un operatore del Parco e di una guida alpina.</u> Finalità dell'iniziativa sta nella valorizzazione dell'alpeggio e nella riscoperta delle vecchie pratiche di vita in montagna.</p>	PNAB

### 7.3 PERCORSO DELLA QUALITÀ

*Promuovere un approccio olistico alla qualità del territorio e degli operatori.*

Il percorso mira a migliorare sia le prestazioni ambientali e i servizi offerti dalle imprese ricettive sia la qualità di vita degli abitanti e dei turisti mediante interventi sull'immagine e la qualità - architettonica, ambientale, urbana - delle destinazioni turistiche.

#### OBIETTIVI SPECIFICI

##### 5. *Migliorare la qualità del territorio e della sua fruizione*

La qualità dell'esperienza dipende anche dalla possibilità di visitare il Parco con modalità di trasporto facili, efficienti e sostenibili. "Osservare" e "silenzio" sono termini ricorrenti nelle indagini sulle attese dei visitatori<sup>18</sup>. Migliorare la fruizione vuol dire quindi consentire al visitatore di osservare e camminare senza doversi preoccupare di rumori artificiali e veicoli di passaggio. Al tempo stesso, ad ognuno - in particolare ai soggetti svantaggiati - devono essere garantite analoghe condizioni di visita, prestando attenzione all'accessibilità dei sentieri e dei percorsi pedonali.

Tabella 14 – Azioni del Percorso della Qualità

TITOLO	LIVELLO AZIONI	DESCRIZIONE	CAPOFILA
5.39 Il Parco per tutte le stagioni	1	I centri visitatori e i punti info sono le principali porte di accesso al Parco, dislocati un po' ovunque sul territorio. La loro apertura però segue i tempi della stagione turistica; nei periodi fuori stagione i centri sono chiusi. Considerando che esiste una discreta percentuale di persone interessate a visitare il Parco anche prima dell'apertura stagionale e considerando che gli stessi operatori turistici hanno posto in evidenza tale problema, <i>l'azione intende promuovere l'apertura anticipata dei centri visitatori e punti info del Parco e l'estensione del programma delle attività. Ciò potrebbe contribuire ad attenuare la stagionalità dei flussi turistici sul territorio, favorendo una clientela di bassa stagione, in genere più affezionata e fedele, che incentiverebbe le strutture ricettive medio-piccole del territorio a rimanere aperte più a lungo. Il calendario delle attività, che ha visto negli ultimi anni una maggior concentrazione delle proposte nei mesi di luglio e agosto, verrà modificato riducendo in questi mesi, nei quali normalmente l'offerta del territorio è molto ricca, il programma delle iniziative: saranno invece rafforzati i periodi considerati di bassa stagione.</i>	PNAB
5.40 Progetto Mobilità integrata	1	La presenza della ferrovia Trento-Malè che collega il capoluogo trentino alla val di Sole rende il territorio del Parco accessibile e raggiungibile tramite collegamento ferroviario. <i>Anche sfruttando questa grande opportunità, l'azione prevede quindi di creare un circuito unico di mobilità integrata sul territorio del Parco che permetta, una volta raggiunta l'area protetta, di spostarsi attraverso l'utilizzo del mezzo pubblico.</i> Quest'iniziativa farebbe da supporto anche al progetto dell'Anello del Brenta, permettendo il trasposto delle biciclette nei punti più critici del percorso, offrendo quindi la possibilità, al fruitore che lo desidera, di un trasposto alternativo. Inoltre questo sistema, unitamente al collegamento ferroviario, offre la concreta opportunità di promuovere una vacanza senz'auto già dal luogo di partenza.	PNAB

<sup>18</sup> Indagine sui visitatori del Pnab condotta dall'Osservatorio provinciale del Turismo nell'estate 2004: era proposto agli intervistati di associare al Parco una di queste 4 parole - Silenzio, Rispetto, Qualità, Libertà -; silenzio ha registrato la percentuale più alta (il 50%); e uno di questi 4 verbi - Riposare, Osservare, Conoscere, Emozionarsi, Camminare - Osservare ha registrato la percentuale più alta (il 35%).

5.41 Progetto di Mobilità interambito	1	Attualmente gli ambiti turistici della Rendena, di Comano e della Paganella prevedono, durante la stagione estiva, articolati progetti di mobilità spesso però molto circoscritti al proprio ambito di competenza o, in minima parte, estesi anche ad altri territori. E' il caso ad esempio del progetto "mobilità vacanza" di Comano che prevede alcune corse verso Andalo e Molveno. Completamente assente è invece il collegamento con l'altra parte del territorio, quindi l'ambito delle Giudicarie Centrali (con Tione) e della bassa Val Rendena. <u>L'azione intende mettere in connessione i servizi di mobilità vacanze organizzate nei diversi ambiti che oggi rappresentano dei "circuiti chiusi" al fine di favorire gli spostamenti dei turisti con i mezzi pubblici.</u>	Azienda per il turismo Terme di Comano Dolomiti di Brenta
5.42 Progetto Mobilità sostenibile in Val Nambrone	1	Il Parco Naturale Adamello Brenta e le aree ad esso limitrofe sono frequentati ogni anno da circa 6 milioni di presenze turistiche. Un fenomeno che genera sull'ambiente un carico antropico dai livelli di criticità non sostenibili in più di un contesto territoriale. A partire dall'estate 2003, grazie al raggiungimento di precisi accordi con i Comuni proprietari, il Parco ha gestito attivamente, con un progetto innovativo, la mobilità della Val Genova. Il successo riscontrato con l'applicazione del progetto nell'estate 2003, ha convinto le Amministrazioni a rinnovare l'iniziativa per la stagione 2004. L'iniziativa è stata quindi sperimentata in Val di Tovel. <u>Il progetto consiste nella la gestione complessiva di queste valli tenendo in considerazione sia il controllo del traffico veicolare privato, sia l'istituzione di un servizio di trasporto alternativo con bus navetta;</u> fa da contorno a tutto questo l'organizzazione di una serie di iniziative ricreative - culturali. Questo, perseguendo sempre l'obiettivo di invertire la tendenza turistica facendola evolvere dalla filosofia del "mordi e fuggi" (con migliaia di automobilisti che ogni giorno assediavano le valli solo per fugaci visite dalla macchina) ad un approccio più rispettoso della natura e maggiormente in linea con una vacanza "da Parco". <u>Il progetto verrà esteso secondo le stesse modalità alla Val Nambrone a partire dal 2007, grazie precisi accordi con i Comuni proprietari e con la loro collaborazione,</u>	PNAB
5.43 Progetto Mobilità sostenibile in Vallesinella	1	<u>L'azione intende estendere i progetti di mobilità sostenibile già sperimentati, come sopra esplicitato, con successo, in Val Genova e Val di Tovel anche in Vallesinella, che, rappresentando la principale valle di accesso al massiccio del Brenta, registra nei periodi estivi un numero molto elevato di escursionisti</u>	PNAB
5.44 Mobilità sostenibile Val Genova e Val di Tovel	3	<u>Il progetto consiste nella gestione complessiva di queste valli tenendo in considerazione sia il controllo del traffico veicolare privato, sia l'istituzione di un servizio di trasporto alternativo con bus navetta<sup>19</sup></u>	PNAB
5.45 Monitoraggio dei flussi veicolari	2	Per garantire una fruizione del territorio più ordinata e meno congestionata e di conseguenza più rispettosa per l'ambiente, in corrispondenza delle tre principali vie di penetrazione del traffico veicolare estivo nel Parco, ovvero Val di Tovel, Val Genova e Vallesinella, sono state installate, nel '04, delle stazioni automatiche fisse per il conteggio dei passaggi di tutti i veicoli; la conoscenza di dati di afflusso veicolare per tutto l'arco della giornata ha consentito l'elaborazione di statistiche più accurate e lo sviluppo di previsioni a fini progettuali. <u>Per avere sotto controllo il traffico anche nelle altre valli del Parco l'idea è di proseguire con l'utilizzo di centraline mobili di rilevamento da posizionare temporaneamente durante la stagione estiva lungo le altre strade di accesso al Parco.</u> Oltre al monitoraggio del traffico veicolare, attraverso appositi dispositivi posizionati in val di Tovel, val Genova e Vallesinella, dal 2006 sarà possibile monitorare anche il flusso pedonale su alcuni sentieri. <u>L'azione intende proseguire nella gestione e nel monitoraggio del traffico automobilistico e pedonale, cercando delle modalità sempre migliori di azione.</u>	PNAB
5.46 Parco fluviale	1	Il fiume Sarca nasce dal più grande ghiacciaio delle Alpi italiane, l'Adamello, ed alimenta il più grande lago d'Italia, il Garda. Lungo il suo percorso ci sono canyon (il Limarò è uno dei maggiori delle Alpi tutelato come bene ambientale di interesse europeo). L'Ecomuseo delle Giudicarie ha in progetto di realizzarvi un museo all'aperto che offrirà itinerari guidati. Un altro museo all'aperto con tema l'acqua sarà realizzato a Ponte Arche lungo l'argine del fiume. <u>L'obiettivo dell'azione consiste nel valorizzare il percorso del Sarca mediante la realizzazione di un Parco Fluviale lungo le Giudicarie Esteriori, con il coinvolgimento del BIM.</u>	BIM

<sup>19</sup> Vedi spiegazione Azione 4.23: Progetto Mobilità in Val Nambrone

5.47 Strada romana	1	<p>La Strada Romana è un tracciato che percorre parte del percorso in via definizione denominato "Anello del Brenta", che interessa il versante destro della val di Non. Il tracciato si sviluppa lungo il versante del Brenta Orientale dall'abitato di Andalo all'abitato di Terres fino a penetrare in Val di Tovel. Detto sentiero, utilizzando parti di strade forestali, di campagna e altri tratti di sentiero, si sviluppa in modo quasi pianeggiante immediatamente all'esterno del confine del Parco.</p> <p><u>L'azione intende recuperare e valorizzare tale tracciato escursionistico, attraverso dei lavori di sistemazione del sentiero. L'azione prevede inoltre un'attenzione e una cura particolare nella posa della segnaletica sia di avvicinamento che di interpretazione</u></p>	PNAB
5.48 Il Parco per tutti	2	<p>Nel corso degli ultimi anni si è costituito uno stabile gruppo di lavoro che si dedica alla gestione e realizzazione delle attività di educazione ambientale con le scuole, di educazione permanente con i residenti, delle attività estive per i visitatori, e al coordinamento, organizzazione e svolgimento delle attività presso i centri visitatori e le foresterie del Parco. Da anni, inoltre, il gruppo collabora ed organizza iniziative con alcune associazioni e gruppi culturali del Parco, quali ad esempio, le SAT, la Comunità Handicap e l'Università della Terza Età e del Tempo Disponibile. <u>Per ampliare il ventaglio di attività proposte, soprattutto per quanto concerne quelle rivolte ai disabili, sono in corso di progettazione dei percorsi pedonali "accessibili a tutti", con l'intento di rendere l'area protetta quanto più possibile accessibile e fruibile da tutti. Nello specifico si tratta di 4 percorsi pedonali attrezzati, accessibile a tutti, lungo la Diga Bissina, a Daone, dal giardino botanico a Stenico e lungo il lago di Tovel.</u></p>	PNAB
5.49 Rete dei centri Visita	2	<p>I Centri visitatori rappresentano, per il Parco, fondamentale veicolo di cultura e un'opportunità per una conoscenza approfondita della realtà ambientale, nonché volano economico anche per quelle realtà più decentrate rispetto alle aree turisticamente più sviluppate. Il territorio è dotato di ben 9 strutture, alcune già attive e altre in via di realizzazione; questa rete dei centri merita un'importante riflessione organizzativa, considerando che si richiederanno ingenti risorse finanziarie sia per il mantenimento in efficienza e il continuo rinnovo, che per la loro gestione. <u>L'azione intende delineare, attraverso la definizione di un Piano di interpretazione naturalistica ed ambientale, la pianificazione di tutte le operazioni e le misure concernenti lo sviluppo e la gestione dell'accoglienza del pubblico, della fruizione, dell'informazione, della comunicazione, della promozione del territorio dal punto di vista turistico-ricreativo e didattico.</u></p>	PNAB

### 6. Migliorare la qualità delle imprese turistiche

La qualità delle imprese turistiche è un traguardo oramai indispensabile per competere con altre località turistiche, per attirare la nuova domanda turistica e fidelizzare la clientela. La qualità può essere intesa in almeno due accezioni:

- come orientamento al turista, ovvero misurazione della qualità percepita dai turisti attraverso indagini e rilevazioni sulla domanda di supporto a quanti operano nel turismo, a conoscere e comprendere sempre meglio i bisogni dell'ospite e a rivedere, di conseguenza, le proprie politiche e il proprio modo di agire (nell'accoglienza, nel rapporto con l'ospite, nell'atmosfera);
- come miglioramento delle prestazioni ambientali e dei servizi offerti, oltre che di sensibilizzazione e informazione verso tali tematiche (es. ISO, EMAS, Ecolabel, Marchio Qualità Parco, Club di prodotto ...)



TITOLO	LIVELLO AZIONE	DESCRIZIONE	CAPOFILA
6.50 Verso Qualità Parco ed Ecolabel	1	<p>Con l'estate 2003 ha preso il via il progetto "Qualità Parco", il marchio di qualità attribuito - per adesso - alle strutture ricettive quali alberghi, garni e campeggi (ma presto saranno predisposti appositi protocolli d'intesa anche per strutture tipiche e per il settore agro-alimentare). Il Parco ritiene che il progetto sia un'importante occasione di crescita dell'economia locale e di stimolo alla diffusione di una nuova sensibilità ambientale. Per questo intende veicolare il proprio marchio come strumento di marketing territoriale in grado di favorire un turismo sostenibile e di valorizzare l'identità locale.</p> <p>Poiché dai forum è emersa una non diffusa e completa conoscenza dello strumento del Parco, <u>l'azione intende sensibilizzare, formare e informare le strutture ricettive del territorio circa l'adesione al marchio Qualità Parco, ovvero ai criteri che occorre ottemperare, alle procedure da seguire, ai benefici ottenibili.</u> Inoltre, secondo una logica di incremento continuo della qualità, l'azione intende anche incoraggiare le imprese all'ottenimento dell'Ecolabel comunitario. Per questo, l'azione prevede anche uno studio per il confronto e l'individuazione di sinergie tra i due strumenti.</p>	PNAB
6.51 Club Qualità Parco	3	<p>Su iniziativa di alcuni albergatori aderenti al marchio Qualità Parco è stata costituita l'associazione "Club Qualità Parco". <u>L'associazione, senza fini di speculazione privata o di lucro, si propone di migliorare le condizioni sociali e professionali dei soci attraverso lo svolgimento di iniziative atte ad elevarne la cultura ambientale e la professionalità ed ha lo scopo di promuovere l'espletamento di studi e ricerche di mercato, l'approntamento di pubblicazioni, l'organizzazione di convegni, seminari e corsi di formazione, la facilitazione del contatto dei soci con il mercato di riferimento.</u></p>	PNAB
6.52 Progetto "Turismo Rurale"	1	<p>Il progetto "Turismo Rurale" è una iniziativa della società di marketing territoriale della Provincia di Trento - Trentino Spa - che intende definire all'interno della ricettività trentina una piattaforma comune di qualità di ricettività rurale che si caratterizzi per offrire ai turisti un'esperienza autentica di contatto con la natura e la comunità residente in loco. I gestori aderenti si devono impegnare a garantire un'offerta di qualità superiore e a valorizzare attivamente l'ambiente naturale, le tradizioni e la cultura locale, intesa anche in senso materiale. Poiché una parte del territorio del Parco si caratterizza bene per essere una destinazione adatta ad un tipo di domanda turistica alla ricerca di queste caratteristiche, <u>l'azione intende sensibilizzare le strutture ricettive tipiche/rurali (B&amp;B; agritur; rifugi, piccoli alberghi a conduzione familiare, malghe, ...) a partecipare al progetto di "Turismo rurale" della Trentino Spa al fine di qualificare la loro offerta. In particolare, la Trentino Spa si è resa disponibile a sperimentare il progetto sul territorio del Parco, mediante l'organizzazione di un percorso formativo rivolto a 15 imprenditori del ricettivo.</u></p>	Trentino Spa
6.53 Con gli occhi del turista	1	<p>La conoscenza preventiva e puntuale del profilo del visitatore è un requisito per costruire un'offerta adeguata alle aspettative e ai bisogni di chi vive un'esperienza di scoperta. Dai forum territoriali è emersa la necessità di conoscere chi è il turista e quali sono le sue fonti di appagamento e di insoddisfazione. Attraverso l'assistenza tecnica dell'Osservatorio del Turismo della Provincia e con la collaborazione del Parco, <u>l'azione intende valutare la soddisfazione del turista e indagarne le motivazioni di vacanza mediante la somministrazione di questionari ad hoc sia presso le strutture ricettive che presso le apt e i consorzi pro-loco. L'azione prevede che a termine del processo di elaborazione e interpretazione dati sia data adeguata informazione a tutti i soggetti interessati, mediante l'organizzazione di tavoli di lavoro per riflettere su come eventualmente re-indirizzare le politiche di gestione delle strutture e del territorio.</u></p>	Servizio Turismo

6.54 Qualificar e l'offerta ricettiva complementare	1	<p>Sul territorio del Parco è notevole la presenza di un patrimonio abitativo sotto-utilizzato, che potrebbe essere adibito a strutture alternative, come ad esempio i B&amp;B, che incontrano le richieste di gran parte dei visitatori di un parco. Al contempo, il territorio offre la possibilità di alloggio in diverse strutture ricettive, quali campeggi o agritur in appartamenti, residence, che sebbene nell'immaginario non soddisfino i criteri delle strutture tipiche, sono per la maggior parte a conduzione familiare e ben si prestano a soddisfare i requisiti previsti dal progetto di "Turismo Rurale". <i>A tal fine, con l'azione si intendono perseguire i seguenti due obiettivi:</i></p> <p><i>È incentivare l'apertura di nuove forme di ricettività, fornendo adeguata visibilità e corretta informazioni circa gli strumenti finanziari messi a disposizione dalla Provincia per l'esercizio di nuove forme imprenditoriali. Il Parco si è reso disponibile ad ospitare periodicamente sulla propria rivista una sezione che tratti queste tematiche</i></p> <p><i>È incoraggiare una gestione autentica e rispettosa delle tipicità locali sensibilizzando la Provincia a valutare la definizione di un progetto analogo al progetto "Turismo Rurale" per altre strutture ricettive, quali agritur in appartamenti e campeggi, che al momento non rientrano nel progetto</i></p>	Servizio Turismo
6.55 Qualità Parco per le strutture tipiche	2	<p><i>L'azione intende estendere il progetto "Qualità Parco" - di cui si è parlato nell'azione 7.48: Verso Qualità Parco ed Ecolabel – anche alle strutture tipiche che privilegino il contatto diretto con il cliente e valorizzano l'identità locale. Sono già stati predisposti i protocolli d'intesa ed indicativamente entro metà 2006 le strutture interessate potranno già presentare le proprie candidature</i></p>	PNAB

### 7. Migliorare la qualità di vita degli abitanti e dei turisti

Residenti e turisti vivono nello stesso contesto condividendo spazi, luoghi, infrastrutture. Per questo motivo la conservazione del patrimonio naturale, la valorizzazione dell'architettura locale e l'attenzione alla cura del territorio sono utili sia a migliorare la qualità di vita degli abitanti e che l'attrattività del territorio.

TITOLO	LIVELLO AZIONE	DESCRIZIONE	CAPOFILA
7.56 Gli arredi esterni	1	<p>Nel corso del 2002, il Parco ha adottato il Manuale tipologico degli arredi esterni, utile a definire, tavole, aree di sosta, panchine, con tipologie omogenee in termini di design e materiali. Finora il Manuale è stato applicato solo agli interventi eseguiti direttamente dal Parco in alcune zone del territorio, e nelle restanti le soluzioni adottate sono in linea di massima differenti. <i>Con tale azione, il Parco intende sensibilizzare le amministrazioni locali all'adozione del Manuale per i propri interventi nel territorio del Parco.</i></p>	Comuni
7.57 La cura del paesaggio	1	<p>Il tema della cura del paesaggio è emerso con forte vigore durante i forum territoriali. La qualità di vita degli abitanti e la qualità dell'esperienza dei visitatori dipende anche da una attenzione particolare e rispetto dell'ambiente, alla sua integrità e pulizia. Il Parco è il soggetto a cui è richiesto - più di altri - un presidio e monitoraggio continui del territorio. Pertanto, con l'ottenimento della Certificazione ISO 14001 (primo parco europeo ad averla ottenuta) il Parco ha sistematizzato tutta una serie di procedure di gestione ambientale che richiedono un continuo monitoraggio dell'operato di tutti quei soggetti che interagiscono con il Parco riguardo tali tematiche. <i>Tale azione intende sensibilizzare i Comuni a tenere in considerazione le segnalazioni fornite dal Parco in merito ad eventuali cause da rimuovere e provvedere entro tempi brevi alla rimozione delle stesse: il Parco, a sua volta, si impegna a continuare l'attività - prevista nell'ambito del suo Sistema di Gestione Ambientale - di monitoraggio e segnalazioni.</i></p>	Comuni
7.58 Potenziare e la manutenzione dei sentieri	1	<p>Dai forum è emerso come la manutenzione dei sentieri rappresenti una priorità e una tematica molto sentita dall'intero territorio. Considerata l'importanza del tema <i>è stato chiesto al Parco di farsi da portavoce e sensibilizzatore presso la PAT di tale istanza, affinché la provincia stessa si faccia carico della problematica. Unitamente a questo è stato chiesto di occuparsi dell'accatastamento dei sentieri non SAT.</i></p> <p>Da sempre il Parco si occupa della manutenzione dei sentieri, ma considerando la limitata capacità di intervento delle squadre di suoi operai dovuta al basso numero di persone disponibili, da quest'anno è stato chiesto alle Amministrazioni Comunali un coinvolgimento diretto riguardo questo tema.</p>	PNAB

7.59 Concorso di idee	1	Lo stile architettonico – dagli edifici residenziali a quelli pubblici – racconta più di ogni altro elemento il rispetto che gli abitanti hanno della propria identità culturale. Molto spesso, l'atteggiamento prevalente è quello di assecondare modelli standardizzati o innovativi che ben poco si integrano e si apprestano a raccontare il paesaggio culturale e naturale circostante. Il paesaggio trentino è famoso anche per lo stile architettonico delle sue baite, case al mont, rifugi, ma negli ultimi anni non sono mancate costruzioni atipiche e contrastanti con la cultura del luogo. Proprio per questa ragione, <u>l'azione intende premiare lo sviluppo di progetti di architettura tipica, promuovendo un concorso per le opere architettoniche in campo turistico, dagli edifici di nuova costruzione alle ristrutturazioni, dal restauro dell'esistente alle infrastrutture turistiche, che rispettino determinati criteri di tipicità locali.</u>	Servizio Urbanistica
7.60 Elettrificazione della Val di Tovel	1	Attualmente la val di Tovel non è raggiunta dall'energia elettrica e questo comporta ai rifugi e agli albergatori della valle notevoli problemi di gestione delle strutture. <u>L'azione si prefigge di studiare modalità operative per fornire energia elettrica alla valle.</u>	Comune di Tuenno
7.61 Valorizzazione della Val d'Ambiez	1	La val d'Ambiez rappresenta un punto di accesso alla parte orientale del Brenta, quale meta di turisti ed escursionisti. Attualmente la strada che percorre la valle versa in un degrado notevole che compromette la stabilità e la sicurezza della stessa. Si verificano problemi di cedimento della sede stradale, di danneggiamento della pavimentazione e frane localizzate con conseguente pericolo causato dal crollo di massi dalle pareti rocciose. <u>Secondo le intese raggiunte con il Comune di San Lorenzo, l'azione si concretizza nell'assunzione dell'incarico della progettazione di tutte le opere di consolidamento dei versanti da parte del Comune, e la progettazione delle opere di sistemazione delle strada (muri di contenimento, pavimentazioni e regimazione delle acque) da parte dell'Ufficio Tecnico del Parco. Per l'esecuzione di questi interventi si attenderà l'ottenimento di adeguati finanziamenti provinciali su specifiche leggi di settore da richiedere nel corso del 2006.</u>	Comune San Lorenzo in Banale
7.62 Verso la certificazione EMAS del Parco	3	Nel 2001 il Parco ha ottenuto la certificazione di qualità ambientale, in accordo alla norma internazionale UNI EN ISO 14001, dall'organismo internazionale Det Norske Veritas (DNV) che nel mese di settembre 2004 ha confermato nuovamente la buona applicazione del Sistema di Gestione Ambientale. <u>Visti gli ottimi risultati conseguiti con la certificazione ISO 14001, il Parco si propone per il 2006 di compiere un ulteriore passo avanti aderendo al Regolamento EMAS (acronimo di Eco-Management and Audit Scheme) rappresentato da un sistema di ecogestione ed audit promosso dalla Comunità Europea (reg. CE 761/2001) al quale può aderire qualsiasi organizzazione che intenda valutare e migliorare le proprie prestazioni ambientali fornendo al pubblico e a tutti i soggetti interessati informazioni pertinenti e convalidate. A tal fine si proseguirà nel lavoro di implementazione della nuova certificazione, intrapreso nell'autunno del 2005, con la redazione della "Dichiarazione Ambientale" e la verifica da parte di un ente di certificazione accreditato.</u>	PNAB
7.63 Verso la certificazione ISO 9001 Vision 2000	2	All'interno del percorso legato alla qualità si ritiene indispensabile sviluppare ed implementare un sistema di qualità secondo la norma ISO 9001 Vision 2000, che rappresenta il riferimento, riconosciuto a livello mondiale, per la certificazione del Sistema di Qualità delle Organizzazioni.	PNAB
7.64 Fossil Free	1	Nel 2005 il Parco, con la collaborazione del BIM, dell'ASUC di Stenico e il CEIS, ha effettuato uno studio di massima sulla realtà della val d'Algone, effettuando un censimento del fabbisogno energetico degli edifici presenti in zona ed una verifica sulla possibilità di realizzare una piccola centrale elettrica che dovrà funzionare sfruttando fonti rinnovabili e alternative ai generatori a motore attualmente in uso. <u>L'azione si prefigge di studiare modalità operative per fornire energia elettrica alla Val d'Algone ricorrendo a fonti energetiche rinnovabili</u>	CEIS
7.65 Qualità Parco per il settore agroalimentare	2	<u>L'azione intende estendere il progetto "Qualità Parco" - di cui si è parlato nell'azione 7.48: Verso Qualità Parco ed Ecolabel – anche al settore agro-alimentare. Sono in corso di definizione i protocolli e le linee guida per l'ottenimento del marchio.</u>	PNAB

## 7.4 IL PROGRAMMA DELLE AZIONI

Legenda:

Livello di costo:	
1	< 20.000
2	20.000 - 50.000
3	> 50.000
Giornate uomo	
1	< 50 gg
2	50 - 100 gg
3	> 100 gg

### PERCORSO DELLA CONSAPEVOLEZZA

AZIONE	LIVELLO AZIONE	AMBITO	CAPOFILA	PARTNER	RUOLO DEL PARCO	PRIORITA'	LIVELLO DI COSTO	RISORSE UMANE	LIVELLO DI IMPEGNO/GIORNATE UOMO									
										2006	2007	2008	2009	2010	2011			
1.1 La scuola adotta il territorio	1	N, R, A, P	PNAB	Scuole, APPA	Capofila	Media	1	Ufficio Didattica	2		x	x	x	x	x	x	x	x
1.2 Lo sguardo degli altri	1	PNAB	Trentino Spa	Apt d'ambito, TSM	Mediatore	Alta	1	Ufficio Carta	1		x	x	x	x				
1.3 La primavera del Parco	1	PNAB	PNAB	Apt d'ambito, Pro loco, Comuni	Capofila	Media	1	Ufficio Comunicazione; Ufficio Didattica	1	x		x		x		x		
1.4 Parola di Parco	1	PNAB	Biblioteca intercomunale Giudicarie esteriori	Biblioteche comunali, Parco	Partner	Alta	1	Ufficio Didattica	1		x	x	x					
1.5 Educational per gli operatori	1	PNAB	Apt d'ambito per relativo territorio di competenza	Parco, associazioni culturali locali	Partner	Alta	1	Ufficio Carta	1	x		x		x		x		
1.6 Educational per gli alberghi Qualità Parco	3	PNAB	PNAB	Club QP	Capofila	* 20	1	Ufficio Comunicazione	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x
1.7 Newsletter rivolte a residenti e turisti	2	PNAB	PNAB		Capofila	Alta	1	Ufficio Comunicazione	2		x	x	x	x	x	x	x	x

<sup>20</sup> \* = Azioni in corso di realizzazione

AZIONE	LIVELLO AZIONE	AMBITO	CAPOFILA	PARTNER	RUOLO DEL PARCO	PRIORITA'	LIVELLO DI COSTO	RISORSE UMANE	LIVELLO DI IMPEGNO/GIORNATE UOMO									
										2006	2007	2008	2009	2010	2011			
1.8 Rivista Pnab	3	PNAB	PNAB		Capofila	*	3	Ufficio Comunicazione	3	x	x	x	x	x	x	x	x	x
1.9 Attività didattico-culturali rivolte ai residenti	3	PNAB	PNAB		Capofila	Alta	1	Ufficio Didattica; Ufficio Fauna	2	x	x	x	x	x	x	x	x	x
1.10 Qualità Parco per le scuole	3	PNAB	PNAB		Capofila	Alta	1	Ufficio Didattica	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x
1.11 Indagine sociologica sui residenti	3	PNAB	PNAB	Facoltà di Sociologia di Trento	Capofila	Media	1	Ufficio Comunicazione	1		x	x						
2.12 Per una segnaletica di qualità	1	PNAB	Servizio Turismo	Servizio Urbanistica, PNAB, Comuni, Servizio Strade	Sensibilizzatore	Alta	3	Ufficio Tecnico	3		x	x	x	x				
2.13 Rinnovo sito internet	2	PNAB	PNAB		Capofila	*	2	Ufficio Comunicazione	1	x								
2.14 Programmazione mirata delle fiere	3	PNAB	PNAB	Apt d'Ambito, Trentino Spa	Capofila	*	1	Ufficio Comunicazione	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2.15 Marketing specializzato	2	PNAB	PNAB	Apt d'Ambito, Trentino Spa	Capofila	Bassa	1	Ufficio Comunicazione	2		x	x	x	x				
2.16 Il Parco interattivo	1	PNAB	PNAB	Dip. Informatica Università Trento, Comuni, Ecomuseo, Apt d'Ambito	Capofila	Bassa	2	Ufficio Carta; Ufficio Comunicazione	1			x	x					
2.17 ParcoCard	3	PNAB	PNAB		Capofila	*	2	Ufficio Comunicazione; Ufficio Didattica	3	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3.18 Laboratorio Creativo	1	R	PNAB	Agenzia di sviluppo locale	Capofila	Bassa	1	Ufficio Carta	1				x	x	x	x	x	
3.19 Laboratorio per il futuro del turismo montano	1	P	Servizio turismo	Apt Campiglio; Asat; Unat; Club Qualità Parco	Partner	Alta	2	Ufficio Carta	1			x	x	x	x	x	x	x
3.20 L'impronta ecologica	2	P	PNAB	TSM	Capofila	Media	1	Ufficio Ambientale; Ufficio Comunicazione	1			x	x					
3.21 Parco ed economia turistica	2	P	PNAB	TSM	Capofila	Bassa	1	Ufficio Carta; Ufficio Amministrazione	1				x	x				

<b>3.22 Bandiere Arancioni</b>	1	PNAB	Servizio turismo	Amministrazioni comunali interessate, Apt d'ambito, PNAB	Partner	Alta	3	Ufficio Carta	2	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
--------------------------------	---	------	------------------	--	---------	------	---	---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

## PERCORSO DEI SENSI

Legenda:

Livello di costo:	
1	< 20.000
2	20.000 - 50.000
3	> 50.000
Giornate uomo	
1	< 50 gg
2	50 - 100 gg
3	> 100 gg

AZIONE	LIVELLO AZIONE	AMBITO	CAPOFILA	PARTNER	RUOLO DEL PARCO	PRIORITA'	LIVELLO DI COSTO	RISORSE UMANE	LIVELLO IMPEGNO/GIORNATE UOMO									
										2006	2007	2008	2009	2010	2011			
<b>4.23 Percorso storico-culturale</b>	1	PNAB	Ecomuseo (Comano); Consorzio pro loco Tovel (Val di Non); Centro Studi Val Rendena e Judicaia (Val Rendena)	Parco, Apt d'ambito	Sensibilizzatore	Alta	1	Ufficio Carta	1			x	x		x		x	
<b>4.24 Le immagini insegnano</b>	1	C	Ecomuseo	Comuni, Apt Comano	Partner	Alta	1	Ufficio Carta	1			x	x	x				
<b>4.25 Alla scoperta della Mela</b>	1	N	Consorzio Melinda	Apt Valle di Non, Consorzio pro loco Tovel, Comuni interessati, Strada della mela e dei sapori	Mediatore	Bassa	2	Ufficio Carta	2									
<b>4.26 Sulle tracce della Guerra Bianca</b>	1	R	Soprintendenza Beni Architettonici della PAT	Sat Centrale, Sat del territorio di riferimento, Comuni, musei della Guerra, Parco, Parco dell'Adamello	Sensibilizzatore	Alta	3	Ufficio Ambientale; Ufficio Tecnico	3	x	x	x	x	x	x	x	x	x

AZIONE	LIVELLO AZIONE	AMBITO	CAPOFILA	PARTNER	RUOLO DEL PARCO	PRIORITA'	LIVELLO DI COSTO	RISORSE UMANE	LIVELLO IMPEGNO/GIORNATE UOMO										
										2006	2007	2008	2009	2010	2011				
<b>4.27 Sentiero della Pace</b>	1	R	Servizio Turismo	Sat Centrale, Sat del territorio di riferimento, musei della Guerra, PNAB	Partner	Alta	3	Ufficio Tecnico	3				x	x	x	x	x	x	
<b>4.28 Antica Vetreria della Val d'Algone</b>	1	C	PNAB	Sovrintendenza ai beni Archeologici della Provincia Ecomuseo della Judicaria "dalle Dolomiti al Garda", Apt Terme di Comano	Capofila	Bassa	3	Ufficio Tecnico	3				x	x	x	x	x	x	
<b>4.29 Fattorie didattiche</b>	1	N	PNAB	Istituto Agrario San Michele, Associazione agrituristi, operatori ricettivi Valle di Non	Mediatore	Bassa	1	Ufficio Didattica	1						x	x			
<b>4.30 Piatti del Parco</b>	1	PNAB	Strada della mela; Strade del Vino e dei Sapori	Istituti Alberghieri, strutture ricettive, ristoranti, Apt d'Ambito, Trentino Spa	Coordinatore	Media	1	Ufficio Carta	1				x	x	x	x	x	x	
<b>4.31 Parco Estate</b>	3	PNAB	PNAB	Apt d'ambito	Capofila	*	3	Ufficio Comunicazione; Ufficio Didattica	3	x		x		x		x		x	
<b>4.32 Parco Inverno</b>	3	PNAB	PNAB	Apt d'ambito	Capofila	*	2	Ufficio Comunicazione; Ufficio Didattica	3		x		x		x		x		x
<b>4.33 Anello del Brenta</b>	1	PNAB	Parco e Apt d'ambito (come coordinatore dei tavoli locali)	Servizio Ripristino, Consorzio pro loco Tove, Consorzio Giudicarie Centrali, Servizio turismo, Trentino Spa	Coordinatore	Alta	3	Ufficio Ambientale; Ufficio Comunicazione; Ufficio Tecnico;	3	x	x	x	x	x					
<b>4.34 Ippotrekking</b>	1	PNAB	PNAB	Apt d'ambito, operatori ippici	Capofila	Bassa	1	Ufficio Carta; Ufficio Ambientale; Ufficio Comunicazione	1		x	x							

AZIONE	LIVELLO AZIONE	AMBITO	CAPOFILA	PARTNER	RUOLO DEL PARCO	PRIORITA'	LIVELLO DI COSTO	RISORSE UMANE	LIVELLO IMPEGNO/GIORNATE UOMO								
										2006	2007	2008	2009	2010	2011		
4.35 Turismo scolastico	1	N	PNAB	Apt Valle di Non, operatori ricettivi Valle di Non	Capofila	Bassa	1	Ufficio Didattica	2			x	x	x	x	x	x
4.36 Sci escursionistico	1	P	Apt Campiglio	Servizio turismo, Società funiviarie dell'ambito	Analizzatore	Bassa	1	Ufficio Ambientale; Ufficio Comunicazione	1			x	x				
4.37 Trekking del benessere	1	C	Apt Comano	Azienda consorziale Terme di Comano, Parco	Partner	Alta	1	Ufficio Comunicazione; Ufficio Didattica	1						x		x
4.38 Trekking delle malghe	3	PNAB	PNAB	Apt d'Ambito	Capofila	*	1	Ufficio Comunicazione; Ufficio Didattica	1	x	x	x		x		x	

## PERCORSO DELLA QUALITA'

Legenda:

Livello di costo:	
1	< 20.000
2	20.000 - 50.000
3	> 50.000
Giornate uomo	
1	< 50 gg
2	50 - 100 gg
3	> 100 gg



AZIONE	LIVELLO AZIONE	AMBITO	CAPOFILA	PARTNER	RUOLO PARCO	PRIORITA'	LIVELLO DI COSTO	RISORSE UMANE DEL PARCO	LIVELLO IMPEGNO/GIORNATE UOMO							
										2006	2007	2008	2009	2010	2011	
5.39 Il Parco per tutte le stagioni	1	PNAB	PNAB	Apt d'ambito	Capofila	Alta	2	Ufficio Didattica	2	x		x	x	x	x	
5.40 Progetto Mobilità integrata	1	PNAB	PNAB	Apt d'ambito, Trentino trasporti	Partner	Bassa	3	Ufficio Ambientale	3				x	x	x	
5.41 Progetto Mobilità inter-ambiti	1	R, C, A, P	Apt Comano	Apt Campiglio, apt Paganella, Parco, Trentino Spa, Trentino trasporti	Partner	Alta	3	Ufficio Ambientale	1			x	x	x	x	
5.42 Progetto Mobilità sostenibile in Val Nambrone	1	P	PNAB	Comuni di Giustino e Carislo	Capofila	Media	3	Ufficio Ambientale	3			x	x	x	x	
5.43 Progetto Mobilità sostenibile in Vallesinella	1	P	PNAB	Comune di Ragoli e Comunità delle Regole Spinale-Manez	Capofila	Alta	3	Ufficio Ambientale	3	x		x	x	x	x	
5.44 Progetto Mobilità sostenibile in Val Genova e Val di Tovel	3	PNAB	PNAB	Trentino Trasporti, Anninzirazioni proprietarie, Montura come sponsor	Capofila	*	3	Ufficio Ambientale	3	x		x	x	x	x	
5.45 Monitoraggio flussi veicolari	2	PNAB	PNAB	Comune Trento per fornitura stazioni di rilevamento	Capofila	Alta	1	Ufficio Ambientale	2	x		x	x	x	x	
5.46 Parco fluviale	1	C, R	BIM	Servizio Parchi, Ecomuseo, Comuni che hanno competenza sul territorio di riferimento	Partner	Alta	1	Ufficio Ambientale	2				x	x		
5.47 Strada romana	1	N	PNAB	Comuni val di Non	Capofila	Alta	3	Ufficio Tecnico	3	x	x	x	x			
5.48 Il Parco per tutti	2	P	PNAB		Capofila	Media	3	Ufficio Tecnico	3	x	x	x	x	x	x	x

AZIONE	LIVELLO AZIONE	AMBITO	CAPOFILA	PARTNER	RUOLO PARCO	PRIORITA'	LIVELLO DI COSTO	RISORSE UMANE DEL PARCO	LIVELLO IMPEGNO/GIORNATE UOMO								
										2006	2007	2008	2009	2010	2011		
5.49 Rete Centri Visita	2	PNAB	PNAB		Capofila	Bassa	3	Ufficio Carta; Ufficio Didattica	3			x	x	x			
6.50 Verso Qualità Parco ed Ecolabel	1	PNAB	PNAB	APPA, Club QP	Capofila	Media	1	Ufficio Comunicazione	1	x	x	x	x	x	x	x	x
6.51 Club Qualità Parco	3	PNAB	PNAB		Capofila	*	1	Ufficio Comunicazione	1	x	x	x	x	x	x	x	x
6.52 Progetto Turismo Rurale	1	N, R, P	Trentino Spa	Apt d'ambito; Consorzi pro-loco, Servizio turismo	Sensibilizzatore	Alta	1	Ufficio Carta	1		x	x	x				
6.53 Con gli occhi del turista	1	N	Servizio Turismo	Apt Valle di Non, Consorzio pro loco Tovel, Trentino Spa	Partner	Alta	1	Ufficio Carta	1		x		x		x		x
6.54 Qualificare l'offerta ricettiva complementare	1	N, R	Servizio Turismo	Apt Valle di Non, Apt Campiglio, Consorzio pro loco Tovel, Consorzio pro loco Giudicarie Centrali, Trentino Spa	Portavoce	Alta	1	Ufficio Carta	1				x	x	x	x	
6.55 Qualità Parco per le strutture tipiche	2	PNAB	PNAB	Club QP	Capofila	Media	1	Ufficio Comunicazione	1		x	x	x	x	x	x	x
7.56 Gli arredi esterni	1	PNAB	Comuni	Parco	Coordinatore	Media	2	Ufficio Tecnico	1	x	x	x	x	x	x	x	x
7.57 La cura del paesaggio	1	PNAB	Comuni	Parco	Coordinatore	Media	2	Ufficio Ambientale; Ufficio Tecnico	2		x	x	x	x	x	x	x
7.58 Potenziare la manutenzione dei sentieri	1	PNAB	PNAB	Sat Centrale; Sat del territorio, Comuni	Capofila	Alta	3	Ufficio Tecnico	3	x	x	x	x	x	x	x	x
7.59 Concorso di idee	1	PNAB	Servizio Urbanistica	Servizio Turismo, PNAB, Comuni, Comunità di Valle	Partner	Alta	2	Ufficio Tecnico; Ufficio Carta	1							x	x

AZIONE	LIVELLO AZIONE	AMBITO	CAPOFILA	PARTNER	RUOLO PARCO	PRIORITA'	LIVELLO DI COSTO	RISORSE UMANE DEL PARCO	LIVELLO IMPEGNO/GIORNATE UOMO									
										2006	2007	2008	2009	2010	2011			
<b>7.60 Elettificazione della Val di Tovel</b>	1	N	Comune di Tuenno	Servizio Energia, Uni Tn	Portavoce	Bassa	3	Ufficio Tecnico	1		x	x						
<b>7.61 Valorizzazione della Val d'Ambiez</b>	1	C	Comune S. Lorenzo in Banale	Servizio provinciale competente, Parco	Partner	Alta	3	Ufficio Tecnico	3		x	x						
<b>7.62 Verso la certificazione Emas del Parco</b>	3	PNAB	PNAB	Società di consulenza DNV	Capofila	*	2	Ufficio Ambientale	2	x								
<b>7.63 Verso la certificazione ISO 9001 Vision 2000</b>	2	PNAB	PNAB		Capofila	Media	1	Ufficio Ambientale	2			x	x					
<b>7.64 Fossil free</b>	1	C	CEIS	Pnab, Servizio Energia della Provincia, comune di Bleggio Inferiore, Comune di Stenico, BIM, ASUC di Stenico, Uni. di Trento	Partner	*	3	Ufficio Ambientale	2	x	x	x	x	x				
<b>7.65 Qualità Parco per il settore agro-alimentare</b>	2	PNAB	PNAB		Capofila	Alta	1	Ufficio Ambientale	2	x	x	x	x	x	x	x	x	x

## 8. PROGRAMMA DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

La Carta Europea del Turismo Sostenibile sottolinea con forza l'importanza del monitoraggio ai fini della valutazione del contributo del Programma di Azioni allo sviluppo sostenibile del turismo. Pertanto il programma di monitoraggio è parte integrante della Strategia. Esso è articolato su 3 livelli:

1. Monitoraggio dello stato di attuazione del Programma delle Azioni.
2. Valutazione del contributo del Programma delle Azioni allo sviluppo sostenibile del turismo nel Parco Naturale Adamello Brenta.
3. Valutazione dello Stato del turismo nel territorio del Parco Naturale Adamello Brenta.

### 8.1 MONITORAGGIO DELLO STATO DI ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA DELLE AZIONI

L'ufficio della Carta Europea del Turismo Sostenibile aprirà un fascicolo per ogni Azione del Programma. Ogni sei mesi sarà redatto un rapporto sullo stato di attuazione del Programma evidenziando eventuali problematiche riscontrate. Il rapporto sarà inviato a tutti i partner. Le informazioni principali saranno divulgate tramite la rivista ufficiale del Parco e in occasione del Forum.

### 8.2 VALUTAZIONE DEL CONTRIBUTO DEL PROGRAMMA DELLE AZIONI ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TURISMO NEL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA

**Ricerca sui visitatori del Parco.** Questa dovrebbe essere effettuata ogni due o tre anni. Prima del 2011 sarà effettuata una ricerca strutturata in modo simile a quella effettuata nel 2004. Gli argomenti da considerare sono:

- Profilo dei visitatori (per controllare i cambiamenti di mercato)
- Livello di soddisfazione sui servizi
- Feedback sulla qualità percepita dell'ambiente ed eventuali problemi che si sono avuti; luoghi visitati nel Parco (per tener d'occhio la distribuzione dei flussi nello spazio); attività fatte.

**Feedback dalle Imprese turistiche.** Considerato che molti degli obiettivi e delle azioni sono relativi a miglioramento della qualità e costruire un rapporto più diretto con le imprese turistiche, bisognerà considerare la valutazione delle imprese.

In parte ciò si può ottenere in termini qualitativi tramite il Forum. In aggiunta, al termine dei 5 anni si realizzerà un'indagine tramite questionario, che prenderà in considerazione i seguenti argomenti:

- Valutazione comparativa dei risultati rispetto agli anni precedenti;
- Stagionalità delle prenotazioni (per controllare l'ampliamento della stagione);
- Natura delle promozioni fatte, incluso i riferimenti al Parco;
- Quale tipo di informazione viene data ai visitatori;
- Partecipazione alla formazione;
- Livello dell'impiego locale nell'Impresa;
- Perseguimento attivo della riduzione dei rifiuti e del consumo energetico;
- Estensione dell'uso di prodotti locali;
- Punti di vista e problemi generali.

**Quantificazione del traffico e dei visitatori.** Aggiornamento periodico dei dati sui flussi di visitatori (tramite i contatori di traffico nelle principali valli del Parco); Statistica annuale dei contatti presso i Centri Visitatori, alle manifestazioni, attività, ecc.

**Valutazione dell'impatto ambientale indotti dalla fruizione turistica delle aree naturali:** al fine di monitorare le aree più sottoposte a stress, ogni anno, sulla base dei rapporti dei Guardaparco, saranno redatte valutazioni sintetiche (in punteggi) sui seguenti aspetti:

- Considerazioni sui dati della gestione del parco per quanto concerne le specie in pericolo, le perdite dell'habitat ecc.
- Considerazioni sul livello dei rifiuti abbandonati;
- Considerazioni sul livello di frequentazione dei sentieri

**Valutazione dell'impatto ambientale prodotto dalle attività turistiche nei comuni del Parco (e aree contigue):** saranno attivate collaborazioni con Università per studiare l'impronta ecologica delle attività turistiche e valutare il contributo potenziale delle attività innescate con l'adozione della Carta. *(vedi azione 2.10: L'impronta ecologica)*

**Valutazione dell'impatto socio-economico dalle attività turistiche nei comuni del Parco (e aree contigue):** Saranno attivate collaborazioni con Università e centri di ricerca per studiare il contributo del Parco ai benefici socio-economici del turismo, in particolare sarà valutato quale sia il potenziale miglioramento per le attività

economiche locali innescate con le azioni della Strategia. (*vedi azione 2.11: Parco ed economia turistica*)

### **8.3 VALUTAZIONE DELLO STATO DEL TURISMO NEL TERRITORIO DEL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA**

L'ufficio della Carta Europea del Turismo Sostenibile aggiornerà annualmente gli indicatori predisposti nel Rapporto Diagnostico (Gli impatti del turismo nel territorio del Parco, cap. XII) del Rapporto Diagnostico. Gli indicatori considerano gli impatti sull'ambiente, sul sistema economico, sul sistema sociale.