



Progetto Life+T.E.N.  
Trentino Ecological Network  
- LIFE11/NAT/IT/000187 "T.E.N." -

---

# TurNat

Una strategia di sviluppo turistico sostenibile  
nelle Aree Protette del Trentino

---

*Sintesi esecutiva*



---

A cura di:



**Coordinamento Progetto LIFE+T.E.N.:**

Claudio Ferrari - Provincia autonoma di Trento - Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette  
[claudio.ferrari@provincia.tn.it](mailto:claudio.ferrari@provincia.tn.it)

**Relazione a cura di:**

Alessandro Bazzanella - Trentino School of Management  
Paolo Grigolli - Trentino School of Management  
Laura Marinelli - Trentino School of Management

**Gruppo di lavoro:**

Gianfranco Betta - PAT - Servizio Turismo  
Vittorio Ducoli - Parco Naturale Paneveggio - Pale di San Martino  
Claudio Ferrari - PAT - Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette  
Linda Martinello - PAT - Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette  
Paolo Nascivera - Trentino Sviluppo Spa  
Elisabetta Zanella - Trentino Sviluppo Spa

---

## IL CONTESTO DEL PROGETTO TURNAT

Esiste una stretta relazione tra il patrimonio naturale e culturale di un territorio e la sua attrattività come destinazione. Tale rapporto risulta ancora più evidente quando quel patrimonio è l'asset di punta di una destinazione come il Trentino dove il turismo è diventato fenomeno di massa con circa 5 milioni di arrivi e 28 milioni di presenze all'anno. Dopo quasi cinquant'anni di turismo intensivo che ha fatto conoscere il territorio trentino prima in Italia e poi in Europa, è importante riflettere sul rapporto tra il patrimonio naturale e culturale e quello economico, ma ancora di più sullo sviluppo (anche turistico) che si vuole perseguire nel futuro.

Obiettivo del progetto TurNat è quindi quello di valutare il contributo delle Aree Protette (AAPP) allo sviluppo turistico trentino sostenendone un'evoluzione sistemica basata sull'integrazione di un approccio mirato alla sostenibilità e una logica economica che guarda al mercato per capirne i trend e individuare le aspettative dell'ospite. Nella strategia emersa nel progetto TurNat, il sistema delle AAPP potrebbe assumere il prezioso ruolo di laboratorio di turismo sostenibile del Trentino contribuendo al raggiungimento dei target europei 2020 e all'attuazione delle disposizioni contenute nei seguenti documenti:



In Trentino, infatti, il 30% della superficie è sottoposto a tutela ambientale e sono in corso interessanti sperimentazioni in campo turistico in termini di *governance*, prodotti, stagionalità e sinergie con il settore agricolo sulla base dell'esperienza decennale del Parco Nazionale dello Stelvio e dei Parchi Naturali dell'Adamello-Brenta e di Paneveggio-Pale di S.Martino che tra l'altro comprendono una parte significativa delle Dolomiti Patrimonio dell'Umanità. Data l'estensione del territorio tutelato, la l.p. 2007/11 ha introdotto la possibilità per comuni ed enti locali di creare nel loro territorio le **reti di riserve (RR)**, un nuovo strumento di gestione di aree d'interesse naturale e culturale. In totale ne sono state istituite sette e altre due sono in fase di definizione, nella cui gestione sono coinvolti 60 comuni e 6 comunità di valle; considerando anche i tre parchi si arriva a 89 comuni e a 12 comunità di valle compresi in territori tutelati (v. FIG. 1.).

Il presente documento strategico, elaborato in sei mesi insieme a oltre 60 *stakeholder* territoriali di oltre 20 istituzioni, propone la **sistematizzazione e la promozione di un'offerta turistica sostenibile** valorizzando il sistema delle AAPP e l'unicità del loro patrimonio naturale e culturale, integrando turismo, agricoltura e tutela della biodiversità, favorendone un'evoluzione organica. Considerata la posizione dei siti Dolomiti UNESCO in Trentino, la strategia TurNat si propone come strumento per declinare la strategia di turismo sostenibile della Fondazione Dolomiti

UNESCO nei siti rientranti nel territorio provinciale (corrispondenti ai due Parchi Naturali e a due RR) recependo così le linee guida contenute nel documento.

La strategia TurNat parte da due presupposti fondamentali: primo, la **valorizzazione delle risorse organizzative ed economiche esistenti** in un’ottica di collaborazione sistematica tra i molteplici soggetti che detengono competenze ed esperienze sul territorio, permettendo agli Enti Gestori delle AAPP di essere gli interlocutori per la realizzazione di laboratori diffusi di sviluppo locale. Secondo, intendere le **AAPP come luoghi e comunità, chiamati a valorizzare i saperi e le competenze locali** in rapporto alle dinamiche di globalizzazione dei mercati e a tradurre nel territorio una cultura della sostenibilità ormai di dimensione globale. Significa quindi portare le AAPP di diritto nei nuovi paradigmi emergenti della *green economy* e della gestione dei beni comuni rimarcando il loro ruolo in quanto dispositivo regolatore e riproduttore degli stessi. In una logica di sviluppo, si tratta quindi di “mettere a valore” questi territori a partire dalla loro dimensione simbolica che diventa sociale ed economica, mediante le opportune azioni di attrazione (di residenti, di turisti, ma anche di imprese e investimenti) e di esportazione (di prodotti, di eventi, di valori).

La strategia mira a creare le condizioni perché i gestori delle AAPP diventino attori strategici per la pianificazione e la gestione dello sviluppo locale sostenibile, attraverso forme innovative di **accordi di partenariato e di collaborazione** con i molti soggetti che si occupano di ambiente e turismo in Trentino. Portare avanti l’approccio della sostenibilità significa porsi il problema di come garantire la riproduzione delle risorse, economiche ambientali e sociali che sono alla base del funzionamento della società e dell’economia. Con questa logica si intende **unire quindi domanda e offerta nella consapevolezza della fragilità e unicità** degli equilibri naturali e culturali presenti in un territorio cercando di dare un nuovo volto al turismo: più lento, più profondo, più dolce.

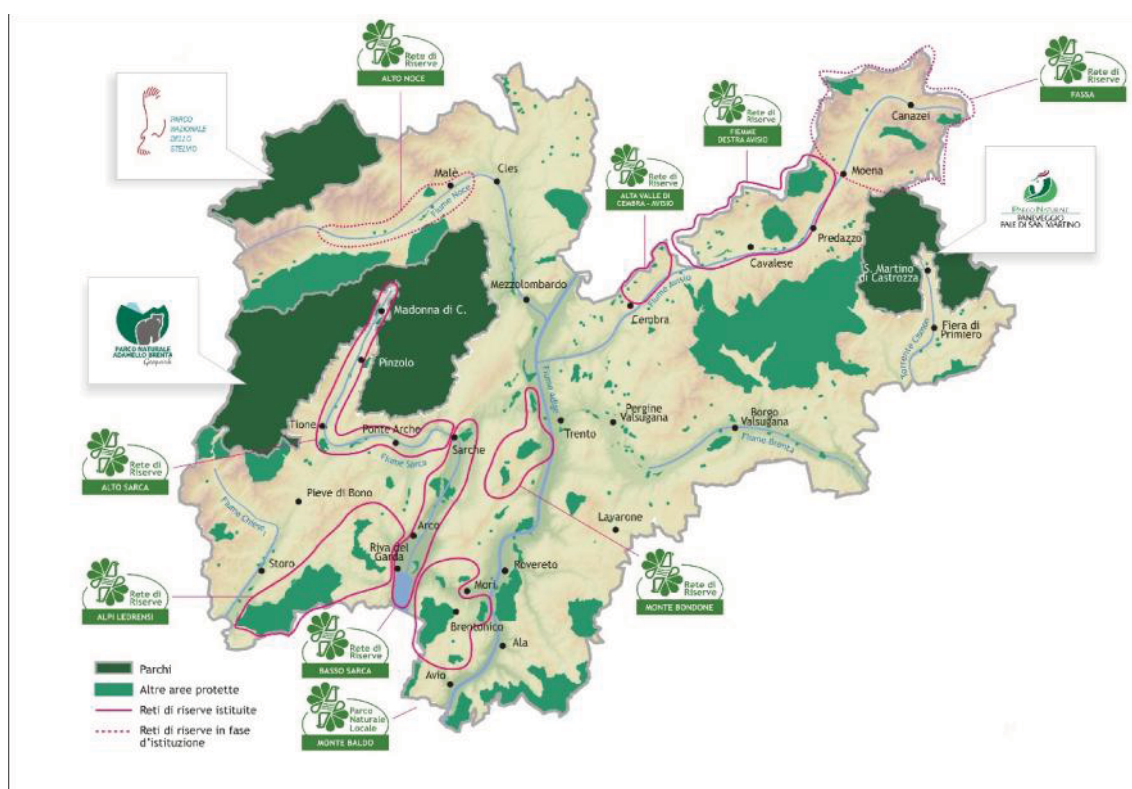


FIG. 1. La mappa delle AAPP del Trentino (Fonte: Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT)

## IL METODO DI LAVORO

L'obiettivo del progetto TurNat, **commissionato dalla Provincia Autonoma di Trento a tsm - Trentino School of Management** e finanziato dal Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale e collegato al progetto LIFE TEN (Trentino Ecological Network) è quello di definire una strategia di medio-lungo periodo per sostenere lo sviluppo delle AAPP integrando l'approccio mirato alla sostenibilità con la logica economica che guarda al mercato per capirne i trend e individuare le aspettative dell'ospite.

Per raggiungere gli obiettivi del progetto, tsm ha supportato il **Tourism Think Tank (TTT)**, la cabina di regia del progetto composta dai due dipartimenti PaT, rispettivamente Servizio Turismo e Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, e da Trentino Marketing) pianificando un percorso metodologico scandito dalla convocazione mensile di un **Tavolo di Lavoro TurNat (TLT)**, come è visualizzabile in FIG. 2.

La scelta di costituire e convocare mensilmente il TLT è stata dettata dall'intenzione di applicare fin dall'inizio alla strategia TurNat il principio di **partecipazione** e quindi di coinvolgimento degli *stakeholder* interessati. Per la composizione del TLT si sono applicati i principi d'integrazione e sussidiarietà invitando esponenti delle AAPP (sia a livello provinciale che a livello locale) e del settore turistico sia privato che pubblico. Per quanto riguarda i rappresentanti delle ApT e Consorzi, si è usato il criterio di competenza relativo agli ambiti delle RR istituite. Nel corso dei seminari sono stati inoltre coinvolti rappresentanti APPA, Fondazione Mach, Eurac, uffici provinciali e altre organizzazioni rappresentative.

Il percorso TurNat si è articolato nelle seguenti fasi:

- **1° fase:** analisi della letteratura scientifica e dei documenti programmatici e politici; raccolta dati, mappatura e analisi di casistica nazionale e internazionale; coinvolgimento *stakeholder* e impostazione metodologica (agosto 2013 – aprile 2013);
- **2° fase:** Coinvolgimento *stakeholder*, analisi delle politiche e delle risorse organizzative e gestionali esistenti in Trentino, analisi dei problemi e delle potenzialità attuali, e definizione della strategia TurNat (ottobre 2013 – marzo 2014);
- **3° fase:** Scrittura report diagnostico e strategico (dicembre 2013 – agosto 2014).

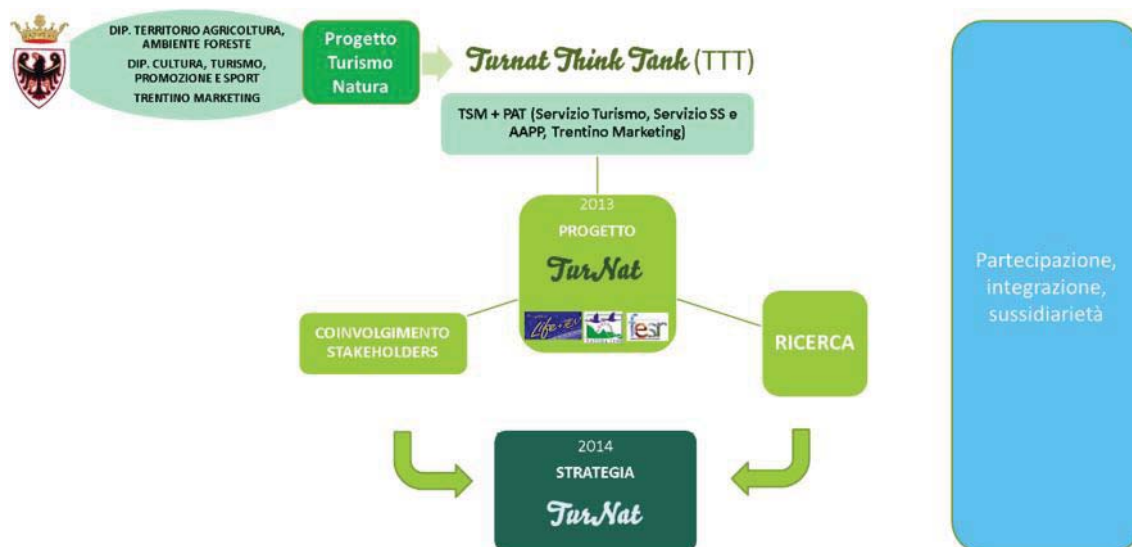


FIG. 2. Il processo del progetto TurNat

L'INTENSITÀ DEL TURISMO IN TRENTO

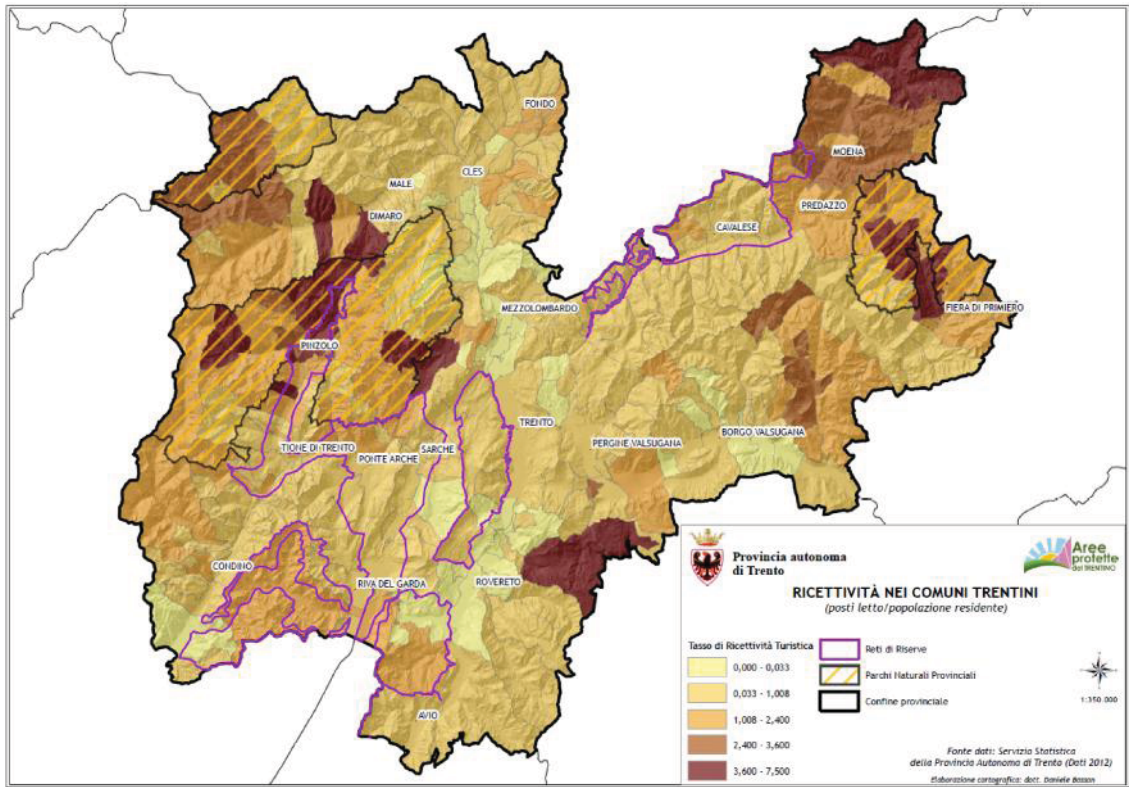


FIG. 3. Ricettività nei comuni trentini (Fonte: Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT)

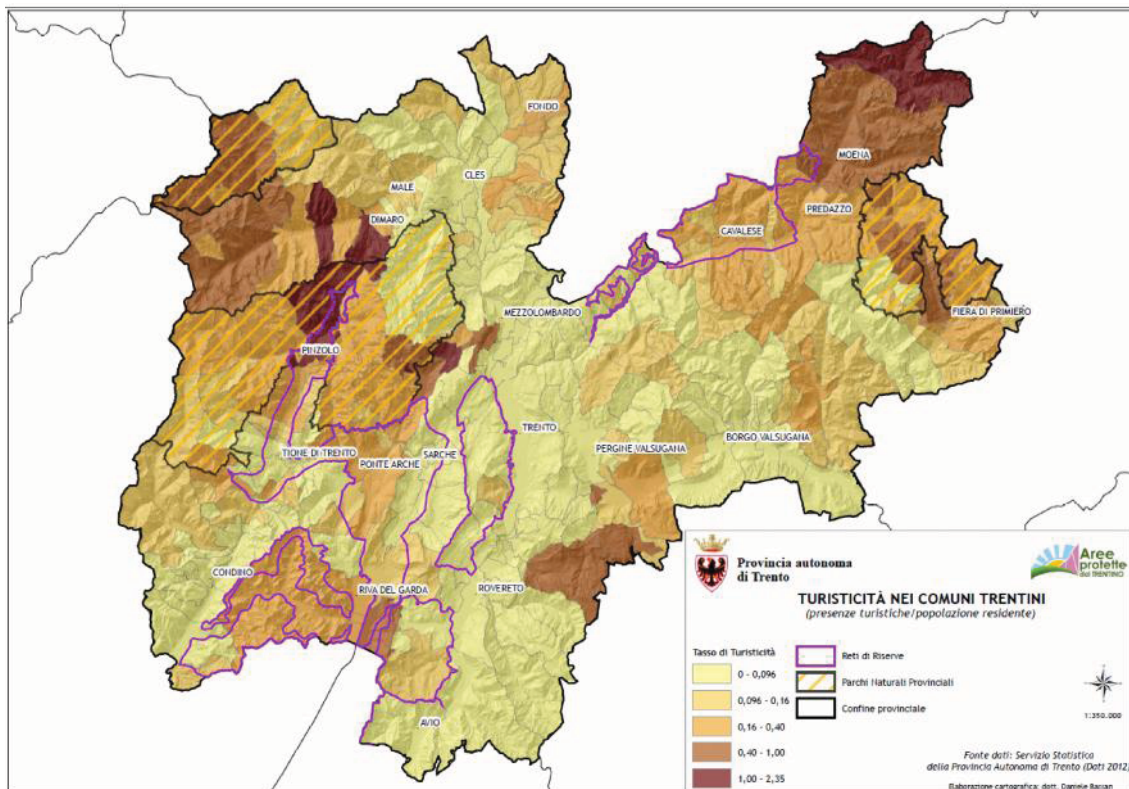


FIG. 4. Turisticità nei comuni trentini (Fonte: Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT)

Misurare **la pressione dei flussi turistici** in una destinazione non è un'operazione scontata. Per avere un'indicazione della pressione turistica nel territorio trentino, utilizziamo gli indicatori utilizzati dal Segretariato della Convenzione delle Alpi e nella strategia per il turismo sostenibile nelle Dolomiti Unesco elaborata dall'EURAC, rispettivamente usando l'indice di ricettività (FIG. 3) e quello di turisticità (FIG. 4).

L' **intensità turistica** si misura tradizionalmente riferendosi al numero di posti letto per numero di abitanti. Come ricorda il segretariato permanente della Convenzione delle Alpi (2013) è il classico indicatore orientato sull'offerta, misurando la distribuzione geografica delle strutture turistiche. Tale indice è anche chiamato tasso di ricettività ed è ottenuto dividendo il numero dei letti negli esercizi ricettivi (escluse le seconde case) per gli abitanti della stessa area. Esso rappresenta la potenzialità turistica di un'area relativamente alle altre risorse economiche. Un altro indicatore interessante per completare il quadro conoscitivo dell'offerta turistica è l'individuazione delle strutture ricettive che hanno adottato strumenti volontari di riduzione delle emissioni diminuendo l'uso di risorse e la produzione di rifiuti.

L'**indice di funzione turistica** (turisticità) in base alla popolazione è invece un indicatore orientato alla domanda. Esso è anche noto come tasso di turisticità ed è ottenuto dividendo il numero medio di turisti negli esercizi ricettivi (escluse le seconde case) per gli abitanti della stessa area. Esso rappresenta quindi l'effettivo peso del turismo rispetto alle dimensioni della zona.

Le mappe della pagina precedente (FIGG. 3 e 4) raffigurano in senso spaziale i grandi numeri del turismo in Trentino. Le **AAPP vivono realtà turistiche molto diversificate**. Le aree dei due parchi naturali provinciali e del parco nazionale sono interessate da alti livelli di intensità turistica. Fiemme e Ledro hanno invece una pressione turistica mediamente elevata e nell'area dell'altopiano di Brentonico, nel comune di Trento e nella Valle di Cembra il tasso di turisticità è inferiore a 0,24, il che significa che, mediamente, la popolazione turistica è circa un quarto di quella residente. Il picco più alto in riferimento alla turisticità si registra nel comune di Pinzolo, in alta val Rendena, dove i turisti sono mediamente il doppio dei residenti. L'intensità della domanda è sostanzialmente riflessa anche attraverso l'indice di ricettività legato alle caratteristiche dell'offerta. Esso si riferisce ai posti letto disponibili nelle strutture alberghiere, negli esercizi complementari (es. campeggio, agriturismi) e negli alloggi privati (camere od appartamenti dati in affitto temporaneo per scopo turistico)<sup>1</sup>. L'indice di ricettività conferma i dati della domanda e quindi l'esistenza di poli di concentrazione turistica soprattutto a nord ovest e nord est, ma anche nel Primiero e nell'Altopiano di Lavarone, Folgaria e Luserna. Dati di ricettività minore caratterizzano invece la Val di Cembra e Chiese.

Da un tale quadro emerge la necessità di rendere i flussi più sostenibili anche in termini geografici, in modo da **favorire il riequilibrio spaziale e temporale delle presenze turistiche** così da alleviare la pressione da aree congestionate e portare nuovi flussi in aree finora più marginali e da allungare la stagionalità e quindi la redditività turistica.

---

<sup>1</sup> I dati non prendono in considerazione le seconde case che hanno un peso non indifferente sul totale della ricettività trentina. Infatti, i posti letto delle seconde case corrispondono quasi a più di un terzo del totale ricettivo.

## LO STATO DI SALUTE DEL TURISMO IN TRENTINO E I TRENDS DI CAMBIAMENTO

Il TLT ritiene che il Trentino sia di fronte a un'occasione unica per **rispondere alla nuova domanda** del mercato turistico, per **innovare la sua proposta e supportare uno sviluppo economico innovativo** e costruito per e dalle sue comunità. Il **contesto pratico e teorico della strategia** identifica i punti di forza e di debolezza del turismo trentino e le opportunità e i rischi legati ai cambiamenti in corso nel mercato turistico.

### I punti di forza

La ricchezza del **patrimonio ambientale e storico-culturale** che può essere maggiormente valorizzato

**La qualità dell'offerta turistica** che mette a disposizione del turista infrastrutture moderne e che si basa su una diffusione territoriale degli operatori

La **posizione geografica** favorevole sull'asse nord-sud Europa.

**L'immagine del Trentino agli occhi del turista** che percepisce positivamente l'ordine e la cura dei luoghi che ne caratterizza il territorio

La (**relativamente**) **alta fedeltà** degli ospiti

Il **Brand Trentino**, che ha permesso una grande visibilità nei mercati

### I punti di debolezza

**Scarsa coerenza nelle politiche turistiche** perseguite dai diversi attori sul territorio, in riferimento soprattutto al rapporto tra documenti programmatici e azioni attuate.

**Omologazione dell'offerta:** i prodotti turistici sono standardizzati e maturi

Trentino **"a due velocità"**: le capacità organizzative e finanziarie sono dirette a pochi contesti affermati

Turismo come settore di sviluppo egemonico in alcuni territori con conseguenti **fenomeni socio-economici negativi** come seconde case e atteggiamento anti-turistico della popolazione

**Atteggiamento spesso autoreferenziale di molti operatori** turistici e necessità di predisposizione all'internazionalizzazione

**Ridotta integrazione inter-settoriale e diffidenza verso forme di collaborazione** e nell'attuazione di un sistema integrato di *governance*



### I trend della domanda

Crescente **sensibilità ambientale**

Ricerca di maggiore **autenticità**

Vivere e raccontare «**esperienze**»

Maggiore necessità di “staccare” dalla vita quotidiana e urbana – Ricerca di **naturalità e salubrità**

Ricerca di **personalizzazione e tematizzazione**

Viaggi più **brevi** e più **frequenti**

### I trend del turismo

Cambiamenti **climatici**

Cambiamenti **demografici**

Diversità fonti **energetiche**

L'evoluzione della società della **conoscenza e dell'informazione**

Il diverso uso dei mezzi di **trasporto**

La dinamica dei **mercati globali**

## LA DEFINIZIONE DI TURISMO SOSTENIBILE CONDIVISA DAL TAVOLO DI LAVORO

In coerenza con gli obiettivi condivisi della strategia e con i punti di forza e di debolezza del turismo trentino, durante gli incontri di co-progettazione si è chiesto ai componenti del TLT di condividere anche una definizione del concetto di turismo sostenibile. La seguente definizione fa tesoro dei contributi individuali e della discussione plenaria con l'ambizione di non aggiungere un'ulteriore definizione a un concetto molto diffuso ma una definizione declinata nel contesto in cui deve essere applicata.

Il turismo sostenibile è un **approccio trasversale al turismo** che ambisce ad assicurare il vantaggio economico e competitivo di una destinazione e lo sviluppo del territorio attraverso l'innovazione e l'evoluzione del proprio sistema, garantendo **l'integrità e la non-mercificazione del patrimonio ambientale e culturale della comunità locale**, così come il benessere della stessa in modo da trasmettere intatto tale patrimonio alle generazioni future.

Il turismo sostenibile **bilancia** quindi la dimensione economica, sociale e ambientale del turismo innovandosi anche nel modo in cui è gestito, ossia dando vita a un **sistema** integrato che si basa sulla **partecipazione** della comunità locale così come sulla **collaborazione** tra diversi settori e stakeholder.

Il turismo sostenibile assicura inoltre **efficienza ed efficacia** economica perché limita e ottimizza l'uso delle risorse locali, il consumo e l'infrastrutturazione del paesaggio, in modo da mantenere integre le risorse di un territorio per le generazioni future (così da assicurarsi la conservazione dell'*asset* di forza del turismo e quindi un vantaggio competitivo nel tempo) e risparmiare sui costi di consumo delle risorse. **Limitare** il consumo del territorio significa sia affrontare i picchi di stagionalità tipici del turismo di massa **destagionalizzando** l'offerta turistica, sia **monitorare** tale consumo con indicatori adeguati.

## LE AREE PROTETTE DEL TRENINO COME LABORATORIO DI TURISMO E SVILUPPO SOSTENIBILE

Con la l.p. 2007/11 (in linea con le tendenze e le linee guida mondiali ed europee del settore) e di conseguenza nella strategia TurNat, si considera definitivamente superata la concezione di area protetta come riserva chiusa e si incorpora invece una **visione di sistema intersettoriale che accanto a obiettivi di tutela ambientale pone obiettivi di sviluppo locale sostenibile**. Attualmente le AAPP devono affrontare un contesto molto complesso che va oltre i loro confini geografici. Questo implica che i loro Enti Gestori debbano destreggiarsi tra un'eterogeneità di problemi tra cui la diversità di approcci e numerose difficoltà tecniche, la sovrapposizione di diversi interessi a volte concorrenti e altresì una riduzione di finanziamenti pubblici.

In questo contesto, nel quale i Parchi trentini hanno maturato una significativa esperienza che rappresenta un valore aggiunto per l'intero sistema, il turismo sostenibile diventa opportunità sia per le AAPP che per la comunità locale. In particolare il confronto con il turismo può portare i seguenti benefici:

- legittimare il ruolo dell'Area Protetta;
- sensibilizzare sui temi ambientali sia la popolazione residente che i visitatori;
- raccogliere finanziamenti (attraverso la vendita di servizi ai visitatori, progetti europei e collaborazioni pubblico/privato);
- offrire un'occasione di sviluppo economico ma anche sociale alla comunità locale, cogliendo le opportunità del turismo e della *green economy* e agendo come terreno di sperimentazione di nuove economie basate sull'innovazione sociale, sullo sviluppo di nicchie di mercato e sulla diffusione di innovazioni tecnologiche.

### GLI OBIETTIVI E GLI ASSI DELLA STRATEGIA TURNAT

Il presente progetto ha consentito l'elaborazione di una strategia di valorizzazione delle AAPP trentine, denominata strategia TurNat la quale si pone a sua volta gli **obiettivi** di:

- Rispondere a una **domanda turistica di naturalità e autenticità** in continua crescita;
- Diffondere un **approccio sostenibile allo sviluppo turistico trentino** valorizzando il patrimonio culturale e naturale del Trentino;
- Favorire lo sviluppo del Trentino **integrando il sistema delle AAPP** con le attività economiche del territorio, in primis **turismo e agricoltura**.

La strategia (v. FIG. 5) è suddivisa nei seguenti tre assi strategici tra loro inter-dipendenti, quali:

- a) offerta turistica sostenibile
- b) informazione e comunicazione
- c) governance

Nelle pagine seguenti verranno delineate le azioni strategiche da declinare in ogni territorio delle AAPP rispetto ai tre assi nella FIG. 5 individuati.

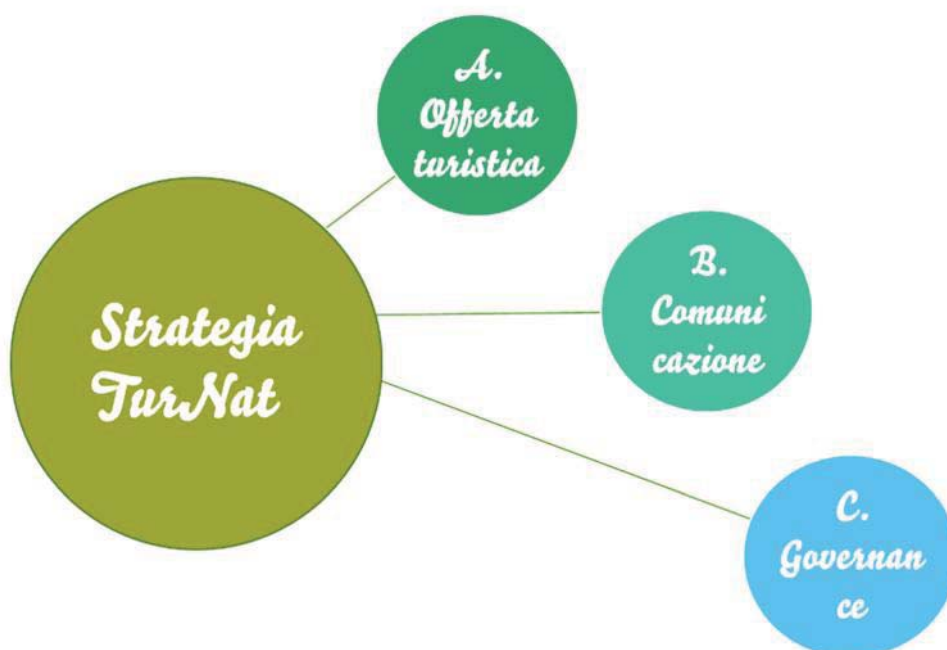


FIG. 5. Assi strategici di TurNat

## SEI PREMESSE DELLA STRATEGIA TURNAT

### 1. Il turismo natura è un segmento in crescita.

Il turismo è una delle industrie più importanti del Trentino e dopo anni di crescita ininterrotta oggi si trova a fare i conti con uno scenario complesso a livello sia nazionale che internazionale. Le zone ad alto valore naturalistico come le AAPP sono invece interessate da una grande popolarità per diversi tipi di target.

I cittadini europei passano la maggior parte della loro vita in contesti urbani e lavorativi e la crescente ricerca di uno stile di vita più sano, di naturalità nei paesaggi, diventerà una delle chiavi strategiche del mercato che verrà. La natura nelle sue molteplici dimensioni avrà così un ruolo sempre più importante nel turismo. Ecco quindi perché è fondamentale incentivare sinergie territoriali tra agriturismi, biodistretti, mobilità dolce, AAPP e enogastronomia locale e pulita.

Un'offerta organica di turismo sostenibile basato sulla naturalità può essere un significativo fattore di differenziazione tra le destinazioni. Il turismo natura in Trentino può diventare un driver di sviluppo locale e di occupazione sostenibile.

### 2. Tutte le montagne trentine possono contribuire allo sviluppo turistico sostenibile del segmento natura, ma AAPP ben gestite e radicate in un territorio sono meglio predisposte a fornire esperienze nella natura che possano essere sostenibili e competitive a livello internazionale.

Ci sono molte evidenze a livello internazionale che suggeriscono come molte attività ricreative e i relativi servizi (ad esempio mountain bike, un cicloturismo lento, il camminare, o andare a cavallo) siano meglio forniti se esiste un'area protetta e un ente gestore della stessa. La presenza di una gestione del sito è inoltre importante per valutare e gestire consapevolmente gli impatti che queste attività potrebbero avere sull'ambiente e la biodiversità. Inoltre, la presenza di un'area protetta è solitamente riconosciuta come la garanzia di un alto valore in termini ecologici e naturalistici. Questo è ancora più significativo quando l'area protetta insiste su un sito patrimonio dell'umanità come le **Dolomiti**. È quindi importante riconoscere un'eccellenza a quei territori che hanno colto l'importanza delle aree ad alto valore naturale e culturale e hanno fatto una scelta di sviluppo locale coerente con il bisogno di tutela.

### 3. Il successo economico del turismo natura nelle AAPP del Trentino è imprescindibile dalla qualità della conservazione naturalistica e paesaggistica dell'area.

Lo scopo principale della creazione delle AAPP è una costante protezione e il **miglioramento dei valori naturalistici**. Tale scopo deve rimanere prioritario e di conseguenza la fruizione turistica deve essere compatibile con questo ruolo principale. Le AAPP possono essere un "brand" con un significativo valore di marketing per l'industria turistica trentina, ma l'essenza di questo "brand" si basa sulla **bellezza** e la **naturalità dei luoghi** e quindi potrà essere competitivo solo se la conservazione delle AAPP è garantita e costantemente migliorata. È fondamentale pianificare adeguati sistemi di monitoraggio che permettano la gestione dei flussi turistici, la valutazione dello stato degli habitat e una tempestiva azione di conservazione, azioni garantite dall'ente gestore dell'area protetta che attua il piano di gestione in coerenza con gli obiettivi di conservazione e di fruizione.

#### **4.** Lo sviluppo sostenibile del turismo nelle AAPP è imprescindibile da una **governance integrata tra settori, livelli e parti sociali**.

Sul territorio esistono già le competenze per pianificare ed attuare la strategia TurNat con efficacia ed efficienza, in particolar modo grazie al *know how* dei tre parchi del Trentino, dell'Associazione QP, dell'APPA, di tsm, del Servizio Turismo, della FEM, di Trentino Marketing, delle ApT e Consorzi turistici, nonché dell'entusiasmo delle RR per vitalizzare i propri territori ed operatori. È fondamentale che i settori pubblici delle AAPP e del turismo, insieme anche ad altri stakeholder pubblici e privati, lavorino in stretta **collaborazione per integrare le rispettive diverse prospettive** e competenze, creando **sinergie ed esperienze di turismo natura** destinate ai target di mercato identificati congiuntamente. Questo approccio integrato anche a livello verticale è cruciale per un'efficiente allocazione delle sempre più limitate risorse e per la competitività del turismo trentino.

#### **5.** Coinvolgere il **settore privato** è un passaggio fondamentale sia per ridurre le emissioni dell'azienda e la sua compatibilità ambientale sia per assicurare un'esperienza completa all'ospite.

Nel settore turistico coinvolgere gli **operatori economici** è essenziale perché sono coloro che hanno l'opportunità di essere in contatto diretto con il turista e in secondo luogo perché svolgono attività economiche che hanno impatti significativi sull'ambiente. Nel contesto attuale di crisi economica, le aziende vanno incoraggiate ad investire in nuovi progetti che assicurano efficienza nel processo ed efficacia nei risultati. L'adesione a programmi ambientali è un passo importante che va valorizzato in termini di marketing evitando la proliferazione di marchi che confondono il turista.

#### **6.** La competitività e il successo del Trentino come destinazione di turismo sostenibile e del turismo natura è direttamente proporzionale al livello di integrazione e di efficacia del **marketing** e della **promo-commercializzazione**.

È fondamentale integrare le attività promozionali delle agenzie predisposte (Trentino Marketing e ApT/Consorzi) e degli enti gestori delle AAPP in modo da rafforzare la coerenza del messaggio e quindi dell'immaginario che si vuole trasmettere, così da posizionare il Trentino come una destinazione premium del turismo sostenibile e del turismo natura.

Inoltre le attività di marketing e promozione hanno il beneficio di incrementare il supporto della cittadinanza verso le AAPP, sensibilizzando così i cittadini e i media sull'importanza di un ambiente conservato e sulla necessità di adottare comportamenti adeguati.

## A. Offerta turistica sostenibile

L'offerta turistica nelle AAPP, progettata e sviluppata all'insegna della sostenibilità e della qualità, contribuisce a ridurre gli impatti negativi tutelando l'ambiente e la vivibilità dei luoghi, nel mentre stimola le economie locali.

### Gli assi di azione



#### A.0. SOSTENIBILITÀ – Ridurre gli impatti e garantire qualità

Garantire la qualità dei processi e dei prodotti turistici delle AAPP è fondamentale per costruire un'immagine distintiva delle stesse. Essere riconosciuti come destinazione o impresa di turismo sostenibile implica rispettare standard misurabili attraverso indicatori di performance e di processo. Le AAPP saranno promotrici di comportamenti virtuosi e pratiche d'eccellenza non solo in campo ricettivo e ristorativo, ma anche in campo agricolo, stimolando l'avvio di filiere corte per la valorizzazione di prodotti locali che rappresentano la sintesi riuscita delle culture del territorio.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Creare una piattaforma che consenta agli operatori di partecipare a un percorso di sostenibilità ambientale per garantire esperienze "green" ai turisti:
  - Progettare un sistema per gli operatori di certificazione di buone pratiche ambientali e sociali valutando l'adozione di marchi riconosciuti (es: Ecolabel, Ecoristorazione, biologico) e l'eventuale adozione di marchi locali complementari in un'ottica di miglioramento continuo;
  - Coinvolgere in loco gli operatori da parte delle AAPP attivando percorsi di formazione;
  - Favorire alleanze tra operatori turistici e produttori agricoli per la valorizzazione di produzioni a km0 e iniziative di sviluppo di distretti biologici;
  - Promuovere l'adesione al programma «ecofeste» per gli eventi locali.
  - Favorire lo sviluppo di reti lunghe e alleanze internazionali con progetti già esistenti e di successo (es: Bandiere Arancioni, EMAS, Alliance in the Alps, Bergsteigdorfer, Alparc...);

- Promuovere, ove possibile, la riqualificazione sostenibile di strutture esistenti come rifugi e malghe.
- Valutare l'individuazione di un sistema di monitoraggio integrato per le destinazioni ispirato al Sistema Europeo degli Indicatori Turistici che permetta ad ogni area protetta di individuare gli obiettivi prioritari della strategia di gestione turistica e le eventuali azioni per perseguirli.

### A.1. TEMPORALITÀ – Diversificare per destagionalizzare

**L'offerta delle AAPP può valorizzare tutte le stagioni, anche quelle attualmente poco praticate dal turismo, differenziando le attività e i prodotti in modo da incentivare la fruizione su tutto l'arco dell'anno. Ogni stagione ha colori, profumi, intensità e ritmi unici. Sono miniere di opportunità, di stimoli, di idee.**

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Progettare prodotti e iniziative che valorizzino la natura, attraverso contenuti che richiamino i suoi ritmi e cicli (risveglio, maturazione, sonno) legati alle stagioni di minor affluenza turistica;
  - Promuovere opportune alleanze con gli operatori per incentivare la garanzia di servizi turistici su tutto l'arco dell'anno;
  - Identificare i target che rifuggono l'alta concentrazione turistica dei mesi estivi/invernali;
  - Incentivare programmi didattici **con scuole e università** in periodi di bassa stagione.

### A.2. LENTEZZA - Rallentare i ritmi

**Riscoprire il valore della lentezza come elemento integrante della vita della montagna. Riconoscere il valore del limite, introducendo forme di governo dei flussi. Utilizzare mezzi per scoprire il territorio in modo lento, profondo, contemplativo, senza fretta, per scoprire la natura e se stessi. Dare valore alla socialità della vacanza lenta.**

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Valorizzare i prodotti legati al movimento lento:
  - Il camminare:
    - Escursionismo, Trekking, Nordic walking, Ciaspole.
  - Il pedalare:
    - Cicloturismo, Bici elettriche, Mtb (regolato e sostenibile).
  - L'equi- e asino- turismo
  - Lo sci da fondo e da alpinismo
- Assicurare la mobilità intermodale alternativa all'auto;
- Creare itinerari di varia lunghezza e difficoltà sia all'interno dell'area protetta che tra AAPP;

### A.3. AUTENTICITÀ - Cultura dell'accoglienza e del territorio

L'autenticità è sempre più un valore ricercato dai visitatori che non si accontentano più di offerte standard e uguali per tutti. Autenticità significa trasmettere in maniera spontanea e naturale i valori ambientali e storico-culturali che rappresentano l'Area Protetta e le sue comunità. Sono elementi materiali ed immateriali, di origine antropica o naturale, rappresentativi del territorio e identificati dai portatori d'interesse, ossia elementi distintivi di una montagna modificata nei secoli, evidenti soprattutto nei prodotti, nelle attività e nei paesaggi dell'agricoltura di montagna. Elementi essenziali per trasmettere tali valori sono il tema dell'accoglienza e quello dei prodotti locali.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

#### A.3.1. Accoglienza

- Facilitare e promuovere **un'accoglienza diffusa di qualità** sia nelle forme dell'agriturismo che come semplice accoglienza familiare ma anche legata a rifugi, baite, masi che trasmettano i valori del territorio per rispondere alla crescente domanda di personalizzazione del turista:
  - Incentivare l'imprenditoria femminile e giovanile;
  - Promuovere programmi di formazione per operatori turistici per incentivare il loro ruolo di ambasciatori del territorio e della sostenibilità;
  - Promuovere, dove opportuno, iniziative di riuso di abitazioni non utilizzate favorendo l'incontro tra esigenze dei locatari e delle comunità o studiando forme di ricettività diffusa (valutando attentamente il coordinamento con i piani territoriali di comunità).

#### A.3.2. Prodotti e tradizioni locali

- Costruire **prodotti in sinergia con l'agricoltura**, valorizzando le tecniche e i ritmi delle colture locali e legando l'esperienza turistica alla ruralità e al territorio (es.: orti, allevamento, cibo, fattorie didattiche, ...)
- Legare il turismo del gusto ai cicli di produzione e trasformazione di prodotti a km zero.
- Valorizzare il contributo dell'agricoltura biologica e delle specie autoctone non solo per migliorare la biodiversità, ma anche per soddisfare la domanda di salute e di unicità dell'esperienza attraverso l'alimentazione (nicchia in decisa crescita anche per l'aumento di intolleranze alimentari).

### A.4. NATURALITÀ - star bene nella natura

L'offerta delle AAPP può mettere al centro la biodiversità come fonte di benessere, salute, scoperta e conoscenza - anche di se stessi - attraverso i 5 sensi.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Progettare prodotti turistici che permettano di **conoscere la ricca diversità del territorio nelle sue molteplici espressioni** (flora, fauna, rocce, ghiacciai...) attraverso tutti i sensi (tatto, gusto, udito, vista, olfatto) e diano la possibilità di vivere esperienze intense nella natura. Ad esempio:
  - Fotografia: fioriture, foliage, fauna, paesaggi;
  - La notte: astrofilia, falò e fauna notturna.



- Progettare iniziative, eventi e percorsi che permettano un'immersione **nella natura come strumento rigeneratore** utilizzando anche il valore del silenzio e della contemplazione come elemento caratterizzante. Ad esempio:
  - Barefoot;
  - Pratiche di meditazione: dallo yoga al Tai Chi tra tecniche di respirazioni e di rilassamento.
- Favorire la relazione tra **arte e natura** come fonte di creatività e di ispirazione per forme espressive tradizionali o innovative. Ad esempio:
  - Scultura e pittura;
  - Composizione musicale.
- Progettare **iniziative, eventi e proposte di educazione al vivere in modo naturale**. Ad esempio:
  - Bio-percorsi;
  - Scuola dei sapori naturali;
  - Accademia delle erbe di montagna.

#### A.5. ACCESSIBILITÀ - Fruibilità e mobilità

**L'offerta può essere davvero per tutti per rispondere ai nuovi bisogni sociali e dare opportunità anche alle fasce di popolazione più deboli. Va favorita la fruibilità dei territori anche per chi non ha (o non vuole usare) l'automobile privata. La fruizione del territorio non deve ricorrere a nuova infrastrutturazione, ma utilizzare la rete già esistente.**

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

##### A.5.1. Fruibilità per tutti

- Promuovere prodotti e attività specifiche per disabilità di vario tipo (es. pet-therapy, arrampicata per ragazzi affetti da autismo), promuovendo una fruizione accessibile di percorsi già esistenti.
- Rendere pienamente fruibili (segnaletica, manutenzione) e visibili (mappe, applicazioni informatiche) l'ampia rete di sentieri percorribili a piedi, in bicicletta, a cavallo o con l'asino, all'interno e tra le AAPP.
- Progettare percorsi di valorizzazione del patrimonio culturale, gastronomico, ambientale, attraverso mezzi alternativi all'automobile privata utilizzando le reti già esistenti.
- Tutelare luoghi fragili e ad alto valore naturalistico anche attraverso la limitazione o la regolazione dell'accessibilità.

##### A.5.2. Mobilità tra e nelle AAPP

- Incentivare collaborazioni con l'azienda di trasporto pubblico o altre aziende di trasporto e ApT/Consorzi per migliorare le connessioni di trasporto pubblico interambito e le relative coincidenze in particolar modo tra gli ambiti relativi alle AAPP.
- Assicurare una mobilità sostenibile nelle AAPP:
  - Individuare gli accessi più frequentati delle AAPP e monitorare i flussi;
  - Regolare il traffico individuale motorizzato (es. chiusura strade, strade a pagamento, istituzione di bus navetta);
  - Regolare il traffico in sosta (parcheggi a pagamento a valle);

- Rendere disponibile altri mezzi alternativi all'auto a motore (es. bus, biciclette, ecc...);
- Promuovere un sistema provinciale di noleggio e ricarica di bici elettriche che permetta il collegamento tra le AAPP del Trentino (utilizzando ad esempio i punti informativi turistici come stazioni di supporto).

## B. Informazione & Comunicazione

Una volta definiti i contenuti dell'offerta turistica coerenti con i principi di sostenibilità e capaci di intercettare la domanda, è necessario che tale offerta sia supportata da un adeguato sistema di comunicazione sia interno che esterno. Il mercato turistico mostra segnali di interesse per l'offerta legata alla sostenibilità e alla natura. La natura non è più semplicemente uno sfondo per ambientare vacanze da sogno, ma è sempre più protagonista della vacanza, diventando parte integrante del prodotto turistico territoriale. Quindi, è necessario promuovere un'informazione efficace verso sia l'offerta che la domanda per comunicare l'unicità del patrimonio naturale e storico-culturale trasmettendo i valori distintivi di ogni territorio e nel mentre incentivare un comportamento corretto da parte del turista.

### Gli assi di azione



#### B.1. COMUNICAZIONE INTERNA – Informazione & Formazione

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Promuovere **l'immediata riconoscibilità dei territori delle AAPP**:
  - Sistematizzare il sistema di segnaletica e cartellonistica coordinata;
  - Promuovere la riconoscibilità del territorio delle AAPP attraverso segnaletica sulle strade di accesso, nei Comuni e nelle Comunità di Valle interessate dalla presenza di un'area protetta;
  - Promuovere strumenti di comunicazione per trasmettere al visitatore il ruolo svolto dall'Ente Gestore dell'Area Protetta.
  
- Promuovere **comportamenti consapevoli e poco impattanti**:
  - Sensibilizzare il turista sull'importanza e le caratteristiche di un comportamento corretto del visitatore dentro e fuori l'Area Protetta;
  - Riconoscere il ruolo fondamentale della struttura ricettiva nel coinvolgere l'ospite e comunicare gli aspetti preziosi e unici del territorio;
  - Evidenziare le specificità, l'unicità e la sostenibilità del territorio dell'Area Protetta.
  
- Istituire percorsi di **formazione** per coordinatori delle RR, dipendenti dei Parchi, operatori turistici ed economici, rappresentanti delle Comunità di Valle per ottimizzare le risorse e migliorare le competenze e sensibilizzare sui temi e le opportunità del turismo sostenibile:
  - Ipotesi di percorsi formativi:

- Per coordinatori delle RR e dipendenti dei Parchi: competenze di gestione di processi partecipativi, di governance e di pianificazione territoriale
- Per coordinatori delle RR e dipendenti dei Parchi: competenze di sviluppo prodotto turistico e promozione;
- Per operatori turistici, agricoli e ApT: competenze di comunicazione per la sostenibilità e di *green marketing* nel turismo e nell'agricoltura.

## B.2. COMUNIZAZIONE ESTERNA – Promozione coordinata

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Favorire una **piattaforma comune di promozione dell'offerta** di turismo sostenibile nelle AAPP attraverso l'utilizzo di strutture, strumenti e canali del sistema turistico provinciale:
  - Finalizzazione e gestione di un sito internet di promozione turistica per l'offerta di turismo sostenibile nelle AAPP.
- Favorire una **promozione coordinata** tra AAPP agendo e proponendosi all'esterno come un unico sistema, ma anche tra Enti Gestori delle AAPP e altri enti (in primis ApT e MUSE):
  - Definire un'immagine unica e coordinata delle AAPP e dell'offerta di turismo sostenibile riconoscibile all'esterno (Es. nel lay-out della segnaletica, dei centri visitatori, dei contenuti promozionali);
  - Stabilire alleanze con il MUSE e la relativa rete museale territoriale per promuoversi a vicenda e per attuare ulteriormente l'idea di MUSE sul territorio;
  - Sistematizzare e armonizzare le promozioni reciproche tra AAPP e ApT.

## B.3. MIGLIORAMENTO DELLE MODALITÀ DI REPERIMENTO INFORMAZIONI, DI FRUIZIONE E DI PRENOTAZIONE LEGATI ALLA MOBILITÀ

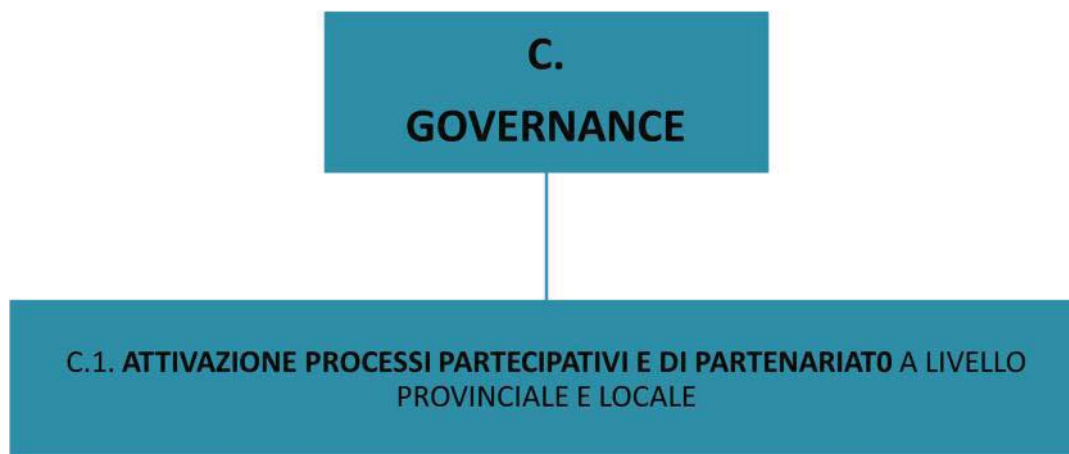
Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Promuovere un **sistema di reperimento informazioni e di prenotazione dei mezzi di trasporto sostenibili** tra e nelle AAPP:
  - Elaborazione di un pianificatore di rotta dinamico;
  - Promozione e diffusione delle informazioni pre-trip e on-trip e relative prenotazioni riguardanti le offerte esistenti di mobilità sostenibili sia sul web (sito internet e app) che in loco (ufficio ApT).
- Promuovere **sistemi di informazione digitali e non** sui percorsi di mobilità slow in forma di guide e percorsi tematici che promuovano la rete sentieristica, le piste ciclopedonali e altre reti di strade tra le AAPP del Trentino:
  - Sviluppo guide virtuali e non per percorsi tematici nelle e tra le AAPP.

## C. GOVERNANCE

L'attuazione delle azioni contenute nei precedenti assi strategici sono necessariamente legate alle risorse disponibili e a un'efficace collaborazione tra tutti i portatori d'interesse, locali e provinciali, pubblici e privati. È fondamentale garantire una *governance* innovativa che permetta di dare concretezza a parole molto utilizzate nei documenti programmatici quali sistema, rete, integrazione e partecipazione. La definizione di una *governance* efficace ed efficiente mediante il coinvolgimento dei diversi attori interessati è cruciale per permettere quindi lo sviluppo di un prodotto turistico integrato e credibile.

L'asse di azione



### C.1. ATTIVAZIONE SISTEMATICA DI PROCESSI PARTECIPATIVI E COLLABORATIVI SIA A LIVELLO PROVINCIALE CHE A LIVELLO TERRITORIALE

- **Sistematizzare e valorizzare le collaborazioni a livello provinciale** condividendo ruoli e competenze tra i diversi *stakeholder* provinciali (FEM, APPA, MUSE, Trentino Sviluppo, ApT e consorzi, tsm, Step, SAT, Comunità di Valle e gli uffici provinciali competenti) per definire e attuare le **azioni di sistema** di supporto alle gestioni locali.
  - Prevedere l'attuazione della strategia TurNat attraverso il coordinamento e la responsabilizzazione di tutti gli *stakeholder* coinvolgendoli attraverso consultazioni bi- o multi- laterali (la legenda in fondo descrive il ruolo dei principali organi di coordinamento);
  - Stipulare un accordo scritto dove obiettivi, responsabilità e azioni di sistema siano condivisi;
  - Favorire l'**adesione alla Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS) per il Parco Naturale Paneveggio-Pale di San Martino, Parco dello Stelvio e sistema delle RR** come principale azione di sistema della strategia TurNat;
  - Analizzare e cogliere le diverse opportunità offerte dai fondi europei.

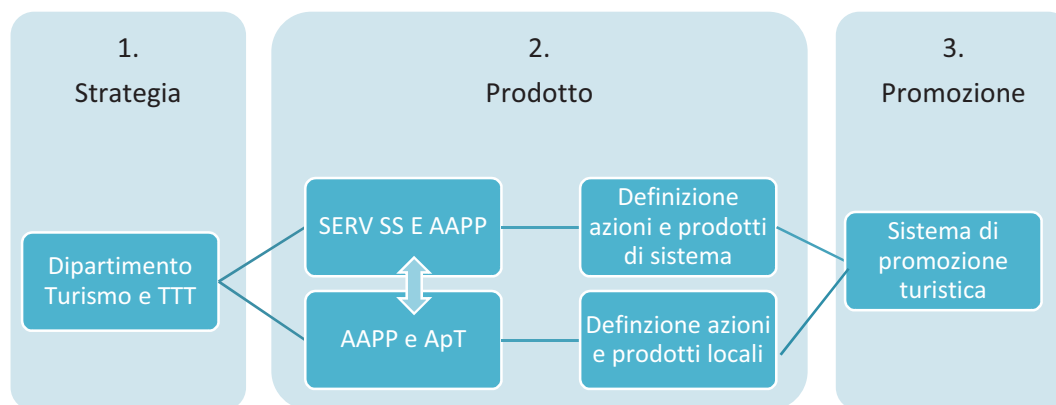
La tabella 1 propone per ogni competenza e fase necessarie all'attuazione di TurNat (**indirizzo strategico, costruzione prodotto e promozione**) i servizi provinciali responsabili e i principali attori da coinvolgere nell'attuazione.

FASE	CHI COORDINA	ATTORI	RISULTATO ATTESO
1. STRATEGIA	Dip. Turismo/ Serv. Turismo	Dipartimenti turismo e ambiente e Trentino Marketing (TTT)	Turismo sostenibile come asse strategico del turismo trentino
2. PRODOTTO	Dip. Territorio/ Serv. sviluppo sostenibile e AAPP	AAPP, ApT, ass. di categoria e ambientaliste	Prodotti turistici sostenibili “di sistema”
3. PROMOZIONE	Trentino Marketing	Apt, operatori turistici	Il turismo sostenibile nelle AAPP nella promozione

**TAB. 1. La governance provinciale della strategia TurNat**

- **Attivare processi partecipativi e di partenariato a livello locale** (secondo i metodi e le fasi previste dalla Carta Europea per il Turismo Sostenibile - CETS) per la definizione, attuazione e monitoraggio di **azioni locali** di sviluppo turistico:
  - Gestire e coordinare in maniera efficace i forum territoriali (favorita dalla formazione data ai coordinatori RR);
  - Individuare insieme a tutti i portatori d’interesse quei valori ambientali e storico-culturali distintivi del territorio;
  - Stipulare un accordo scritto dove obiettivi, responsabilità e azioni locali di sviluppo siano condivisi.

La seguente figura rappresenta la governance dell’attuazione della strategia TurNat includendo anche il necessario livello locale dove le AAPP utilizzando metodi partecipativi come quelli sistematizzati nella CETS attivano e coinvolgono i soggetti territoriali come le ApT d’ambito, gli Ecomusei e altre realtà associazionistiche e private. La scelta di raccomandare l’adesione alla CETS è dettata dalla praticità di questo strumento di governance che, oltre a dare **visibilità internazionale** alle AAPP del Trentino, rappresenta un’occasione per garantire una **visione, solida, concreta e di lungo periodo** (almeno 5 anni) allo sviluppo turistico delle AAPP, soprattutto alle RR che sono istituzionalmente più flessibili ma anche più deboli dei Parchi.



**FIG. 6. La governance locale e provinciale della strategia TurNat**

Dare concretezza alla visione del PUP, del PASSO, del Piano di Sviluppo Sostenibile, delle Linee Guida Provinciale del Turismo e della strategia delle Dolomiti Unesco per il Turismo Sostenibile.

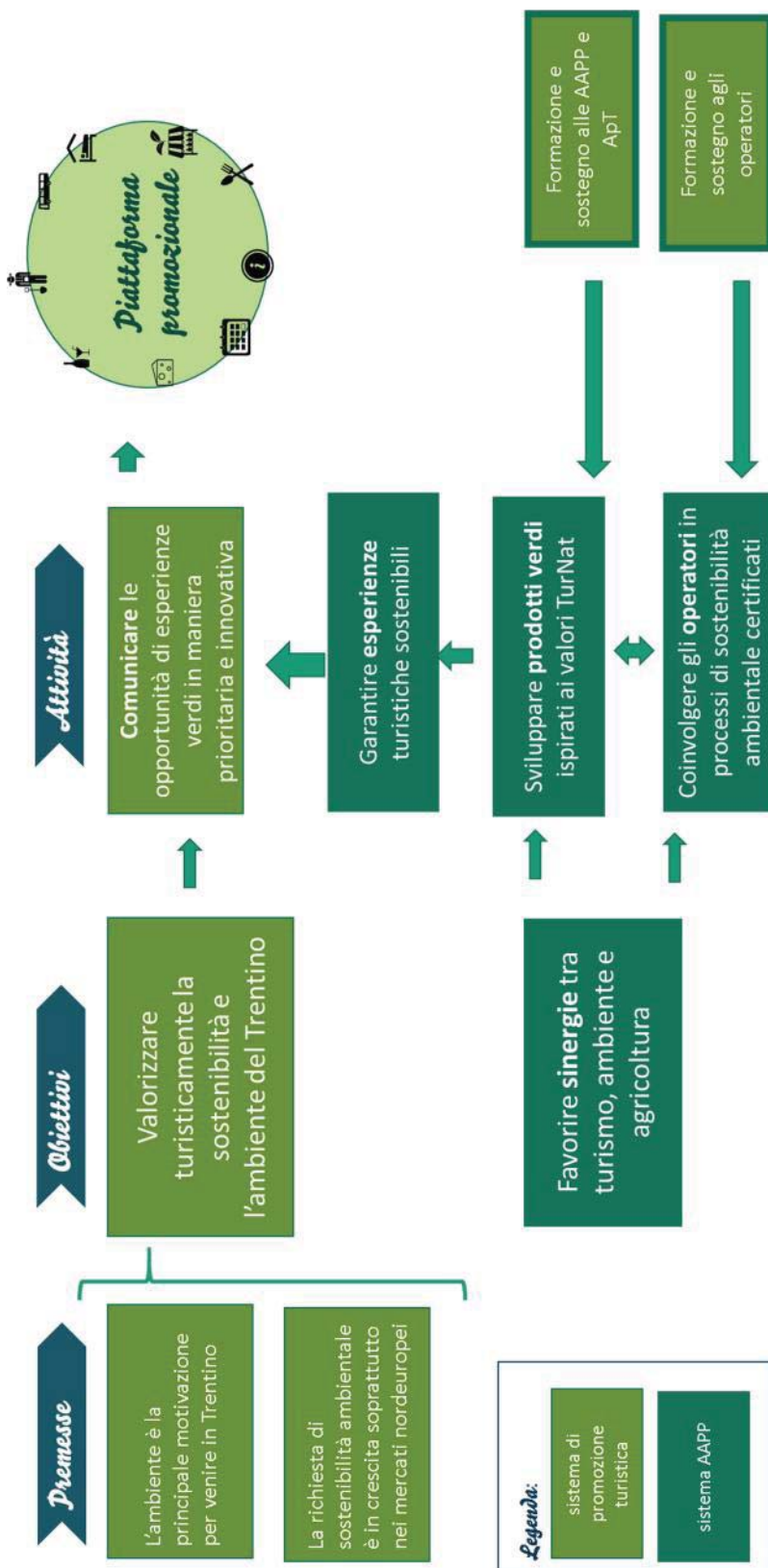


FIG. 7. La mappa concettuale della strategia TurNat

“Il Trentino si propone come territorio ove le persone trovano **condizioni adeguate** per la propria crescita umana, intellettuale e sociale, in un contesto ambientale **tendente verso un'eccellenza diffusa e basata**, in particolare, sul mantenimento delle **identità**, sull'elevata **competitività**, sull'**apertura** internazionale e sul giusto **equilibrio** tra valorizzazione delle **tradizioni** e sviluppo dei fattori di **innovatività**.” (PUP, 2008).

**CONTATTI:**

**Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP**

Dirigente Claudio Ferrari – [claudio.ferrari@provincia.tn.it](mailto:claudio.ferrari@provincia.tn.it)

**tsm – Trentino School of Management, via Giusti, 40 – TRENTO**

*Staff di SMT – Scuola di Management del Turismo*

Alessandro Bazzanella - [alessandro.bazzanella@tsm.tn.it](mailto:alessandro.bazzanella@tsm.tn.it) – 0461. 020.081

Paolo Grigolli – [paolo.grigolli@tsm.tn.it](mailto:paolo.grigolli@tsm.tn.it) – 0461. 020.073

Laura Marinelli – [laura.marinelli@tsm.tn.it](mailto:laura.marinelli@tsm.tn.it) – 0461.020.082