



# STUDIO STRATEGICO PER IL LAGO DI TENNO

Comune di Tenno – 20 maggio 2024

# Agenzie Territoriali d'Area



- 4 Macroaree omogenee
- Istituite dalla Riforma della Legge sul turismo del 2020 e insediate in Trentino Marketing
- Utilizzano parte dei proventi della tassa di soggiorno e si occupano di: sviluppo prodotto turistico, data analysis, mobilità, digitalizzazione
- Lavorano per attuare gli obiettivi del sistema turistico trentino: più attrattività nelle belle stagioni, maggior qualità e valore nelle stagioni classiche – La Comunità Trentina al centro

Il progetto è stato realizzato da:



Pronti all'impresa





# Premessa

Il lago di trova in un territorio con importante valenza naturalistica, paesaggistica, storico-culturale ed ha acquisito con il tempo una progressiva notorietà fino a diventare un vero e proprio “must” per turisti ed escursionisti italiani e stranieri.



- Congestione dell’area (parcheggi, viabilità, percorsi)
- Difficoltà nella gestione dei flussi e delle componenti di offerta
- Difficoltà di fruizione da parte di ospiti e residenti
- Difficoltà di convivenza tra ospiti e residenti
- Verificarsi di situazioni di degrado (deiezioni animali, parcheggio abusivo, accampamento selvaggio)



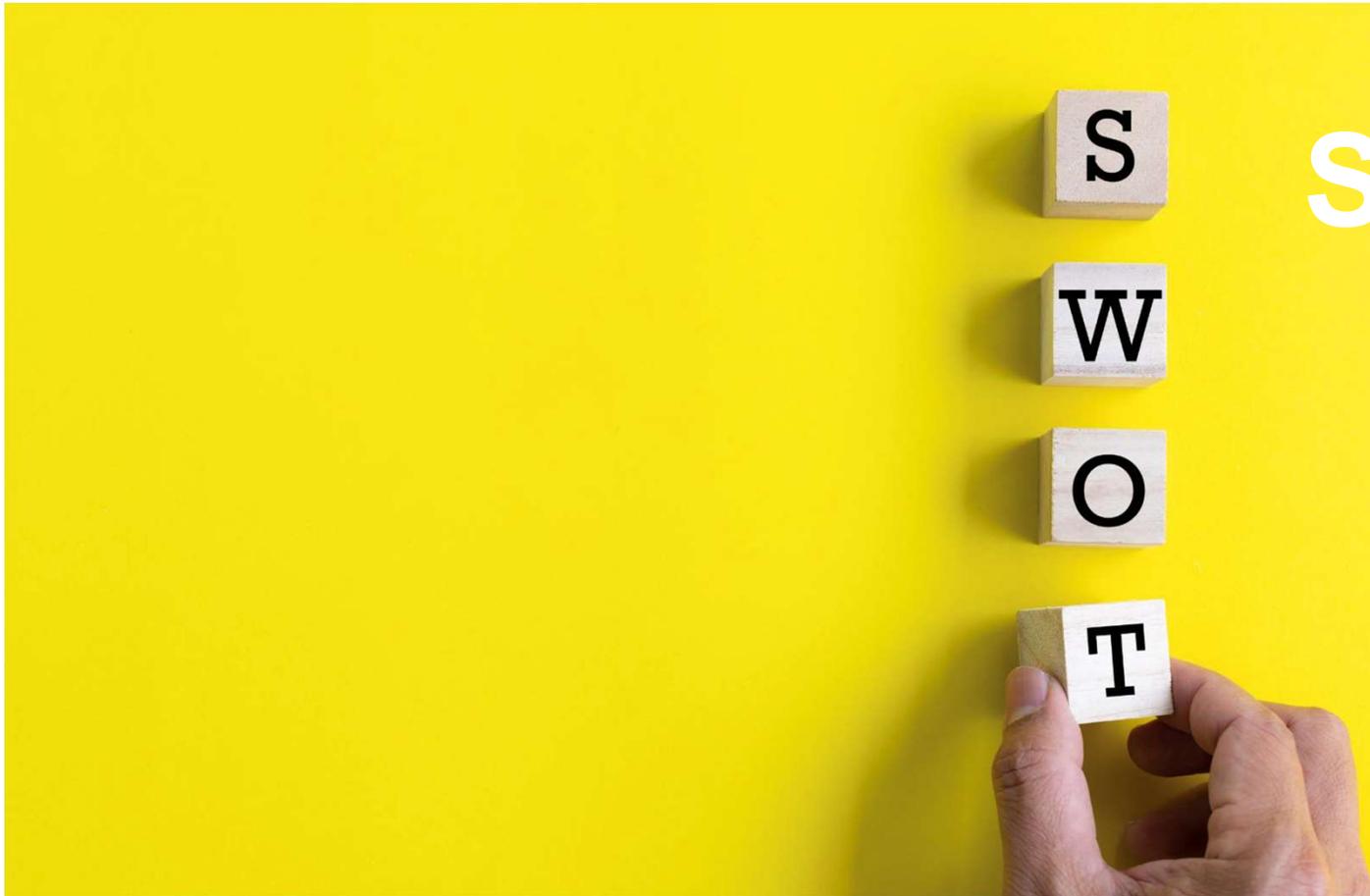
## Fase 1. Obiettivo

Definire il progetto di analisi e sviluppo per il Lago di Tenno, che possa valorizzare il sito concorrendo a salvaguardarne l'ambiente naturale.



**FOCUS DI OGGI**

*Presentata da Matteo Bonazza (Progetto Turismo)*

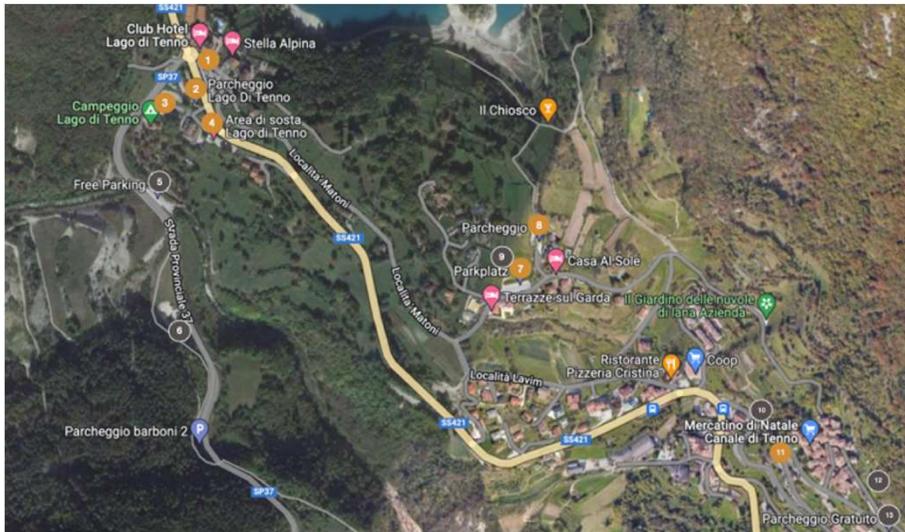


**Swot**

**01.**

# Punti di forza

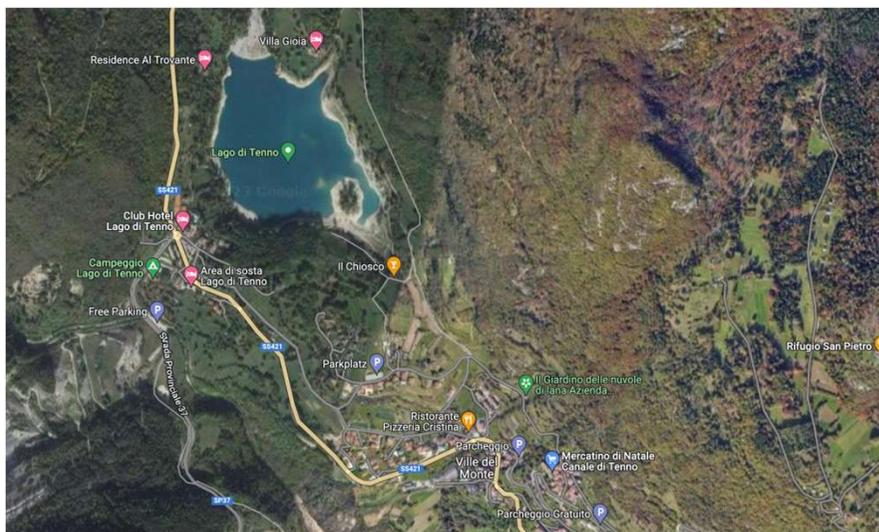
- Posizione strategica della località
- Facilità di raggiungimento della località attraverso tre diverse strade di accesso
- Parcheggi per auto, camper, moto vicini ai punti di interesse



**ANALISI DEL CONTESO TERRITORIALE**  
Mappatura dei parcheggi gratuiti e a pagamento

# Punti di forza

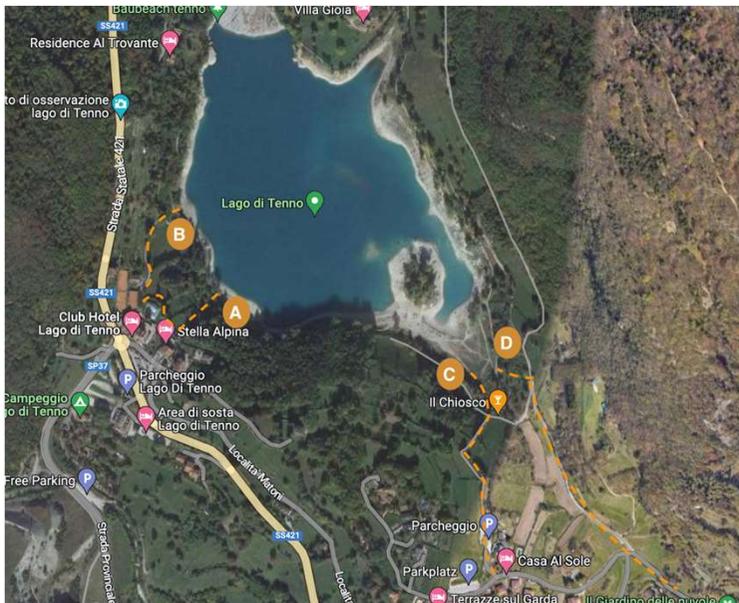
- Luogo multi-valente: ricreativa, sportiva, naturalistica, agricola, ecc.
- Presenza di punti di ristoro ben dislocati sul territorio



**ANALISI DEL CONTESO TERRITORIALE**  
Individuazione dei punti di ristoro sul territorio

# Punti di forza

- Appartenenza al circuito Borghi più belli d'Italia
- Presenza di numerosi punti di accesso al lago



**ANALISI DEL CONTESO TERRITORIALE**  
Individuazione dei punti di accesso al lago

# Punti di forza

- Presenza di una colonnina di ricarica per l'auto e per la e-bike
- Presenza di un infopoint
- Possibilità di pagare il parcheggio tramite app
- Bellezza «instagrammabile» del luogo e assenza di infrastrutture impattanti
- Possibilità di fare tutto il giro del lago

## **ANALISI DELLA CUSTOMER JOURNEY**

Individuazione delle fasi della visita,  
degli aspetti positivi e di miglioramento

## ANALISI DELLA CUSTOMER JOURNEY

Individuazione delle fasi della visita,  
degli aspetti positivi e di miglioramento



01.  
Avvicinamento



02.  
Parcheggio



03.  
Percorsi di  
avvicinamento



04.  
Primo contatto  
con il lago



05.  
Fruizione del  
lago



06.  
Fruizione del  
resto del territorio



07.  
Altri servizi aree  
limitrofe



08.  
Ritorno al  
parcheggio



09.  
Partenza

# Punti di forza

- Territorio fruibile durante tutto l'anno
- Presenza di un mercatino di natale rinomato
- Destinazione coerente con alcune delle Buyer Personas che gravitano sul territorio dell'Alto Garda (Famiglie)

## WORKSHOP CON GLI ATTORI LOCALI

Individuazione dei flussi e delle loro caratteristiche

**TSM** la conoscenza  
è il nostro  
Territorio

## WORKSHOP CON GLI ATTORI LOCALI

Individuazione dei flussi e delle loro caratteristiche

**TSM** la conoscenza è il nostro Territorio



<b>DATA: 02/12/2022</b>
<b>LUOGO: Comune di Tenno</b>
<b>PARTECIPANTI</b>
ECOMUSEO JUDICARIA DALLE DOLOMITI AL GARDA
CAMPING LAGO DI TENNO
ASSOCIAZIONE COMITATO VILLE DEL MONTE - EVENTI CANALE
ANTICA CROCE
ASUC VILLE DEL MONTE
ACCOMPAGNATORE DI MEDIA MONTAGNA
LOCANDA DEL BORGO
COMUNE DI TENNO
APT GARDA DOLOMITI
AREAATA TRENTINO MARKETING

# Punti di debolezza

- Segnaletica inadeguata, stratificata e sottodimensionata



**ANALISI DEL CONTESTO  
TERRITORIALE**  
Sopralluoghi

# Punti di debolezza

- Aree parcheggio disordinate, poco curate, scarsamente regolamentate



**ANALISI DEL CONTESTO  
TERRITORIALE**  
Sopralluoghi

# Punti di debolezza

## ANALISI DEL CONTESTO TERRITORIALE

- Comunicazione territoriale con tono di voce di divieto (NO-centrica)
- Assenza di un collegamento ben segnalato tra il lago e il borgo di Canale
- Punti di ristoro non riescono a soddisfare costantemente la domanda
- Traffico e congestione nelle zone dei parcheggi e lungo i sentieri
- Problema di convivenza tra ospite e residente
- Località soggetta a forte stagionalità con picchi di presenze durante i mesi estivi
- Presenza prevalentemente di escursionisti in giornata
- Congestione di flusso nell'area lago

## WORKSHOP CON GLI ATTORI LOCALI ANALISI DEI FLUSSI

# Opportunità

- Istituzione della riserva naturale locale
- Introiti derivanti dai ticket dei parcheggi
- Maggiore propensione dei turisti alla prenotazione online di servizi
- Maggiore interesse verso attività a contatto con la natura ed esperienze autentiche
- Apprezzamento da parte della domanda di progettualità sul tema sostenibilità
- Presenza di una rete sentieristica che parte dal lago per favorire la fruizione del territorio
- Creazione di servizi ad hoc per specifiche Buyer Personas

# Minacce

- Rischio di rovinare le risorse naturali locali in mancanza di una regolamentazione
- L'eccesso di restrizioni può rendere meno attrattivo il territorio
- Alcune aree di parcheggio si trovano in zona rossa
- L'adozione della Riserva Naturale Locale porta con sé una serie di regolamentazioni che potrebbero rendere difficoltosa la fruizione del luogo da parte di alcune Buyer Personas



**02.**

**Strategia d'intervento**

# Posizionamento strategico

«Una Tenno che **tutela** il proprio territorio **per il residente e per l'ospite**, favorendo una fruizione **consapevole e di qualità.**»

# Obiettivi strategici



# Assi strategici

## Assi strategici

### Asse strategico «ORDINE»

- Trasmettere cura e attenzione verso il territorio
- Trasmettere consapevolezza di trovarsi in un luogo di prego
- Includere la regolamentazione e riorganizzazione del territorio e dei servizi

### Asse strategico «FRUIBILE»

- Avere un territorio fruibile dalle Buyer Persona strategiche, con servizi dedicati a soddisfare le loro esigenze
- Creare motivazioni per fermarsi più a lungo sul territorio
- Comunicare in maniera efficace le possibilità offerte dal territorio

### Asse strategico «LABORATORIO»

- Trasformazione di Tenno a carattere sperimentale, essendo diventato Riserva Naturale Locale
- Educare gli ospiti definendo specifiche attività
- Educare il territorio ad una visione data driven di destinazione

# Metodologia

## Come impatta sugli obiettivi strategici



## Matrice complessità rilevanza



## Quali Buyer Personas intercetta



## Onerosità



# Asse strategico «ORDINE»

Assi strategici

1.

Asse strategico  
«ORDINE»

1. Piano parcheggi

# Asse strategico «ORDINE»

Assi strategici

1.

Asse strategico  
«ORDINE»

1. Piano parcheggi
2. Potenziamento arredo parcheggi



# Asse strategico «ORDINE»

Assi strategici

1.

Asse strategico  
«ORDINE»

1. Piano parcheggi
2. Potenziamento arredo parcheggi
3. Strutturazione dei percorsi di accesso al lago
4. Progettazione di una piazza pedonale



# Asse strategico «ORDINE»

Assi strategici

1.

Asse strategico  
«ORDINE»

1. Piano parcheggi
2. Potenziamento arredo parcheggi
3. Strutturazione dei percorsi di accesso al lago
4. Progettazione di una piazza pedonale
5. Progettazione di un portale di accesso



# Asse strategico «ORDINE»

Assi strategici

1.

Asse strategico  
«ORDINE»

1. Piano parcheggi
2. Potenziamento arredo parcheggi
3. Strutturazione dei percorsi di accesso al lago
4. Progettazione di una piazza pedonale
5. Progettazione di un portale di accesso
6. Regolamentazione dei flussi d'accesso
7. Diversificazione dei percorsi di fruizione del lago

# Asse strategico «FRUIBILE»

Assi strategici

2.

Asse strategico  
«FRUIBILE»

1. Potenziamento trasporti
2. Creazione deposito bike e attrezzature



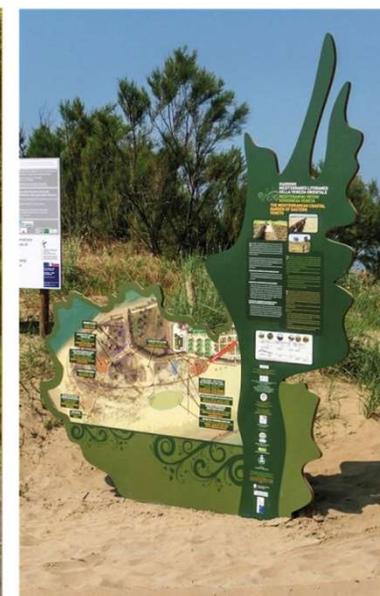
# Asse strategico «FRUIBILE»

## Assi strategici

2.

### Asse strategico «FRUIBILE»

1. Potenziamento trasporti
2. Creazione deposito bike e attrezzature
3. Definizione punti di ricarica e manutenzione
4. Adeguamento offerta ristorativa
5. Definizione di un progetto di segnaletica coordinata



# Asse strategico «FRUIBILE»

Assi strategici

2.

Asse strategico  
«FRUIBILE»

1. Potenziamento trasporti
2. Creazione deposito bike e attrezzature
3. Definizione punti di ricarica e manutenzione
4. Adeguamento offerta ristorativa
5. Definizione di un progetto di segnaletica coordinata
6. Valorizzazione del percorso di collegamento borgo-lago
7. Fruizione della zona lago



# Asse strategico «LABORATORIO»

Assi strategici

3.

Asse strategico  
«LABORATORIO»

1. Definizione della figura di «ranger»



# Asse strategico «LABORATORIO»

Assi strategici

3.

Asse strategico  
«LABORATORIO»

1. Definizione della figura di «ranger»
2. Definizione di un laboratorio educativo
3. Tenno racconta



# Asse strategico «LABORATORIO»

Assi strategici

3.

Asse strategico  
«LABORATORIO»

1. Definizione della figura di «ranger»
2. Definizione di un laboratorio educativo
3. Tenno racconta
4. Costruzione di un programma di marketing analitico



## Fase 2. Obiettivo

Approfondire alcuni aspetti prioritari del progetto di analisi e sviluppo per il Lago di Tenno, in modo tale da avere un quadro più chiaro e poter prendere decisioni.

# Punto di partenza

## Assi strategici

### Asse strategico «ORDINE»

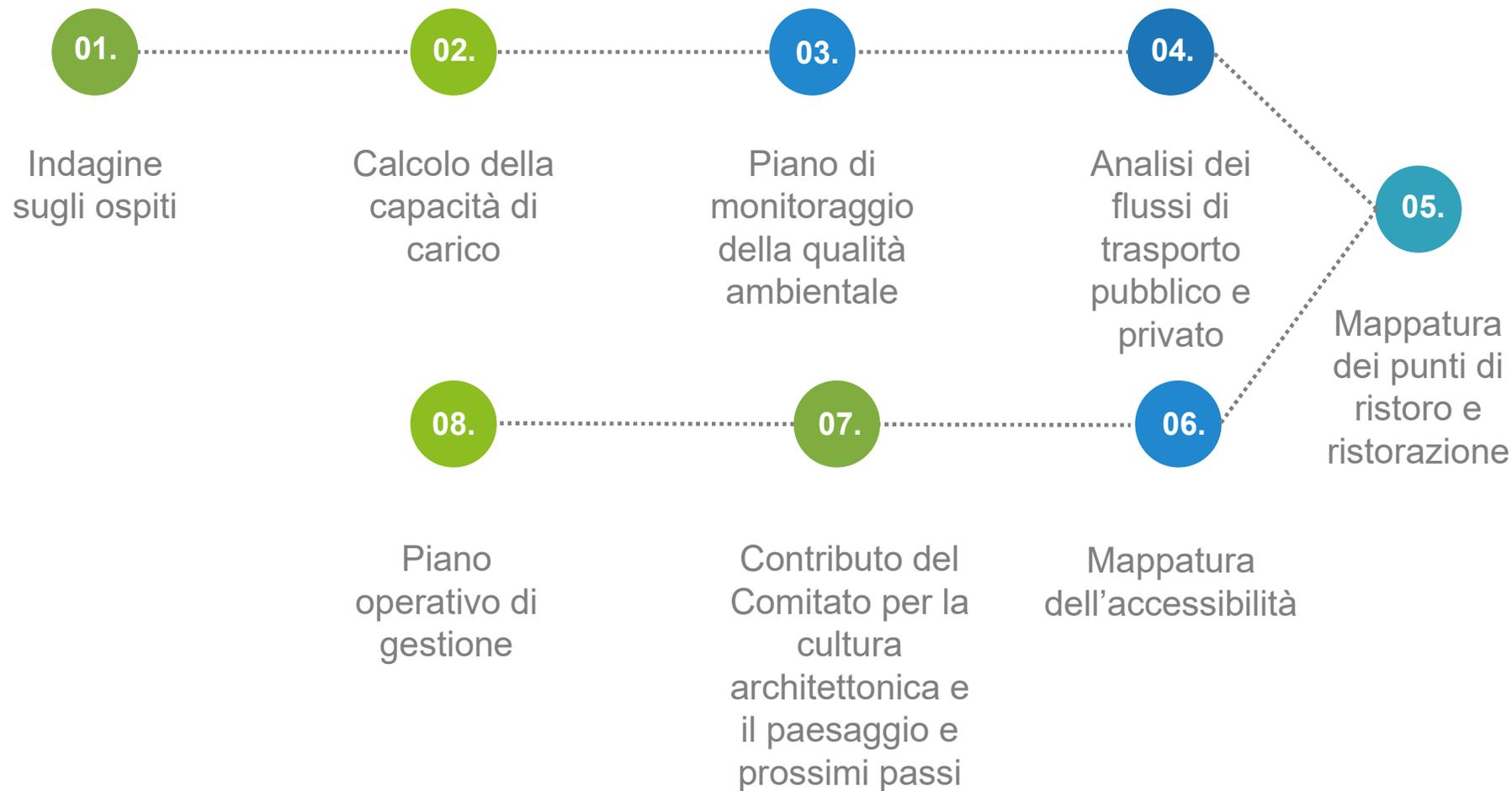
1. **Piano parcheggi**
2. **Potenziamento arredo parcheggi**
3. Strutturazione dei percorsi di accesso al lago
4. **Progettazione di una piazza pedonale di accesso**
5. **Progettazione di un portale di accesso**
6. **Regolamentazione dei flussi**
7. Diversificazione dei percorsi di fruizione del lago

### Asse strategico «FRUIBILE»

1. **Potenziamento trasporti**
2. Creazione deposito bike e attrezzature
3. Definizione punti di ricarica e manutenzione
4. **Adeguamento offerta ristorativa**
5. Definizione di un progetto di segnaletica coordinata
6. Valorizzazione del percorso di collegamento borgo-lago
7. **Fruizione della zona lago**

### Asse strategico «LABORATORIO»

1. Definizione della figura di «ranger»
2. Definizione di un laboratorio. Educativo
3. Tenno racconta
4. Costruzione di un programma di marketing analitico



*Presentata da Stefania Conti (Progetto Turismo)*



# Indagine sugli ospiti

**03.**

# Obiettivi dell'analisi



Valutare il livello di soddisfazione dei turisti rispetto a determinati aspetti e all'esperienza complessiva di visita.



Capire se esiste una correlazione tra il grado di affollamento percepito dai turisti ed il loro livello di soddisfazione dell'esperienza.



Capire qual è il grado di affollamento percepito dai turisti.

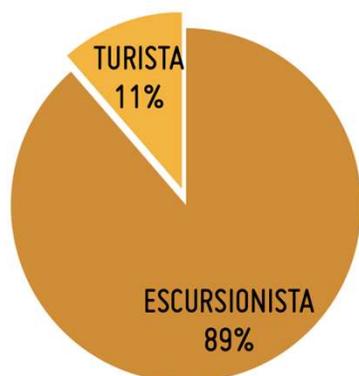


Valutare la disposizione ad accettare o meno i cambiamenti imposti dalla Riserva Naturale Locale e di altre progettualità future.

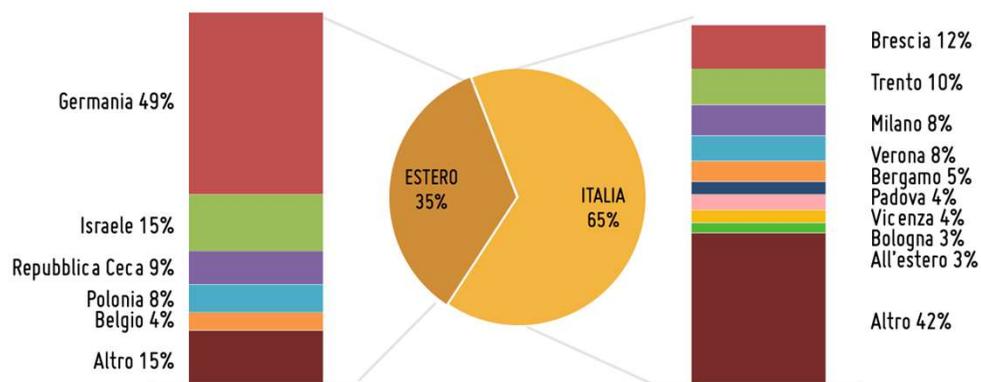
# Campione totale: 535 rispondenti

14 giornate di somministrazione  
realizzate tra luglio e settembre 2023  
per un totale di tre mesi

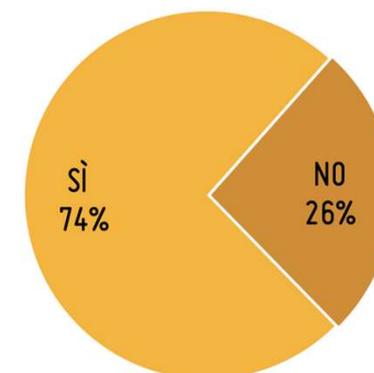
## TIPOLOGIA DI VISITATORE



## PROVENIENZA

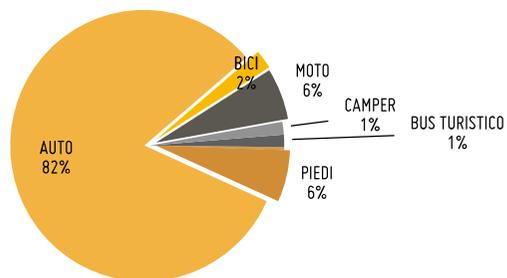


## PRIMA VOLTA AL LAGO

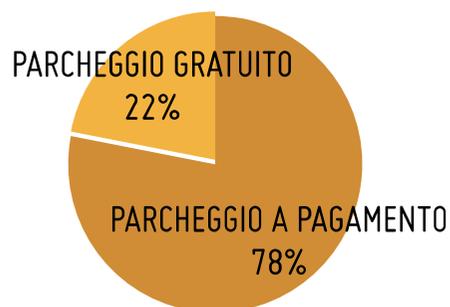


# Campione totale: 535 rispondenti

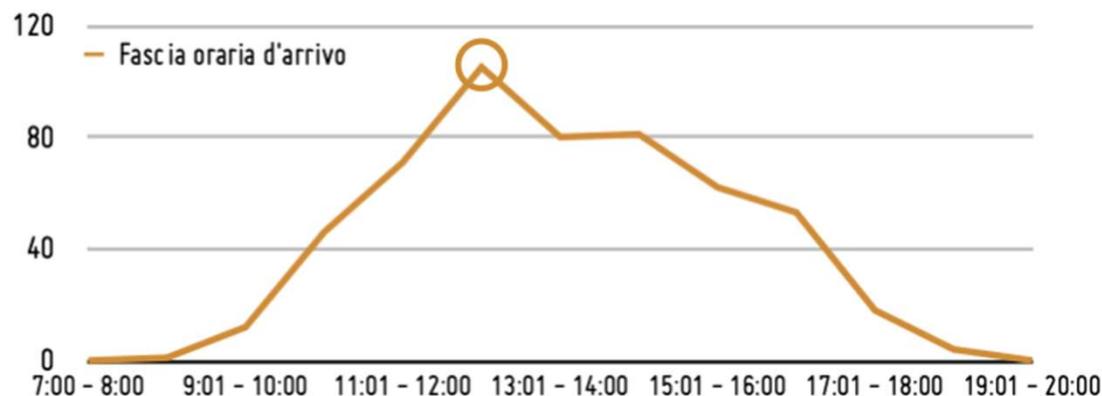
## MEZZO DI TRASPORTO



## PARCHEGGIO



## FASCIA ORARIA D'ARRIVO



2,7

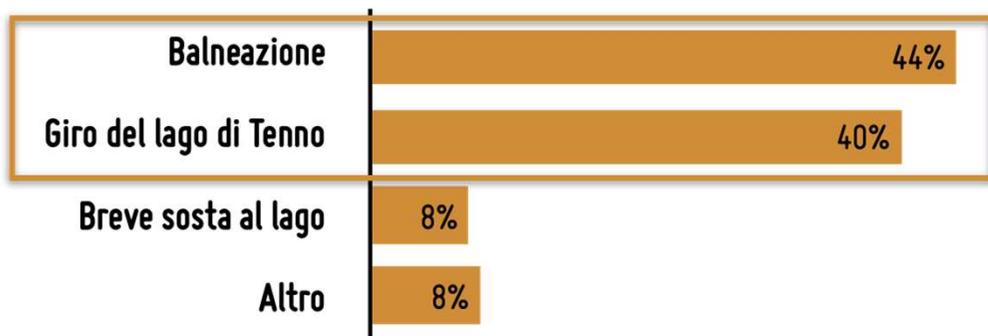
Ore di permanenza media del campione al lago

77%

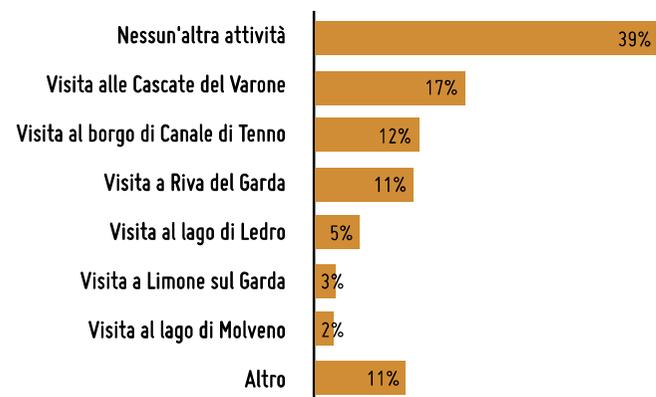
Dichiara di aver impiegato meno di 5 minuti per trovare parcheggio

# Campione totale: 535 rispondenti

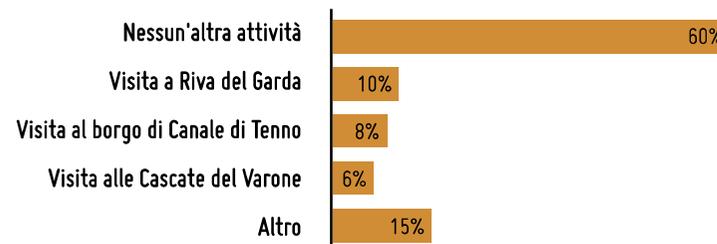
## ATTIVITÀ DURANTE LA VISITA



## ATTIVITÀ PRIMA DELLA VISITA



## ATTIVITÀ DOPO LA VISITA



# Campione totale: 535 rispondenti

*Ai turisti sono state sottoposte 5 immagini del lago in diverse situazioni di affollamento.*

*Per ognuna, è stato chiesto loro di assegnare un grado di affollamento e un livello di soddisfazione ipotetico.*



Situazione 1: Lago vuoto



Situazione 2: Lago poco affollato



Situazione 3: Lago mediamente affollato



Situazione 4: Lago affollato

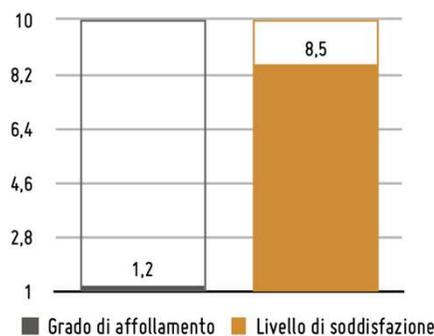


Situazione 5: Lago sovraffollato

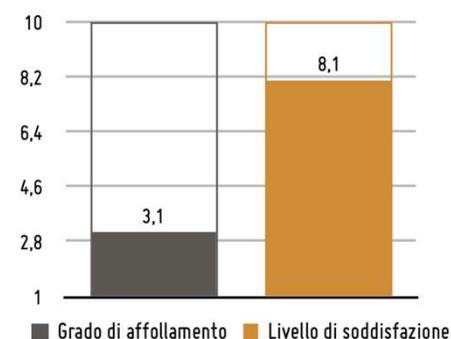
# Campione totale: 535 rispondenti

*In linea ipotetica, esiste una correlazione tra l'aumento del grado di affollamento percepito e l'abbassamento del livello di soddisfazione dell'utente: i due sono inversamente proporzionali.*

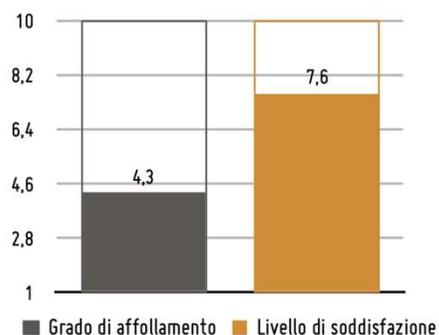
**Situazione 1: Lago vuoto**



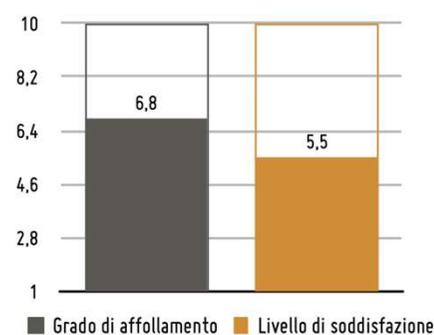
**Situazione 2: Lago poco affollato**



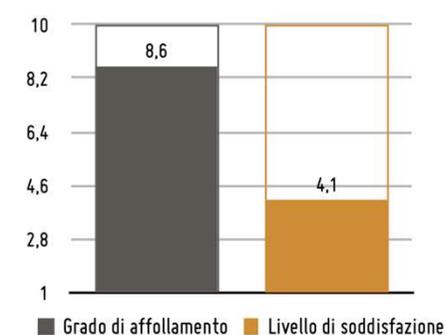
**Situazione 3: Lago mediamente affollato**



**Situazione 4: Lago affollato**



**Situazione 5: Lago sovraffollato**



# Campione totale: 535 rispondenti

Con riferimento alle stesse immagini, è stato chiesto poi ai turisti di indicare il grado di affollamento e il rispettivo livello di soddisfazione durante la visita al lago, nel momento di massimo picco di affluenza.

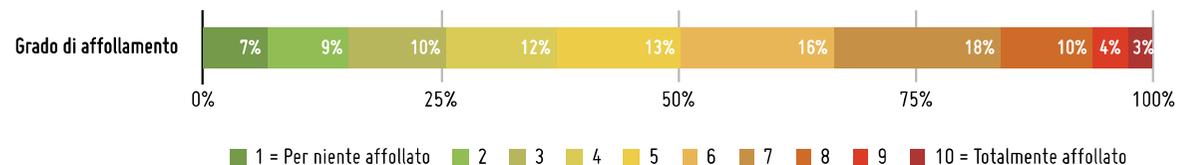
È possibile notare, come in questo caso non sia presente la stessa correlazione.

## IMMAGINI MAGGIORMENTE INDICATE

MOMENTO DI PICCO - LAGO	
IMMAGINE 1	2%
IMMAGINE 2	20%
IMMAGINE 3	36%
IMMAGINE 4	31%
IMMAGINE 5	11%

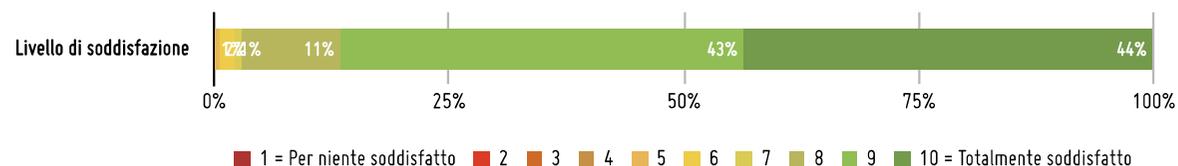
5,2

## GRADO DI AFFOLLAMENTO REALE



8,7

## LIVELLO DI SODDISFAZIONE REALE



# Campione totale: 535 rispondenti

La risposta N/D è stata data nei casi in cui non è stato possibile indicare un valore specifico.

## SODDISFAZIONE RISPETTO AGLI ELEMENTI DELL'ESPERIENZA

80%

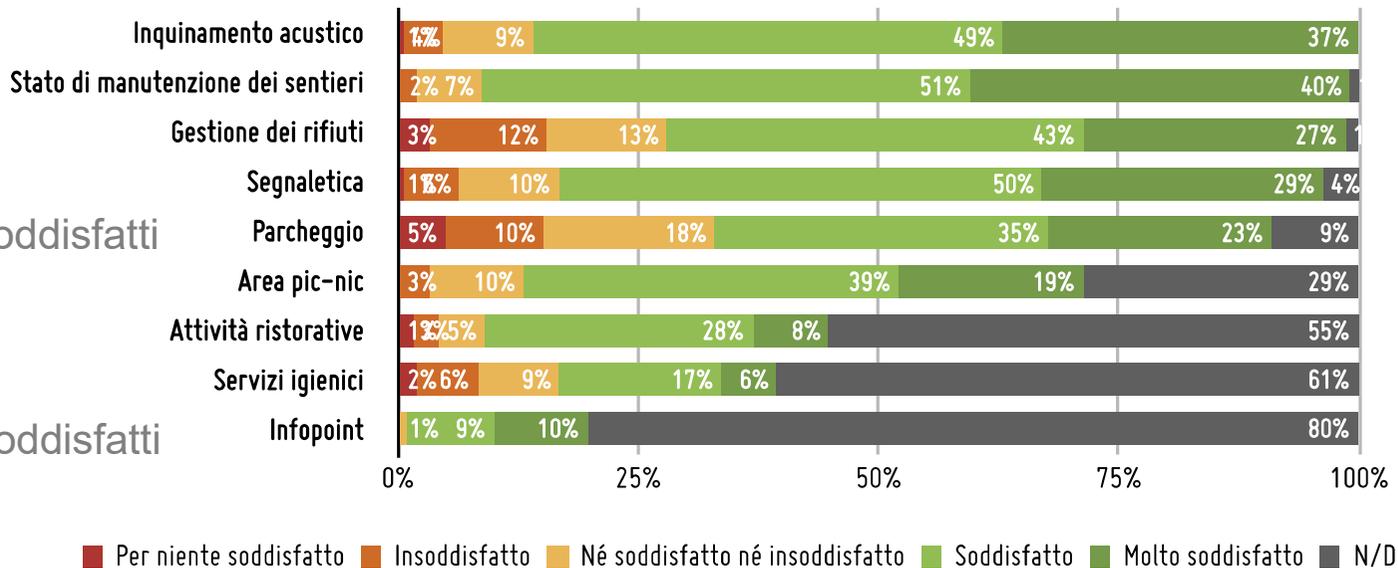
Turisti che non hanno saputo valutare l'infopoint

15%

Turisti che non sono stati soddisfatti della gestione dei rifiuti

15%

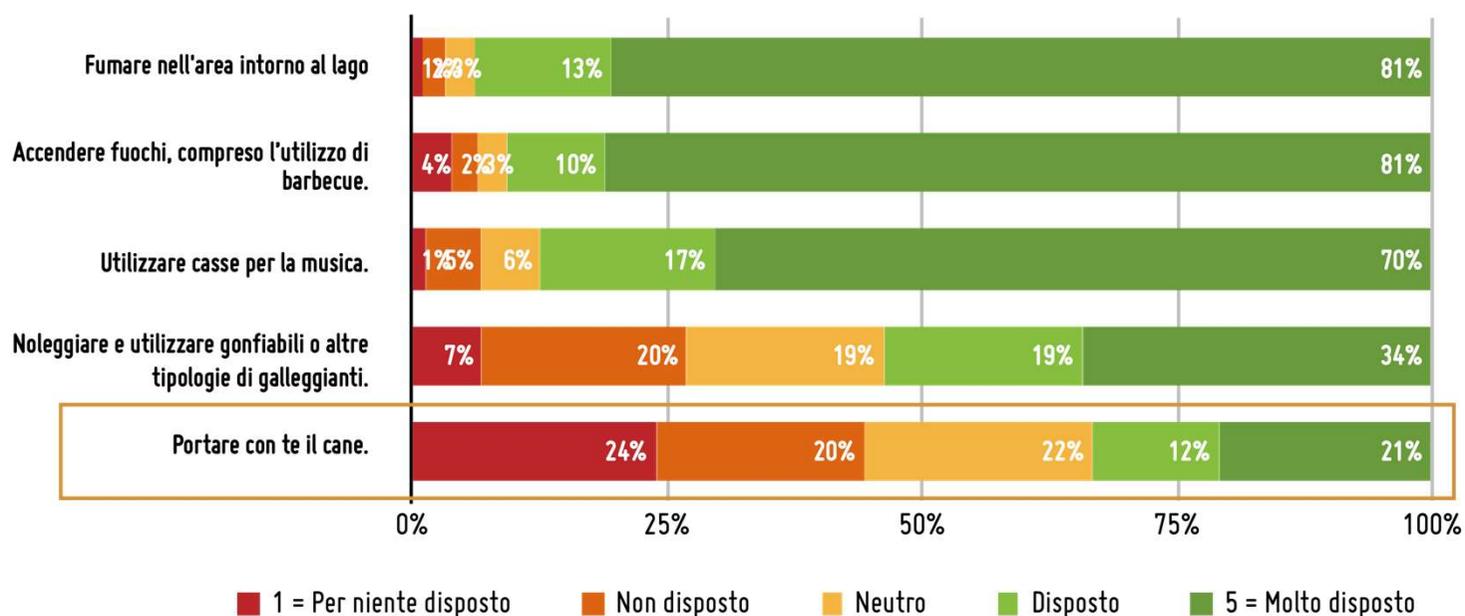
Turisti che non sono stati soddisfatti dai parcheggi



# Campione totale: 535 rispondenti

È stato chiesto ai turisti quanto sono disposti a rinunciare ad alcuni aspetti, che verranno applicati con l'introduzione della Riserva Naturale Locale.

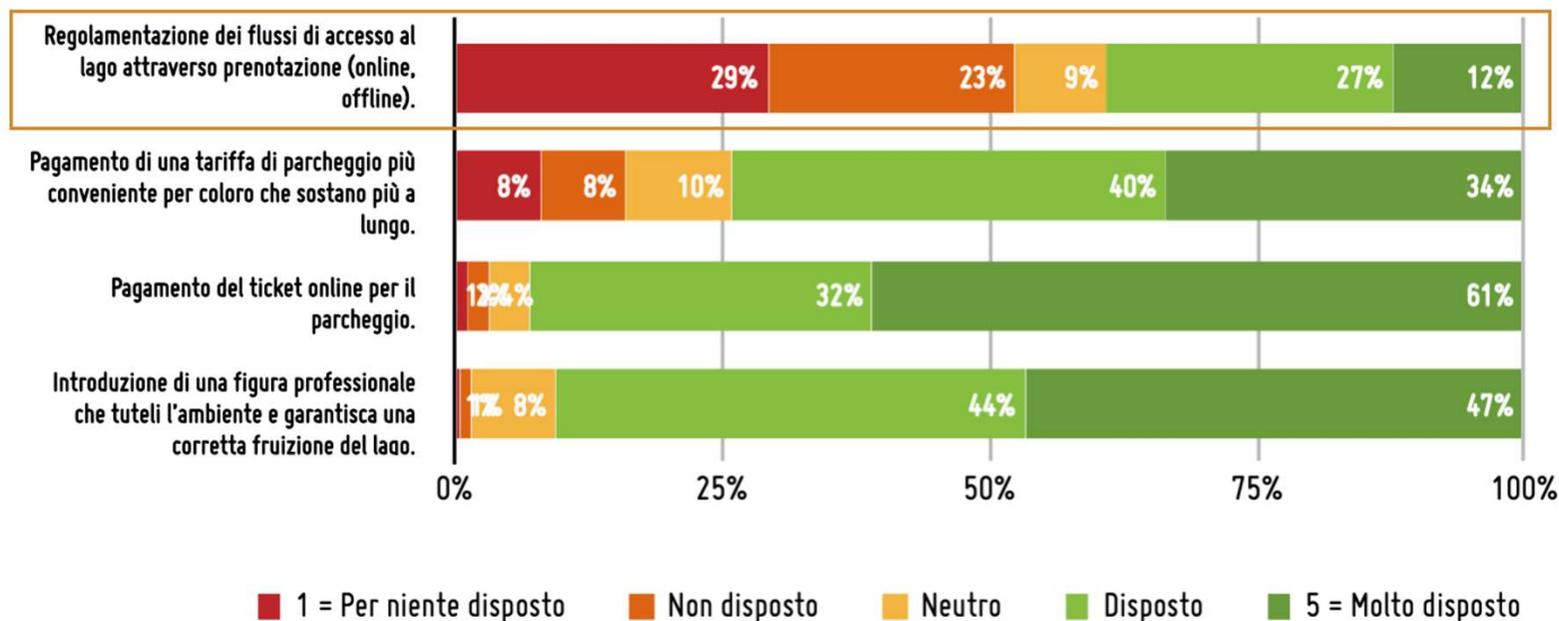
## DISPOSIZIONE A RINUNCIARE AI SEGUENTI ASPETTI DURANTE LA VACANZA



# Campione totale: 535 rispondenti

È stato chiesto ai turisti quanto sono disposti ad accettare alcuni aspetti, inseriti all'interno del progetto strategico.

## DISPOSIZIONE A RINUNCIARE AI SEGUENTI ASPETTI DURANTE LA VACANZA



# Campione totale: 535 rispondenti

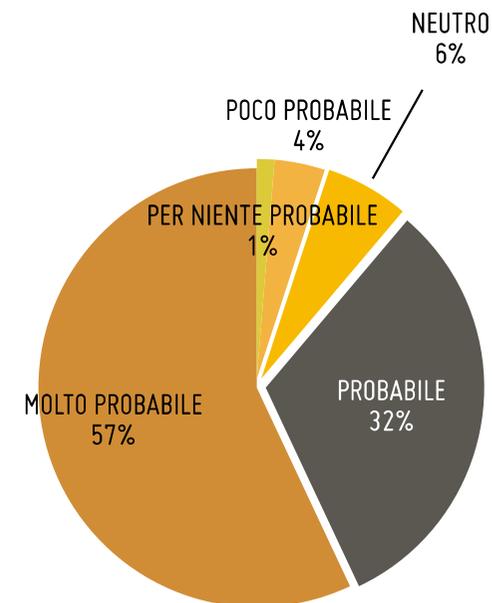
## NPS

*Detrattori: 0-6*  
*Neutrali: 7-8*  
*Promotori: 9-10*

### NET PROMOTER SCORE

DETRATTORI	NEUTRALI	PROMOTORI	NPS
2%	10%	88%	86

### VOLONTÁ DI RITORNO

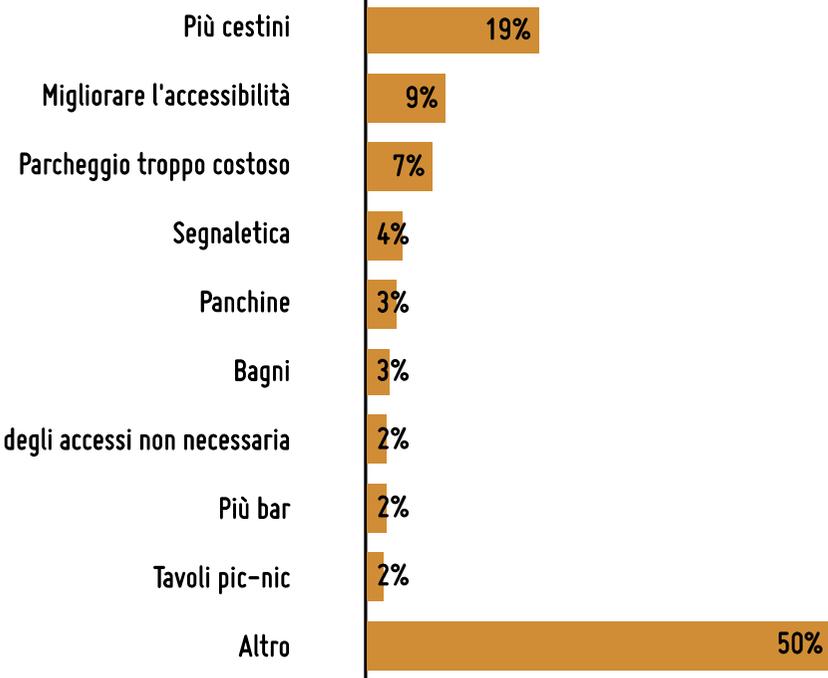


# Campione totale: 535 rispondenti

*I temi della gestione dei rifiuti e dei parcheggi tornano anche in questa sezione.*

*Una nuova e importante tematica è quella dell'accessibilità, seguita dalla segnaletica e dalla necessità di maggiori aree sosta e servizi (bagni, bar).*

## SUGGERIMENTI PER IL MIGLIORAMENTO



# Resume dell'indagine sugli ospiti

Cosa va bene



VARIETÀ DI ESPERIENZE

CONNESSIONI CON IL TERRITORIO

ELEVATO LIVELLO DI SODDISFAZIONE  
DI VISITA

BUONO STATO DI MANUTENZIONE DEI  
SENTIERI E ASSENZA DI  
INQUINAMENTO ACUSTICO



Cosa migliorare

BASSO TASSO DI VISITE AL BORGHO DI CANALE  
DI TENNO

ALTO TASSO DI UTILIZZO DELL'AUTO

ELEVATO NUMERO DI PRESENZE AD AGOSTO

PRESENZA DI PROBLEMATICHE RICORRENTI

BASSA ACCETTAZIONE RISPETTO A VINCOLI E  
RESTRIZIONI

*Presentata da Oksana Tokarchuk (Università degli Studi di Trento)*

04.



Capacità di carico

# Capacità di carico

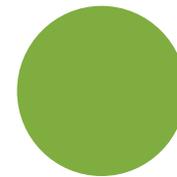
*“Il numero massimo di persone che visitano, nello stesso periodo, la località senza compromettere le sue caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socioculturali e senza ridurre la soddisfazione dei turisti.”*

Fonte: World Tourism Organization, 2014



## Livello di soddisfazione

- Risposte ai sondaggi



## Grado affollamento

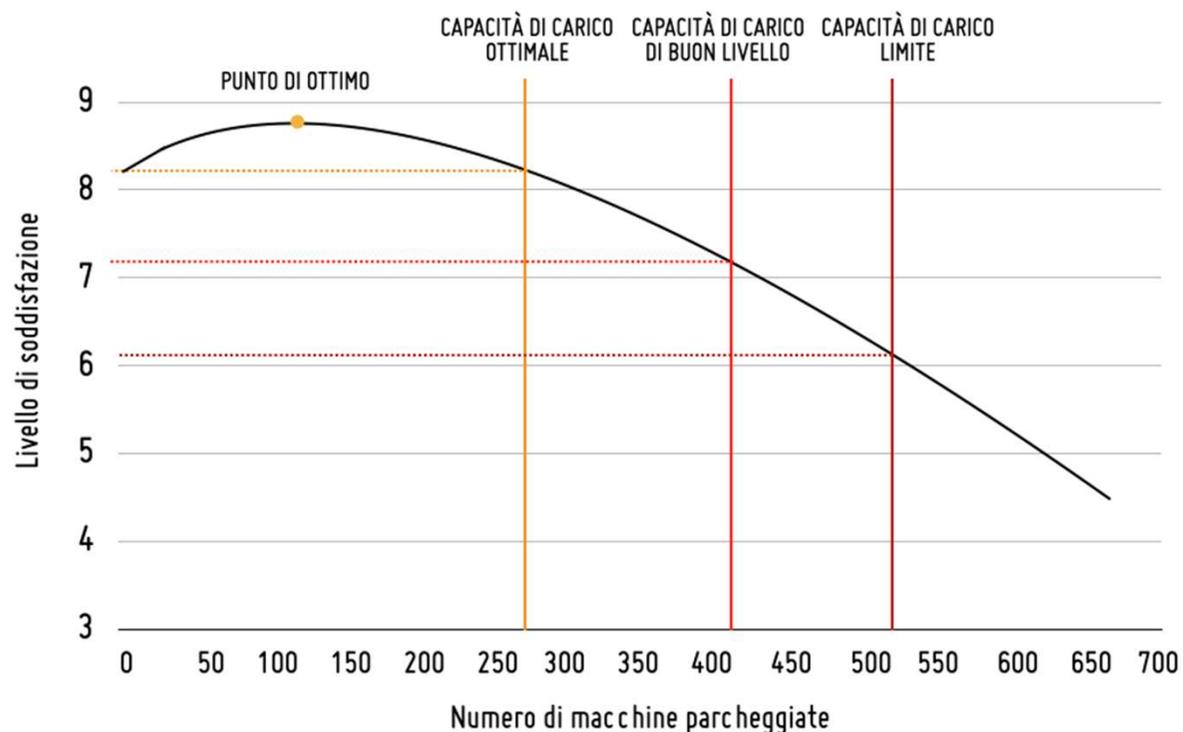
- Dati dei parcometri
- Dati delle celle Vodafone



**Approccio econometrico ai dati panel con effetti fissi**

# Capacità di carico

## CAPACITÀ DI CARICO



**PUNTO DI OTTIMO:** punto di massima soddisfazione

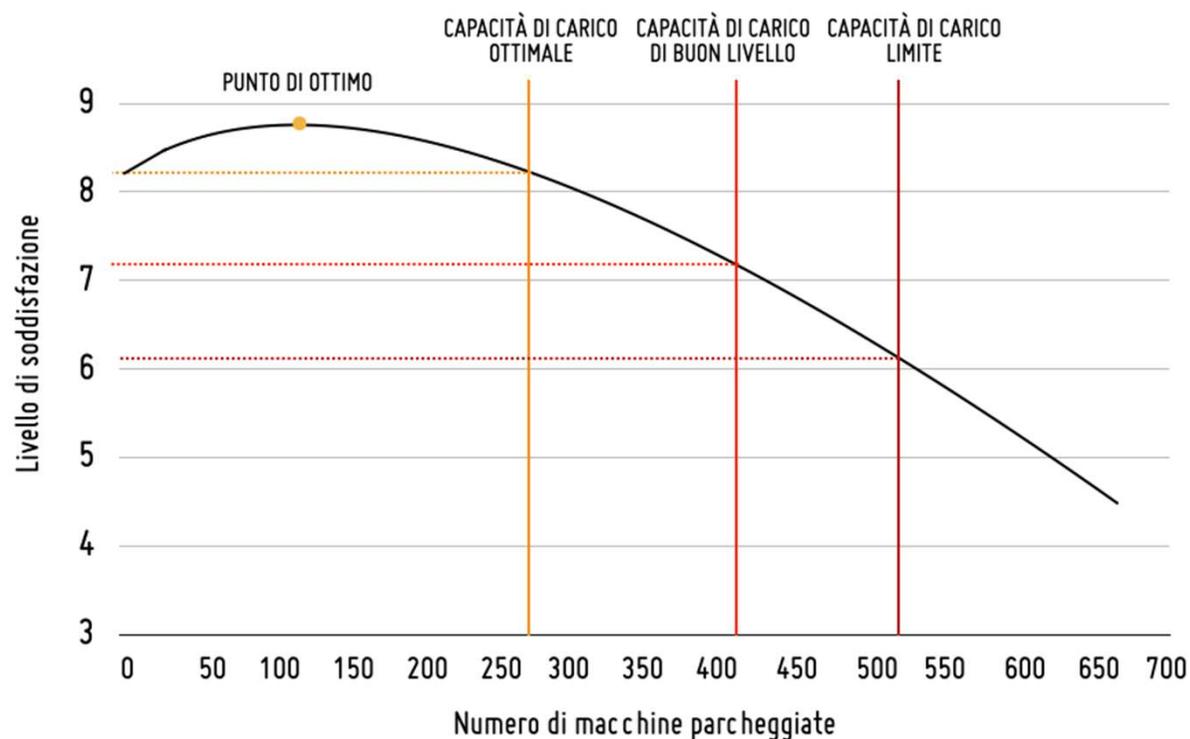
**CAPACITÀ DI CARICO OTTIMALE:** numero di parcheggi corrispondente al limite del range di soddisfazione massima

**CAPACITÀ DI CARICO DI BUON LIVELLO:** numero di parcheggi corrispondente alla soddisfazione di turisti inferiore di 1 dal massimo

**CAPACITÀ DI CARICO LIMITE:** numero di parcheggi corrispondente alla soddisfazione di turisti inferiore di 2 dal massimo

# Capacità di carico

## CAPACITÀ DI CARICO DEI PARCHEGGI



**PUNTO DI OTTIMO:** 132 parcheggi

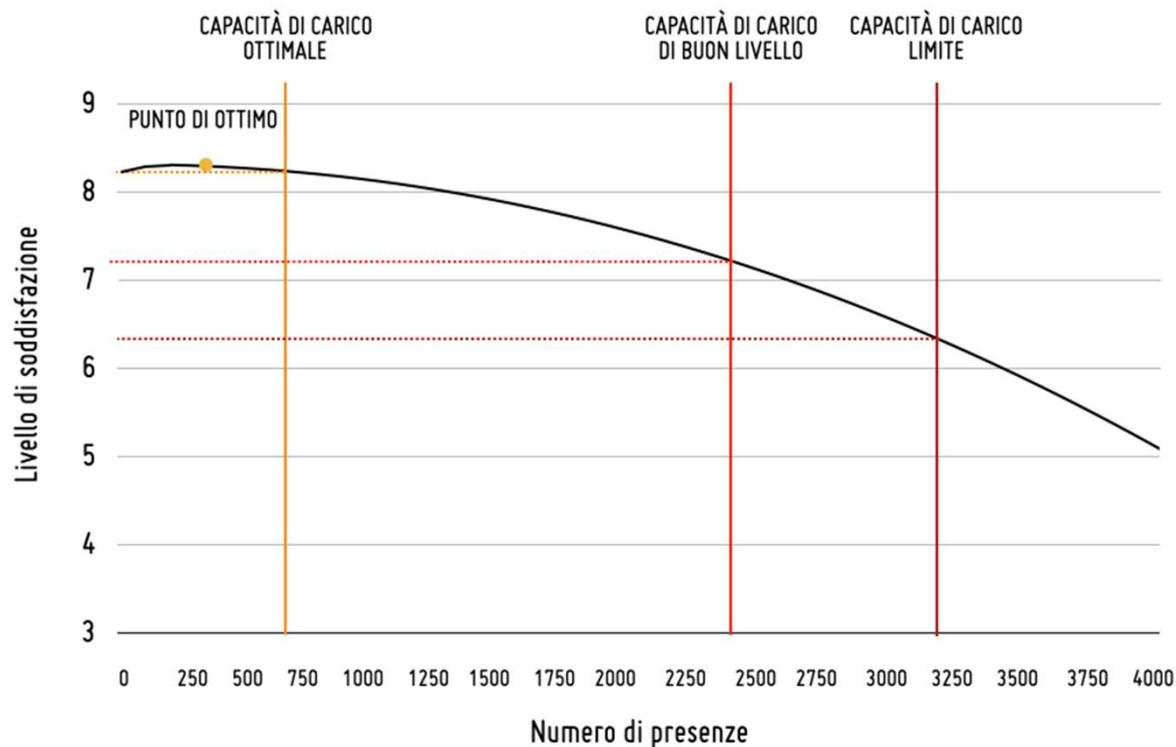
**CAPACITÀ DI CARICO OTTIMALE:** 263  
parcheggi

**CAPACITÀ DI CARICO DI BUON LIVELLO:**  
423 parcheggi

**CAPACITÀ DI CARICO LIMITE:** 522  
parcheggi

# Capacità di carico

## CAPACITÀ DI CARICO DELLE PRESENZE



**PUNTO DI OTTIMO:** 356 persone

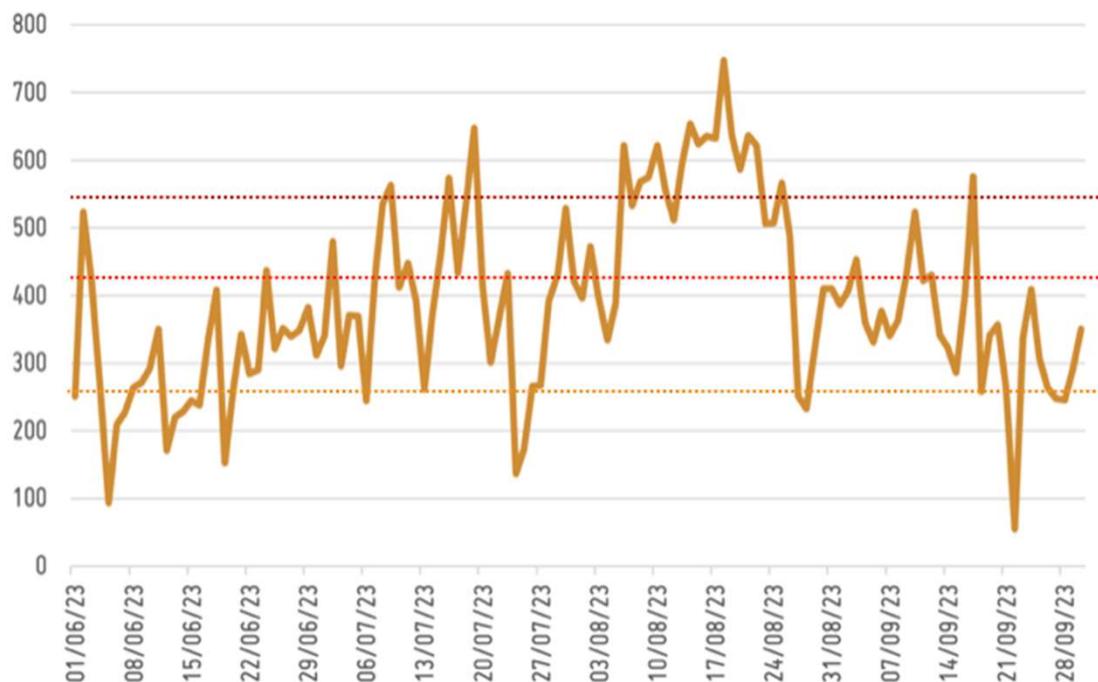
**CAPACITÀ DI CARICO OTTIMALE:** 715 persone

**CAPACITÀ DI CARICO DI BUON LIVELLO:** 2.385 persone

**CAPACITÀ DI CARICO LIMITE:** 3.204 persone

# Capacità di carico

## CONFRONTO RISPETTO AI PARCHEGGI



Capacità di carico limite: **522 macchine**



L'impostazione di questo limite avrebbe precluso l'accesso al **4% delle auto**

Capacità di carico di buon livello: **423 macchine**



L'impostazione di questo limite avrebbe precluso l'accesso all'**11% delle auto**

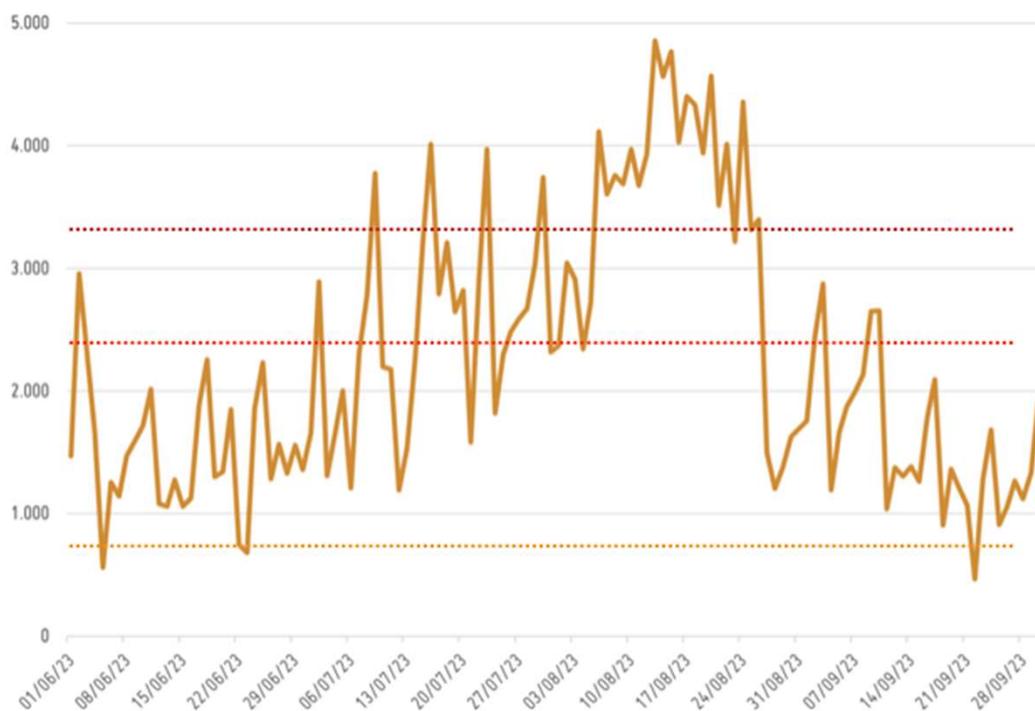
Capacità di carico ottimale: **263 macchine**



L'impostazione di questo limite avrebbe precluso l'accesso all'**80% delle auto**

# Capacità di carico

## CONFRONTO RISPETTO ALLE PRESENZE



Capacità di carico limite: **3.204 persone**



L'impostazione di questo limite avrebbe precluso l'accesso al **2% delle persone**

Capacità di carico di buon livello: **2.385 persone**



L'impostazione di questo limite avrebbe precluso l'accesso all'**18% delle persone**

Capacità di carico ottimale: **715 persone**



L'impostazione di questo limite avrebbe precluso l'accesso all'**68% delle persone**

*Presentata da Luca Bronzini (PAN Studio Associato)*



# Monitoraggio della qualità ambientale



**05.**

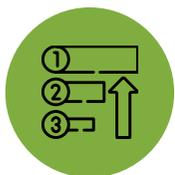
# Lago di Tenno: verso la Riserva Naturale Locale



Riassunto il **quadro conoscitivo** di **aspetti naturali e programmatici**.



Raccolto le istanze dell'**amministrazione comunale** e dei **vari portatori di interesse**.



Proposto un **quadro di valenze e funzionalità** per un piano di gestione.



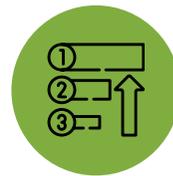
Definito gli **estremi cartografici e normativi** per l'istituzione della Riserva Locale.

# Monitoraggio della qualità ambientale

*Il piano di monitoraggio è finalizzato all'aver sotto controllo lo stato del lago, sia per aspetti naturali che di fruibilità.*



Indicazione sul **quadro storico dei dati ambientali esistenti** (balneabilità, stato chimico-fisico, qualità dell'aria, ecc.)



Indicazione degli **interventi considerati necessari e prioritari** e dei **parametri di rilievo** da approfondire in ogni tematica



Indicazione dei **costi**, dei **possibili attori** e del **cronoprogramma** del monitoraggio

# Monitoraggio della qualità ambientale

*In questa fase è stato predisposto un piano di dettaglio per i vari aspetti (balneabilità, macrofauna terrestre, flora e vegetazione, aspetti chimici e chimico-fisici dell'acqua, idromorfologia, idrobiologia) che definisce i singoli parametri, le frequenze, i costi e i possibili attori coinvolti.*

DATI	ATTORI	DOCUMENTO	PERIODICITÀ	STATO ATTUALE	PIANO FUTURO
<b>Balneabilità</b>	APSS	Bollettino di Balneazione	Annuale	Eccellente	Da mantenere
<b>Acqua: aspetti fisico-chimici e biologici</b>	IASMA/A PAN STUDIO ASSOCIATO APPA	- Caratteristiche limnologiche del lago di Tenno - Lago di Tenno Verso la Riserva Naturale Locale - Indice IFP - Monitoraggio completo dei parametri fisico-chimici e biologici	1996 2020 2012	Lago oligotrofico e in equilibrio con il contesto naturale	Il presente monitoraggio può essere utilizzato come punto di partenza completo per futuri rilievi. Non è necessario che vengano valutati tutti gli elementi qualitativi dello stato ecologico del lago (superficie <0,5 Km <sup>2</sup> )
<b>Qualità dell'aria</b>	/	/	/	Non disponibile	Non necessario vista l'assenza di emissioni inquinanti
<b>Flora, fauna e vegetazione terrestre</b>	PAN STUDIO ASSOCIATO	Lago di Tenno - Verso la Riserva Naturale Locale	2020	Non disponibile	Lo studio rappresenta solo un rilievo speditivo, quindi bisognerebbe creare un monitoraggio completo da usare come punto di partenza per rilievi futuri con determinati parametri per flora e fauna
<b>Fauna ittica</b>	Servizio Faunistico PAT	- Piano di gestione della pesca. Valli del Sarca e del Chiese - Ricerche limnologiche tridentine. Il Lago di Tenno: Ittiologia del Lago di Tenno" del Museo di Storia Naturale della Venezia Tridentina	2012 1935	Non disponibile	Il piano redatto dal Servizio Faunistico è decennale, il prossimo dovrebbe essere stato pubblicato nel 2023. A questo dovrebbe essere aggiunto il monitoraggio della fauna macroinvertebrata

*Presentata da Marco Del Frate e Stefano Pollini (Camera di Commercio di Trento)*



CAMERA  
DI COMMERCIO  
INDUSTRIA  
ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA  
DI TRENTO

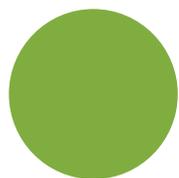
**Pronti all'impresa**



# Mappatura dell'offerta ristorativa

**06.**

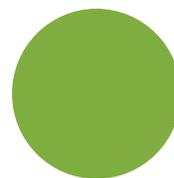
# Metodologia



## Questionario agli operatori

Tematiche:

- Tipologie di servizi
- Menù proposti
- Gestione del personale
- Ospiti
- Promozione istituzionale
- Conoscenza e utilizzo di prodotti trentini
- Vendite e approvvigionamento
- Sostenibilità
- Presenza online



## Interviste con operatori e testimoni privilegiati

Tematiche trattate con gli operatori (9):

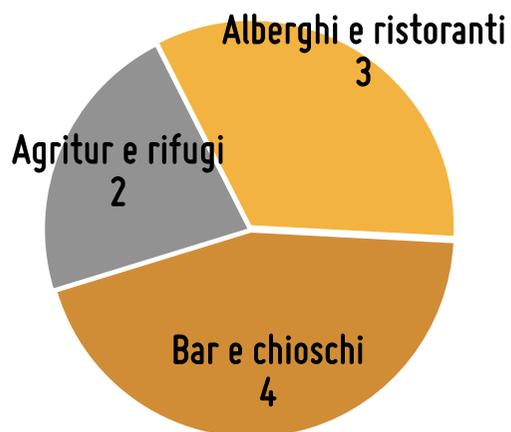
- Attività
- Uso di prodotti trentini
- Opinioni riguardo il progetto strategico

Tematiche trattate con i testimoni privilegiati (12):

- Opinioni riguardo il progetto strategico

# Questionario agli operatori

Realizzata tra ottobre e novembre 2023



- Gli esercizi sono tutti posizionati nell'area del lago.
- Tra coloro che presentano un'offerta culinaria, il 50% serve Cucina trentina, il 33% Cucina Classica e il 16% Pizza.
- Tutti gli esercizi hanno ampliato il loro periodo di apertura alle ali di stagione, il 56% anche al periodo dei Mercatini di Natale.

# Questionario agli operatori

## Cosa va bene



Conoscenza diffusa dei prodotti trentini.

Offerta di una selezione di vini di alta qualità, la quale è riconosciuta dai consumatori.

Presenza di flussi turistici consolidati.

Elevata predisposizione nel fare rete tra operatori.



## Cosa migliorare

Mancanza di attenzione agli aspetti legati alla sostenibilità.

Distribuzione disomogenea dei punti ristoro.

Assenza di una rete di fornitura locale di produttori a km0.

Area bevande - vino sfuso, poca birra artigianale, acqua minerale in bottiglia.

# Interviste agli operatori

## MENO PROMOZIONE PIÙ GESTIONE

La gestione del lago, allo stato attuale delle cose, dev'essere una linea d'azione prioritaria rispetto alla promozione.

## SCELTE RADICALI

Questa necessità di gestione implica anche la possibilità di adottare soluzioni di gestione forti e coraggiose, con una possibile riduzione degli accessi a favore di un miglior benessere e soddisfazione.

## CONTRADDIZIONI – PONTE TIBETANO

L'inserimento del ponte tibetano è sembrato a molti una scelta in contrasto con l'istituzione di una Riserva Naturale Locale a causa del suo effetto promozionale.

## CONTRADDIZIONI – RISERVA NATURALE LOCALE

L'istituzione della Riserva, a causa della scarsa comprensione del suo significato, causa preoccupazioni: c'è chi teme, infatti, che a causa sua istituzione, non vengano curati i servizi esistenti che necessiterebbero miglioramenti (es. rifiuti, bagni).

# Interviste agli operatori

## CONTRADDIZIONI - EMAS

Il mancato rinnovo della certificazione EMAS è parso come un mancato interesse nei confronti della stessa, a causa della mancanza di comunicazione rispetto ai reali motivi del ritardo nel rinnovo.

## OLTRE I PARCHEGGI

Si evidenzia la necessità di ridurre l'uso dell'auto privata, incentivando il trasporto pubblico e valorizzando i sentieri pedonali.

## CONTROLLI

Sono stati richiesti maggiori controlli e presenza di personale qualificato per far rispettare le norme, soprattutto in relazione al campeggio abusivo e al rispetto dell'ambiente.

## IL PERSONALE: UNA PIACEVOLE SORPRESA

Alcune strutture riescono a fidelizzare i lavoratori stagionali nonostante le difficoltà generali nel settore.

# Considerazioni finali

- Comunicare in maniera efficace la Riserva Naturale Locale
- Stimolare la conoscenza reciproca tra ristoratori attraverso legami fiduciari e formazione
- Supportare l'imprenditoria locale
- Migliorare l'accesso al lago attraverso il progetto di riqualificazione dei parcheggi
- Potenziare la promozione dei mezzi pubblici
- Coinvolgere associazioni di volontari e comitati locali
- Gestire in maniera intelligente e professionale il periodo di transizione

*Presentata da Elisabetta Plotegher (HandiCREA)*



07.

Mappatura  
dell'accessibilità

# Metodologia

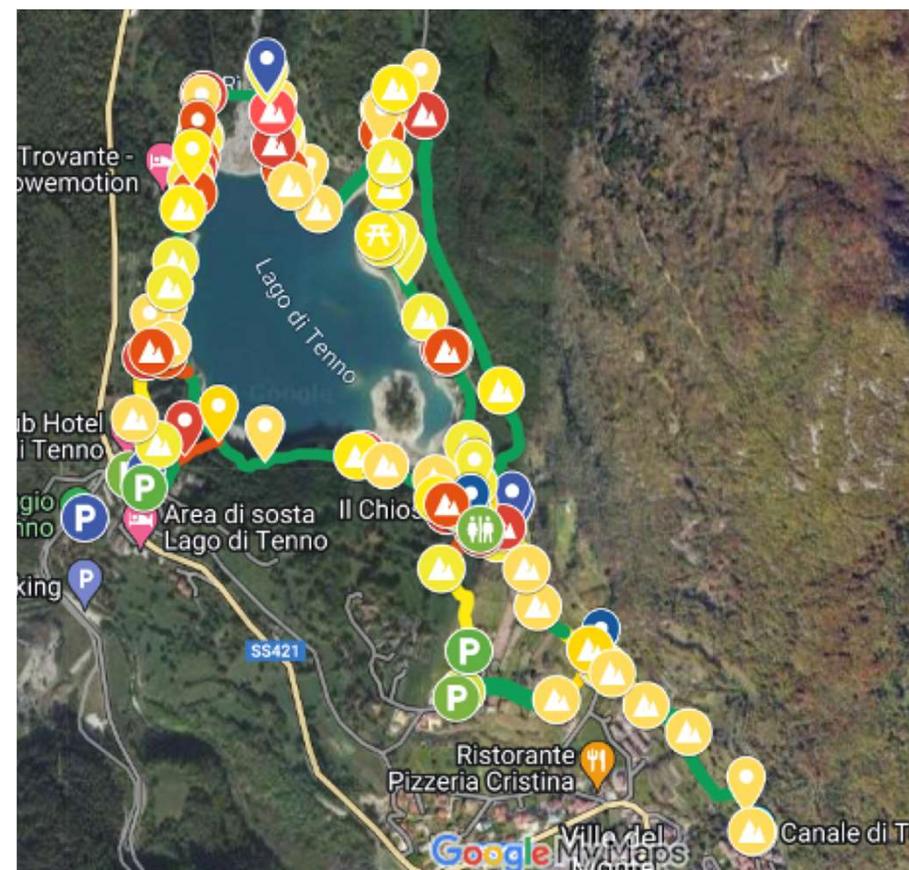
## SOPRALLUOGO E RILIEVO

Vengono considerati tutti gli aspetti che influiscono sulla visita del luogo:

- PARCHEGGI RISERVATI E NON
- FERMATE MEZZI PUBBLICI
- LUNGHEZZA, PAVIMENTAZIONE E PENDENZE PERCORSO
- BAGNI DEDICATI PUBBLICI
- PUNTI SOSTA/RISTORO
- LUOGHI CULTURALI

## RESTITUZIONE DATI

Report finale con suggerimenti migliorativi  
Mappa GPS completa di materiale fotografico e planimetrico



# Percorsi mappati

- Percorso intorno al lago e collegamento con Canale di Tenno
- Percorso nel borgo di Canale di Tenno e spazi culturali
- Collegamento tra il centro di Tenno e Ville del Monte
- Percorso nel borgo di Frapporta
- Percorso «Un paese e i suoi mestieri» nel borgo di Pranzo
- Percorso dal parcheggio al Rifugio San Pietro

*Presentata da Arch. Davide Fusari*

**Davide  
Fusari**  
ARCHITETTO



**08.**

**Contributo del Comitato  
la Cultura architettonica  
e il paesaggio e prossimi  
passi**

# Contributo del Comitato

- Il progetto dovrà essere portato avanti da un **team composto da competenze e approcci disciplinari distinti** (urbanistici, architettonici, naturalistici).
- Riorganizzare gli spazi urbanizzati posti in adiacenza alla viabilità, **eliminando, anche parzialmente, gli stalli nel piazzale**. Al loro posto, posizionare una **pavimentazione di pregio con alberature ad alto fusto**, ed individuare soluzioni alternative per **garantire una viabilità alle strutture ricettive**.
- **Riqualificare il parcheggio sottostrada** con pavimentazioni permeabili e rinverdite, presenza di alberatura ad adeguati movimenti di terra.
- **Ridefinire gli accessi al lago**, la **segnaletica** e gli eventuali elementi di supporto alla fruizione degli spazi in modo tale da ridurre **gli elementi di artificializzazione**.
- Creare, lungo la sponda, degli ambiti **preclusi all'accesso** dei visitatori, **per restituire il suolo alla vegetazione**.











Cosa emerge?





# Piano operativo di gestione

ASSI STRATEGICI	INTERVENTI PROGETTUALI	STATO	LIVELLO PRIORITÀ
1. ORDINE	1.1 DEFINIZIONE DI UN PIANO PARCHEGGI	Confermato	Molto alto
	1.2 POTENZIAMENTO ARREDO PARCHEGGI	Confermato	Molto alto
	1.3 DEFINIZIONE PERCORSI DI ACCESSO AL LAGO	Confermato	Alto
	1.4 PROGETTAZIONE PIAZZA PEDONALE DI ACCESSO	Confermato	Alto
	1.5 PROGETTAZIONE PORTALE DI ACCESSO AL LAGO	Da considerare	Basso
	1.6 REGOLAMENTAZIONE DEI FLUSSI DI ACCESSO	Confermato	Alto
	1.7 CODIFICA DI PERCORSI FRUIZIONE DEL LAGO	Da considerare	Medio
	1.8 GESTIONE DEI RIFIUTI NELLA FASCIA LAGO	Nuovo	Molto alto
	1.9 ARREDO FASCIA LAGO	Nuovo	Medio
	2.0 MONITORAGGIO AMBIENTALE	Nuovo	Basso
2. FRUIBILE	2.1 POTENZIAMENTO TRASPORTI	Confermato	Alto
	2.2 CREAZIONE DEPOSITO BIKE E ATTREZZATURE	Confermato	Alto
	2.3 PUNTI DI RICARICA/MANUTENZIONE EBIKE-BIKE	Da considerare	Medio
	2.4 AVVIO DI UN PROGETTO SPECIFICO PER LA RISTORAZIONE	Nuovo	Alto
	2.5 PROGETTO DI SEGNALETICA COORDINATA	Confermato	Molto alto
	2.6 VALORIZZAZIONE PERCORSO LAGO - BORGO	Confermato	Alto
	2.7 FRUIZIONE DELLA ZONA LAGO	Confermato	Alto
	2.8 PROGETTO DI TURISMO ACCESSIBILE	Nuovo	Molto alto
3. LABORATORIO	3.1 DEFINIZIONE DELLA FIGURA DI RANGER	Confermato	Alto
	3.2 DEFINIZIONE DI UN LABORATORIO EDUCATIVO	Confermato	Medio
	3.3 "TENNO RACCONTA"	Da considerare	Medio
	3.4 COSTRUZIONE PROGRAMMA DI MKTG ANALITICO	Confermato	Alto



# Prossimi passi

La conclusione di questa seconda fase segna il **momento di passare all'operatività**: da un lato, sarà necessario mettere in atto delle **azioni con un basso livello di complessità**, e dall'altro completare lo studio con **ulteriori approfondimenti**. Tutte queste azioni mirano a raggiungere un obiettivo condiviso e fondamentale:

**”Una Tenno che tutela il proprio territorio, per il residente e per l'ospite, favorendo una fruizione consapevole e di qualità”**



# Il tuo feedback



CAMERA  
DI COMMERCIO  
INDUSTRIA  
ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA  
DI TRENTO  
*Pronti all'impresa*



UNIVERSITÀ  
DI TRENTO

