



PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Osservatorio Provinciale per il Turismo

**Turisti, escursionisti, residenti
sui laghi di Garda
e di Levico e Caldonazzo**

Ricerca a cura di Gianfranco Betta e Paolo Maccagnan

Stesura Rapporto di ricerca

Gianfranco Betta: Introduzione e sintesi dei principali risultati, cap. 3

Marco Franceschini par. 3.3.13

Paolo Maccagnan: capp. 1, 2, 4

Tabelle e grafici

Paolo Maccagnan

Elaborazione dati

Cristiano Santinello

Editing

Anna Sievers

PRESENTAZIONE - Tiziano Mellarini (Assessore all'Agricoltura, Foreste, Turismo e Promozione PAT)	5
INTRODUZIONE E SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI	7
1. IL TURISMO LACUALE IN ITALIA	25
2. I LAGHI DEL TRENTINO	32
2.1 Il Garda trentino	32
2.1.1 Domanda	32
2.1.2 Offerta.....	35
2.2 Valsugana	37
2.2.1 Domanda	37
2.2.2 Offerta.....	41
3. I FREQUENTATORI DEI LAGHI DI GARDA, LEVICO E CALDONAZZO	43
3.1 Metodologia della ricerca	43
3.2 Il Garda	45
3.2.1 I turisti sul Garda	45
3.2.2 Gli escursionisti sul Garda.....	57
3.2.3 I residenti sul Garda	62
3.3 I laghi di Levico e Caldonazzo in Valsugana	64
3.3.1 I turisti dei laghi di Levico e Caldonazzo. Italiani e stranieri.....	64
3.3.2 Gli escursionisti sui laghi di Levico e Caldonazzo.....	71
3.3.3 Escursionisti di rimbalzo. Turisti del Trentino sui laghi di Levico e Caldonazzo.....	75
3.3.4 I residenti ai laghi di Levico e Caldonazzo	79
3.3.5 Turisti e sostenibilità	81
3.3.6 I turisti sportivi sul Garda	85
3.3.7 I turisti sportivi sui laghi di Levico e Caldonazzo	89
3.3.8 Un'analisi dei turisti sul Garda per età.....	93
3.3.9 Un'analisi dei turisti sui laghi di Levico e Caldonazzo per età.....	100
3.3.10 I turisti con famiglia e figli sul lago di Garda	106
3.3.11 I turisti con famiglia e figli sui laghi di Levico e Caldonazzo.....	109
3.3.12 Analisi delle corrispondenze.....	111
3.3.13 Un'analisi dei frequentanti i laghi di Levico e Valsugana e il lago di Garda in alta e bassa stagione	117
4. LA VOCE DEGLI OPERATORI	129
4.1 Il Garda	129
4.2 I laghi di Levico e Caldonazzo in Valsugana	133
ALLEGATI	139
Questionario ricerca sul turismo lacuale in Trentino.....	141
Operatori intervistati.....	171
Ipotesi di campionamento	173

INDICE DELLE FIGURE

TABELLE

Tabella 1: Intervistati per tipologia. Turisti. Escursionisti. Residenti	44
Tabella 2: Turisti dei comuni rivieraschi per provenienza	44
Tabella 3: Turisti Intervistati in primavera (maggio - giugno) ed estate (luglio - settembre)	45
Tabella 4: Comportamento nella quotidianità.....	82
Tabella 5: Opinioni in vacanza	83
Tabella 6: Comportamenti in vacanza.....	84
Tabella 7: Analisi delle corrispondenze Lago di Garda.....	113
Tabella 8: Analisi delle corrispondenze laghi di Levico e Caldonazzo.....	116

GRAFICI

Grafico 1: Trend arrivi nelle località lacuali.....	27
Grafico 2: Trend presenze nelle località lacuali	28
Grafico 3: Stagionalità del movimento turistico nelle località lacuali.....	30
Grafico 4: Trend arrivi nell'ambito del Garda trentino	33
Grafico 5: Trend presenze nell'ambito del Garda trentino	33
Grafico 6: Trend arrivi nell'ambito della Valsugana.....	37
Grafico 7: Trend presenze nell'ambito della Valsugana.....	38
Grafico 8: La permanenza al lago è la vacanza	46
Grafico 9: Importanza assegnata dal vacanziero lacuale*	47
Grafico 10: Importanza assegnata dal vacanziero lacuale*	48
Grafico 11: Soddisfazione espressa dal vacanziero lacuale*	49
Grafico 12: Soddisfazione espressa dal vacanziero lacuale*	50
Grafico 13: Attività svolte al lago	52
Grafico 14: Attività svolte al lago	53
Grafico 15: Attività svolte nell'ambito*	54
Grafico 16: Frequentazione ambito e lago	65
Grafico 17: Spesa media giornaliera procapite	70

Presentazione



La presenza di laghi, nel territorio trentino, è davvero notevolissima, superiore alla media delle altre aree alpine.

Caratterizzati da ottime condizioni delle acque e dalla bellezza dell'intero contesto, i laghi trentini sono circa 300. I bacini più grandi sono costituiti dalla parte trentina del Garda e dai

laghi di Levico e Caldonazzo, i quali presentano temperature estive assai favorevoli alla vita da spiaggia, oltre che alla pratica, anche intensa, di attività sportive.

Questo studio pone una specifica attenzione proprio alle realtà balneabili, tipologia di offerta che esprime una notevole parte del movimento turistico in Trentino, una quota vivace dei suoi ospiti che nella stagione tardo-primaverile ed estiva premia il territorio con una interessante presenza e particolare apprezzamento.

Gli ospiti del Garda e dei due laghi dell'Alta Valsugana, Levico e Caldonazzo, sono stati analizzati con attenzione, per conoscerne caratteristiche e dinamiche, comportamenti, stili di vita. Ne emergono informazioni assai interessanti, che non mancano sia di focalizzare le similitudini che le notevoli differenze nel profilo di questi ospiti.

C'è l'ospite che vive il lago e le sue rive in modo analogo a quanto avviene sulle spiagge marine. C'è anche chi lo interpreta come area salubre, dove praticare soprattutto una attività fisica o uno sport, oppure come piacevole base di partenza per fare trekking nei dintorni. Infine c'è chi apprezza il lago ed il suo microcosmo soprattutto come elemento paesaggistico, sorta di piacevole e seducente "genius loci" che caratterizza le località alpine.

Informazioni e indicazioni preziose, dunque, utili ai numerosi operatori interessati a quel contesto naturalistico, culturale, sportivo e turistico - davvero speciale - che è il "lago trentino" d'estate.

Costumi e consumi che vanno studiati per conoscere la domanda e per capire "che cosa" ricercano i turisti e dunque adattare e riformulare alla luce di queste considerazioni l'offerta turistica, predisponendo nuove strategie, approcci, comunicazioni, informazioni.

*Tiziano Mellarini
Assessore all'agricoltura, foreste, turismo e promozione
Provincia Autonoma di Trento*

Introduzione e sintesi dei principali risultati

I laghi come destinazione

I laghi italiani rappresentano un prodotto ed una destinazione per i turisti nazionali ma soprattutto per il mercati esteri. Sui laghi si concentra il 4% degli esercizi ricettivi italiani con il 6% dei posti letto totali. La dimensione media è quindi superiore a quella riscontrata nell'insieme delle altre strutture ricettive e risulta pari a 53 posti letto per struttura.

Riguardo ad arrivi e presenze le località turistiche dei laghi italiani raccolgono circa il 6% del totale arrivi nazionali e il 7% delle presenze, evidenziando negli anni più recenti una buona performance, seconda solo alle città d'arte.

Se però si considera la sola componente straniera, il peso turistico dei laghi sale all'8% sul totale arrivi internazionali e al 12% delle presenze totali. I laghi si caratterizzano quindi per una attrattiva maggiore nei confronti dei mercati esteri, Germania e Olanda in primo luogo.

Nel periodo 2003-2008 si è registrato un incremento della clientela straniera pari al 18%. L'insieme degli stranieri rappresenta circa il 70% del movimento totale (una percentuale superiore a quella registrata per le città d'arte dove l'incidenza straniera arriva al 60%); sempre per il periodo 2003-2008 evidenziano una permanenza stabile sulle cinque notti. Mentre gli italiani, una quota minoritaria, nello stesso periodo contraggono la loro permanenza media da quattro a tre notti.

La ricettività è multiforme

Nello stesso periodo si assiste ad un ulteriore ampliamento degli esercizi alberghieri e ad un aumento degli esercizi complementari, in percentuali superiori rispetto al resto del paese. L'offerta dei posti letto è sbilanciata sul complementare, in particolare i campeggi. Sull'offerta complessiva dei posti letto, i posti letto alberghieri pesano solamente per circa il 30%. La qualità delle strutture alberghiere risulta però mediamente più elevata del totale strutture nazionali, con un 44% di alberghi classificati a tre stelle. Negli alberghi delle località lacuali si registra anche un migliore tasso di occupazione dei posti letto (34% in ragione d'anno), mentre nel complementare questo indicatore si assesta al 17%.

Considerando le sole località turistiche del Garda trentino e di Levico e Caldonazzo, esse pesano per circa il 14% sul turismo lacuale italiano riguardo ai movimenti di arrivi e presenze. Il solo Garda, sponda trentina, pesa per il 12%.

Le aree, le stagioni

L'intero lago di Garda, rispetto alla complessiva offerta turistica registrata sui laghi italiani, evidenzia un ruolo assolutamente preponderante, coprendo circa il 75% dell'intero movimento di arrivi e presenze registrato sui laghi italiani.

Focalizzando l'attenzione sul solo Garda trentino, circa il 90% dei pernottamenti si registra tra aprile e ottobre. Si ha quindi un'unica stagione che fa registrare circa 530 mila arrivi con circa 2,3 milioni di pernottamenti complessivi nel cosiddetto ricettivo certificato, cioè tenuto all'obbligo della denuncia delle presenze turistiche. La quota di movimentazione registrata nel non certificato (secondo case e appartamenti privati non gestiti in forma imprenditoriale) risulta contenuta e fa registrare circa 300 mila pernottamenti. Nel corso del periodo 2002-2009 il Garda trentino ha fatto registrare un buon incremento di arrivi e presenze (+12%) con un andamento più marcato nel complementare (+20%) rispetto alle strutture alberghiere. Questa migliore performance del complementare è da scrivere non solamente ai campeggi ma anche alle altre realtà del complementare come agriturismi, bed & breakfast, affittacamere, ecc., che negli ultimi anni hanno avuto una crescita importante. I campeggi rivestono in ogni caso un ruolo significativo, garantendo il 60% dei posti letto dell'intero complementare.

Il Garda e gli ospiti dall'estero

L'80% dell'intero movimento è imputabile agli stranieri, e non tutti i mercati esteri hanno fatto registrare andamenti positivi. In particolare il Regno Unito evidenzia una contrazione consistente pari negli ultimi anni al 10%.

La permanenza media dei turisti stranieri è di circa cinque notti. Anche la componente italiana, minoritaria, mostra incrementi di arrivi e presenze significative nello stesso periodo considerato. E a differenza di quanto succede a livello nazionale la quota prevalente di questo movimento turistico è appannaggio delle strutture alberghiere, che intercettano circa il 70% degli arrivi e il 60% del totale pernottamenti.

Gli alberghi anche per questa ragione presentano buoni tassi di occupazione, con il 61% del totale posti letto occupati nel 2009. Gli alberghi che operano sul Garda trentino presentano anche una classificazione migliore della media provinciale. Già nel 2001 solo il 15% dei posti letto si registrava negli alberghi ad una o due stelle. Negli anni successivi questa quota è ulteriormente diminuita a favore della crescita soprattutto dei quattro stelle. Chiaramente la crescita complessiva della qualità media delle strutture ricettive è imputabile alla massiccia presenza di clientela straniera.

In Valsugana la stagione è più breve

Sui laghi della Valsugana la stagione è mediamente più breve, grosso modo da maggio a settembre, quando in questo periodo si registrano circa tre quarti degli arrivi dell'anno e il 90% del totale pernottamenti. Se si considera l'anno 2009 per il movimento certificato si hanno 138 mila arrivi e 900 mila pernottamenti a fronte di 64 mila arrivi e 500 mila pernottamenti nel non certificato. Quest'ultimo dato evidenzia la maggiore importanza di seconde case e appartamenti privati non gestiti in forma imprenditoriale registrati in quest'area rispetto al Garda trentino.

Per il solo certificato nel periodo 2002-2009 si registra un incremento di arrivi analogo a quello del Garda trentino (12%), ma l'incremento dei pernottamenti non è di pari entità (solamente l'8%).

Nel non certificato, pur dovendo trattare questi dati con estrema cautela trattandosi di stime, si sarebbe registrato per lo stesso periodo addirittura un raddoppio degli arrivi.

La permanenza media è pari a sei notti e la componente straniera pesa per circa la metà dell'intera movimentazione.

Se sul Garda trentino i turisti tedeschi rappresentavano di gran lunga la quota maggioritaria, sui laghi della Valsugana metà della componente straniera è alimentata dai Paesi Bassi.

Sempre nel periodo 2002-2009 la domanda turistica proveniente dai Paesi Bassi è cresciuta di circa il 40% sia negli arrivi che nelle presenze.

Un'altra differenza rispetto al Garda trentino si riscontra in riferimento ai diversi andamenti fatti registrare negli alberghi e nel complementare. I primi perdono peso in modo consistente in pochi anni: intercettavano il 49% delle presenze nel 2002, scendono al 41% nel 2009.

Il tasso di occupazione dei posti letto fatto registrare nelle strutture ricettive alberghiere (43% in ragione d'anno) è largamente inferiore a quanto registrato sul Garda. Viceversa il tasso di occupazione dei campeggi appare in costante crescita e nel 2009 risultava pari al 35% dei posti letto totali nell'arco dell'anno.

L'offerta complessiva dell'area è garantita da 138 strutture ricettive con 15 mila posti letto. La maggioranza di queste strutture ricettive sono alberghi (88 strutture), ma in termini di posti letto i campeggi prevalgono.

Negli ultimi anni si è assistito, per quanto riguarda le strutture ricettive alberghiere, ad una contrazione del loro numero con una perdita di posti letto in tutti i comuni dell'area.

Metodologia della ricerca

Nel corso delle stagioni turistiche 2008 e 2009 sono state effettuate delle interviste ad un campione di frequentanti le spiagge dei laghi di Garda (parte trentina, sponda settentrionale) e di Levico e Caldonazzo.

*Residenti, escursionisti,
turisti...*

Il campione è stato definito sulla base del numero di arrivi turistici registrati nel corso del 2007 nei due ambiti del Garda e dei laghi della Valsugana, stratificato per italiani e stranieri e per mese per il periodo da maggio ai primi giorni di ottobre, con un'ipotesi di un errore stimato di poco superiore all'8%.

L'aver privilegiato la spiaggia come luogo della rilevazione già in fase di progettazione, è stato motivato dalla necessità di stimare non solo i turisti, ma

anche, per la prima volta, l'incidenza di escursionisti di giornata e residenti tra coloro che frequentano i laghi.

Pur trattandosi di un questionario abbastanza complesso non si sono riscontrate reazioni negative e i casi di diniego all'intervista sono stati molto rari.

La ricerca, intercettando turisti ma anche escursionisti e residenti ha permesso di rilevare modalità diverse di fruizione della risorsa lago, comportamenti e opinioni diverse riguardo i temi trattati dalla ricerca. Tra gli altri obiettivi la ricerca intendeva verificare opinioni e comportamenti riferite alla sostenibilità ambientale sia in vacanza che nel luogo di residenza.

Pur scontando con ogni probabilità un processo di autoselezione degli intervistati, in quanto costoro sono stati intercettati sulle spiagge dei laghi, non c'è dubbio che chi sceglie di fare una vacanza al lago di Garda o ai laghi di Levico e Caldonazzo pone l'esperienza lago come momento centrale dell'intera vacanza. Basti considerare il tempo trascorso in spiaggia rispetto alla durata totale della vacanza.

Lago di Garda

Vita da spiaggia

Su 9,2 notti di durata della permanenza sul Garda, dichiarata dai turisti stranieri intervistati, ben 8,3 giornate sono trascorse in spiaggia. Sette turisti su dieci trascorrono due terzi di tutto il tempo vacanza sulle spiagge del lago. Ma il lago, nell'offerta vacanza, non è centrale solo per questo motivo. Per la maggior parte degli intervistati la vacanza al lago si caratterizza come la vacanza principale dell'anno, o quantomeno del periodo estivo.

Il lago si caratterizza come una vacanza da ripetere nel tempo. Basti pensare che tra gli stranieri nonostante l'incidenza del turismo intermediato, che non facilita un processo di fedeltà alla destinazione, solo il 40% risultano *newcomer*, cioè giunti per la prima volta, sul lago di Garda.

Il turista che frequenta il lago e le sue spiagge è prioritariamente interessato al contesto ambientale e paesaggistico, ad una spiaggia pulita e accessibile, alla qualità e balneabilità dell'acqua. Queste aspettative, stando ai giudizi espressi, risultano ampiamente soddisfatte. Meno soddisfazione si esprime invece sui prezzi praticati e sulle misure di politica ambientale. I turisti stranieri risultano molto soddisfatti anche per le opportunità di carattere sportivo e l'offerta enogastronomica.

Traffico, mobilità e curiosità

Le principali esternalità negative rilevate, più che il sovraffollamento in spiaggia o nella località, riguardano il traffico e la mobilità. Quasi la metà dei turisti intervistati li reputa eccessivi o elevati.

Circa un quarto dei turisti presenti sul lago di Garda ha acquistato un pacchetto turistico. Il 23% ha utilizzato per i propri spostamenti anche l'aereo. Nella scelta della struttura ricettiva, sia che si tratti di albergo o campeggio, data l'importanza rivestita dalla permanenza in spiaggia, importante è che essa sia quanto più vicina al lago.

I turisti intervistati, sulle attività praticate, possono essere suddivisi in due gruppi principali. Un gruppo maggioritario, dove si raccoglie anche la gran parte dei turisti italiani, è caratterizzato da una pratica attiva ridotta. A fronte di questo gruppo maggioritario sta una corposa minoranza di sportivi composta soprattutto da turisti stranieri.

La curiosità rispetto al territorio che anima questi turisti è soprattutto una curiosità di corto raggio. Se proprio ci si deve muovere dalla spiaggia, in nove casi su dieci si privilegiano altre località del lago. Ad esempio, solamente il 13% del totale turisti stranieri si è recato o manifesta l'intenzione di recarsi durante la sua vacanza a Rovereto. Si tratta di un numero non irrisorio (se dovessimo riportare questa percentuale all'universo di turisti stranieri presenti sul lago durante la stagione, si tratterebbe pur sempre di 39 mila soggetti), ma che tuttavia evidenzia il non elevato interesse per visite soprattutto di natura culturale che può nutrire questo target di turisti.

Quanto si spende

La spesa media giornaliera dei turisti stranieri è pari a 84 euro, con un quinto degli intervistati posizionato in un range di spesa compreso tra i 90 e i 120 euro. Mentre la componente italiana dichiara una spesa media giornaliera pari a 66 euro.

L'età media risulta di 46 anni, ma la distribuzione d'età risulta molto ampia con gruppi consistenti di giovani cui si contrappone una quota altrettanto rilevante di senior.

Il rapporto con l'ambiente

Uno degli obiettivi che la ricerca si poneva era di indagare anche i comportamenti e le opinioni sulla corretta gestione ambientale. I turisti intervistati mostrano attenzione nel luogo di residenza soprattutto al risparmio energetico e alla raccolta differenziata dei rifiuti, meno al risparmio idrico. Più di un turista straniero su quattro conosce il marchio europeo di corretta gestione ambientale Ecolabel, contro solo il 17% dei turisti italiani.

A fronte di possibili proposte finalizzate ad una migliore fruizione della risorsa lago, i turisti intervistati si mostrano disponibili nei confronti di misure di limitazione del traffico, ma decisamente contrari a forme di limitazione nell'accesso alla spiaggia o all'introduzione di ticket d'ingresso: solo un turista su dieci si dichiara d'accordo o possibilista su questa misura.

Non si registra peraltro nemmeno un consenso unanime sul divieto di utilizzare barche a motore sul lago di Garda (ovviamente esclusa la navigazione di linea),

Gli escursionisti in spiaggia

estendendo all'intero lago le limitazioni poste da oltre un decennio sulla parte trentina del lago. Tre turisti su dieci si dichiarano nettamente contrari a questa ipotesi.

Una seconda componente intercettata sulle spiagge del lago di Garda è composta da escursionisti di giornata. Una parte di costoro, circa un quarto del totale intervistati, sostituisce una vacanza estiva con frequenti giornate trascorse al lago.

Fra coloro che faranno una vacanza durante il periodo estivo, il lago come destinazione raccoglie le stesse preferenze della montagna, indice che anche tra gli escursionisti di giornata il lago riveste una relativa centralità come motivazione di vacanza. Non a caso, considerando gli ultimi tre anni prima dell'intervista, un terzo di questi escursionisti aveva organizzato la sua vacanza principale proprio su un lago.

Al pari dei turisti, come questi ultimi anche gli escursionisti assegnano la maggiore importanza agli stessi aspetti individuati dai turisti: accessibilità alla spiaggia, pulizia, balneabilità e qualità dell'acqua. Ma a differenza dei turisti, su questi stessi aspetti gli escursionisti risultano meno soddisfatti, con differenze notevoli soprattutto sui prezzi praticati e i parcheggi pertinenziali. Gli escursionisti si mostrano anche più critici sul sovraffollamento della località e sul traffico esistente, in misura superiore agli stessi residenti.

La spiaggia del lago rappresenta il principale interesse di questa giornata di "vacanza" e sono pochi gli escursionisti "attivi" interessati ad una qualche pratica sportiva da esercitare sul lago, come il surf o la vela, o da esercitare nelle immediate vicinanze come l'arrampicata. Questa quota può essere stimata in circa un 10% del totale escursionisti intercettati sulle spiagge del lago.

Durante la stagione il lago è frequentato ripetutamente e la frequentazione avviene nella maggior parte dei casi con gli amici.

La spesa media giornaliera dichiarata dall'escursionista è pari a 24 euro.

Sostenibilità, salvaguardia del lago

Anche su questo segmento di intervistati si è indagato sul comportamento sostenibile. Le indicazioni fornite, trattandosi per la quasi totalità di escursionisti provenienti da altre località del Trentino, permettono di avere delle informazioni al riguardo da parte di residenti trentini. Gli escursionisti nella propria casa di abitazione si mostrano più attenti al risparmio idrico ed energetico rispetto ai turisti italiani, che a loro volta su questi due aspetti risultavano più virtuosi dei turisti stranieri.

Un quarto degli escursionisti dichiara di aver installato dei pannelli solari, quasi tutti di praticare la raccolta differenziata. Due terzi degli intervistati privilegiano nei loro consumi prodotti locali. Ma rispetto ai turisti stranieri anche i residenti

trentini qui intercettati come escursionisti sul lago di Garda, conoscono meno e consumano meno prodotti a marchio Ecolabel.

Più dei turisti si dichiarano d'accordo su misure di salvaguardia nell'utilizzo della risorsa lago, ma anch'essi sono nettamente contrari a qualsiasi ticket di accesso alla spiaggia. Un terzo, percentuale che non si discosta da quella dei turisti, si dichiara anche contrario alla limitazione della navigazione a motore. Risultano infine mediamente più giovani dei turisti (38 anni l'età media).

I residenti in spiaggia

In spiaggia sono stati intervistati anche dei residenti, i quali si fermano al lago per un tempo inferiore a quello fatto registrare dagli escursionisti. Anche per loro il lago significa soprattutto spiaggia, piuttosto che bagno o una pratica sportiva. Un terzo dei residenti frequenta il lago da solo, modalità che non si riscontra in questa misura né tra gli escursionisti né tra i turisti. Un altro terzo frequenta invece il lago con un gruppo di amici, modalità questa che li accomuna agli escursionisti.

Risultano insoddisfatti soprattutto sul traffico e la mobilità indotta dalla presenza dei turisti, ma sono anche meno severi degli escursionisti sulla presenza di persone in spiaggia, evidenziando paradossalmente un atteggiamento anti-turistico meno marcato di quanto espresso dagli escursionisti.

Sono anch'essi contrari a qualsiasi limitazione di accesso al lago e sono invece un po' più favorevoli di turisti ed escursionisti a limitazioni del traffico, come già registrato tra i turisti e gli escursionisti.

Anche tra i residenti un terzo si dichiara contrario alla limitazione posta per la navigazione a motore sul lago.

Laghi di Levico e di Caldonazzo

L'ospite straniero ama il lago

I turisti stranieri intervistati sulle spiagge dei laghi di Levico e Caldonazzo risultano quattro volte più numerosi dei turisti italiani. Dichiarano una durata della vacanza pari a circa 13 notti, equivalente a una permanenza media sui laghi di circa 11 notti.

Tra i turisti italiani sono relativamente più numerosi invece coloro che si fermano per una breve durata limitata a due - tre notti. Gli italiani inoltre si orientano preferibilmente su un albergo e quindi li ritroviamo soprattutto a Levico, dove si registra la maggiore concentrazione di strutture alberghiere; mentre gli stranieri preferiscono decisamente il campeggio e quindi risultano maggiormente presenti soprattutto nei comuni di Calceranica e Caldonazzo dove si trova il maggior numero di campeggi.

Come per i turisti del lago di Garda, anche in questo caso il lago è centrale come motivazione di vacanza e come tempo trascorso sulle sue rive. Più di

sette turisti su dieci considerano questa loro vacanza al lago la vacanza principale, senza differenze su questo aspetto tra italiani e stranieri.

Negli ultimi tre anni sei italiani su dieci e addirittura quattro stranieri su cinque hanno fatto una vacanza al lago. Quasi per tutti questa vacanza è stata fatta sui laghi di Levico e Caldonazzo. Si potrebbe quindi affermare che circa la metà degli stranieri intervistati e poco di più gli italiani sono turisti *repeater* cioè fedeli al Trentino, ma soprattutto fedeli al prodotto lago e in particolare ai laghi della Valsugana.

Non mancano casi di frequentazione anche del lago di Garda piuttosto che viceversa. E' cioè più facile che chi ha frequentato il lago di Garda frequenti successivamente i laghi di Levico e Caldonazzo.

Questi turisti frequentano una spiaggia del lago tutti i giorni e in otto casi su dieci ci stanno almeno mezza giornata. La metà (un po' meno gli italiani) si ferma in spiaggia addirittura tutto il giorno. E' un comportamento di vacanza di tipo balneare marino.

Gli italiani amano anche le terme

Tra i turisti italiani si registrano anche dei frequentatori delle terme.

Tra gli stranieri si registrano turisti più attivi, che utilizzano soprattutto la bici, pur non ritenendola centrale nella loro esperienza di vacanza.

Tra gli stranieri si riscontra una maggiore curiosità di frequentare e di conoscere altri luoghi. Ma come registrato sul lago di Garda, si tratta di una curiosità di corto raggio. Solo un quarto degli stranieri si spinge o dichiara l'intenzione di spingersi fino a Venezia; solo l'8% fino a Bassano. Fa eccezione la visita a Trento, che sembrerebbe coinvolgere circa sei turisti stranieri su dieci.

Sui laghi di Levico e Caldonazzo si riscontra molto meno turismo intermediato rispetto al lago di Garda. Tra gli stranieri questa condizione riguarda circa il 12% degli intervistati. Ma anche in questo caso si tratta nella maggior parte dei casi dell'acquisto di pacchetti individuali piuttosto che di una vacanza organizzata di gruppo. Quest'ultima modalità coinvolge solo il 5% dei turisti.

Soddisfazioni e delusioni

Il turista italiano si dichiara meno soddisfatto degli stranieri su una serie di aspetti, dall'offerta culturale all'enogastronomia. Le soddisfazioni più elevate sono espresse per il contesto ambientale e paesaggistico. Per la tranquillità della località. Per accessibilità e pulizia della spiaggia. Per la balneabilità, invece, i punteggi di soddisfazione tendono ad abbassarsi pur risultando ancora largamente positivi.

Le principali criticità sono evidenziate per l'animazione e il divertimento, e anche in questo caso la componente italiana appare maggiormente insoddisfatta.

La spesa media dichiarata è decisamente più bassa di quanto registrato sul Garda: 57 euro per i turisti stranieri e 68 euro per la componente italiana.

Nel confronto tra italiani e stranieri i primi spendono di più e non solamente perché in maggior misura preferiscono l'albergo.

Risultano più elevate anche le spese aggiuntive al pernottamento.

I turisti stranieri risultano invece più attenti a comportamenti sostenibili in casa, pur mostrandosi gli italiani più sensibili in fatto di risparmio idrico ed energetico.

Entrambi, turisti italiani e stranieri, si dichiarano scarsamente d'accordo su limitazioni di accesso al lago.

L'età media per italiani e stranieri è simile: 50 anni i primi, 48 i secondi.

Come per il Garda, tra gli intervistati si riscontrano anche degli escursionisti che rappresentano circa il 30% del totale intervistati. Quasi otto escursionisti su dieci sono residenti in Trentino e la quota rimanente proviene dal vicino Veneto.

Anche nel caso dei laghi di Levico e Caldonazzo si tratta di un escursionismo di giornata non occasionale, ma di frequentatori assidui: la metà si reca sui laghi della Valsugana almeno una decina di volte nel corso della stagione estiva. Tuttavia non indicano in percentuale rilevante il lago come meta della propria vacanza principale (solo il 14%). Il 15% degli escursionisti dichiara peraltro che non farà alcuna vacanza e la frequentazione ripetuta dei laghi di Levico e Caldonazzo può essere interpretabile come una misura sostitutiva della vacanza.

Anche gli escursionisti assegnano un'importanza più rilevante agli stessi aspetti evidenziati dai turisti, ma mentre su accesso e pulizia della spiaggia, ambiente e paesaggio la soddisfazione è analoga, sulla balneabilità e la qualità dell'acqua si registra una soddisfazione meno spiccata. L'insoddisfazione maggiore espressa anche dagli escursionisti si appunta sulla carenza di svaghi e divertimenti. Un 5% degli escursionisti, e si tratta della percentuale più alta tra i diversi segmenti considerati, sia su questi laghi che sul Garda, dichiara che si farà portatore di un passaparola negativo, indice almeno per costoro di una accentuata delusione.

Non è invece riscontrata una esternalità negativa riconducibile al sovraffollamento in spiaggia o nella località.

Gli escursionisti frequentano il lago preferibilmente da soli o con amici, hanno 41 anni di media e spendono mediamente circa 16 euro al giorno.

Si mostrano più attenti dei turisti al risparmio idrico ed energetico e alla raccolta differenziata. Su altri aspetti, come la conoscenza e l'acquisto di prodotti Ecolabel o bio, esprimono un comportamento che si colloca a metà strada tra i turisti stranieri, più attenti a questi aspetti, e i turisti italiani.

Anche gli escursionisti sono contrari ad ogni limitazione di accesso alle spiagge o all'introduzione di ticket d'ingresso.

*Escursionisti di rimbalzo.
Amici vicini e lontani*

Tra i turisti dei laghi di Levico e Caldonazzo sono stati registrati anche degli escursionisti di rimbalzo ovvero dei turisti che pernottano in comuni diversi da quelli lacuali. Si tratta di turisti di prossimità interessati all'offerta lago, ma che non esauriscono le loro motivazioni di vacanza in questa offerta e quindi hanno preferito una sistemazione nei comuni limitrofi.

Solo il 6% di costoro ha fatto questa scelta perché non ha trovato una sistemazione più prossima. In tutti gli altri casi questa sistemazione in comuni diversi da quelli lacuali è stata una scelta voluta.

Gli escursionisti di rimbalzo rappresentano una quota contenuta (14% del totale intervistati). Tuttavia sono un segmento meritevole di approfondimento per cogliere analogie e differenze rispetto ai turisti cosiddetti rivieraschi.

Anche tra gli escursionisti di rimbalzo si rileva un'elevata incidenza di una vacanza al lago negli ultimi tre anni: 60% dei casi, contro un 73% dei turisti rivieraschi, evidenziando come anche per costoro il lago assuma particolare importanza come destinazione di vacanza, seppure non esclusiva.

Quando frequentano il lago, dedicando una o più giornate del loro tempo vacanza, tendono a rimanerci tutto il giorno nella metà dei casi e i rimanenti tendono a fermarsi almeno mezza giornata. Sono anch'essi interessati prioritariamente ad una vacanza riposante, ma risultano moderatamente più attivi dei turisti rivieraschi. Nel caso di escursionisti di rimbalzo anche la componente italiana mostra maggiore interesse ad una proposta di vacanza attiva. Peraltro risultano anche più giovani dei turisti rivieraschi (44 anni contro 48).

Altre differenze rispetto ai turisti rivieraschi sono le seguenti. La quota di italiani risulta più elevata (non a caso risultano anche più numerosi i turisti che risiedono nelle seconde case o presso gli amici che li ospitano). Risultano più fedeli al Trentino, facendo registrare circa un quinto di primini o *newcomer*, cioè in vacanza in Trentino per la prima volta, contro una quota pari al 30% registrata tra i turisti rivieraschi. Nessuno ha utilizzato per organizzare la propria vacanza il canale di intermediazione.

Anche i turisti di rimbalzo assegnano maggiore importanza all'ambiente e al paesaggio e alla tranquillità della località. E su questi aspetti manifestano anche elevata soddisfazione. Alta soddisfazione esprimono anche sull'offerta enogastronomica.

I turisti di prossimità, o escursionisti di rimbalzo, non avvertono particolari esternalità negative riconducibili alla presenza eccessiva di turisti nelle aree lacuali.

Una quota analoga agli escursionisti di rimbalzo è rappresentata tra gli intervistati dai residenti dei comuni rivieraschi (14%). Essi frequentano il lago

fermandosi meno tempo degli altri segmenti analizzati ma non pochissimo: due terzi dei residenti si fermano almeno mezza giornata; un quinto tutto il giorno.

Vengono al lago soprattutto da soli o con amici e sono pochissimi a muoversi con famiglia e figli (solo il 14% dei casi). Sono relativamente più giovani dei turisti e degli escursionisti (35 anni l'età media, ma un terzo dei residenti ha meno di 25 anni).

Si mostrano più critici sul sovraffollamento delle spiagge, mentre non avvertono particolari problemi legati al traffico o all'eccessivo numero di turisti nella località. Si mostrano tiepidi a fronte di una proposta di accesso al lago con mezzi pubblici e a limitazioni del traffico privato. Sono decisamente contrari a qualsiasi proposta di introduzione di un ticket di accesso alle spiagge, ma nel contempo si dichiarano più possibilisti sul limitare il numero di persone che possono accedere alle spiagge: un quinto si dichiara d'accordo su questa ipotesi.

Comportamento sostenibile

Sostenibilità e coerenza

Uno degli obiettivi della ricerca nel cogliere il comportamento di sostenibilità nel luogo di residenza era finalizzato a comprendere se questi comportamenti potevano assumere un valore predittivo sul comportamento che il turista avrebbe poi tenuto sul luogo di vacanza.

In realtà la ricerca non conferma questa ipotesi. Si riscontra un comportamento mediamente più sostenibile a casa che in vacanza. Una metà degli intervistati risulta avere comportamenti in vacanza poco o per nulla sostenibili e comportamenti di corretta gestione ambientale si registrano più sul Garda che in Valsugana.

Il comportamento tenuto in casa non pare necessariamente predittivo del comportamento tenuto in vacanza o delle opinioni espresse sul tema della sostenibilità.

L'associazione positiva riscontrata esiste, ma non pare particolarmente robusta.

Sportivi sul Garda

Attivi sul Garda: metà degli intervistati

Gli intervistati che praticano una qualche attività sportiva, a prescindere dalla sua intensità, come surf, vela, arrampicata, trekking, ecc., sono stati classificati come turisti sportivi. Sul Garda poco più della metà degli intervistati (51%) rientrerebbe in questa classificazione.

Si tratta di turisti mediamente più giovani (42 anni contro i 50 dell'insieme dei turisti); soprattutto provenienti dalla Germania; di professione impiegatizia o insegnanti; in quasi sei casi su dieci la permanenza sul lago di Garda si identifica come la vacanza principale dell'anno e si tratta di una percentuale

minore di quanto riscontrato tra i non sportivi. Fra gli sportivi quasi sette su dieci hanno già fatto una vacanza sul lago nell'ultimo triennio. Di costoro tre su quattro l'hanno fatto sul Garda.

Da questo punto di vista il Garda, con le sue opportunità di praticare un'attività sportiva, induce un atteggiamento di maggiore fedeltà. Tra gli sportivi solo il 32% risulta un *newcomer* o primino del Trentino contro il 38% tra i non sportivi.

Tra i turisti sportivi si riscontrano anche meno turisti intermediati. Addirittura si rileva un 7% che per spostarsi dal luogo di residenza al lago di Garda si è servito anche (o solamente) della bicicletta: in questo caso il Garda è interpretato come meta finale di molti cicloturisti provenienti dall'area tedesca.

Gli sportivi, rispetto ai non sportivi, risultano molto più presenti nei campeggi. Stanno meno tempo in spiaggia. Sono molto più curiosi e visitano altre località. Un quarto ad esempio visita o intende visitare Verona. Ma il turista sportivo, in compenso, spende al giorno mediamente meno (75 euro contro 89 dei turisti non sportivi); e non solo per il fatto di privilegiare il campeggio.

Gli sportivi non sembrano particolarmente interessati all'offerta enogastronomica e alla dotazione di servizi della struttura ricettiva, ma su entrambi questi aspetti risultano positivamente colpiti ed esprimono un livello di soddisfazione elevato.

Avvertono la località turistica più affollata rispetto ai non sportivi e manifestano più di una criticità per quanto riguarda il traffico, atteggiamento comprensibile dato che si spostano di più sul territorio.

Anch'essi però sono nettamente contrari a limitazioni nell'accesso al lago, come pure contraddittoriamente si dichiarano d'accordo in minor misura sull'ipotesi di estendere all'intero lago di Garda il divieto di navigazione a motore.

Sportivi in Valsugana

In Valsugana si sta anche per riposare

I turisti che sono stati qualificati in Valsugana come sportivi, con le analoghe modalità adottate sul Garda, rappresentano solo un terzo dei turisti totali. Risultano anch'essi più giovani (45 anni contro 50) e più istruiti e relativamente più numerosi tra gli stranieri (o più correttamente gli italiani sono molti più numerosi fra i non sportivi).

La differenza fra turisti italiani e stranieri in riferimento all'interesse per una vacanza attiva non pare riconducibile alla componente di domanda proveniente dai Paesi Bassi, che rappresenta la quota maggioritaria tra gli stranieri. Gli olandesi sembrano apprezzare la quiete e il riposo tanto quanto gli italiani. Sono piuttosto i turisti tedeschi a fare la differenza. Per una quota importante di turisti sportivi questa sui laghi di Levico e Caldonazzo rappresenta la vacanza principale (68% dei casi) ma anche in questo caso tra i non sportivi questa percentuale è superiore (75%).

Per gli uni e gli altri la quota di turisti che trascorre sui due laghi della Valsugana la principale vacanza dell'anno risulta in ogni caso molto più alta di quanto riscontrato sul Garda.

Anche tra gli sportivi, in sette casi su dieci, nell'ultimo triennio è stata fatta una vacanza lacuale.

In due terzi dei casi lo si è fatto in Valsugana. Ma un quinto degli sportivi indica come luogo della vacanza trascorsa su un lago nel triennio precedente il Garda, che indubbiamente attrae più dei laghi della Valsugana. I turisti sportivi risultano nel complesso meno fedeli dei non sportivi e anche meno intermediati da tour operator e agenzie di viaggi (solo il 6% contro il 13% dei non sportivi).

Preferiscono relativamente di più il campeggio (45% dei casi contro il 31% dei non sportivi) cui andrebbe aggiunto un ulteriore 8% di turisti sportivi che dichiara di effettuare il campeggio libero (che peraltro risulterebbe vietato in territorio trentino). Molto inferiore è invece la quota che pernotta in albergo (26% contro il 39% dei non sportivi).

Trascorrono meno tempo in spiaggia, proprio per dedicarsi ad un'attività sportiva anche lontano dal lago: un quarto dichiara di fermarsi tutto il giorno contro addirittura il 61% tra i non sportivi.

Risultano più curiosi del territorio, ma nel contempo meno interessati a proposte culturali o a visitare musei e mostre. E' quindi più probabile che a recarsi a Trento o a Verona per visitare la città sia un turista non sportivo. Anche l'interesse per l'enogastronomia non è prioritario nella loro vacanza, pur dichiarandosi molto soddisfatti per l'offerta enogastronomica sperimentata.

Dove invece nutrono maggiori aspettative è chiaramente sull'educazione sportiva e in questo caso esprimono anche minore soddisfazione.

Ma la delusione più forte (e questo vale anche per i non sportivi) si riscontra sull'offerta di svago e divertimento.

Come sul Garda, poiché stanno meno tempo in spiaggia e sono interessati ad una maggiore mobilità sul territorio, avvertono maggiormente i problemi legati al traffico, anche se nel contempo non riscontrano un'elevata presenza di turisti nella località.

Anche per gli sportivi dei due laghi della Valsugana la spesa media giornaliera risulta più contenuta (53 euro contro i 63 euro dei non sportivi). E come per il Garda questa minore spesa si giustifica solo in parte per la scelta della struttura ricettiva che privilegia il campeggio.

I turisti sportivi risultano avere comportamenti di corretta gestione ambientale in casa propria più elevata dei non sportivi, ma quanto alle opinioni e al comportamento tenuto in vacanza non si riscontrano differenze statisticamente significative tra turisti sportivi e non sportivi.

Analisi per età. Lago di Garda

Per i senior la vacanza è più lunga

Se i dati emersi dalla ricerca vengono analizzati privilegiando la variabile età, risulta immediatamente evidente che al crescere dell'età aumenta la permanenza media della vacanza. A questa variabile si lega un'altra evidenza. Con l'età cresce la quota di coloro che considerano la vacanza al lago la vacanza principale.

Per coloro che non trascorrono al lago la vacanza principale, la prima scelta, cioè il mare, appare decrescente con l'età. Con gli anni cresce piuttosto la preferenza assegnata alla montagna (ad esempio i senior over 65enni indicano questa preferenza in misura pari al 24% contro solo il 14% riscontrato tra i più giovani).

La fedeltà al lago di Garda è massima nella fascia dei cosiddetti maturi (56-65 anni). Oltre questa soglia cresce a dismisura l'incidenza del turismo organizzato, che come si è detto non facilita processi di fidelizzazione ad una destinazione.

Le aspettative maggiori per i senior sono riposte nel contesto ambientale, nella tranquillità della località e nelle dotazioni in spiaggia. Su questi aspetti dell'offerta vacanza, ritenuti molto importanti, si esprime anche elevata soddisfazione.

Tranquillità e cultura

L'offerta sportiva, come era lecito attendersi, è invece considerata importante in misura decrescente al crescere dell'età, contrariamente all'offerta culturale e all'offerta enogastronomica.

Sembrerebbe che un turista senior, più di un giovane, possa essere attratto dai piaceri della gola e da una proposta culturale.

Turisti maturi e senior si mostrano meno soddisfatti sui prezzi, ma questa insoddisfazione non è tale da spingere ad un passaparola negativo. In ogni classe di età la propensione a parlare bene dell'esperienza fatta e a consigliare una permanenza sul lago di Garda a parenti e amici rimane elevatissima.

Analisi per età. Laghi di Levico e Caldonazzo

La metà dei turisti intervistati sui laghi della Valsugana è rappresentata da adulti (classe 36-55 anni). I senior rappresentano solo una quota minoritaria pari al 10% del totale.

La durata della vacanza, come sul Garda, cresce con l'età: i giovani dichiarano 12 notti, i senior, pur rappresentando una quota marginale, dichiarano ben 22 notti di permanenza.

I giovani assegnano maggiore importanza, oltre alla possibilità di praticare uno sport, allo svago e all'offerta enogastronomica.

Con l'età cambiano i giudizi

Con l'età cresce anche la quota di turisti intermediati da tour operator e agenzie di viaggi, ma la consistenza di questo fenomeno, come si è già detto, è molto più contenuta rispetto al Garda, anche tra i senior.

La scelta della struttura ricettiva alberghiera appare anch'essa crescente con l'età (un terzo dei giovani stanno in albergo contro il 50% dei senior), e viceversa succede per il campeggio.

Con l'età cresce l'interesse alla visita di altre località del territorio, anche se si tratta soprattutto di una curiosità e di una frequentazione di corto raggio, fatta eccezione per i senior in riferimento alla visita alla città di Trento (che peraltro è relativamente vicina ai laghi della Valsugana).

Anche la spesa cresce con l'età, fino ad un massimo di 63 euro riscontrato tra i senior, ma si tratta di cifre sempre molto più contenute di quanto riscontrato sul Garda.

Là dove si esprimevano le aspettative relativamente più elevate nel confronto con le altre classi di età, si registrano anche tassi di soddisfazione più contenuti. Così i giovani non risultano particolarmente soddisfatti per l'offerta sportiva. I senior per l'offerta culturale.

Ciò nonostante, come rilevato per il Garda, il passaparola positivo è molto alto in tutte le classi di età analizzate.

Sui comportamenti di corretta gestione sostenibile in vacanza, i senior risultano mediamente più attenti e sensibili.

Famiglia con figli. Lago di Garda

Poche famiglie sul Garda

Sul lago di Garda tra i turisti intervistati si registrano poche famiglie. Rappresentano solo un terzo del totale. Si tratta di un target che permane più a lungo, come i senior, e considerano la permanenza al lago in maggior misura la vacanza principale.

Come pure in maggior misura rispetto agli altri turisti hanno già frequentato il Garda nel triennio precedente per la loro vacanza e quindi si riscontrano meno primini del Trentino rispetto agli altri turisti (34% per il turista con famiglia e figli, contro il 42% degli altri turisti).

I turisti in vacanza con la famiglia esprimono più aspettative e nel contempo risultano meno soddisfatti su tutti gli aspetti sottoposti alla loro valutazione e che riguardano l'intero pacchetto vacanza, salvo che sulla ricettività.

Sono molto più critici sul sovraffollamento in spiaggia della località e considerano in maggior misura il traffico eccessivo o elevato. Tutte queste caratteristiche evidenziano la difficoltà per questa destinazione a caratterizzarsi come una destinazione a misura di famiglia, un target che peraltro non risulta prioritario nei piani strategici d'ambito.

Il turista con famiglia risulta anche molto più indipendente nell'organizzazione della vacanza: solo il 13% ha acquistato un pacchetto turistico contro il 27% degli altri turisti.

Sceglie in maggior misura come struttura ricettiva il campeggio e l'appartamento turistico e relativamente meno l'albergo (dove peraltro risultano ospitate il 44% del totale turisti con famiglia al seguito, contro il 59% fatto registrare dagli altri turisti).

Famiglia con figli. Laghi di Levico e Caldonazzo

Tra i turisti dei laghi della Valsugana il 40% risulta in vacanza con famiglia e figli, una percentuale superiore a quanto registrato sul Garda. Anche qui il turista con famiglia premia nella scelta della struttura ricettiva più i campeggi e gli appartamenti turistici e relativamente meno le strutture ricettive alberghiere.

Famiglie più numerose in Valsugana

Per otto famiglie su dieci la permanenza ai laghi di Levico e Caldonazzo rappresenta la vacanza principale, una quota dieci punti superiore a quanto riscontrato tra gli altri turisti e molto più elevata di quanto registrato sul Garda.

Tre famiglie su quattro hanno fatto una vacanza sul lago nell'ultimo triennio e di costoro in sette casi su dieci lo hanno fatto sui laghi della Valsugana, contro due su dieci al lago di Garda.

Anche per i laghi di Levico e Caldonazzo le famiglie risultano più fedeli al Trentino (ma sarebbe più corretto affermare ai laghi di questa destinazione). Quasi tutte le famiglie sono turisti "fai da te" nell'organizzazione della vacanza e irrisoria è la quota di turismo intermediato (solo il 4% contro il 15% degli altri turisti, percentuale in ogni caso molto più contenuta che sul Garda).

Le famiglie sembrerebbero più curiose e mobili sul territorio. Un quinto ad esempio ha visitato o intende visitare Venezia. Ma quasi nessuno, nonostante la numerosa presenza di bambini, indica Gardaland.

Nel complesso il turista con famiglia esprime minore soddisfazione, salvo su tre aspetti particolari: balneabilità e qualità dell'acqua ed enogastronomia.

Avverte maggiori problemi di sovraffollamento, sia in spiaggia che nella località, e problemi di traffico, anche se queste criticità non assumono mai valori elevati come registrato sul Garda.

In definitiva, nonostante la maggiore fedeltà alla destinazione, il turista con famiglia nutre anche maggiori riserve sull'offerta vacanza sperimentata.

Alta e bassa stagione

Stagioni e diversità

La ricerca come si è detto, è stata condotta per due anni sia in periodo di relativa bassa stagione (maggio-giugno e settembre) che nei due mesi estivi di maggiore affluenza di luglio e agosto.

Le differenze riscontrate, come si è avuto modo di scrivere in precedenza, si ravvisa più fra le due aree territoriali che non, all'interno dello stesso ambito, tra alta e bassa stagione.

Le differenze nel comportamento dei turisti, lette attraverso il diverso periodo di vacanza scelto, non sono numerose. Si ravvisa ad esempio un maggior numero di permanenze di breve durata ad inizio stagione, peraltro compensate da permanenze lunghe, che si riflettono sul dato medio rendendolo molto simile nei due periodi considerati.

Semmai in estate, nei mesi di luglio e agosto, risulta più alta la percentuale di chi sta trascorrendo la sua vacanza principale. Nei mesi più caldi di luglio e agosto, come .è logico aspettarsi, si trascorre anche più tempo in spiaggia, con un approccio alla vacanza di tipo balneare. In questi mesi la spesa media rilevata è anche più alta.

Nei periodi di coda stagionale invece sembra di potersi registrare una maggiore curiosità per offerte diverse, come l'offerta enogastronomica e l'offerta culturale.

1. IL TURISMO LACUALE IN ITALIA

Prima di considerare la realtà trentina, si reputa necessario effettuare un'analisi del turismo lacuale in Italia per capire le tendenze in atto e le prospettive esistenti per questa particolare tipologia di prodotto. Sono stati presi in considerazione i dati del movimento (arrivi e presenze) e dell'offerta certificati dall'Istat che, pur con tutte le limitazioni del caso, possono fornire una prima fotografia del turismo in riva ai principali laghi italiani¹.

La segmentazione utilizzata dall'ISTAT non si basa tanto sulle motivazioni effettive di vacanza dei turisti quanto sulla tipologia di località in cui soggiornano. Ad esempio l'intero movimento registrato a Riva del Garda viene imputato al turismo lacuale anche se una parte, sicuramente consistente, è legata alla partecipazione a congressi o fiere o a viaggi di lavoro. Stesso discorso vale per Levico, sempre in Trentino, dove si registrano consistenti flussi motivati non tanto dalla presenza dei laghi quanto dalla possibilità di beneficiare di trattamenti curativo termali.

Nel 2008 i comuni classificati dall'ISTAT come lacuali sono 130 su 8.101² ed esprimono nel loro insieme una potenzialità ricettiva che si può approssimare intorno a 300 mila posti letto, ospitati in oltre 5 mila strutture ricettive. Sul totale nazionale, i laghi accolgono il 4% degli esercizi ricettivi e il 6% dei posti letto. La differenza dei due valori percentuali indica come in riva ai laghi siano presenti strutture di dimensioni relativamente maggiori, con in media 53 posti letto, contro i 33 del totale Italia.

Nel medio periodo (dal 2003 al 2008) si assiste ad una significativa crescita dell'offerta ricettiva disponibile nelle località lacuali italiane, dovuta soprattutto all'espansione delle strutture complementari che sono cresciute del 130% in termini di esercizi e del 12% in termini di posti letto. Il settore alberghiero ha registrato una crescita non tanto del numero di strutture (+4%) quanto dei posti letto (+13%). L'evoluzione del settore ricettivo è dipesa da un lato dall'ampliamento degli esercizi alberghieri, dall'altro dall'apertura di nuove strutture extralberghiere soprattutto di piccole dimensioni, come ad esempio B&B o alloggi agrituristici e country house. Rispetto al dato medio nazionale, i comuni lacuali hanno incrementato la propria offerta ricettiva in misura relativamente maggiore per quanto riguarda i posti letto e decisamente superiore in termini di esercizi attivi.

L'offerta ricettiva dei laghi si compone in larga parte da strutture del settore complementare mentre l'alberghiero pesa solamente per il 30% in termini di

Laghi italiani ed ospitalità

¹ Per maggiori informazioni sulla metodologia di aggregazione e classificazione dei dati si rimanda alle note e alle avvertenze pubblicate dall'Istat e disponibili sul sito dell'Istat www.istat.it.

² I comuni lacuali si trovano prevalentemente nelle regioni del Centro Nord Italia e precisamente in Piemonte, Lombardia, Trentino Alto Adige, Veneto, Toscana, Lazio e Umbria.

posti letto e di esercizi.

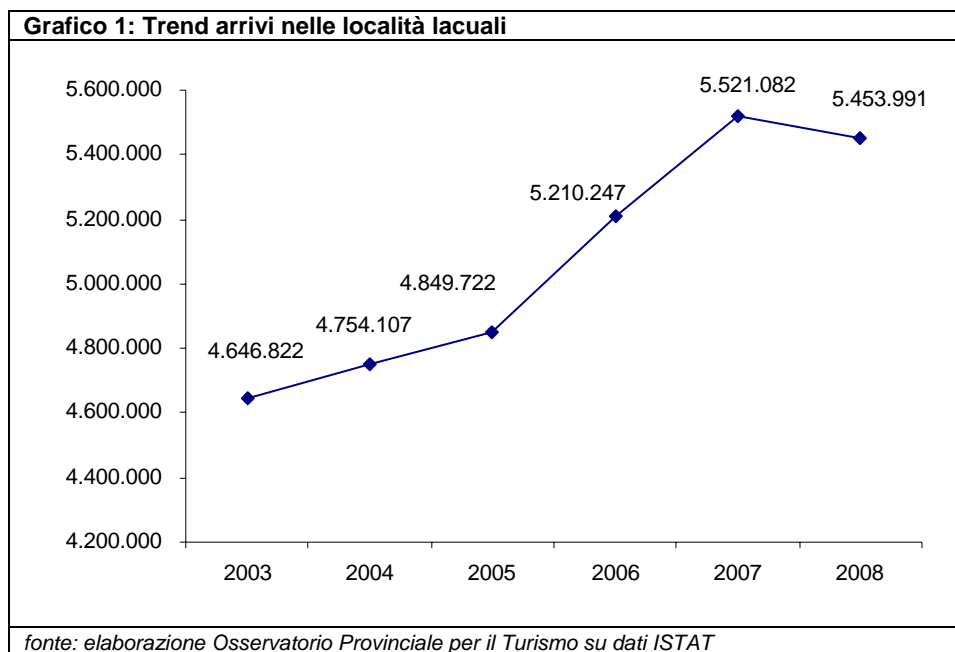
La composizione dell'offerta ricettiva lacuale è sostanzialmente in linea con la media nazionale in termini di strutture, mentre risulta maggiormente sbilanciata verso il settore complementare per quanto riguarda i posti letto. Ne deriva che la dimensione media degli esercizi extralberghieri ubicati in comuni lacuali (53 posti letto medi) sia sostanzialmente maggiore rispetto a quella registrata in tutta Italia (23). Questo è dovuto alla diffusa presenza di campeggi e villaggi turistici, che ben si sposano all'offerta lago e hanno una capienza molto elevata. Nel 2008 gli alberghi che si trovano in riva ai laghi italiani o nelle loro immediate vicinanze sono circa 1.700 e possono contare su quasi 100 mila posti letto. Dal 2003 al 2008 hanno registrato una sostanziale stabilità in termini di strutture e una decisa crescita dei posti letto, con una conseguente aumento della dimensione media. Il settore alberghiero dei comuni lacuali mostra una dinamicità e una tensione alla crescita leggermente superiori rispetto alla media nazionale, segno forse di una miglior redditività delle imprese e di una conseguente maggior propensione agli investimenti da parte degli operatori.

La qualità dell'offerta alberghiera risulta in linea con il dato medio nazionale e può essere considerata buona visto che il 44% dei posti letto sono assicurati nei 3 stelle e solamente il 18% in strutture di categoria inferiore (una e due stelle). Gli esercizi ad alto stellaggio offrono il 30% dei posti letto mentre le residenze turistico alberghiere (RTA) l'8%.

Nel medio periodo le località lacuali registrano un innalzamento del livello qualitativo dell'offerta alberghiera con una decisa crescita dei posti letto ospitati nelle strutture di alta gamma e una contrazione abbastanza significativa del potenziale ricettivo degli esercizi a due stelle e soprattutto ad una. Questi dati possono essere letti da un lato come un miglioramento e adeguamento degli esercizi esistenti, dall'altro come l'uscita dal mercato di strutture con un'offerta non più in linea con le mutate esigenze della clientela turistica. Si assiste anche a una crescita molto spinta delle residenze turistico alberghiere che hanno incrementato il numero di strutture del 52% e quello dei posti letto del 92%.

Nel 2008 le strutture del complementare attive nei comuni lacuali sono poco meno di 4 mila e possono contare quasi 200 mila posti letto. I campeggi e i villaggi turistici sono solamente 283 (7% del totale esercizi) ma concentrano oltre l'80% del potenziale ricettivo. Nel medio periodo si assiste a una decisa crescita del settore complementare trainata soprattutto da strutture di piccole dimensione, come ad esempio B&B o alloggi agrituristici e country house. Gli esercizi *open air* mostrano una contrazione del numero di struttura e una leggera crescita del numero di posti letto disponibili.

Nel corso del 2008 i comuni lacuali italiani hanno intercettato oltre cinque milioni di turisti che hanno generato complessivamente quasi 25 milioni di



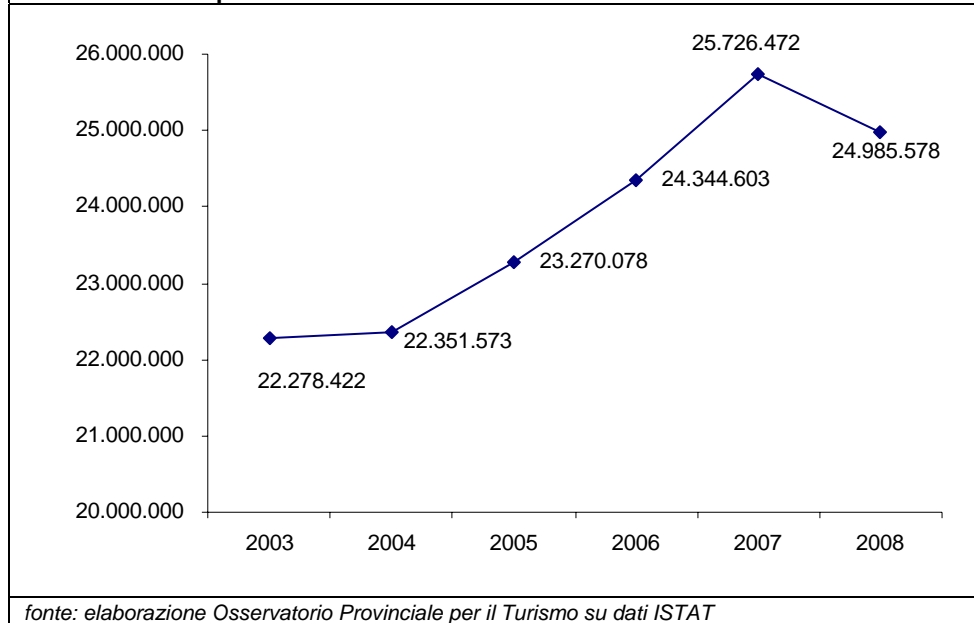
pernottamenti. I laghi italiani sono la quarta tipologia di destinazione turistica italiana, con il 6% degli arrivi nazionali e il 7% delle presenze, e sono preceduti nella classifica dalle località marine e dalle città di interesse storico ed artistico, che mantengono una salda *leadership*, e dalle zone montane.

Come emerge dal grafico 1 e dal grafico 2, le località lacuali stanno vivendo una fase di sviluppo del loro ciclo di vita con una decisa crescita nel periodo 2003-2008 del numero di turisti intercettati (+17%) e dei pernottamenti generati (+12%). Solo nel 2008 si è registrato una battuta di arresto nel trend di crescita, con una contrazione degli arrivi dell'1% rispetto all'anno precedente e delle presenze del 3%. Con i dati a disposizione non è possibile stabilire se si tratti di una contrazione congiunturale, dovuta all'incidenza della crisi che ha rallentato i flussi dall'estero, o dell'inizio di un trend di decrescita. Rispetto alle altre tipologia di località, così come classificate dall'ISTAT, i laghi italiani registrano nel medio periodo una delle *performance* migliori, subito alle spalle di quella delle città di interesse storico ed artistico che hanno segnato negli stessi anni un +25% di arrivi e un +21% di pernottamenti.

La tendenza è la crescita

In Italia le località lacuali mostrano una buona vitalità e dinamicità, sostenuta in larga parte dagli stranieri internazionali (+18% sia per arrivi sia per presenze), che evidenziano una continua tensione alla crescita sia in termini di arrivi che presenze, con una battuta d'arresto nel 2008, e si caratterizzano per essere il principale target di riferimento per questa tipologia di destinazioni (circa 70% del movimento). Interessante notare come negli ultimi anni si sia assistito anche ad una crescita del numero di arrivi nazionali (+16%), che non hanno comportato però una parallela espansione dei pernottamenti, che mostrano un andamento

Grafico 2: Trend presenze nelle località lacuali



Gli italiani si avvicinano al lago...

ciclico e nel medio periodo (2003-2008) segnano una sostanziale stabilità (-0,4%). Ne consegue che la permanenza media degli ospiti internazionali non presenta grosse variazioni (cinque pernottamenti in media), mentre quella degli italiani continua a diminuire, passando dalle quattro notti del 2003 alle tre del 2008. Sembra quindi che i laghi stiano lentamente aumentando la propria attrattiva anche sul mercato nazionale ma non siano in grado di motivare soggiorni di media lunga durata, come per gli stranieri. Gli italiani stanno forse iniziando ora a conoscere e sperimentare i laghi anche se ancora per periodi brevi e non per la vacanza principale dell'estate che nella maggior parte dei casi viene trascorsa al mare. Forse anche sul mercato italiano si sta lentamente diffondendo l'idea che i laghi non sono più solo luoghi di riposo e relax e adatti ad un pubblico anziano, ma anche destinazioni in grado di offrire occasioni di divertimento e di pratica sportiva per famiglie e giovani.

Anche le località lacuali, coerentemente con i macrotrend che stanno interessando il turismo, registrano una leggera contrazione della permanenza media passata dalle cinque notti del 2003 alle 4,5 del 2008. La contrazione, che riguarda come detto soprattutto gli italiani, non è sicuramente significativa ma testimonia indirettamente il cambiamento delle modalità di vivere le vacanze dei turisti del nuovo millennio, sempre più eclettici e propensi a concedersi periodi di vacanza di minor durata ma più frequenti nel corso dell'anno.

Le strutture alberghiere accolgono circa i due terzi degli arrivi registrati nei comuni lacuali italiani e solo la metà delle presenze. Ne deriva che la permanenza media negli alberghi, pari a tre notti, sia relativamente più contenuta di quella registrata nel complementare (sette notti). Il turismo in riva ai laghi si caratterizza, rispetto alla media nazionale e anche alle località

marine, per il maggior peso delle strutture complementari, e in particolare dei campeggi e dei villaggi turistici.

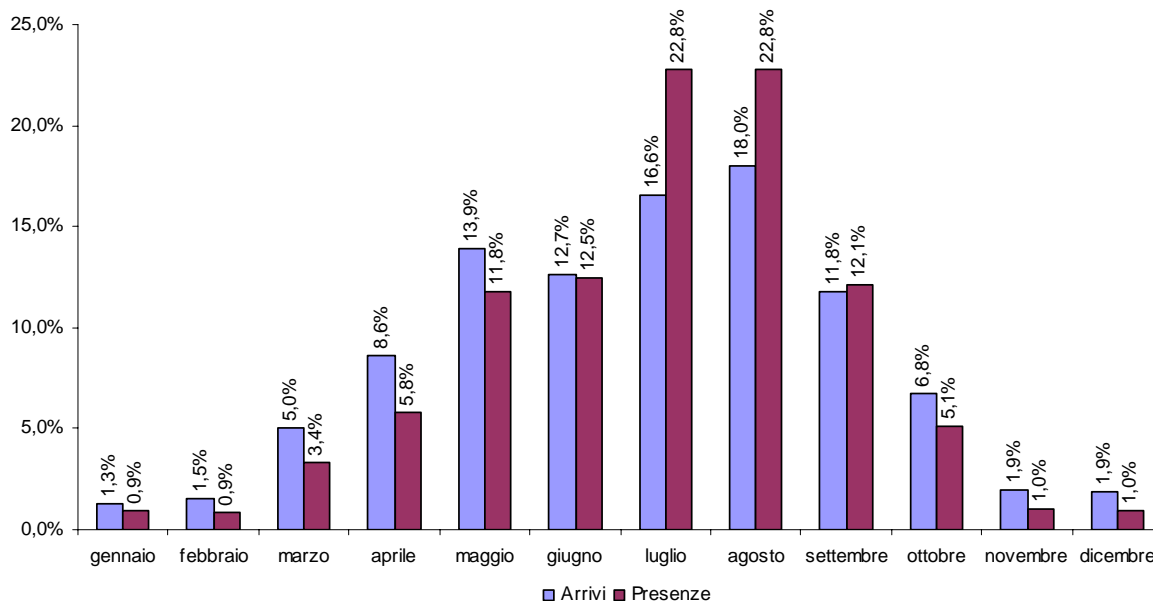
Nelle località classificate come lacuali dall'ISTAT gli stranieri generano il 70% del movimento, senza grosse differenze fra strutture alberghiere e complementari. Le località lacuali presentano a livello italiano il maggior grado di apertura internazionale (70% del movimento), superiore anche a quello delle città d'arte (60%). Nel medio periodo (2003-2008) il maggior dinamismo dei mercati stranieri ha contribuito a rafforzare il peso del turismo *incoming* in riva ai laghi. Le località lacuali intercettano l'8% degli arrivi internazionali registrati in Italia e il 12% delle presenze, valori sostanzialmente in linea con quelli delle zone montane.

Gli stranieri amano anche il lago

I principali mercati sono rappresentati dai paesi di lingua tedesca, e in particolare da Germania e Olanda. Il lago rappresenta quindi la risorsa prima ricercata dai turisti stranieri che poi si distribuiscono in maniera omogenea nelle diverse tipologie ricettive esistenti, pur mantenendo una netta prevalenza per il settore complementare. Dai dati rilevati dall'Istituto Nazionale di Statistica non sembra emergere una correlazione forte e diretta fra strutture *open air* e vacanza lacuale. Sembra invece che gli stranieri decidano di vivere le proprie vacanze in riva ad un lago e scelgano la struttura ricettiva in base alle proprie preferenze e forse anche al budget a disposizione.

Le località lacuali come quelle marine sono caratterizzate dal fenomeno della stagionalità, ovvero da una distribuzione del movimento non omogenea nel corso dell'anno e da una forte concentrazione nei mesi estivi. I laghi, a causa anche della presenza di ospiti stranieri, hanno una stagione turistica relativamente lunga che inizia con aprile e si conclude con il mese di settembre. In questi mesi si concentrano il 73% degli arrivi annui e l'81% delle presenze. In luglio ed agosto, mesi centrali dell'estate, si trovano in riva al lago un terzo di tutti i turisti presenti nell'anno e vengono registrati circa la metà dei pernottamenti. La ricettività complementare, composta in larga misura da strutture *open air*, risente, per ovvie ragioni, di una maggior stagionalità, con i mesi che vanno da maggio a settembre, che intercettano oltre l'80% dei turisti e il 90% dei pernottamenti. Nel medio periodo si assiste ad un leggero allungamento della stagione turistica delle località lacuali, dovuta in parte anche alle altre proposte di soggiorno disponibili (es. congressi, business, ecc.) ma anche al tentativo di promuovere soggiorni in periodi diversi, come ad esempio il Natale.

Le località marine, che possono essere confrontate con quelle lacuali, soffrono maggiormente del problema della stagionalità, visto che il movimento si concentra con percentuali maggiori nel periodo maggio - settembre e nei mesi centrali dell'estate.

Grafico 3: Stagionalità del movimento turistico nelle località lacuali

fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo su dati ISTAT

Nelle località lacuali il tasso di occupazione dei posti letto si attesta sul 34% per gli esercizi alberghieri e sul 17% per le strutture che rientrano nel settore complementare. Rispetto alla media italiana le strutture che lavorano in riva ai laghi o nelle immediate circostanze presentano una capacità leggermente maggiore (circa tre punti percentuali) di sfruttare il potenziale ricettivo a disposizione.

Il Trentino, che rimane pur sempre una destinazione a prevalente vocazione montana, accoglie il 15% dell'offerta alberghiera italiana presente in riva ai laghi e rispettivamente il 5% e il 10% degli esercizi complementari e dei posti letto³. Le strutture extralberghiere del Trentino hanno una capacità ricettiva (97 posti letto) doppia rispetto alla media italiana (52).

In termini di domanda il Garda trentino e i laghi della Valsugana intercettano negli ultimi anni circa il 14% del turismo lacuale italiano senza grossi cambiamenti, segno che il trend rilevato in provincia è stato simile a quello nazionale.

Un lago, tre province

Le sponde veneta⁴ e trentina del Garda⁵ e i bacini di Levico e di Caldonazzo in Valsugana rappresentano i principali poli del turismo lacuale in Italia, capaci di

³ L'Istat considera lacuali i comuni della provincia di Trento facenti parte dell'Azienda per il Turismo Ingarda Trentino (Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda e Tenno) e dell'ex Azienda di promozione turistica Levico, Vetriolo, Roncegno, Panarotta 2002, Lago di Caldonazzo (Calceranica al Lago, Caldonazzo, Levico Terme, Novaledo, Pergine Valsugana, Roncegno Terme, Tenna e Vignola-Falesina).

⁴ Il dato fa riferimento ai comuni veronesi facenti parte dell'APT Garda (Affi, Bardolino, Brentino Belluno, Brenzone, Bussolengo, Caprino Veronese, Castelnuovo del Garda, Cavaion Veronese, Costernano, Ferrara di Monte Baldo, Garda, Lazise, Malcesine, Pastrengo, Peschiera del Garda, Rivoli Veronese, San Zeno di Montagna, Torri del Benaco, Valeggio sul Mincio).

⁵ Non è stato possibile isolare il movimento intercettato dalle strutture ricettive ubicate sulla sponda lombarda del lago di Garda. Il dato pubblicato sul sito dell'ISTAT è a livello regionale e la Lombardia, a differenza del Veneto, ha anche altre destinazioni classificate come lacuali, oltre al Garda (lago di Como, lago di Lecco, Lago Maggiore, ecc.).

intercettare poco più del 50% del movimento complessivo registrato in Italia. Se sommiamo anche il movimento del Sistema Turistico Locale Riviera del Garda Bresciano⁶, desunto dai dati pubblicati dall'Ufficio promozione e statistica della Provincia di Brescia (Assessorato al Turismo)⁷ e non dall'ISTAT, risulta come il fenomeno turistico sul Garda e sui laghi della Valsugana intercetti poco più dell'80% del movimento turistico lacuale italiano. La fortuna di questi laghi è da ricercare non solo nelle loro caratteristiche ambientali e paesaggistiche, ma anche nella loro ubicazione, visto che sono i primi specchi d'acqua di una certa dimensione "*mediterranei ed italiani*" che i turisti provenienti dal Nord Europea (Germania, Austria e Olanda), i principali estimatori di questa forma di turismo, incontrano, una volta varcate le Alpi.

Il solo Garda, sottraendo i flussi della Valsugana forniti dal Servizio Statistica della Provincia di Trento, ha intercettato i tre quarti del movimento complessivo. L'Alto Garda, che ricade sotto la provincia di Trento ed ha la minore estensione territoriale, ha accolto nel 2008 il 12% dei turisti che hanno deciso di soggiornare in riva al lago e il 9% dei pernottamenti complessivi. La sponda veronese del lago copre circa il 60% del movimento complessivo mentre quella lombarda il rimanente 30%.

⁶ I comuni facenti parte del STL Riviera del Garda Bresciano sono: Bedizzole, Calcinato, Calvagese della Riviera, Desenzano del Garda, Gardone Riviera, Gargnano, Limone sul Garda, Lonato, Magasa, Manerba del Garda, Mazzano, Moniga del Garda, Muscoline, Padenghe sul Garda, Polpenazze del Garda, Pozzolengo, Prevalle, Puegnano sul Garda, Salò, San Felice del Benaco, Sirmione, Soiano del Lago, Tignale, Toscolano Maderno, Tremosine, Valvestino

⁷ <http://www.provincia.brescia.it/portal/page/portal/provincia/temiProvincia/turismo/datiStatisticiFlussiTuristici>

2. I LAGHI DEL TRENTINO

Il Trentino è una terra ricca di laghi e di specchi d'acqua, unici e particolari per la loro bellezza e per l'ambiente che li circonda. Il più conosciuto e famoso è sicuramente il lago di Garda, ma non hanno meno rilevanza turistica gli altri bacini che costellano le valli trentine, quali ad esempio i laghi di Levico e Caldonazzo in Valsugana, il lago di Ledro nell'omonima valle, il lago Molveno sull'Altopiano della Paganella o i laghi dell'Altopiano di Pinè, solo per citarne alcuni.

Per la presente indagine si è deciso di concentrare l'attenzione solamente sugli ambiti della Valsugana e del Garda trentino dove i laghi rappresentano un prodotto forte e la vacanza lacuale rappresenta una motivazione capace di attrarre numerosi turisti, soprattutto stranieri. Nelle altre località trentine, con la sola eccezione della Valle di Ledro, il turismo estivo è ancora legato al prodotto montagna e i laghi, pur importanti fattori di attrattiva, rappresentano un elemento di complemento della vacanza.

2.1 Il Garda trentino

2.1.1 Domanda

Una lunga stagione

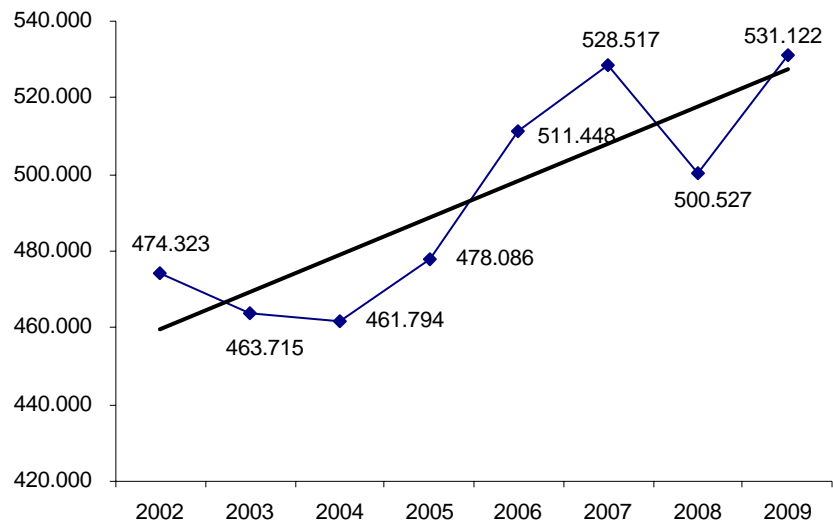
L'analisi del movimento turistico registrato in riva al lago di Garda prende in esame solamente la sponda trentina⁸ e i mesi compresi fra aprile e ottobre, che da soli pesano per il circa il 90% sul totale annuo certificato. La limitazione temporale è dipesa dalla volontà di isolare e analizzare la componente del turismo più affine alla proposta lago ed escludere, almeno in parte, il movimento business e quello congressuale, che si concentrano soprattutto nel periodo tardo autunnale ed invernale.

Nel 2009, nel corso dei sette mesi presi in considerazione, l'ambito del Garda trentino ha ospitato nelle strutture ricettive soggette ad obbligo statistico⁹ poco più di 530 mila persone che hanno generato complessivamente quasi 2,3 milioni di pernottamenti. Se sommiamo anche il movimento intercettato dagli alloggi privati e dalle seconde case, frutto di stime da parte del Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento, gli arrivi salgono a 562 mila e le presenze a quasi 2,6 milioni. La permanenza media nelle strutture certificate si attesta sulle quattro notti mentre nelle seconde case e negli alloggi privati è relativamente più lunga e pari a nove pernottamenti.

⁸ È stato considerato il movimento turistico registrato nel territorio di competenza dell'Azienda per il Turismo Ingarda Trentino, che comprende i comuni di Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda e Tenno.

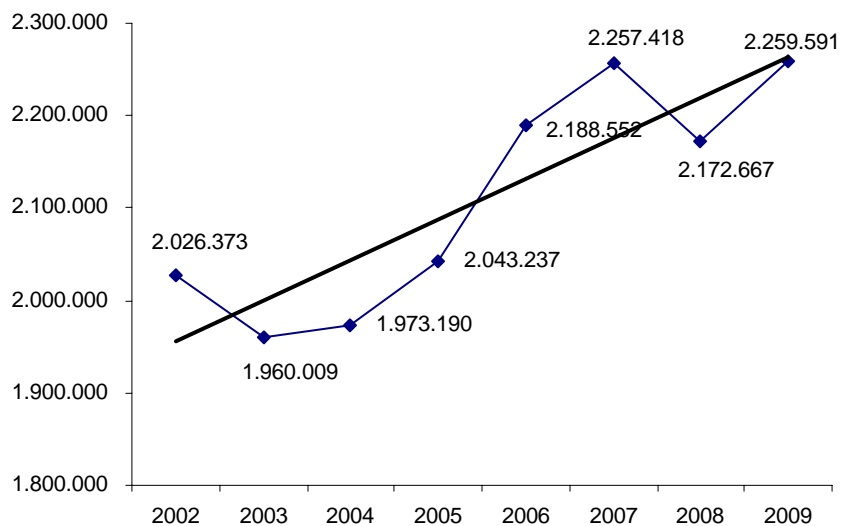
⁹ Sono soggetti ad obbligo di comunicazione del movimento turistico per finalità statistiche i gestori di esercizi alberghieri e complementari. Rimangono esclusi i proprietari di seconde case e di appartamenti gestiti in forma non imprenditoriale.

Grafico 4: Trend arrivi nell'ambito del Garda trentino



fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo su dati S.Statistica PAT

Grafico 5: Trend presenze nell'ambito del Garda trentino



fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo su dati S.Statistica PAT

Gli stranieri amano il Garda trentino

L'elevata presenza di ospiti stranieri, in particolare tedeschi ed inglesi, ha limitato lo sviluppo di un turismo in seconde case o in alloggi privati, che intercettano soltanto il 6% degli arrivi complessivi e un 12% dei pernottamenti. Tali percentuali risultano sicuramente più contenute rispetto a quelle riscontrate in altri ambiti turistici del Trentino, dove si è manifestato con maggior evidenza e intensità l'acquisto di case da parte di turisti, per lo più italiani. Gli operatori del comparto ricettivo e gli amministratori del territorio gardesano incontrati paventano non poche preoccupazioni sulle spinte immobiliari che stanno interessando l'ambito e sulla volontà di una parte degli ospiti stranieri di acquistare una casa in riva al lago per le vacanze. Secondo diversi intervistati

Gli italiani si interessano...

questo fenomeno, se non adeguatamente monitorato e controllato, potrebbe indebolire la florida economia turistica e favorire il comparto dell'edilizia, con non pochi rischi per la tutela e la conservazione del paesaggio e dell'ambiente. Nel medio periodo (2002-2009) il movimento certificato (alberghi e strutture complementari) in riva al lago ha mostrato una forte dinamicità e una continua tensione alla crescita, con un aumento degli arrivi e delle presenze del 12%. Solo nel 2008, a causa della crisi economica e finanziaria che ha iniziato a far sentire i suoi effetti, si è registrata una brusca contrazione del movimento, compensata già nel corso della stagione estiva successiva. Il prodotto Garda sembra godere di buona salute e vivere una fase di (forte) sviluppo, sostenuto non solo dai mercati internazionali, che continuano a segnare buone *performance* (arrivi certificati +8% e presenze certificate +11%), ma anche da quello nazionale, dove il numero di turisti è aumentato del 30% e i pernottamenti del 15%. Sembra che il Garda e il territorio circostante, pur rimanendo fruiti in larga parte da una clientela straniera, stiano lentamente attraendo anche un pubblico italiano, che inizia ad apprezzarne l'offerta e a considerarlo non tanto come un luogo di riposo e di relax, ideale per una clientela *senior*, quanto come una palestra a cielo aperto e una destinazione in grado di offrire occasioni di divertimento e di socializzazione anche per giovani e famiglie, al pari delle località di mare.

Il fenomeno turistico non risulta distribuito omogeneamente all'interno dell'ambito ma è fortemente concentrato a Riva del Garda, che intercetta quasi la metà del movimento complessivo, e a Nago-Torbole che raccoglie poco meno del 30% dell'intero movimento. Nell'entroterra emerge solamente Arco con un quinto dei flussi complessivi mentre gli altri comuni (Drena, Dro e Tenno) ricoprono un ruolo del tutto marginale. Nel medio periodo la situazione non presenta significative variazioni, segno che c'è stata una crescita omogenea di tutto l'ambito.

Dalla Germania più della metà dei turisti

Il Garda rispetto al resto della provincia presenta il maggior grado di apertura internazionale con oltre l'80% del movimento che è da imputare a flussi provenienti dall'estero. I principali mercati esteri di riferimento sono la Germania, che genera più della metà degli arrivi e delle presenze internazionali, e il Regno Unito, con circa il 10% (dati 2009). Nel medio periodo (2002-2009) si assiste ad una contrazione dei due principali bacini stranieri di domanda, e in particolare del Regno Unito, e un'espansione dell'Austria e di altri mercati minori. Gli ospiti stranieri che soggiornano sulle sponde trentine del lago di Garda si fermano mediamente per quasi cinque notti, con una sostanziale stabilità nel corso degli otto anni esaminati.

I turisti nazionali, pur minoritari nel portafogli clienti dell'ambito, generano circa un quinto del movimento ed hanno aumentato la propria importanza soprattutto

in termini di arrivi tanto da incrementare il loro peso percentuale relativo. I differenti tassi di crescita di arrivi e presenze degli italiani hanno determinato una contrazione della durata media della vacanza, passata dalle quattro notti del 2002 alle tre del 2009.

Soprattutto in albergo

Il movimento turistico in riva al lago di Garda è saldamente in mano alle strutture alberghiere che accolgono il 70% dei turisti e il 60% delle presenze. Rispetto al dato nazionale, i turisti della sponda trentina del lago di Garda sembrano maggiormente propensi a scegliere strutture alberghiere per trascorrere la proprie vacanze. La permanenza media negli alberghi è pari a quattro notti e risulta leggermente più contenuta rispetto a quella registrata nelle strutture del complementare (cinque notti). Nel medio periodo le strutture del complementare hanno registrato importanti segnali di crescita con un incremento superiore al 20%. Gli esercizi alberghieri hanno mostrato buone performance sia negli arrivi (+9%) che nelle presenze (+7%), valori positivi ma nettamente inferiori rispetto a quelli del comparto complementare.

Extralberghiero in campeggio

I turisti del Garda che soggiornano nell'extralberghiero si orientano prevalentemente sui campeggi che garantiscono un maggior senso di libertà. Tali strutture sono utilizzate più dagli stranieri rispetto agli italiani. Nel medio periodo i campeggi hanno registrato tassi di crescita inferiori rispetto ad altre tipologie del complementare e hanno conseguentemente ridotto il loro peso percentuale: nel 2002 accoglievano i due terzi del movimento mentre nel 2009 solamente il 60%. Le strutture che presentano i maggiori margini di crescita sono quelle di piccola dimensione come B&B, CAV e agriturismi, mentre i campeggi evidenziano una sostanziale stabilità.

Il tasso di occupazione, che fornisce una misura approssimativa della redditività delle strutture, nel 2009 si attesta sul 61% per gli esercizi alberghieri e sul 38% per il complementare. Nel medio periodo si assiste ad un aumento dell'utilizzo del potenziale ricettivo disponibile nelle strutture alberghiere e ad una leggera contrazione nel complementare.

2.1.2 Offerta

Trentamila posti letto

Il Garda è una delle realtà trentine che ha maggiormente sviluppato il settore ricettivo tanto da essere il secondo polo provinciale con il 13% del potenziale "ricettivo", alle spalle della Valle di Fassa. Nel 2009 poteva contare su quasi 21 mila posti letto distribuiti omogeneamente fra strutture alberghiere e complementari e altri 9 mila in alloggi privati e seconde case. Il settore non certificato (seconde case e alloggi privati) in riva al Garda, a differenza di altre vallate trentine, non risulta particolarmente sviluppato e pesa per un quarto del potenziale ricettivo complessivo dell'ambito.

Nel medio periodo analizzato (2002-2009) si assiste a una espansione della capacità ricettiva dell'ambito sostenuta principalmente dalle strutture del settore complementare. In questo periodo si assiste ad una crescita della dimensione media degli alberghi del Garda che sono rimasti invariati per numero ma hanno aumentato del 5% la loro capacità ricettiva. Nel complementare si assiste, accanto all'apertura di nuove strutture, specie di piccole dimensioni, quali B&B, agritur e agricampeggi, ad un importante incremento della capacità ricettiva dei campeggi (+20%), indicatore indiretto del buon stato di salute del turismo in riva al lago. I dati pubblicati dal Servizio Statistica confermano in parte i timori espressi dagli operatori in merito allo sviluppo immobiliare dell'ambito, con un incremento del 3% dei posti letto nelle seconde case e un +8% negli alloggi privati.

La qualità dell'offerta alberghiera del Garda, desunta dal sistema di classificazione delle stelle, risulta buona e relativamente migliore rispetto alla media provinciale. Nel 2001 il 51% dei posti letto si trovava in strutture tre stelle e il 35% in quattro stelle; solamente il rimanente 15% figurava in esercizi di fascia bassa (1 o 2 stelle). Nel medio periodo si assiste ad una riqualificazione dell'offerta alberghiera, con una forte diminuzione delle strutture a basso stellaggio (-10%), in parte uscite dal mercato e in parte ristrutturate e ammodernate, e della loro capacità ricettiva (-13%). Aumentano in maniera significativa le strutture a quattro stelle (+50%) e i posti letto disponibili (+44%). I tre stelle rimangono sostanzialmente invariati come numero (-2%) ma riducono del 7% il potenziale ricettivo, forse per garantire maggiori spazi e servizi a disposizione degli ospiti e camere più spaziose ed accoglienti.

Il settore complementare è saldamente in mano ai campeggi che da soli offrono quasi il 60% dei posti letto disponibili, seguiti a gran distanza dai B&B, affittacamere e CAV con il 34%. Le altre tipologie ricettive hanno un ruolo tutto sommato marginale e secondario nell'offerta complessiva dell'ambito.

Anche l'offerta ricettiva, come il movimento, non risulta distribuita omogeneamente all'interno dell'ambito ma fortemente concentrata in pochi poli. In particolare gli alberghi, e in particolare quelli di fascia superiore, sono presenti soprattutto a Riva (55% dei posti letto alberghieri totali) e a Nago Torbole (28%). Il principale polo dell'offerta ricettiva complementare è Arco con il 42% dei posti complessivi, per lo più ospitati in esercizi *open air*, seguito da Riva con il 34%, dove prevalgono affittacamere, CAV e B&B.

Dal 2002 al 2009 l'offerta alberghiera aumenta solamente ad Arco, mentre negli altri comuni facenti parte dell'Azienda per il Turismo Ingarde trentino si riduce leggermente. Il settore complementare registra una crescita diffusa sull'intero ambito e raggiunge percentuali molto elevate in tutte le località analizzate.

2.2 Valsugana

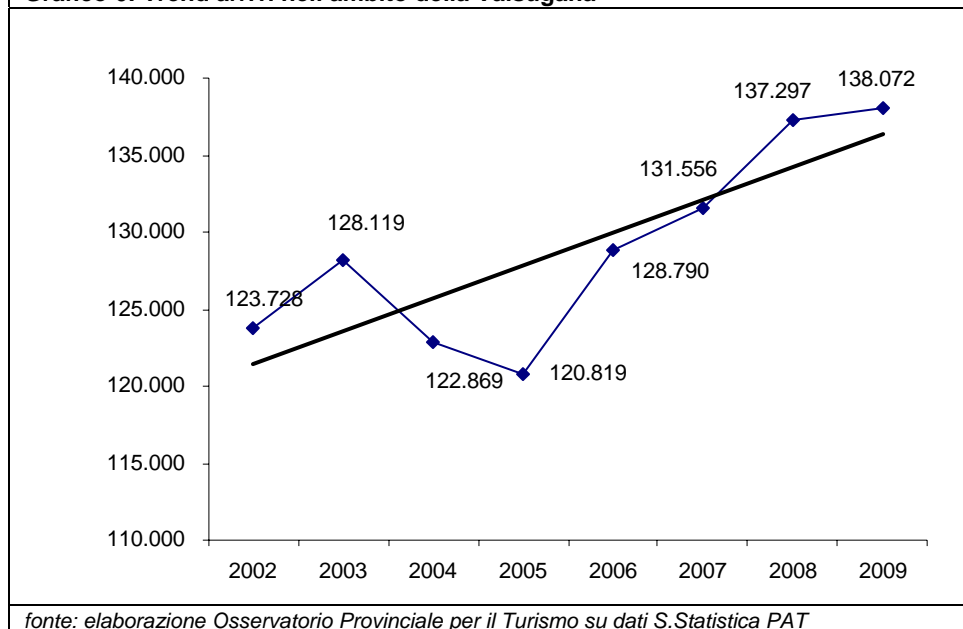
2.2.1 Domanda

L'analisi del fenomeno turistico in Valsugana è stata condotta prendendo a riferimento il solo periodo estivo, da maggio a settembre, relativamente più breve rispetto a quello del Garda, e i comuni facenti parte dell'ex Azienda di promozione turistica Levico, Vetriolo, Roncegno, Panarotta 2002, Lago di Caldonazzo¹⁰. La scelta, come per il Garda, è stata quella di focalizzare l'attenzione sul turismo lacuale anche se in Valsugana nella stagione estiva convivono target relativamente diversi e non tutti interessati dal prodotto lago. Come emerso anche dalla viva voce degli operatori intervistati, l'ambito e in particolare i comuni di Levico e di Roncegno Terme nel periodo estivo intercettano anche quote significative di turisti, in larga parte *senior*, che soggiornano soprattutto per cure termali o trattamenti benessere e sono scarsamente interessati alle proposte legate ad una vacanza attiva e a contatto con la natura.

Una sola stagione

I comuni oggetto della presente ricerca presentano di fatto un'unica stagione turistica. Durante il periodo estivo considerato, che ha una durata di cinque mesi¹¹, si concentrano i tre quarti degli arrivi annui e quasi il 90% delle presenze. Nelle rimanenti stagioni i flussi turistici sono legati a viaggi d'affari e

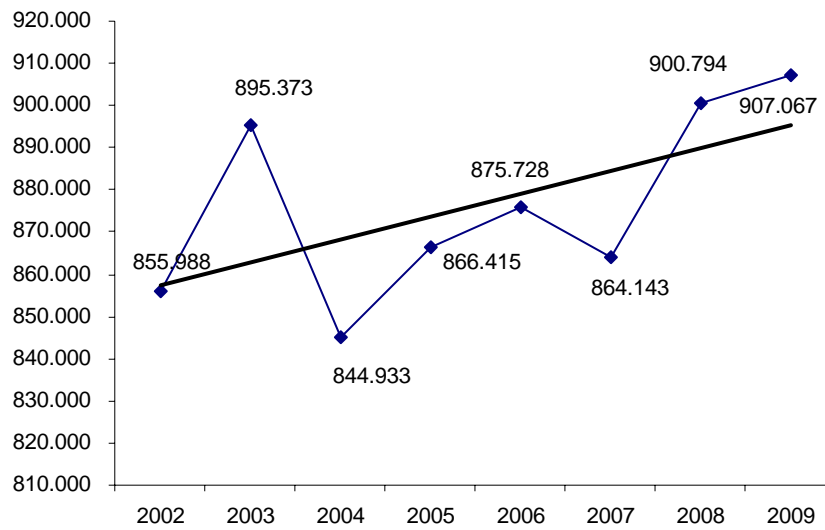
Grafico 6: Trend arrivi nell'ambito della Valsugana



¹⁰ I comuni considerati sono Calceranica al Lago, Caldonazzo, Levico Terme, Novaledo, Pergine Valsugana, Roncegno Terme, Tenna e Vignola-Falesina. Oggi l'Azienda di promozione turistica non è più operativa e al suo posto è subentrata l'Azienda per il Turismo Valsugana che dal 2008 comprende anche la Valsugana orientale e il Tesino, territorio turistici minori nel panorama provinciale e con offerte parzialmente differenti.

¹¹ È stato preso in considerazione il periodo che va da maggio a settembre, relativamente più breve rispetto a quello del Garda, dove ci sono condizioni climatiche e di balneabilità del lago diverse.

Grafico 7: Trend presenze nell'ambito della Valsugana



fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo su dati S.Statistica PAT

alla partecipazione a eventi e convegni. Solo negli ultimi anni l'Azienda per il Turismo competente territorialmente ha iniziato a lavorare per creare nei comuni lacuali un'offerta *leisure* anche nella stagione invernale. Notevole successo di pubblico hanno registrato gli eventi organizzati durante le festività natalizie e in particolare i mercatini di Levico che rientrano nel circuito provinciale insieme a quelli di Trento, Arco, Rovereto e di Rango nel Bleggio¹². Nel corso dell'estate 2009 gli ospiti che hanno scelto di soggiornare in strutture soggette ad obbligo statistico (alberghi ed esercizi complementari) sono stati poco più di 138 mila per un totale di poco più di 900 mila presenze. Le seconde case e gli alloggi privati hanno intercettato quasi 64 mila turisti e poco più di 500 mila pernottamenti e pesano sul movimento totale dell'ambito per circa un terzo. Già da questo primo dato emerge chiaramente come i laghi di Levico e di Caldonazzo, a differenza del Garda, soffrano maggiormente il problema delle strutture ricettive poste al di fuori del mercato e in particolare delle seconde case, che indeboliscono le potenzialità dell'economia turistica e costituiscono nella maggioranza dei casi un patrimonio immobiliare scarsamente utilizzato (ed altamente impattante, specie quando chiuso). Nel medio periodo analizzato (2002-2009) i comuni oggetto di analisi presentano un buon dinamismo, anche se relativamente più contenuto rispetto a quello del Garda, con un incremento degli arrivi certificati del 12% e delle presenze dell'8%. Le seconde case e gli alloggi privati hanno registrato un vero *boom* con tassi di crescita degli arrivi del 217% e dei pernottamento del 78%.

Le persone che scelgono l'Alta Valsugana per le proprie vacanze fanno mediamente sei pernottamenti. Nelle strutture alberghiere o complementari gli

Molti alloggi al di fuori del mercato...

¹² www.nataletrentino.it.

ospiti soggiornano in media per sei notti mentre nelle seconde case e negli alloggi privati otto. Nel medio periodo, coerentemente con i mega trend del turismo, si delinea una chiara tendenza alla contrazione, specie nel non certificato, della permanenza media degli ospiti, che tendono ad essere più eclettici e a concedersi periodi di vacanza più brevi ma più frequenti nel corso dell'anno.

Ospiti stranieri più numerosi degli italiani

L'Alta Valsugana rispetto al resto della provincia si caratterizza per un elevato grado di apertura internazionale che non eguaglia comunque quello registrato in riva al lago di Garda. Poco più della metà del movimento risulta infatti imputabile a ospiti stranieri, percentuale che supera il 70% nel complementare e in particolare nei campeggi, scelti da coloro che vogliono concedersi una vacanza al lago. Nel medio periodo i flussi internazionali segnalano una sostanziale stabilità in termini di arrivi (+2%) e una significativa crescita per quanto riguarda le presenze (+15%), con un conseguente allungamento della permanenza media passata dalle sei notti del 2002 alle sette del 2009. I principali stati di provenienza degli ospiti sono i Paesi Bassi (36% degli arrivi esteri certificati e 53% delle presenze) e la Germania (rispettivamente 40% e 30%). Dal 2002 al 2009 si assiste ad un calo di movimento generato dalla Germania, dall'Austria e soprattutto dal Regno Unito (-80% del movimento) e a una decisa espansione dei flussi provenienti dai Paesi Bassi, con una crescita di oltre il 40% in termini sia di arrivi sia di presenze. Il mercato italiano, che pesa per il 45% sul movimento turistico certificato dell'ambito, sta registrando un aumento del numero di arrivi e una contrazione del numero di pernottamenti. La permanenza media degli ospiti italiani segna, a differenza di quella degli stranieri, una chiara tendenza alla contrazione, passando dalle nove notti del 2002 alle sette del 2009.

Fortune disomogenee

Gli alberghi ubicati nei comuni oggetto della presente ricerca mostrano preoccupanti segnali di difficoltà con una netta tendenza alla contrazione sia degli arrivi (-5%) che delle presenze (-13%). Le strutture del complementare sembrano invece godere di ottima salute aumentando di anno in anno il movimento intercettato. Dal 2002 al 2009 gli arrivi nelle strutture extralberghiere sono aumentati del 38% mentre i pernottamenti del 24%, con una contrazione della permanenza media passata dalle nove alle otto notti. Le buone performance del complementare, sostenute soprattutto dagli ospiti stranieri, sono state comunque superiori alla contrazione registrata negli alberghi e hanno determinato un saldo positivo del movimento certificato dell'ambito. Ne è conseguita una contrazione di quasi dieci punti percentuali del peso degli alberghi sul totale del movimento certificato. Nel 2002 coprivano infatti il 62% degli arrivi e il 49% delle presenze e nel 2009 rispettivamente il 53% e il 41%. La crisi del comparto alberghiero è dovuta al crollo dei flussi internazionali che

dal 2002 al 2009 sono diminuiti di oltre il 20% in termini di presenze e di arrivi. Gli italiani che soggiornano negli hotel dell'Alta Valsugana sono aumentati del 9% ma hanno ridotto in pari misura il numero di pernottamenti (-9%). Hanno accorciato la durata media della loro vacanza, che è passata dalle otto notti del 2002 alle sei del 2009, ma si fermano costantemente più a lungo degli ospiti stranieri (tre notti). Per una corretta lettura dei dati va ricordato che le strutture alberghiere dell'ambito, e in particolare quelle ubicate nei comuni di Levico e di Roncesgno Terme, sono scelte per lo più da *curisti*, ovvero turisti, in larga parte italiani, che fruiscono dell'offerta termale e benessere e si fermano per periodi relativamente lunghi.

Viva il campeggio!

All'interno del settore complementare i campeggi sono la struttura maggiormente apprezzata dagli ospiti e capace di intercettare quasi il 90% del movimento, senza grossi scostamenti nel corso degli anni analizzati. Le strutture open air segnano buone performance a testimonianza di come il turismo in riva al lago goda ancora di ottima salute e presenti interessanti margini di crescita, specie sui mercati internazionali.

Le altre tipologie ricettive del complementare hanno un ruolo molto più marginale. Crescite molto consistenti si registrano nei B&B e negli agriturismi anche se intercettano per limiti strutturali numeri molto contenuti. Il fenomeno turistico in Valsugana non risulta distribuito in maniera omogenea ma è fortemente concentrato nel comune di Levico dove si registra quasi il 60% del movimento complessivo dell'ambito. Rappresenta il principale polo per il movimento non solo alberghiero, che mostra qualche segnale di crisi, ma anche per quello complementare, che è invece in piena espansione. A gran distanza seguono i comuni di Calceranica al Lago e di Caldonazzo che hanno un'offerta basata prevalentemente sul prodotto lago e hanno segnato nel periodo analizzato interessanti tassi di crescita soprattutto nel settore complementare. Pergine Valsugana mostra invece i maggiori segnali di difficoltà, con contrazioni molto pesanti nel settore alberghiero da legare almeno in parte alla crisi che ha interessato anche il tessuto economico e imprenditoriale della Valsugana e ha determinato una riduzione dei viaggi di lavoro e più in generale di natura business.

Bassa occupazione dei posti letto

Il tasso di occupazione, che misura il grado di sfruttamento del potenziale ricettivo dell'ambito, risulta pari al 43% nelle strutture alberghiere, un valore sicuramente elevato ma non paragonabile a quello del Garda, dove raggiunge il 61%. Va sottolineato come nel medio periodo, nonostante la contrazione dei pernottamenti nelle strutture alberghiere, non ci sia stata una parallela riduzione del grado di utilizzo dei posti letto. Questo deriva dal fatto che nell'ambito c'è stata una contrazione proporzionale dei posti letto, forse dovuta alla chiusura delle strutture in posizione di marginalità e con minor giro d'affari che si sono

trovate nelle condizioni di non riuscire più ad avere margini di redditività soddisfacenti.

Le strutture del complementare e in particolare i campeggi hanno presentato un tasso lordo di occupazione che si aggira sul 35% e che mostra nel medio periodo una leggera tendenza ad aumentare.

2.2.2 Offerta

I comuni facenti parte dell'ex Azienda di promozione turistica dell'Alta Valsugana hanno un'offerta che si compone di 138 strutture alberghiere e complementari e poco più di 15 mila posti letto e si colloca al quarto posto nel panorama turistico provinciale per capacità ricettiva. Gli 88 alberghi attivi nel 2009 avevano una capienza complessiva prossima alle 6 mila persone mentre le 50 strutture del complementare pari a quasi 10 mila. Si nota un forte sbilanciamento dell'offerta ricettiva sulle strutture complementari che da sole coprono quasi il 70% dei posti letto disponibili, valore decisamente superiore alla media del Trentino. Per completare il quadro del potenziale dell'ambito vanno aggiunti gli oltre 9 mila posti letto presenti negli alloggi privati e nelle seconde case, strutture in parte al di fuori del mercato turistico in senso stretto. Questo comparto ricettivo pesa per il 40% sulla capacità ricettiva complessiva dell'ambito, percentuale sicuramente più elevata di quella riscontrata in riva al lago di Garda ma inferiore rispetto alla media provinciale, che si attesta sul 66%.

*Molta ricettività
complementare*

Nel medio periodo il numero di esercizi e di posti letto disponibili nell'ambito non mostra significative variazioni. Dettagliando maggiormente i dati emerge come le strutture alberghiere abbiano registrato una brusca contrazione con la chiusura di numerosi esercizi (-15%) e conseguentemente la perdita di posti letto (-14%). Le strutture più colpite sono quelle ad una o due stelle, che hanno registrato significative contrazioni per quanto riguarda il numero di esercizi attivi (-27%) e la capacità ricettiva (-34%). Anche gli alberghi a tre stelle hanno risentito di questo fenomeno anche se in misura minore (strutture: -6%; posti letto: -8%). I quattro stelle, rimasti invariati come numero, hanno perso anch'essi posti letto (-2%), forse per l'implementazione di strategie di qualità volte ad aumentare gli spazi e i servizi a disposizione degli ospiti e ad offrire unità abitative più spaziose e confortevoli.

Piccoli alberghi chiudono

Nel complementare si registra l'apertura di nuove strutture minori, quali B&B, CAV e affittacamere, e un aumento della capienza dei campeggi (+26%), che rimangono invariati per numero.

Le diverse dinamiche in atto hanno indebolito il settore alberghiero e conseguentemente ridotto il suo peso all'interno dell'ambito in termini di posti

letto: nel 2002 deteneva il 42% del totale mentre nel 2009 solamente il 36%.

La qualità dell'offerta alberghiera, letta attraverso il sistema di classificazione delle stelle, risulta tutto sommato buona e sostanzialmente in linea con la media provinciale, con il 70% di posti letto in strutture a tre stelle e il 10% nei quattro stelle. Gli esercizi di fascia bassa (una o due stelle) hanno un ruolo marginale e coprono solamente il rimanente 14% del potenziale ricettivo. Dal 2002 al 2009 si assiste a un miglioramento della qualità dell'offerta alberghiera con la crescita dei posti letto in strutture di livello medio alto e la contrazione invece negli alberghi ad una e due stelle.

Open air!

Il settore complementare si identifica con i campeggi che da soli ospitano quasi il 90% di tutti i posti letto disponibili e hanno una capacità ricettiva superiore a quella delle strutture alberghiere. Un 10% dei posti letto del complementare è in case per ferie, ovvero esercizi ricettivi attrezzati per ospitare temporaneamente persone o gruppi e gestiti, in via diretta o indiretta, da enti pubblici o religiosi senza fine di lucro e che perseguono finalità sociali, culturali, assistenziali, religiose o sportive.

Come già rilevato per la domanda, l'offerta ricettiva non risulta distribuita omogeneamente ma è fortemente concentrata nel comune di Levico, con la metà dei posti letto totali, e a Calceranica, con il 25%. Il polo alberghiero dell'ambito è a Levico che da solo ospita il 50% degli esercizi e il 66% dei posti letto. Nel medio periodo l'offerta alberghiera segnala una contrazione in tutti i comuni e in special modo a Pergine, secondo centro dell'ambito in ordine di importanza per consistenza dell'offerta, dove hanno chiuso oltre un quarto delle strutture e i posti letto sono diminuiti di quasi il 40%. La contrazione interessa anche Levico che perde 6 alberghi e quasi 400 posti letto. Contrazioni significative si registrano anche a Tenna e a Caldonazzo.

Le strutture complementari sono concentrati soprattutto in riva ai laghi della Valsugana e in particolare nei comuni di Levico e Calceranica, dove si ci sono rispettivamente il 39% e il 36% dei posti letto disponibili, assicurati per lo più in campeggi, e si registrano i maggiori tassi di espansione della capacità ricettiva. A Caldonazzo, anche il comparto complementare, oltre a quello alberghiero, mostra segnali di sofferenza e riduce di un terzo il suo potenziale ricettivo dal 2002 al 2009. Il comune di Roncigno Terme registra un'espansione dell'offerta extralberghiera, con l'incremento dei posti letto non tanto in esercizi open air quanto in strutture di piccola dimensione, come B&B o affittacamere.

3. I FREQUENTATORI DEI LAGHI DI GARDA, LEVICO E CALDONAZZO

3.1 Metodologia della ricerca

Nel corso delle stagioni turistiche 2008 e 2009 sono state effettuate numerose interviste a coloro che frequentavano le spiagge dei laghi di Garda (parte trentina, sponda settentrionale) e di Levico e Caldonazzo. Il campione di 1.600 intervistati è stato definito sulla base del numero di arrivi turistici registrati nel corso del 2007 ed è stato stratificato sia per italiani e stranieri che per mese (per il periodo da maggio all'inizio di ottobre, con una distinzione tra i mesi estivi da metà giugno a fine agosto e i mesi d'ala iniziali, maggio e prima metà di giugno, e finali, settembre e inizio ottobre) (vedi in appendice il piano di campionamento). I questionari corretti e validati per le successive elaborazioni sono stati leggermente superiori al campione ipotizzato e pari a 1.662. Questa numerosità campionaria avrebbe dovuto garantire un errore nella stima di poco superiore all'8%.

1662 intervistati

E' presumibile che l'errore rispetto all'universo di riferimento sia superiore, perché tra i frequentanti le spiagge dei laghi oggetto d'indagine che sono stati intervistati, sono numerosi anche i residenti e gli escursionisti di giornata. L'aver privilegiato la spiaggia come luogo della rilevazione già in fase di progettazione, è stato motivato dalla necessità di stimare non solo i turisti, ma anche, per la prima volta, l'incidenza di escursionisti di giornata e residenti tra coloro che frequentano i laghi.

La rilevazione è stata effettuata da rilevatori mediante palmari in giorni e orari predefiniti con una rotazione dei luoghi di rilevazione, individuati preventivamente sulle spiagge del lago di Garda e dei laghi di Levico e Caldonazzo. L'intervista era proposta alle persone presenti in spiaggia seguendo un passo campionario. Nei casi di gruppi di amici o di famiglie l'intervista era sottoposta ad un unico componente. Pur trattandosi di un questionario abbastanza complesso non si sono riscontrate reazioni negative e i casi di diniego all'intervista sono stati molto rari.

Turisti in spiaggia, ma anche escursionisti e residenti

Come evidenzia la tabella riportata, tra gli intervistati la componente rappresentata dai turisti è largamente maggioritaria, ma sono evidenti le differenze tra il Garda e i due laghi della Valsugana. Qui sono relativamente più numerosi gli escursionisti. Mentre la quota rappresentata dai residenti è analoga sia sul Garda che sui laghi della Valsugana.

Tabella 1: Intervistati per tipologia. Turisti. Escursionisti. Residenti				
	Interviste	Val %		
Garda	999	60,1%		
Valsugana	663	39,9%		
Totale	1.662	100,0%		
	Garda		Valsugana	
	Numero	Val %	Numero	Val %
Turisti	777	77,8%	381	57,5%
di cui "rivieraschi"*	678	67,9%	291	43,9%
	Numero	Val %	Numero	Val %
Escursionisti	78	7,8%	189	28,5%
Residenti	144	14,4%	93	14,0%
Totale	999	100,0%	663	100,0%
* Comuni rivieraschi del Garda: Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda, Tenno Comuni rivieraschi della Valsugana: Caldonazzo, Calceranica, Levico Terme, Pergine Valsugana, Tenna				
fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo				

Tabella 2: Turisti dei comuni rivieraschi per provenienza						
	Turista Garda			Turista Valsugana		
		Numero	Val %		Numero	Val %
	Italiani	78	11,5%	Italiani	66	22,7%
	Stranieri	600	88,5%	Stranieri	225	77,3%
	Totale	678		Totale	291	
fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo						

Tra i turisti gli stranieri rappresentano la quota largamente maggioritaria rispetto agli italiani (come del resto evidenziato dai dati ufficiali relativi ad arrivi e presenze), ma risultano relativamente più numerosi sul Garda nel confronto con Levico e Caldonazzo.

Una quota di turisti presenti sulle spiagge dei laghi presi in considerazione non alloggiano nei comuni cosiddetti "rivieraschi"¹³. Si tratta di turisti che pur non pernottando sul lago decidono di trascorrere parte della loro vacanza (uno o più giorni) in riva al lago¹⁴, qualificabili come *escursionisti di rimbalzo* da altre località di vacanza. In questo aggregato si riscontrano sia coloro che assegnano al lago un'importanza secondaria rispetto ad altre attività che essi intendono svolgere durante la loro vacanza, e quindi la loro presenza al lago è limitata, e sia coloro che trascorreranno più tempo della loro vacanza in riva al lago, pur pernottando in un comune non "rivierasco".

Per ognuna delle tre tipologie di intervistati individuati (turista, escursionista, residente) è stato previsto un particolare questionario (o più correttamente delle sezioni specifiche del questionario predisposto).

¹³ Sono stati considerati comuni rivieraschi della sponda trentina del Garda tutti quelli facenti parte dell'ApT competente territorialmente, vale a dire Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda e Tenno. In Valsugana sono stati considerati rivieraschi i comuni di Calceranica, Caldonazzo, Levico Terme, Pergine Valsugana e Tenna.

¹⁴ Cfr. nota precedente.

Tabella 3: Turisti Intervistati in primavera (maggio - giugno) ed estate (luglio - settembre)

	Interviste	Val %		
Garda	999	60,1%		
Valsugana	663	39,9%		
Totale	1.662	100,0%		
	Turisti Garda (TG)		Turisti Valsugana (TV)	
	Numero	Val %	Numero	Val %
Primavera	181	26,7%	80	27,5%
Estate	497	73,3%	211	72,5%
Totale	678	100,0%	291	100,0%

fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo

Alcune domande sono comuni. Altre si riferiscono alla singola tipologia.

Per il turista le domande sono finalizzate a conoscere la durata della vacanza, le attività svolte e il tempo (giorni) trascorso in riva al lago; se questa vacanza al lago è la vacanza principale durante l'anno; gli aspetti ritenuti più importanti di una vacanza sul lago e il grado di soddisfazione sperimentato; se si tratta di *repeater*, cioè turisti fedeli alla vacanza in Trentino e/o sul lago, o *newcomer*, cioè alla loro prima esperienza; turisti indipendenti o intermediati; luogo di pernottamento e spesa media giornaliera pro capite.

Le parti comuni alle tre tipologie investigate riguardano, oltre alle informazioni socio-anagrafiche, alcuni comportamenti sia nella vita quotidiana che in vacanza, che evidenziano approcci diversi al tema della sostenibilità ambientale. La tematica della sostenibilità ambientale è stata affrontata per capire se e quanto è diffusa nella domanda turistica (ma anche tra i residenti e gli escursionisti) una sensibilità al riguardo, e quanto possano essere apprezzati interventi in materia di sostenibilità ambientale per qualificare l'offerta laghi.

Verranno esposti prima i dati relativi al lago di Garda e poi quelli dei laghi della Valsugana di Levico e Caldonazzo. Si cercherà di mettere in evidenza eventuali differenze non solo fra le diverse tipologie di intervistati (turisti, escursionisti e residenti) ma anche fra le due realtà territoriali, che, pur avendo nell'offerta lacuale la loro principale risorsa turistica, presentano differenze significative.

Approfondimenti specifici saranno dedicati a particolari segmenti turistici: i senior, le famiglie e gli sportivi.

Un approfondimento anche sui comportamenti di corretta sostenibilità ambientale

3.2 Il Garda

3.2.1 I turisti sul Garda

L'analisi prenderà in considerazione solo i turisti pernottanti nei comuni rivieraschi (Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole Riva del Garda e Tenno). Si tratta di 678 casi, di cui solo poco più dell'11% rappresentato da italiani.

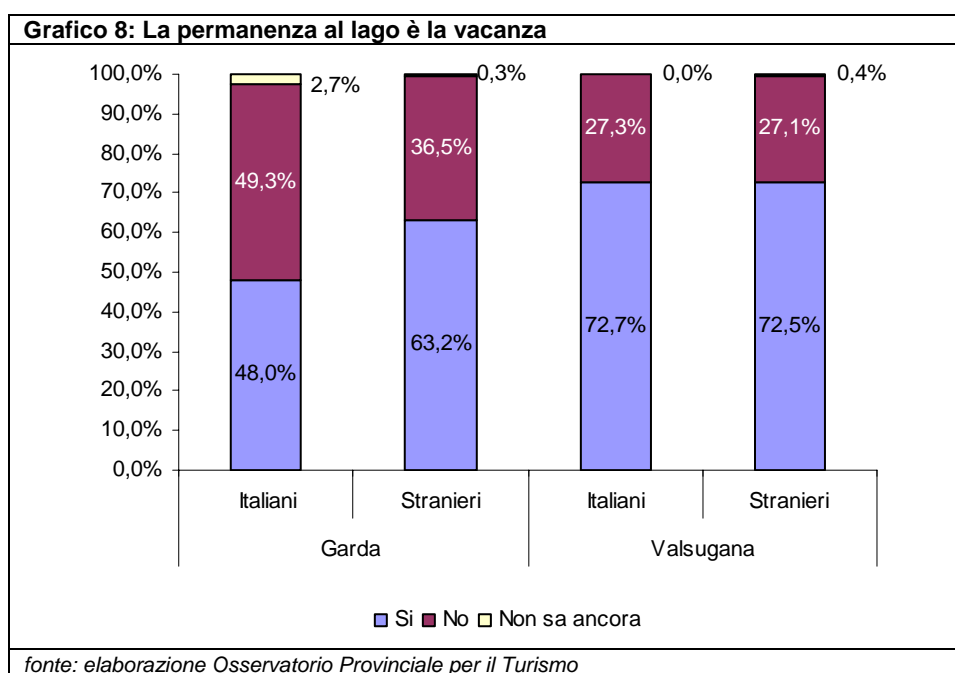
Dieci giorni in vacanza

La lettura dei dati privilegerà soprattutto gli stranieri con una comparazione, ove significativa, con il gruppo di turisti italiani.

La durata della vacanza risulta in media leggermente superiore ai dieci giorni, senza apprezzabili differenze tra italiani e stranieri. La differenza si riscontra sulla classe modale. Per gli italiani è rappresentata dalla classe 4-6 notti (poco più del 40% dei casi). Per gli stranieri dalla classe 7-14 notti (circa 64% dei casi). Si tratta di turisti che si fermano nelle località del lago di Garda per tutto il tempo della vacanza e che trascorrono sostanzialmente tutta la loro vacanza in spiaggia, in riva al lago. Prendiamo ad esempio gli stranieri: 10,5 notti la durata media complessiva della vacanza; 9,2 notti trascorse sul Garda nella stessa località (la differenza è data dal tempo viaggio); 8,3 giorni trascorsi in riva al lago, vale a dire che mediamente solo un paio di giorni dell'intera vacanza sono dedicati ad attività che non contemplano la permanenza in spiaggia. E' un approccio di tipo "balneare". Per inciso anche gli italiani mostrano uguale comportamento: 10,4 notti la durata media della vacanza; 9,3 le notti nella stessa struttura di un comune rivierasco; 8,3 giorni trascorsi al lago.

Sulla durata media del pernottamento va rilevato come il valore sia notevolmente superiore al dato ufficiale che ammonta nelle strutture cosiddette certificate (cioè soggette all'obbligo della registrazione degli ospiti¹⁵) a circa cinque notti per i turisti stranieri e a poco più di tre per i turisti italiani.

Data questa durata della vacanza al lago, è comprensibile che per il 63% degli stranieri questa permanenza al lago di Garda rappresenti la vacanza principale.



¹⁵ Sono soggette all'obbligo di comunicazione statistica tutte le strutture ricettive ad eccezione degli alloggi privati non gestiti in forma imprenditoriale e le seconde case di proprietà.

Per gli italiani la quota di coloro che hanno scelto il Garda per la loro vacanza principale è più bassa, 48% dei casi, ma si tratta di una percentuale ugualmente significativa.

Un po' meno fedeli della media provinciale

La quota rimanente indica che la vacanza principale avrà come meta il mare. Ma mentre questa scelta è indicata dagli italiani in nove casi su dieci, tra gli stranieri solo il 60% preferisce il mare come vacanza principale indicando in misura maggiore degli italiani sia la montagna che un'altra destinazione lacuale. Il lago di Garda diventa quindi per la maggioranza degli intervistati la scelta principale per la loro prima vacanza. Non a caso più di sei intervistati su dieci affermano di avere trascorso nei tre anni precedenti l'intervista, la loro vacanza in una località di lago. E di questi, sette su dieci (con una leggera prevalenza tra gli italiani) di averlo fatto sul Garda. Rispetto al totale intervistati si tratta del 42% degli stranieri e del 47% degli italiani. Una percentuale di clientela fedele al lago di Garda meno elevata di quanto riscontrato in Trentino in località turistiche di montagna, ma senz'altro importante, soprattutto se riferita alla clientela straniera. Invece uno "scambio di clientela" con gli altri due più importanti laghi del Trentino, Levico e Caldonazzo, sembrerebbe molto limitato.

Solamente il 2% dei turisti italiani e il 5% di quelli stranieri ha fatto negli anni recenti una vacanza su questi due laghi. Più gettonati, per trascorrervi le vacanze, dopo la prima scelta del Garda, risultano altri laghi, sia in Italia (per gli italiani) che all'estero (per gli stranieri).

I turisti *newcomer* per il Trentino, cioè coloro che non vi avevano mai trascorso prima un periodo di vacanza, rappresentano poco meno di un quarto tra gli italiani e il 41% tra gli stranieri.

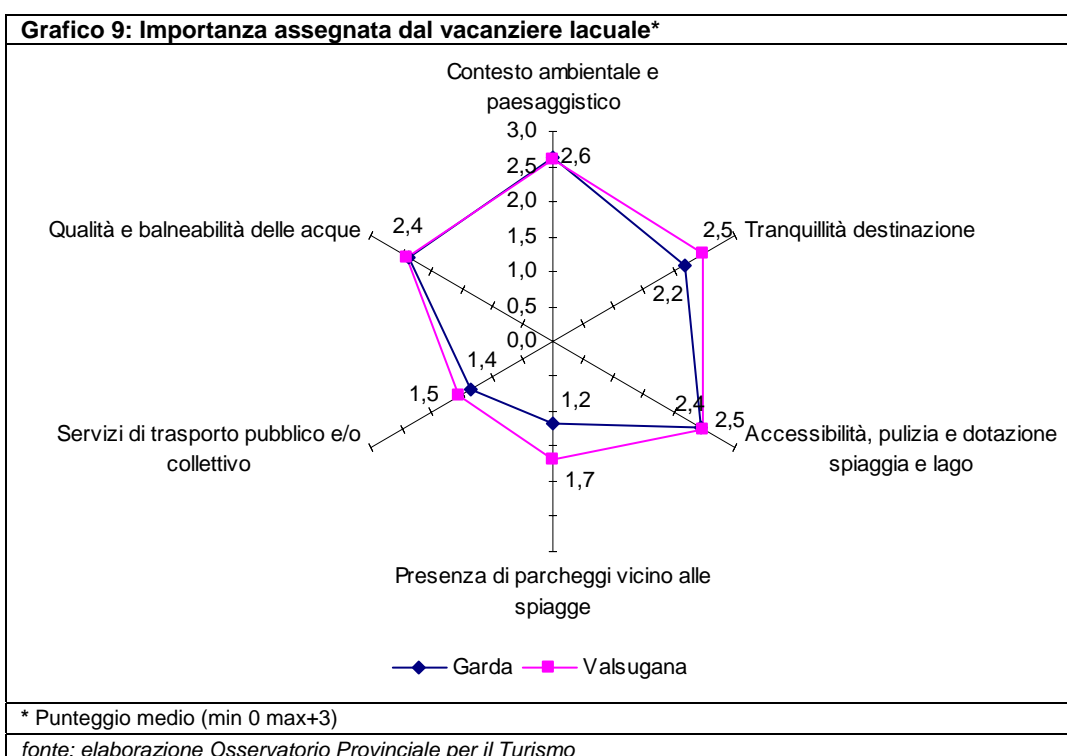
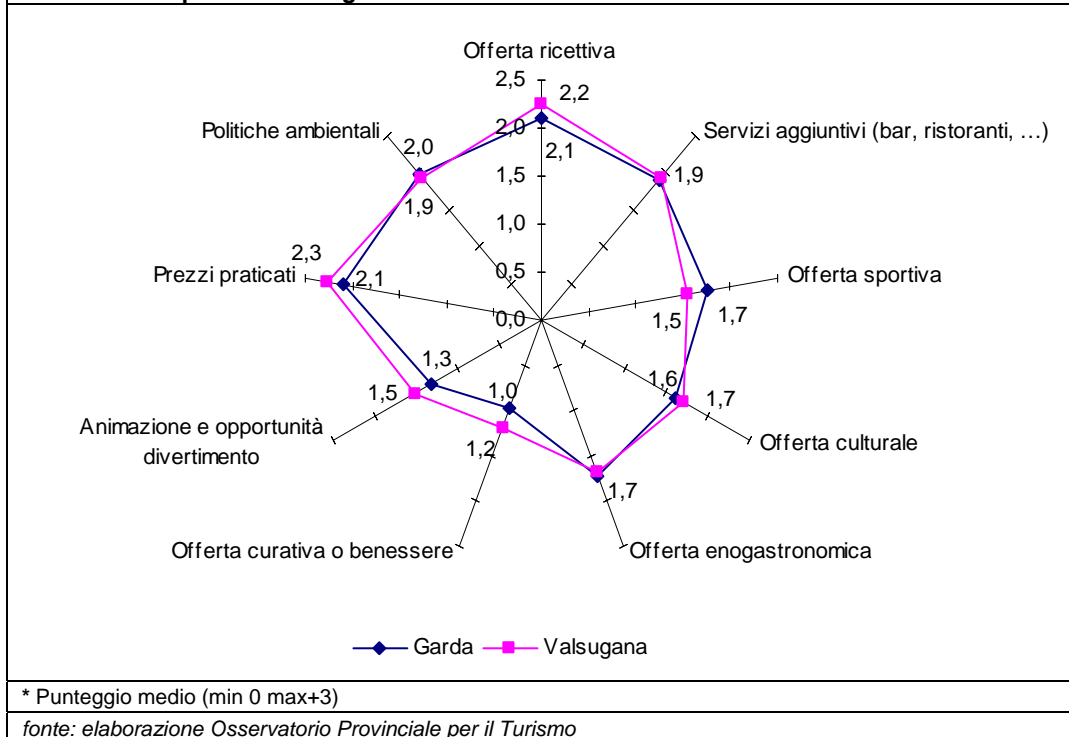


Grafico 10: Importanza assegnata dal vacanziere lacuale*



Ma come si è visto, più che di *newcomer* in Trentino bisognerebbe più correttamente riferirsi al solo lago di Garda parte trentina.

L'insieme di questi primi dati evidenzia come gli intervistati rappresentino indubbiamente un campione di turisti amanti del lago, che in maggioranza lo scelgono per la loro vacanza principale, scarsamente interessati ad altre proposte di vacanza.

Le cose importanti

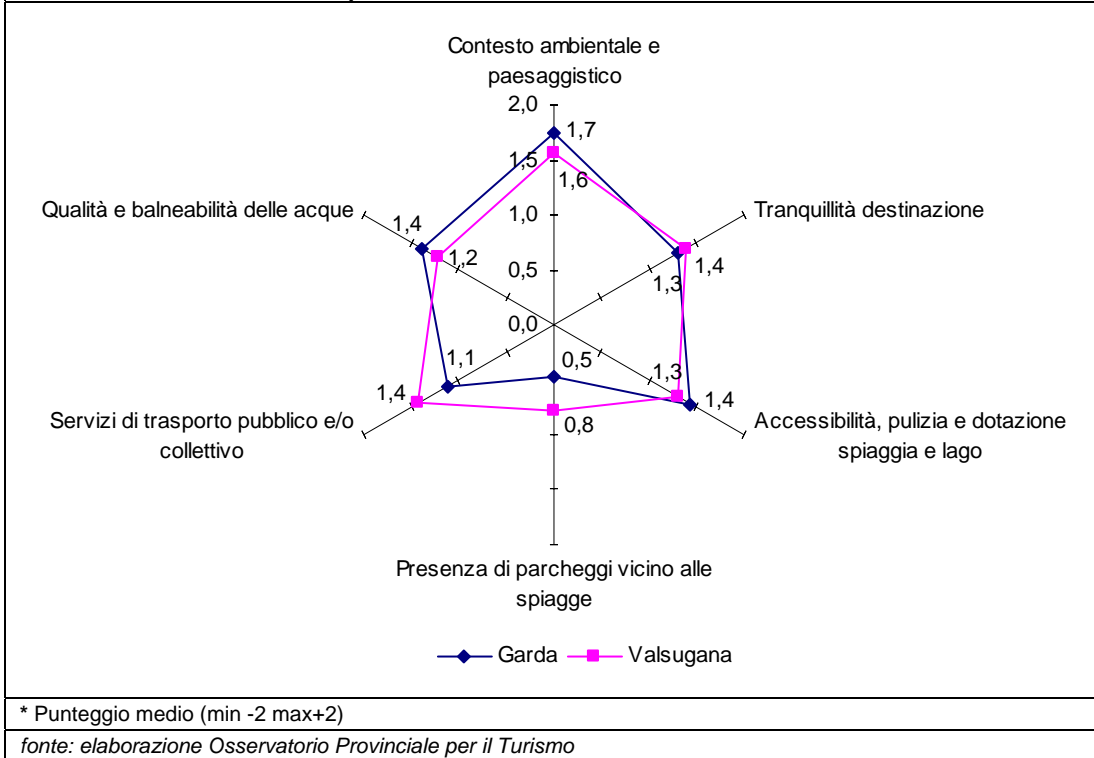
A cosa assegna importanza questo vacanziere lacuale? Alla valutazione degli intervistati sono stati sottoposti 15 aspetti riguardanti la destinazione di vacanza.

Ai primi posti troviamo, nell'ordine, il contesto ambientale e paesaggistico, la spiaggia pulita e accessibile, la qualità e balneabilità dell'acqua. Molta importanza è assegnata, seppure con un punteggio leggermente più contenuto, ad altri tre fattori: la tranquillità del luogo di vacanza (ma questo aspetto sembra essere più apprezzato dagli italiani piuttosto che dagli stranieri), i prezzi praticati e le corrette politiche di gestione ambientale.

In un'ideale graduatoria riferita all'importanza assegnata ai diversi aspetti, gli ultimi posti sono ricoperti da trattamenti benessere, servizi di trasporto pubblico, possibilità di parcheggi vicino alla spiaggia, animazione e svago, poter abbinare attività culturali.

Chiedere ad un turista quali sono gli aspetti di una destinazione di vacanza che reputa più importanti, significa poter misurare almeno in parte anche le sue aspettative, che influenzano successivamente la qualità percepita dell'offerta e di conseguenza il livello di soddisfazione.

Grafico 11: Soddisfazione espressa dal vacanziere lacuale*



Soddisfazione per l'ambiente

Se si considera la valutazione di soddisfazione espressa dagli intervistati sugli stessi 15 item, si può affermare che le aspettative non sono state deluse.

Al primo posto in termini di soddisfazione troviamo il contesto ambientale e paesaggistico (quattro intervistati su cinque si ritengono molto soddisfatti). A seguire la pulizia e l'accessibilità della spiaggia, la qualità dell'acqua. Tre aspetti sui quali i turisti esprimevano le aspettative maggiori. Per gli stranieri il livello di soddisfazione espresso è molto elevato anche su due altri item: la possibilità di abbinare delle attività sportive e l'offerta enogastronomica.

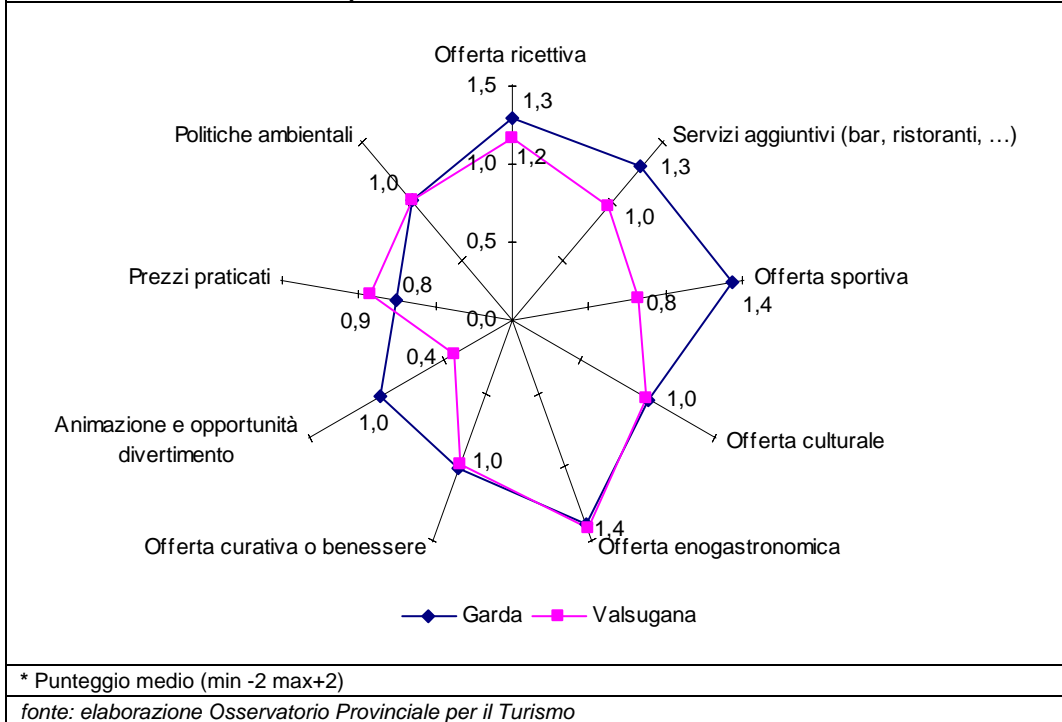
Considerando altri aspetti ai quali era assegnata una discreta importanza, si riscontra un giudizio soddisfacente sulla tranquillità della destinazione, mentre non si rileva una soddisfazione pari alle attese sui prezzi praticati e sulle misure di politica ambientale adottate. Sui prezzi praticati più di un quinto degli italiani e il 14% degli stranieri si dichiarano poco o per nulla soddisfatti, con percentuali irrisorie di turisti molto soddisfatti.

Tre domande erano finalizzate ad indagare sulle esternalità negative della destinazione connesse ad un eventuale sovraffollamento. La presenza di turisti in effetti è considerata eccessiva o elevata dal 40% dei turisti stranieri (un po' meno dagli italiani).

Qualche volta si è in troppi!

Questo sovraffollamento sembrerebbe riflettersi soprattutto sulla località piuttosto che sulle persone in spiaggia. Qui infatti la presenza di persone è considerata eccessiva o elevata solamente dal 22% degli intervistati (senza distinzioni tra italiani e stranieri), mentre quasi altrettanti considerano questa

Grafico 12: Soddisfazione espressa dal vacanziere lacuale*



presenza contenuta o bassa. La presenza di turisti nell'area si riflette negativamente a detta degli intervistati soprattutto sul traffico e la mobilità. Pur muovendosi la maggioranza a piedi o in bici per raggiungere il lago, il 44% ritiene eccessivo o elevato il traffico e la mobilità nell'area, e solo circa l'8% li reputa contenuti o bassi.

La valutazione risente, come era lecito aspettarsi, del periodo di rilevazione. Nei mesi d'ala della stagione il giudizio espresso dagli intervistati è molto meno problematico.

Nonostante queste criticità rilevate, più di otto intervistati su dieci, tanto italiani che stranieri, consiglierebbero senz'altro questa destinazione ad amici e parenti come meta per le loro vacanze, facendosi portatori di un passaparola positivo. I rimanenti "pensano di sì", indice di una non completa soddisfazione, ma neppure di una totale delusione. Infatti coloro che rispondono che non consiglierebbero, quindi gli insoddisfatti, si riducono solamente allo 0,3% degli intervistati.

Un Garda consigliabile

La conoscenza della destinazione turistica lago di Garda e le relative informazioni derivano principalmente da una conoscenza pregressa (comprensibile data la quota elevata di *repeater*, cioè di turisti fedeli), seguita dal canale internet e dal tradizionale passa parola di amici e conoscenti¹⁶. Tra gli stranieri, relativamente alta (14%) la quota di coloro che hanno attinto le loro informazioni da Tour operator o agenzie viaggi, indice della presenza di un

¹⁶ Rispetto ad altre indagini condotte dall'Osservatorio l'intervistato poteva indicare al massimo un unico canale informativo.

turismo intermediato tra la componente straniera, come risulta confermato anche da altre variabili che saranno esaminate successivamente.

La maggioranza non è intermediata

La quota di turisti intermediati non è però maggioritaria. Tra gli stranieri gli acquirenti di un pacchetto vacanza rappresentano circa un quarto del totale (il 5% tra gli italiani). Costoro si sono spostati dal luogo di residenza principalmente con un mezzo di trasporto collettivo.

Sul mezzo di trasporto utilizzato risulta significativa tra gli stranieri la quota che ha utilizzato l'aereo (23% del totale), anche se nettamente prevalente tra gli stessi stranieri è l'utilizzo di un mezzo privato come auto o moto (65% dei casi). Indice da un lato di una componente nettamente maggioritaria di turisti indipendenti, come evidenziato dalla quota relativamente contenuta di chi ha acquistato un pacchetto organizzato (rammentando che anche tra costoro non è escluso l'impiego di un mezzo di trasporto privato). Dall'altro di una provenienza straniera che privilegia soprattutto i Länder tedeschi di prossimità (Baviera e in minor misura Baden Württemberg), oltre che il mercato austriaco.

La metà è in coppia

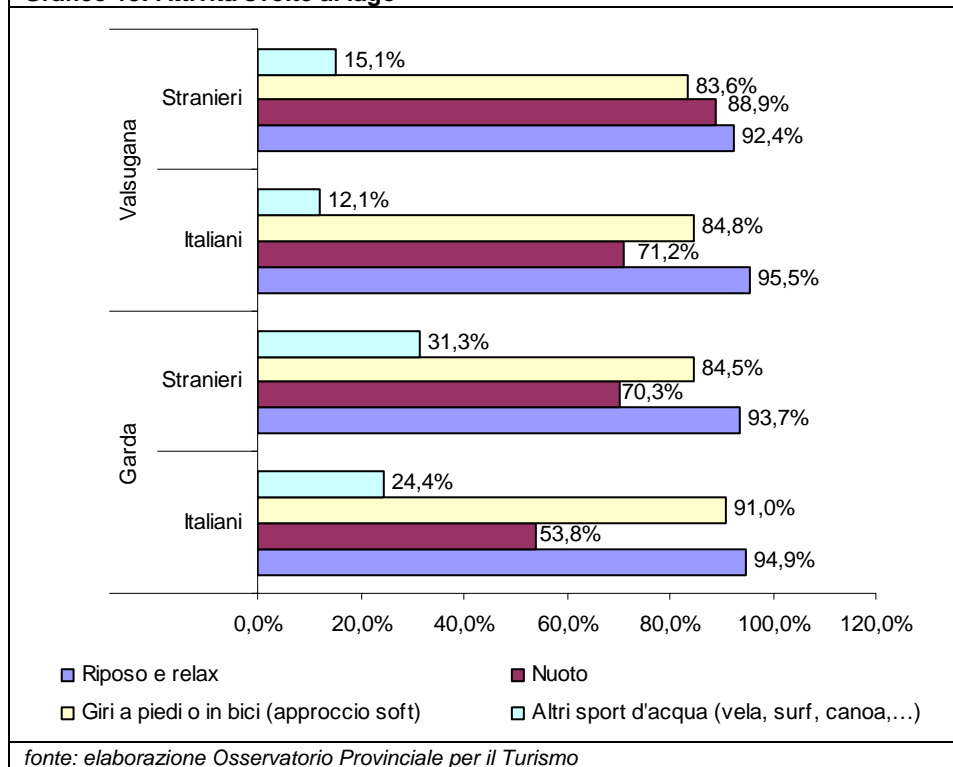
La vacanza al lago si condivide soprattutto in coppia (46% tra gli italiani, 52% tra gli stranieri); molto meno con famiglia e figli, a differenza di quanto riscontrato per la stagione estiva in numerose località trentine di montagna. Quasi un quinto di stranieri indica anche la vacanza con amici¹⁷.

La struttura ricettiva scelta è per la maggior parte l'albergo (55% dei casi per gli stranieri, meno per gli italiani, che nel 23% dei casi indicano parenti e amici o seconda casa di proprietà). La seconda opzione riguarda il campeggio. Anche in questo caso la quota di stranieri è più elevata rispetto a quella degli italiani (22% di campeggiatori contro il 17%). Molto più contenute le altre strutture ricettive, fatta eccezione per gli appartamenti turistici, indicati dal 12% degli stranieri.

Anche chi ha scelto l'albergo, trascorre gran parte del proprio tempo vacanza in spiaggia, cui si accede direttamente a piedi in circa due terzi dei casi (con poca differenza tra italiani e stranieri), o con la bicicletta (più usata dagli stranieri, indicata nel 28% dei casi). L'uso dell'auto per recarsi in spiaggia è relativamente contenuto (24% dei casi tra gli stranieri e 29% tra gli italiani), il che fa capire come l'esigenza di avere disponibilità di parcheggi fronte lago o nelle immediate vicinanze sia relativamente poco avvertita dai turisti (semmai è più avvertita dagli escursionisti), circostanza evidenziata dallo scarso livello di importanza assegnato a questo fattore; e come la scelta della struttura ricettiva, anche alberghiera e non solo dei campeggi, ricada prioritariamente sulle strutture più vicine alla spiaggia.

Meglio vicini alla spiaggia

¹⁷ La domanda permetteva al massimo due risposte. Le percentuali pubblicate sono calcolate sui rispondenti e non sulle risposte

Grafico 13: Attività svolte al lago

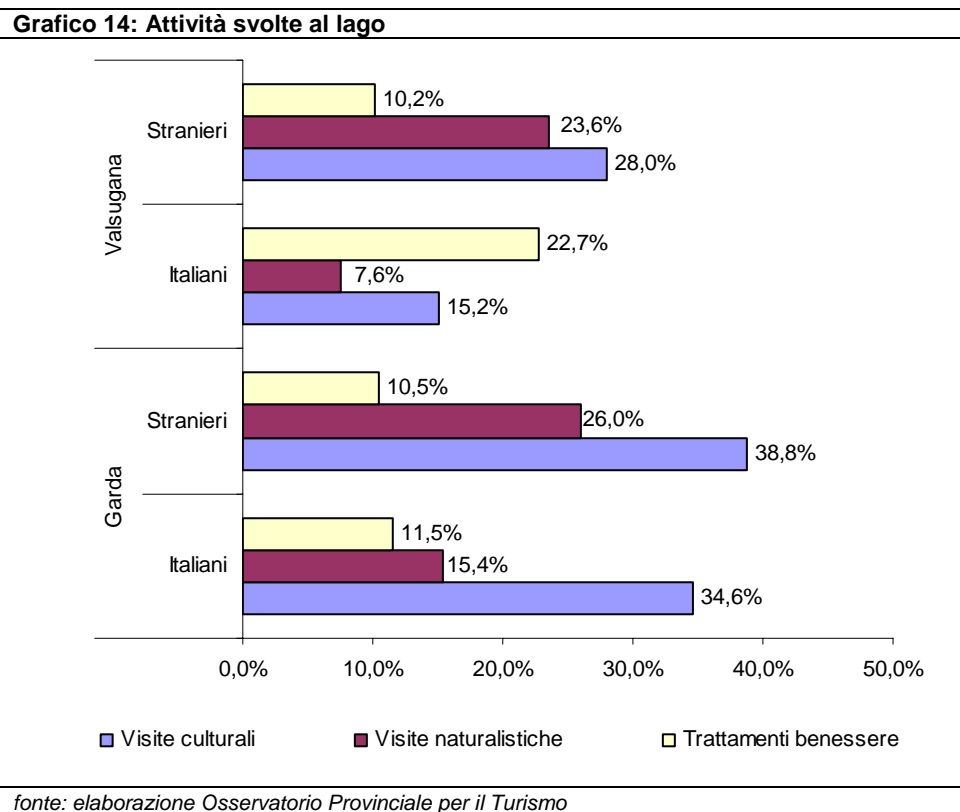
Solo il 9% degli intervistati, sia tra gli italiani che tra gli stranieri, afferma di trascorrere meno di un terzo del proprio tempo vacanza in spiaggia. A fronte di un 69% di stranieri e di un 76% di italiani che dichiara di trascorrere in spiaggia più dei due terzi del tempo dell'intera vacanza. Da questo punto di vista ben si comprende come eventuali avverse condizioni meteo mettano in crisi l'intera organizzazione giornaliera della vacanza, fatta di routine e comportamenti consolidati, con al centro la frequentazione e la permanenza in spiaggia.

Relax e refrigerio

I turisti intervistati in spiaggia in più di nove casi su dieci sono alla ricerca di riposo e di relax, abbinato a brevi passeggiate in bici o a piedi o a una nuotata nelle acque del lago, intesa forse più come occasione per cercare refrigerio alla calura estiva che come pratica sportiva. Il riposo e il relax è una motivazione di tipo trasversale che non discrimina i due target di riferimento italiani e stranieri. Dai dati emerge come il nuoto interessi maggiormente i turisti stranieri (sette su dieci) rispetto agli italiani (poco più di cinque su dieci). Un terzo degli stranieri e la metà degli italiani non entrano nemmeno in acqua e si limitano a vivere il lago dalla riva. Le passeggiate soft sul lungo lago sono un'attività apprezzata soprattutto dal pubblico italiano, forse per il limitato sforzo fisico richiesto. Quasi uno straniero su tre (un quarto tra gli italiani) afferma di praticare uno sport sull'acqua, soprattutto vela e windsurf.

Due comportamenti attivi

Il turista sul lago esprime quindi un comportamento duplice: una maggioranza caratterizzata dalla pratica attiva ridotta e una minoranza di sportivi che praticano soprattutto windsurf e vela (oltre a bici e altri sport).



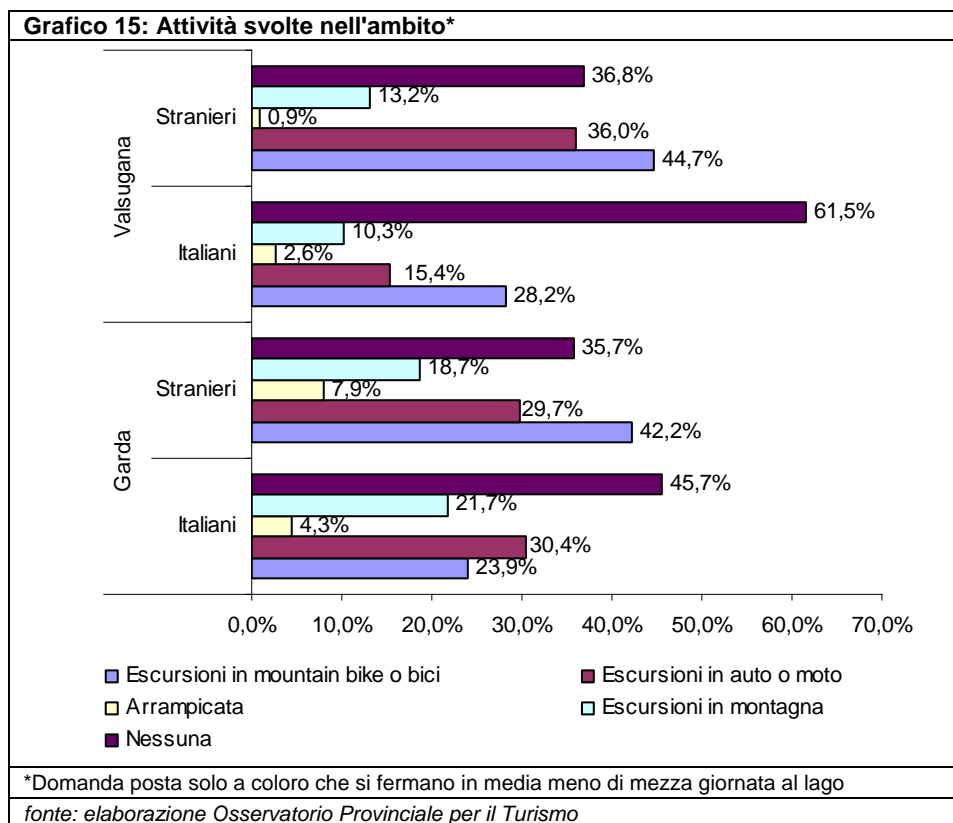
Le attività culturali in centro paese o le visite naturalistiche, fatte anche alla sera o nelle ore più calde della giornata, sono richieste rispettivamente da un terzo e un quarto dei turisti. Gli ospiti stranieri sono maggiormente attenti a momenti di conoscenza e di scoperta della caratteristiche ambientali e culturali del territorio dove soggiornano.

I trattamenti benessere in centri specializzati sono fruiti solamente dall'11% dei turisti intervistati, siano essi italiani o stranieri.

Sembrerebbe quindi che i turisti che soggiornano sulla sponda trentina del Garda siano alla ricerca di un recupero fisico e mentale fatto all'aria aperta attraverso attività sportive, specie per gli stranieri, o il semplice riposo e relax in spiaggia.

Non solo spiaggia

Il 70% dei turisti stranieri intercettati e il 60% degli italiani dichiara di non trascorrere tutto il giorno in spiaggia e di dedicare del tempo anche ad altre attività di tipo sportivo o culturale. Le attività prevalenti svolte da costoro riguardano dei giri in mountain bike o in auto o moto (con una preferenza per la mountain bike da parte degli stranieri, e di auto o moto degli italiani) e secondariamente praticando dei trekking o il nordic walking. Gli stranieri si cimentano in percentuale maggiore degli italiani anche con le vie ferrate e le palestre di roccia. Gli altri sport (equitazione, volo a vela, canyoning, torrentismo, ecc.) sono del tutto marginali e sono state indicati da percentuali molto contenute del campione oggetto della presente indagine.



Il 37% degli ospiti che rimane in spiaggia al massimo mezza giornata non intende dedicarsi a nessuna attività sportiva o di conoscenza del territorio. Costoro sono più numerosi fra gli italiani (46%) che fra gli stranieri (36%). Pur essendo la permanenza al lago prevalente, come si è visto, rispetto al totale tempo vacanza, i turisti intercettati dichiarano di avere anche visitato uno o più località. Si tratta del 76% degli stranieri e del 59% degli italiani. L'indicazione dei luoghi visitati evidenzia una prevalente "curiosità di corto raggio".

Circa nove intervistati su dieci di chi ha visitato una qualche città, indica altre località del lago rispetto a quella dove soggiorna e pernotta. Al secondo posto (31% per gli stranieri che hanno effettuato qualche visita, il che corrisponderebbe al 23% del totale stranieri) è stato utilizzato l'impianto di risalita, con la cabina girevole, che da Malcesine sale al Monte Baldo, autentica attrazione turistica. Si tratta di una percentuale superiore a quella riscontrata rispettivamente, nell'ordine, per la visita a Verona, Trento, Venezia, la Valle di Ledro, Rovereto. In quest'ultima città si sarebbe recato circa il 13% del totale stranieri intervistati sulle spiagge del lago di Garda che dichiarano di aver effettuato qualche visita o qualche escursione. Pur ammettendo che il campione intercettato in spiaggia forse non rispecchia fedelmente le presenze e i comportamenti di tutti i turisti stranieri presenti nell'Alto Garda, si tratterebbe di quasi 39 mila turisti recatisi a Rovereto nel corso dell'estate 2009.

Da parte degli intervistati si manifesta anche un discreto interesse per l'acquisto

di prodotti locali e tipici (quasi otto stranieri e quasi sette italiani su dieci) e soltanto il 4% si dichiara non interessato.

Quanto si spende

La spesa media giornaliera è superiore tra gli stranieri e ammonta a circa 84 euro, contro i 66 euro dichiarati dagli italiani. La differenza è dovuta alla diversa composizione nella scelta della tipologia ricettiva (più alberghi per gli stranieri, più case di proprietà o di parenti e amici per gli italiani), che assieme al vitto incide come principale voce di spesa sul totale. La classe modale di spesa (ma che però raccoglie meno di un terzo delle frequenze totali) è per italiani e stranieri compresa nella classe 30 - 50 euro. Un quinto di stranieri si colloca nella fascia compresa tra 90 e 120 euro, evidenziando una distribuzione della spesa poco omogenea e molto dispersa, come conferma anche lo scarto quadratico medio che assume un valore superiore ai 30 euro. A fronte di giovani vacanzieri sportivi, che hanno scelto come struttura ricettiva un campeggio e presentano un livello di spesa più contenuto, stanno altri segmenti che pernottano in albergo, di età media più elevata, meno sportivi, con maggiore capacità di spesa.

Sensibilità per la sostenibilità

Uno degli obiettivi della ricerca era cogliere la sensibilità del turista alle tematiche della sostenibilità ambientale, rilevando comportamenti e opinioni tanto nella vita quotidiana che in vacanza.

Nella vita quotidiana si riscontra una discreta attenzione per il risparmio energetico (e più tra gli italiani che tra gli stranieri) con l'installazione totale o parziale di lampadine a basso consumo o elettrodomestici a maggiore efficienza e minore consumo. Minore attenzione è prestata invece sul risparmio idrico, con l'installazione di riduttori di flusso, che interessano circa un quarto di intervistati. Bassa la percentuale di chi ha installato in casa pannelli solari o fotovoltaici (circa il 15%). Più diffusa invece l'attenzione alla raccolta differenziata. Affermano di praticarla quasi nove turisti stranieri e otto italiani su dieci.

Se gli italiani si mostrano lievemente più sensibili degli stranieri sul risparmio idrico ed energetico, gli stranieri si mostrano più attrezzati sulla raccolta differenziata e più attenti agli imballaggi delle merci acquistate. Su questo aspetto, primo passo per la produzione di minori rifiuti, il 46% degli italiani dichiara di non prestarvi attenzione mai o quasi mai, contro solo il 19% dei turisti stranieri.

Gli stranieri conoscono di più Ecolabel

Gli stranieri si mostrano anche maggiori conoscitori del marchio di certificazione europea Ecolabel, che attesta le caratteristiche di minore impatto ambientale di un prodotto, in misura doppia dei turisti italiani (27% contro 13%). Come pure sempre in misura doppia degli italiani dichiarano di acquistare regolarmente prodotti biologici o a marchio Ecolabel (21% contro 11%, con una quota di poco superiore alla metà degli italiani che dichiarano di non farlo mai o quasi mai).

Turisti italiani e stranieri acquistano invece in pari misura prodotti di origine locale (lo fanno regolarmente in metà dei casi).

Più degli italiani gli stranieri acquistano però regolarmente anche frutta e verdura fuori stagione e d'importazione (lo fa regolarmente il 24% contro il 17% dei turisti italiani, mentre dichiarano di non farlo mai o quasi mai solo il 23% contro il 39% degli italiani).

In compenso in maggior misura gli stranieri bevono regolarmente acqua dal rubinetto (più di sei casi su dieci contro meno di cinque casi su dieci i turisti italiani). E monitorano regolarmente i propri consumi idrici ed energetici (48% contro il 42%).

Il comportamento tenuto nella vita quotidiana in tema di sostenibilità ambientale è in qualche misura predittivo anche del comportamento tenuto in vacanza, anche se l'assenza di condizioni facilitanti potrebbe vanificare la buona volontà e le propensioni del singolo.

Circa la metà degli intervistati (ma 46% tra i turisti stranieri e 58% tra gli italiani) dichiara di prestare attenzione in vacanza al consumo idrico ed energetico e alla raccolta differenziata. Ma un quinto di intervistati ammette di non prestarvi alcuna attenzione.

Una batteria di domande era volta a cogliere le opinioni dei turisti su una serie di aspetti riguardanti un'ipotetica gestione maggiormente sostenibile della destinazione.

Gli intervistati ammettono una certa disponibilità ad arrivare dalla struttura dove soggiornano al lago con mezzi pubblici (ma data la vicinanza al lago della struttura ricettiva dove la maggior parte degli intervistati pernotta, questa affermazione appare per molti una dichiarazione gratuita, non a caso il 45% dei turisti stranieri e un terzo degli italiani risponde di no).

Limitare il traffico?

Più di un terzo dei turisti stranieri e circa la metà degli italiani si dichiara favorevole ad una qualche forma di limitazione del traffico veicolare nella zona lago (ma un quinto dei turisti stranieri è decisamente contrario).

Maggiori perplessità e minori consensi suscita invece la proposta di una limitazione contingentata nell'accesso alla spiaggia. Si dichiara favorevole a questa proposta solamente un quarto dei turisti italiani e un quinto di quelli stranieri.

Ancora meno adesioni riceve l'ipotesi dell'introduzione di un ticket d'accesso alla spiaggia. In questo caso i favorevoli rappresentano soltanto circa un intervistato su dieci.

Accoglie invece più consensi la proposta di vietare la navigazione a motore sull'intero lago come già avviene sulla sponda trentina. Ma l'adesione a questa proposta non pare elevatissima. Si dichiarano d'accordo quattro turisti stranieri su dieci e sei italiani su dieci. Ma ben tre turisti stranieri su dieci si dichiarano

*Adulto, istruito,
soprattutto tedesco*

decisamente contrari, il che potrebbe essere interpretato anche come una critica e un disaccordo al divieto di navigazione a motore imposto sulla sponda trentina.

Le caratteristiche socio anagrafiche degli intervistati descrivono un ideal tipo di turista non troppo giovane: 46 anni di media sia per gli italiani che per gli stranieri, con però una distribuzione per età abbastanza marcata, tanto è vero che la classe modale espressa dall'intervallo d'età 36-45 anni raccoglie poco più di un quarto dei turisti stranieri e soltanto un quinto dei turisti italiani e la scarto quadratico medio è pari a 15 anni, indice di una distribuzione poco omogenea.

Si tratta di un turista "acculturato", con circa un terzo di laureati e poco più di altrettanti diplomati.

La professione prevalente è di tipo impiegatizio (37% dei casi), compresi gli insegnanti, e una quota significativa di imprenditori, libero professionisti, dirigenti (poco meno di un quinto tra gli italiani, più di un quarto tra gli stranieri). Non mancano anche i pensionati (poco meno di un quinto), di età relativamente giovane, dato che gli over 65enni rappresentano solamente il 10% tra gli ospiti stranieri e il 6% tra quelli italiani.

Un turista proveniente soprattutto dalla Germania (poco più della metà dei turisti stranieri) e con una discreta presenza di turisti provenienti dal Regno Unito e in minor misura dall'Austria e dai Paesi Bassi.

Per quanto riguarda i turisti italiani sono nettamente prevalenti i mercati regionali di prossimità, ad iniziare dalla Lombardia. Questa regione, assieme a Veneto, Emilia Romagna e Alto Adige totalizza più dei due terzi della clientela italiana intervistata.

3.2.2 Gli escursionisti sul Garda

Non tutti sono turisti

Come chiarito in premessa, tra coloro che frequentano le spiagge del lago di Garda non ci sono solo turisti. Accanto a residenti dei comuni rivieraschi, si riscontrano anche escursionisti di giornata, che sono residenti in altri comuni del Trentino diversi da quelli rivieraschi, o più raramente residenti in comuni della sponda veronese e bresciana del lago di Garda, nonché turisti che pernottano in località relativamente lontane dal lago e che scelgono di trascorrere una giornata della loro vacanza al lago (cosiddetti "escursionisti di rimbalzo", equiparati agli altri escursionisti perché non pernottano in una località del lago). Con riferimento alla fruizione lago si tratta di segmenti diversi, anche se tutti sono accomunati dal "consumo" di giornata della risorsa lago. In questo paragrafo saranno presi in considerazione tutti gli escursionisti ad eccezione degli escursionisti di rimbalzo.

Se si considerano le singole provenienze di questo gruppo di escursionisti che rappresenta poco meno dell'8% del totale intervistati sulle spiagge del Garda trentino, si nota che il gruppo relativamente più numeroso viene da Rovereto e Vallagarina (un quinto del totale escursionisti). Qualche escursionista viene anche dalla Valle di Ledro, dalla Valle dei Laghi e dall'Altopiano di Brentonico, aree limitrofe al Garda (insieme questi escursionisti rappresentano circa il 14% del totale). Da altri comuni del Trentino diversi da questi citati proviene invece poco meno di un terzo degli escursionisti.

La sponda veronese del lago e più in generale il Veneto alimenta circa il 18% degli escursionisti, mentre dalla sponda lombarda la quota di escursionisti appare più contenuta e limitata al 5% del totale. Relativamente più numerosi gli escursionisti di giornata provenienti dal vicino Alto Adige (13%).

Non tutti costoro durante il periodo estivo si concederanno una vacanza. Quasi un quinto non si recherà né al mare (meta della vacanza principale, indicata da poco più della metà di questi escursionisti), né in montagna o al lago (due destinazioni che raccolgono le stesse preferenze, pari al 17% del totale intervistati) o in qualsiasi altro posto. La gita di giornata al lago, magari ripetuta nel corso dell'estate, di fatto è intesa da costoro come sostitutiva di un periodo di vacanza.

Per chi invece, tra gli escursionisti intervistati, indica che farà una vacanza, è interessante rilevare le relativamente alte preferenze per una vacanza lacuale. Costoro indicano una località lacuale in percentuale pari a chi sceglie la montagna. Più di un terzo di escursionisti intervistati indica inoltre di aver trascorso negli ultimi tre anni una vacanza in riva ad un lago. Il comportamento vacanziero e le preferenze in tema di vacanza espressi da questi escursionisti appaiono simili a quanto riscontrato tra i turisti. I laghi, che per l'insieme dei vacanzieri italiani, ma anche stranieri, rappresentano una meta di vacanza per una percentuale limitata di vacanzieri (per l'Italia circa il 6% del totale arrivi e il 7% del totale pernottamenti), in questo caso si posizionano nella scala delle preferenze molto più in alto. Chi sceglie il lago per trascorrervi anche una sola giornata, indica nelle sue preferenze di vacanza un orientamento che premia una vacanza al lago, in misura largamente superiore di quanto indichi l'insieme della popolazione che fa almeno una vacanza nell'anno.

Le esigenze sono quelle dei turisti, ma sono meno soddisfatte

Si tratta di soggetti che amano il lago, al pari dei turisti. Riferendosi al lago assumono importanza principalmente quegli aspetti, che sono stati indicati anche dai turisti: un contesto ambientale interessante, una spiaggia ben tenuta e accessibile, un'acqua pulita e balenabile, tranquillità, oltre a prezzi ragionevoli. Tutto il resto assume minore importanza o non ne assume affatto. Rispetto a questi aspetti però la soddisfazione espressa dagli escursionisti risulta più contenuta rispetto a quanto rilevato per i turisti. Solamente il contesto

*Arrivando in auto,
chiedono parcheggi*

ambientale è premiato da più dei due terzi degli escursionisti intervistati che si dichiarano molto soddisfatti, con un punteggio medio pari a 1,7, in un range compreso tra -2 (per nulla soddisfatto) e +2 (molto soddisfatto). Su spiaggia, balneabilità dell'acqua, tranquillità del sito il livello di soddisfazione è positivo ma il giudizio non pare unanimemente entusiasmante (il punteggio medio è in questo caso pari rispettivamente a 1,2; 0,9; 1,1). Gli escursionisti sono ancora più critici sui prezzi praticati (punteggio medio pari a 0,4, con solamente il 4% di intervistati che si dichiara molto soddisfatto), un aspetto su cui si concentra la quota più elevata di insoddisfatti (quasi un terzo del totale). Il punteggio medio più basso (pari a 0,2, con oltre un quarto di intervistati che si dichiara per nulla soddisfatto) lo si riscontra però sui parcheggi a servizio della spiaggia. A differenza dei turisti, gli escursionisti avvertono maggiormente questo problema. Pochi usano i mezzi pubblici per recarsi al lago (tra questi prevalgono i più giovani, presumibilmente privi di patente o quanto meno di un mezzo di trasporto proprio). Prevale largamente l'impiego di auto o moto, e per questa ragione è maggiormente avvertita l'esigenza di parcheggi pertinenti. Il dato più interessante è che a fronte di un'offerta, riferita al prodotto lago, con caratteristiche analoghe, intese come spiaggia e servizi annessi, pulizia e balneabilità delle acque, la soddisfazione degli escursionisti risulta più contenuta di quella espressa dai turisti. Questa valutazione più severa trova presumibilmente una sua giustificazione nel maggior disagio indotto da chi per recarsi al lago una giornata deve affrontare molto spesso problemi di traffico sia nell'andata che nel ritorno, problemi di parcheggio una volta giunto a destinazione, e, in particolari periodi della stagione, anche di eccessivo affollamento in spiaggia. Sugli aspetti del sovraffollamento e del traffico la valutazione espressa dagli escursionisti in effetti si discosta dalla valutazione espressa dai turisti. Un terzo di escursionisti reputa elevato o eccessivo il numero di persone in spiaggia (contro solo poco più di un quinto dei turisti). Più della metà degli escursionisti reputa elevato o eccessivo il traffico (contro poco più del 40% dei turisti). Quasi la metà reputa anche elevato ed eccessivo il numero di turisti presenti nella destinazione (contro poco più di un terzo dei turisti). Le differenze sono ancora più evidenti se si analizzano le risposte riferite a coloro che valutano contenuto o basso il numero di persone presenti in spiaggia, il traffico e le presenze di turisti al lago.

Siamo in troppi!

E' come se le presenze turistiche fossero avvertite dall'escursionista come un fattore limitante la sua possibilità di godimento del prodotto lago e vissute con un certo fastidio. Addirittura con valutazioni negative (a parte l'aspetto traffico) superiori a quelle espresse dagli stessi residenti.

Tuttavia questo giudizio più critico da parte degli escursionisti non pare impedire una successiva frequentazione del lago nel corso della stagione, come

si dirà più sotto, e neppure un passa parola positivo. Infatti più di otto escursionisti su dieci (la stessa percentuale riscontrata tra i turisti) consiglierebbe a parenti e amici una frequentazione del lago sia come escursionisti che come turisti e soltanto l'1% dichiara che non lo farebbe (la quota rimanente risponde che "pensa di consigliare la località a parenti ed amici", una sorta di tiepida adesione, priva di entusiasmo). La soddisfazione più contenuta espressa dagli escursionisti non pare quindi spingere verso una mancata fidelizzazione nei confronti del prodotto lago.

In spiaggia, soprattutto!

L'escursionista passa gran parte del suo tempo in spiaggia. Un terzo si ferma l'intera giornata e solo meno di un quarto si limita a meno di mezza giornata, cioè ad alcune ore. Di conseguenza l'escursionista è scarsamente interessato alle offerte o alle attrattive che la località potrebbe offrire al di fuori della spiaggia. L'attività principale, come per i turisti, è il riposo e il relax in spiaggia (un autentico ossimoro, se intesi come attività...), cui abbinare, anche se in percentuale molto contenuta, passeggiate sul lungolago o in centro paese a piedi o in bici (9%) e in misura ancora minore un tuffo in acqua (6%). Ben nove escursionisti su dieci vivono il lago come un luogo per il riposo e il relax e per abbronzarsi e non entrano nemmeno in acqua per una nuotata o per praticare delle attività sportive, come ad esempio surf e vela. Gli escursionisti che fanno al massimo mezza giornata al lago dedicano il tempo rimanente prevalentemente ad escursioni in bici (21%) o a gite in auto o in moto (27%). Il 10% degli escursionisti che non trascorre l'intera giornata al lago intende percorrere anche una delle vie ferrate o delle palestre di roccia del Garda. Si tratta quindi di una quota largamente minoritaria di "escursionisti attivi", con comportamenti simili a quanto riscontrato tra i turisti attivi.

La quota più consistente di questo target comunque (52%) non intende praticare nessun'altra attività, a testimonianza di come utilizzi tutto il tempo a disposizione - inferiore alla giornata intera - rimanendo sulla spiaggia del lago.

Circa un terzo degli intervistati pensa di frequentare il lago lungo l'arco della stagione più di una decina di volte. Più di un quarto almeno altre quattro o cinque volte. In sostanza, tenuto conto del tempo complessivo passato in spiaggia nell'arco della giornata, conteggiando tutte queste puntate al lago, si tratta di qualcosa di più di uno short break, seppure diluito nel tempo e privo di una soluzione di continuità, il che appunto lo differenzia formalmente da una vacanza.

Rispetto ad una vacanza, questa modalità di frequentare il lago si differenzia semmai su alcuni aspetti. Ad esempio con chi è trascorsa la giornata al lago. Nel caso degli escursionisti prevale nettamente la compagnia del gruppo di amici (40% dei casi) piuttosto che la coppia o la modalità famiglia con figli.

Si spende poco

Anche considerando le spese di trasporto, la spesa media giornaliera espressa da questi escursionisti risulta contenuta: poco meno di 24 euro, con una distribuzione abbastanza omogenea, che raccoglie oltre sette casi su dieci in una cifra inferiore ai trenta euro.

Il comportamento espresso da questi escursionisti (in grandissima maggioranza residenti trentini) e le buone pratiche individuali da essi adottate per una corretta sostenibilità ambientale assumono una qualche rilevanza in quanto proxy del comportamento dei residenti del Trentino *versus* il comportamento tenuto da italiani e stranieri, intercettati come turisti.

Gli escursionisti intervistati, in misura minore rispetto ai turisti italiani, adottano buone pratiche di risparmio energetico (con l'installazione di lampade a basso consumo o acquistando elettrodomestici più efficienti) ed idrico (mediante l'installazione di riduttori di flusso). Ricordiamo che sulle misure di risparmio idrico ed energetico i turisti italiani evidenziavano un comportamento più virtuoso dei turisti stranieri.

Gli escursionisti... e le buone pratiche

Gli escursionisti risultano invece al top sull'installazione di pannelli solari o fotovoltaici (circa un quarto afferma di averli installati); sulla raccolta differenziata (praticata da quasi tutti gli intervistati); sull'acquisto di prodotti di origine locale (più dei due terzi lo fa regolarmente); sul bere regolarmente acqua del rubinetto (più di sette su dieci); sul monitorare regolarmente i propri consumi energetici ed idrici (quasi sei su dieci). Si tratta di aspetti per i quali si sono registrate in Trentino numerose campagne promozionali e adottate coerenti misure di carattere organizzativo, che da questi dati, seppure molto parziali, sembrerebbero avere avuto un qualche successo.

Gli escursionisti presentano inoltre risultati migliori dei turisti italiani, ma meno buoni di quelli espressi dai turisti stranieri, su una serie di altri aspetti: conoscenza del marchio Ecolabel e soprattutto acquisto di prodotti a marchio Ecolabel (assieme a prodotti certificati bio, dichiara di farlo regolarmente circa il 17% degli intervistati) e acquisto di prodotti con imballaggi ridotti (lo fa regolarmente il 20% del totale).

Per quanto riguarda una serie di possibili misure da adottare sul lago, intese come misure di salvaguardia, gli escursionisti si mostrano un poco più sensibili dei turisti nel dichiararsi d'accordo a limitare o vietare il traffico veicolare nelle zone adiacenti il lago (pur utilizzando gli escursionisti soprattutto veicoli propri e non il trasporto pubblico per raggiungere la spiaggia) e nel porre dei limiti all'accesso alla spiaggia (più di un quarto è d'accordo).

No a ticket d'ingresso alla spiaggia

Decisamente contrari, in misura maggiore degli stessi turisti, si dichiarano però a qualsiasi introduzione di ticket per l'accesso alla spiaggia, come già praticato in alcune località balneari (più di sette escursionisti su dieci sono decisamente contrari e solo il 5% si dichiara favorevole a questa ipotesi).

La metà degli escursionisti si dichiara anche favorevole (più dei turisti stranieri ma meno dei turisti italiani) alla messa al bando della navigazione a motore sul lago, ma oltre un terzo non è affatto d'accordo, indice di come anche tra numerosi residenti in Trentino questa misura, in vigore da anni sulla sponda trentina del lago, non sia stata pienamente condivisa.

Chi sono?

Le caratteristiche anagrafiche degli escursionisti descrivono un profilo più giovane, ma non composto esclusivamente di giovanissimi, rispetto al complesso dei turisti (38 anni l'età media, contro una età media dei turisti di circa 50 anni); con oltre un terzo di escursionisti intervistati concentrato nella classe d'età 26 - 35 anni; un titolo di studio posseduto sostanzialmente analogo a quanto riscontrato tra i turisti (33% di laureati e 36% di diplomati); una larga prevalenza, maggiore che tra i turisti, di impiegati e insegnanti (44% del totale), cui si aggiungono quasi un quinto di dirigenti, libero professionisti e imprenditori (una quota analoga a quanto riscontrato tra i turisti italiani ed inferiore a quella dei turisti stranieri) e un 14% di studenti, pressoché assenti tra i turisti. Solo il 9% è pensionato.

Si tratta quindi in larghissima maggioranza di giovani adulti, occupati, con buona capacità di reddito, dove i giovanissimi, pur presenti, rappresentano una quota minoritaria.

L'escursionista intercettato sul Garda è italiano e, come detto sopra, proviene principalmente dal Trentino, e in particolare dalle aree di prossimità: Vallagarina, Valle di Ledro, Valle dei Laghi. Non mancano comunque anche movimenti giornalieri dal vicino Alto Adige e dal Veneto. Molto più contenuti risultano invece i flussi dalla Lombardia e dall'Emilia Romagna. Da questi dati sembra quindi che l'escursione in giornata al lago, per riposare e prendere il sole o fare un minimo di attività sportiva, sia prerogativa soprattutto di un target relativamente giovane.

3.2.3 I residenti sul Garda

Il gruppo di residenti intercettati sulle spiagge del lago di Garda (sponda trentina)¹⁸ risultano più numerosi degli escursionisti. Si tratta di 142 soggetti intervistati che rappresentano circa il 14% del totale intervistati in riva al lago di Garda.

Il relax del residente

A differenza dei turisti e degli escursionisti, i residenti hanno una frequentazione abbastanza limitata del lago, con solo un quarto dei rispondenti che si ferma per l'intera giornata. Più di nove su dieci vive questa sua frequentazione come un momento di riposo e relax, concedendosi al più un passeggiata a piedi sul lungolago o in centro paese (più di sette residenti su dieci), e in meno della

¹⁸ Sono stati considerati residenti coloro che vivono stabilmente in uno dei comuni rivieraschi, ovvero Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda e Tenno.

metà dei casi anche una nuotata. Come per turisti ed escursionisti il lago è inteso quindi soprattutto come spiaggia piuttosto che come bagno in acqua. Solo un residente su dieci pratica un qualche sport d'acqua (vela e surf in primo luogo). I residenti che non rimangono tutto il giorno al lago nella maggioranza dei casi non si dedicano a nessun'altra attività di tipo ricreativo (56%). Solo una minima parte abbina una pedalata in mountain bike o in bici (32%) o una gita in moto o in auto (8%). Forse per costoro il tempo trascorso al lago, inferiore alla giornata, è un diversivo negli impegni quotidiani di lavoro o di altro genere.

Nella modalità di frequentazione i residenti assomigliano agli escursionisti per la presenza di amici (più di un terzo del totale), ma nel contempo se ne discostano per l'elevata presenza di chi frequenta il lago da solo (anche in questo caso circa un terzo del totale), una scelta giustificata dalla vicinanza del lago al luogo di residenza.

Il mezzo di trasporto utilizzato per recarsi in spiaggia invece li accomuna ai turisti. Relativamente contenuto l'impiego di un automezzo privato (che riguarda in ogni caso più di un terzo del totale), prevalente l'utilizzo della bici (41% dei casi), oltre che direttamente a piedi (28% del totale).

Le persone presenti in spiaggia sono giudicate dai residenti meno numerose rispetto a quanto espresso dagli escursionisti. Solo il 29% dei residenti, percentuale più contenuta di quella riscontrata fra gli escursionisti, giudica il numero di persone presenti in spiaggia eccessivo o elevato tale da creare problemi di sovraffollamento. Più severi degli stessi escursionisti (e ovviamente dei turisti), i residenti si mostrano invece sul traffico (quasi due terzi lo giudicano eccessivo o elevato). Al pari delle persone presenti in spiaggia, anche per quanto riguarda i turisti presenti nella località la valutazione dei residenti è meno negativa di quanto espresso dagli escursionisti, pur valutando quattro residenti su dieci la presenza dei turisti elevata o eccessiva.

Severi verso il traffico

Sembrerebbe di riscontrare nei residenti, a parte l'aspetto del traffico, un atteggiamento più benevolo (meno antituristico) di quanto riscontrato tra gli escursionisti, che peraltro anche con la loro presenza, sommata a quella dei turisti, contribuiscono a peggiorare la percezione di sovraffollamento indotta nei residenti. La soglia di tolleranza più elevata nei residenti di fronte ad esternalità negative indotte da fenomeni di turismo di massa, si spiega presumibilmente con una più lunga consuetudine a convivere con elevate presenze turistiche e con la consapevolezza di poterne trarre un qualche beneficio (economico ed occupazionale).

Da questo punto di vista forse c'è una maggiore disponibilità a farsi carico delle esigenze del turista o presunte tali. Così ad esempio meno degli escursionisti si dichiarano disponibili a limitare il traffico veicolare nelle zone adiacenti il lago

(il 46% si dichiara in ogni caso favorevole). Molto meno degli escursionisti (e perfino degli stessi turisti) si dichiarano disponibili a limitare l'accesso al lago. Assolutamente contrari si dichiarano all'introduzione di una qualche forma di ticket per l'accesso alla spiaggia (solo il 4% è favorevole contro un 85% decisamente contrario, mentre tra i turisti stranieri, ad esempio, i favorevoli sfiorano il 15%).

Anche sul divieto della navigazione a motore sull'intero lago di Garda oltre un terzo è decisamente contrario (analoga percentuale tra gli escursionisti ma più alta che tra i turisti).

I residenti intervistati sono composti in pari misura da maschi e femmine, con un'età media simile a quella degli escursionisti (37 anni), così come abbastanza simili risultano le altre variabili che ne descrivono il profilo: titolo di studio mediamente elevato, prevalenza di impiegati, con qualche pensionato.

Domanda

3.3 I laghi di Levico e Caldonazzo in Valsugana

3.3.1 I turisti dei laghi di Levico e Caldonazzo. Italiani e stranieri

Come per il lago di Garda le interviste sono state effettuate sulle spiagge dei due laghi di Levico e Caldonazzo in Valsugana. Hanno coinvolto un campione di 663 intervistati, di cui 381 turisti, 189 escursionisti di giornata e 93 residenti.

Tra il gruppo dei turisti sono presenti 90 turisti che pernottano al di fuori dei comuni propriamente lacuali (Levico, Caldonazzo, Calceranica, Pergine, Tenna) e in qualche misura possono essere paragonati a degli escursionisti: turisti con motivazioni di vacanza diverse da quella lacuale che decidono di trascorrere una o più giornate delle loro vacanze al lago di Levico e Caldonazzo.

Molti gli escursionisti

Rispetto al Garda sono relativamente più numerosi gli escursionisti di giornata, provenienti dai comuni della Valsugana e soprattutto alimentati dal bacino di Trento. Questo gruppo è stato fatto oggetto di uno specifico approfondimento. Di seguito saranno presi in considerazione solo i turisti che soggiornano in uno dei comuni rivieraschi dei due laghi, cioè i comuni lacuali citati sopra, per un totale di 291 intervistati.

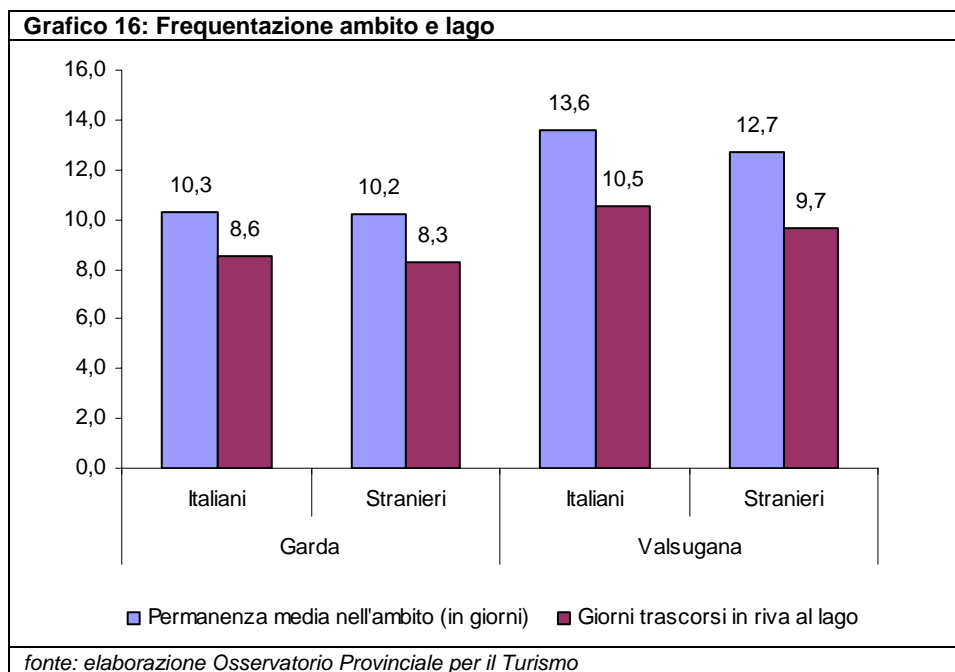
Numerosissimi gli stranieri!

Il gruppo di turisti stranieri è quattro volte più numeroso del gruppo italiano e rappresenta poco meno dei quattro quinti del totale turisti intervistati (225 turisti stranieri intervistati contro 66 italiani).

La lettura dei dati privilegerà la comparazione dei risultati dei due gruppi di turisti italiani e stranieri.

Lunga è la vacanza...

La durata della vacanza è simile, per entrambi poco più di 13 notti, con un incidenza del tempo di viaggio leggermente superiore per i turisti stranieri (circa un paio di giorni contro uno solo per gli italiani), tale da incidere in maniera



diversa sulla permanenza effettiva nella località di vacanza (12,6 notti gli italiani, corrispondenti a circa 13,6 giorni, 11,7 notti gli stranieri, pari a 12,7 giorni).

Delle differenze semmai si riscontrano sulla località di pernottamento, cioè sul luogo di soggiorno. Sei italiani su dieci preferiscono Levico, mentre gli stranieri si ripartono tra la stessa Levico, che raccoglie poco più di un terzo dei turisti stranieri, e Caldonazzo e Calceranica (28% e 29% rispettivamente). Come pure delle differenze si riscontrano sulla distribuzione della durata. Sei stranieri su dieci sono compresi nella classe di durata compresa tra le sette e le 14 notti e solo quattro italiani su dieci sono compresi in questa classe, mentre invece sono relativamente più numerosi sia nella classe di minore durata (due, tre notti) che in quella di lunga durata con permanenze superiori alle tre settimane. Questa diversa distribuzione della durata della vacanza, seppure a fronte di una durata media sostanzialmente uguale, e la preferenza di una località piuttosto che un'altra sono associate e in parte spiegate dalla scelta di una diversa tipologia ricettiva. Gli italiani preferiscono in maggior misura l'albergo (46% contro il 31% degli stranieri), una tipologia ricettiva presente soprattutto a Levico. Il turista italiano risulta essere anche più presente in una seconda casa di proprietà (12% contro solo un 3% degli stranieri), una scelta che favorisce permanenze mediamente più lunghe.

Gli italiani preferiscono l'albergo...

...gli stranieri il campeggio

Gli stranieri sono invece più presenti in un campeggio (44% del totale, contro solo un 9% di italiani), il che spiega una maggiore presenza straniera a Calceranica e Caldonazzo. Non a caso circa sette stranieri su dieci dichiarano di soggiornare in una struttura ricettiva fronte lago (contro solo il 29% degli italiani). Sostanzialmente analoga invece la scelta di un appartamento per le vacanze (12% gli italiani, 13% gli stranieri).

Il lago è la principale motivazione che ha spinto a preferire questo ambito turistico come meta della vacanza. Il tempo trascorso al lago occupa la quasi totalità della vacanza: quasi undici giorni per gli italiani, dieci giorni per gli stranieri. Questo significa che si rinuncia a stare al lago soltanto in media poco più di una giornata dell'intera vacanza, anche se nell'arco della singola giornata ci può essere lo spazio per praticare qualche attività diversa dallo stare in spiaggia.

E' la vacanza principale per tre su quattro!

Il 73% dei turisti italiani e il 73% degli stranieri, cioè la stessa percentuale, dichiarano che questa è la loro vacanza principale nel corso dell'estate. La quota rimanente, in tre casi su quattro (un po' meno per gli stranieri), per la sua vacanza principale ha scelto il mare.

La scelta del lago come principale motivazione di vacanza, è confermata anche dalla domanda riferita alla tipologia di vacanza svolta nel triennio precedente. Più di sei italiani su dieci e addirittura quattro stranieri su cinque nell'ultimo triennio prima dell'intervista avevano fatto una vacanza in una località di lago. Questa località di lago si identifica soprattutto ancora con i laghi di Levico e Caldonazzo (due stranieri su tre e ben quasi nove italiani su dieci fra coloro che nell'ultimo triennio hanno frequentato una località lacuale). Se rapportiamo queste risposte al totale turisti intervistati, italiani e stranieri, si ottiene un indice di fedeltà alla destinazione laghi della Valsugana. La metà dei turisti stranieri intervistati sono dei *repeater*. Poco di più gli italiani.

Fedeltà alla destinazione

Fedeltà al Trentino in questo caso significa soprattutto fedeltà alla singola destinazione lago. Tanto è vero che i vacanzieri *newcomer* del Trentino, tra gli intervistati rappresentano solo un quarto tra gli italiani e poco più di un terzo tra gli stranieri.

Tra le tante destinazioni di lago che questi intervistati possono scegliere, il Garda attrae in misura minore rispetto ai laghi di Levico o Caldonazzo, ma è pur sempre presente nella scelta di questi turisti, dato che il 15% del totale stranieri (un po' meno del dieci per cento gli italiani) ha trascorso nell'ultimo triennio un periodo di vacanza sul Garda. Si tratta quindi di una clientela che per la propria vacanza principale preferisce soprattutto la permanenza in una destinazione lacuale, anzi *quella destinazione*, preferibilmente la stessa tra un anno e l'altro. Questo vale per chi è presente sul Garda, come per chi è presente sui laghi di Levico e Caldonazzo, con una capacità attrattiva maggiore da parte del Garda di incuriosire anche una clientela che ha scelto altri laghi per la propria vacanza. Vale a dire che esistono maggiori probabilità di intercettare presso i laghi di Levico e Caldonazzo dei turisti che hanno sperimentato anche il Garda, piuttosto che turisti del Garda che hanno soggiornato anche presso i laghi di Levico e Caldonazzo.

Al lago in spiaggia come al mare...

La permanenza in spiaggia, “lo stare al lago”, come si sta in spiaggia al mare, è oltre modo significativa. Infatti solo l’11% di italiani e altrettanti stranieri sta al lago meno di un terzo del tempo totale della vacanza. Non solo quindi si viene al lago tutti i giorni, ma anche il tempo qui trascorso, in circa otto casi su dieci, tanto per i turisti italiani che per quelli stranieri, riguarda almeno una mezza giornata (in quasi la metà dei casi addirittura l’intera giornata).

In Valsugana, a differenza di quanto emerso sul Garda, gli italiani presentano una minor frequentazione media del lago durante le giornate di permanenza. Risulta infatti come il 40% dei turisti italiani trascorra tutto il giorno in riva al lago contro il 50% dei turisti stranieri. Forse questa differenza è in parte da imputare anche alla presenza di persone che stanno seguendo trattamenti curativi e sanitari alle terme e che hanno una minor disponibilità di tempo da dedicare ad altre attività.

...ma il relax è sempre gradito

Anche in Valsugana il lago si connota come un luogo dove i turisti ricercano riposo e relax e praticano attività sportive come il nuoto (85%) o brevi escursioni a piedi o in bici lungo il lago (84% dei casi). Rispetto al Garda emerge una maggior propensione dei turisti ad entrare in acqua e a vivere appieno il lago come risorsa turistica e ricreativa. Il 15% dei turisti intervistati pratica anche altri sport d’acqua, oltre al nuoto, come ad esempio la vela o il surf.

Le attività culturali e le visite naturalistiche interessano rispettivamente il 25% e il 20% del campione, percentuali maggiori rispetto ai trattamenti benessere e termali, indicati solamente dal 13% dei turisti.

Anche in questo caso il turista straniero si mostra più propenso non solo alla pratica sportiva ma anche alla conoscenza e scoperta delle peculiarità storiche e ambientali del territorio della Valsugana. Il benessere e la cura sono maggiormente ricercati dai turisti italiani, molto probabilmente impegnati in trattamenti presso gli stabilimenti termali di Levico.

..Viva la bici!

Come per il Garda, le attività “fuori lago” preferite dagli ospiti¹⁹ sono le pedalate in mountain bike o comunque in bici e le gite in auto e in moto. Riscuote un certo interesse fra il pubblico turistico dei laghi della Valsugana anche il trekking e il nordic walking. L’ospite straniero, anche lontano dal lago, risulta più attivo e sportivo degli italiani. Una quota consistente di turisti che non trascorre l’intera giornata sul lago non intende dedicarsi ad altre attività di tipo sportivo o ricreativo (43%). Questo target refrattario ad ogni proposta dell’ambito risulta più presente fra gli italiani (62%) che fra gli stranieri (37%).

Gli stranieri visitano di più altre località

Il tempo per dedicarsi ad altre attività e frequentare altre località è perciò abbastanza limitato. Dichiara di visitare altre località solo poco più della metà degli italiani. Tra gli stranieri questa percentuale sale al 74%. Ma se si guarda

¹⁹ Domanda posta solo a coloro che trascorrono al massimo mezza giornata al lago.

all'elenco delle località visitate si tratta in circa otto casi su dieci di "altre località del lago", quindi di un territorio circoscritto. Sei turisti stranieri su dieci si spingono fino a Trento. Solo un quarto si spinge fino a Venezia. Ancora meno a Verona o a Rovereto e solo l'8% visita Bassano del Grappa.

La conoscenza del lago è dovuta, oltre che alla conoscenza pregressa indotta dalla precedente frequentazione negli anni precedenti, soprattutto dal passaparola di amici e conoscenti (29% dei casi per gli italiani, 28% per gli stranieri), e per i turisti stranieri anche dal canale di internet (25% del totale) e dalle guide e riviste specializzate (11% dei casi).

Si tratta prevalentemente di un turista indipendente, che si muove con mezzi propri. I mezzi pubblici incidono soprattutto tra i turisti italiani (12% contro solo il 4% tra gli stranieri). Assenti sono invece i mezzi di trasporto collettivi messi a disposizione di agenzie viaggio e tour operator.

Pochi pacchetti e pure individuali!

Questo significa che, a differenza di quanto riscontrato sul Garda, la quota di turisti, decisamente minoritaria, che si è rivolta all'intermediazione turistica (3% tra i turisti italiani, 12% tra gli stranieri) sembra aver privilegiato l'acquisto di un pacchetto individuale. Infatti solo il 5% dei turisti stranieri precisa di essere in vacanza *anche* con un gruppo organizzato (oltre che in coppia, il 46%, o con famiglie e figli, 45%).

Per l'importanza assegnata ai diversi aspetti della vacanza, non esistono differenze tra turisti italiani e stranieri. Ai primi posti troviamo il contesto ambientale e paesaggistico (punteggio medio 2,6 in una scala compresa tra zero e tre); la tranquillità (2,5); la pulizia e accessibilità della spiaggia (2,5); la qualità dell'acqua e balneabilità del lago (2,3 per gli italiani e 2,4 per gli stranieri); la qualità dell'offerta ricettiva (2,2 per gli italiani e 2,3 per gli stranieri). La componente straniera più degli italiani sembra assegnare importanza alla possibilità di praticare delle attività sportive (punteggio medio pari peraltro solamente a 1,6 contro 1,4 degli italiani). Non si tratta quindi anche tra gli stranieri di una maggioranza di turisti sportivi. Non a caso soltanto il 14% reputa *molto importante* questa opportunità, pur evidenziando un punteggio medio superiore a quello espresso dai turisti italiani.

Ambiente e paesaggio prima di tutto

Questi ultimi sono invece più attenti e reputano un fattore importante i prezzi praticati (punteggio medio pari a 2,5 contro un 2,2 tra gli stranieri, con gli italiani in misura doppia degli stranieri che assegnano a questo aspetto *molta importanza*).

Nel corso dell'intervista è stato successivamente chiesto a questi turisti quale fosse il loro grado di soddisfazione sui medesimi aspetti indagati per l'importanza assegnata. La soddisfazione più elevata è per il contesto ambientale e paesaggistico (punteggio medio pari a 1,6 sia per italiani che per stranieri in una scala compresa tra -2 corrispondente alla valutazione per nulla

Critici su animazione e divertimento

soddisfacente, e +2, molto soddisfacente). Segue la tranquillità della località (punteggio medio pari a 1,4). Sul terzo fattore ritenuto più importante (pulizia e accessibilità spiaggia) i punteggi di soddisfazione cominciano a divergere tra italiani e stranieri (solo 1,1 per gli italiani con il 31% di molto soddisfatti; 1,4 per gli stranieri con il 41% di molto soddisfatti). Anche sulla qualità dell'acqua e la balneabilità del lago le differenze sono abbastanza significative entro un punteggio positivo ma non entusiasmante (1,0 gli italiani, 1,3 gli stranieri). Gli aspetti sottoposti alla valutazione dei turisti sono quindici. A parte i due aspetti richiamati sopra, che peraltro rivestivano anche l'importanza principale nelle attese dei turisti, per tutti gli aspetti considerati, la valutazione dei turisti italiani è sistematicamente inferiore a quella espressa dai turisti stranieri. Gli scostamenti più significativi si hanno sulle proposte culturali (0,7 contro 1,1 dei turisti stranieri); sull'enogastronomia (1,1 contro 1,5 e la metà dei turisti stranieri che si dichiara molto soddisfatto). L'aspetto che presenta la maggiore criticità e totalizza il punteggio più basso è l'animazione e il divertimento, ma anche in questo caso i più insoddisfatti sembrano essere i turisti italiani (punteggio medio pari a 0,2, con il 43% che si dichiara poco o per nulla soddisfatto, contro un punteggio pari a 0,5 dei turisti stranieri).

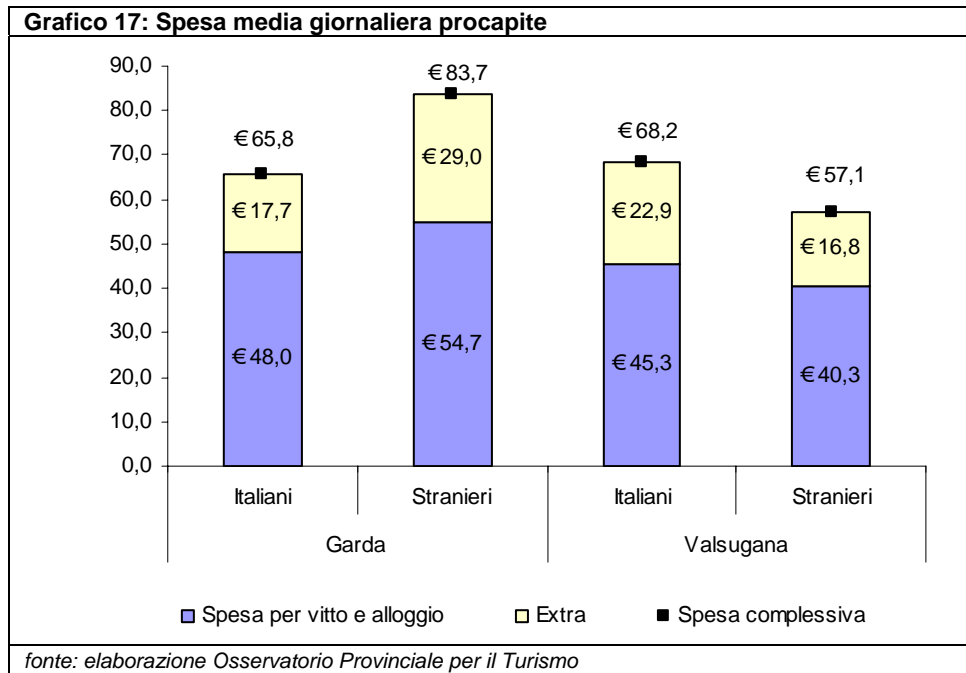
Sul prezzo, a cui gli italiani, come si è detto, assegnano anche maggiore importanza, la valutazione sembrerebbe moderatamente positiva (punteggio medio pari a 0,8 per gli italiani e 1,0 per gli stranieri).

In compenso i turisti stranieri, in misura leggermente superiore agli italiani avvertono una presenza più elevata di persone in spiaggia e nelle località e di veicoli nelle strade. Per entrambe le componenti di turisti italiani e stranieri, la valutazione di una presenza contenuta o bassa risulta comunque prevalente su quella ritenuta eccessiva o elevata, indice che la destinazione non è reputata per lo più sovraffollata. Tuttavia va tenuto presente che tali valutazioni tengono conto dei giudizi espressi nell'arco della stagione, mentre se si analizzano i periodi di punta le annotazioni e le valutazioni critiche aumentano parecchio.

Otto turisti italiani e più di sette stranieri su dieci consiglierebbero la località ad amici e parenti, facendosi portavoce di un passaparola positivo. Nessun italiano e solo l'1% degli stranieri risponde che non la consiglierebbe affatto (la quota rimanente risponde che "pensa di sì", affermazione che rispecchia una non totale soddisfazione).

Gli italiani in Valsugana spendono di più

La spesa media giornaliera risulta più elevata tra i turisti italiani (forse anche per questa ragione essi evidenziano una maggiore attenzione al prezzo): 68 euro contro i 57 dei turisti stranieri. La differenza è solo in parte spiegata dalla incidenza delle diverse tipologie ricettive (ad esempio albergo rispetto ai campeggi). Infatti per il solo vitto e alloggio il turista italiano indica 45 euro di media giornaliera, contro i 40 euro del turista straniero.



Una serie di domande era finalizzata a conoscere il comportamento di corretta gestione sostenibile tenuto in casa e le misure adottate.

Sostenibilità e risparmio

I turisti stranieri sembrano nel complesso più attenti a queste problematiche e hanno adottato in misura maggiore delle misure di corretta gestione ambientale. Ma, così come per i turisti intercettati al lago di Garda, anche in questo caso, la componente italiana sembra leggermente più attenta al risparmio elettrico, con l'installazione generalizzata di lampade a basso consumo, e al risparmio idrico con l'installazione di riduttori di flusso. La componente italiana, più di quella straniera, sembra anche più attenta a monitorare regolarmente i propri consumi (62% contro 57% dei casi tra i turisti stranieri). Su tutti gli altri aspetti la differenza con i turisti stranieri sembra abbastanza marcata.

I turisti stranieri infatti praticano in maggior misura la raccolta differenziata (86% contro 83%, un valore comunque elevato anche tra i turisti italiani, pur rammentando che questa affermazione nulla ci dice sul *grado* di raccolta differenziata); hanno acquistato in percentuale più alta elettrodomestici a maggiore efficienza energetica (34% contro 24%); in misura più che doppia hanno installato pannelli solari o fotovoltaici (20% contro 8%); conoscono di più il marchio europeo di corretta gestione ambientale Ecolabel (24% contro 20%); sono più attenti all'acquisto di merci ad imballaggi ridotti (29% contro 20%); comprano e consumano regolarmente prodotti da coltivazioni biologiche o prodotti a marchio Ecolabel in misura doppia dei turisti italiani (22% contro 11%); utilizzano regolarmente in misura maggiore prodotti locali (44% contro il 41% dei turisti italiani); bevono acqua del rubinetto regolarmente nel 66% dei casi contro il 50% degli italiani (a conferma di un popolo grande consumatore di acqua minerale imbottigliata).

Durante la loro vacanza, la maggioranza sia dei turisti italiani (54%) che stranieri (55%) afferma di prestare attenzione ai risparmi idrici ed energetici.

Su una serie di proposte che tendono a salvaguardare la risorsa lago, non esiste però molto consenso tra questi turisti intervistati. Ad esempio dare la possibilità di accedere al lago solo con mezzi pubblici o navette incontra il favore solo di un quarto di turisti italiani e un quinto di turisti stranieri.

Sul vietare il traffico veicolare nell'area lago sono d'accordo meno di un terzo di turisti italiani e poco più di un quarto di turisti stranieri. Limitare l'accesso al lago ponendo una sorta di numero chiuso da non oltrepassare per tutelare la risorsa naturale vede favorevole solo un quinto di turisti sia italiani che stranieri. Introdurre un ticket d'accesso alle spiagge riscontra l'accordo solo di un 12% di turisti intervistati, senza distinzione tra italiani e stranieri (così come senza distinzioni il 58% si dichiara nettamente contrario a questa ipotesi).

Chi sono?

Il profilo anagrafico evidenzia un'età media leggermente superiore tra i turisti stranieri (50 anni contro 48); un'analoga distribuzione dei titoli di studio posseduti (un 27% di laureati e circa un 40% di diplomati); una prevalenza di impiegati e insegnanti oltre a dirigenti, imprenditori e libero professionisti (anche se tra i turisti stranieri queste categorie sono relativamente più numerose).

Sulla provenienza, tra i turisti italiani prevale il Veneto (circa un terzo degli intervistati), seguito da Lombardia, Emilia Romagna e lo stesso Trentino, indice dell'esistenza di un discreto mercato turistico interno. Per quanto riguarda i turisti stranieri poco più della metà degli intervistati sono olandesi, che è risaputo privilegiano questi due laghi per le loro vacanze rispetto al Garda; più di un terzo provengono dalla Germania.

3.3.2 Gli escursionisti sui laghi di Levico e Caldonazzo

Gli escursionisti intercettati sui laghi di Levico e Caldonazzo rappresentano un gruppo relativamente numeroso (189 intervistati pari a circa il 29% del totale intervistati).

Una giornata al lago...

Si tratta di soggetti che frequentano il lago durante la stagione più di una volta. Il 60% dichiara di trascorrere una giornata al lago di Levico e Caldonazzo almeno sei volte o più durante la stagione; quasi la metà (46%) più di una decina di volte.

Tuttavia la loro vacanza principale non si svolge al lago, come invece emerso per i turisti intercettati in occasione di questa stessa ricerca. Meno di un terzo degli escursionisti intervistati ha già soggiornato nell'ultimo triennio in una destinazione lacuale. In ogni caso non per tutti costoro si trattava della vacanza principale. Infatti solo il 14% trascorre la propria vacanza principale al lago. La preferenza accordata al mare è di gran lunga superiore e investe due terzi di

questi escursionisti. Da rilevare che quasi il 15% di escursionisti non fa alcuna vacanza durante la stagione estiva.

Nemmeno sono numerosi coloro che dichiarano di aver trascorso una vacanza in Trentino nell'ultimo triennio. Anche in questo caso si tratta di meno di un terzo di escursionisti e circa la metà lo ha fatto durante l'inverno. Quindi la vacanza al lago e la vacanza in Trentino coincidono solo in parte; stando a queste dichiarazioni degli escursionisti intervistati sembrerebbe coinvolgere poco più della metà di coloro che nell'ultimo triennio affermano di aver fatto una vacanza al lago.

La spiegazione di questa apparente contraddizione sta nella provenienza di questi soggetti classificati come escursionisti. Si tratta nella maggioranza dei casi di trentini. Ricordiamo che la ricerca definisce escursionisti coloro che non pernottano una o più notti in una località diversa dal luogo di residenza e la loro residenza abituale riguarda un comune diverso da quelli considerati rivieraschi ai due laghi, cioè Levico, Caldonazzo, Calceranica, Pergine, Tenna.

Quasi la metà degli escursionisti intervistati (46%) proviene dalla città di Trento. Da altri comuni della Valsugana diversi da quelli rivieraschi proviene il 14% degli escursionisti. In misura minore la provenienza è alimentata dall'Altopiano della Vigolana, dagli Altipiani di Folgaria, Lavarone, Luserna; dall'Altopiano di Piné e Valle di Cembra e dalla Valle dei Mocheni (insieme assommano all'8% degli escursionisti). Dagli altri comuni del Trentino diversi da quelli citati proviene un ulteriore 10% di escursionisti. Il Veneto alimenta a sua volta una quota discreta, ma in ogni caso minoritaria (21%). Infine qualche sparuto escursionista proviene anche da altre regioni limitrofe come Alto Adige, Lombardia ed Emilia Romagna.

L'importanza assegnata ai diversi aspetti che caratterizzano l'offerta lago non differenzia il punto di vista degli escursionisti da quello dei turisti.

*L'importanza di
ambiente e paesaggio*

Le aspettative maggiori degli escursionisti sono riposte sul contesto ambientale e paesaggistico, sulla tranquillità della località, e soprattutto sulla pulizia e accessibilità della spiaggia unitamente alla qualità e balneabilità delle acque. Altro fattore considerato importante sono i prezzi praticati, anche se come si dirà la spesa media giornaliera di questi escursionisti è veramente contenuta. Tutti questi aspetti totalizzano un punteggio d'importanza pari o superiore a 2,3 (in una scala compresa tra zero, per nulla importante, e tre, molto importante).

La soddisfazione per questi aspetti è più elevata per il contesto ambientale e paesaggistico (punteggio medio pari a 1,4 in un range compreso tra -2, corrispondente a per nulla soddisfatto e +2 molto soddisfatto). Sulla spiaggia (pulizia, accessibilità ecc) il punteggio di soddisfazione scende a 1,1. Sulla qualità e balneabilità delle acque addirittura a 0,8, con circa un quinto di escursionisti che si dichiarano insoddisfatti. Il punteggio minore e addirittura

negativo è totalizzato dalla voce animazione e svago (-0,2), anche se va tenuto conto che l'importanza assegnata a questo aspetto raggiungeva un punteggio non elevatissimo (pari ad 1,7) a differenza degli altri aspetti richiamati sopra.

Gli escursionisti, meno dei turisti, ravvisano delle esternalità negative nella destinazione conseguenti al sovraffollamento. La presenza di persone in spiaggia è considerata elevata o eccessiva da meno di un quinto degli escursionisti. Ancora meno valutano elevato o eccessivo il traffico (13%), come pure la presenza di turisti nella località (15%).

Nonostante la non completa soddisfazione su alcuni aspetti, più di sette escursionisti su dieci consiglierebbero a parenti e amici un'esperienza ai laghi di Levico e Caldonazzo. Anche se un 5% di escursionisti (la percentuale più elevata riscontrata tra tutte le tipologie di intervistati sia del Garda che dei due laghi di Levico e Caldonazzo) esclude qualsiasi passaparola positivo, indice di un'esplicita insoddisfazione.

Il lago è frequentato perché conosciuto da tempo e al lago si è venuti per trascorrere gran parte della giornata: poco più di otto escursionisti su dieci vi passano almeno mezza giornata, la metà la giornata intera.

Al lago per riposare

Gli escursionisti, nella quasi totalità dei casi, sono al lago alla ricerca di una dimensione di riposo e di relax (97% dei rispondenti). L'attività sportiva in riva al lago si limita al nuoto (41% dei casi) e a brevi passeggiate a piedi o in bici in spiaggia o nelle zone limitrofe (40%). Gli altri sport d'acqua, quali la vela e il surf, così come l'offerta culturale, le visite naturalistiche e le proposte benessere, non sono gettonati da questo target di domanda. Chi rimane al lago al massimo mezza giornata abbina eventualmente delle pedalate in mountain bike alla scoperta del territorio della valle. La maggior parte di costoro non indica nessun'altra attività di tipo ricreativo o sportivo a testimonianza di come utilizzi tutto il tempo a disposizione rimanendo sul lago.

Il lago rappresenta per molti una meta frequente nel corso della stagione. Quasi la metà afferma di recarvisi più di una decina di volte. Poco meno di un quinto afferma di andare al lago tra le sei e le dieci volte. Vale a dire che più di sei escursionisti su dieci frequentano il lago, durante l'intera stagione, per un periodo pari o superiore ad una settimana, una frequentazione complessiva di non breve durata, seppure frammentata nel tempo.

La frequentazione è fatta anche con un gruppo di amici (oltre un quarto dei casi) oltre che da soli (circa un quinto dei casi), a differenza dei turisti, che si muovono preferibilmente in coppia e in famiglia.

Al lago si arriva soprattutto con mezzi propri (quasi nove casi su dieci). Soltanto un caso su dieci utilizza i mezzi pubblici.

La spesa media giornaliera è di circa 16 euro e più di otto casi su dieci sono compresi nella classe modale 0-29 euro.

Una serie di domande poste ai turisti sul comportamento di corretta gestione ambientale sostenibile sono state poste anche agli escursionisti. Le risposte date dagli escursionisti possono essere lette come un'indicazione fornita da un gruppo di residenti trentini, dato che quasi otto escursionisti su dieci sono residenti in provincia di Trento. Senza alcuna pretesa di generalizzare all'insieme della popolazione trentina questi risultati, può essere interessante comparare il punto di vista di questi escursionisti (trentini) sui laghi di Levico e Caldonazzo con quanto rilevato dai turisti.

Gli escursionisti sono un poco più attenti alla sostenibilità

In generale per tutti gli item sottoposti all'attenzione degli intervistati, gli escursionisti evidenziano comportamenti più corretti dal punto di vista della gestione ambientale di quanto riscontrato tra i turisti, quanto meno italiani. In misura più elevata hanno installato lampade a basso consumo (per il 40% degli escursionisti intervistati questa installazione ha riguardato tutte le lampade di casa) e acquistato elettrodomestici più efficienti (39% dei casi), oltre ad aver installato dei pannelli solari o fotovoltaici (13%) per consentire un risparmio energetico.

In misura (lievemente) maggiore rispetto ai turisti hanno sostituito tutti i riduttori di flusso nei rubinetti per avere un risparmio idrico (26% dei casi).

Ciononostante gli escursionisti sembrerebbero prestare relativamente minore attenzione al monitoraggio sistematico dei consumi energetici ed idrici (dichiara di farlo regolarmente il 48% degli escursionisti contro circa il 54% dei turisti italiani e stranieri).

Gli escursionisti, più dei turisti (italiani, ma non stranieri), conoscono il marchio europeo di corretta gestione ambientale Ecolabel. Si impegnano nella raccolta differenziata in misura quasi totalizzante (93% dei casi). Più di un quinto afferma di prestare attenzione nello scegliere prodotti con imballi limitati. Più dei turisti italiani (ma non degli stranieri) fanno acquisti di prodotti bio o certificati Ecolabel (16% dei casi). Più di tutti dichiarano di acquistare regolarmente prodotti di origine locale (55%) e di bere regolarmente acqua del rubinetto (69%).

Questi escursionisti dichiarano che anche in vacanza prestano attenzione a ridurre i consumi idrici ed energetici in misura analoga a quanto affermano i turisti sia italiani che stranieri (circa il 54% dei casi).

Nel contempo si dichiarano più disponibili a raggiungere il lago con mezzi pubblici (36% d'accordo) e nella stessa percentuale a limitare o vietare il traffico veicolare in prossimità del lago.

Su possibili limitazioni di accesso alla spiaggia (ipotesi di numero chiuso) o introduzione di ticket per l'accesso, le percentuali non si discostano in questo caso dalle tiepide adesioni o piuttosto contrarietà espresse su questi punti anche dagli stessi turisti. Fra gli escursionisti i favorevoli alle due proposte

ammontano rispettivamente al 21% e all'11%, contro una percentuale di contrari pari rispettivamente al 54% e al 69%.

Chi sono?

Dal punto di vista del profilo socioanagrafico l'età media degli escursionisti è più giovane rispetto ai turisti e pari a 41 anni, con la classe modale compresa tra 26 e 35 anni.

Per il titolo di studio sei casi su dieci risultano laureati o diplomati, una percentuale inferiore a quanto riscontrato tra i turisti che pure presentavano un'età media più elevata, dato che tra gli escursionisti un quarto degli intervistati è in possesso del titolo di studio dell'obbligo.

Questa diversa distribuzione per titoli di studio spiega almeno parzialmente anche la distribuzione per professione. La quota prevalente, anche nel caso degli escursionisti, è rappresentata da impiegati e insegnanti (38%), ma risulta inferiore (10%) la quota di imprenditori, dirigenti e libero professionisti.

3.3.3 Escursionisti di rimbalzo. Turisti in Trentino sui laghi di Levico e Caldonazzo

Sulle spiagge di Levico e Caldonazzo è stato intervistato anche un gruppo di turisti che non pernottano in uno dei comuni rivieraschi²⁰ e che hanno deciso di trascorrere una o più giornate sulle spiagge di uno dei due laghi. Rappresentano il 14% del totale intervistati e permettono un utile confronto con i turisti che pernottano in uno dei comuni rivieraschi.

Il luogo di soggiorno prevalente di questi turisti, che si comportano come degli escursionisti di giornata al lago, è compreso in altri comuni della Valsugana, oltre che in altre zone limitrofe ai due laghi come la città di Trento e l'Altopiano della Vigolana, e in misura minore l'Altopiano di Piné e Valle di Cembra, gli Altipiani di Folgaria, Lavarone e Luserna e la Valle dei Mocheni. I turisti provenienti da queste zone relativamente vicine rappresentano poco meno dei quattro quinti di questo segmento di intervistati. Si tratta quindi di turisti di prossimità che con ogni probabilità considerano i laghi di Levico e Caldonazzo una delle attrazioni e delle mete importanti della loro vacanza.

Il lago: un'attrattiva per i turisti di prossimità

Infatti, richiesti del perché avessero preferito soggiornare in un comune non vicino al lago, pur frequentandolo, meno di un quinto (18%) afferma di non essere interessato a trascorrere tutta la sua vacanza al lago. Un quarto motiva questa sua scelta perché la località di soggiorno corrisponde meglio alle sue esigenze e altri perché hanno già frequentato in passato quella struttura ricettiva o hanno una casa di proprietà o di parenti e amici. Una minoranza (6%) giustifica la scelta perché non ha trovato una sistemazione più vicina ai laghi,

²⁰ In Valsugana sono stati considerati rivieraschi i comuni di Calceranica, Caldonazzo, Levico Terme, Pergine Valsugana e Tenna. Sono stati considerati comuni rivieraschi della sponda trentina del Garda tutti quelli facenti parte dell'ApT competente territorialmente, vale a dire Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda e Tenno.

lasciando intendere che proprio i laghi rappresentano “la loro destinazione di vacanza”. Pochissimi sono i turisti che soggiornano ad una distanza dai due laghi superiore ai trenta chilometri (poco più del 5% del totale).

Questa percentuale così limitata è una delle ragioni per cui le differenze riscontrate con il gruppo dei turisti che pernottano in uno dei comuni rivieraschi non risultano particolarmente numerose. Rispetto ai turisti che pernottano nei comuni rivieraschi, gli escursionisti di rimbalzo risultano relativamente più giovani (44 anni contro 48) e provengono in percentuale minore dall'estero (42% sul totale rispondenti contro il 69% dei turisti rivieraschi).

La durata della vacanza è sostanzialmente simile (poco meno di 14 notti per gli uni e gli altri), anche se la distribuzione per classi di durata non risulta omogenea, con un numero relativamente maggiore di turisti rivieraschi concentrati nella classe compresa tra i sette e i quattordici giorni e gli escursionisti di rimbalzo invece relativamente più numerosi nella vacanza “lunga” superiore alle tre settimane. Quest'ultima differenza è dovuta alla percentuale maggiore tra gli escursionisti di rimbalzo di intervistati che soggiornano in una casa di proprietà (oltre che in maggior misura in appartamenti turistici, e ospiti di parenti e amici, e invece molto meno in albergo e soprattutto in campeggio, peraltro inesistenti in quasi tutti i comuni dove questo segmento di turisti soggiorna).

Pur importante, il lago non rappresenta la motivazione unica di vacanza degli escursionisti di rimbalzo, come riscontrato tra i turisti dei comuni rivieraschi. Una conferma in tal senso viene dalla quota di coloro che negli ultimi tre anni hanno fatto una vacanza su un lago. Per i turisti dei comuni rivieraschi tale percentuale è pari al 73%. Per gli escursionisti di rimbalzo si scende al 60%, percentuale comunque estremamente elevata e tale da rimarcare l'importanza della “risorsa lago” anche per costoro. Il lago entra quindi prepotentemente tra gli interessi di questi vacanzieri, anche se essi preferiscono non dedicare al lago tutta la loro vacanza ma solamente una o più giornate. E quando decidono di trascorrervi una giornata, come successo quando sono stati intervistati, intendono farlo con un'intensità addirittura superiore a quella riscontrata tra i turisti dei comuni rivieraschi. La metà infatti dichiara di volersi fermare l'intera giornata e poco più del 40% mezza giornata, evidenziando un comportamento più simile a quello riscontrato negli escursionisti di giornata che ai turisti dei comuni rivieraschi.

In spiaggia per rilassarsi

Gli escursionisti di rimbalzo quando sono in spiaggia sono alla ricerca soprattutto del riposo e del relax (96%).

Ma nuotano nel lago (79%) e fanno passeggiate ed escursioni in bici o a piedi (72%) in misura superiore agli escursionisti e ai residenti. Mostrano un forte

interesse anche per scoprire le emergenze culturali e naturalistiche che l'ambito della Valsugana è in grado di esprimere. Riservano scarsa attenzione alla pratica degli sport d'acqua diversi dal nuoto e ai trattamenti benessere o termali. All'interno di questo target la componente italiana risulta più attiva e dinamica di quella straniera.

Coloro che non si fermano l'intera giornata in spiaggia, dedicano del tempo anche ad escursioni in moto o in auto (38% dei casi), forse proprio per raggiungere i laghi, e in misura minore a escursioni in mountain bike (13%) o a piedi - trekking e nordic walking (16%). La quota più consistente (54%) di chi trascorre meno di mezza giornata al lago non intende praticare nessun'altra attività ricreativa o sportiva.

Una differenza più marcata tra i due gruppi di turisti si riscontra invece sulla quota di *newcomer* o primini in Trentino. Per entrambi i gruppi la fedeltà al Trentino (e soprattutto ai laghi di Levico e Caldonazzo e zone limitrofe) per trascorrervi la propria vacanza risulta elevata, ma è particolarmente alta tra gli escursionisti di rimbalzo, dove si riscontrano solamente un quinto di primini contro un 30% tra i turisti dei comuni rivieraschi. La differenza si spiega soprattutto con la quota più elevata di stranieri registrata tra i turisti dei comuni rivieraschi, che pur ampiamente fedeli ai due laghi di Levico e Caldonazzo, mancano di quei presupposti che possono ulteriormente facilitare una frequentazione ancora più assidua (in primo luogo la vicinanza, in secondo luogo una casa di proprietà).

Maggiore fedeltà

La maggior quota di stranieri tra i turisti rivieraschi spiega anche le parziali differenze riscontrate nell'utilizzo dei diversi canali per acquisire informazioni sul luogo di vacanza, come ad esempio un relativo maggior ricorso ad internet, o alle agenzie viaggio e tour operator, benché come si è visto, questi canali informativi siano molto meno citati rispetto alla conoscenza pregressa, dettata dalla frequentazione ripetuta negli anni di queste località, e del canale informale fatto di informazioni desunte da amici e conoscenti. Un'altra differenza, connessa alle informazioni desunte presso il canale dell'intermediazione turistica, la si riscontra in riferimento all'eventuale acquisto di un pacchetto vacanza. Se coinvolge un'esigua minoranza dei turisti dei comuni rivieraschi, questa realtà non coinvolge quasi nessuno degli escursionisti di rimbalzo.

L'ambiente è sempre al primo posto

Sull'importanza assegnata ai diversi aspetti della complessiva offerta lago non si riscontrano evidenti differenze. Al primo posto, anche per gli escursionisti di rimbalzo, stanno il contesto ambientale e paesaggistico; l'accesso, la pulizia e le dotazioni della spiaggia; la qualità e balneabilità delle acque (il che non significa che tutti gli intervistati siano interessati a fare un bagno...), seguite, ad una certa distanza, dalla tranquillità della località, senza che siano rilevabili

particolari differenze rispetto ai turisti dei comuni rivieraschi.

La possibilità di abbinare attività sportive alla vacanza trova invece vaste “sacche” di disinteresse, indice di come per molti turisti e frequentatori dei laghi l’attività di primaria importanza in riva al lago si risolva prioritariamente in un universo tranquillo in cui riposarsi e rilassarsi; il che non significa che non siano in molti a vivere le rive del lago, le sue acque, i suoi dintorni come luogo privilegiato in cui praticare anche degli sport.

Da rilevare, non solo per questo segmento, ma per tutti coloro che sono stati intervistati sui laghi, la bassissima presenza di interesse per i trattamenti curativi termali ed i centri benessere. Il benessere pare essere ricercato da questi turisti prioritariamente stando in mezzo alla natura, attraverso e tramite pratiche non curative ma ludico-sportive. Si sarebbe insomma ben lontani dal wellness e dalle “coccole” tanto amate da altra utenza.

Anche l’animazione, l’intrattenimento sono su livelli di interesse davvero bassi, nonostante che i progressi compiuti dall’offerta turistica trentina in questi ultimi anni siano stati notevoli.

Agli intervistati è stato successivamente richiesto di esprimere un giudizio circa la soddisfazione sperimentata sui medesimi item.

Le caratteristiche ambientali e paesaggistiche dell’area sono senza dubbio l’aspetto che più vede soddisfatti tanto i turisti dei comuni rivieraschi che gli altri turisti, cioè gli escursionisti di rimbalzo.

Grande soddisfazione si registra anche per la tranquillità e, pur su livelli inferiori, per l’accessibilità, la pulizia e la dotazione delle spiagge.

L’offerta enogastronomica è poi presente con un risultato che forse sorprende, nella sua decisa positività, dato che a questo aspetto non erano assegnate né particolare importanza né elevate aspettative. Anche se ben otto escursionisti di rimbalzo su dieci (una percentuale superiore di circa una decina di punti percentuali rispetto ai turisti dei comuni rivieraschi) afferma di aver acquistato e/o degustato dei prodotti locali e tipici.

Oggetto di apprezzamenti inequivocabili è anche il comparto dei trasporti pubblici e collettivi che, anche se scarsamente usati dalla maggior parte degli ospiti, diventano un messaggio di attenzione e orientamento a nuove forme di mobilità interna alle destinazioni, facilitandone la fruizione.

Positive risultano anche le valutazioni sulle politiche ambientali, delle quali l’ospite è informato tramite l’impegno dell’imprenditore dell’ospitalità, e sulle proposte culturali, che come spesso accade sono inequivocabilmente gradite, anche se non raggiungono picchi di entusiasmo.

Anche i prezzi praticati, che evidentemente pur non essendo ritenuti in assoluto convenienti, lasciano quattro ospiti su cinque soddisfatti, e quasi uno su dieci molto soddisfatto. Solamente l’11% degli intervistati si considera insoddisfatto.

Gradimento per la possibilità di trasferte

*Non sempre ci si diverte
abbastanza*

Maggiore insoddisfazione emerge invece su animazione-svago-divertimento, un aspetto spesso ritenuto carente (non soltanto nella stagione estiva). Del resto, avendo a che fare con un turista "lago", è purtroppo facile che emerga più che in altre situazioni e formule la domanda in parte insoddisfatta di divertimento.

Qualche insoddisfazione emerge anche per la difficoltà di parcheggio in prossimità della spiaggia, ma non su livelli eccessivamente preoccupanti.

Gli escursionisti di rimbalzo risultano meno critici dei turisti dei comuni rivieraschi riguardo problemi connessi ad un eventuale affollamento della località.

Si è visto come le esternalità negative (affollamento e congestione delle spiagge, delle località e delle strade), avvertite dall'insieme dei turisti, siano estremamente contenute, senza dubbio meno critiche di quanto verificato sul Garda. Ma nel contesto di questa valutazione non eccessivamente problematica per tutti, gli escursionisti di rimbalzo risultano ancora più indulgenti. La frequentazione della spiaggia è infatti considerata eccessiva o elevata da meno di un quinto di intervistati; il traffico e la viabilità anche in questo caso sono considerati eccessivi ed elevati da poco più di un quinto degli escursionisti di rimbalzo, contro circa un terzo dei turisti dei comuni rivieraschi; pure per la presenza di turisti nella località meno di un quinto la ritiene elevata o eccessiva.

A fronte di queste risposte e di queste valutazioni circa la soddisfazione sui diversi aspetti della vacanza, non può meravigliare che tre intervistati su quattro, senza alcuna differenza tra i due gruppi di turisti, consiglierebbero senz'altro a parenti e amici una vacanza ai laghi di Levico e Caldonazzo, riducendo la quota di coloro che rispondono "penso di no" oppure "no" ad un modesto 1%.

La spesa giornaliera media è un'ulteriore variabile che evidenzia l'ampia sovrapposizione dei due gruppi di turisti. In entrambi i casi ci si attesta sui 60 euro (con un euro in più per gli escursionisti di rimbalzo), anche se la spesa di vitto e alloggio evidenzia uno scarto di circa quattro euro in più per i turisti dei comuni rivieraschi. La differenza è ampiamente giustificata dalla quota più elevata, come si è visto, di escursionisti di rimbalzo che pernottano nella casa di proprietà e in case di parenti e amici, solo parzialmente compensati dalla quota di turisti dei comuni rivieraschi che dichiarano di fare del campeggio libero (che peraltro risulterebbe vietato).

3.3.4 I residenti ai laghi di Levico e Caldonazzo

La frequentazione del lago durante il periodo estivo è un'opportunità anche per i residenti dei comuni rivieraschi (Levico, Caldonazzo, Calceranica, Tenna, Pergine). Da Pergine, centro più popoloso, proviene anche il maggior numero di

*Una vacanza
consigliabile*

residenti intervistati (un terzo del totale), seguito da Levico e Caldonazzo con circa un quarto di residenti ciascuno.

I residenti rappresentano il gruppo meno numeroso nel campione di intervistati. Circa una novantina di soggetti pari al 14% del totale.

Si sta un po' meno in spiaggia

Il tempo trascorso in spiaggia è mediamente più breve di quello riscontrato per turisti ed escursionisti. Ma ugualmente anche i residenti si fermano al lago per un tempo non brevissimo. Meno di un terzo si ferma solo qualche ora. Poco più dei due terzi si ferma almeno mezza giornata e solo un quinto la giornata intera (meno della metà degli escursionisti che si fermano al lago l'intera giornata).

I residenti scelgono di trascorrere del tempo in riva al lago soprattutto per riposarsi e rilassarsi (94%) e fare qualche breve passeggiata o escursione in bici (45%). Apprezzano anche la possibilità di nuotare (59%) o di praticare qualche altro sport d'acqua come la vela o il surf (10%). Vivono quindi il lago non solo come luogo dove recuperare le energie ma anche come una palestra a cielo aperto dove praticare attività fisica. I residenti che si fermano solo mezza giornata abbinano eventualmente uscite in mountain bike. La maggior parte di costoro (63%) non fa nessun'altra attività, a testimonianza di come il tempo trascorso in riva ad uno dei laghi della Valsugana rappresenti un break negli impegni della vita quotidiana.

Più della metà arrivano in bicicletta

Data la vicinanza (non a caso più di un quinto al lago ci arriva direttamente a piedi e più della metà in bicicletta), come e più degli escursionisti i residenti frequentano il lago soprattutto da soli (43% dei casi), oltre che con amici (30%). In compenso sono molto pochi i residenti che si recano al lago con famiglia e figli (solo il 14% dei casi). Da questo punto di vista il lago sembra essere vissuto più come un momento di svago individuale che una meta per famiglie. Una delle ragioni di questa modalità di frequentare il lago sta anche nell'età relativamente giovane dei residenti intervistati. Quasi un terzo ha meno di 25 anni, e un ulteriore 38% di residenti è compreso nella fascia d'età 26 - 35 anni. Tuttavia l'età non sembra rappresentare una spiegazione esaustiva, perché la media d'età è pur sempre pari a 35 anni, un'età che ben corrisponde a giovani coppie con figli piccoli.

I residenti si mostrano relativamente critici sul numero di persone in spiaggia, più degli escursionisti e dei turisti. Infatti quasi un terzo giudica questo numero elevato se non eccessivo.

Non così per quanto riguarda altre possibili esternalità negative indotte dalla presenza di turisti nella località, come il traffico e la viabilità (solo il 14% ravvisa su questo punto delle criticità) o la stessa presenza di turisti nella località (soltanto un quinto valuta questa presenza elevata o addirittura eccessiva).

Sull'introduzione di possibili misure di limitazione all'accesso al lago, i residenti esprimono nel complesso una valutazione che non si discosta in modo

sostanziale dal punto di vista espresso da turisti ed escursionisti.

Poco più di un terzo (come gli escursionisti) si dichiara favorevole a consentire l'accesso al lago solo con mezzi pubblici (più della metà è però decisamente contrario). Il 38% (quota grosso modo analoga a quella degli escursionisti) è favorevole a limitare il traffico veicolare privato. Nella stessa percentuale degli escursionisti (un quinto dei residenti intervistati) è favorevole ad una limitazione dell'accesso al lago (ma due terzi si dichiarano decisamente contrari). E infine solo un 7% si dichiara favorevole all'introduzione di un ticket per accedere al lago (si tratta della quota più bassa riscontrata tra turisti, italiani ed esteri, ed escursionisti).

3.3.5 Turisti e sostenibilità

La ricerca attivata sui frequentatori delle spiagge dei laghi di Garda, di Levico e di Caldonazzo aveva come obiettivo anche quello di cogliere la sensibilità dei turisti nei confronti delle tematiche di sostenibilità ambientale.

Comportamento sostenibile a casa

Una serie di domande poste agli intervistati era finalizzata a testare il comportamento di corretta gestione ambientale tenuto in casa, cioè nel luogo di residenza.

Opinioni

Una seconda serie di domande sondava le opinioni su una serie di misure che potrebbero essere adottate per una maggiore salvaguardia ambientale dei laghi. Infine una terza serie di domande testava il comportamento di sostenibilità in vacanza.

Tutte le risposte a queste domande hanno ricevuto un punteggio. La sommatoria di questi singoli punteggi organizzata in classi definiva il grado di sostenibilità del comportamento o delle opinioni espressi dagli intervistati²¹.

²¹ Tipologie di turista sostenibile

Comportamento nella quotidianità*

In casa sua ha:	Sì tutti/e	Sì, in parte	Non ancora	No
Lampade a basso consumo energetico?	+4	+2	0	-2
Riduttori di flusso idrico?	+4	+2	0	-2
Elettrodomestici ad alta efficienza energetica (classe A)?	+4	+2	0	-2
In casa Sua:	Sì	No	No, ma ci sto pensando	
Ha installato pannelli fotovoltaici o solari?	+4	0	1	
Conosce questo marchio?	Sì	No		
Conosce questo marchio?	+2	0		
Nella sua vita quotidiana:	Regolarmente	Saltuariamente	Quasi mai	Mai
Acquista frutta/verdura d'importazione e/o non di stagione?	-2	0	+2	+4
Beve acqua del rubinetto?	+2	+1	-1	-2

* I valori riportati nelle tabelle riguardano i punteggi assegnati ad ogni risposta

Range punteggi: max +44; min. -20

Tipologia turista/	Punteggio
Molto sostenibile in casa	28 - 44
Sensibile tematiche sostenibilità	13 - 27
Poco sostenibile in casa	(-2) - (+12)
Per nulla sostenibile in casa	< -2

Tabella 4: Comportamento sostenibile nella quotidianità				
TIPOLOGIA TURISTA SOSTENIBILE NELLA QUOTIDIANITÀ	Turista Garda italiano (TGI)	Turista Garda estero (TGE)	Turista Valsugana italiano (TVI)	Turista Valsugana estero (TVE)
Comportamento molto sostenibile a casa	9,0%	21,1%	15,2%	22,7%
Comportamento sensibile a casa	55,1%	59,5%	56,1%	61,8%
Comportamento poco/per nulla sostenibile a casa	35,9%	19,4%	28,8%	15,6%
<i>Punteggio medio</i>	<i>17,06</i>	<i>19,85</i>	<i>17,73</i>	<i>20,88</i>
Range punteggi: max +44; min. -20				
fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo				

Comportamento sostenibile in vacanza

Riguardo il comportamento tenuto nella quotidianità, presso il proprio luogo di residenza, i turisti stranieri presenti sia sul Garda che sui laghi della Valsugana totalizzano un punteggio medio superiore rispetto ai turisti italiani. I turisti stranieri dei laghi di Levico e Caldonazzo ottengono il punteggio massimo. Secondo questi parametri ad esempio, solo il 9% dei turisti italiani sul Garda possono essere definiti come soggetti che in casa esprimono dei comportamenti *molto sostenibili* dal punto di vista della corretta gestione ambientale, mentre più di un terzo sono caratterizzati da un comportamento *poco o per nulla sostenibile*.

Di contro i turisti stranieri che sembrerebbero caratterizzarsi per un comportamento molto sostenibile raggiungono il 21% sull'area del Garda e il 23% sull'area dei due laghi di Levico e Caldonazzo (qui anche i turisti italiani classificati come *molto sostenibili* coprono una quota maggiore rispetto al Garda arrivando al 15%).

La seconda serie di domande verteva sulle opinioni espresse dai turisti circa una corretta gestione ambientale. Anche in questo caso ad ognuna delle opinioni espresse è stato assegnato un punteggio e il totale è stato riorganizzato in classi che esprimono una maggiore o minore opinione di sostenibilità²².

²² Opinioni in vacanza*

Lei...	Si	Si, in parte	No
È disposto a raggiungere il Garda o i laghi di Levico e Caldonazzo utilizzando esclusivamente mezzi di trasporto pubblico?	+4	+2	-2
È favorevole a vietare il traffico veicolare nelle aree adiacenti al lago, e garantire l'accesso solo a piedi, in bici o con mezzi di trasporto pubblico e/o collettivo?	+4	+2	-2
È favorevole a limitare l'accesso a questo lago per tutelarne le caratteristiche ambientali?	+4	+2	-2
È disposto a pagare un ticket per accedere a una spiaggia di questo lago?	+4	+2	-2
(solo Garda) È favorevole ad estendere su tutto il lago, e non solo sulla parte trentina, il divieto di navigazione ai mezzi a motore?	+4	+2	-2

* I valori riportati nelle tabelle riguardano i punteggi assegnati ad ogni risposta

Range punteggi Garda: max +20; min. -10

Range punteggi Valsugana: max +16; min. -8

Tipologia turista	Punteggio Garda	Punteggio Valsugana
Opinioni molto sostenibili	15 - 20	12 - 16
Opinioni sostenibili	9 - 14	7 - 11
Opinioni poco sostenibili	3 - 8	2 - 6
Opinioni per nulla sostenibili	< 3	< 2

Tabella 5: Opinioni sostenibili in vacanza

TIPOLOGIA TURISTA CON OPINIONI SOSTENIBILI	Turista Garda italiano (TGI)	Turista Garda estero (TGE)	Turista Valsugana italiano (TVI)	Turista Valsugana estero (TVE)
Opinioni molto sostenibili	7,7%	8,0%	13,6%	10,7%
Opinioni sostenibili	26,9%	19,6%	10,6%	11,6%
Poco/per nulla sostenibile	65,4%	72,3%	75,8%	77,8%
<i>Punteggio medio</i>	<i>5,85</i>	<i>4,89</i>	<i>2,33</i>	<i>0,59</i>
Range punteggi Garda: max +20; min. -10 Range punteggi Valsugana: max +16; min -8				
fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo				

Turista italiano meno sostenibile del turista estero ma più aperto nelle "opinioni"

In questo caso il turista italiano, dai comportamenti quotidiani meno sostenibili del turista estero, risulta più propenso, degli stranieri, all'introduzione di possibili misure a favore della sostenibilità ambientale dei laghi. Va tuttavia rilevato che la stragrande maggioranza degli intervistati, sia italiani che stranieri, assumendo i parametri adottati per l'assegnazione dei relativi punteggi, figurano con opinioni scarsamente sostenibili. La quota più elevata di opinioni *molto sostenibili* è espressa dai turisti italiani che stanno sui laghi di Levico e Caldonazzo, che raggiungono una percentuale pari al 14% (contro un valore minimo pari all'8% di opinioni *molto sostenibili* espresse dai turisti sia italiani che stranieri del Garda). In un range di punteggio che varia per il Garda da +20 a -10, il punteggio medio espresso dai turisti italiani è pari a 5,8 e quello degli stranieri a 4,9. Per i turisti dei laghi della Valsugana, il cui range è ridotto da +16 a -8 a causa di una domanda in meno, il punteggio medio è pari rispettivamente per italiani e stranieri a 2,3 e a 0,6. Anche modificando gli intervalli che definiscono la gradazione delle opinioni espresse ed assumendo che gli intervalli definiti dalla ricerca siano particolarmente severi, il risultato che se ne ricava è che i turisti manifestino una scarsa propensione all'introduzione di misure che possano limitare in qualche modo la fruizione del "bene lago", anche quando queste misure fossero assunte in nome di una sua maggiore salvaguardia nel tempo.

Il terzo gruppo di variabili esaminate prendeva in considerazione una serie di comportamenti tenuti (o dichiarati) durante la vacanza, sempre sul tema della sostenibilità ambientale²³.

²³ **Comportamenti in vacanza***

Che importanza attribuisce ai seguenti aspetti nella scelta di una destinazione lacuale?	Per nulla importante	Poco importante	Importante	Molto importante
	1	2	3	4
Politiche ambientali adottate e comunicate dal gestore della struttura ricettiva e/o possesso di certificazioni di corretta gestione ambientale	-2	-1	+2	+4

Che mezzo di trasporto ha utilizzato per coprire il percorso da casa sua (dimora abituale) alla località in cui attualmente soggiorna?	Auto moto	Mezzi pubblici	Taxi	Mezzi trasporto collettivo	Aereo	In bici
	Che mezzo di trasporto ha utilizzato per coprire il percorso da casa sua alla località in cui attualmente soggiorna?	0	+4	-1	+2	0

Tabella 6: Comportamenti sostenibili in vacanza

TIPOLOGIA TURISTA SOSTENIBILE IN VACANZA	Turista Garda italiano (TGI)	Turista Garda estero (TGE)	Turista Valsugana italiano (TVI)	Turista Valsugana estero (TVE)
Comportamento molto sostenibile	3,8%	3,2%	1,6%	2,7%
Comportamento sostenibile	44,9%	44,9%	39,1%	40,9%
Comportamento poco/per nulla sostenibile	51,3%	51,9%	59,3%	56,4%
<i>Punteggio medio</i>	<i>6,60</i>	<i>6,65</i>	<i>6,27</i>	<i>6,28</i>
Range punteggi: max +18; min. -9				
fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo				

In questo caso il range del punteggio totale era compreso tra +18 e -9. Per tutti i turisti, sia italiani che stranieri, sia sul Garda che in Valsugana, il punteggio medio è sempre compreso tra sei e sette (minimo i turisti della Valsugana con un punteggio pari a 6,3 e massimo gli stranieri sul Garda con un punteggio pari a 6,7).

Scarsa sostenibilità in vacanza

Anche in questo caso la distribuzione per classi di punteggio evidenzia un'esigua minoranza che esprime comportamenti e intenzioni qualificate come *molto sostenibili* durante la vacanza, e poco più della metà degli intervistati che evidenzia comportamenti o intenzioni *poco o per nulla sostenibili* (senza apprezzabili differenze tra italiani e stranieri; se una piccola differenza esiste sembra caratterizzare il confronto tra aree geografiche, con i turisti della Valsugana meno sostenibili dei turisti del Garda, contrariamente a quanto verificato sui comportamenti tenuti in casa, presso il proprio luogo di residenza). Il tentativo che è stato fatto di leggere l'associazione tra il comportamento tenuto nella quotidianità, espresso mediante il punteggio medio totalizzato da ogni intervistato, e le opinioni espresse sulle misure di sostenibilità ambientale che potrebbero essere adottate sui laghi, nonché l'associazione tra comportamento tenuto nella quotidianità e comportamenti (o intenzioni per comportamenti) espressi durante la vacanza, sempre condotto utilizzando i

Come si è spostato oggi dalla struttura ricettiva prescelta alla spiaggia?	A piedi	In auto o moto	Con mezzi pubblici	Con mezzi trasporto collettivo	In bici
Come si è spostato oggi dalla struttura ricettiva alla spiaggia?	+4	-1	+4	+2	+4
Durante la sua vacanza ha degustato e/o acquistato prodotti tipici e tradizionali del territorio?	Sì	Non ancora ma intendo farlo	Sarei interessato, ma non li conosco	No	
Durante la sua vacanza ha degustato e/o acquistato prodotti tipici e tradizionali del territorio?	+4	+2	0	-2	
Informazioni...	Sì	Sì, in parte	No		
Durante le sue vacanze presta attenzione per ridurre il consumo energetico e idrico e per praticare la raccolta differenziata?	+4	+2	-2		

* I valori riportati nelle tabelle riguardano i punteggi assegnati ad ogni risposta
Range punteggi Turista: max +18 e min. -9

Tipologia turista	Punteggio Turista
Comportamento molto sostenibile	13-18
Comportamento sostenibile	7- 12
Comportamento poco sostenibile	2 - 7
Comportamento per nulla sostenibile	< 2

punteggi medi totalizzati dai singoli intervistati, non ha evidenziato una relazione robusta.

La misura di associazione adottata (indice di Pearson), pur rivelandosi sempre significativa alla verifica del relativo test, evidenzia dei legami di associazione deboli e il valore assunto dall'indicatore non è mai superiore a 0,5²⁴.

Comportamenti in casa e in vacanza non sempre coincidono

Il che significa che, pur esistendo un'associazione di segno positivo tra i comportamenti di corretta gestione ambientale sostenibile tenuti nella quotidianità e le opinioni espresse in tema di sostenibilità ambientale, nonché il comportamento di corretta gestione ambientale tenuto durante la vacanza, queste due associazioni non appaiono robuste e tali da far assumere un valore predittivo al comportamento tenuto nel luogo di residenza rispetto al comportamento tenuto nel luogo di vacanza.

3.3.6 I turisti sportivi sul Garda

Sono stati definiti turisti sportivi coloro che rispondevano di praticare durante la loro vacanza escursioni in mountain bike o in bici, arrampicata, trekking o nordic walking, vela o windsurf, oppure altri sport d'acqua come ad esempio torrentismo, canyoning, ecc..

Agonisti e amatori

Non sappiamo con quale intensità i soggetti praticano questi sport durante la loro vacanza. Di conseguenza coloro che soddisfano una di queste condizioni e sono stati classificati come sportivi riuniscono al loro interno sia gli agonisti che i turisti che praticano un'attività sportiva in forma amatoriale. L'obiettivo prioritario era quello di distinguere i turisti interessati *anche* ad una pratica sportiva più o meno intensa da coloro che invece sono orientati prevalentemente ad una dimensione di vacanza riposante e limitano la loro attività fisica a delle passeggiate a piedi o in bicicletta, o a rinfrescarsi nelle acque del lago con qualche nuotata.

Rispetto agli intervistati sul Garda, i turisti classificabili come sportivi secondo questa modalità rappresentano poco più della metà degli intervistati (51%). In una ricerca effettuata dall'Osservatorio Provinciale per il Turismo nell'estate 2006 su un campione di turisti pernottanti in strutture ricettive alberghiere dell'Alto Garda (sponda trentina) era emerso che i turisti prioritariamente interessati ad una vacanza attiva rappresentavano poco meno di un terzo degli intervistati, posizionando quest'ambito turistico tra quelli con la quota più elevata di turisti attivi nel periodo estivo²⁵. Le diverse modalità delle due ricerche, e in particolare l'aver intervistato in questa seconda ricerca i turisti presenti in spiaggia e non solamente nelle strutture ricettive alberghiere

²⁴ Si rammenta che l'associazione, negativa o positiva, è tanto più robusta quanto più il valore assunto si avvicina rispettivamente a -1 e a +1.

²⁵ Osservatorio Provinciale per il Turismo, *Turisti estivi e vacanza attiva in Trentino*, Provincia autonoma di Trento, giugno 2007.

giustifica in parte la differenza nei due dati. Un secondo aspetto che spiega almeno parzialmente la differenza tra il dato rilevato nella prima ricerca e questo oggetto di commento è riferito proprio all'intensità cui il turista si dedica alla pratica sportiva. In questo caso è classificato turista sportivo chi pratica una delle attività richiamate sopra, anche se la motivazione principale della sua vacanza non è quella attiva.

Il profilo del turista sportivo intercettato sulle spiagge del Garda è in prevalenza maschio (54%), più giovane dei turisti non sportivi (42 anni di media contro 50), proveniente soprattutto dalla Germania (55% degli sportivi contro il 35% di turisti tedeschi intercettati tra i non sportivi), composto in prevalenza da impiegati e insegnanti (42% contro il 31% dei turisti non sportivi), cui si associa una quota significativa di dirigenti, imprenditori e liberi professionisti (28%), più numerosa rispetto ai non sportivi. Tra i non sportivi sono invece maggiormente presenti i turisti italiani (13% contro poco meno del 9% tra gli sportivi) e i pensionati (24% contro il 9%).

La durata dichiarata della vacanza è pari a poco più di nove notti, corrispondente alla media generale, con il 57% di turisti sportivi intervistati che si ferma tra le sette e le 14 notti.

Per molti sportivi è la vacanza principale

Per la maggior parte degli sportivi (59%) la vacanza sul lago di Garda è la vacanza principale della stagione estiva. Si tratta di una quota inferiore a quella riscontrata tra i non sportivi nonostante la durata media della vacanza sia analoga. Gli sportivi che faranno un'altra vacanza considerata quella principale, si orientano in due terzi dei casi prioritariamente verso il mare. Un quinto anche verso la montagna e quasi altrettanti ipotizzano un'altra vacanza al lago. Rispetto ai non sportivi, si riscontra una minore preferenza per il mare e le città d'arte e una preferenza maggiore per la montagna.

Come già evidenziato per l'insieme dei turisti intervistati presso il lago di Garda, sono numerosi i turisti che nell'ultimo triennio hanno già fatto una vacanza su un lago. Tra gli sportivi costoro sono più numerosi dei non sportivi (68% dei casi contro il 54%). In tre casi su quattro la scelta di un lago si identifica con il Garda, indice che questa destinazione è confermata di anno in anno nelle scelte di vacanza anche per le opportunità di carattere sportivo che offre.

Fedeltà al lago ed al Garda

Questa maggiore fedeltà al lago di Garda del turista sportivo si riflette anche in una percentuale molto minore di *newcomer* in Trentino. Solamente il 32% dei turisti sportivi afferma di essere in Trentino per la prima volta, contro il 48% dei non sportivi. Trattandosi in larghissima maggioranza di stranieri si tratta di un indice di fedeltà al lago di Garda (e al Trentino) elevatissimo.

Le informazioni per questa vacanza al lago sono state desunte oltre che dalla conoscenza pregressa, grazie alla frequentazione ripetuta dell'area (38% dei casi contro il 30% dei non sportivi), soprattutto da internet (27% dei casi, circa

Qualità ambientale e struttura ricettiva

Pochi acquistano il pacchetto

quattro punti in più rispetto ai turisti non sportivi, che da parte loro risultano invece doppiamente coinvolti da informazioni desunte presso agenzie di viaggio e Tour Operator rispetto agli sportivi).

Il mezzo di trasporto maggiormente impiegato per spostarsi dal luogo di residenza a quello di vacanza è stato l'auto (79% dei casi). Pur non mancando anche nel caso degli sportivi l'impiego di mezzi di trasporto pubblico, mezzi collettivi e aereo (mezzi di trasporto che, soprattutto le ultime due tipologie, rimandano al viaggio organizzato), essi risultano molto meno presenti rispetto ai turisti non sportivi. Una conferma indiretta in tal senso viene dalla quota decisamente più contenuta di turisti sportivi che hanno acquistato un pacchetto vacanza (14% rispetto al 33% registrato tra i turisti non sportivi). Invece una quota minoritaria di turisti sportivi ma non insignificante, soprattutto se si pensa al numero di turisti presenti durante l'intera stagione sul Garda, si è servita anche della bici per spostarsi dal luogo di residenza al luogo di vacanza. Si tratta di poco più di un 7% di turisti sportivi, di cui la maggior parte hanno impiegato solo la bicicletta.

Gli sportivi assegnano importanza principalmente ad alcuni aspetti della vacanza: contesto ambientale, dotazione e pulizia della spiaggia, qualità dell'acqua, dotazione e strutture per praticare attività sportive. A parte quest'ultimo aspetto, si tratta degli stessi temi cui assegnano molta importanza anche i turisti non sportivi, i quali in misura maggiore degli sportivi si mostrano anche interessati alle attività culturali e alle proposte di carattere enogastronomico (e non a caso i turisti non sportivi acquistano e degustano prodotti locali in misura maggiore, come si evince dalla risposta ad una successiva domanda), come pure alla varietà dell'offerta ricettiva. Quest'ultima differenza forse si spiega perché gli sportivi sono relativamente meno presenti nelle strutture ricettive alberghiere (solo il 41% contro una percentuale pari al 68% dei non sportivi) e invece sono più presenti soprattutto nei campeggi (32% contro il 10%) e negli appartamenti turistici (14% contro 8%).

Gli sportivi privilegiano decisamente le strutture fronte lago (più di sette casi su dieci) il che permette di recarsi in spiaggia soprattutto a piedi o in bici utilizzando in modo limitato l'auto (24% dei casi).

Praticando un'attività sportiva, trascorrono relativamente meno tempo in spiaggia rispetto ai non sportivi. Ad esempio chi dichiara di stare sul lago tutto il giorno perché pratica uno sport d'acqua, soprattutto il surf, ammonta ad una quota pari al 27% degli intervistati contro il 39% dei non sportivi.

Si spostano di più ma spendono meno

Si muovono per visitare altre località in misura maggiore rispetto ai non sportivi, ma sono privilegiate soprattutto altre località del lago, oltre alla Valle di Ledro o alla risalita del Monte Baldo con la funivia di Malcesine, rispetto a città come

Trento, Rovereto, Venezia, Verona (quest'ultima città risulta la più visitata rispetto alle altre, con una quota pari al 23% del totale sportivi).

La spesa media dello sportivo risulta decisamente più contenuta: 75 euro giornalieri di media contro poco più di 89 euro da parte dei non sportivi. La differenza non è fatta solamente dal vitto e dall'alloggio, che sarebbe comprensibile per la diversa composizione nella scelta delle strutture ricettive tra sportivi e non. Infatti la differenza di spesa media giornaliera per vitto e alloggio (49 euro gli sportivi; 59 i non sportivi) spiega buona parte ma non tutta la differenza di spesa totale giornaliera tra gli uni e gli altri.

I non sportivi, che in misura doppia dei turisti sportivi si collocano nella fascia di spesa superiore ai 120 euro (18% contro il 9%), mostrano una distribuzione di spesa più marcata e una minore quota di soggetti compresi nella fascia più contenuta (30 - 50 euro).

La ricerca indagava anche la soddisfazione riferita ai diversi aspetti ritenuti importanti dagli intervistati per la loro vacanza.

Gli sportivi si dichiarano particolarmente soddisfatti, nell'ordine, per il contesto ambientale e paesaggistico, sulla dotazione per la pratica di attività sportive, per la pulizia e accessibilità della spiaggia, per la qualità e balneabilità delle acque. Su altri aspetti la soddisfazione è contenuta, come contenuti erano l'interesse e le aspettative. Ad esempio sulle offerte di natura culturale. Dove invece la soddisfazione risulta superiore alle attese è sulla ricettività e sull'offerta enogastronomica. I due item che totalizzano livelli di soddisfazione relativamente bassi sono i prezzi e le occasioni di animazione e svago (ma su questi due aspetti gli sportivi sono accomunati ai non sportivi).

Pur trascorrendo meno tempo in spiaggia, gli sportivi denunciano in misura maggiore un eccessivo o elevato affollamento in spiaggia (28% contro il 27% dei non sportivi). Come pure lamentano un eccesso di traffico (50% contro il 38%, il che in ogni caso conferma come il traffico e la viabilità rappresentino una delle maggiori criticità della destinazione) e un eccesso di turisti (48% contro il 32% dei non sportivi). Può anche darsi che questo giudizio più severo dei turisti sportivi soprattutto su mobilità e affollamento della destinazione, piuttosto che della spiaggia, derivi dal fatto che essi si spostano nella località con maggiore frequenza rispetto ai non sportivi, proprio per praticare delle attività sportive.

Nonostante queste criticità, anche lo sportivo, al pari del non sportivo consiglierebbe senz'altro la località per una scelta di vacanza ad amici e parenti (lo farebbe nell'82% dei casi e meno dell'1% risponde di no, che non lo farebbe).

Riguardo al comportamento più o meno sostenibile in casa e in vacanza, non emergono differenze significative tra gli sportivi e i non sportivi, fatta eccezione

*Soffrono di più
l'affollamento, ma non
vogliono limitazioni*

per un paio di aspetti, le cui differenze possono essere del tutto casuali: il maggior impiego di pannelli solari o fotovoltaici (installati in misura doppia rispetto ai non sportivi) e un maggior utilizzo di prodotti bio e con certificazione Ecolabel.

Gli sportivi sembrano invece decisamente meno d'accordo su una serie di proposte riguardanti la limitazione del traffico veicolare in prossimità del lago e la regolamentazione dell'accessibilità al lago. Come pure sono meno d'accordo sull'estendere la limitazione della navigazione a motore all'intero lago di Garda.

3.3.7 I turisti sportivi sui laghi di Levico e Caldonazzo

Come per i turisti presenti sul lago di Garda, anche in Valsugana sono stati classificati come turisti sportivi coloro che rispondevano di praticare durante la loro vacanza escursioni in mountain bike o in bici, arrampicata, trekking o nordic walking, vela o windsurf, oppure altri sport d'acqua.

*Sono meno che sul
Garda*

Si tratta di poco più di un terzo di turisti intervistati, una quota di gran lunga più contenuta rispetto a quanto riscontrato sul Garda dove gli sportivi risultavano nel complesso leggermente prevalenti.

Il profilo del turista sportivo riscontrato sui laghi di Levico e Caldonazzo corrisponde a quello riscontrato sul Garda. Prevalenza di maschi: 51% contro un 46% tra i non sportivi. Età un poco più giovane ma non giovanissima: 45 anni l'età media contro i 50 dei non sportivi; una classe modale, con il 40% delle frequenze, espressa dalla fascia d'età 36-45 anni, mentre le due classi 46-55 anni e 56-65 anni tra i non sportivi sono quelle relativamente più numerose, ognuna con il 26% delle frequenze. Una quota più ampia di diplomati e laureati (circa otto intervistati su dieci). Una presenza più numerosa di impiegati e insegnanti (43% contro il 32% dei non sportivi) e anche di dirigenti, imprenditori e libero professionisti, contro invece una quota decisamente minore di pensionati (10% contro il 21% tra i non sportivi). Una relativa maggiore presenza di sportivi tra gli stranieri piuttosto che tra gli italiani (questi ultimi concorrono per il 16% sul totale turisti sportivi e per il 24% tra quelli non sportivi). Con una interessante annotazione. Sono soprattutto i turisti dell'area tedesca che fanno la differenza. Infatti il 36% degli sportivi provengono da questo mercato, mentre il mercato tedesco alimenta solo il 26% del totale turisti non sportivi, mentre i turisti olandesi, più numerosi sui due laghi rispetto alla componente tedesca, si ripartono in modo analogo tra sportivi e non.

La durata complessiva della vacanza per lo sportivo (compresa del tempo viaggio dal luogo di residenza) è in media di circa 13 notti (un giorno in meno rispetto ai non sportivi), con la classe modale (54% delle frequenze) che è espressa dalla durata compresa tra le sette e le quattordici notti.

Nelle località dei laghi di Levico e Caldonazzo si sta però poco meno di 12 notti, un dato che più assomiglia a quello dei non sportivi, come se questi ultimi impiegassero più tempo nel percorso tra il luogo di residenza e la località di vacanza.

Come per il Garda anche in questo caso lo sportivo considera questa sua permanenza sui laghi della Valsugana la vacanza principale in misura minore rispetto ai non sportivi (68% dei casi rispetto al 75%). Ma i valori espressi dagli uni e dagli altri sono superiori di circa una decina di punti percentuali a quanto riscontrato sul Garda. Vale a dire che sui laghi di Levico e Caldonazzo la propensione a svolgere la vacanza principale è più elevata.

Spesso è la vacanza principale

Tra quella quota di poco inferiore ad un terzo di sportivi che farà un'altra vacanza, considerata principale, l'orientamento prevalente è il mare (68% dei casi) o in misura minore ancora una vacanza al lago piuttosto che la montagna.

La preferenza accordata al lago per trascorrervi le proprie vacanze è elevata. Più di sette casi su dieci dichiarano di aver fatto le proprie vacanze nell'ultimo triennio proprio in riva ad un lago. In quasi due terzi dei casi si trattava dei laghi di Levico e Caldonazzo. A differenza di quanto riscontrato sul Garda, dove erano veramente pochi i turisti che avevano fatto delle vacanze nel triennio precedente l'intervista presso i laghi di Levico e Caldonazzo, in questo caso i turisti che invece hanno soggiornato sul lago di Garda sono relativamente più numerosi e rappresentano il 21%. E' come se il lago di Garda fosse in grado di attrarre un maggior numero di turisti, grazie alla sua forza nell'immaginario collettivo, ma al tempo stesso meno dei laghi di Levico e Caldonazzo fosse in grado di fidelizzare i propri clienti. E' quindi più facile trovare turisti che soggiornano sui due laghi della Valsugana dopo essere stati anche sul Garda, piuttosto che viceversa.

Tra gli sportivi sono relativamente più numerosi i *newcomer* in Trentino (38% contro il 29% dei non sportivi).

Non pochi i nuovi arrivati

Per questa ragione sono meno gli sportivi intervistati che conoscevano i laghi per una frequentazione pregressa (22% contro 34%). In compenso, data anche la minor età, hanno desunto le loro informazioni in misura relativamente maggiore tramite Internet (29% dei casi contro il 19% dei non sportivi). Anche i turisti sportivi si affidano però prevalentemente ad informazioni desunte *off line*, in particolare dalle conoscenze di parenti e amici, che riguardano poco meno di un terzo del totale. Relativamente meno importante è il ruolo avuto da tour operator e agenzie di viaggio nell'assumere informazioni sui due laghi della Valsugana, meta del soggiorno di vacanza. Solo il 5% degli sportivi infatti ha desunto le proprie informazioni da questo canale e il 6%, contro il 13% dei non sportivi, ha acquistato anche un pacchetto vacanza.

Questa percentuale rispecchia una differenza tra i due segmenti riconducibile al

peso diverso avuto dall'intermediazione organizzata. Gli sportivi risultano in vacanza con un gruppo organizzato solamente nel 3% dei casi e hanno utilizzato un mezzo di trasporto collettivo (soprattutto il bus dell'intermediazione turistica) dal luogo di residenza al luogo di vacanza solamente nel 2% dei casi. Gli sportivi utilizzano anche scarsamente un mezzo di trasporto pubblico. Rispetto al Garda è anche quasi totalmente assente l'utilizzo dell'aereo. In oltre nove casi su dieci si affidano per il loro trasferimento vacanziero al mezzo privato.

Risultano in vacanza in misura decisamente prevalente con famiglia e figli (55% dei casi) piuttosto che in coppia (38% dei casi).

Importanti i servizi, la pulizia, l'accessibilità

I fattori cui gli sportivi assegnano maggiore importanza, e in misura superiore ai non sportivi, sono la dotazione di servizi, la pulizia e l'accessibilità della spiaggia e i prezzi praticati nella destinazione, oltre ovviamente alla possibilità di abbinare alla vacanza delle pratiche sportive. Ad una serie di altri aspetti, che solitamente sono stati ritenuti importanti dai diversi target considerati, come ad esempio il contesto ambientale e paesaggistico, la tranquillità del luogo, l'offerta ricettiva, la balneabilità delle acque, gli sportivi assegnano relativamente minore importanza rispetto ai non sportivi.

Open air

In Valsugana la tipologia ricettiva preferita dagli sportivi è il campeggio (45% dei casi contro solo il 31% tra i non sportivi). A questa quota di campeggiatori andrebbe aggiunta un'ulteriore percentuale dell'8% di sportivi che dichiarano di praticare il campeggio libero. Decisamente meno preferito è invece l'albergo, contrariamente a quanto riscontrato tra i non sportivi (26% contro 39%). In misura decisamente minore, nonostante i nuclei famigliari risultino prevalenti, è anche la scelta dell'appartamento turistico: solo 7% dei casi contro il 17% dei non sportivi. La prevalente scelta del campeggio spiega perché l'accesso alla spiaggia in sei casi su dieci avvenga a piedi (prevalentemente) o in bici.

Nonostante la preferenza accordata a tipologie ricettive fronte lago, soprattutto i campeggi, il tempo passato in spiaggia dagli sportivi è decisamente minore del tempo trascorso dai non sportivi. Ad esempio meno di un quarto di sportivi passano in media tutta la loro giornata in spiaggia contro il 61% dei non sportivi.

C'è anche molto relax

Gli sportivi si dedicano anch'essi in prevalenza ad una vacanza di riposo e relax, fatta di qualche nuotata e di passeggiate non impegnative a piedi e in bici, ma nel contempo tutti praticano anche un qualche sport d'acqua, oltre ad altre attività sportive. Nel contempo mostrano minore interesse per gli stimoli di tipo culturale o per visite ad altre località del lago. Meno di due terzi degli sportivi contro quasi tre turisti non sportivi su quattro si muovono alla scoperta delle città d'arte o di altre località dotate di attrattive culturali. Poco più di quattro turisti sportivi su dieci in queste loro visite preferiscono Trento; meno di un quinto si reca fino a Venezia, pochissimi si spingono fino a Rovereto e meno

del 5% a Bassano del Grappa. La loro attenzione prevalente, oltre a Trento, è dedicata ai diversi paesi sulle rive dei due laghi. Questo interesse, seppure circoscritto e non caratterizzato in termini prettamente culturali, li qualifica come doppiamente più “curiosi” dei non sportivi (il 22% dei primi, adottando una particolare classificazione di cui si da conto in altra parte del presente Report, è definibile un turista *molto* curioso contro un 10% dei non sportivi).

All'enogastronomia e ai prodotti locali gli sportivi assegnano una moderata importanza anche se esiste una quota pari a poco più di un terzo (analoga percentuale che tra i non sportivi) che li considera poco o per nulla rilevanti nel loro processo di scelta della vacanza. In ogni caso sia tra gli uni che tra gli altri, il 71% ha acquistato durante la vacanza dei prodotti locali o tipici.

E' da rilevare come la soddisfazione per l'enogastronomia totalizzi un punteggio medio tra i più elevati, inferiore solamente a quello espresso per il contesto ambientale e paesaggistico e pari a quello per la dotazione, pulizia e accessibilità della spiaggia. Gli sportivi si dichiarano non molto soddisfatti invece, tenuto conto delle aspettative, sulle dotazioni sportive dell'ambito.

L'insoddisfazione maggiore, che li vede accomunati in questo triste primato ai turisti non sportivi, si evidenzia sull'offerta di svago e divertimenti. Quasi un terzo degli intervistati si dichiara poco o per nulla soddisfatto. Sul rapporto qualità prezzo la soddisfazione è moderatamente positiva, come pure sull'offerta ricettiva, anche se in questo caso i non sportivi esprimono un livello di soddisfazione leggermente superiore. Gli sportivi sembrano avvertire un maggiore disagio anche per l'eccessiva presenza di persone in spiaggia, come pure, rispetto ai non sportivi avvertono un maggior flusso di traffico nella località. Paradossalmente non si può affermare la stessa cosa circa la sensazione avvertita di un eccesso di turisti nella destinazione. In questo caso un terzo degli sportivi ritiene queste presenze basse o contenute e solo il 14% eccessive o elevate, percentuali rispettivamente superiore e inferiore a quanto riscontrato tra i non sportivi.

La risposta in grado di sintetizzare lo stato di soddisfazione complessivo riguarda l'eventuale consiglio fatto a parenti e amici di frequentare questo luogo di vacanza. E' vero che solamente l'1% degli sportivi (con un uguale percentuale anche tra i non sportivi) non consiglierebbe affatto i laghi di Levico e Caldonazzo, e circa due terzi lo farebbe senz'altro. Ma questa percentuale risulta inferiore a quanto riscontrato tra i non sportivi dove otto su dieci consiglierebbero senz'altro questa vacanza.

La spesa media giornaliera del turista sportivo, come registrato anche sul Garda, è inferiore a quella dichiarata dal turista non sportivo, con uno scarto di una decina di euro (53 euro contro 63 euro). La differenza è giustificata solo in parte da una spesa più contenuta dettata dalla diversa tipologia ricettiva scelta

Insoddisfazioni per le dotazioni sportive

Una vacanza consigliabile

Si spende meno

(in particolare campeggio, compreso quello libero *versus* albergo). Su vitto e alloggio la differenza è inferiore ai quattro euro, a testimonianza che anche per altre voci di spesa lo sportivo spende meno.

Nel confronto con i turisti del Garda, sia sportivi che non, la spesa media sui laghi della Valsugana risulta notevolmente più ridotta.

Nel confronto tra sportivi e non, circa un comportamento di corretta gestione ambientale e di sostenibilità tenuto in vacanza, non si ravvisano differenze tra gli uni e gli altri. Come pure non si ravvisano differenze circa le opinioni espresse riguardo l'assunzione di misure di salvaguardia ambientale dei due laghi, come ad esempio limitazioni all'accesso, limitazioni al traffico veicolare nei pressi dei due laghi o addirittura l'introduzione di un ticket per l'accesso alle spiagge. Questo nonostante che in termini di comportamenti "sostenibili" nella quotidianità, gli sportivi risultino più attenti rispetto ai non sportivi: sia per quanto riguarda un maggiore impiego di lampade a basso consumo che per l'acquisto di elettrodomestici più efficienti, o l'installazione di riduttori di flusso ai rubinetti o pannelli solari o fotovoltaici. Come pure conoscono relativamente di più il marchio Ecolabel, acquistano con maggiore frequenza prodotti biologici o locali, pongono maggiore attenzione all'acquisto di merci con imballaggi ridotti, monitorano regolarmente i loro consumi idrici ed energetici.

3.3.8 Un'analisi dei turisti sul Garda per età

Gli intervistati sono stati suddivisi in quattro classi di età: giovani fino ai 35 anni; adulti dai 36 ai 55; terza età da 56 a 65; quarta età o senior oltre i 65 anni.

L'analisi delle diverse variabili per queste classi di età evidenzia alcune differenze significative.

Al crescere dell'età cresce la durata della vacanza. Se i giovani si fermano mediamente nove notti, i senior si fermano più di 13 giorni.

Cresce di conseguenza la permanenza nella località, che, come dall'analisi condotta sopra, evidenzia la corrispondenza con la durata della vacanza detratto per gli stranieri, che rappresentano la maggioranza degli intervistati, il tempo viaggio di andata e ritorno. Quindi i giovani si fermano sul Garda circa otto notti contro le più di 12 degli over 65enni.

Questa maggiore durata della vacanza al crescere dell'età è la ragione principale per cui i senior, in maggior misura, dichiarano di trascorrere sul Garda la loro vacanza principale. Anche in questo caso la quota di coloro che fanno la loro vacanza principale sul lago è tendenzialmente crescente all'aumentare dell'età, e passa dal 62% dei giovani (60% per gli adulti) al 68% dei senior.

Per coloro che oltre la vacanza al lago fanno un'altra vacanza considerata principale, si è visto che il mare rappresenta di gran lunga la destinazione più

I giovani si fermano meno

importante. Ma la scelta del mare è decisamente decrescente al crescere dell'età. Per le quattro classi d'età si passa dal 78% dei giovani, al 64%, 57% e 48% rispettivamente per adulti, terza età e senior. Di contro la montagna, come vacanza principale, sembra decisamente preferita da adulti e anziani. Tra i giovani infatti solo il 14% di coloro che sul Garda non fanno la loro vacanza principale scelgono la montagna, contro il 24% dei senior.

Nonostante che tra i senior si riscontri la percentuale più elevata di intervistati che trascorrono sul lago di Garda la loro vacanza principale, sono gli adulti che evidenziano una maggiore frequentazione negli ultimi tre anni di una località lacuale come soggiorno di vacanza (64% degli intervistati contro il 54% dei giovani e il 61% dei senior). Come era lecito aspettarsi, fra tutte le località lacuali indicate il Garda è quello che raccoglie le preferenze maggiori, con quasi sette casi su dieci, che arrivano a otto casi su dieci per la fascia della terza età. Se si considera il totale degli intervistati per fascia d'età queste due informazioni, cioè la quota di chi ha fatto nell'ultimo triennio una vacanza al lago e la quota di chi ha scelto il Garda, ci forniscono una preziosa indicazione sul grado di fedeltà che si riscontra in questa destinazione. Le quattro fasce d'età considerate esprimono una fedeltà al lago di Garda pari rispettivamente al 36% per i giovani, che si caratterizzano quindi per un grado di fedeltà relativamente basso; al 44% circa per adulti e senior e al 51% per i turisti della terza età (56 - 65 anni). Tenuto conto che si tratta in larga maggioranza di stranieri si tratta di un indice di fedeltà elevato. Al tempo stesso risulta evidente come il Garda, proprio per la presenza cospicua e maggioritaria di stranieri, sia costretto a intercettare di anno in anno sempre nuovi turisti disposti a soggiornare in questa destinazione, non potendosi permettere, come molte località montane che esprimono tassi di fedeltà pari o superiori al 70%, di privilegiare esclusivamente la propria quota di *repeater*.

La frequentazione del Trentino nell'ultimo triennio si identifica in larga misura con il lago di Garda. I *newcomer* in Trentino, cioè coloro che lo frequentano per la prima volta, o che in ogni caso non lo avevano mai frequentato negli anni recenti, risultano più elevati tra i più giovani, con il 43% dei casi, mentre nelle altre tre classi risultano di qualche punto percentuale inferiore (con un valore minimo pari al 38% espresso da adulti e turisti della terza età).

Tutte queste informazioni evidenziano come la fedeltà al Garda (e al Trentino) sia associata positivamente all'età fino ad una certa soglia, per poi decrescere nel gruppo di turisti più anziani, maggiormente interessati ad un turismo organizzato, una variabile che sembrerebbe in grado di spiegare meglio dell'età il maggiore o minor grado di fedeltà alla località. Vale a dire che il turista organizzato che acquista un pacchetto e si muove in forma collettiva ha decisamente meno probabilità di caratterizzarsi come turista fedele ad una

La fedeltà cresce con l'età

destinazione rispetto ad un turista indipendente che si organizza da solo la propria vacanza.

Sugli aspetti ritenuti di maggiore importanza per la vacanza, le risposte degli intervistati mostrano le seguenti evidenze.

Il contesto ambientale e paesaggistico risulta per tutti fondamentale e ancor di più per il gruppo della terza età e dei senior che assegnano a questo aspetto un punteggio medio pari a 2,7 in un range compreso tra zero e tre.

Con il passare degli anni si ama la tranquillità...

La tranquillità della località cresce decisamente con l'età, da un punteggio medio pari a 1,8 per i giovani fino a 2,4 e 2,5 per le due classi più anziane.

Anche l'importanza assegnata alla dotazione di servizi in spiaggia cresce con l'età e anche questo aspetto si caratterizza come uno degli aspetti ritenuti centrali nella vacanza.

I parcheggi di pertinenza rappresentano invece un aspetto ritenuto scarsamente importante da tutti, ma in misura maggiore dai senior, che meno di altri risultano automuniti.

Un efficiente sistema di trasporti pubblici nella destinazione sembra apprezzato da tutti senza distinzione d'età (salvo gli adulti che gli assegnano una relativa minore importanza), anche se poi l'utilizzo che concretamente se ne fa risulta molto limitato, come testimoniato dalle risposte sulla soddisfazione riferite a questo *item*.

La qualità e balneabilità dell'acqua è importante per tutti ma, com'era lecito aspettarsi, un po' meno per i turisti più anziani.

Invece l'offerta ricettiva, anch'essa importante per tutti, evidenzia un'importanza crescente al crescere dell'età.

Nessuna differenza invece sembra riscontrarsi sulla presenza di servizi aggiuntivi in grado di arricchire la vacanza; è un aspetto che tutti ritengono moderatamente importante.

Sulle attività sportive, e anche questo non è un risultato inatteso, l'importanza assegnata è decisamente decrescente al crescere dell'età: si passa da un punteggio medio pari a 2,1 per i giovani a 2,0 per gli adulti, a 1,2 per la terza età e fino a un modesto 0,7 per i senior.

Questi ultimi invece, più dei giovani, si mostrano interessati a un'offerta di tipo culturale (punteggio medio pari ad 1,8, che decresce al diminuire dell'età fino ad un minimo di 1,5 per la classe giovanile).

...e la cultura, l'enogastronomia

Anche sull'enogastronomia i senior si mostrano più sensibili. Esprimono un punteggio medio pari a 1,9 contro poco più di 1,6 per giovani ed adulti.

Nessuna delle classi d'età considerate considera fondamentali o particolarmente importanti trattamenti di cura e benessere e i punteggi medi raccolti si attestano invariabilmente per tutti sotto il valore 1.

Sullo svago e l'animazione i giovani si mostrano più esigenti degli over 65,

anche se, pure nel caso dei giovani il punteggio medio non risulta elevatissimo e si attesta ad 1,6.

Il prezzo è importante per tutti!

Più importante invece è ritenuto il prezzo, un aspetto cui tutti assegnano attenzione, al pari di altri aspetti come l'ambiente, la dotazione in spiaggia o la balneabilità delle acque, con punteggi medi sempre superiori a 2.

Una discreta importanza, anche qui senza evidenti distinzioni d'età (peraltro i giovani su questo aspetto totalizzano il punteggio minore) è assegnata alle politiche sostenibili adottate dal gestore.

La conoscenza del luogo di vacanza e le informazioni sono state acquisite con modalità diverse a seconda dell'età. Internet appare fortemente associato all'età più giovane. Il 42% degli under 35enni ha utilizzato questo canale, contro meno dell'8% tra i senior.

Viceversa i giovani, rispetto alle altre tre classi, si affidano meno alla conoscenza pregressa della località dovuta ad una precedente frequentazione. Solo il 22% dichiara di aver utilizzato questo canale per le proprie informazioni, contro ad esempio una percentuale più che doppia (46%) per la terza età.

Informazioni desunte presso agenzie di viaggi e tour operator risultano anch'esse fortemente associate positivamente al crescere dell'età. Si passa dal 2,3% dei giovani al 12% degli adulti, al 16% della terza età e fino al 35% degli over 65enni, che come evidenziato anche da altre variabili analizzate, sono il gruppo maggiormente investito dal turismo intermedio.

Internet e passaparola per i giovani

Accanto ad internet i giovani, più degli altri turisti intervistati, si affidano anche al passaparola di amici e parenti (28% dei casi, contro la metà dei senior).

Il canale utilizzato per acquisire informazioni sulla propria vacanza, in particolare agenzie di viaggi e tour operator, risulta fortemente associato al mezzo di trasporto utilizzato per trasferirsi dal luogo di residenza alla località di vacanza. Se i giovani in sette casi su dieci utilizzano la propria autovettura (o la moto), questa percentuale si dimezza per i senior, che nel 30% dei casi utilizzano un mezzo collettivo, frutto della loro scelta di affidarsi al turismo intermedio, e nel 25% dei casi anche l'aereo.

Tra i tanti possibili mezzi di trasporto, da segnalare anche la bicicletta, una scelta fatta quasi esclusivamente dai più giovani, che la indicano nell'8% dei casi.

La maggioranza è in coppia

Con chi si trascorre la vacanza? La coppia è espressa in modo massiccio soprattutto dai senior, più di sette casi su dieci, mentre tra gli adulti prevale la famiglia con i figli (quasi cinque casi su dieci, una quota più che doppia di quanto registrato in tutte le altre classi). Se il gruppo organizzato cresce con l'età (da un 4% dei giovani fino a un 16% tra i senior), le vacanze con gli amici calano invece decisamente al crescere dell'età e si passa dal 31% dei casi per gli under 35enni al 9% dei casi per i più anziani.

L'aver acquistato un pacchetto organizzato rispecchia le modalità emerse per quanto riguarda il viaggiare in gruppo. Questa modalità cresce con l'età passando dal 14% dei giovani al 46% dei senior, con una crescita costante nelle due classi intermedie. Da notare che l'acquisto di un pacchetto vacanza non lascia immuni nemmeno i più giovani, segno evidente che una quota importante di turisti sul Garda, soprattutto tra gli stranieri che devono percorrere una distanza maggiore, privilegia questa modalità. Non tutti coloro che acquistano un pacchetto vacanza lo fanno però in forma organizzata. Per molti si tratta di un pacchetto vacanza individuale. Che si tratti di un pacchetto organizzato individualmente o in forma collettiva, queste percentuali evidenziano come il Garda, fra le tante destinazioni del Trentino, si caratterizzi per la percentuale maggiore di turismo intermediato.

*Giovani e adulti,
camping e albergo...*

Per quanto riguarda la tipologia ricettiva scelta, l'albergo cresce con l'età e quasi raddoppia (dal 41% al 79%) se si considerano le due classi di età estreme dei giovani e dei senior. Appare invece decrescente con l'età la scelta del campeggio, che interessa più di un quarto di giovani e soltanto il 12% dei senior. L'appartamento turistico appare invece associato alla famiglia con figli, e quindi alla classe d'età degli adulti, che lo privilegiano nel 14% dei casi, contro ad esempio solo il 3% dei senior.

Tutti sembrano interessati alla visita di altre località durante la loro vacanza, anche se come si è visto, il tempo trascorso in spiaggia ogni giorno è mediamente elevato.

L'interesse per altre località è massimo tra gli adulti (76% dei casi), ma come si è detto è solamente di qualche punto percentuale inferiore anche tra i giovani e i senior.

*Maturando... si amano di
più le città*

Semmai al variare dell'età varia l'interesse per quale località visitare. Ad esempio, le città sembrano scarsamente interessare ai giovani. Per Trento l'interesse alla visita cresce quindi dal 15% della classe più giovane al 38% dei senior. Per Rovereto si passa dal 14% di interesse per la visita espresso dai giovani al 29% dei più anziani. Per Verona si passa dal 19 al 47%. Per Venezia dal 19 al 40%, ecc..

In definitiva i giovani quando affermano di voler visitare altre località si riferiscono per la maggior parte ad altre località del lago, che raccolgono tra tutti gli intervistati oltre il 90% delle preferenze.

Scarso invece l'interesse espresso da tutti, anche dagli adulti con figli, per una visita a Gardaland (qui le percentuali restano sempre stabili attorno al 3%).

Crescente invece con l'età è l'interesse per salire sul Monte Baldo con la funivia panoramica da Malcesine, che peraltro attrae anche il 28% dei giovani e non solo il 40% dei senior.

Adulti e senior, rispetto ai giovani, si mostrano anche più interessati all'acquisto

e alla degustazione di prodotti locali e tipici, anche se gli stessi giovani esprimono questo interesse in sette casi su dieci.

La soddisfazione per la vacanza comporta valutazioni diverse a seconda dei singoli aspetti considerati. Le valutazioni sembrano essere influenzate anche dall'età.

I giovani sono soddisfatti dell'ambiente...

I giovani si mostrano particolarmente soddisfatti per il contesto ambientale e paesaggistico (punteggio medio 1,8 in un range compreso tra -2, per nulla soddisfatto, e +2, molto soddisfatto), nonostante avessero assegnato a questo aspetto un'importanza relativamente minore e avessero quindi nutrito minori aspettative.

Sulla tranquillità della località e sul contesto ambientale e paesaggistico i punteggi medi più elevati sono espressi dai turisti più anziani della terza e quarta età, che erano anche coloro che assegnavano maggiore importanza a questi aspetti.

...ma non della spiaggia

Sulla pulizia e accessibilità alla spiaggia i meno soddisfatti risultano i giovani, e qui la soddisfazione risulta decisamente crescente al crescere dell'età.

Per i parcheggi di pertinenza al lago la quota largamente maggioritaria tra tutte le classi d'età considerate non esprime alcun giudizio perché materialmente non ha avuto bisogno di utilizzare questo servizio.

Così come pochi sono coloro che hanno avuto modo di dare una valutazione ai trasporti pubblici. Tra i pochi che ne hanno fatto uso, i senior risultano particolarmente soddisfatti ed esprimono un punteggio medio pari a 1,7.

Sulla pulizia e balneabilità delle acque i giovani, che utilizzano lo specchio d'acqua del lago in misura più intensa, risultano più soddisfatti degli anziani.

Sull'offerta ricettiva la soddisfazione media si aggira su un punteggio pari a 1,3 e non presenta significative differenze fra le classi di età considerate.

Sui servizi aggiuntivi, dove anche qui come per l'offerta ricettiva la valutazione è moderatamente positiva, i senior risultano leggermente più soddisfatti dei giovani, pur attestandosi entrambi attorno ad un valore pari ad 1,3. Sulle attività sportive, dove l'importanza era decisamente decrescente al crescere dell'età, anche la soddisfazione appare decrescente, indice che probabilmente le aspettative non sono state deluse. I giovani, maggiormente interessati a questo aspetto, si mostrano anche più soddisfatti degli altri (punteggio medio per loro pari a 1,5).

Cultura ed enogastronomia crescono con l'età

Sull'offerta culturale come si è visto l'interesse era contenuto, seppure crescente al crescere dell'età. La soddisfazione espressa evidenzia per tutti un punteggio medio pari a circa 1,0.

L'offerta enogastronomica raccoglie anch'essa una moderata soddisfazione con punteggi mediamente più elevati tra i senior (1,5).

Per i trattamenti benessere e/o termali prevale largamente una sospensione di

Lo svago non sempre è sufficiente

giudizio, così come si è visto anche per i parcheggi pertinenziali, perché pochissimi hanno sperimentato questo tipo di offerta. Lo svago e l'animazione, cui invece si assegnava maggiore importanza, raccolgono scarsa soddisfazione in tutti e il punteggio medio si aggira tra 0,9 e 1,0.

Soddisfazione ancora minore si registra sui prezzi praticati, aspetto peraltro cui tutti assegnavano un'elevata importanza. I più critici si mostrano soprattutto gli anziani: 0,62 il punteggio medio per i turisti della terza età e 0,63 per i senior.

Moderata soddisfazione è espressa infine invece da tutti sulle politiche di sostenibilità ambientale adottate, con un punteggio medio che si attesta sull'1,0. Altre tre domande erano finalizzate a conoscere la valutazione dei turisti rispetto al sovraffollamento in spiaggia, al traffico nella località e al numero di turisti presenti. Su queste tre variabili i giovani e anche gli adulti esprimono invariabilmente una valutazione di *eccessivo* o *elevato*, largamente superiore a quanto riscontrato tra i turisti più anziani.

Sembra allora probabile che più che con l'età questa valutazione sia associata al diverso periodo di vacanza. E' più probabile che laddove si concentra maggiormente l'incidenza del turismo intermediato (mesi d'ala) la situazione nella destinazione sia più vivibile e risenta meno di problemi legati al sovraffollamento.

Se così non fosse risulterebbe difficilmente comprensibile una così diversa percezione soggettiva a fronte dello stesso numero di persone presenti in spiaggia o di turisti presenti nella località, dato che lo scarto tra i giovani che dichiarano il numero di persone in spiaggia *eccessivo* o *elevato* è tre volte superiore a quanto riscontrato tra i senior, così come un sovraffollamento di turisti è ravvisato dai giovani in misura doppia rispetto a quanto ravvisato dai senior.

Un lago consigliabile

Nonostante queste diverse valutazioni sia i giovani che le altre classi di età in larghissima maggioranza consiglierebbero senz'altro il lago di Garda come luogo di vacanza ad amici e parenti. Una piccola differenza esiste tra giovani e turisti più anziani (i primi consiglierebbero senz'altro nel 77% dei casi, i secondi in ben oltre otto casi su dieci), ma nessuno, nemmeno tra i giovani, risponde che non consiglierebbe affatto questa destinazione. Sicché, se qualche riserva o qualche leggera insoddisfazione si sono create, non pare siano tali da indurre un processo di non ritorno nella destinazione e di passaparola negativo.

L'atteggiamento di sostenibilità in vacanza sembrerebbe aumentare con l'età, anche se i turisti classificati come molto sostenibili, risultano sempre una quota esigua (poco meno del 6% i giovani, poco più del 9% i senior), mentre molto più elevata è la quota di coloro che sono stati classificati come poco o per nulla sostenibili (dal 59% tra gli under 35 e gli adulti, al 43% della terza età, fino al 33% dei senior).

Di contro, l'essere più o meno sportivi in vacanza è associato decisamente all'età più giovane. Gli under 35 risultano in due terzi dei casi degli sportivi, contro solo un quinto tra i senior.

3.3.9 Un'analisi dei turisti sui laghi di Levico e Caldonazzo per età

I turisti presenti sui laghi di Levico e Caldonazzo sono stati aggregati in quattro fasce di età (giovani fino a 35 anni; adulti 36-55 anni; terza età 56-65 anni; senior o quarta età over 65 anni). Il gruppo più consistente è rappresentato dalla popolazione adulta e pesa per poco più della metà degli intervistati. Il gruppo meno numeroso è rappresentato dai senior, che pesano per meno del 10% del totale intervistati.

Con l'età cresce anche la permanenza

La durata complessiva della vacanza, misurata in numero di pernottamenti, così come sul Garda, cresce al crescere dell'età. Ma a differenza del Garda, qui la differenza tra i giovani (12 pernottamenti di media) e i senior (poco più di 22 notti) è quasi doppia. Analogamente è quasi doppia anche la permanenza nella località, che come sul Garda corrisponde all'intera durata della vacanza sottratti i giorni di viaggio. Così i giovani si fermano nella località per poco meno di 11 notti e i senior per 20 notti.

Anche la durata della vacanza degli adulti, che come detto rappresentano il gruppo più numeroso, è all'incirca pari a quella dei giovani (12 notti la durata della vacanza, poco più di dieci la permanenza nella località).

I due valori riferiti alla durata della vacanza e del soggiorno evidenziano come siano praticamente assenti i turisti itineranti, ovvero coloro che si fermano qualche giorno in Valsugana e poi cambiano località di soggiorno. L'intera vacanza si svolge sui laghi di Levico e Caldonazzo. Non solo. Per la maggior parte degli intervistati, e in misura superiore a quanto verificato sul Garda, quella sui laghi della Valsugana è la vacanza principale dell'estate.

Sono gli adulti che esprimono la quota maggiore di coloro che in riva ai due laghi trascorrono la vacanza principale (77% dei casi), contro solo sei casi su dieci per quanto riguarda i senior e poco di più per giovani e turisti della terza età.

Fra coloro che individuano un'altra meta per la loro vacanza principale, il mare risulta nettamente preferito, soprattutto da adulti e turisti della terza età; relativamente meno (ma si tratta pur sempre di due intervistati su tre) per giovani e senior.

Con l'età si ama di più anche la montagna

La montagna come vacanza principale per coloro che non la trascorrono sui due laghi di Levico e Caldonazzo è preferita in misura crescente al crescere dell'età: si passa del 17% tra i giovani, al 21%, 28%, 36% rispettivamente per adulti, terza e quarta età.

Nell'ultimo triennio la grande maggioranza degli intervistati afferma di aver fatto una vacanza presso un lago e questa propensione cresce decisamente in modo lineare all'aumentare dell'età. Si passa da due giovani su tre a poco più di sette su dieci fra gli adulti e i turisti della terza età, fino all'86% tra i senior.

Richiesti di indicare su quale lago hanno fatto questa loro vacanza, al primo posto stanno i laghi di Levico e Caldonazzo. Anche in questo caso con una progressione lineare dal 68% per i giovani all'87% per i senior.

I giovani più dei senior scelgono anche una meta estera (25% dei casi) e lo fanno in misura maggiore rispetto al Garda, che peraltro è indicato non solamente dai giovani (18% dei casi), ma anche dagli adulti (24%), mentre i senior lo indicano solo nel 4% dei casi.

Il Garda quindi attrae (soprattutto giovani e adulti), ma come evidenziato sopra in un altro paragrafo di questo capitolo, non sembra in grado di creare dei legami stabili in coloro che indicano una vacanza presso i laghi di Levico e Caldonazzo.

Così come per il Garda, le due informazioni riferite alla quota di coloro che hanno già frequentato un lago per le loro vacanze e nel contempo indicano i due laghi di Levico e Caldonazzo, ci permettono di costruire un indice di fedeltà per questi due stessi laghi. Se al crescere dell'età crescono i due indicatori considerati singolarmente, anche l'indice di fedeltà è destinato a crescere enormemente in maniera lineare: si passa dal 45% di fedeltà riscontrato tra i giovani e poco di più dagli adulti, al 58% tra i turisti della terza età, fino addirittura al 75% tra i senior. La fedeltà riscontrata in quest'ultimo segmento appare impressionante.

Grande fedeltà

Rispetto al confronto con l'analogo indicatore riscontrato presso i turisti del Garda, la fedeltà riscontrata per i laghi di Levico e Caldonazzo è largamente superiore per tutte le classi di età considerate. Fedeltà ai due laghi e alla Valsugana implica in primo luogo una percentuale molto contenuta di primini o *newcomer* per il Trentino.

Tra gli intervistati, coloro che dichiarano di essere in Trentino per la prima volta all'atto dell'intervista, la percentuale ammonta a circa un terzo per giovani e adulti e scende al 18% per i senior.

Ambiente e relax...

I fattori ritenuti più importanti sono soprattutto il contesto ambientale e paesaggistico, cui tutti indistintamente assegnano un punteggio medio pari a 2,6, in un range compreso tra 0, per nulla importante, e 3, molto importante.

La tranquillità della località è anch'essa ritenuta un aspetto abbastanza importante, ma più per i senior (punteggio medio di poco superiore a 2,5) che per i giovani, che si attestano su un punteggio medio pari a 2,3.

...ma anche una spiaggia pulita!

I giovani in compenso assegnano maggiore importanza alle dotazioni della spiaggia, alla sua pulizia e accessibilità (punteggio medio pari a 2,5), anche se gli altri segmenti si discostano di poco da questo punteggio, evidenziando come questo aspetto sia per tutti ritenuto tra i più importanti e qualificanti della vacanza, molto più importante rispetto ad altri fattori, come parcheggi di pertinenza o trasporti pubblici. Importante tanto quanto la qualità e balneabilità delle acque, che anche in questo caso sono apprezzate da tutti, con un lieve scarto positivo per quanto riguarda i giovani.

Altrettanto importante è ritenuta l'offerta ricettiva, che però totalizza un punteggio (2,2 indistintamente per le quattro classi di età), leggermente inferiore ai quattro fattori richiamati sopra: contesto ambientale, tranquillità, dotazione della spiaggia, qualità delle acque.

Relativamente importanti sono considerati anche i servizi aggiuntivi, e anche in questo caso senza particolari differenze in ordine all'età.

Giovani e sport

Differenze notevoli si riscontrano invece sull'importanza assegnata all'opportunità di praticare delle attività sportive, aspetto che risulta associato negativamente al crescere dell'età. Si passa infatti da un punteggio medio pari a 1,9 per i giovani a poco meno di 1,0 per i senior.

Maturità e cultura

Viceversa l'interesse per l'offerta culturale risulta direttamente correlato con l'età, anche se per la verità non pare rappresentare un aspetto discriminante nemmeno per i più anziani, dato che anche fra i turisti della terza e quarta età esso raccoglie un punteggio medio pari rispettivamente a 1,8 e 1,6.

Sull'enogastronomia i giovani sembrerebbero assegnare un'importanza doppia (punteggio medio 1,8), rispetto a quanto riscontrato dai senior (punteggio medio 0,9), anche se, come si dirà, il grado di soddisfazione si attesta su un livello positivo in ugual misura per tutti, ma non entusiasmante.

Svago e animazione sono ritenuti più importanti dai giovani piuttosto che dagli anziani (punteggio medio 1,9 contro 1,3).

I prezzi praticati totalizzano punteggi di importanza medi, che li collocano tra gli aspetti ritenuti più importanti della vacanza, senza apprezzabili differenze riconducibili all'età, pur se i giovani esprimono un punteggio medio leggermente superiore a quello dei senior (2,4 contro 2,3).

Le politiche di sostenibilità ambientale praticate dal gestore sembrerebbero avere per tutti una relativa importanza (punteggio medio pari a 2,0), più di altri aspetti, come ad esempio trattamenti benessere, ma anche le stesse opportunità di praticare attività sportive, culturali o di godere di opportunità enogastronomiche.

Internet tra i giovani

Le informazioni sono state acquisite, così come sul Garda, dai più giovani soprattutto da internet e in seconda battuta dagli amici.

L'utilizzo di internet pare però più contenuto rispetto a quanto riscontrato sul

Garda per tutte le fasce di età (i giovani lo indicano come canale di informazione nel 26% dei casi, i senior soltanto nel 4%).

Conoscenza pregressa per i senior

La conoscenza pregressa come acquisizione di informazione sulla località è invece associata positivamente con il crescere dell'età, data la maggior fedeltà alla destinazione dei senior. Questi organizzano le proprie vacanze in base alle informazioni già possedute nel 43% dei casi, contro solo il 29% dei giovani.

I senior, molto più dei giovani, utilizzano anche agenzie di viaggio e tour operator. Infatti contro un 2% di giovani che ha attinto le sue informazioni sulla vacanza ai laghi di Levico e Caldonazzo da questo canale, i senior arrivano al 18%. Essersi affidati a tour operator e agenzie viaggi risulta associato positivamente con la variabile acquisto di un pacchetto turistico. Solo il 2% dei giovani ha acquistato un pacchetto contro un 14% dei senior. Così come la stessa variabile appare associata positivamente all'utilizzo di un mezzo di trasporto collettivo per spostarsi dal luogo di residenza al luogo della vacanza.

Praticamente inesistente questo mezzo di trasporto tra le altre classi, raggiunge l'8% tra i senior. Tuttavia se si confrontano questi dati riferiti al turismo intermediato con quelli riscontrati sul lago di Garda, si può notare che i due laghi di Levico e Caldonazzo rappresentano una meta del turismo intermediato largamente inferiore rispetto al Garda.

Poca intermediazione

Questa scarsa incidenza del turismo intermediato organizzato è la ragione per cui ad esempio rispetto al Garda è molto più elevato l'utilizzo di auto e moto per raggiungere il luogo della vacanza (circa l'85% dei casi senza apprezzabili differenze tra giovani e senior).

Pressoché assente l'utilizzo dell'aereo e per quanto riguarda l'utilizzo di mezzi pubblici si riscontra una piccola percentuale soprattutto tra i giovani.

Spesso in coppia, ma non mancano famiglie e gruppi

La vacanza si trascorre soprattutto in coppia nel caso dei turisti più anziani (tre quarti dei casi per la terza età; due terzi dei casi per i senior, i quali evidenziano anche una quota più elevata che si muove con gruppi di turisti organizzati), contro circa un terzo riscontrato tra i giovani e gli adulti. La famiglia con i figli è indicata, così come evidenziato per il Garda, dalla classe degli adulti (61% dei casi). Mentre tra i giovani sono relativamente più numerosi i gruppi di amici (36% dei casi).

La struttura ricettiva scelta evidenzia, anche per i laghi di Levico e Caldonazzo, un'associazione positiva dell'albergo al crescere dell'età: solo un terzo di giovani sta in albergo, contro il 42% dei turisti della terza età e il 50% dei senior. Giovani e adulti preferiscono decisamente il campeggio: quattro adulti su dieci indicano questa tipologia ricettiva, contro solo il 25% dei senior. Gli adulti indicano anche in maggior misura, al pari del Garda, l'appartamento turistico (6% dei casi), scelta motivata dalla relativa maggior presenza in questa fascia di età di famiglie con figli.

Con gli anni cresce la voglia di visitare...

L'interesse per visitare altre località durante la vacanza sui laghi appare associata all'età, con un maggiore interesse tra gli anziani, dove più di sette turisti su dieci intendono farlo, piuttosto che tra i giovani, dove solo il 55% esprime tale intenzione.

Si tratta complessivamente di percentuali largamente inferiori a quelle riscontrate sul Garda. Ma come riscontrato sul Garda, emerge che le città sono decisamente preferite dai turisti più anziani. In primo luogo Trento, che più della metà degli anziani ha già visitato o desidera visitare contro solo un terzo dei giovani. A seguire, ma ben distanziate da Trento, sono menzionate Rovereto, Verona, e la stessa Venezia, che pare interessare circa un quarto di anziani e meno del 10% dei giovani turisti, nonché Bassano del Grappa, che interessa una sparuta minoranza di intervistati.

...soprattutto a corto raggio

L'attenzione prevalente quindi è volta alle altre località del lago, a un interesse di corto raggio, che coinvolge tanto i giovani che gli adulti, che i turisti della terza età in misura pari rispettivamente al 42%, 56% e 64% del totale intervistati. Solamente i senior antepongono nella visita la città di Trento alle altre località di lago.

Sull'acquisto di prodotti locali e tipici, già detto della relativa importanza all'enogastronomia, si riscontra meno interesse che sul Garda, anche se poco più dei due terzi degli intervistati di ogni fascia di età dichiarano di essere interessati a questo tipo di acquisto.

Non si spende molto

La spesa media totale giornaliera è largamente inferiore a quella riscontrata sul Garda. Ma, come sul Garda, anche in questo caso cresce al crescere dell'età, passando dai 54 euro ai 60, ai 62, ai 63 rispettivamente per le quattro classi di età, dai giovani ai senior. Anche nel caso dei laghi di Levico e Caldonazzo, come sul Garda, la differenza riscontrata nelle diverse classi di età è solo in parte riconducibile alla diversa incidenza di spesa che comportano soprattutto albergo e campeggio, dato che le spese medie dichiarate per vitto e alloggio non spiegano totalmente le differenze registrate nei totali delle spese medie sostenute giornalmente.

Ambiente, pulizia, tranquillità

La maggiore soddisfazione sui diversi aspetti della vacanza è espressa, nell'ordine: per il contesto ambientale e paesaggistico, per l'accessibilità e pulizia della spiaggia, per la tranquillità della località e per la balneabilità e pulizia delle acque. Su questi aspetti, ritenuti anche tra quelli più importanti, non si ravvisano particolari differenze per classi di età, salvo forse l'apprezzamento per la spiaggia, che trova i senior più critici di tutti gli altri turisti.

Su altri aspetti, ritenuti altrettanto importanti, come l'offerta ricettiva, i servizi aggiuntivi, i prezzi praticati, le politiche di sostenibilità ambientale adottate, la soddisfazione espressa risulta inferiore. E' ancora positiva (anche se più per i giovani che per i senior) sull'offerta ricettiva, ma molto meno sugli altri aspetti.

Non manca qualche insoddisfazione

Ad esempio sui servizi aggiuntivi i giovani assegnano un punteggio di soddisfazione pari a 0,8; sui prezzi praticati la soddisfazione varia tra uno 0,8 dei senior e uno 0,9 delle altre classi di età; sulle politiche ambientali adottate si va da uno 0,7 espresso dai giovani a circa 1,0 espresso dalle altre classi di età. I giovani assegnavano particolare importanza alle opportunità di praticare un'attività sportiva. Ebbene, essi si dichiarano non troppo soddisfatti (punteggio medio 0,9), al pari degli adulti (0,7). I senior si mostravano più interessati alle attività culturali e anch'essi esprimono una soddisfazione su questo aspetto inferiore a 1,0.

Successi in tavola, delusioni per l'animazione

Maggiormente soddisfatti invece si dichiarano tutti, indipendentemente dal diverso grado di importanza assegnato, per le opportunità di carattere enogastronomico (punteggio medio pari a 1,4).

L'aspetto che totalizza il punteggio più basso di soddisfazione è riferito alle opportunità di svago e animazione. In questo caso i giovani assegnano un punteggio pari a 0,2 e gli adulti e i turisti della terza età 0,4. Meno critici i senior, che in ogni caso si attestano su un punteggio medio inferiore a 1,0.

Per quanto riguarda sovraffollamento in spiaggia, traffico elevato ed eccesso di turisti presenti nell'area, non sembrerebbero emergere particolari criticità. Non sono numerosi coloro che qualificano questi aspetti come eccessivi o elevati, e questo senza distinzione per classi di età. Anzi, coloro che ritengono il numero di persone in spiaggia, il traffico e il numero di turisti presenti nella località basso o contenuto, sono superiori alla quota di coloro che lo considerano elevato o eccessivo.

Vacanza consigliabile

Volendo sintetizzare il livello di soddisfazione riscontrato con il riscontro di un passaparola positivo, risulta evidente che i turisti anziani più che i giovani consiglierebbero senz'altro ad amici e parenti una permanenza su questi due laghi. I primi lo farebbero senz'altro in più di otto casi su dieci (anzi tra i senior in nove casi su dieci). Tra i giovani lo farebbe senz'altro soltanto il 64%, anche se nessuno, anche tra i giovani, dichiara che non consiglierebbe affatto questo tipo di vacanza (una terza risposta si riferisce al gruppo di coloro che, senza particolare entusiasmo, "pensano di consigliare questa località").

Il comportamento di sostenibilità in vacanza risulta prevalentemente poco o per nulla sostenibile in percentuali superiori a quelle riscontrate sul Garda (circa due terzi degli intervistati appartenenti alle prime tre classi di età, fatta quindi eccezione per i senior, che risulterebbero più attenti alla tematica della sostenibilità). Solamente il 5% circa, ma tra i senior questo valore sale al 14%, è qualificabile per il suo comportamento in vacanza come un turista molto sostenibile.

Infine, come già evidenziato trattando dell'importanza assegnata alle opportunità di praticare attività sportive, un comportamento sportivo in vacanza

risulta inversamente legato all'età. Il 50% dei giovani risultano degli sportivi, contro il 39% degli adulti e poco più del 20% dei turisti della terza e quarta età. Si tratta di percentuali largamente inferiori a quanto riscontrato sul Garda.

3.3.10 I turisti con famiglia e figli sul lago di Garda

La famiglia: minoritaria sul Garda

I nuclei familiari presenti tra gli intervistati del lago di Garda, rappresentano una quota minoritaria, pari a meno di un terzo del totale intervistati.

Le famiglie, stando alle dichiarazioni raccolte, presentano una durata della vacanza leggermente superiore alla media, 11,3 notti di cui 9,7 trascorse sul Garda. Poco meno dei due terzi soggiorna in riva al Garda tra le sette e le 14 notti.

In misura leggermente superiore agli altri turisti, considerano quella sul Garda la loro vacanza principale (poco più di sei casi su dieci).

Le famiglie che invece faranno un'altra vacanza, considerata più importante di quella trascorsa sul lago, in sette casi su dieci, dieci punti percentuali in più degli altri turisti indicano il mare. Di contro, in misura nettamente inferiore, indicano la montagna o le città d'arte.

Più degli altri turisti nell'ultimo triennio i nuclei familiari hanno trascorso delle vacanze al lago (qui i punti percentuali di differenza sono più di dieci, 69% dei casi contro il 58%).

La scelta del lago dove si sono trascorse queste vacanze si identifica in sette casi su dieci con il Garda (percentuale di poco superiore a quella indicata dagli altri turisti). Quasi nessuna famiglia, tra quelle che nell'ultimo triennio hanno fatto una vacanza al lago, indica Levico o Caldonazzo: solo il 2%, una percentuale relativamente meno elevata degli altri turisti, che pure non brillano per aver scelto questi due laghi della Valsugana.

Una quota significativa di famiglie indica anche dei laghi all'estero.

Sembrerebbe quindi che questi nuclei familiari privilegino come modalità principale della loro vacanza una permanenza al lago, e anche quando la loro vacanza principale è al mare (più raramente come si è visto in montagna) non rinuncino a una breve permanenza nell'arco dell'anno presso una località di lago (sul Garda soprattutto).

La maggiore frequentazione del Garda fa sì che tra i nuclei familiari intervistati si riscontrino anche meno primini in Trentino. Solo il 34% delle famiglie intervistate dichiara di essere in Trentino per la prima volta, contro il 42% degli altri turisti.

Le famiglie in vacanza assegnano particolare importanza a quei fattori che sono stati ripetutamente richiamati anche trattando le altre tipologie di turisti.

Ambiente, balneabilità...

Nell'ordine: contesto ambientale e paesaggistico, balneabilità e qualità delle acque, pulizia e accessibilità della spiaggia, prezzi praticati, tranquillità della

*Soddisfazione buona,
ma minore degli altri
turisti*

località, ricettività, possibilità di praticare attività sportive e le politiche ambientali adottate dai gestori delle strutture ricettive.

Su tutti questi aspetti sistematicamente e invariabilmente le famiglie totalizzano punteggi sempre superiori, seppure di pochi decimali di punto, a quelli degli altri turisti.

In sintesi per le famiglie appaiono fondamentali tre aspetti: contesto ambientale, balneabilità delle acque e dotazione della spiaggia, oltre alla sua accessibilità. Altri cinque fattori risultano importanti, anche se ad un livello leggermente inferiore: tranquillità della località, prezzi praticati, opportunità di attività sportive, politiche ambientali adottate e ricettività.

Su quasi tutti questi aspetti ritenuti importanti si registra anche un'ampia soddisfazione. Tuttavia va rilevato come il grado di soddisfazione espresso dalle famiglie risulti sistematicamente inferiore di qualche punto decimale rispetto a quello espresso dagli altri turisti, sia per quanto riguarda il contesto ambientale e paesaggistico, che la dotazione e l'accessibilità alla spiaggia, la qualità e balneabilità dell'acqua e le opportunità di praticare attività sportive (in proposito va rilevato che i turisti con famiglia intervistati si mostrano più sportivi rispetto agli altri turisti, 55% dei casi contro poco meno della metà). Anche nel caso dei prezzi praticati si riscontra per le famiglie una relativa minore soddisfazione rispetto agli altri turisti (punteggio medio pari a 0,71 per le famiglie contro 0,77 degli altri turisti, in un range di punteggio che varia da -2, per nulla soddisfatto, a +2, molto soddisfatto). Decisamente meglio dei prezzi praticati, e questo aspetto è l'unico caso in cui i turisti con famiglia esprimono una soddisfazione leggermente migliore degli altri turisti, è la valutazione espressa sulla ricettività (1,30 contro 1,27).

Le famiglie nel contempo percepiscono una maggior congestione della località di soggiorno. Per un intervistato su tre le persone in spiaggia sono eccessive (contro solo il 20% degli altri turisti). Più della metà ritiene che il numero di veicoli in circolazione sia elevato o eccessivo (40% tra gli altri turisti). Poco meno della metà dei turisti con famiglia reputa il numero di persone presenti nella località elevato o comunque eccessivo (a differenza di poco più di un terzo degli altri turisti).

Precisato che le maggiori criticità sembrerebbero derivare più che dalle persone in spiaggia dal numero dei turisti presenti e dall'eccesso di traffico, è evidente la percezione molto più negativa che hanno tratto di questi fenomeni i turisti con bambini al seguito rispetto agli altri, quasi che la località presenti delle difficoltà a caratterizzarsi come destinazione a misura di famiglia.

Le informazioni sul lago di Garda per le famiglie derivano principalmente dalla loro frequentazione pregressa in quattro casi su dieci, in percentuale più elevata degli altri turisti.

In compenso le famiglie si affidano meno per la raccolta delle informazioni sulla vacanza sia ad internet (23% dei casi contro 27% degli altri turisti), che ad agenzie di viaggio e tour operator (solamente 8% dei casi, circa la metà rispetto agli altri turisti). Il tradizionale passaparola riguarda invece circa un quinto delle famiglie, qualche punto percentuale in più rispetto agli altri turisti. Sembrerebbe quindi che le famiglie si muovano soprattutto in modo indipendente, e non a caso in nove casi su dieci hanno utilizzato come mezzo di trasporto la propria autovettura privata, e si affidino per la conoscenza della località più al loro essere turisti fedeli e ai canali informali (suggerimenti di parenti e amici) piuttosto che a internet o alle agenzie di intermediazione.

Conoscenza pregressa

In vacanza con l'automobile

Probabilmente è l'elevato impiego della propria autovettura, assieme però ad altri indicatori utilizzati, che finisce con il caratterizzare come poco sostenibili in vacanza queste famiglie in misura maggiore rispetto agli altri turisti (solo il 4% delle famiglie sono classificabili come molto sostenibili, a fronte del 61% dei nuclei familiari classificati come poco o per nulla sostenibili).

Anche le famiglie hanno acquistato dei pacchetti turistici, ma lo hanno fatto in una percentuale pari alla metà di quanto si riscontra tra gli altri turisti (13% dei casi contro il 27%). Inoltre la maggior parte di questi pacchetti sono di tipo individuale. E' anche per questa ragione che le famiglie molto meno degli altri turisti, utilizzano per i loro spostamenti i mezzi pubblici (5% contro 13%), l'aereo (9% contro il 25%) o un mezzo di trasporto collettivo tipico del turismo intermediato organizzato (5% contro il 15%).

Campeggi ed appartamenti

Le famiglie rispetto agli altri turisti privilegiano in misura maggiore il campeggio (27% dei casi contro il 19%) o gli appartamenti turistici (16% contro il 9%) e in misura decisamente minore l'albergo, preferito invece di gran lunga dagli altri turisti (59% dei casi contro 44% delle famiglie).

Durante la vacanza le famiglie dichiarano in tre casi su quattro di essere intenzionate a visitare altre località. Su questo aspetto si ravvisano scarse differenze con gli altri gruppi di turisti. Sia questi ultimi che le famiglie, in nove casi su dieci preferiscono le altre località del lago e a seguire l'utilizzo della funivia di Malcesine per il Monte Baldo.

Meno interesse manifestano, al pari degli altri turisti, verso le città, sia che si tratti di Verona, piuttosto che di Trento o Rovereto.

Anche sull'acquisto e degustazione di prodotti tipici le differenze appaiono minime. In quasi otto casi su dieci gli intervistati dichiarano di essere interessati.

Interessati all'enogastronomia

Le differenze invece sono molto più marcate sulla spesa media giornaliera. Un nucleo familiare dichiara una spesa media pro capite giornaliera di circa 70 euro, contro gli 86 imputabili agli altri turisti. Come già evidenziato per altre tipologie di intervistati, una parte delle differenze è spiegata dalla diversa tipologia ricettiva scelta, sicché ad esempio per vitto e alloggio un componente

della famiglia spende mediamente al giorno 48 euro, contro i 56 degli altri turisti. Ma la famiglia spende meno probabilmente anche grazie alle economie di scala indotte dalla numerosità del nucleo familiare.

3.3.11 I turisti con famiglia e figli sui laghi di Levico e Caldonazzo

Famiglie più numerose sui laghi di Levico e Caldonazzo

Sui laghi di Levico e Caldonazzo i turisti presenti con famiglia e figli sono relativamente più numerosi rispetto a quanto riscontrato sul Garda e rappresentano più del 40% degli intervistati.

Rispetto agli altri turisti non si riscontrano differenze per quanto riguarda la durata della vacanza (13,6 notti sia per le famiglie che per gli altri turisti), anche se la permanenza nella località vede le famiglie prevalere leggermente rispetto agli altri turisti (12,2 notti contro 11,6).

Verificato che né le une né gli altri sono interessati ad una vacanza itinerante, sembrerebbe di cogliere che il viaggio dal luogo di residenza a quello di vacanza e il successivo ritorno a casa per le famiglie sia effettuato senza interruzioni.

Le famiglie si concentrano in ugual misura a Levico e a Caldonazzo, entrambi con un terzo delle presenze, mentre gli altri turisti sono decisamente più presenti a Levico. La ragione va ricercata soprattutto nella tipologia ricettiva scelta che vede poco meno della metà delle famiglie (46%) soggiornare in campeggio, contro solo il 28% registrato dagli altri turisti nell'analoga tipologia ricettiva. In compenso il 46% degli altri turisti pernotta in albergo, molto più numerosi a Levico, contro solo il 19% dei turisti con famiglia. Questi ultimi, come già verificato sul Garda, preferiscono in misura maggiore anche l'appartamento turistico (16% dei casi, contro l'11% degli altri turisti).

E' la vacanza principale

Per quasi otto nuclei famigliari su dieci quella ai laghi di Levico e Caldonazzo è la vacanza principale. La differenza rispetto agli altri turisti è superiore ai dieci punti percentuali. In entrambi i casi si tratta di valori più elevati di quanto riscontrato sul Garda e particolarmente alti per i turisti in vacanza con la famiglia.

Per le relativamente poche famiglie che non trascorrono ai laghi la loro vacanza principale, la preferenza è accordata in maniera decisa al mare, lasciando poche chance ad una vacanza in montagna o di tipo culturale nelle città d'arte.

Nell'ultimo triennio tre nuclei familiari su quattro hanno trascorso una o più delle loro vacanze su un lago (in misura leggermente superiore a quanto riscontrato per gli altri turisti). In oltre sette casi su dieci questo lago si identificava con i laghi di Levico o Caldonazzo. Non mancano anche le famiglie che hanno trascorso questa loro vacanza al lago di Garda (circa un quinto del totale). Come pure altrettante hanno trascorso la loro vacanza su un altro lago all'estero.

Le differenze con gli altri turisti si ravvisano soprattutto nella preferenza accordata ai laghi di Levico e Caldonazzo, che sembrerebbero caratterizzarsi, più che il lago di Garda, come destinazioni capaci di fidelizzare i turisti con famiglia. Data questa elevata frequentazione dei due laghi, è facilmente comprensibile come siano meno di un terzo i turisti con famiglia intervistati che dichiarano di essere in Trentino per la prima volta. E' anche comprensibile come le informazioni sulla località di vacanza siano state desunte principalmente dalla conoscenza pregressa, oltre che dagli amici, piuttosto che da internet (solo 23% dei casi, misura analoga a quanto riscontrato per gli altri turisti) e soprattutto da agenzie viaggi e tour operator (meno dell'1% dei casi, contro il 9%).

Sempre con l'automobile

Il turista con famiglia si è mosso da casa quasi esclusivamente con la propria autovettura (96% dei casi). Questa variabile è associata alla scarsa percentuale di coloro che hanno acquistato un pacchetto turistico (solo il 4%). Su questo aspetto si riscontra un'altra differenza significativa con gli altri turisti, che invece risultano aver acquistato un pacchetto turistico in misura pari al 15%.

In entrambi i casi le due percentuali sono però decisamente inferiori a quanto riscontrato sul Garda, indice di una minore presenza dei due laghi di Levico e Caldonazzo nei cataloghi di tour operator e agenzie viaggi, rispetto al ben più conosciuto lago di Garda. Ma indice anche di una presenza di turismo intermediato molto più limitato.

In spiaggia o nei dintorni

Gran parte del proprio tempo il turista con famiglia lo trascorre sulle spiagge dei due laghi. Anche se quasi sette turisti su dieci dichiarano la loro intenzione di visitare altre località. Si orientano soprattutto verso altre località del lago ed intendono farlo in misura maggiore rispetto agli altri turisti, che invece più dei nuclei familiari sono intenzionati a visitare Trento.

Il 18% dei turisti con famiglia indica anche il desiderio e l'intenzione di visitare Venezia, una percentuale inferiore a quanto riscontrato tra gli altri turisti. Nonostante la presenza di bambini, sono relativamente pochi (solo il 3%) coloro che esprimono l'intenzione di recarsi fino a Gardaland.

Nella vacanza le famiglie assegnano importanza agli stessi aspetti evidenziati anche dalle altre tipologie di turisti, ma nel confronto con questi ultimi assegnano una relativamente maggiore importanza alla qualità e balneabilità delle acque e alla possibilità di praticare attività sportive.

Ambiente e paesaggio, tranquillità e pulizia

Anche le famiglie mettono ai primi posti in ordine di importanza soprattutto il contesto ambientale e paesaggistico, la tranquillità della località, la pulizia, dotazione e accessibilità della spiaggia, ma totalizzano un punteggio sempre lievemente inferiore rispetto agli altri turisti. Come pure sui prezzi praticati e la ricettività. Relativamente minore interesse esprimono anche per le attività culturali e l'enogastronomia.

La natura, ma anche i sapori

Un ultimo aspetto cui assegnano una relativa maggiore importanza è lo svago e l'animazione, presumibilmente dovuto alla presenza dei figli.

Verificate queste aspettative, le soddisfazioni espresse riguardano soprattutto il contesto ambientale e a sorpresa l'offerta enogastronomica. Sugli altri aspetti ritenuti importanti sembrerebbe di cogliere una moderata soddisfazione, inferiore alle aspettative. Punteggi non esaltanti, in un range che varia da -2 a +2, si riscontrano su animazione e svago (0,43), un aspetto cui si assegnava particolare importanza; sui prezzi praticati (0,82) e sulle attività sportive (0,86). In sintesi sembrerebbe che nel complesso le famiglie si mostrino meno soddisfatte di quanto riscontrato tra gli altri turisti, fatta eccezione per singoli aspetti, come ad esempio la qualità e balneabilità delle acque del lago e l'offerta enogastronomica.

Non pare, quantomeno rispetto al Garda, che i due laghi di Levico e Caldonazzo soffrano di un eccessivo sovraffollamento. La quota di coloro che riscontrano un numero di persone in spiaggia elevato o eccessivo, come pure il traffico o il numero di turisti presenti, è decisamente inferiore. Ma a parte il traffico, che peraltro chi soggiorna in un campeggio fronte lago può avvertire con minore fastidio, il turista con famiglia esprime una maggiore criticità rispetto agli altri turisti. Circa un quarto ritiene elevato sia il numero di persone in spiaggia che i turisti nella località, contro solo un 15% degli altri turisti.

Vacanza consigliabile

Più di tre turisti con famiglia su dieci consiglierebbero senz'altro una permanenza sui laghi della Valsugana ad amici e parenti; soltanto il 2% non lo farebbe. In entrambi i casi i valori espressi dagli altri turisti risultano rispettivamente più elevati e inferiori, indice che pur all'interno di una generale soddisfazione i nuclei familiari esprimono relativamente maggiori riserve sulla destinazione rispetto agli altri turisti.

La spesa media giornaliera riferita ad un singolo componente del nucleo familiare è pari a 54 euro, contro i 64 dichiarati dagli altri turisti. In questo caso buona parte della differenza, anche se non tutta, è spiegata dalla spesa sostenuta per vitto e alloggio (38 euro contro 44 degli altri turisti).

3.3.12 Analisi delle corrispondenze

Dopo aver analizzato una serie di variabili chiave in grado di spiegare i diversi comportamenti assunti dai turisti sui laghi, è qui proposta una lettura condotta con l'analisi delle corrispondenze.

Alcune tecniche statistiche fondate sulle misure di associazione tra variabili permettono di misurare l'associazione esistente tra categorie di risposte di tipo categorico o ordinale spiegandone l'inerzia globale (analisi delle corrispondenze

multiple²⁶) o la variabilità totale (analisi delle componenti principali). Questo tipo di analisi, descrivendo le associazioni esistenti tra le diverse categorie di risposta, raggruppano tra loro le diverse categorie o variabili individuate, massimizzando le differenze tra gruppi e quindi minimizzando le differenze all'interno dei singoli grappoli di categorie.

Si tende cioè ad individuare il grado di similarità tra variabili sulla base della somiglianza o dissomiglianza tra i profili di due caratteri (somiglianza o dissomiglianza che possono essere letti anche grazie ad una proiezione grafica su un piano cartesiano sulla base della vicinanza o lontananza tra loro dei punti proiettati).

Questi gruppi (chiamati dimensioni nell'analisi delle corrispondenze e componenti nell'analisi delle componenti principali) spiegano quote sempre meno elevate dell'inerzia globale nel primo caso o della variabilità nel secondo caso. Il passaggio successivo è una connessione tra le dimensioni più importanti (oppure tra le componenti principali) che può essere resa su grafico. Le nuvole di punti corrispondenti alle diverse variabili della prima e della seconda dimensione permettono di cogliere alcune connessioni tra variabili utili a definire possibili profili (le connessioni tra variabili sono tanto più significative quanto più i punti si allontanano dall'origine del grafico definito dalla prima e dalla seconda dimensione - o componente).

Lago di Garda

Sono soprattutto le prime due dimensioni che spiegano la maggior parte dell'inerzia totale.

60% dell'inerzia totale spiegata da due dimensioni

La prima dimensione spiega il 39% e la seconda il 21% dell'inerzia totale.

La terza e la quarta dimensione spiegano quote residue dell'inerzia totale, rispettivamente il 6% e il 3%.

Per la prima dimensione, come pure per le altre, non si ravvisano delle variabili che siano caratterizzate da valori particolarmente elevati, cioè prossimi all'unità.

Di seguito sono menzionate le variabili che risultano associate in modo *relativamente* più significativo sia in termini positivi e negativi nella prima dimensione.

²⁶ Per inerzia si intende la dispersione della nuvola di punti attorno al baricentro della rappresentazione grafica su un piano cartesiano. "Essa esprime il contributo dell'*i*-esimo fattore principale alla varianza complessiva di tutte le variabili del primo gruppo (o del secondo); la frazione di inerzia spiegata dai primi fattori indica la loro idoneità a rappresentare la variabilità del fenomeno. L'analisi delle corrispondenze è finalizzata ad estrarre dalle tabelle di contingenza le informazioni utili, in termini di similarità (analogamente all'approccio implicativo) tra gli elementi appartenenti a ciascuno dei due insiemi di riga e di colonna; tale similarità si osserva attraverso la rappresentazione fattoriale della configurazione associata a tali insiemi. Il pattern così individuato dall'intera nuvola di punti è costituito dall'insieme delle distanze riprodotte su un piano fattoriale che fornisce una visione sintetica e globale delle relazioni tra i punti e una lettura analitica su particolari aspetti di queste relazioni. La distanza fra i punti rappresentativi di modalità dello stesso carattere pone in luce la dissomiglianza dei loro profili rispetto alla relazione con l'altro carattere; punti vicini denotano, invece, somiglianza di profili" in La Tona Letizia, Alibrandi Angela, *Il concetto di implicazione nell'ambito della statistica applicativa: differenti approcci a confronto*, Terzo Convegno Internazionale - Analisi Statistica Implicativa, Palermo, 6-8 ottobre 2005.

Tabella 7: Analisi delle corrispondenze. Lago di Garda

Categorie	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Durata del pernottamento				
Long week	0,022	0,115	0,034	0,002
Short week	0,200	-0,055	-0,114	0,174
Altra durata	-0,036	-0,085	-0,015	-0,018
Giornate lago				
≥66% tempo vacanza	-0,050	-0,014	-0,071	0,028
<66% tempo vacanza	0,022	0,006	0,030	-0,012
Soggiorno in località lacuali ultimi tre anni				
Si	0,066	0,063	0,015	-0,001
No	-0,111	-0,106	-0,024	0,001
Vacanza con famiglia				
Con famiglia	0,103	0,052	-0,034	-0,063
Non famiglia	-0,042	-0,021	0,014	0,026
Ha acquistato un pacchetto turistico?				
Si	-0,266	-0,104	-0,006	0,002
No	0,083	0,033	0,002	0,000
In quale struttura ricettiva risiede?				
Campeggio	0,249	0,146	0,017	0,039
Altro	-0,077	-0,045	-0,005	-0,012
Spesa totale				
Alta capacità di spesa	-0,124	-0,093	0,011	-0,031
Bassa capacità di spesa	0,265	0,078	0,039	0,053
Media capacità di spesa	-0,008	0,036	-0,021	0,003
Età				
Senior	-0,120	-0,045	0,069	0,029
Giovane	0,105	0,006	0,006	0,070
Altra età	0,023	0,025	-0,046	-0,053
Provenienza				
Italia	0,186	-0,110	0,050	0,015
Estero tradizionale	-0,022	0,027	-0,008	-0,004
Altro estero	-0,028	-0,015	-0,002	0,004
Profilo cultura				
No cultura	0,128	-0,088	0,019	-0,009
Sì cultura	-0,148	0,101	-0,022	0,011
Profilo laghi				
No lago	0,184	-0,202	0,028	-0,015
Sì lago	-0,079	0,087	-0,012	0,006
Profilo sportivo				
Sportivo	0,092	0,079	-0,002	-0,004
No sportivo	-0,102	-0,088	0,002	0,004
Grado di curiosità				
Molto curioso	-0,106	0,149	0,044	-0,009
Poco curioso	0,299	-0,221	0,046	-0,014
Altro curioso	-0,062	0,021	-0,031	0,008
Comportamento sostenibile a casa				
Molto sostenibile	-0,088	-0,049	0,096	0,068
Per nulla sostenibile	0,135	-0,162	-0,291	0,089
Mediamente sostenibile	0,013	0,030	-0,001	-0,028
Sostenibile in vacanza				
Molto sostenibile	-0,198	-0,042	0,118	0,112
Per nulla sostenibile	0,170	-0,064	-0,237	0,074
Mediamente sostenibile	0,007	0,013	0,011	-0,023

fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo

*Prima dimensione:
campeggiatore con
famiglia stanziale sul
lago*

Le associazioni positive con valori relativamente elevati figurano per permanenze non superiori alla settimana, la scelta del campeggio come struttura ricettiva, una provenienza dall'Italia piuttosto che dall'estero, una scarsa curiosità per il contesto territoriale durante la vacanza. Altre variabili che esprimono un legame positivo, seppure ancora più debole delle precedenti, sono l'età relativamente giovane, l'essere in vacanza con famiglia e figli, non essere tendenzialmente interessati né a visite di carattere culturale (qui identificate soprattutto con le città di Trento, Rovereto, Verona, Venezia), né a frequentazioni durante la vacanza di altre località lacuali (sia sul Garda, che la Val di Ledro, o altri laghi del Trentino come Levico, Caldonazzo ecc). Una debole associazione positiva si riscontra anche con un comportamento sostenibile nella quotidianità presso il luogo di residenza e un comportamento sostenibile in vacanza.

Le variabili che risultano associate in termini negativi sono alcune variabili dicotomiche rispetto a quanto già riscontrato sulle associazioni positive (ad esempio un'associazione negativa con un comportamento in vacanza non sostenibile, oppure con l'interesse a visitare delle città a fini culturali).

In qualche caso invece l'associazione relativamente significativa è solo di segno negativo. Come ad esempio il non aver acquistato un pacchetto turistico o il non aver fatto una vacanza al lago negli ultimi tre anni.

Il profilo descritto dalla prima dimensione sembrerebbe quindi tratteggiare un campeggiatore in vacanza con famiglia poco interessato a muoversi dal lago. La seconda dimensione evidenzia invece queste altre variabili caratterizzate da associazioni di segno positivo o negativo: permanenze tendenzialmente superiori alla settimana; il campeggio come struttura ricettiva scelta; l'essere molto curiosi in vacanza di conoscere altre località. Associazioni negative: il non aver frequentato altri laghi per vacanza negli ultimi tre anni; non aver acquistato un pacchetto turistico.

*Seconda dimensione:
campeggiatore curioso*

Anche in questo caso il profilo descritto è quello di un vacanziero tendenzialmente campeggiatore, che si ferma per periodi superiori alla settimana, interessato anche a visitare località e città limitrofe (la differenza più importante rispetto alla prima dimensione). Non è escluso che possa aver acquistato un pacchetto turistico e che abbia già trascorso negli anni precedenti una vacanza sui laghi.

Come anticipato la terza e la quarta dimensione spiegano quote residuali dell'inerzia totale.

La terza dimensione mostra solo tre variabili relativamente significative: un'associazione di segno negativo con una durata della vacanza inferiore alla settimana; un'associazione anch'essa negativa con la variabile "per nulla sostenibile in casa"; e infine un'associazione positiva con un comportamento

*Terza e quarta
dimensione: associazioni
modeste*

sostenibile in vacanza (questa variabile è rafforzata anche dall'associazione di segno negativo con la variabile "per nulla sostenibile in vacanza"). Troppo poco per descrivere un ipotetico profilo di vacanziero.

Anche la quarta dimensione non si presta ad alcuna possibile interpretazione. Le uniche due variabili che mostrano un'associazione, peraltro modesta, di segno positivo sono la permanenza inferiore alla settimana e un comportamento molto sostenibile in vacanza.

Laghi di Levico e Caldonazzo

Come per il lago di Garda, anche nel caso dei due laghi di Levico e Caldonazzo la prima e la seconda dimensione spiegano circa il 60% dell'inerzia totale.

Più precisamente la prima dimensione spiega il 40% e la seconda il 21%.

La terza e la quarta dimensione spiegano quote residue di inerzia totale: rispettivamente il 5% e il 3%. Anche in questo caso le quote spiegate non si differenziano di molto da quanto riscontrato per il Garda.

La prima dimensione è caratterizzata da alcune variabili che presentano un'associazione relativamente significativa di segno positivo: in particolare il tempo trascorso al lago in misura superiore ai due terzi del totale tempo vacanza; l'aver acquistato un pacchetto turistico, l'essere interessati a visitare altre località di lago; l'essere caratterizzati da atteggiamento curioso durante la vacanza.

Le variabili con segno negativo che invece mostrano un'associazione relativamente significativa sono: la permanenza relativamente breve; l'essere giovani; la provenienza italiana; il visitare altre località vicine ai due laghi; l'esser curioso in vacanza.

*Prima dimensione: tanto
tempo al lago e un
pizzico di curiosità*

Il profilo descritto da questa dimensione è un vacanziero che ama trascorrere gran parte del suo tempo vacanza al lago, ma al tempo stesso è curioso di conoscere il territorio circostante (piuttosto che le città come Trento, Verona, Venezia ecc. per praticare un turismo culturale). Non si ferma per un periodo tendenzialmente breve (inferiore alla settimana) e tendenzialmente non è un turista italiano e nemmeno troppo giovane.

La seconda dimensione che spiega circa la metà dell'inerzia totale rispetto alla prima dimensione evidenzia le seguenti associazioni di segno positivo e negativo. Le variabili associate positivamente sono: l'esser in vacanza con la famiglia, preferire il campeggio, l'essere moderatamente sportivi ed avere una bassa propensione alla spesa.

Le variabili associate invece negativamente a questa dimensione riguardano: la permanenza breve, l'aver acquistato un pacchetto turistico, avere un'alta capacità di spesa, oltre a non stare in campeggio; l'essere un senior; provenire

Tabella 8: Analisi delle corrispondenze. Laghi di Levico e Caldonazzo

Categorie				
Durata del pernottamento	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Long week	0,077	0,055	0,025	0,019
Short week	-0,229	-0,107	-0,203	0,078
Altra durata	-0,088	-0,067	-0,018	-0,032
Giornate lago	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
≥66% tempo vacanza	0,100	-0,077	-0,055	-0,022
<66% tempo vacanza	-0,066	0,051	0,036	0,015
Soggiorno in località lacuali ultimi tre anni	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Si	0,016	0,018	0,034	0,005
No	-0,041	-0,045	-0,083	-0,011
Vacanza con famiglia	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Con famiglia	-0,011	0,149	-0,017	-0,010
Non famiglia	0,008	-0,109	0,012	0,008
Ha acquistato un pacchetto turistico?	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Si	0,108	-0,279	-0,067	-0,081
No	-0,013	0,033	0,008	0,010
In quale struttura ricettiva risiede?	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Campeggio	0,046	0,188	0,032	0,019
Altro	-0,028	-0,115	-0,019	-0,012
Spesa totale	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Alta capacità di spesa	-0,009	-0,273	-0,027	-0,110
Bassa capacità di spesa	0,059	0,166	0,024	-0,005
Media capacità di spesa	-0,040	-0,046	-0,010	0,033
Età	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Senior	0,069	-0,131	0,057	-0,010
Giovane	-0,124	-0,009	-0,035	0,065
Altra età	-0,010	0,071	-0,023	-0,009
Provenienza	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Italia	-0,184	-0,105	-0,054	-0,026
Estero tradizionale	0,057	0,053	0,014	-0,001
Altro estero	0,041	-0,144	0,035	0,081
Profilo cultura	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
No cultura	-0,348	0,020	0,006	0,008
Si cultura	0,194	-0,011	-0,003	-0,005
Profilo laghi	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
No lago	-0,349	-0,017	0,015	0,001
Si lago	0,188	0,009	-0,008	-0,001
Profilo sportivo	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Sportivo	-0,026	0,111	0,054	-0,011
No sportivo	0,014	-0,060	-0,029	0,006
Grado di curiosità	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Molto curioso	0,226	-0,063	0,086	0,002
Poco curioso	-0,402	0,017	0,008	0,016
Altro curioso	0,136	0,008	-0,026	-0,008
Comportamento sostenibile a casa	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Molto sostenibile	0,045	-0,203	0,105	0,110
Per nulla sostenibile	0,035	0,116	-0,265	0,116
Mediamente sostenibile	-0,017	0,039	0,008	-0,046
Sostenibile in vacanza	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4
Molto sostenibile	0,073	-0,271	0,086	0,120
Per nulla sostenibile	0,083	0,135	-0,220	0,090
Mediamente sostenibile	-0,028	0,030	0,021	-0,039

fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo

*Seconda dimensione:
adulti e senior con
famiglia in campeggio*

dall'Italia o da altri paesi stranieri diversi da Paesi Bassi e Germania; l'aver un comportamento molto sostenibile sia in casa che in vacanza.

Il profilo descritto da questa seconda dimensione tratteggia un turista non anziano in vacanza con la famiglia che preferisce decisamente il campeggio, si ferma tendenzialmente per un periodo non breve (inferiore alla settimana), non proviene tendenzialmente né dall'Italia, né da paesi esteri diversi da Germania e Paesi Bassi. Spende relativamente poco e per la sua vacanza non ha acquistato un pacchetto.

Non pare essere caratterizzato da particolare attenzione verso le tematiche ambientali né nel luogo di residenza né in vacanza.

La terza dimensione, che spiega solo una piccola quota dell'inerzia totale, pari al 5%, così come verificato per il Garda risulta associata in termini relativamente significativi solamente a poche variabili, insufficienti a tratteggiare un profilo. Infatti la terza dimensione include con segno negativo: una permanenza di breve durata; il non avere un comportamento di corretta gestione sostenibile sia in casa che in vacanza. Con segno positivo l'essere molto sostenibili in casa. Nel caso della terza dimensione l'unica variabile caratterizzante è il comportamento di corretta gestione sostenibile tenuto nel luogo di residenza.

Anche la quarta dimensione, che peraltro spiega solamente il 3% dell'inerzia totale, fornisce poche informazioni. Si riscontra un'associazione di segno negativo con l'alta capacità di spesa, e una di segno positivo con il comportamento sostenibile in casa e in vacanza.

3.3.13 Un'analisi dei frequentanti i laghi di Levico e Valsugana e il lago di Garda in alta e bassa stagione

Andando ad analizzare le eventuali differenze tra i flussi primaverili (maggio-giugno) e quelli estivi (luglio-agosto-settembre) nelle più importanti aree lacuali trentine oggetto d'indagine, cercando di evidenziare soprattutto gli elementi ed i fenomeni di diversità, di differenziazione tra periodo tardo primaverile ed estivo, emergono alcune interessanti indicazioni. Vediamole.

*Poche differenze tra alta
e bassa stagione*

Anzitutto si può notare come non risulti particolarmente diversa, come forse qualcuno poteva supporre, la durata del periodo di soggiorno tra ospiti di "inizio stagione" (come premesso, mesi di maggio-giugno) e quelli di luglio, agosto e settembre. Nel primo periodo la media risulta di 10,9 pernottamenti, nel secondo si tratta di 11,6 (la media di tutto il campione è di 11,4 giornate).

In realtà la situazione è sensibilmente differente tra area del Garda trentino e Valsugana, poiché la durata del soggiorno è mediamente di 8,9 notti in primavera e di 9,3 notti in estate per quanto concerne la permanenza nella

*Tra Garda e Valsugana
le differenze sono molte*

località del Garda, mentre nell'area della Valsugana la permanenza è di 11,9 notti sia in primavera che in estate. Si può quindi comprendere che la vacanza in Valsugana non soltanto è più lunga, ma varia in modo non trascurabile nella durata tra la primavera e l'estate, fenomeno che invece non appare nell'area della Valsugana, dove la durata del soggiorno non sembra risentire della stagione (almeno tra i periodi presi in considerazione).

*Permanenze
diversificate*

In merito alla durata del soggiorno, si può anche aggiungere che la formula della vacanza molto breve, compresa tra i 2 ed i 6 giorni, con tutte le sue varianti "interne", dal fine settimana corto a quello lungo, alla quasi-settimana, è più frequente nei periodi d'inizio. La formula più classica 7-14 giornate, invece, vive la sua migliore stagione in luglio, agosto e settembre, con percentuali che nel caso del periodo "tarda primavera" si fermano al 47% del totale, mentre in estate si tratta di una formula che raccoglie il 61% del campione. In estate, insomma, si va assai frequentemente in vacanza per un periodo compreso tra un minimo di una ed un massimo di due settimane.

In merito a questa *tranche* di 7-14 pernottamenti, che è stata definita classica, si può anche aggiungere che essa è assai più affermata, più frequente sull'area del Garda, rispetto alla Valsugana, dove appare decisamente inferiore alla media. In primavera sul Garda la formula 7-14 pernottamenti viene scelta dal 51% dei turisti, mentre in estate si arriva ad una percentuale del 63%. In Valsugana, invece, le 7-14 giornate sono una formula che viene scelta dal 39% degli utenti della tarda primavera e dal 57% dei vacanzieri estivi, valori non certo bassi in assoluto, ma comunque sensibilmente inferiori a quelli del Garda. La vacanza lunga, quella compresa tra i 15 ed i 21 giorni, *tranche* ormai da tempo davvero notevole, al contrario di qualche decennio fa, quand'era considerata normale, raccoglie un'analoga percentuale tra il periodo di fine primavera ed il trimestre estivo. Può suscitare una certa sorpresa, forse, questo fatto, ma è probabile che la vacanza lunga sia effettuata da soggetti che per ragioni di età e di impegno vivono dinamiche che portano ad una relativa indifferenza rispetto al fattore stagionale. E' possibile anche che le permanenze lunghe siano incentivate dalle diverse politiche di prezzo praticate dalle aziende dell'ospitalità. Si pensi agli anziani, al turismo organizzato, sociale... La stessa cosa accade per le permanenze superiori ai 21 pernottamenti, che non vedono differenze sensibili tra percentuale riferita al bimestre maggio-giugno ed il trimestre luglio-settembre.

*La vacanza principale è
con il caldo...*

I fenomeni e le dinamiche sopra descritte si ripetono sostanzialmente analoghe anche tra coloro che, intervistati presso il lago, hanno dichiarato di non "vivere" tutto il periodo di vacanza in questione sul lago stesso.

La vacanza principale: gli intervistati in maggio-giugno hanno dichiarato, nel 50% dei casi, che stavano effettuando la vacanza principale della stagione

estiva, mentre in luglio-agosto-settembre la stessa risposta è stata data dal 70% degli intervistati, un numero comprensibilmente ben superiore, data la maggiore frequenza con la quale la vacanza principale è effettuata durante i mesi più caldi.

E' molto interessante notare come in Valsugana la vacanza che l'intervistato sta trascorrendo è nella gran parte dei casi quella principale: si tratta del 62% dei casi in tarda primavera (maggio-giugno) e addirittura del 76% dei casi in estate. Sul Garda trentino troviamo senza dubbio valori elevati, ma certo non alle quote di quelli ora presentati per la Valsugana: infatti in primavera la vacanza principale la si ritrova tra gli intervistati nel 45% dei casi, mentre nel trimestre più caldo si arriva al 67%.

La Valsugana dunque conferma la sua diversità rispetto al Garda anche con dinamiche di frequentazione differenti.

La forza del mare

In merito alla meta più gettonata per la vacanza principale diversa dal lago, non è una sorpresa trovare il mare al primo posto. Chi va a trascorrere la vacanza principale in montagna, però, è ancor più sbilanciato verso la scelta del trimestre luglio-settembre. Del resto, la montagna può rappresentare - parzialmente- un'alternativa per la vacanza principale in periodo sciistico, non certo alla fine della primavera (maggio-giugno). Sullo stesso binario, anzi ancor più spinti verso l'estate, sono gli altri competitor di mari e monti, cioè la vacanza nelle città d'arte e la vacanza in campagna.

Il lago come destinazione della vacanza principale, invece, va davvero bene in maggio-giugno.

La fedeltà degli ospiti e la ripetizione della scelta in termini di destinazione lacuale trentina è protagonista di un sostanziale pareggio tra bimestre tardo primaverile e trimestre estivo luglio-settembre.

I fedelissimi

Tra i fedelissimi, ad indicare quei soggetti che ritornano di anno in anno, ma anche più volte nell'arco dei dodici mesi, si preferisce soprattutto il trimestre luglio-settembre.

Tra coloro che possiamo definire "sostanzialmente fedeli", nel senso che quasi tutti gli anni arrivano in Trentino una volta, la stagione tardo primaverile appare essere un poco al di sopra della media in termini di comportamento turistico.

In merito alla fedeltà degli ospiti, si può ancora aggiungere che anche limitandosi alla sola analisi delle percentuali di coloro che dichiarano di ritornare in Trentino "quasi tutti gli anni" (non è la sola opzione di risposta che preveda il ritorno in Trentino), la Valsugana è su livelli di "ripetizione della scelta" sensibilmente più alti di quanto avvenga sul Garda, sia in tarda primavera che in estate.

Non si riscontrano differenze sensibili riguardo all'uso ed all'importanza dei vari canali di informazione, miglioramento della conoscenza...Semmai, da "amici e

parenti” sembra arrivare qualche informazione e conseguente “peso” in più della media, ma si tratta del periodo tardo primaverile e non in generale.

Più Internet per il Garda

Sul Garda è un po' più elevato l'uso di Internet per trovare informazioni rispetto a quanto avvenga tra gli ospiti della Valsugana; una situazione spiegabile con le note differenze inerenti le tipologie degli ospiti delle due aree.

L'ospite intervistato può essere solo, oppure essere accompagnato da altre persone. Come previsto, la formula “in famiglia con figli” nel periodo di maggio-giugno non è forte. C'era da aspettarselo, viste le caratteristiche della domanda e dell'offerta in quel bimestre.

Più famiglia con figli in Valsugana

La famiglia con figli è una combinazione che vede la Valsugana registrare percentuali superiori tra gli ospiti intervistati, assai più elevate che sul Garda trentino, in particolar modo nei tre mesi più caldi, mentre il bacino del Garda in estate è decisamente forte con le coppie e per quanto riguarda la famiglia con figli si ferma invece prevedibilmente su percentuali più basse.

Più campeggio in primavera

In merito alle formule di alloggio, le differenze tra estate e tarda primavera non appaiono sensibili, se non nel caso del “campeggio libero-camper”, decisamente primaverile, modalità che però esprime in assoluto numeri contenuti. In estate si registra qualche vantaggio per l'appartamento turistico. E non sorprende certamente, così come non coglie impreparati un certo relativo successo del campeggio in maggio-giugno, considerata la composizione della domanda di fine primavera-inizio estate (si pensi ad esempio ai campeggiatori di giugno - magari stranieri - sui laghi).

Che i laghi siano la tipologia di destinazione che vede la formula campeggio in grande evidenza lo si sa bene da tempo, ma la Valsugana supera in termini percentualmente assai notevoli il pur elevato successo/penetrazione della formula camping sul Garda.

Molto più numerose che sul Garda le persone che in Valsugana alloggiano in case di proprietà (oltre il 5% in estate).

Più spiaggia con il caldo

In spiaggia ci si ferma di più in estate piena, è normale, e quindi coloro che trascorrono tutta la giornata sulle rive del lago sono in percentuale sensibilmente superiore in luglio ed agosto. A conferma, la mezza giornata in spiaggia è relativamente più forte nei periodi di tarda primavera (maggio-giugno)

In Valsugana la propensione dei soggiornanti a trascorrere tutta la giornata, o comunque buona parte di essa in spiaggia, è più elevata di quella registrata tra gli intervistati del Garda. La vita sulle rive dei laghi della Valsugana sembrerebbe dunque un po' più vicina a quella “da spiaggia marina”.

In merito alle altre attività svolte durante la giornata, come prevedibile, le escursioni a piedi ed in bicicletta sono, non in assoluto ma in termini relativi, più

Più escursioni in primavera

frequenti in primavera, probabilmente anche perché la spiaggia e soprattutto le acque dei laghi non sono calde. Le escursioni in auto o in moto, invece, sono a coprire circa la metà delle attività sia in fine primavera che in estate. Anche il più impegnativo binomio arrampicata-climbing è più forte nel periodo caldo, così come gli altri sport “di terra”, ma la cosa è valida anche per il canyoning, il torrentismo...

Vela e volo tutti i mesi

La vela ed il volo a vela invece non risentono della eventuale differenza tra maggio-giugno ed il trimestre luglio-settembre. La cosa non sembra sorprendere l'osservatore, date le caratteristiche di questi sport.

Il trekking è invece decisamente una pratica estiva, osservando le distribuzioni percentuali rilevate.

Se qualcuno pensava che sul Garda l'attività fisica praticata attraverso l'uso della bicicletta o la pratica del trekking fosse superiore a quanto avvenga in Valsugana si sbaglia, vista la vivacità in questo senso degli ospiti di Caldonazzo, Levico e dintorni. Più corretto è invece pensare ad una assai maggiore vivacità degli ospiti del Garda quando di mezzo ci sono il vento e le vele, oppure l'arrampicata, citando due sport dove il confronto è davvero impietoso per la Valsugana.

Comunque sia, ritornando ad una dimensione generale, le differenze tra i periodi di “testa estiva” e quello più caldo di luglio-settembre non portano ad evidenziare differenze rilevanti né tra le attività sulle rive del lago o sul lago stesso e quelle praticabili nei territori circostanti, sia come alternativa che come integrazione alla vita di spiaggia. Nemmeno il nuoto sembra risentire delle diversità tra i due periodi in esame, e solo “i trattamenti benessere” appaiono ben più sbilanciati verso il trimestre estivo di luglio, agosto e settembre.

Con il caldo meno visite

L'ospite estivo sembra invece meno propenso di quello dei periodi di fine primavera-inizio estate ad effettuare visite in altre località. Anche quest'aspetto è coerente con la maggiore stanzialità estiva dei vacanzieri “da spiaggia”.

Soltanto in estate la propensione a muoversi per visitare altre località sembra essere sensibilmente più alta sul Garda, rispetto alla Valsugana, ma i livelli sono sempre alti in assoluto, dal momento che almeno due terzi degli ospiti intervistati effettuano queste visite.

I prodotti piacciono sempre

I prodotti tipici del territorio sembrano un poco più interessanti per gli ospiti estivi, ma si tratta di una differenza di pochi punti percentuali, su una base di interesse che è già alto: si parte dal 70% del blocco composto da maggio e giugno, per andare al 77% in luglio-agosto-settembre.

In realtà questa sensibilità e curiosità, in estate, sono un po' superiori sul Garda trentino ma, come si è visto, i valori restano in assoluto molto alti e quindi anche una certa minore attenzione sulla zona della Valsugana non è certo fonte di

preoccupazione. Può darsi che l'ospite del Garda sia storicamente più mobile ed esploratore, data la permanenza media un po' minore, che la clientela sia quindi più attenta ed incline a conoscere con minor inerzia dovuta alla stanzialità, alla maggior ricerca di relax, le peculiarità del territorio altogardesano... Ma è un'ipotesi che è al contempo causa ed effetto di quanto riscontrato.

Con il caldo si spende di più

In merito alla spesa giornaliera, quella del periodo più caldo appare sensibilmente più elevata. Si tratta senza dubbio di un diverso costume di consumo estivo, orientato maggiormente al divertimento, alla vita serale e notturna, ma anche come conseguenza di un pubblico in parte diverso. Questa differenza, però, vale anche per il vitto e l'alloggio, e quindi non è soltanto dovuta ad attività ludiche, ma molto a differenze di "formula vacanza", di prezzi offerti, praticati, e non soltanto di stile di vita.

L'estate è quindi più dispendiosa, per così dire, e lo si vede nelle fasce di spesa quotidiana superiori ai 70 euro, dove il diverso stile di vita si esprime in termini più forti.

Le differenze tra ospiti della Valsugana e soggiornanti sul Garda trentino, però, non sono poche né ridotte: in Valsugana ha un forte peso la clientela che propende per una bassa spesa giornaliera (il 60% circa in primavera ed il 51% in estate è sotto i 50 euro pro capite), anche se non mancano soggetti che spendono di più, anche sensibilmente, fino ad esaurire la spinta attorno al valore dei 120 euro quotidiani. Sul Garda trentino, invece, pur in presenza di una nutrita domanda che sta sotto i 50 euro al giorno (45% in primavera, poco più del 28% in estate), è apprezzabile la presenza di soggetti che spendono decisamente di più, ad esempio sia in primavera che in estate il 20% circa degli intervistati dichiara di spendere tra i 90 ed i 120 euro al giorno, mentre oltre i 120 euro quotidiani troviamo un 8% in tarda primavera ed un notevole 16% in estate.

Insomma, la media, in questo caso, è particolarmente appiattente due realtà che sono, al contrario, sensibilmente diverse.

L'importanza attribuita al contesto naturale e paesaggistico è sostanzialmente identica nei due periodi in esame, il che non può sorprendere troppo. La situazione è sostanzialmente simile anche tra l'area della Valsugana ed il Garda trentino.

La natura è sempre importante, ma la tranquillità è primaverile...

La tranquillità, invece, risulta importante in tarda primavera (quasi la metà delle segnalazioni), ma in estate diventa *molto* importante per la maggioranza relativa degli intervistati (si tratta del 44%, contro il 33% del periodo tardo primaverile di maggio e giugno). Probabilmente il tutto è influenzato non soltanto dal desiderio di tranquillità, ma dalla presenza stessa della tranquillità in loco, che da molti è cercata ma da altri, ad esempio il pubblico estivo

(soprattutto di luglio ed agosto), è vista anche in un'accezione di "non-animazione" che va a complicare la decodifica delle risposte.

Il tema della tranquillità non vede dinamiche molto diverse tra Valsugana e Garda trentino, anche se il suo gradimento, nel periodo estivo, tende a mettersi un poco più in luce nell'area della Valsugana, mentre sul Garda non registra un valore identico, probabilmente perché in quest'ultima area l'istanza (e la risposta del sistema-destinazione!) in merito al divertimento, alla vita anche notturna, è certamente più forte ed estesa.

Accessibilità e pulizia in spiaggia sempre importanti

Accessibilità e pulizia delle spiagge non si segnalano invece per differenze sensibili tra i due periodi in esame. Per i parcheggi la situazione è analoga alle spiagge. Questi aspetti sono di importanza talmente elevata che non si riscontrano tra gli intervistati differenze sensibili tra Valsugana ed area gardesana.

Evidentemente problemi e soluzioni sono presenti e/o percepiti dal pubblico con medesime sensibilità. La situazione dei parcheggi sembra preoccupare meno, comunque, gli ospiti del Garda, rispetto a quelli della Valsugana.

La presenza di servizi di trasporto pubblico è soltanto di poco ritenuta più importante nel trimestre luglio-settembre, quello di massimo carico turistico nelle località. In Valsugana questa richiesta è un po' più elevata, al confronto con quanto si registra sul Garda trentino.

La qualità e la balneabilità delle acque, pur oscillando nei periodi considerati tra "importante" e "molto importante", non può che trovare valori assai elevati tra i turisti intervistati, andando a coprire complessivamente quasi tutte le risposte. Un elemento così importante non vede differenze sensibili tra le risposte raccolte in Valsugana rispetto a quelle dell'area gardesana.

Varietà e qualità più importanti d'estate

La varietà e la qualità dell'offerta ricettiva trova qualche sensibilità superiore alle medie registrate soltanto nella voce "molto importante" nel trimestre estivo. E' un poco più importante in Valsugana, coerentemente, potremmo dire, con la forte frequentazione, come da tradizione, di strutture non alberghiere quali i campeggi, gli appartamenti in affitto...

Numerosità e varietà dei servizi aggiunti sembrerebbero ritenuti "importanti" soprattutto in estate, da due intervistati su tre, mentre in maggio-giugno ci si ferma (relativamente!) ad una percentuale del 57%. Per le altre combinazioni di giudizio/stagione le variazioni riguardano percentuali assai più contenute e comunque non particolarmente distanti tra loro. Le differenze in merito, tra ospiti della Valsugana e del Garda trentino, non sono sensibili.

La possibilità di abbinare attività sportive rispetto alla vacanza in oggetto risulta, tra giudizi di "importante" e "molto importante", su un livello analogo tra i due periodi presi in esame ed anche i giudizi di minore importanza non danno quindi lo spunto per particolari considerazioni. Sotto questo aspetto la sensibilità e

l'interesse degli intervistati è discretamente superiore sul Garda, rispetto alla Valsugana.

Lago e cultura più graditi in estate...

L'abbinare attività culturali alla vacanza sul lago è un'esigenza che vede un gradimento maggiormente sentito dagli ospiti del trimestre che va da luglio a settembre. Può sembrare sorprendente che proprio in estate, con la vita sul lago, si dichiari maggiore importanza a quest'aspetto, ma questo può dipendere dal fatto che l'ospite dei periodi più caldi è di solito alla forte ricerca di stimoli di vario genere, ad integrazione della vacanza che deve essere pur imperniata sulla natura, lo sport, il relax, ma anche vivacizzata da occasioni e stimoli di tipo culturale ancor più di quanto non avvenga nei più "tranquilli" mesi di fine primavera-inizio estate. Sul Garda questa sensibilità è un poco superiore, ma la differenza è apprezzabile più che altro nel periodo maggio-giugno.

...così come prodotti e degustazioni

La possibilità di poter abbinare alla vacanza degustazioni e visite di carattere enogastronomico coinvolge maggiormente anche questa volta gli ospiti estivi, evidentemente più curiosi, oppure soltanto più inclini alle delizie della tavola tipica, dei prodotti del luogo. In Valsugana, nel bimestre maggio-giugno, questa attenzione è superiore a quanto avviene sul Garda, mentre in estate (luglio-settembre) è il Garda a prevalere. E' probabile che in estate in Valsugana il tipo di pubblico più stanziale e maggiormente orientato alla vita di camping, da spiaggia, oppure alle escursioni, non sia così esplorativo e *gourmet*...

I trattamenti curativi ed il benessere in genere sono aspetti che possono senza dubbio essere strettamente abbinati alla vacanza lacuale trentina. Gli intervistati hanno dichiarato in merito una ridotta, se non nulla, importanza nei due terzi dei casi. In estate la sensibilità/desiderio sulle proposte wellness è in qualche caso un poco più alta della media, ma non si tratta di valori che sconvolgano la modesta attenzione dichiarata dai "grandi numeri". La Valsugana vede una certa maggiore attenzione verso quest'offerta, com'era probabile supporre, viste anche le antiche tradizioni termali. Non è grande, in entrambe le aree in esame, la differenza tra il bimestre di inizio estate ed il trimestre estivo.

Animazione più importante d'estate

Animazione, opportunità di svago e divertimento è un altro tema che si può bene abbinare alla vacanza e senza dubbio in modo particolare a quella che vede le rive del lago come elemento caratterizzante. In estate la definizione di "importante", in merito a questi aspetti corroboranti la vacanza, è decisamente più forte che nel periodo di fine primavera-inizio estate. La differenza tra Garda trentino e Valsugana è limitata ad un maggiore gradimento che in quest'ultima si registra nel bimestre di maggio-giugno.

Prezzi più importanti in primavera

E' stata sondata anche l'importanza dei prezzi praticati. Per i vacanzieri di luglio, agosto e settembre è certo importante. Infatti, la maggioranza dei pareri si raccoglie attorno a questa opzione di risposta (69% del totale). Quando si va ad analizzare le percentuali di risposta attorno all'opzione di "molto importante",

però, si può notare come il 23% dei rispondenti estivi scelga questa possibilità, ma tra i vacanzieri della cosiddetta testa estiva la stessa opzione di risposta sale ad un ben maggiore 33%. Probabilmente convivono due fenomeni: da un lato la propensione a spendere di più in estate gioca un certo ruolo, dall'altro esiste da parte di molti turisti una forte attenzione al prezzo, in particolare tra i turisti del viaggio organizzato. Queste due importanti "facce" del fenomeno turistico - in questo caso sui laghi trentini, ma potrebbe essere simile altrove - fa scaturire sensibilità controverse e compresenti negli stessi periodi e tra periodi diversi.

L'attenzione ai prezzi, sempre molto alta, è però un poco più elevata in Valsugana, rispetto al Garda trentino.

Le politiche ambientali sono senz'altro importanti, ed è importante anche che sia il gestore dell'impresa ricettiva o comunque il "sistema" a farsi portavoce, ad informare gli ospiti. Sul Garda trentino questa sensibilità/interesse verso un'informazione che abbia il gestore come portavoce è un poco più elevata che in Valsugana.

La soddisfazione nei confronti dei temi già proposti è stata poi oggetto di attenzione specifica, sempre in rapporto con le due tipologie di vacanza (quella di inizio, cioè "la testa" di maggio-giugno, e quella del trimestre luglio-settembre).

In alcuni casi il differente periodo comporta anche differenze di soddisfazione in merito ad alcuni temi, in altre assai meno o per nulla. Nel primo caso si va ad indagare in merito al contesto ambientale e paesaggistico, nel quale le differenze tra gli utenti di maggio e giugno non si discostano sensibilmente da quelle di chi è stato intervistato nei seguenti mesi da luglio a settembre. In merito alle differenze che si potrebbero riscontrare tra l'area della Valsugana e quella del Garda trentino per quanto concerne il contesto naturale e paesaggistico, la soddisfazione appare più elevata sul Garda, soprattutto in estate, dove le differenze si accentuano.

Anche il tema della tranquillità nella destinazione turistica non appare foriero di gran differenze "stagionali". In estate la soddisfazione è comunque complessivamente più elevata e questo, in pieno "carico turistico", può essere un segnale positivo degno di nota e soddisfazione. La stessa cosa accade anche con la soddisfazione inerente le "politiche ambientali adottate e comunicate dal gestore della struttura ricettiva e/o la certificazione di corretta gestione ambientale".

Se si vanno a vedere le cose distinguendo tra Garda trentino e Valsugana, in merito al tema della tranquillità, in tarda primavera la soddisfazione è un poco superiore in Valsugana.

Differenze di soddisfazione

“Accessibilità, pulizia e dotazione della spiaggia e del lago” si mantengono come i temi precedenti, e forse ancor più di alcuni, in una situazione di soddisfazione elevata, che tra il periodo di centro ed i periodi di testa stagionale non mostra apprezzabili differenze di opinioni tra il pubblico. La soddisfazione in merito è superiore in Valsugana, durante la primavera, rispetto ai valori registrati sul Garda trentino, mentre nel trimestre estivo i valori sono molto più vicini.

Neppure il tema dei parcheggi suscita opinioni differenziate tra gli intervistati nelle due “sotto-stagioni” in esame. La soddisfazione su questo aspetto sembrerebbe però più alta in Valsugana che sul Garda trentino.

I servizi di trasporto pubblico e collettivo, invece, mostrano differenze non certo trascurabili nei due periodi esaminati: l'insoddisfazione, in estate bassissima, nella tarda primavera raggiunge la preoccupante soglia del 27% delle opinioni. In estate, invece, tra il pubblico la soddisfazione per questo servizio è sostanzialmente alta, e questo fa pensare che nei periodi di inizio stagione ci sia un eccessivo “ridimensionamento” di questi servizi ed opportunità...

Le acque soddisfano molto

Qualità e balneabilità delle acque, invece, registrano un'alta soddisfazione tra i due periodi in esame. Nell'estate gardesana, però, i risultati medi in tema, già molto buoni, vengono superati da valutazioni decisamente lusinghiere.

Varietà e qualità dell'offerta ricettiva comportano invece una situazione un po' particolare: il giudizio di “soddisfatto” è, nel trimestre caldo, decisamente elevato e superiore a quello dell'altro intervallo temporale (si tratta di un 65% contro un 55%), mentre il giudizio di “molto soddisfatto” vede il trimestre più caldo limitarsi ad un 32%, che pur non basso è inferiore al 38% registrato tra gli ospiti dei periodi di fine primavera (maggio, giugno). Potrebbe darsi che nei periodi di tarda primavera la varietà e la qualità del sistema di accoglienza lacuale trentino sia particolarmente apprezzato dagli intervistati anche perché particolarmente caratterizzato da un interessante rapporto con il prezzo... Tra Valsugana e Garda trentino le differenze non sono molto forti: si può affermare comunque che in estate sul Garda la soddisfazione per la varietà e qualità dell'offerta ricettiva è, soprattutto nel trimestre caldo, un poco più elevata della già alta soddisfazione presente in Valsugana.

La numerosità e varietà dei servizi aggiuntivi non suscita particolari occasioni di confronto e differenza tra i due periodi in esame; forse soltanto una certa quota di insoddisfazione nei periodi di testa e coda è degna di nota, ma si tratta dell'8% (contro il 4% di scarsa soddisfazione nel trimestre luglio-settembre) e quindi resta contenuta, in assoluto. Sul Garda questa già elevata soddisfazione esprime valori ancor più interessanti che in Valsugana, sia nel bimestre tardo primaverile che nel trimestre luglio-settembre.

Le dotazioni sportive e la stagione Le dotazioni e le strutture disponibili per praticare attività sportive sembrerebbero generare una certa soddisfazione superiore, nel periodo più caldo. Può darsi che questo apprezzamento dipenda in parte anche dal fatto che in luglio, agosto e settembre l'utenza è più propensa ad utilizzare le varie strutture, gli impianti, ed inoltre sia apprezzabile il fatto che tutto sia "aperto per ferie". In maggio e giugno abbondano le persone al di sopra dei 65 anni, tra l'altro, assai meno propense all'attività sportiva. Sul Garda trentino la soddisfazione su questo aspetto è molto alta e superiore di quella, peraltro di buon livello, presente in Valsugana.

La cultura soddisfa di più in estate Le proposte culturali trovano "soddisfatto" il turista estivo (76%) più di quello presente nel bimestre maggio - giugno (66%), una differenza non da poco, pur in un contesto decisamente positivo, mentre lo si trova "molto soddisfatto" per le proposte culturali per il 16% in estate, contro un 23% ben più consistente tra gli ospiti del periodo di testa stagionale. Si potrebbe spiegare questa "diversità" forse attingendo ad una considerazione: in maggio e giugno l'attenzione degli ospiti presenti verso la cultura, in tutte le sue forme, è alto, meno caratterizzato dalla piacevole superficialità della vita da spiaggia. Se così fosse, sappiamo che il Trentino sul versante cultura è certo competitivo e stimolante anche al di fuori di luglio, agosto e settembre. In merito non ci sono grandi differenze tra risposte raccolte sul Garda trentino ed in Valsugana, ma in primavera la zona del Garda qualche soddisfazione in più della media, già alta, la presenta, mentre un poco sotto la media si trova, specularmente, la primavera della Valsugana.

All'enogastronomia fa bene il caldo, ma anche le mezze stagioni Anche l'offerta enogastronomica vive una dinamica analoga a quella della cultura (soddisfazione spiccata tra gli estivi, ma molta soddisfazione tra i turisti "altra stagione"), e questo per certi versi potrebbe portare, pur con prudenza massima, a considerare i due ambiti non così lontani. Del resto, che l'enogastronomia sia anche cultura non v'è dubbio ormai da decenni.

Si potrebbe sintetizzare la situazione di questi ultimi due temi in questo modo: nel trimestre luglio-settembre il pubblico presente è soddisfatto, ma nei mesi di maggio e giugno la capacità del Trentino di soddisfare è per certi versi più alta e soprattutto più "in simpatia" con l'ospite di quei mesi, più esploratore, più attento, meno incline al piacevole "abbandono" sulle rive...

Per quanto riguarda le due aree in esame, la soddisfazione che si riscontra nel bimestre di fine primavera appare più alta della media in Valsugana, rispetto al Garda.

Il benessere è una domanda costante I trattamenti curativi ed il benessere non si segnalano per opinioni e gradimenti sensibilmente diversi tra le due utenze studiate. Evidentemente il benessere psicofisico in generale, almeno sui laghi trentini, vede un interesse ed una sensibilità costante. La cosa, vista la natura del tema, non stupisce. C'è soddisfazione in entrambe le aree, e l'unica flessione (assai relativa!) è semmai

nel corso della fine primavera in Valsugana, area dove peraltro in estate la soddisfazione è poi a salire oltre la media per i giudizi di “molto soddisfatto”. Animazione, opportunità di svago e divertimento vedono una soddisfazione notevole, soprattutto tra gli ospiti estivi, che arrivano a dichiararsi soddisfatti in quasi tre casi su quattro. Molto soddisfatti sono invece il 14% degli intervistati nei mesi di testa estiva, un po' più del 12% degli ospiti del trimestre luglio-settembre, ma non è un fenomeno che desti particolare attenzione, visto il quadro generale delle risposte in argomento. Che gli ospiti di luglio-settembre si dichiarino in gran parte soddisfatti o molto soddisfatti delle opportunità di divertimento, svago, è davvero molto importante per il Trentino turistico, ed in modo particolare per aree dove la presenza della spiaggia e della vita al sole, all'aria aperta in generale è così importante. Questo aspetto è giudicato assai meglio dagli intervistati nell'area del Garda, rispetto alle opinioni raccolte in Valsugana. A differenza di molte altre voci esaminate, in questo caso la diversità è elevata.

I prezzi soddisfano i più

In merito ai prezzi praticati la soddisfazione è notevole e fa piacere trovare valori come l'82% di “soddisfatti” in estate, ai quali si aggiunge un 6% di “molto soddisfatti”. Nell'altro periodo in esame la dinamica, come spesso accade, vede sì una grande soddisfazione (73%), pur su livelli inferiori al livello espresso dagli ospiti estivi, ma va tenuto conto che i “molto soddisfatti” del periodo maggio-giugno sono più numerosi dei “molto soddisfatti” del periodo luglio-settembre. In Valsugana la soddisfazione in merito sembrerebbe un poco più elevata che sul Garda trentino, soprattutto confrontando i dati riguardanti la tarda primavera.

Soddisfa l'attenzione all'ambiente

Le politiche ambientali adottate dal gestore e comunicate agli ospiti sono un aspetto che molti turisti soddisfatti apprezzano. In estate i soddisfatti rappresentano l'86%, mentre i molto soddisfatti sono l'8%, mentre nell'altro periodo di testa stagionale i soddisfatti sono il 75%, quindi un po' meno, mentre i molto soddisfatti sono però il 20%. La media della soddisfazione è quindi ancor più alta nel periodo “non di punta”. Può darsi che il turista di quest'ultimo periodo sia più sensibile, più esploratore, com'è accaduto anche con i temi della cultura e dell'enogastronomia, disegnando un ospite un poco più curioso ed attento di quello di luglio-settembre, vero e proprio professionista della spiaggia e del divertimento “classico”, più vicino allo stile marino. In primavera, pur non scostandosi molto, i valori raccolti in Valsugana sembrano posizionarsi su livelli ancor più elevati, sia rispetto all'estate che all'altra area in esame, quella del Garda trentino.

4. LA VOCE DEGLI OPERATORI

A fianco dell'indagine quantitativa che ha coinvolto gli ospiti presenti sulle spiagge dei laghi di Garda e di Levico e Caldonazzo in Valsugana, è stata condotta dal personale dell'Osservatorio una *survey* sugli operatori locali e sugli amministratori per registrare il loro punto di vista sul fenomeno turistico e capire quali sono secondo loro gli aspetti di criticità dei rispettivi ambiti e quali i punti di forza.

Le interviste hanno coinvolto sia operatori del mondo ricettivo o comunque turistico sia amministratori locali e si sono sostanziate in una intervista semi-strutturata che ha cercato di seguire una traccia precedentemente preparata.

Di seguito si riporta una sintesi di quanto emerso durante questi colloqui e le proposte o gli aspetti maggiormente critici e problematici segnalati da coloro che vivono sul territorio e sono a stretto contatto con il fenomeno turistico. Gli operatori dipingono un quadro sostanzialmente in linea con quanto emerso dall'indagine quantitativa condotta dall'Osservatorio in riva ai laghi, a testimonianza di come siano presenti nei territori trentini operatori pubblici e privati capaci non solo di erogare servizi di livello medio alto ma anche consapevoli delle caratteristiche del fenomeno turistico e in grado di leggere in maniera critica e oggettiva i trend e i cambiamenti in corso.

4.1 Il Garda

Gli operatori turistici e gli amministratori locali del Garda intervistati sono consapevoli che il fenomeno turistico locale è molto complicato e complesso per la presenza di diversi target di domanda, che hanno caratteristiche ed esigenze almeno parzialmente diverse.

Turismo e complessità

Il Garda trentino ha oggi a disposizione una proposta legata allo sport che riesce a richiamare soprattutto un pubblico giovane, che si muove per lo più con amici e proviene dall'estero. Questo target di domanda vive il lago e il territorio circostante come una palestra a cielo aperto dove è possibile praticare sia discipline legate all'acqua, come la vela e il windsurf, sia sport di terra e in particolare le escursioni in bici e, in misura minore, a piedi e l'arrampicata sportiva. Mostra anche un certo grado di curiosità per sperimentare i prodotti locali e la cucina tipica italiana più che strettamente trentina. È un turista fedele che ritorna negli anni portandosi anche la famiglia una volta costituita. Negli ultimi anni anche giovani italiani stanno scoprendo la bellezza di una vacanza attiva in riva al lago di Garda. Si tratta di un fenomeno ancora limitato ma che mostra interessanti segnali di crescita.

Nell'ambito è presente anche il turismo della terza e della quarta età, che sceglie il Garda trentino, soprattutto nei periodi di bassa stagione, come base logistica per visitare le città della Pianura Padana e vive il lago in maniera passiva, considerandolo un elemento importante da un punto di vista scenico e paesaggistico e per la sua capacità di mitigare il clima e renderlo mediterraneo anche nel cuore delle Alpi.

Il terzo importante segmento del turismo gardesano è quello business legato principalmente alla convegnistica e alle esposizioni fieristiche. Non manca poi il movimento d'affari in senso stretto che vive grazie alla presenza di un tessuto economico vivo e dinamico. Questa forma di turismo risente relativamente meno dei fenomeni della stagionalità e si articola in maniera continuativa nel corso dell'anno, garantendo alle strutture ricettive un minimo durante tutto l'anno e conseguentemente la continuità del business.

Il Garda trentino è scelto anche da famiglie, concentrate soprattutto nel cuore dell'estate, che vivono il lago alla stregua del mare e sono alla ricerca di una dimensione di riposo. Si tratta di un target minoritario nel portafoglio clienti dell'ambito e che non presenta significativi trend di crescita.

Il lago di Garda, pur vissuto in maniera diversa da parte dei target di domanda, costituisce il principale fattore di attrattiva dell'ambito e il motore del turismo locale e non solo di una specifica tipologia ricettiva, il campeggio, come invece avviene in Valsugana.

Vocazioni interne

L'ambito di riferimento, pur piccolo, non appare omogeneo ma presenta al suo interno delle zone che hanno sviluppato nel corso degli anni una propria vocazione legata alle risorse e alle offerte presenti. Arco e Torbole risultano i poli capaci di intercettare un pubblico giovane e interessato a vivere la vacanza come occasione per praticare attività fisica e sportiva. Riva del Garda, grazie alla presenza di strutture di grandi dimensioni e di alto livello, accoglie invece, oltre al turismo business (affari ma anche fiere e congressi), turisti, in molti casi senior ed intermediati, che hanno un approccio più passivo alla vacanza e sono alla ricerca di una dimensione di riposo e di relax.

Internazionalizzazione

Il Garda trentino si differenzia nella prospettiva provinciale non solo per l'ampia apertura internazionale ma anche per il ruolo decisivo giocato dal settore dell'intermediazione che garantisce sì consistenti flussi turistici ma al tempo stesso impone condizioni economiche non sempre sostenibili per gli operatori, se non a discapito della qualità erogata. Lo sviluppo delle nuove tecnologie informatiche e dei collegamenti aerei *low cost*, unita alla maggior conoscenza dell'ambito da parte degli ospiti, stanno spingendo ad una crescita del turismo individuale fai da te.

Gli operatori intervistati sono consapevoli che il loro ambito risulta diverso e al tempo stesso complementare con il resto del Trentino non solo in termini di

Fare rete

prodotti disponibili ma anche di immagine. Sono convinti della necessità di instaurare delle reti di collaborazione con gli altri enti esistenti in provincia e deputati alla promozione turistica. In particolare sono dell'idea che il marchio Garda possa fungere da stimolo e da traino per il resto del Trentino all'estero, dove è più conosciuto e visibile, mentre sul mercato nazionale la situazione si rovescia con il logo provinciale che travasa valore e visibilità su quello d'ambito. Sono in essere proficue collaborazioni con gli ambiti turistici della Vallagarina e della Valle di Ledro, che rappresenta la naturale prosecuzione del Garda sia in termini spaziali che di offerta e proposte turistiche, e viene scelta da ospiti che vogliono vivere il lago ma ricercano località più tranquille e meno congestionate. Un po' più deboli risultano invece i legami con la zona di Trento, che rappresenta pur sempre un importante attrattore per i tanti turisti che soggiornano sul lago, specie per rimediare a giornate di brutto tempo. Alcuni operatori lamentano comunque come la progettualità di Trentino SpA, la società di marketing turistico territoriale della provincia di Trento, si concentri soprattutto su cliché ed immagini legati ad uno stereotipo alpino o comunque montano e non sempre sia in grado di dar il giusto peso e la giusta dignità al prodotto laghi.

Il Garda è uno solo

Gli operatori intervistati sono convinti della necessità di instaurare rapporti di collaborazione e di cooperazione anche con le altre sponde del lago, in modo da promuovere lo specchio d'acqua in maniera unitaria e travalicare i confini amministrativi, incomprensibili e privi di qualsiasi valore e senso per chi è in vacanza e soprattutto proviene dall'estero. Ad oggi le relazioni sono in capo all'Azienda per il Turismo Ingarda trentino e si limitano alla sola sfera promozionale. Emerge un giudizio positivo per le azioni implementate dal consorzio interregionale, anche se alcuni auspicano si riesca nel tempo a condividere non solo le scelte di comunicazione e promozione ma anche le strategie e le politiche di sviluppo in modo da costruire un "distretto turistico" coeso e coerente al suo interno.

Gli elementi di forza su cui può contare l'ambito secondo gli operatori sono legati in primis al lago e al contesto ambientale ma anche al clima e alla possibilità di praticare numerose e variegata discipline sportive. Proprio gli sport d'acqua e l'infrastrutturazione dell'entroterra per la mountain bike e per altre discipline sportive hanno determinato il rilancio in termini di immagine e di movimento dell'ambito. Oggi il Garda trentino è sede di numerosi eventi di portata internazionale legati allo sport ed è scelto da numerose aziende per testare e presentare nuovi materiali o prodotti tecnici. Secondo gli intervistati, la vacanza attiva è il prodotto di punta oggi maggiormente qualificante della realtà

gardesana e quello che evidenzia i maggiori margini di crescita nel prossimo futuro.

Felice posizione

Non va poi dimenticato che il Garda si trova in una posizione felice e facilmente accessibile e che rappresenta il primo lago italiano e mediterraneo che i turisti nord europei e in particolare tedeschi incontrano valicate le Alpi. La vicinanza agli scali aeroportuali del Nord Est (Verona, Brescia, Milano e Venezia) e a importanti assi di comunicazione autostradale (Autostrada del Brennero e Autostrada Venezia Milano) e ferroviaria garantisce una comoda accessibilità per chi si muove sulle lunghe distanze. Rimangono, come evidenziato nel seguito del paragrafo, grosse difficoltà per coprire i tratti di avvicinamento dai principali nodi (caselli autostradali, stazioni e aerostazioni) all'ambito.

Investimenti per la qualità

Secondo gli operatori, l'offerta ricettiva e più in generale turistica dell'ambito si attesta su un buon livello qualitativo grazie ai numerosi investimenti realizzati negli ultimi anni e alla presenza di un gruppo di imprenditori evoluti, che hanno capito che il turismo in riva al Garda deve puntare sulla sostenibilità, sulla qualità e sulla valorizzazione delle peculiarità locali piuttosto che sui numeri che a lungo andare possono compromettere l'ambiente e le risorse locali. Emerge una sostanziale contrarietà alla costruzione di nuove strutture alberghiere così come alle spinte immobilistiche per la costruzione di seconde case, che oltre a deturpare il paesaggio e a "fagocitare" spazi, già limitati, possono indebolire la florida economia turistica oggi esistente in riva al lago.

Formazione, sensibilità

Parte degli operatori hanno sviluppato nel corso degli anni, grazie anche ai momenti formativi organizzati, una sensibilità sui temi della tutela ambientale e più in generale della sostenibilità, che si traduce nell'adozione di comportamenti volti a ridurre gli impatti negativi. Su questi temi esistono ancora margini di miglioramento sia per i singoli che per la destinazione nel suo insieme che deve riuscire a bilanciare i diversi interessi in gioco, non solamente turistici, e i possibili utilizzi del territorio. L'economia dell'Alto Garda si basa infatti anche su numerose attività industriali, artigianali e del settore dei servizi, che costituiscono un sistema attivo e dinamico e che hanno spesso logiche e prospettive di sviluppo territoriali non sempre coerenti con quelle di chi opera nel turismo.

Sostenibilità come valore

Il valore della sostenibilità pare capito ed apprezzato, oltre che da una parte degli operatori locali, anche dagli ospiti, specie quelli stranieri che rispetto agli italiani mostrano una coscienza ecologica più radicata. Rimane il problema, più volte emerso durante le interviste, di trovare le modalità di sensibilizzare i turisti, specie italiani, sulle tematiche ambientali e sui corretti comportamenti da adottare in vacanza.

Il principale problema che affligge oggi la sponda trentina del Garda, e che in qualche modo può compromettere il suo sviluppo futuro, è da ricercare nella

rete stradale e nel sistema dei trasporti pubblici che non sempre risultano coerenti con la mole di persone presenti. Gli operatori puntano il dito contro la viabilità di accesso e interna, che non riesce a smaltire l'elevato numero di veicoli e crea lunghi incolonnamenti, e il sistema di parcheggi ritenuto insufficiente. Vengono richieste soluzioni urgenti per migliorare la vivibilità della destinazione per turisti e residenti e migliorare la qualità complessiva della proposta. La soluzione di parcheggi di testata e di sistemi di mobilità pubblica (es. metropolitana di superficie) secondo alcuni intervistati non è proponibile perché i turisti vogliono arrivare in macchina fino alla struttura ricettiva per una questione non solo di comodità (specie se hanno bagagli o attrezzatura sportiva da trasportare) ma anche di libertà. Gli operatori segnalano anche il problema della congestione e del sovraffollamento delle località in particolari periodi dell'anno causati dal massiccio afflusso di persone e l'endemica mancanza di spazi. Le politiche di destagionalizzazione implementate stanno dando i loro frutti anche se esistono ancora margini di miglioramento per decongestionare ulteriormente le località nei periodi di punta e al tempo stesso sostenere le performance e la redditività delle strutture.

Viabilità, affollamento...

Manca un "dopolago"?

Altro punto critico dell'offerta del Garda è da ricercare nella mancanza di una proposta "dopolago" con momenti di animazione ed eventi, fatti magari anche in spiaggia e pensati per un pubblico giovane. I locali e le strutture per il divertimento e la socializzazione sono pochi e devono fare spesso i conti con i residenti, che non sempre accettano di buon grado la *movida* notturna. Alcuni rilevano infine come esistano ancora delle frizioni e delle difficoltà nella collaborazione fra operatori del turismo e fra turismo ed altri settori economici, in primis quello agricolo. Le relazioni, che sono comunque presenti, sono ancora problematiche e necessitano ancora di tempo per consolidarsi e fluidificarsi. In alcuni casi pesano ancora gelosie o visioni parzialmente diverse dello sviluppo locale che si traducono in azioni e interventi scoordinati e in alcuni casi lontani da una logica e da una prospettiva strettamente turistiche.

offerta

4.2 I laghi di Levico e Caldonazzo in Valsugana

Molte proposte, molti tipi di ospite

Secondo gli operatori intervistati, la proposta turistica della Valsugana è molto varia ed articolata e riesce ad intercettare target di domanda con motivazioni differenti e con comportamenti ed esigenze non sempre convergenti.

Fino agli anni Ottanta il turismo a Levico e in generale in Valsugana era prevalentemente di natura curativo sanitario e coinvolgeva in maniera quasi esclusiva un pubblico anziano. I laghi erano sfruttati per finalità *leisure* solamente uno o al massimo due mesi nel corso della stagione estiva ed erano considerati essenzialmente come un luogo ideale per chi era alla ricerca di

Evoluzione dell'offerta

riposo e relax. Negli ultimi anni gli operatori e gli amministratori, come sul Garda, hanno parzialmente modificato la loro considerazione dei laghi e del territorio circostante vedendoli come aree vocate alla pratica di attività sportive. Questa nuova proposta dell'ambito è riuscita a rilanciare il turismo e a richiamare in valle turisti giovani e per lo più stranieri, desiderosi di vivere una vacanza attiva e a contatto con la natura.

Rispetto all'area gardesana, i turisti interessati al prodotto laghi soggiornano quasi esclusivamente nei campeggi, ubicati spesso lungo le rive o nelle immediate vicinanze, e solo in pochi casi in strutture alberghiere, scelte invece prevalentemente da chi si trova nell'ambito per cure e trattamenti termali. I laghi della Valsugana si caratterizzano come una destinazione a misura soprattutto di famiglie e non hanno grande *appeal* sui target più giovani, che faticano a trovare occasioni di divertimento e forse hanno ritmi e modi di vivere la vacanza non sempre allineati e coerenti con quelli di chi si muove con la famiglia. La vacanza lacuale anche in Valsugana è scelta soprattutto da un ospite straniero anche se in questo caso il principale mercato di riferimento non è la Germania ma l'Olanda e i Paesi Bassi. Gli italiani sono un'esigua minoranza e si concentrano soprattutto nel mese di agosto. Il movimento internazionale sui laghi della Valsugana risulta comunque più contenuto rispetto a quello registrato in riva al Garda.

Cultura, non solo sport

Il turista che sceglie i laghi come destinazione della sua vacanza è culturalmente aperto e non si accontenta della sola pratica sportiva. È curioso e desideroso di conoscere anche le emergenze culturali e ambientali del territorio circostante e di sperimentare la cucina e i prodotti tipici della tradizione italiana (es. pizza o lasagne) e in seconda battuta di quella trentina. Non disdegna visite alle città d'arte del Trentino (Trento e Rovereto) ma anche del vicino Veneto e in particolare Venezia e Bassano del Grappa. Gli olandesi in particolare sono interessati anche a visitare le valli dolomitiche e a salire in cima alle vette per vedere il panorama da una prospettiva per loro inusuale, visto che provengono da realtà pianeggianti. Molti operatori hanno sottolineato come l'ospite lacuale difficilmente esca la sera per due passi in centro paese, preferendo invece rimanere in campeggio dove i gestori propongono animazione ed eventi. Il fenomeno turistico lacuale sembra oggi fortemente circoscritto alle realtà dei campeggi e alle zone adiacenti ai bacini d'acqua e con pochi benefici per l'entroterra. Molte amministrazioni ed operatori stanno lavorando ed investendo per rendere più vivi e attrattivi i paesi anche per chi soggiorna in riva al lago e per potenziare l'offerta di locali e di momenti di animazione e di socializzazione, pensati anche per i target più giovani che soggiornano nell'ambito.

Curiosità per le città

I due bacini della Valsugana, pur essendo vicini, hanno due target e due proposte non coincidenti dovuti in parte anche alle differenti caratteristiche

La diversità dell'offerta...

ambientali. Il lago di Levico è una realtà ancora scarsamente antropizzata ed infrastrutturata e viene scelto soprattutto da persone che sono alla ricerca di riposo e di relax e si limitano a qualche bagno e nuotata. Il lago di Caldonazzo accoglie invece persone che abbinano al riposo in spiaggia attività sportive ed esprimono un approccio attivo alla vacanza. Praticano diverse attività sportive sia in acqua, come vela o windsurf, sia nell'entroterra, in particolare trekking e mountain bike.

Oltre ai laghi, l'ambito della Valsugana può contare anche su un'offerta benessere e termale che trova negli stabilimenti di Levico Terme e nella Casa *Raphael* di Roncegno Terme le sue eccellenze. Le persone che soggiornano nell'ambito per i trattamenti curativi e benessere sono relativamente più anziane di chi frequenta il lago e sono quasi esclusivamente italiane. Soggiornano in strutture alberghiere o comunque ubicate nel centro paese. Frequentano poco i laghi e li vivono non tanto come una palestra per la pratica sportiva ma come un luogo dove rilassarsi e riposarsi.

...e quella dei target

Molte delle persone intervistate sono convinte che terme e laghi, principali prodotti dell'ambito, sono due proposte turistiche oggi slegate e con pochi punti di contatto, per via anche delle diversità di target delineate. Auspicano comunque che nel futuro vengano potenziate le sinergie e si arrivi a ideare e a lanciare sul mercato delle proposte di benessere in grado di coniugare i trattamenti e le cure, riviste in una luce non più strettamente curativa, e l'attività sportiva. Qualcosa in questo senso si sta già facendo. Ad esempio nel corso della stagione estiva 2009 è stato istituito un trenino che collega Levico con il lago. Tale servizio è stato pensato per la clientela delle terme che è mediamente anziana e trova difficoltoso il ritorno in paese a piedi. Il movimento dei turisti pernottanti al lago verso i centri dei paesi, come già accennato, risulta leggermente più difficile da realizzare.

L'ospite straniero è più "sensibile"

Anche qui come sul Garda emerge come l'ospite straniero sia maggiormente attento alle tematiche legate alla tutela ambientale e alla sostenibilità. Presta attenzione alla qualità ambientale del territorio dove soggiorna e dei laghi. Secondo alcuni operatori si notano diversi approcci alla sostenibilità anche da parte degli ospiti. In particolare l'ospite di lingua tedesca ha interiorizzato maggiormente le tematiche della tutela ambientale e vive la sostenibilità come un valore. Discorso diverso per gli olandesi che adottano comportamenti corretti da un punto di vista ambientale non per convinzione profonda quanto per rispondere a norme e regole cogenti. Gli italiani non sembrano particolarmente attenti a simili problematiche e vorrebbero poter vivere le loro vacanze in libertà, senza sottostare a particolari obblighi.

In Valsugana si è sviluppata una sensibilità diffusa nei confronti del tema della sostenibilità tanto che diverse strutture possono già fregiarsi del marchio

Ecolabel mentre altre stanno completando l'iter per la certificazione. La scelta di puntare sulla sostenibilità in molti casi risponde a un valore o a una convinzione personale del gestore e solo in pochi casi è motivata dai benefici di carattere economico e di immagine che ne possono derivare. Alcuni operatori pur avendo interiorizzato l'importanza di una gestione della destinazione proiettata nel lungo periodo non mettono in atto delle azioni concrete.

*Un buon ambiente,
migliorabile sempre*

La qualità ambientale viene giudicata tutto sommato buona dagli operatori anche se sono consapevoli che esistono dei margini di miglioramento e che in Valsugana sono presenti interessi e logiche di intervento non sempre coincidenti. Nel corso degli anni si sono sviluppati, accanto al settore turistico, anche numerosi insediamenti industriali, del terziario ed artigianali che hanno delle visioni e delle strategie in alcuni casi lontane da quelle degli operatori turistici. Il turismo, secondo molti operatori ed amministratori, costituisce la strada maestra per sostenere l'economia e l'occupazione della Valsugana e far fronte alla crisi che sta interessando il tessuto produttivo ed industriale locale. Servono però scelte coraggiose e non più rinviabili e l'assunzione di responsabilità da parte di tutti gli *stakeholder* locali.

*Coraggio e
responsabilità*

Uno dei principali problemi ambientali è costituito dalla Statale della Valsugana che garantisce una comoda e veloce accessibilità all'ambito ma porta inquinamento, rumori e traffico e può compromettere la qualità e balneabilità dei laghi, in caso di cadute di cisterne o veicoli in acqua. È in fase di valutazione la costruzione di una galleria sotto il colle di Tenna per bypassare i laghi e la costruzione di un anello circumlacuale utilizzando il vecchio tracciato stradale. Secondo alcuni intervistati tale progetto non è risolutivo dei problemi dell'ambito ma rischia di incrementare ulteriormente i volumi di traffico, specie di quello pesante, e di compromettere la tranquillità e la qualità della destinazione.

Gli elementi di forza su cui può contare l'ambito secondo gli operatori sono legati in primis al lago, che è balneabile e uno dei più puliti in Italia secondo Goletta Verde di Legambiente, e al contesto ambientale e paesaggistico. Anche il clima mite e gradevole, anche se non paragonabile a quello tipicamente mediterraneo del Garda, rappresenta un valore aggiunto che il territorio può offrire ai propri ospiti. Non va poi dimenticato che i laghi della Valsugana, oltre al Garda, sono i primi bacini italiani e mediterannei che gli ospiti stranieri incontrano una volta varcate le Alpi e che sono facilmente accessibili in auto dato che si trovano lungo un'importante asse stradale che collega il mondo tedesco con la parte orientale del Veneto e in particolare Venezia e le spiagge dell'Alto Adriatico (Jesolo, Caorle, ecc.). L'accessibilità in treno o aereo risulta leggermente più disagiata.

*Qualità talvolta
disomogenea*

La qualità dell'offerta ricettiva risulta abbastanza buona anche se permangono accanto a situazioni di eccellenza delle strutture che hanno una proposta non

più in linea con le esigenze del turista moderno e adottano modelli gestionali ormai superati. Il comparto dei campeggi viene indicato da più parti come il più dinamico e quello che è riuscito maggiormente a rinnovarsi in termini di servizi e di offerte e implementare un approccio gestionale orientato al mercato. Gli alberghi, che lavorano maggiormente con un turista senior e interessato al prodotto terme e benessere, presentano maggiori difficoltà e in molti casi risultano ancorati a sistemi di gestione ormai superati. Non mancano comunque strutture alberghiere che hanno saputo cogliere gli stimoli del mercato e che hanno ammodernato la propria proposta e migliorato i servizi e gli spazi a disposizione degli ospiti. La sfida più grossa dell'ambito è quella di riuscire a garantire la sopravvivenza e la redditività delle strutture esistenti e la capacità degli operatori di migliorare la qualità erogata agli ospiti.

Molti hanno raccolto la sfida

La collaborazione fra gli operatori turistici e la cultura dell'accoglienza sono presenti negli operatori ma dovrebbero essere ulteriormente potenziate per migliorare la qualità complessiva dell'ambito e la sua competitività sui mercati.

Turismo e agricoltura

Il connubio fra turismo e agricoltura nell'Alta Valsugana è ancora debole e deve essere potenziato, anche se qualche piccolo passo in avanti è stato fatto negli ultimi anni. Mondo agricolo e turismo hanno alle spalle storie e sensibilità diverse e fanno fatica a trovare un punto di incontro e a costruire una visione comune e condivisa del futuro della valle. Gli operatori turistici e della ristorazione sembrano ancora poco attenti alla valorizzazione delle produzioni tipiche per motivi economici e di mentalità così come gli agricoltori in alcuni casi considerano il turismo e i turisti un ostacolo alle loro attività e una possibile minaccia per l'ambiente locale.

Congestione e weekend

I laghi della Valsugana soffrono come il Garda di problemi di congestione soprattutto nei weekend o nei periodi centrali dell'estate, dovuti in larga parte ai consistenti flussi escursionistici che si riversano in riva ai laghi dalla Valle dell'Adige e dalla città di Trento e dal vicino Veneto, per ricercare un po' di refrigerio e trascorrere una giornata lontano dall'afa delle città.

I laghi della Valsugana non hanno sui mercati stranieri ma anche su quello domestico una visibilità ed un'immagine paragonabile a quelle del Garda, che rappresenta la destinazione lacuale per eccellenza del Trentino e forse anche dell'Italia. Servono ulteriori azioni di *branding* e di promozione ma anche investimenti per migliorare l'offerta in termini qualitativi e di servizi e l'infrastrutturazione del territorio per la pratica sportiva. Su questo fronte molti amministratori hanno messo sul tavolo della discussione diversi progetti che si muovono proprio nella direzione di migliorare la qualità e la varietà della proposta turistica dell'ambito. Sono infatti allo studio dei progetti di rilancio della zona San Cristoforo, località nel comune di Pergine Valsugana, come pure interventi per rendere più accessibile il lago di Levico, con nuove passeggiate e

Questioni attorno al tavolo

aree per la sosta. Dalla progettualità del territorio sembra che il futuro dell'ambito sia legato essenzialmente alla vacanza attiva e al potenziamento delle sinergie fra le diverse offerte e proposte di vacanza. Una delle risorse non ancora sfruttata appieno e con un ampio potenziale di crescita è la catena montuosa del Lagorai, un'area ancora selvaggia e scarsamente antropizzata.

ALLEGATI

Allegato 1: Questionario ricerca sul turismo lacuale in Trentino

Allegato 2: Operatori intervistati

Allegato 3: Ipotesi di campionamento

Allegato 1: Questionario ricerca sul turismo lacuale in Trentino

<i>Questionari validi</i>		
	Numero	Valore %
Lago di Garda	999	60,1%
Laghi di Levico e Caldonazzo (Valsugana)	663	39,9%
Questionari totali	1.662	100,0%

<i>Questionari per tipologia di intervistati</i>			
Turisti intervistati			
	Tipologia	Numero	Valore %
GARDA	Turista	777	77,8%
	Escursionista	78	7,8%
	Residente	144	14,4%
	TOTALE	999	100,0%
Turisti intervistati			
	Tipologia	Numero	Valore %
VALSUGANA	Turista	381	57,5%
	Escursionista	189	28,5%
	Residente	93	14,0%
	TOTALE	663	100,0%

<i>Turisti intervistati</i>			
Turisti intervistati			
		Numero	Valore %
GARDA	Turisti dei Comuni rivieraschi*	678	87,3%
	Turisti dei Comuni non rivieraschi	99	12,7%
	Totale turisti Garda	777	
Turisti intervistati			
		Numero	Valore %
VALSUGANA	Turisti dei Comuni rivieraschi**	291	76,4%
	Turisti dei Comuni non rivieraschi	90	23,6%
	Totale turisti Valsugana	381	

* Comuni rivieraschi del Garda: Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda, Tenno
 ** Comuni rivieraschi della Valsugana: Caldonazzo, Calceranica, Levico Terme, Pergine Valsugana, Tenna

<i>Turisti dei Comuni rivieraschi</i>			
Turisti dei Comuni rivieraschi*			
		Numero	Valore %
TURISTA GARDA	Italiani	78	11,5%
	Stranieri	600	88,5%
	Turisti Garda	678	
Turisti dei Comuni rivieraschi**			
		Numero	Valore %
TURISTA VALSUGANA	Italiani	66	22,7%
	Stranieri	225	77,3%
	Turisti Valsugana	291	

* Comuni rivieraschi del Garda: Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda, Tenno
 ** Comuni rivieraschi della Valsugana: Caldonazzo, Calceranica, Levico Terme, Pergine Valsugana, Tenna

QUESTIONARIO TURISTA

Sezione I - Comportamento in vacanza

I dati che seguono si riferiscono ai soli turisti dei Comuni rivieraschi
(*Comuni rivieraschi del Garda: Arco, Drena, Dro, Nago-Torbole, Riva del Garda, Tenno*
Comuni rivieraschi della Valsugana: Caldonazzo, Calceranica, Levico Terme, Pergine Valsugana, Tenna)

Durante questa sua vacanza, quante notti trascorrerà in totale fuori casa?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Durata media soggiorno (in notti)	10,4	10,5	13,4	13,7
Durata vacanza in classi				
1-3 notti	10,3%	2,2%	4,5%	0,4%
4-6 notti	41,0%	21,2%	27,3%	16,9%
7-14 notti	30,8%	63,8%	40,9%	55,1%
15-21 notti	10,3%	10,0%	10,6%	20,4%
Oltre 21 notti	7,7%	2,8%	16,7%	7,1%

(Solo per turisti pernottanti in Valsugana) In quale comune pernotta?

	Comuni rivieraschi Valsugana	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
	Levico Terme	59,1%	35,6%
	Caldonazzo	22,7%	28,4%
	Calceranica	13,6%	29,3%
	Pergine	4,5%	6,2%
	Tenna	0,0%	0,4%

* La specifica non è stata richiesta ai turisti pernottanti sul Garda trentino

Quante notti ha trascorso o trascorrerà in totale nella località di vacanza del Garda o della Valsugana?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Durata media soggiorno (in notti)	9,3	9,2	12,6	11,7
Durata vacanza in classi				
0-3 notti	14,1%	4,5%	6,1%	2,2%
4-6 notti	42,3%	28,3%	28,8%	22,7%
7-14 notti	30,8%	58,2%	39,4%	59,1%
15-21 notti	6,4%	8,0%	12,1%	12,0%
Oltre 21 notti	6,4%	1,0%	13,6%	4,0%

Quanti giorni intende trascorrere in spiaggia?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Durata media giorni in spiaggia	8,6	8,3	10,5	9,7
Durata giorni spiaggia in classi				
0-3 giorni	15,4%	11,0%	15,1%	8,9%
4-6 giorni	43,6%	27,7%	37,9%	26,2%
7-14 giorni	30,8%	51,5%	24,2%	53,3%
15-21 giorni	6,4%	8,8%	10,6%	8,4%
Oltre 21 giorni	3,8%	1,0%	12,1%	3,1%

Questa è la sua vacanza principale per questa estate?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	48,0%	63,2%	72,7%	72,5%
No	49,3%	36,5%	27,3%	27,1%
Non sa, non risponde	2,7%	0,3%	,0%	,5%

Se no, dove trascorrerà o ha trascorso la sua vacanza principale? (max due risposte - % sui rispondenti)

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Al mare	90,9%	60,3%	76,5%	67,2%
In montagna	12,1%	20,6%	23,5%	24,1%
Alle terme/ centro benessere	0,0%	0,5%	0,0%	1,7%
Al lago	3,0%	16,7%	5,9%	22,4%
In città d'arte	12,1%	14,4%	5,9%	8,6%
In aree rurali	0,0%	6,2%	0,0%	0,0%
Non ha fatto/intende fare periodi di vacanza			0,0%	0,0%

Negli ultimi tre anni ha già soggiornato in località lacuali (con almeno un pernottamento)?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	64,1%	60,5%	62,1%	75,6%
No	33,3%	39,0%	37,9%	24,0%
Non sa, non risponde	2,6%	0,5%	0,0%	0,4%

Se sì, dove? (max due risposte - % sui rispondenti)

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Lago di Garda	74,4%	70,6%	14,6%	20,2%
Laghi di Levico e Caldonazzo	2,3%	4,8%	87,8%	66,3%
In altri laghi trentini	9,3%	1,5%	4,9%	4,3%
In Italia	23,3%	10,5%	7,3%	6,1%
All'estero	0,0%	27,0%	2,4%	23,3%

Ha trascorso negli ultimi tre anni altri periodi di vacanza in Trentino (con almeno un pernottamento)?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
No	24,4%	41,3%	24,2%	34,7%
Sì, ha già trascorso una vacanza in Trentino	28,2%	23,7%	39,4%	32,9%
Sì, va in Trentino quasi tutti gli anni	34,6%	28,8%	25,8%	27,1%
Sì, va in Trentino quasi tutti anni e più volte	10,3%	5,8%	10,6%	4,4%

Sezione II – Fattori importanti della vacanza

Che importanza attribuisce ai seguenti aspetti nella scelta di una destinazione lacuale?

CONTESTO AMBIENTALE PAESAGGISTICO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	0,0%	0,2%	0,0%	0,9%
Poco importante	1,3%	0,8%	1,5%	0,0%
Importante	25,6%	35,7%	34,8%	36,0%
Molto importante	73,1%	63,2%	63,6%	62,7%
Punteggio medio (min 0 max+3)	2,72	2,62	2,62	2,61
TRANQUILLITÀ DELLA DESTINAZIONE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	1,3%	2,3%	0,0%	0,4%
Poco importante	6,4%	13,5%	3,0%	6,2%
Importante	30,8%	52,3%	39,4%	39,6%
Molto importante	61,5%	31,7%	57,6%	52,4%
Punteggio medio (min 0 max+3)	2,53	2,14	2,55	2,46

ACCESSIBILITÀ, PULIZIA E DOTAZIONE DELLA SPIAGGIA E DEL LAGO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%
Poco importante	0,0%	2,7%	1,5%	0,9%
Importante	43,6%	50,3%	47,0%	48,4%
Molto importante	56,4%	46,0%	51,5%	49,8%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,56</i>	<i>2,42</i>	<i>2,50</i>	<i>2,49</i>
PRESENZA PARCHEGGI VICINO ALLE SPIAGGE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	14,1%	32,4%	7,6%	14,3%
Poco importante	34,6%	30,6%	18,2%	25,1%
Importante	34,6%	27,7%	50,0%	44,8%
Molto importante	16,7%	9,2%	24,2%	15,2%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,54</i>	<i>1,14</i>	<i>1,91</i>	<i>1,61</i>
PRESENZA SERVIZI TRASPORTO PUBBLICO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	28,4%	25,2%	12,3%	17,2%
Poco importante	25,7%	27,1%	38,5%	28,5%
Importante	31,1%	34,1%	26,2%	39,8%
Molto importante	14,9%	13,5%	23,1%	14,0%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,32</i>	<i>1,36</i>	<i>1,60</i>	<i>1,51</i>
QUALITÀ E BALNEABILITÀ DELLE ACQUE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	2,6%	1,5%	0,0%	0,9%
Poco importante	1,3%	6,3%	7,6%	1,3%
Importante	44,2%	46,3%	54,5%	53,1%
Molto importante	51,9%	45,3%	37,9%	44,2%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,45</i>	<i>2,36</i>	<i>2,30</i>	<i>2,41</i>
VARIETÀ E QUALITÀ DELL'OFFERTA RICETTIVA	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	1,3%	2,5%	1,5%	0,9%
Poco importante	11,7%	9,5%	7,7%	4,9%
Importante	64,9%	63,5%	58,5%	62,2%
Molto importante	22,1%	24,4%	32,3%	32,0%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,08</i>	<i>2,10</i>	<i>2,22</i>	<i>2,25</i>
NUMEROSITÀ E VARIETÀ DEI SERVIZI AGGIUNTIVI (BAR, RISTORANTI, ...)	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	2,6%	3,8%	3,0%	2,7%
Poco importante	19,2%	17,7%	12,1%	18,2%
Importante	64,1%	61,6%	63,6%	65,8%
Molto importante	14,1%	16,7%	21,2%	13,3%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,90</i>	<i>1,91</i>	<i>2,03</i>	<i>1,90</i>
POSSIBILITÀ ABBINARE ATTIVITÀ SPORTIVE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	22,1%	16,5%	16,9%	11,3%
Poco importante	15,6%	18,8%	38,5%	33,9%
Importante	44,2%	36,8%	27,7%	40,7%
Molto importante	18,2%	27,9%	15,4%	14,0%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,58</i>	<i>1,76</i>	<i>1,42</i>	<i>1,57</i>
POSSIBILITÀ ABBINARE ATTIVITÀ CULTURALI	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	20,5%	10,1%	7,6%	8,5%
Poco importante	15,4%	29,2%	28,8%	24,1%
Importante	47,4%	50,2%	50,0%	55,4%
Molto importante	16,7%	10,4%	13,6%	12,1%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,60</i>	<i>1,61</i>	<i>1,70</i>	<i>1,71</i>

POSSIBILITÀ DI ABBINARE DEGUSTAZIONI E VISITE ENOGASTRONOMICHE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	14,3%	10,4%	14,1%	10,7%
Poco importante	26,0%	22,7%	26,6%	25,9%
Importante	45,5%	49,1%	40,6%	46,0%
Molto importante	14,3%	17,7%	18,8%	17,4%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,60</i>	<i>1,74</i>	<i>1,64</i>	<i>1,70</i>
POSSIBILITÀ DI ABBINARE TRATTAMENTI CURATIVI O BENESSERE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	34,2%	32,7%	9,4%	28,1%
Poco importante	32,9%	39,1%	40,6%	39,7%
Importante	26,3%	25,0%	39,1%	25,9%
Molto importante	6,6%	2,9%	10,9%	6,3%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,05</i>	<i>0,98</i>	<i>1,52</i>	<i>1,10</i>
ANIMAZIONE E OPPORTUNITÀ DI SVAGO E DIVERTIMENTO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	19,2%	23,8%	4,5%	18,9%
Poco importante	23,1%	28,5%	37,9%	27,0%
Importante	38,5%	40,9%	43,9%	41,9%
Molto importante	19,2%	6,4%	13,6%	12,2%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,58</i>	<i>1,30</i>	<i>1,67</i>	<i>1,47</i>
PREZZI PRATICATI	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	2,6%	0,8%	1,5%	0,0%
Poco importante	5,1%	9,3%	0,0%	8,4%
Importante	62,8%	68,5%	46,2%	63,6%
Molto importante	29,5%	21,2%	52,3%	28,0%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,19</i>	<i>2,10</i>	<i>2,49</i>	<i>2,20</i>
POLITICHE AMBIENTALI/CERTIFIC. CORRETTA GESTIONE AMBIENTALE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla importante	7,9%	3,8%	5,0%	3,3%
Poco importante	11,8%	9,8%	16,7%	18,1%
Importante	53,9%	70,5%	65,0%	59,1%
Molto importante	26,3%	15,8%	13,3%	19,5%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,99</i>	<i>1,98</i>	<i>1,87</i>	<i>1,95</i>

Sezione III – Ancora sul comportamento in vacanza e attività svolte

Come ha avuto le principali informazioni in merito a questo lago?				
	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Internet	17,9%	26,5%	12,1%	25,3%
Conoscenza pregressa	53,8%	31,8%	45,5%	25,3%
Agenzia Viaggi/Tour Operator	2,6%	13,8%	1,5%	6,7%
Azienda per il Turismo	1,3%	2,8%	3,0%	1,3%
Amici e parenti	19,2%	18,8%	28,8%	27,6%
Tabellonistica stradale	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%
Guide o riviste turistiche	3,8%	5,3%	7,6%	10,7%
Altro	1,3%	0,5%	1,5%	3,1%

Che mezzo di trasporto ha utilizzato per coprire il percorso da casa sua (dimora abituale) alla località in cui attualmente soggiorna? (max tre risposte - % sui rispondenti)

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Auto o moto	89,7%	64,9%	89,7%	91,9%
Mezzi pubblici (treni/autobus)	7,4%	10,6%	12,1%	3,8%
Taxi	0,0%	0,6%	3,4%	0,0%
Mezzi di trasporto collettivo	1,5%	13,3%	0,0%	3,8%
Aereo	1,5%	22,5%	0,0%	1,0%
Bici	0,0%	5,0%	0,0%	0,5%
Altro	1,5%	3,2%	0,0%	2,9%

Con chi trascorre questa sua vacanza? (max due risposte - % sui rispondenti)

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Da solo/a	2,6%	1,6%	4,8%	0,5%
In coppia	45,5%	51,7%	40,3%	46,3%
Famiglia con figli	37,7%	30,6%	43,5%	44,9%
Con un gruppo di amici	15,6%	18,6%	21,0%	19,4%
Con un gruppo organizzato	1,3%	5,6%	0,0%	4,6%
Altro	2,6%	0,9%		

Ha acquistato un pacchetto turistico per questa sua vacanza?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	5,1%	25,5%	3,0%	12,4%
No	94,9%	74,0%	97,0%	87,1%
Non sa, non risponde	0,0%	0,5%	0,0%	0,4%

In quale struttura ricettiva risiede?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Albergo / residence	47,4%	55,2%	45,5%	31,1%
Agriturismo o B&B	3,8%	1,5%	0,0%	0,9%
Casa di proprietà	9,0%	1,7%	12,1%	2,7%
Campeggio	16,7%	22,2%	9,1%	43,6%
Affittacamere	2,6%	3,3%	10,6%	0,9%
Appartamento turistico	6,4%	11,5%	12,1%	13,3%
Casa di parenti o amici	12,8%	2,5%	10,6%	2,7%
Campeggio libero (camper, furgone attrezz)	0,0%	1,7%	0,0%	4,4%
Altro	1,3%	0,5%	0,0%	0,4%

Come si è spostato oggi dalla struttura ricettiva prescelta alla spiaggia? (max tre risposte - % sui rispondenti)*

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
A piedi	65,7%	67,4%	41,0%	50,8%
In auto o moto	28,6%	23,7%	51,3%	36,1%
Con mezzi pubblici (treni o autobus)	2,9%	6,7%	2,6%	0,0%
Con mezzi di trasporto collettivo (pullman)	2,9%	1,5%	0,0%	1,6%
In Bici	17,1%	28,1%	12,8%	14,8%
Altro (es. roller)	2,9%	4,4%		

* Rispondono solo coloro che non pernottano in una struttura ubicata non fronte lago

Quanto si è fermato o pensa di fermarsi in spiaggia oggi?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Meno di mezza giornata	23,1%	22,7%	16,7%	11,7%
Mezza giornata	35,9%	46,1%	42,4%	35,9%
Giornata intera	41,0%	31,2%	40,9%	49,8%
Non sa, non risponde	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%

Può indicare che attività svolge durante una sua giornata tipo al lago? (% riferita alle risposte affermative)

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Totale	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero	Totale
Riposo e relax	94,9%	93,7%	93,8%	95,5%	92,4%	93,1%
Nuoto	53,8%	70,3%	68,4%	71,2%	88,9%	84,9%
Giri a piedi/bici	91,0%	84,5%	85,3%	84,8%	83,6%	83,8%
Altri sport d'acqua	24,4%	31,3%	30,5%	12,1%	15,1%	14,4%
Visite culturali	34,6%	38,8%	38,3%	15,2%	28,0%	25,1%
Visite naturalistiche	15,4%	26,0%	24,8%	7,6%	23,6%	19,9%
Trattamenti benessere	11,5%	10,5%	10,6%	22,7%	10,2%	13,1%

(Solo per coloro che rimangono in spiaggia meno di mezza giornata) Oltre alla frequentazione del lago quali altre attività svolge? (% riferita alle risposte affermative)

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Totale	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero	Totale
Escursioni in bici	23,9%	42,2%	40,4%	28,2%	44,7%	40,5%
Gite in auto / moto	30,4%	29,7%	29,8%	15,4%	36,0%	30,7%
Arrampicata	4,3%	7,9%	7,6%	2,6%	0,9%	1,3%
Trekking nordic walking	21,7%	18,7%	19,0%	10,3%	13,2%	12,4%
Altri sport di terra	4,3%	6,2%	6,0%	2,6%	1,8%	2,0%
Volo a vela	2,2%	6,5%	6,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Canyoning	2,2%	9,6%	8,9%	2,6%	4,4%	3,9%
Nessuna	45,7%	35,7%	36,7%	61,5%	36,8%	43,1%

Durante questa Sua vacanza ha visitato o intende visitare altre località?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	59,0%	76,2%	54,5%	73,8%
No	41,0%	23,5%	43,9%	26,2%

(Per chi ha risposto sì alla domanda precedente) Quali località ha visitato o intende visitare? (% riferita alle risposte affermative)

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Trento	24,4%	24,4%	71,4%	63,6%
Rovereto	17,8%	17,0%	37,1%	15,2%
Venezia	8,9%	23,1%	8,6%	24,2%
Altre località di questo lago	95,6%	89,0%	74,3%	80,6%
Verona	13,3%	28,4%	8,6%	20,6%
Parchi divertimenti Garda (Gardaland, Movieland...)	8,9%	3,7%	5,7%	1,2%
Monte Baldo (es. con la funivia di Malcesine)	24,4%	30,6%	2,9%	2,4%
Valle di Ledro	42,2%	23,8%	0,0%	1,8%
Bassano del Grappa	4,4%	0,7%	8,6%	7,9%
Laghi di Levico o Caldonazzo o/ Garda	24,4%	9,3%	40,0%	47,3%
Altri laghi (Lavarone, Pinè)	26,7%	9,5%	25,7%	14,5%

Durante la sua vacanza ha degustato e/o acquistato prodotti tipici e tradizionali del territorio?

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	66,7%	78,8%	63,6%	72,9%
Non ancora ma intendo farlo sicuramente	17,9%	14,2%	18,2%	18,7%
Sarei interessato, ma non conosco prodotti tipici	1,3%	2,3%	1,5%	1,8%
No, non sono interessato	14,1%	3,8%	15,2%	6,7%
Non sa, non risponde	0,0%	0,5%	1,5%	0,0%

Spesa media giornaliera pro capite

	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Totale	65,8 €	83,7 €	68,2 €	57,1 €
di cui vitto e alloggio	48,0 €	54,7 €	45,3 €	40,3 €

Sezione IV – Soddisfazione per la vacanza

Quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti relativi all'offerta di questo lago?

CONTESTO AMBIENTALE PAESAGGISTICO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Poco soddisfatto	1,3%	0,7%	0,0%	0,4%
Soddisfatto	24,7%	23,9%	40,0%	42,4%
Molto soddisfatto	74,0%	75,4%	60,0%	57,1%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>4,71</i>	<i>4,60</i>	<i>1,60</i>	<i>1,56</i>
TRANQUILLITÀ DELLA DESTINAZIONE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%
Poco soddisfatto	7,7%	4,6%	0,0%	2,7%
Soddisfatto	38,5%	55,9%	59,4%	53,8%
Molto soddisfatto	53,8%	39,2%	40,6%	43,5%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>3,55</i>	<i>2,86</i>	<i>1,41</i>	<i>1,38</i>
ACCESSIBILITÀ, PULIZIA E DOTAZIONE SPIAGGIA E LAGO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,3%	1,5%	0,4%
Poco soddisfatto	5,1%	1,9%	7,7%	1,8%
Soddisfatto	41,0%	49,6%	60,0%	56,5%
Molto soddisfatto	53,8%	48,2%	30,8%	41,3%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>3,69</i>	<i>3,54</i>	<i>1,11</i>	<i>1,36</i>
PARCHEGGI VICINO ALLE SPIAGGE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	6,5%	4,7%	6,7%	0,6%
Poco soddisfatto	28,3%	22,4%	20,0%	13,5%
Soddisfatto	56,5%	64,7%	62,2%	71,2%
Molto soddisfatto	8,7%	8,2%	11,1%	14,7%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,28</i>	<i>0,43</i>	<i>0,51</i>	<i>0,86</i>
SERVIZI DI TRASPORTO PUBBLICO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Poco soddisfatto	25,0%	5,9%	0,0%	0,0%
Soddisfatto	75,0%	66,7%	50,0%	66,7%
Molto soddisfatto	0,0%	27,5%	50,0%	33,3%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,13</i>	<i>0,67</i>	<i>1,50</i>	<i>1,33</i>

QUALITÀ E BALNEABILITÀ DELLE ACQUE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%
Poco soddisfatto	3,0%	2,2%	14,5%	3,6%
Soddisfatto	62,1%	52,5%	59,7%	60,5%
Molto soddisfatto	34,8%	45,2%	25,8%	35,9%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>3,25</i>	<i>3,44</i>	<i>0,97</i>	<i>1,29</i>
VARIETÀ/QUALITÀ OFFERTA RICETTIVA	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%
Poco soddisfatto	1,7%	4,0%	8,0%	4,5%
Soddisfatto	66,7%	59,3%	78,0%	66,0%
Molto soddisfatto	31,7%	36,5%	14,0%	29,5%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>2,62</i>	<i>2,77</i>	<i>0,98</i>	<i>1,21</i>
NUMEROSITÀ E VARIETÀ SERVIZI AGGIUNTIVI (BAR, RISTORANTI, ...)	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%
Poco soddisfatto	1,3%	3,7%	11,3%	8,3%
Soddisfatto	69,3%	61,6%	77,4%	74,3%
Molto soddisfatto	29,3%	34,7%	11,3%	16,5%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>2,41</i>	<i>2,52</i>	<i>0,89</i>	<i>0,97</i>
DOTAZIONI E STRUTTURE PER PRATICARE ATTIVITÀ SPORTIVE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%
Poco soddisfatto	0,0%	1,8%	20,0%	15,0%
Soddisfatto	60,5%	51,2%	68,0%	66,0%
Molto soddisfatto	39,5%	47,0%	12,0%	17,7%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>2,22</i>	<i>2,69</i>	<i>0,72</i>	<i>0,84</i>
PROPOSTE CULTURALI	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,6%	2,6%	0,0%
Poco soddisfatto	4,9%	8,5%	20,5%	4,9%
Soddisfatto	70,7%	72,7%	59,0%	79,7%
Molto soddisfatto	24,4%	18,2%	17,9%	15,4%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,88</i>	<i>1,72</i>	<i>0,69</i>	<i>1,06</i>
L'OFFERTA ENOGASTRONOMICA	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,0%	1,9%	0,0%
Poco soddisfatto	1,6%	1,8%	1,9%	0,5%
Soddisfatto	67,2%	55,4%	74,1%	50,2%
Molto soddisfatto	31,3%	42,8%	22,2%	49,3%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>2,14</i>	<i>2,53</i>	<i>1,13</i>	<i>1,48</i>
TRATTAMENTI CURATIVI O BENESSERE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,0%	7,4%	1,6%
Poco soddisfatto	5,6%	6,9%	3,7%	9,5%
Soddisfatto	72,2%	80,0%	48,1%	73,0%
Molto soddisfatto	22,2%	13,1%	40,7%	15,9%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,78</i>	<i>0,74</i>	<i>1,11</i>	<i>0,92</i>
ANIMAZIONE E OPPORTUNITÀ DI SVAGO E DIVERTIMENTO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	4,3%	0,8%	3,9%	3,3%
Poco soddisfatto	15,2%	6,1%	39,2%	23,0%
Soddisfatto	67,4%	78,9%	51,0%	64,5%
Molto soddisfatto	13,0%	14,2%	5,9%	9,2%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,88</i>	<i>1,29</i>	<i>0,16</i>	<i>0,53</i>

PREZZI PRATICATI	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	2,8%	1,2%	0,0%	0,0%
Poco soddisfatto	19,4%	12,6%	13,8%	8,0%
Soddisfatto	75,0%	79,7%	76,9%	80,8%
Molto soddisfatto	2,8%	6,6%	9,2%	11,2%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,07</i>	<i>1,59</i>	<i>0,82</i>	<i>0,95</i>
POLITICHE AMBIENTALI /CERTIFIC. CORRETTA GESTIONE AMBIENTALE	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,4%	4,2%	0,0%
Poco soddisfatto	17,4%	3,8%	4,2%	5,2%
Soddisfatto	63,0%	86,3%	81,3%	83,2%
Molto soddisfatto	19,6%	9,4%	10,4%	11,6%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,60</i>	<i>2,00</i>	<i>0,90</i>	<i>1,01</i>

Come valuta i seguenti aspetti?				
PRESENZA DI PERSONE IN SPIAGGIA	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Eccessivo	3,9%	2,5%	0,0%	0,4%
Elevato	18,4%	19,9%	16,7%	18,8%
Equilibrato	59,2%	60,5%	60,6%	60,7%
Contenuto / basso	18,4%	17,0%	22,7%	20,1%
TRAFFICO E VIABILITÀ NELLA LOCALITÀ	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Eccessivo	18,1%	8,8%	1,5%	1,4%
Elevato	25,0%	35,6%	10,8%	11,7%
Equilibrato	48,6%	47,0%	50,8%	58,6%
Contenuto / basso	8,3%	8,6%	36,9%	28,4%
PRESENZA DI TURISTI NELLA LOCALITÀ	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Eccessivo	2,6%	3,5%	0,0%	1,3%
Elevato	32,9%	36,9%	10,6%	18,8%
Equilibrato	56,6%	52,5%	63,6%	56,1%
Contenuto / basso	7,9%	7,1%	25,8%	23,8%

Consiglierebbe questo lago ad amici e/o parenti?				
	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì senz'altro	83,3%	81,6%	78,8%	73,8%
Crede di sì	16,7%	17,4%	21,2%	24,9%
Pensa di no	0,0%	0,3%	0,0%	1,3%
Non sa, non risponde	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%

Sezione V - Comportamenti di corretta gestione sostenibile e opinioni

In casa ha				
LAMPADE A BASSO CONSUMO ENERGETICO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì, tutti/e	48,6%	40,2%	23,1%	22,2%
Sì, in parte	36,5%	41,0%	50,8%	65,3%
Non ancora	6,8%	7,5%	6,2%	5,1%
No	8,1%	10,5%	20,0%	7,4%
Non sa, non risponde	0,0%	0,8%		

RIDUTTORI DI FLUSSO IDRICO	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì, tutti/e	26,8%	23,3%	25,0%	21,1%
Sì, in parte	15,5%	25,6%	25,0%	37,1%
Non ancora	14,1%	11,5%	16,7%	14,6%
No	43,7%	38,1%	33,3%	26,8%
Non sa, non risponde	,0%	1,6%		
ELETTRODOMESTICI AD ALTA EFFICIENZA ENERGETICA	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì, tutti/e	42,1%	34,7%	24,2%	33,5%
Sì, in parte	39,5%	49,3%	43,5%	48,6%
Non ancora	10,5%	6,4%	14,5%	7,5%
No	7,9%	8,2%	17,7%	10,4%
Non sa, non risponde	0,0%	1,4%		

In casa sua ha installato pannelli fotovoltaici o solari?				
	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	14,3%	15,2%	7,6%	19,7%
No	72,7%	72,2%	75,8%	69,1%
Attualmente no, ci pensa	13,0%	11,6%	16,7%	10,8%
Non sa non risponde	0,0%	1,0%	0,0%	0,4%

Conosce il marchio Ecolabel?				
	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	12,8%	27,0%	19,7%	24,0%
No	87,2%	72,0%	78,8%	75,1%
Non sa non risponde	0,0%	1,0%	1,5%	0,9%

Comportamenti nella vita quotidiana:				
PRATICA LA RACCOLTA DIFFERENZIATA (ES. CARTA, PLASTICA, VETRO, UMIDO)?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Regolarmente	78,2%	87,1%	83,3%	85,8%
Saltuariamente	19,2%	9,8%	13,6%	10,2%
Quasi mai	0,0%	0,8%	1,5%	,9%
Mai	2,6%	1,2%	1,5%	2,7%
Non sa, non risponde	0,0%	1,0%	0,0%	0,4%
ACQUISTA PRODOTTI CON IMBALLAGGI RIDOTTI/SFUSI?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Regolarmente	11,5%	28,5%	19,7%	28,6%
Saltuariamente	42,3%	51,5%	50,0%	46,9%
Quasi mai	16,7%	13,1%	18,2%	15,2%
Mai	29,5%	6,0%	12,1%	8,9%
Non sa, non risponde	0,0%	0,8%	0,0%	0,4%
ACQUISTA PRODOTTI ECOLABEL E/O BIOLOGICI?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Regolarmente	10,5%	21,3%	10,8%	22,4%
Saltuariamente	38,2%	49,0%	47,7%	49,8%
Quasi mai	28,9%	20,0%	27,7%	18,8%
Mai	22,4%	8,7%	13,8%	8,5%
Non sa, non risponde	0,0%	1,0%	0,0%	0,4%

ACQUISTA PRODOTTI DI ORIGINE LOCALE?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Regolarmente	50,0%	48,7%	40,9%	43,8%
Saltuariamente	37,2%	43,4%	47,0%	49,6%
Quasi mai	7,7%	6,0%	10,6%	4,0%
Mai	3,8%	1,2%	1,5%	2,2%
Non sa, non risponde	1,3%	0,7%	0,0%	0,4%
ACQUISTA FRUTTA E VERDURA IMPORTATA/NON DI STAGIONE?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Regolarmente	16,9%	23,8%	7,6%	9,9%
Saltuariamente	44,2%	52,6%	56,1%	54,3%
Quasi mai	23,4%	19,3%	22,7%	26,0%
Mai	15,6%	3,7%	13,6%	9,4%
Non sa, non risponde	0,0%	0,7%	0,0%	0,4%
BEVE ACQUA DEL RUBINETTO?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Regolarmente	47,4%	62,1%	50,0%	65,8%
Saltuariamente	19,2%	19,2%	19,7%	18,2%
Quasi mai	7,7%	6,2%	9,1%	7,1%
Mai	24,4%	11,7%	19,7%	8,9%
Non sa, non risponde	1,3%	0,8%	1,5%	0,0%
MONITORA I SUOI CONSUMI ENERGETICI ED IDRICI?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Regolarmente	42,3%	47,9%	62,1%	56,9%
Saltuariamente	34,6%	30,2%	25,8%	28,9%
Quasi mai	10,3%	8,8%	6,1%	9,8%
Mai	12,8%	12,2%	6,1%	4,4%
Non sa, non risponde	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%

Comportamenti in vacanza:				
Durante le sue vacanze presta attenzione al consumo energetico, idrico e raccolta differenziata?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	57,7%	46,3%	53,8%	54,9%
Sì, in parte	21,8%	35,3%	33,8%	31,7%
No	20,5%	18,4%	12,3%	13,4%
È disposto a raggiungere il Garda o la Valsugana con mezzi pubblici?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	41,6%	32,0%	24,2%	18,4%
Sì, in parte	24,7%	22,8%	25,8%	23,0%
No	33,8%	45,2%	50,0%	58,5%
È favorevole a vietare il traffico veicolare vicino al lago?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	49,4%	38,6%	31,8%	27,7%
Sì, in parte	39,0%	39,6%	36,4%	25,5%
No	11,7%	21,8%	31,8%	46,8%
È favorevole a limitare l'accesso al lago per la tutela ambiente?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	19,5%	25,8%	20,3%	19,0%
Sì, in parte	35,1%	40,5%	34,4%	20,8%
No	45,5%	33,7%	45,3%	60,2%
È disposto a pagare un ticket per accedere a una spiaggia del lago?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	9,1%	14,4%	12,3%	12,1%
Sì, in parte	16,9%	26,8%	29,2%	29,9%
No	74,0%	58,8%	58,5%	58,0%

(solo Garda) È favorevole ad estendere su tutto il lago il divieto di navigazione ai mezzi a motore?	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Sì	61,2%	40,4%		
Sì, in parte	19,4%	28,2%		
No	19,4%	31,4%		

Sezione VI - Anagrafica

Sesso				
	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Maschio	50,0%	52,0%	47,0%	47,6%
Femmina	50,0%	46,8%	53,0%	52,4%

Età				
	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Età media (anni compiuti)	45,8	46,0	50,2	47,5
Età in classi				
Meno di 25 anni	9,0%	7,0%	6,1%	4,0%
26-35 anni	19,2%	18,5%	10,6%	9,8%
36-45 anni	20,5%	27,2%	22,7%	32,9%
46-55 anni	20,5%	17,5%	22,7%	24,4%
56-65 anni	24,4%	19,5%	19,7%	21,8%
Oltre 65 anni	6,4%	10,2%	18,2%	7,1%

Titolo di studio				
	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Scuola dell'obbligo	19,2%	4,0%	13,6%	5,3%
Qualifica/diploma profess.	14,1%	22,4%	21,2%	22,2%
Diploma di scuola superiore	35,9%	38,1%	37,9%	41,3%
Laurea o diploma di laurea	30,8%	32,6%	27,3%	27,6%
Altro	,0%	2,0%	0,0%	2,2%

Professione				
	Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Operaio/a	9,0%	6,7%	9,1%	6,7%
Impiegato/a, insegnante	37,2%	36,6%	30,3%	37,3%
Dirigente	3,8%	9,2%	3,0%	3,6%
Libero profess./imprenditore/ lavoratore autonomo	14,1%	18,5%	21,2%	23,6%
Studente/essa	6,4%	6,0%	4,5%	4,0%
Pensionato/a	19,2%	16,4%	28,8%	13,8%
Casalingo/a	9,0%	4,3%	1,5%	6,7%
Altro	1,3%	2,3%	1,5%	4,4%

Dove vive abitualmente?					
		Turista Garda italiano	Turista Garda estero	Turista Valsugana italiano	Turista Valsugana estero
Trentino A. Adige		7,7%	-	9,1%	
Italia		92,3%		90,9%	
	Veneto	17,9%		30,3%	
	Lombardia	30,8%		18,2%	
	Emilia Romagna	16,7%		9,1%	
	Lazio	2,6%		1,5%	
	Piemonte	10,3%		3,0%	
	Toscana	2,6%		3,0%	
	Altra regione italiana	11,5%		25,8%	
Estero			100,0%		100,0%
	Germania		51,0%		37,8%
	Paesi Bassi		7,0%		51,1%
	Svizzera		2,8%		1,3%
	Austria		10,5%		7,6%
	Regno Unito		18,3%		0,4%
	Irlanda		3,3%		0,0%
	Altro stato estero		7,0%		1,8%

QUESTIONARIO ESCURSIONISTA

Sezione I – Importanza del lago per la vacanza

Durante questa estate dove ha trascorso o trascorrerà la sua vacanza principale? (max due risposte - % sui rispondenti)

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Al mare	53,3%	65,6%
In montagna	17,3%	12,6%
Alle terme/ centro benessere	0,0%	0,5%
Al lago	16,0%	14,2%
In città d'arte	2,7%	5,5%
In aree rurali	2,7%	0,5%
Non ha fatto o intende fare periodi di vacanza	17,3%	15,8%

Negli ultimi tre anni ha trascorso vacanze su qualche lago (con almeno un pernottamento)?

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì	35,1%	31,2%
No mai, ma le piacerebbe provare	28,6%	26,3%
No mai e non le interessa	36,4%	42,5%
Non sa, non risponde	0,0%	0,0%

Ha trascorso negli ultimi tre anni periodi di vacanza in Trentino (con almeno un pernottamento)?

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì	49,4%	30,2%
No	50,6%	69,3%
Se sì, che tipo? (max due risposte - % sui rispondenti)		
Montagna estate	50,0%	33,3%
Montagna inverno	36,8%	56,1%
Culturale	5,3%	5,3%
Terme e wellness	2,6%	7,0%
Enogastronomica	0,0%	0,0%
Lacuale	34,2%	26,3%

Sezione II – Fattori importanti per un'escursione al lago

Che importanza attribuisce ai seguenti aspetti nella scelta di una destinazione lacuale?

CONTESTO AMBIENTALE PAESAGGISTICO	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	1,3%	0,5%
Poco importante	0,0%	2,1%
Importante	36,8%	40,7%
Molto importante	61,8%	56,6%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,59</i>	<i>2,53</i>
TRANQUILLITÀ DELLA DESTINAZIONE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	1,3%	2,6%
Poco importante	9,2%	11,1%
Importante	51,3%	41,3%
Molto importante	38,2%	45,0%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,26</i>	<i>2,29</i>
ACCESSIBILITÀ, PULIZIA E DOTAZIONE SPIAGGIA	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante		0,0%
Poco importante	1,3%	0,5%
Importante	43,4%	46,6%
Molto importante	55,3%	52,9%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,54</i>	<i>2,52</i>

PRESENZA PARCHEGGI VICINO A SPIAGGE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	6,6%	7,9%
Poco importante	27,6%	18,5%
Importante	40,8%	45,5%
Molto importante	25,0%	28,0%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,84</i>	<i>1,94</i>
PRESENZA SERVIZI TRASPORTO PUBBLICO	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	28,4%	18,3%
Poco importante	28,4%	22,0%
Importante	33,8%	36,6%
Molto importante	9,5%	23,1%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,24</i>	<i>1,65</i>
QUALITÀ E BALNEABILITÀ DELLE ACQUE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	2,6%	1,1%
Poco importante	6,6%	4,8%
Importante	42,1%	38,3%
Molto importante	48,7%	55,9%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,37</i>	<i>2,49</i>
VARIETÀ E QUALITÀ DELL'OFFERTA RICETTIVA	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	10,7%	7,4%
Poco importante	13,3%	15,9%
Importante	69,3%	56,8%
Molto importante	6,7%	19,9%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,72</i>	<i>1,89</i>
NUMEROSITÀ E VARIETÀ DEI SERVIZI (BAR,...)	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	7,9%	5,3%
Poco importante	21,1%	20,2%
Importante	56,6%	54,8%
Molto importante	14,5%	19,7%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,78</i>	<i>1,89</i>
POSSIBILITÀ DI ABBINARE ATTIVITÀ SPORTIVE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	15,8%	15,9%
Poco importante	7,9%	21,2%
Importante	42,1%	39,2%
Molto importante	34,2%	23,8%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,95</i>	<i>1,71</i>
POSSIBILITÀ DI ABBINARE ATTIVITÀ CULTURALI	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	15,8%	14,4%
Poco importante	43,4%	33,5%
Importante	30,3%	37,8%
Molto importante	10,5%	14,4%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,36</i>	<i>1,52</i>
POSSIBILITÀ DI ABBINARE DEGUSTAZIONI E VISITE ENOGASTRONOMICHE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	18,4%	18,6%
Poco importante	25,0%	30,3%
Importante	44,7%	42,0%
Molto importante	11,8%	9,0%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,50</i>	<i>1,41</i>
POSSIBILITÀ DI ABBINARE TRATTAMENTI CURATIVI O BENESSERE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	38,2%	29,3%
Poco importante	27,6%	34,0%
Importante	27,6%	30,3%
Molto importante	6,6%	6,4%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,03</i>	<i>1,14</i>

ANIMAZIONE E OPPORTUNITÀ DI SVAGO E DIVERTIMENTO	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	19,7%	13,8%
Poco importante	15,8%	24,9%
Importante	43,4%	42,3%
Molto importante	19,7%	19,0%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,64</i>	<i>1,67</i>
PREZZI PRATICATI	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	0,0%	1,6%
Poco importante	9,2%	5,3%
Importante	47,4%	50,5%
Molto importante	42,1%	42,6%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>2,33</i>	<i>2,34</i>
POLITICHE AMBIENTALI E/O CERTIFICAZIONI DI CORRETTA GESTIONE AMBIENTALE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla importante	9,7%	7,6%
Poco importante	18,1%	18,0%
Importante	45,8%	57,0%
Molto importante	25,0%	16,9%
<i>Punteggio medio (min 0 max+3)</i>	<i>1,87</i>	<i>1,84</i>

Sezione III – Comportamento al lago e attività svolte

Come ha avuto le principali informazioni in merito a questo lago?		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Internet	0,0%	1,6%
Conoscenza pregressa	85,7%	83,1%
Agenzia Viaggi/Tour Operator	0,0%	0,0%
Azienda per il Turismo	0,0%	1,6%
Amici e parenti	10,4%	10,6%
Tabellonistica stradale	0,0%	1,6%
Guide o riviste turistiche	1,3%	0,5%
Altro	2,6%	1,1%

Quanto si è fermato o pensa di fermarsi in spiaggia oggi?		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Meno di mezza giornata	23,4%	19,0%
Mezza giornata	41,6%	30,2%
Giornata intera	33,8%	50,8%
Non sa, non risponde	1,3%	0,0%

Può indicare che attività svolge durante una sua giornata tipo al lago? (% riferita alle risposte affermative)		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Riposo e relax	91,0%	97,4%
Nuoto	44,9%	40,9%
Giri a piedi/bici	75,6%	38,5%
Altri sport d'acqua	11,5%	7,2%
Visite culturali	9,0%	3,1%
Visite naturalistiche	7,7%	2,7%
Trattamenti benessere	1,3%	2,4%

(Solo per coloro che rimangono in spiaggia meno di mezza giornata) Oltre alla frequentazione del lago quali altre attività svolge? (% riferita alle risposte affermative)

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Escursioni in bici	21,2%	15,1%
Gite in auto / moto	26,9%	10,8%
Arrampicata	9,6%	0,0%
Trekking nordic walking	7,7%	3,2%
Altri sport di terra	3,8%	1,1%
Volo a vela	3,8%	0,0%
Canyoning	3,8%	3,2%
Nessuna	51,9%	69,9%

Senza considerare la giornata odierna, durante la stagione estiva in corso quante volte è già venuto o intende ancora venire al lago?

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Nessuna	6,5%	2,7%
1 volta	5,2%	4,8%
2-3 volte	18,2%	12,2%
4-5 volte	27,3%	16,5%
6-10 volte	10,4%	17,6%
Più di 10 volte	32,5%	46,3%

Con chi trascorre questa sua vacanza? (max due risposte - % sui rispondenti)

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Da solo/a	13,3%	19,7%
In coppia	32,0%	31,5%
Famiglia con figli	21,3%	29,8%
Con un gruppo di amici	40,0%	26,4%
Con un gruppo organizzato	1,3%	1,1%

Che mezzo di trasporto ha utilizzato dalla sua residenza abituale alla spiaggia? (max tre risposte - % sui rispondenti)

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
A piedi	13,7%	4,0%
In auto o moto	79,5%	86,1%
Taxi	0,0%	0,0%
Mezzi pubblici (treni/autobus)	8,2%	10,4%
Mezzi di trasporto collettivo	2,7%	0,0%
In bici	11,0%	7,5%

Spesa media giornaliera pro capite

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Totale	23,6 €	15,7 €

Sezione IV – Soddisfazione per un'escursione al lago

Quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti relativi all'offerta di questo lago?

CONTESTO AMBIENTALE PAESAGGISTICO	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,0%
Poco soddisfatto	0,0%	2,6%
Soddisfatto	30,3%	51,3%
Molto soddisfatto	69,7%	46,0%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,70</i>	<i>1,41</i>

TRANQUILLITÀ DELLA DESTINAZIONE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	2,6%	0,0%
Poco soddisfatto	9,1%	3,8%
Soddisfatto	53,2%	57,0%
Molto soddisfatto	35,1%	39,2%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,09</i>	<i>1,32</i>
ACCESSIBILITÀ, PULIZIA DOTAZIONE SPIAGGIA	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	0,0%	1,1%
Poco soddisfatto	5,2%	7,5%
Soddisfatto	61,0%	64,7%
Molto soddisfatto	33,8%	26,7%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,23</i>	<i>1,09</i>
PARCHEGGI VICINO ALLE SPIAGGE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	16,9%	6,0%
Poco soddisfatto	18,6%	22,8%
Soddisfatto	52,5%	51,0%
Molto soddisfatto	11,9%	20,1%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,24</i>	<i>0,56</i>
SERVIZI DI TRASPORTO COLLETTIVO O PUBBLICO	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,0%
Poco soddisfatto	0,0%	22,2%
Soddisfatto	60,0%	50,0%
Molto soddisfatto	40,0%	27,8%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,40</i>	<i>0,83</i>
QUALITÀ E BALNEABILITÀ DELLE ACQUE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	3,1%	3,0%
Poco soddisfatto	12,3%	15,8%
Soddisfatto	61,5%	64,8%
Molto soddisfatto	23,1%	16,4%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,89</i>	<i>0,76</i>
NUMEROSITÀ VARIETÀ SERVIZI AGGIUNTIVI (BAR...)	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	0,0%	0,5%
Poco soddisfatto	4,5%	19,2%
Soddisfatto	79,1%	70,3%
Molto soddisfatto	16,4%	9,9%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,07</i>	<i>0,70</i>
DOTAZIONI/STRUTTURE PER ATTIVITÀ SPORTIVE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	0,0%	8,4%
Poco soddisfatto	10,3%	28,4%
Soddisfatto	74,4%	58,9%
Molto soddisfatto	15,4%	4,2%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,95</i>	<i>0,22</i>
PROPOSTE CULTURALI	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	0,0%	9,7%
Poco soddisfatto	23,1%	17,7%
Soddisfatto	65,4%	66,1%
Molto soddisfatto	11,5%	6,5%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,65</i>	<i>0,42</i>
L'OFFERTA ENOGASTRONOMICA	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	1,9%	2,6%
Poco soddisfatto	1,9%	11,4%
Soddisfatto	74,1%	72,8%
Molto soddisfatto	22,2%	13,2%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>1,13</i>	<i>0,82</i>

TRATTAMENTI CURATIVI O BENESSERE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	0,0%	2,8%
Poco soddisfatto	25,0%	22,2%
Soddisfatto	62,5%	72,2%
Molto soddisfatto	12,5%	2,8%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,63</i>	<i>0,50</i>
ANIMAZIONE/OPPORTUNITÀ SVAGO DIVERTIMENTO	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	2,6%	14,5%
Poco soddisfatto	10,5%	29,1%
Soddisfatto	76,3%	56,4%
Molto soddisfatto	10,5%	0,0%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,82</i>	<i>-0,02</i>
PREZZI PRATICATI	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto	1,3%	2,2%
Poco soddisfatto	28,0%	20,4%
Soddisfatto	66,7%	74,0%
Molto soddisfatto	4,0%	3,3%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,44</i>	<i>0,56</i>
POLITICHE AMBIENTALI CORRETTA GEST AMBIENTALE	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Per nulla soddisfatto		3,2%
Poco soddisfatto	6,7%	8,4%
Soddisfatto	83,3%	80,0%
Molto soddisfatto	10,0%	8,4%
<i>Punteggio medio (min -2 max+2)</i>	<i>0,97</i>	<i>0,82</i>

Come valuta i seguenti aspetti?

PRESENZA DI PERSONE IN SPIAGGIA	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Eccessivo	11,8%	2,1%
Elevato	22,4%	15,3%
Equilibrato	48,7%	52,4%
Contenuto / basso	17,1%	30,2%
TRAFFICO E VIABILITÀ NELLA LOCALITÀ	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Eccessivo	14,9%	3,2%
Elevato	39,2%	10,2%
Equilibrato	36,5%	50,3%
Contenuto / basso	9,5%	36,4%
PRESENZA DI TURISTI NELLA LOCALITÀ	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Eccessivo	9,2%	0,6%
Elevato	38,2%	14,2%
Equilibrato	44,7%	54,0%
Contenuto / basso	7,9%	31,3%

Consiglierebbe questo lago ad amici e/o parenti?

	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì senz'altro	83,1%	74,1%
Crede di sì	15,6%	20,6%
Pensa di no	1,3%	3,7%
Non sa, non risponde	0,0%	1,6%

Sezione V – Comportamenti di corretta gestione sostenibile e opinioni

In casa Sua ha:		
LAMPADE A BASSO CONSUMO ENERGETICO	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì, tutti/e	41,1%	40,4%
Sì, in parte	39,7%	44,4%
Non ancora	5,5%	5,1%
No	13,7%	10,1%
Non sa, non risponde	0,0%	
RIDUTTORI DI FLUSSO IDRICO	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì, tutti/e	18,8%	26,0%
Sì, in parte	30,4%	25,4%
Non ancora	11,6%	13,6%
No	39,1%	34,9%
Non sa, non risponde	0,0%	
ELETTRODOMESTICI ALTA EFFICIENZA ENERGETICA	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì, tutti/e	37,5%	38,8%
Sì, in parte	38,9%	47,1%
Non ancora	15,3%	12,4%
No	6,9%	1,8%
Non sa, non risponde	1,4%	

In casa sua ha installato pannelli fotovoltaici o solari?		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Si	24,7%	12,9%
No	63,6%	75,3%
Attualmente no, ci pensa	11,7%	11,8%

Conosce il marchio Ecolabel?		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Si	18,2%	16,9%
No	81,8%	82,5%
Non sa non risponde	0,0%	0,5%

Comportamenti nella vita quotidiana:		
PRATICA LA RACCOLTA DIFFERENZIATA (ES. CARTA, PLASTICA, VETRO, UMIDO)?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Regolarmente	93,4%	93,1%
Saltuariamente	3,9%	5,3%
Quasi mai	0,0%	0,0%
Mai	2,6%	1,6%
ACQUISTA PRODOTTI CON IMBALLAGGI RIDOTTI E/O SFUSI?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Regolarmente	19,2%	21,5%
Saltuariamente	39,7%	44,1%
Quasi mai	19,2%	19,9%
Mai	21,9%	14,5%
ACQUISTA PRODOTTI ECOLABEL E/O BIOLOGICI?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Regolarmente	15,8%	16,0%
Saltuariamente	40,8%	34,8%
Quasi mai	18,4%	27,1%
Mai	25,0%	22,1%

ACQUISTA PRODOTTI DI ORIGINE LOCALE?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Regolarmente	67,1%	54,8%
Saltuariamente	26,3%	36,6%
Quasi mai	5,3%	7,0%
Mai	1,3%	1,6%
ACQUISTA FRUTTA E VERDURA D'IMPORTAZIONE E/O NON DI STAGIONE?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Regolarmente	19,7%	8,1%
Saltuariamente	38,2%	46,2%
Quasi mai	23,7%	27,4%
Mai	18,4%	18,3%
BEVE ACQUA DEL RUBINETTO?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Regolarmente	72,4%	68,8%
Saltuariamente	10,5%	12,2%
Quasi mai	6,6%	11,6%
Mai	10,5%	7,4%
MONITORA I SUOI CONSUMI ENERGETICI (ELETTRICITÀ, COMBUSTIBILI,...) ED IDRICI?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Regolarmente	57,3%	47,8%
Saltuariamente	21,3%	30,6%
Quasi mai	10,7%	13,4%
Mai	10,7%	8,1%

Comportamenti in vacanza		
Durante le sue vacanze presta attenzione per ridurre consumo energetico e idrico?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì	50,0%	54,3%
Sì, in parte	36,1%	29,3%
No	13,9%	16,3%
È disposto a raggiungere il Garda o i laghi di Levico e Caldonazzo utilizzando esclusivamente mezzi di trasporto pubblico?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì	27,0%	36,2%
Sì, in parte	23,0%	19,7%
No	50,0%	44,1%
È favorevole a vietare il traffico veicolare vicino al lago, solo a piedi, in bici o con mezzi di trasporto pubblico?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì	52,1%	36,4%
Sì, in parte	26,0%	24,1%
No	21,9%	39,6%
È favorevole a limitare l'accesso a questo lago per tutelarne le caratteristiche ambientali?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì	27,6%	21,0%
Sì, in parte	30,3%	25,3%
No	42,1%	53,8%
È disposto a pagare un ticket per accedere a una spiaggia di questo lago?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì	5,3%	10,8%
Sì, in parte	22,7%	20,4%
No	72,0%	68,8%
(solo Garda) È favorevole ad estendere su tutto il lago il divieto di navigazione ai mezzi a motore?	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Sì	50,0%	-
Sì, in parte	14,3%	-
No	35,7%	-

Sezione VI - Anagrafica

Sesso		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Maschio	51,9%	47,6%
Femmina	48,1%	52,4%

Età		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Età media (anni compiuti)	37,5	41,2
Età in classi		
Meno di 25 anni	19,7%	17,0%
26-35 anni	35,5%	23,9%
36-45 anni	22,4%	22,3%
46-55 anni	6,6%	14,4%
56-65 anni	14,5%	14,9%
Oltre 65 anni	1,3%	7,4%

Titolo di studio		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Scuola dell'obbligo	11,7%	24,5%
Qualifica/diploma profess.	18,2%	16,0%
Diploma di scuola superiore	36,4%	36,7%
Laurea o diploma di laurea	32,5%	22,9%
Altro	1,3%	0,0%

Professione		
	Escursionista Garda	Escursionista Valsugana
Operaio/a	7,8%	12,2%
Impiegato/a, insegnante	44,2%	37,6%
Dirigente	2,6%	2,1%
Libero profess./imprenditore/lavoratore autonomo	15,6%	10,1%
Studente/essa	14,3%	13,8%
Pensionato/a	9,1%	15,3%
Casalingo/a	3,9%	6,3%
Altro	2,6%	2,6%

QUESTIONARIO RESIDENTE

Sezione I – Comportamento al lago

<i>Quanto si è fermato o pensa di fermarsi in spiaggia oggi?</i>		
	Residente Garda	Residente Valsugana
Meno di mezza giornata	34,5%	31,2%
Mezza giornata	40,1%	46,2%
Giornata intera	25,4%	22,6%
Non sa, non risponde	0,0%	0,0%

<i>Attività svolta durante una giornata tipo al lago? (% riferita alle risposte affermative)</i>		
	Residente Garda	Residente Valsugana
Riposo e relax	93,8%	93,5%
Nuoto	41,7%	59,1%
Giri a piedi/bici	73,6%	45,2%
Altri sport d'acqua	12,5%	9,7%
Visite culturali	3,5%	3,2%
Visite naturalistiche	6,9%	3,2%
Trattamenti benessere	4,9%	0,0%

<i>(Solo per coloro che rimangono in spiaggia meno di mezza giornata) Oltre alla frequentazione del lago quali altre attività svolge? (% riferita alle risposte affermative)</i>		
	Residente Garda	Residente Valsugana
Escursioni in bici	32,4%	27,8%
Gite in auto / moto	8,3%	8,3%
Arrampicata	1,9%	0,0%
Trekking nordic walking	4,6%	1,4%
Altri sport di terra	1,9%	0,0%
Volo a vela	0,9%	0,0%
Canyoning	1,9%	4,2%
Nessuna	55,6%	62,5%

<i>Che mezzo di trasporto ha utilizzato dalla sua residenza abituale alla spiaggia? (max tre risposte - % sui rispondenti)</i>		
	Residente Garda	Residente Valsugana
A piedi	28,2%	22,0%
In auto o moto	37,3%	42,9%
Taxi	0,0%	0,0%
Mezzi pubblici (treni/autobus)	6,3%	2,2%
Mezzi di trasporto collettivo	0,0%	0,0%
In bici	41,5%	53,8%
Altro (roller, ecc.)	0,0%	0,0%

<i>Con chi trascorre questa sua giornata al lago? (max due risposte - % sui rispondenti)</i>		
	Residente Garda	Residente Valsugana
Da solo/a	34,3%	42,7%
In coppia	24,3%	16,9%
Famiglia con figli	13,6%	13,5%
Con un gruppo di amici	35,0%	30,3%
Con un gruppo organizzato	0,0%	0,0%
Altro	0,0%	0,0%

Come valuta i seguenti aspetti?		
PRESENZA DI PERSONE IN SPIAGGIA	Residente Garda	Residente Valsugana
Eccessivo	8,5%	3,3%
Elevato	20,6%	26,1%
Equilibrato	49,6%	34,8%
Contenuto / basso	21,3%	35,9%
TRAFFICO E VIABILITÀ NELLA LOCALITÀ	Residente Garda	Residente Valsugana
Eccessivo	28,9%	3,3%
Elevato	35,9%	11,1%
Equilibrato	25,4%	55,6%
Contenuto / basso	9,9%	30,0%
PRESENZA DI TURISTI NELLA LOCALITÀ	Residente Garda	Residente Valsugana
Eccessivo	5,6%	1,1%
Elevato	35,4%	20,2%
Equilibrato	44,4%	43,8%
Contenuto / basso	14,6%	34,8%

Comportamenti e opinioni		
Durante le sue vacanze presta attenzione per ridurre consumo energetico e idrico e praticare la raccolta differenziata?	Residente Garda	Residente Valsugana
Sì	54,0%	51,1%
Sì, in parte	28,1%	35,6%
No	18,0%	13,3%
È disposto a raggiungere il Garda o i laghi di Levico e Caldonazzo utilizzando esclusivamente mezzi di trasporto pubblico?	Residente Garda	Residente Valsugana
Sì	40,3%	34,8%
Sì, in parte	15,8%	10,1%
No	43,9%	55,1%
È favorevole a vietare il traffico veicolare vicino al lago, solo a piedi, in bici o con mezzi di trasporto pubblico?	Residente Garda	Residente Valsugana
Sì	46,0%	38,0%
Sì, in parte	35,3%	16,3%
No	18,7%	45,7%
È favorevole a limitare l'accesso a questo lago per tutelarne le caratteristiche ambientali?	Residente Garda	Residente Valsugana
Sì	17,0%	21,1%
Sì, in parte	32,6%	12,2%
No	50,4%	66,7%
È disposto a pagare un ticket per accedere a una spiaggia di questo lago?	Residente Garda	Residente Valsugana
Sì	3,5%	6,5%
Sì, in parte	11,2%	8,7%
No	85,3%	84,8%
È favorevole ad estendere su tutto il lago il divieto di navigazione ai mezzi a motore (solo Garda)?	Residente Garda	Residente Valsugana
Sì	43,9%	-
Sì, in parte	20,5%	-
No	35,6%	-

Sezione II - Anagrafica

Sesso		
	Residente Garda	Residente Valsugana
Maschio	52,1%	54,8%
Femmina	46,5%	44,1%

Età		
	Residente Garda	Residente Valsugana
Età media (anni compiuti)	39,7	34,7
Età in classi		
Meno di 25 anni	18,1%	28,0%
26-35 anni	31,3%	38,7%
36-45 anni	18,8%	11,8%
46-55 anni	14,6%	5,4%
56-65 anni	7,6%	12,9%
Oltre 65 anni	9,7%	3,2%

Titolo di studio		
	Residente Garda	Residente Valsugana
Scuola dell'obbligo	20,1%	9,7%
Qualifica/diploma profess.	18,8%	21,5%
Diploma di scuola superiore	40,3%	46,2%
Laurea o diploma di laurea	20,1%	21,5%
Altro	0,7%	1,1%

Professione		
	Residente Garda	Residente Valsugana
Operaio/a	15,3%	10,8%
Impiegato/a, insegnante	30,6%	33,3%
Dirigente	1,4%	3,2%
Libero profess./imprenditore/ lavoratore autonomo	16,0%	15,1%
Studente/essa	13,9%	25,8%
Pensionato/a	15,3%	7,5%
Casalingo/a	3,5%	3,2%
Altro	4,2%	1,1%

Allegato 2: Operatori intervistati

Lago di Garda

Bertolini Alberto - Direttivo Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento

Mazzoldi Mario - Comune di Nago-Torbole

Meneghelli Enio - Presidente ApT InGarda Trentino

Perugini Anna - Direttivo Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento

Laghi di Levico e Caldonazzo

Angeli Mario - Associazione Artigiani Trento

Antonioli Andrea - Camping Jolly e Camping Levico

Bort Elena - Presidente Comitato Turistico Caldonazzo

Biondi Cristina Elena - Comune di Caldonazzo

Frainer Andrea – Comune di Roncegno

Libardi Remo -Comune di Levico Terme

Marocchi Gianmaria - Direttore ApT Valsugana

Montibeller Emanuele - Direttore Artistico ArteSella

Morelli Marco - Comune di Pergine Valsugana

Oss Massimo - Presidente ApT Valsugana

Ravelli Stefano - Vicepresidente ApT Valsugana

Sandri Flavio - Coldiretti

Torgler Giorgio - Pergine Spettacolo Aperto e Presidente Coni Trentino

Allegato 3: Ipotesi di campionamento

Ipotesi di campionamento					
Binomiale x pop. finite errore=f(p,n)	Ipotesi 1 n= 500	Ipotesi 2 n= 650	Ipotesi 3 n= 870	Ipotesi 4 n= 1.000	Ipotesi 5 n= 1.600
σ (Scarto quadratico medio)	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48
P (Probabilità)	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
N (Arrivi certificati e non)	800.390	800.390	800.390	800.390	800.390
Numerosità campione	500	650	870	1.000	1.600
Errore	0,06	0,05	0,04	0,04	0,03
Errore %	15,7%	13,8%	11,9%	11,1%	8,8%

fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo in collaborazione con Servizio Statistica PAT

Ipotesi di campionamento			
Binomiale x pop. finite errore=f(p,n)	Ipotesi 5 n= 1.600	Dominio 1	Dominio 2
σ (Scarto quadratico medio)	0,48	0,48	0,48
P (Probabilità)	0,35	0,35	0,35
N (Arrivi certificati e non)	702.027	487.353	214.674
Numerosità campione	1.600	950	650
Errore	0,03	0,04	0,05
Errore %	8,8%	11,4%	13,8%

fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo in collaborazione con Servizio Statistica PAT

Schede compilate, campione ipotizzato e relativo scostamento per Garda e Valsugana (anni 2008 e 2009)						
	Garda		Valsugana		Totale	
	Schede compilate	Campione ipotizzato	Schede compilate	Campione ipotizzato	Schede compilate	Campione ipotizzato
Autunno 2008						
Settembre	233	166	116	96	349	262
Ottobre	85	94	0	57	85	151
Totale autunno 2008	318	260	116	153	434	413
Primavera 2009						
Maggio	110	146	69	102	179	248
I metà giugno	78	81	72	62	150	143
Totale primavera 2009	188	227	141	164	329	391
Estate 2009						
II metà giugno	81	81	89	62	170	143
Luglio	205	192	172	137	377	329
Agosto	209	191	159	134	368	325
Totale estate 2009	495	464	420	333	915	797
TOTALE GENERALE	1001	951	677	650	1678	1601

fonte: elaborazione Osservatorio Provinciale per il Turismo

1. **La stagione turistica invernale 2003/04 in Trentino**, 188 pagine, marzo 2005
2. **Guida per i gestori di B&B**, 148 pagine, aprile 2005
3. **La stagione turistica estiva 2004 in Trentino**, 216 pagine, giugno 2005
4. **Analisi e approfondimenti per la predisposizione delle Linee Guida per la politica turistica in Trentino**, 252 pagine, agosto 2005
5. **Vacanza Natura in Trentino – Aspettative e comportamenti di turisti e operatori nel Parco Naturale Adamello Brenta**, 152 pagine, ottobre 2005
6. **Vacanza Benessere in Trentino – Un’indagine sulla soddisfazione del cliente**, 80 pagine, novembre 2005
7. **Vacanza Cultura in Trentino – Un’indagine sui visitatori dei musei**, 80 pagine, novembre 2005
8. **Il Trentino turistico e i suoi territori. Un’analisi quantitativa**, 558 pagine, novembre 2005
9. **La stagione turistica invernale 2004/05 in Trentino**, 248 pagine, dicembre 2005
10. **Vacanza rurale in Trentino**, 148 pagine, aprile 2006
11. **La stagione turistica estiva 2005 in Trentino**, 200 pagine, giugno 2006
12. **Studio di benchmarking del turismo nel Trentino**, 72 pagine, giugno 2006
13. **Termalismo e curisti in Trentino**, 208 pagine, agosto 2006
14. **Vacanza open air in Trentino**, 248 pagine, agosto 2006
15. **Eventi enogastronomici come motivazioni di vacanza**, 101 pagine, settembre 2006
16. **Analisi della ricettività alberghiera in Trentino**, 117 pagine, settembre 2006
17. **Gestori e frequentatori dei rifugi in Trentino**, 174 pagine, settembre 2006
18. **La stagione turistica invernale 2005/06 in Trentino**, 232 pagine, dicembre 2006
19. **Il movimento turistico in Trentino nell’estate 2006**, 228 pagine, giugno 2007
20. **Turisti estivi e vacanza attiva in Trentino**, 352 pagine, giugno 2007
21. **La stagione turistica invernale 2006/07 in Trentino**, 264 pagine, dicembre 2007
22. **Laboratorio per l’informazione e l’innovazione nelle nuove ApT**, 176 pagine, dicembre 2007
23. (fuori collana – in collaborazione con Osservatorio delle Produzioni Trentine della Camera di Commercio I.A.A. di Trento) **La valorizzazione dei prodotti trentini negli hotel, ristoranti e bar-caffetterie in provincia di Trento**, 200 pagine, aprile 2008
24. **Il turismo congressuale in Trentino**, 124 pagine, giugno 2008
25. **Turismo in Trentino. Rapporto 2008**, 540 pagine, ottobre 2008
26. **Eventi fieristici ed altri eventi in Trentino**, 192 pagine, novembre 2008
27. **I turisti della stagione invernale in Trentino**, 280 pagine, dicembre 2008
28. **Turismo sostenibile: l’offerta trentina e alcune buone pratiche a livello italiano ed europeo**, 216 pagine, marzo 2009
29. **Il turismo nei Consorzi Pro Loco del Trentino. Domanda e offerta**, 158 pagine, giugno 2009
30. **Aggregazioni tematiche. Club e Marchi di prodotto della ricettività in Trentino**, 296 pagine, dicembre 2009
31. **Estate 2009. Vacanze e turisti in Trentino**, 318 pagine, marzo 2010
32. **Le ricadute dei ritiri precampionato della Juventus e di altre squadre di calcio in Trentino**, 119 pagine, maggio 2010

33. **Mart, Castello del Buonconsiglio e Arte Sella. Visitatori e ricadute turistiche**, 157 pagine, maggio 2010
34. **Cicloturismo e cicloturisti in Trentino**, 158 pagine, agosto 2010
35. **Turisti, escursionisti, residenti sui laghi di Garda e di Levico e Caldonazzo**, 173 pagine, ottobre 2010