

GIULIA CALZOLARI

Progetto di mobilità sostenibile all'interno di una valle alpina: caso studio della Val di Rabbi nel Parco Nazionale dello Stelvio

Introduzione

Le conseguenze derivanti dall'attività antropica umana non producono una serie di effetti limitatamente al contesto urbano o cittadino: realtà naturali apparentemente preservate ed incontaminate, lontane dai centri di sviluppo industriale, sono state anch'esse coinvolte ed integrate nel processo di crescita economico-sociale, interessando oramai qualsiasi luogo della Terra.

Il seguente elaborato analizza la situazione attuale del settore turistico all'interno del Parco Nazionale dello Stelvio, in particolare nel settore Trentino nel territorio della Val di Rabbi, incentrando il focus della ricerca sull'aspetto qualitativo, quantitativo del turismo locale e sulla targhettizzazione dei visitatori locali.

Mediante l'utilizzo di diverse tecniche di ricerca e di analisi, è stato possibile identificare il target turistico tipicamente frequentatore della Val di Rabbi: il periodo di ricerca ha interessato i mesi di stagione estiva da giugno 2021 a settembre 2021, permettendo di identificare le caratteristiche sociodemografiche, le propensioni socioeconomiche e, infine, le percezioni e riflessioni in merito al tema della mobilità in chiave sostenibile all'interno di una valle alpina.

L'elaborato affronta la propria tesi facendo fede ai principi portanti della teoria del turismo sostenibile, sostenendo l'importante ruolo

del concetto della co-esistenza "uomo- natura", finalizzata all'instaurazione di un rapporto di equilibrio tra l'ambivalenza della preservazione della natura e della presenza del settore economico del turismo (SILVESTRELLI P.).

Uno scopo importante della seguente ricerca consiste nella necessità di fare percepire ai lettori la possibilità di applicare una strategia di conservazione ambientale parallela ad una strategia di mobilità sostenibile in Val di Rabbi, territorio caratterizzato da un vincolo di tutela ambientale, soprattutto a causa delle sue caratteristiche dimensionali e geomorfologiche.

Materiali e metodi

L'attività di ricerca del progetto è stata suddivisa in tre distinte fasi.

Nella prima fase di ricerca è stato implementato un sistema sperimentale di monitoraggio sui flussi turistici estivi presenti in valle. All'interno dell'area di studio sono stati utilizzati dei dispositivi per il conteggio dei passaggi, finalizzati a monitorare il flusso del passaggio di pedoni, biciclette e/o e-bike e di veicoli a motore (navette o automobili private).

Tali dispositivi hanno restituito un monitoraggio qualitativo e quantitativo dei flussi turistici lungo diversi siti della valle, permettendo di analizzare l'entità di tali spostamenti sulla

base delle preferenze e delle modalità di spostamento dei turisti (a piedi, in bicicletta o mediante un mezzo a motore).

In particolare, sono stati utilizzati dispositivi ad infrarossi per la rilevazione del passaggio di pedoni e, contemporaneamente, dispositivi di monitoraggio a rilevazione magnetica per il passaggio di *mountain bike*, *e-bike* e di veicoli a motore.

La seconda fase di ricerca si è focalizzata sulla ricostruzione dello scenario turistico in Val di Rabbi dal punto di vista di chi quotidianamente vi opera, vi risiede e ne amministra le ordinarie attività.

Dettagliatamente, in questa fase è stato richiesto un coinvolgimento degli stakeholder locali mediante la somministrazione di un questionario digitale (*e-survey*) creato appositamente per l'indagine, con la finalità di raccogliere le loro opinioni e considerazioni personali in merito alla tipologia di turismo attuale e sul livello qualitativo del benessere percepito ad oggi in valle.

La terza ed ultima fase del progetto ha riguardato un'ulteriore raccolta dati finalizzata al coinvolgimento diretto dei turisti della valle.

A tal fine, è stato creato un'ulteriore *e-survey* destinata ad indagare aspetti di tipo qualitativo sulle preferenze ed opinioni dei rispondenti, indagando ambiti quali le caratteristiche del proprio soggiorno, la loro sensibilità nei confronti di alcuni aspetti ambientali e le proprie preferenze/attitudini riguardo al tema di mobilità sostenibile all'interno della valle. Sono stati indagati ulteriori aspetti quantitativi richiedendo al rispondente di esprimere la propria propensione di spesa in merito al pagamento della tariffa dei parcheggi e della tariffa della navetta Stelviobus, un servizio di mobilità pubblica a disposizione dei turisti da parte del Parco.

Le indagini effettuate tramite *e-survey* sono state condotte parallelamente ad interviste dirette *face to face* sui turisti della valle, intercettati direttamente sul campo in diversi punti dell'area di studio.

Grazie ad un confronto di tipo critico sui dati ottenuti, è stata sviluppata un'analisi statistica conducendo uno studio di omogeneità e di correlazione riguardante le variabili multivariate raccolte.

Dallo studio statistico è stata riscontrata la presenza di una regione di alto gradimento nel *loading plot* dei risultati, all'interno del quale è emersa una correlazione tra alcune delle variabili indagate durante le indagini.

Contesto di riferimento: l'area studio della Val di Rabbi

Il progetto di ricerca è stato realizzato all'interno dell'area studio nel settore Trentino del Parco Nazionale dello Stelvio, più precisamente nel territorio della Val di Rabbi, piccola valle laterale nella principale Valle di Sole.

L'inclusione della Valle all'interno dell'area protetta del Parco Nazionale dello Stelvio ha apportato ingenti benefici alla gestione del territorio ed al benessere della popolazione locale, garantendo che le norme di tutela del Parco potessero proteggere e gestire la conservazione degli habitat, della fauna, della flora e dei residenti.

Oltre all'agricoltura e all'allevamento, l'economia della valle è basata su una redditività proveniente dalle attività del settore turistico: fin dalla metà dell'Ottocento, la località di Rabbi fu conosciuta come una nota destinazione di cura, frequentata da un turismo d'élite presso le rinomate Terme di Rabbi, caratterizzate dalla presenza delle sue acque minerali curative (KNAFOU R.).

Ad oggi, il fenomeno del turismo si concentra soprattutto durante la stagione estiva, in particolare nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre, con picchi di alta stagione durante il mese centrale di agosto.

Grazie ai dati forniti dai colleghi dell'APT Val di Sole, durante l'anno 2020 sono state stimate complessivamente 16.850 presenze turistiche presso le strutture ricettive all'interno della valle, contando un -10,7% rispetto al precedente 2019 nel quale furono registrate 18.864 presenze in stagione estiva.

Per quanto riguarda gli arrivi, nel 2020 sono stati conteggiati 3.602 arrivi totali, un -8,6% rispetto ai 3.941 del 2019.

Un incremento della presenza di tipo eterogeneo dei visitatori, in un contesto limitato e chiuso come la Val di Rabbi, apporterebbe notevoli impatti sull'equilibrio del territorio.

Un primo ostacolo si concretizzerebbe nella gestione locale della ricezione turistica ai fini dell'accoglienza e della soddisfazione di tutte le diverse necessità; un secondo ostacolo è rappresentato dal limite della capacità di carico del territorio naturale, oltrepassato il quale, si riverserebbero impatti negativi nei confronti dell'ambiente e delle risorse del territorio.

Con l'obiettivo di creare delle strategie a livello gestionale, amministrativo e organizzativo del comparto turistico, risulta fondamentale identificare le diverse categorie di turisti che frequentano la valle e le loro rispettive caratteristiche ed esigenze.

Uno degli obiettivi del seguente elaborato si sviluppa nella targhettizzazione delle diverse tipologie di turisti che, attualmente, frequentano la Val di Rabbi, mediante la loro suddivisione in cluster e, infine, restituendo un'immagine turistica alla valle maggiormente delineata e identificativa.

Fase 1. Monitoraggio dei flussi turistici

Durante la prima fase di ricerca, in collaborazione con i colleghi dell'Ufficio Mobilità Sostenibile del Parco dello Stelvio, è stato avviato un progetto denominato "Sistema sperimentale per il monitoraggio dei passaggi lungo la rete sentieristica" per monitorare e quantificare, mediante l'utilizzo di dispositivi di rilevazione del passaggio, i flussi turistici percorrenti le strade ed i sentieri in diversi siti all'interno del Parco.

Per il progetto sperimentale sono stati uti-



Figura 1 – Contapersona TRAFx.

lizzati i dispositivi di un'azienda canadese TRAFx, specializzata nello sviluppo e nella vendita di sistemi di conteggio avanzati (*hardware* e *software*) per la raccolta,

analisi e condivisione dei dati riguardanti il conteggio di veicoli, di pedoni o di *mountain bike*.

Nelle immagini sottostanti sono rappresentati i dispositivi TRAFx utilizzati nel progetto: la Figura 1 mostra il contapersona ad infrarossi, mentre l'Immagine 2 mostra il dispositivo a rilevazione magnetica per il conteggio di *mountain bike*, *e-bike* o di autoveicoli:

All'interno della Val di Rabbi sono stati posizionati sedici dispositivi totali: nel dettaglio, undici contapersona e cinque contaveicoli (di cui tre di essi sono stati destinati al conteggio delle *mountain bike/e-bike* e due al conteggio delle autovetture).

I contapersona sono stati posizionati in undici siti della valle, siti in cui il passaggio dei pedoni risulta maggiormente frequente e facilmente riscontrabile in prossimità di attrazioni turistiche, di sentieri, di malghe o rifugi.

I dispositivi contapersona sono posizionati presso i seguenti siti:

- Malga Villar
- Malga Monte Sole
- Ponte Sospeso
- Park Therapy



Figura 2 – Contaveicoli TRAFx.

- Terzolasca
- Lago Corvo
- Casèl di Somrabbi
- Forborida
- Malga Maleda
- Cascate di Saènt
- Rabbi Fonti

I siti presso i quali sono stati posizionati i contaveicoli per il conteggio degli autoveicoli sono stati i seguenti:

- Malga Maleda
- Malga Monte Sole

I siti presso i quali sono stati posizionati i contaveicoli a scopo di conteggio delle *mountain bike* e delle *e-bike* sono stati i seguenti:

- Malga Monte Sole
- Malga Maleda
- Lago Corvo

Tutti i dispositivi sono stati installati nei siti identificati nelle giornate tra il 16 giugno 2021 ed il 21 giugno 2021.



Figura 3 – Installazione del dispositivo contapersone.

Le Figure 3 e 4 raffigurano l'attività di installazione dei dispositivi sul campo:

I dati ottenuti dagli scarichi effettuati sui dispositivi nel mese di settembre 2021 hanno restituito l'andamento quantitativo dei flussi turistici in diversi punti della valle.

I numeri indicano in che misura e con quale intensità i turisti si muovono e si concentrano all'interno della Val di Rabbi, identificando alcuni siti come punti di attrazione di grande aggregazione e passaggio; altri luoghi, invece, si presentano come siti di minore passaggio con una frequenza più limitata.

N.B. Il dispositivo contaveicoli posizionato presso la Malga Maleda purtroppo non ha rilevato alcun dato a causa di un'anomalia tecnica dell'apparecchio.

Sulla base delle informazioni presenti all'interno della Tabella 1 è possibile identificare tre siti caratterizzati da un alto passaggio di flussi turistici, ovvero Rabbi Fonti (79.162 passaggi), Ponte Sospeso (63.372 passaggi) e Cascate di Saènt (53.045 passaggi).

Questi tre siti possono tradursi come le principali attrazioni della valle, in quanto ogni



Figura 4 – Installazione del dispositivo contaveicoli/contabiciclette.

Tabella 1 – Risultati indagini di monitoraggio dei flussi turistici.

| 1. Nome sito | 2. ID Dispositivo | 3. Categoria monitorata | 4. Flussi turistici luglio 2021 | 5. Flussi turistici agosto 2021 | 6. Flussi turistici settembre 2021 | 7. Totale flussi 2021 |
|-----------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--|-----------------------------|
| Malga Monte Sole Alta | CPTN03 | PEDONI | 3.843 | 3.809 | 630 | 8.282 |
| Malga Monte Sole Alta | CVTN05 | BICICLETTE | 1.360 | 1.643 | 417 | 3.420 |
| Malga Monte Sole Alta | CVTN01 | AUTOVEICOLI | 1.417 | 1.564 | 443 | 3.424 |
| Malga Villar Bassa | CPTN07 | PEDONI | 618 | 1.111 | 1.211 | 2.940 |
| Ponte Sospeso | CPTN13 | PEDONI | 24.809 | 31.541 | 7.022 | 63.372 |
| Forborida | CPTN10 | PEDONI | 2.892 | 2.189 | 710 | 5.791 |
| Malga Maleda Alta | CPTN05 | PEDONI | 2.223 | 3.037 | 495 | 5.755 |
| Malga Maleda Alta | CVTN08 | BICICLETTE | 1.384 | 1.226 | 354 | 3.964 |
| Malga Maleda Alta | CVTN07 | AUTOVEICOLI | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Park Therapy | CPTN09 | PEDONI | 6.977 | 9.929 | 1.354 | 18.260 |
| Cascade do Saënt | Pinst | PEDONI | 17.986 | 28.710 | 6.349 | 53.045 |
| Marga Terzolasa | CPTN11 | PEDONI | 1.837 | 713 | 505 | 3.055 |
| Lago Corvo | CPTN04 | PEDONI | 1.863 | 2.336 | 818 | 5.017 |
| Lago Corvo | CVTN06 | BICICLETTE | 720 | 719 | 188 | 1.627 |
| Castel di Somrabbi | CPTN18 | PEDONI | 2.464 | 2.171 | 404 | 5.039 |
| Rabbi Fonti | Pinst | PEDONI | 27.273 | 45.082 | 5.082 | 79.162 |
| Totale flussi | | | | | | 261.153 |

anno divengono meta di migliaia di visitatori, considerandosi una calamita per i turisti non solo grazie alla promozione territoriale, ma anche grazie alla comunicazione derivante dai *social network* e dal *web*.

Il fattore che accomuna questi quattro siti del Parco, oltre all'elevata frequenza di flussi turistici, è il loro posizionamento ad una bassa quota e dal facile percorso di raggiungimento.

È interessante ragionare su tale osservazione, in quanto la maggioranza dei flussi si concentra all'interno dei medesimi quattro *hotspot*, identificando il turismo della valle come un turismo pigro, lento e poco esperto e proattivo alle vere attività della montagna.

È necessario riservare una considerazione a parte per quanto riguarda i dispositivi interessati al monitoraggio dei veicoli e delle biciclette, in quanto posizionati su strade forestali e non prettamente in prossimità di sentieri.

Il contaveicoli situato presso la Malga Monte Sole Alta ha riscontrato il numero maggiore di passaggi veicolari contando 3.424 passaggi totali, mentre presso i siti della Malga Maleda

Alta e al sentiero per il Lago Corvo si registrano dati pari a 2.964 e 1.627 passaggi.

Secondo quanto analizzato, è possibile dedurre che i turisti della Val di Rabbi prediligano la visita di luoghi, siti ed attrazioni generalmente a bassa quota e facilmente raggiungibili.

Il turista medio della valle apprezza e percepisce le bellezze e le peculiarità del territorio sebbene, difficilmente, si spinga ad avvicinarsi ad attività a stretto contatto con la natura montana, elevandosi a quote più alte o intraprendendo trekking o sentieri meno turistici.

Concludendo, la Val di Rabbi si caratterizza come una piccola valle alpina ad alto richiamo turistico, pur rimane non percepita come una meta per segmenti turistici specializzati, esperti e accomunabili al vero contesto montano.

Fase 2. Analisi degli stakeholder

La seconda fase di ricerca è stata sviluppata con l'obiettivo di indagare l'opinione e la visione locale dal punto di vista della comunità: a

tal fine, è stato sviluppato un questionario *online* indirizzato a tutti gli stakeholder della Val di Rabbi, indirizzato a raccogliere le riflessioni e le opinioni dei rappresentanti della comunità locale, dei dipendenti comunali, degli albergatori e dei ristoratori, al fine di analizzare le loro considerazioni in merito all'attuale situazione turistica.

Il focus del questionario si concentra sulla raccolta delle preferenze e delle opinioni degli stakeholder in merito alla tipologia ed al livello di qualità del target turistico presente oggi giorno in valle, indagando sulla loro reale soddisfazione in merito alla situazione attuale e raccogliendo eventuali suggerimenti e valutazioni dinnanzi ad un possibile cambiamento.

Il questionario (Appendice A) è stato inviato in data 26 aprile 2021 tramite e-mail ad un campione selezionato composto da 55 attori economici: la somministrazione del questionario è avvenuta tramite *e-survey*, grazie ad una raccolta antecedente di tutti i contatti e-mail degli operatori prescelti.

Sono stati restituiti in totale 29 questionari compilati, ovvero il 53% del totale, un tasso di risposta sufficientemente significativo per poter utilizzare i dati raccolti e per lo sviluppo di una analisi successiva.

I 13 quesiti posti all'interno del questionario sono stati racchiusi all'interno delle seguenti macrocategorie:

- Soddisfazione generale dell'intervistato;
- Proposte di intervento sul numero delle presenze turistiche attuali;
- Proposte di intervento sulla categoria di target turistico attuale;
- Identificazione di una tipologia di turista ideale per il territorio;
- Proposte di promozione/comunicazione sull'immagine della valle;
- Identificazione delle caratteristiche del turismo attuale;
- Considerazioni e commenti personali degli stakeholder.

In conclusione, grazie ai dati ottenuti dalla somministrazione dell'*e-survey* agli stakeholder locali, emerge la volontà locale di voler promuovere e pubblicizzare il territorio con una nuova *vision* sostenibile, principalmente

indirizzata ad un target di turisti studiato e selezionato, imponendo un controllo sui numeri di visitatori in entrata e, infine, prediligendo strategie di comunicazione promuovendo la stagionalità della destinazione durante tutti i mesi dell'anno.

Gli stakeholder richiamano spesso, all'interno delle loro risposte, l'applicazione dei principi della stagionalità del territorio, con l'obiettivo di garantire un turismo plasmato su base annuale, al fine di evitare grandi picchi di affollamento in alta stagione ed una scarsa presenza durante i restanti periodi stagionali.

Fase 3. Analisi del comparto turistico estivo

L'ultima fase di ricerca del progetto riguarda l'analisi della raccolta di dati effettuata mediante il coinvolgimento diretto dei turisti estivi della Val di Rabbi.

Al fine di ottenere un quadro complessivo della qualità e delle peculiarità del turismo presente oggi giorno in valle, è stato necessario spostare il focus di analisi dalla comunità locale e porlo sul comparto turistico estivo.

Tale fase è stata realizzata attraverso la raccolta dati di opinioni, considerazioni, idee e pensieri dei visitatori estivi presenti sul territorio di ricerca, indagando aspetti quali il tema dell'ambiente, le preferenze sulle modalità di spostamento e sulle considerazioni in merito al concetto di sostenibilità applicato al proprio *concept* di vacanza.

Per la raccolta dei dati sono state condotte due differenti tipologie di indagini, con la finalità di ottenere un ingresso di informazioni differente a doppia entrata: in primo luogo, sono state effettuate delle interviste dirette sul campo e, parallelamente, è stata distribuita un'*e-survey* somministrata tramite l'apposizione di locandine lungo diversi siti del parco.

All'interno delle locandine era presente un testo riassuntivo circa l'obiettivo dello studio in corso ed un codice *QR code* per la compilazione del questionario (Appendice B).

Le due diverse tipologie di indagine hanno proposto i medesimi quesiti attraverso due canali di somministrazione differenti.

Il primo metodo tramite interviste dirette ha

permesso un contatto personale e ravvicinato con il turista, in modo tale da poter avviare un vero colloquio di confronto e stringere un legame con esso per indagare aspetti maggiormente personali sul tema indagato.

Il secondo metodo, mediante l'utilizzo dell'*e-survey*, ha permesso di raccogliere la stessa tipologia di informazioni utilizzando un metodo meno invasivo che apportasse una minore soggezione riguardo la veridicità e robustezza della risposta finale, in quanto l'assenza di un confronto diretto con l'intervistatore potrebbe comportare possibili *bias* cognitivi di risposta.

Il questionario è stato sviluppato su 28 quesiti, con l'obiettivo di indagare le seguenti macroaree:

- Caratteristiche sociodemografiche dell'intervistato;
- Caratteristiche sulla tipologia di soggiorno del turista;
- Indagine sulle abitudini e preferenze sul tema della mobilità in ambito turistico;
- Indagine sul grado di accordo/disaccordo su temi ambientali e di mobilità sostenibile proposti;
- Indagine sulle aspettative/motivazioni di scelta personali riguardo la scelta della destinazione turistica.

La fase di lavoro riguardante la somministrazione delle *e-survey*, parallela alla conduzione di interviste ai turisti sul campo, ha interessato il periodo dal mese di luglio fino al mese di settembre 2021.

Durante la raccolta dati, sono stati ricevuti complessivamente 165 responsi tra *e-survey* ed interviste, considerabili complete, accettabili ed utilizzabili ai fini della ricerca.

Tutte le interviste o *e-survey* parzialmente utilizzabili, incomplete o comprendenti dati inutili ai fini dello studio sono state ignorate e scartate.

Complessivamente, le interviste effettuate sul campo sono state 200 ma solo 100 di esse sono state effettivamente considerate utilizzabili e valide ai fini della ricerca.

Per quanto riguarda le risposte ottenute dalle *e-survey*, sono stati ricevuti complessivamente 99 questionari, ma solo 65 di essi sono stati ritenuti validi ai fini della ricerca.

Delle 65 *e-survey* utilizzate, 57 sono state ricevute in lingua italiana mentre 8 di esse sono state compilate da turisti stranieri nella versione inglese proposta.

I dati finali raccolti dalle interviste effettuate sul campo e dalle *e-survey* raccolte hanno permesso di ottenere un panorama completo a livello quali-quantitativo riguardo la presenza turistica odierna in Val di Rabbi.

I dati complessivi verranno analizzati con maggior dettaglio nella sezione successiva riguardante le considerazioni e risultati finali: in seguito si riportano alcune specifiche percentuali di interessante lettura.

Dalle indagini è risultato che la maggior parte dei turisti, ovvero il 55,50%, si è classificato come appartenente alla categoria dei "turisti della stagione estiva", ovvero il segmento del "turista medio", colui che si reca tipicamente presso una destinazione montana in vista del proprio periodo di ferie durante la stagione estiva (generalmente nei picchi stagionali), presentando un livello di consapevolezza e approccio alla montagna medio-basso.

Un altro dato interessante mostra che il 44,85% dei visitatori della valle tende a trascorrere il proprio periodo di vacanza in compagnia del proprio nucleo familiare, caratterizzando il territorio in analisi come un luogo tendenzialmente frequentato da famiglie o coppie di partner, rendendo indispensabile l'erogazione di servizi adatti a queste categorie di frequentatori.

Indagando la macroarea della mobilità turistica, una grande maggioranza dei rispondenti (79,27%) ha dichiarato di utilizzare il proprio veicolo privato per recarsi presso la destinazione turistica, il 14,63%, ha dichiarato di giungere a destinazione direttamente a bordo del proprio camper mentre, il restante 6%, ha dichiarato di utilizzare trasporti pubblici alternativi.

All'interno della macroarea di indagine riguardante il grado di accordo o di disaccordo su temi di conservazione e di mobilità sostenibile, le risposte ottenute dagli intervistati si distinguono in due punti di vista del tutto differenti e contraddittori.

Una parte dei turisti sarebbe invogliata ed entusiasta a sviluppare l'idea di una valle chiusa, esente dal transito automobilistico ed

interamente servita dal servizio di trasporto pubblico; d'altro canto, l'opposta quota turistica non si ritiene ancora pronta o non condivide la necessità di limitare gli accessi alla valle, denunciando un senso di disagio, disorganizzazione e di limitazione personale.

Molti turisti rimarcano la volontà e la necessità nel non voler rinunciare al proprio mezzo privato, alla propria autonomia ed al proprio senso di comodità e libertà personale.

Sebbene l'indagine in corso abbia evidenziato la presenza di un turismo poco preparato e poco propenso ad un approccio coerente con il clima montano, la macroarea di ricerca incentrata sulle aspettative/motivazioni di scelta personali riguardo la scelta della destinazione turistica ha positivamente riportato che il 92,64% dei rispondenti ha espresso un parere positivo sulla soddisfazione delle proprie aspettative nei confronti della vacanza, mentre un 2,45% ha espresso parere negativo ed un 4,91% ha risposto incertamente.

Conseguentemente, è stato domandato quale fosse la motivazione per aver segnalato una risposta incerta o negativa e, il quesito successivo, ha riportato che il 54,34% è stato motivato dall'evidente mutamento paesaggio della valle negli ultimi decenni.

Ad esprimere questo tipo di giudizio sono stati, prevalentemente, i possessori di seconde case private o i turisti che, da venti o trenta anni, si recano ogni estate presso il territorio, divenendo ottime sentinelle di controllo in grado di vigilare sui cambiamenti ambientali e sociali degli ultimi decenni.

Risultati ed analisi statistiche

I risultati ottenuti a seguito della raccolta dalle *e-survey* e delle interviste effettuate sul campo hanno restituito dati qualitativamente simili sebbene, a causa della differente tipologia di somministrazione, sia emersa la presenza di distorsioni di scelta, ovvero i bias cognitivi (CANDELA, G., FIGINI, P.).

I *bias* modificano il reale e razionale processo di scelta del rispondente, influenzandone il ragionamento finale a causa di distorsioni presenti durante la fase di scelta: i bias possono essere di due tipi.

Lo *yeah saying bias* è la tendenza del singolo individuo a rispondere in maniera affermativa per assecondare il quesito posto dall'intervistatore.

In tali circostanze, il rispondente sente la necessità di essere compiacente e assecondante nei confronti del soggetto che lo sta intervistando in quanto, spinto dalla necessità di essere socialmente corretto, o perché prevede che le proprie risposte potrebbero essere analizzate a fini di ricerca, si sente quasi costretto a rispondere secondo un determinato criterio o pensiero.

La seconda tipologia di *bias*, lo *status quo bias*, corrisponde alla tendenza per cui i rispondenti prediligono le condizioni appartenenti alla loro situazione di status quo, in quanto preferiscono non discostarsi dalla loro abituale *comfort zone*.

Tali rispondenti preferiscono non aderire o non assecondare le iniziative proposte, non sostenendo modifiche o cambiamenti al contesto generale: nel caso in cui si tratti di richieste basate sulla disponibilità a pagare o di adesione ad un nuovo servizio, la risposta sarà di negazione al pagamento o di disaccordo alla proposta.

In ogni caso, ambedue le tipologie di distorsioni cognitive conducono il rispondente ad avvertire un'incertezza all'interno del suo processo di scelta, inducendolo ad indicare o affermare qualcosa non realmente coerente con le proprie preferenze o la propria *willingness to pay*.

La presenza dei *bias* è sicuramente emersa durante la fase di somministrazione di interviste *face to face* ai turisti della valle.

A differenza di ciò che accade durante la compilazione di un'*e-survey* (in condizioni di autonomia, utilizzando i propri tempi ed in assenza di un rilevatore fisico) le interviste effettuate in modo diretto da parte di un intervistatore conducono spesso a risposte cognitivamente distorte o irrazionali.

Per quanto concerne le interviste effettuate durante la fase di ricerca diretta sull'area di studio, i turisti potrebbero essersi sentiti quasi obbligati nel rispondere favorevolmente all'iniziativa di una valle *car free* in quanto, sebbene non siano realmente disposti a rinunciare al proprio veicolo privato per utilizzare il servizio

dei trasporti pubblici, sono coscienti che tale scelta apporterebbe dei benefici concreti sotto il punto di vista etico ed ambientale.

Inoltre, per quanto riguarda i quesiti sulla disponibilità a pagare il servizio di parcheggio o il servizio di navetta, i turisti potrebbero aver rivelato la disponibilità a sostenere una cifra decisamente più alta rispetto al prezzo che realmente sarebbero disposti a pagare per usufruire del servizio.

Un primo confronto di tipo statistico è stato effettuato mediante l'utilizzo di indici di posizione, i quali hanno permesso di esprimere in modo sintetico le caratteristiche dei risultati delle indagini svolte.

Ai fini di tale valutazione, sono stati calcolati gli indici di media e moda sia per i dati ottenuti tramite interviste sul campo, sia per i dati ottenuti tramite *e-survey*, con l'obiettivo di poterne analizzare le eventuali differenze e incompatibilità, verificando la presenza o assenza di *bias* di risposta.

La Tabella 2 riporta i valori degli indici di media e di moda rappresentando, nella prima sezione, i risultati delle interviste condotte direttamente sul campo con la presenza dell'intervistatore mentre, nella seconda sezione sono rappresentate le medie e le mode dei dati ottenuti dalle *e-survey* compilate.

Lo studio statistico ha successivamente indagato la presenza di eventuali divergenze o correlazioni tra i dati di ricerca raccolti: in dettaglio, è stata svolta un'analisi statistica di

omogeneità tra variabili multivariate, con lo scopo di individuare la distribuzione non parametrica tra variabili e la presenza e/o assenza di fattori di correlazione.

L'omogeneità tra i gruppi di variabili in esame può essere valutata tramite la misura del grado di vicinanza tra le stesse unità, indicato anche come *indice di prossimità*, in grado di identificare misure di somiglianza o di distanza tra i vari gruppi di *cluster*, ovvero di unità statistiche raccolte in un medesimo gruppo.

L'analisi dei *cluster* è utile per la classificazione delle unità statistiche in diversi gruppi, con proprietà di omogeneità interna (all'interno del gruppo) e di disomogeneità esterna (tra i diversi gruppi).

La rappresentazione grafica di tali componenti è avvenuta grazie alla sovra scrittura dei dati mediante il software di programmazione "R" di analisi statistica.

Per ognuna delle due tipologie di modalità di indagine (*e-survey* ed interviste dirette), sono stati creati dei grafici bidimensionali rappresentanti l'andamento e la distribuzione dell'omogeneità delle risposte ottenute.

Il grafico 1 - definito *loading plot* - raffigura la distribuzione totale delle risposte ottenute dalle interviste dirette condotte sul campo, rappresentando la distribuzione dell'omogeneità e la presenza di correlazione tra le variabili selezionate, con la finalità di individuare un'area specifica di preferenze e la presenza di correlazioni specifiche tra i dati in esame.

Tabella 2 – Indici di posizione: media aritmetica e moda.

| Modalità 1 - INTERVISTE | | | | | | | | | |
|--------------------------|--|--|---|---|--------------|--------------|-----------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| | Sono sensibile all'ambiente ed alla natura | Smaltisco correttamente i miei rifiuti | Acquisto prodotti a km 0 nel mio territorio | Rinuncio alla mia auto per usare i mezzi pubblici | €/parcheggio | €/Stelviobus | Favorevole ai parcheggi nel Parco | Favorevole al servizio navetta | Favorevole alla valle <i>car free</i> |
| MEDIA | 3,9 | 3,9 | 3,9 | 4,0 | 4,9 | 4,7 | 8,8 | 8,9 | 7,6 |
| MODA | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 10 | 10 | 10 |
| Modalità 2 - QUESTIONARI | | | | | | | | | |
| | Sono sensibile all'ambiente ed alla natura | Smaltisco correttamente i miei rifiuti | Acquisto prodotti a km 0 nel mio territorio | Rinuncio alla mia auto per usare i mezzi pubblici | €/parcheggio | €/Stelviobus | Favorevole ai parcheggi nel Parco | Favorevole al servizio navetta | Favorevole alla valle <i>car free</i> |
| MEDIA | 4,5 | 4,5 | 3,7 | 2,3 | 2,7 | 2,3 | 8,5 | 8,4 | 7,4 |
| MODA | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 10 | 10 | 10 |

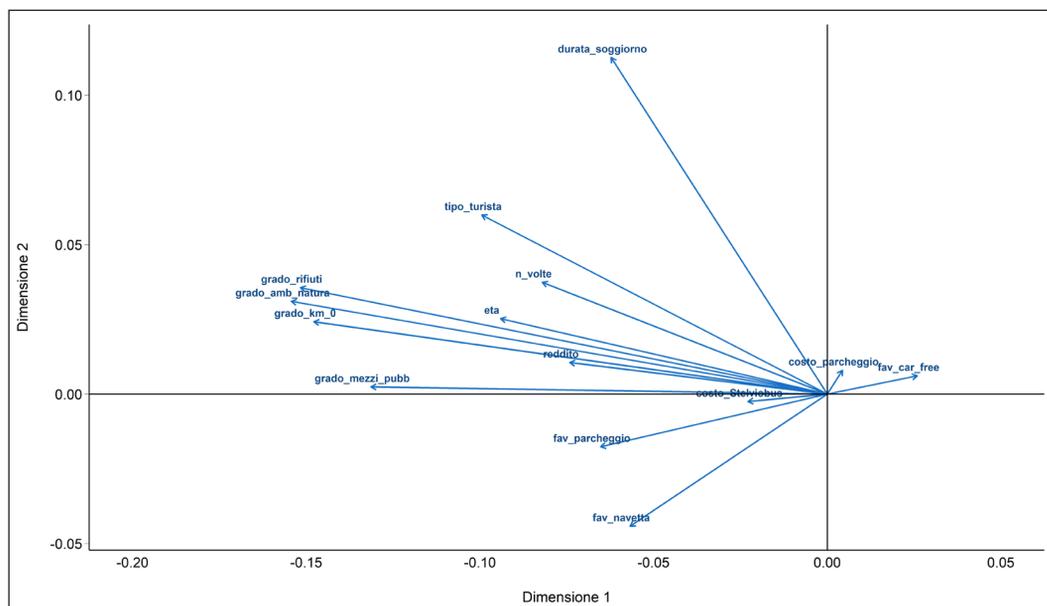


Grafico 1 – Loading plot interviste dirette.

Il grafico mostra, con evidenza la presenza di una regione di alto gradimento nel primo quadrante in alto a sinistra del piano, all'interno del quale è riscontrabile una correlazione tra le variabili in cui le risposte presenti covariano tra di loro.

Dal *loading plot* è possibile dedurre che la maggior parte dei turisti intervistati si è posizionata all'interno della regione di alto gradimento, la quale ospita una forte correlazione tra le variabili indagate.

Dal grafico si evince che i turisti si dichiarano particolarmente a favore ed in linea con lo smaltimento dei rifiuti e la sensibilità verso la natura: essi sono altrettanto favorevoli all'acquisto di prodotti a chilometro zero ed alla fruizione dei mezzi pubblici.

I turisti presenti nella regione di alto gradimento si categorizzano come maggiormente esperti e coerenti con l'ambiente montano presso cui si trovano, disposti a pernottare presso la valle per un periodo medio-lungo e disposti ad un ritorno futuro presso il territorio.

Inoltre, tali tipologie di rispondenti rientrano all'interno di una fascia di età medio-alta ritrovando, di conseguenza, il loro reddito tra le fasce superiori proposte.

Il grafico 2 mostra un secondo loading plot, raffigurante i risultati derivanti dalla compilazione delle *e-survey*, un'eventuale presenza o assenza di correlazioni tra le variabili studiate.

A differenza di quanto emerso dal *loading plot* delle interviste dirette, i rispondenti delle *e-survey* hanno espresso considerazioni diverse per quanto riguarda il proprio reddito familiare, l'età, la durata del soggiorno e la tipologia di turista.

Nelle *e-survey*, la correlazione tra la disponibilità di reddito e la vicinanza ai temi sensibili o al grado di accordo ai servizi offerti dal Parco, non ha riscontrato covarianza, in quanto, all'interno del grafico, la variabile "reddito" è presente in un quadrante di direzione opposta rispetto a quella dell'area di preferenza.

Differentemente, i rispondenti categorizzati come turisti più esperti e più coerenti con l'ambito territoriale di riferimento non sono risultati altrettanto favorevoli o sensibili alle tematiche indagate, rientrando nel quadrante opposto dell'indagine di omogeneità.

Non è possibile affermare, dunque, una correlazione fissa tra il livello di esperienza e di vicinanza al territorio del turista con il suo grado di accordo e di sensibilità verso le tematiche ambientali.

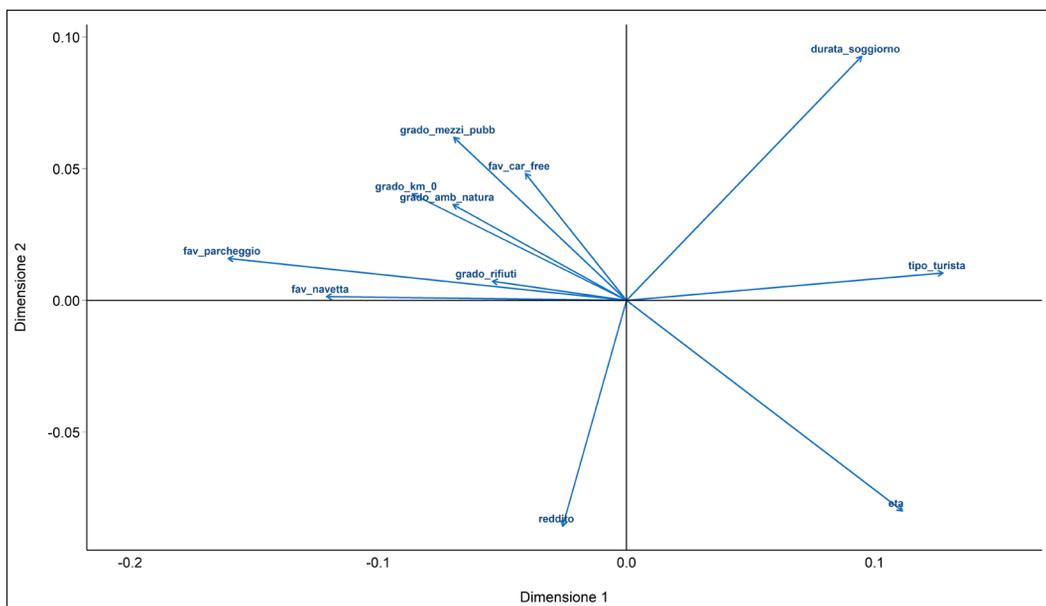


Grafico 2 – Loading plot e-survey.

Nei questionari la situazione diverge, in quanto chi rientra nella regione di gradimento non covaria e non presenta omogeneità con la variabile dell'età media, ottenendo risposte differenti da diverse fasce di età, quali giovani, ragazzi, adulti e pensionati.

Risultati e conclusioni

Grazie all'analisi statistica di omogeneità delle variabili indagate, è stato possibile identificare una regione grafica di alto gradimento, all'interno della quale si evidenzia una correlazione tra una maggioranza delle variabili presenti nell'indagine.

Generalmente, i rispondenti sensibili alla natura e all'ambiente si dimostrano sensibili anche ai temi riguardanti l'acquisto di prodotti a chilometro zero e all'utilizzo dei mezzi pubblici; inoltre, nella maggior parte dei casi, tali turisti si rivelano favorevoli ai servizi di navetta e di parcheggio, dimostrando, al contrario, titubanza ed una mancata predisposizione verso un concetto di valle chiusa al traffico veicolare.

Nelle indagini svolte tramite *e-survey*, si de-

nota una divergenza tra il reddito personale ed il grado di accordo alla fruizione dei servizi di mobilità del Parco, emerso invece in maniera positiva durante i colloqui orali.

È opportuno dunque ribadire l'obiettivo per cui la Val di Rabbi e, di conseguenza, il Parco Nazionale dello Stelvio, debbano sviluppare un piano efficace e strategico per la divulgazione di un nuovo *concept* turistico da proporre all'interno del territorio.

La finalità si concretizza nello sviluppo di un'offerta turistica innovativa, in grado di valorizzare le risorse del territorio e di richiamare, secondo la reale capacità di carico della valle, un turismo maggiormente idoneo e coerente con le caratteristiche della preziosa valle alpina Val di Rabbi.

Complessivamente, analizzando tutti i risultati riportati all'interno dell'elaborato di ricerca, è possibile giungere a conclusioni concrete riguardo allo scenario turistico presente nel territorio della Val di Rabbi durante la stagione estiva.

La Val di Rabbi offre una possibilità di soggiorno circoscritta, derivante in primo luogo dalla limitata disponibilità di accoglienza del territorio ed in seguito dalla volontà degli ope-

ratori locali nel voler limitare gli accessi turistici per conservare l'atmosfera di questo luogo unico e prezioso.

Un segmento di turisti decisamente invasivo e poco consono al contesto montano è rappresentato dai turisti “mordi e fuggi” (ovvero i turisti giornalieri, di passaggio), i quali giungono a destinazione con l'intenzione di sostare sul territorio solamente per un periodo temporale di poche ore, senza usufruire di alcun servizio in loco.

Questa tipologia di turista apporta un impatto negativo e una serie di comportamenti scorretti verso il territorio: tali presenze si traducono in un aumento della densità del traffico in valle, nel mancato rispetto dei vincoli di chiusura del traffico e, di conseguenza, nella dispersione di veicoli e di rifiuti lungo tutto il territorio.

Da quanto appreso durante la prima fase del progetto rivolta agli stakeholder della Val di Rabbi, le azioni da intraprendere per rimodellare il volto del turismo in valle si traducono in strategie di tipo qualitativo.

I numeri attuali che interessano gli arrivi turistici si ritengono più che soddisfacenti, in quanto garantiscono un ritorno economico ed un guadagno adeguato a tutte le strutture esercenti presenti in Val di Rabbi.

Il vero punto di lavoro si concretizza all'interno dell'aspetto qualitativo di tale turismo, in quanto la comunità residente, gli operatori economici, i lavoratori del Parco Nazionale dello Stelvio e l'amministrazione comunale della valle concordano sulla riqualificazione del target turistico che caratterizza la stagione estiva.

L'obiettivo è richiamare ed attirare un turismo ambientalmente più responsabile, comprensivo di persone che vogliano realmente approcciarsi alla montagna, scoprirne le sue più rare e nascoste bellezze e che non abbiano timore a dedicare sforzi, impegni e fatiche per viverla sotto ogni suo punto di vista.

La Val di Rabbi necessita di un turismo attento alle sue fragili peculiarità: la montagna alpina si presenta come un ambiente labile e facilmente impattante; per tali motivi essa necessita di essere frequentata da una presenza antropica in grado di preservarne le qualità e le risorse naturali, che sia in grado di proteggerla e di tutelarla.

La seconda fase del progetto riguardante il monitoraggio dei flussi turistici tramite l'utilizzo di dispositivi di contapersone e di contaveicoli, ha confermato la tendenza dei turisti a concentrarsi presso aree e siti a bassa quota lungo le principali attrazioni di fondovalle.

I dati ottenuti dal monitoraggio hanno identificato una bassa percentuale di turisti disposta ad intraprendere percorsi più impegnativi in direzione di rifugi o malghe meno turistiche, facendo emergere, al contrario, una presenza massiccia di flussi presso malghe a bassa quota presso le attrazioni “socialmente” più note, come il Ponte Sospeso o le Cascate di Saènt.

Nella terza parte dell'elaborato vengono, infine, riportati tutti i risultati derivanti dalla somministrazione di interviste dirette e di questionari effettuati ai turisti della valle.

Dalle indagini emerge una ricostruzione dell'“*identikit*” del frequentatore tipico della Val di Rabbi in stagione estiva, delineandolo come un turista semplice, il quale apprezza la natura ma non è in grado di viverla appieno sotto tutti i suoi punti di vista e le sue possibilità.

Si tratta di un turista non ancora totalmente disposto ad accettare un compromesso tra la co-esistenza “uomo-natura”, poiché troppo focalizzato ed incentrato a soddisfare i propri bisogni egoistici, senza pensare al contesto fragile ed unico in cui si trova.

I risultati derivanti dall'analisi statistica dei dati riportano, inoltre, una mancata correlazione con la proposta di aderire al progetto di mobilità integrata per una valle *car free*.

Sono emerse ulteriori divergenze tra le due diverse modalità di somministrazione delle indagini, in quanto è stata verificata la presenza di *bias* cognitivi nel processo decisionale, i quali hanno influenzato le motivazioni di risposta degli indagati, riscontrando differenze tra le preferenze e le propensioni al consumo tra interviste ed *e-survey*.

Una sfida per il Parco Nazionale dello Stelvio potrebbe consistere nello sviluppo di un nuovo modello eco-sostenibile di turismo, un turismo responsabile.

Il Parco dovrebbe tralasciare le prospettive di sviluppo in termini di numeri turistici ed iniziare ad agire sulla qualità, non più sulla quantità, assumendo il ruolo di “laboratorio

turistico” per decidere realmente quale tipologia di turismo desidererebbe attirare e quale immagine di sé vorrebbe comunicare.

Un fattore di sfida è certamente la presenza affermata dell’impatto antropico sul territorio: non si parla di una valle caratterizzata dalla *wilderness*, ma di un territorio facente parte di un Parco Nazionale, comprendente la presenza della natura selvaggia contemporaneamente alla presenza della civiltà umana. (MARTINI, U.).

A fronte di ciò, il Parco deve rispettare questa co-esistenza, applicando soluzioni di sviluppo sostenibile per garantire l’equilibrio ed il mantenimento delle risorse naturali ambientali e dello sviluppo della comunità locale.

Un’ulteriore azione migliorativa potrebbe consistere nell’introduzione di nuovi metodi di attrazione turistica, al fine di identificare il target maggiormente idoneo al territorio della Val di Rabbi.

Il Parco deve essere in grado di promuovere i valori della sua *mission*, comunicando le vere motivazioni che spingono i suoi collaboratori ad intraprendere progetti di salvaguardia, tutela degli ecosistemi e di protezione della flora e della fauna locale.

Il turismo idoneo per la Val di Rabbi deve conoscere il concetto di “limite” (*Dower*), prendendo decisioni consapevoli che siano consone ad un corretto equilibrio per la co-esistenza tra uomo e natura: tale turismo deve sapere accettare i limiti della natura e convogliare i propri comportamenti verso un obiettivo di tutela, scendendo a compromessi e adottando misure di contenimento per evitarne il danneggiamento.

L’accettazione di un limite non deve essere intesa come una costrizione alla libertà personale dell’individuo, ma deve essere percepita come uno scambio di aiuti e di risorse tra la sfera umana e la sfera ambientale; questo adattamento reciproco si traduce, sostanzialmente, in una perfetta convivenza tra l’uomo, come “ospite”, ed il pianeta Terra, come “casa”.

Ringraziamenti

Ringrazio l’ente Parco Nazionale dello Stel-

vio e tutti i professionisti che mi hanno accompagnato in questo percorso di ricerca tesi, in particolare i miei tutor Luca Pedrotti e Marta Gandolfi, i colleghi Dorino Moreschini e Mattia Precazzini e l’ex Direttore del Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette Romano Stanchina.

Ringrazio l’Università degli Studi di Trento, in particolare il mio relatore di tesi Umberto Martini e la mia co-relatrice Sandra Notaro, per la gentile collaborazione e supporto nella stesura dell’elaborato finale.

Ringrazio il Centro Studi per la Val di Sole, in particolare il dott. Marcello Liboni ed il dott. Remo Tomasetti per avermi dato la possibilità di esporre alla comunità locale la mia tesi di Laurea e per aver conferito un atto di premiazione al mio elaborato finale.

BIBLIOGRAFIA

AZIENDA PER IL TURISMO VAL DI SOLE, 2017 – *La mission dell’APT nell’epoca del turismo che cambia*.

CANDELA, G., FIGINI P., 2010 – *Economia del turismo e delle destinazioni*. McGraw-Hill, Milano.

DOWER, M., 1998 – *Planning for Sustainable Tourism in the High Lands of Europe - Turismo Sostenibile in Ambienti Fragili*. Cisalpino – Istituto Editoriale Universitario, Bologna.

KNAFOU, R., 1991 – *Approccio critico alla nozione di “Turismo Durevole”. Il caso delle aree marginali ed “estreme” - Turismo Sostenibile in Ambienti Fragili*. Cisalpino – Istituto Editoriale Universitario, Bologna.

MARTINI, U. (a cura di), 2017 – *Management e marketing delle destinazioni turistiche territoriali*. Milano, McGraw-Hill Education.

SILVESTRELLI, P., 2012 – *La relazione tra competitività e sostenibilità nella governance della destinazione turistica*. CORE, Archivio Istituzionale della Ricerca - Università di Macerata, pp. 240-244.

Giulia Calzolari

Dott.ssa in Management della Sostenibilità e Turismo
Università degli Studi di Trento
E-mail: calzolari giulia@yahoo.it

PAROLE CHIAVE: *mobilità sostenibile, segmenti turistici, Parco Nazionale dello Stelvio*

KEYWORDS: *sustainable mobility, tourism segments, Stelvio National Park*

RIASSUNTO

L'elaborato di tesi descrive lo studio condotto all'interno di un progetto di analisi sulla mobilità dei flussi turistici in stagione estiva nel territorio della Val di Rabbi, una piccola valle alpina laterale della principale Val di Sole nel settore Trentino del Parco Nazionale dello Stelvio. Il focus dell'elaborato tratta di un'indagine principalmente di natura qualitativa ed in secondo luogo quantitativa sui flussi turistici interessati all'area di studio durante i mesi di stagione estiva, nel periodo dal mese di giugno al mese di settembre 2021. A tal fine, sono state indagate le qualità e le caratteristiche rappresentative di tali turisti, l'entità e la modalità con cui essi effettuano spostamenti all'interno del territorio e, infine, le loro abitudini e percezioni sul tema della mobilità sostenibile.

Durante il periodo di indagini, sono state utilizzate diverse tecniche per la raccolta di dati ed informazioni, di tipo sia qualitativo sia quantitativo. Ai fini dell'indagine, sono state impiegate tecniche specifiche per la raccolta di dati sul campo, tra cui l'utilizzo di e-survey e di interviste dirette face to face, in due fasi distinte del progetto.

All'interno di un'ulteriore fase del progetto, sono stati utilizzati dispositivi di monitoraggio ad infrarossi per la rilevazione del passaggio di pedoni e, contemporaneamente, dispositivi di monitoraggio a rilevazione magnetica per il passaggio di mountain bike, e-bike e di autoveicoli.

Sulla base delle considerazioni ottenute, è stata sviluppata un'analisi statistica finalizzata ad un'indagine più approfondita dei dati ottenuti: mediante uno studio di omogeneità e di correlazione delle variabili multivariate, riscontrando la presenza di una regione di alto gradimento, all'interno della quale è emersa una correlazione tra alcune delle variabili indagate durante le indagini.

Dall'esaminazione dei dati raccolti, è stato possibile stilare conclusioni finali in merito alle azioni e strategie che, il Parco Nazionale dello Stelvio e le amministrazioni pubbliche coinvolte, dovrebbero adottare per raggiungere un cambiamento del target turistico e, di conseguenza, dell'intera immagine della Val di Rabbi.

ABSTRACT

The thesis paper describes the study that took place as part of a project to analyze the mobility of tourist flows, during the summer season, in the territory of Val di Rabbi, a small alpine side valley of the main Val di Sole in the Trentino sector of the Stelvio National Park. The focus of the paper deals with a primarily qualitative and secondarily quantitative investigation of tourist flows interested in the study area during the months of the summer tourist season, in the period from June to September 2021. To this end, the representative qualities and characteristics of these tourists, the extent and manner in which they commute within the area and, finally, their habits and perceptions on the issue of sustainable mobility were investigated.

During the survey period, various techniques were used to collect data and information, both qualitative and quantitative.

For the purposes of the survey, specific field data collection techniques were employed, including the use of e-surveys and face-to-face direct interviews, in two separate phases of the project.

Within a further phase of the project, infrared monitoring devices were used to detect pedestrian passage and, simultaneously, magnetic detection monitoring devices for mountain bike, e-bike and motor vehicle passage.

Based on the considerations obtained, a statistical analysis was developed aimed at a more in-depth investigation of the data obtained: by means of a homogeneity and correlation study of the multivariate variables, a region of high liking was found, within which a correlation emerged between some of the variables investigated during the surveys.

From the examination of the collected data, it was possible to draw final conclusions regarding the actions and strategies that, the Stelvio National Park and the public administrations involved, should adopt in order to achieve a change in the tourist target and, consequently, in the entire image of Val di Rabbi.

APPENDICE A

QUESTIONARIO ANALISI TARGET TURISTICI IN VAL DI RABBI

Il cambiamento avvenuto all'interno del comparto turistico, a causa della crisi sanitaria da Covid19, ha comportato la necessità di riflettere sulla quantità e sulla qualità degli attuali flussi turistici presenti in Val di Rabbi.

Facendo riferimento prettamente alla stagione turistica estiva, il seguente questionario esamina alcuni aspetti del turismo in valle, con la finalità di raggiungere ed implementare soluzioni efficienti in materia di mobilità sostenibile.

Il questionario affronta i temi di gestione del numero di turisti in entrata, della definizione di qualità del target turistico e del miglioramento dell'immagine della valle come destinazione di nicchia.

A quanto detto finora, si richiede la gentile collaborazione degli attori e degli operatori economici operanti in valle, in modo tale da poter ricostruire uno scenario più ampio e completo possibile delle opinioni e visioni locali.

Grazie in anticipo per la collaborazione.

Pensando all'attuale situazione turistica in Val di Rabbi in stagione estiva, quanto si ritiene soddisfatto/a riguardo a: (scegliere in una scala tra: molto soddisfatto, soddisfatto, poco soddisfatto, per niente soddisfatto):

- Numero dei visitatori presenti in valle
- Comportamento tipico dei visitatori in valle
- Gestione della mobilità interna alla valle (blocco stradale, autobus, navette)
- Gestione del parcheggio di Piazze dei Forni (n° posti auto, orari, tariffe)
- Qualità ed intensità della promozione turistica in valle
- Immagine turistica della valle
- Organizzazione dei servizi pubblici in valle (sicurezza, pulizia, ordine)

Pensa che sia necessario intervenire sul numero di turisti attuale presenti in valle? (selezionare solo un'opzione):

- Incrementarlo
- Ridimensionarlo
- Mantenerlo
- Non lo so

Pensa che sia necessario cambiare il target di turisti presente in valle? (selezionare solo un'opzione):

- Sì
- No
- Non so

Se sì, che tipologia di turista ritiene sia più idonea per un turismo in valle? (risposta aperta).

Tra le seguenti opzioni, quale tipologia di turista ritiene che, attualmente, sia la più comune in valle? (selezionare più opzioni)

- Alpinista/escursionista di alta montagna
- Semplice sportivo appassionato di montagna
- Turista da passeggiata o pic nic
- Hobbisti (fotografia, videoclip, osservazione animali, raccolta funghi)
- Famiglie con bambini

- Coppie
- Gruppi giovani di amici
- Pensionati
- Turista "mordi e fuggi"
- Turista pernottante in valle

Pensando ai potenziali turisti, come vorrebbe che fosse promossa e rappresentata la valle ai loro occhi? (risposta aperta)

Ritiene che il turismo in valle sia prettamente di origine: (selezionare più opzioni):

- Locale (Val di Sole)
- Provinciale (PAT)
- Regionale (Trentino-Alto Adige)
- Nazionale
- Estero
- Altro

Secondo lei, qual è la fascia di età dei turisti prevalente in valle? (selezionare solo un'opzione):

- 0-18
- 19-35
- 36-65
- >65

Secondo la sua esperienza, quali sono i suoi commenti o suggerimenti personali riguardo la gestione del turismo attuale? (risposta aperta)

Sesso (selezionare solo un'opzione):

- Maschio
- Femmina

Età (selezionare solo un'opzione):

- 18-30
- 31-50
- 51-65
- >65

Occupazione (risposta aperta)

Comune di residenza (risposta aperta)

APPENDICE B

QUESTIONARIO TURISTICO IN VAL DI RABBI**Rapporto con l'ambiente e con la mobilità sostenibile**

Gentile partecipante, si chiede la gentile collaborazione alla compilazione del seguente questionario, incentrato sul tema della mobilità sostenibile all'interno del contesto del Parco Nazionale dello Stelvio, ponendo in particolare il focus sul territorio della Val di Rabbi.

Ai fini di una ricerca di tesi universitaria magistrale in campo economico-manageriale, l'indagine è svolta all'analisi delle preferenze e considerazioni dei visitatori nei confronti di aspetti sulle scelte di mobilità durante il proprio periodo di soggiorno e vacanza in valle, con la finalità di progettare possibili soluzioni future per la sua implementazione.

Si ringrazia in anticipo per la collaborazione.

Sezione 1

In qualità di frequentatore della Val di Rabbi, in quali delle seguenti categorie proposte si rispecchia di più? (selezionare solo un'opzione):

- Escursionista esperto, alpinista, frequentatore attivo della montagna
- Hobbista, appassionato di montagna, frequentatore del fine settimana
- Turista della montagna nel periodo estivo
- Turista occasionale, primi approcci alla montagna

Sta trascorrendo la sua vacanza (selezionare solo un'opzione):

- Da solo
- In famiglia
- Con amici
- Con il partner
- Con agenzia viaggi/viaggio organizzati
- Altro

È la prima volta che trascorre una vacanza in Val di Rabbi? (selezionare solo un'opzione):

- Sì
- No

Se no, quante volte ha già visitato la valle? (risposta aperta)

Qual è la durata del suo soggiorno in Val di Rabbi? (selezionare solo un'opzione):

- Visita in giornata
- 1 notte
- 2-3 notti
- 4-7 notti

- Più di una settimana
- Più di due settimane

In che tipologia di struttura soggiorna? (selezionare solo un'opzione):

- Hotel/albergo
- Bed & Breakfast
- Campeggio
- Appartamento
- Casa privata/seconda casa
- Altro

Tra le seguenti motivazioni, quali di esse l'hanno spinto a trascorrere un periodo di vacanza in Val di Rabbi? (selezionare solamente le due motivazioni principali):

- Ambiente, natura e paesaggi
- Cultura e storia locale
- Sport indoor e outdoor
- Hobby particolari
- Percorsi agrituristici ed enogastronomici
- Motivi religiosi
- Altro

Tra le seguenti attrazioni, quali di esse hanno influito sulla scelta della destinazione? (selezionare solamente le due attrazioni principali):

- Attrazioni naturali
- Strutture da visitare (musei, castelli, mostre)
- Borghi e paesi della valle
- Percorsi tematici (agriturismi, enogastronomia, cultura locale)
- Educazione ambientale
- Altro

Tra i seguenti servizi, quali di questi ha usufruito – o usufruirà – durante il suo soggiorno in Val di Rabbi/Val di Sole? (selezionare più opzioni):

- Acquisti di beni di prima necessità (alimenti, medicinali)
- Carburante
- Acquisti di beni di seconda necessità (abbigliamento, souvenir)
- Servizi pubblici (posta, servizi sanitari, trasporti)
- Non lo so/non intendo usufruire di questi servizi

Pensando alla sua recente esperienza in valle, le sue impressioni hanno soddisfatto le aspettative nei confronti del territorio? (selezionare solo un'opzione):

- Sì
- No
- Forse

Quali motivazioni hanno influito sulla sua risposta precedente? (selezionare solamente le due motivazioni principali):

- Qualità del paesaggio
- Qualità del soggiorno
- Prezzi
- Cordialità della popolazione locale
- Organizzazione di eventi
- Organizzazione dei mezzi pubblici
- Reperimento informazioni (info point, siti web)
- Altro

Quale mezzo di trasporto ha utilizzato per arrivare alla sua struttura di soggiorno in Val di Rabbi/Val di Sole? (selezionare più opzioni):

- Automobile
- Autobus/navetta
- Treno
- Car sharing
- Altro

Quali mezzi di trasporto utilizza per muoversi all'interno della Val di Rabbi? (selezionare più opzioni):

- Automobile
- Autobus/navetta
- Navetta/mezzo a disposizione della struttura di soggiorno

- Taxi
- Bicicletta/mountain bike
- Bici elettrica/e-bike
- Altro

Ai fini di indagare le sue percezioni e preferenze rispetto ai diversi temi proposti in chiave sostenibile, esprima il suo grado di accordo o disaccordo su una scala da 1 a 5 (in cui 1= per nulla d'accordo e 5= completamente d'accordo) sulle seguenti affermazioni:

- Sono sensibile alle tematiche riguardanti l'ambiente e la natura
- Adotto comportamenti responsabili e corretti nei confronti dell'ambiente intorno a me
- Sono informato rispetto alle problematiche sull'inquinamento ambientale al giorno d'oggi
- Sono attento allo smaltimento dei miei rifiuti (raccolta differenziata, dispersione dei rifiuti nell'ambiente)
- Acquisto, quando posso, prodotti biologici o ecosostenibili
- Acquisto, quando posso, prodotti a km 0 del mio territorio
- Utilizzo spesso i mezzi pubblici offerti dalla mia città
- Cerco di limitare il più possibile l'utilizzo dell'automobile privata utilizzando i mezzi pubblici
- Sono disponibile a non utilizzare l'auto privata durante una vacanza e utilizzare i mezzi pubblici

Nel caso in cui avesse usufruito del servizio di uno dei parcheggi in Val di Rabbi (Plazze dei Forni 3€, Plan 5€, Coler 5€) pensa che la tariffa proposta sia corretta? (selezionare solo un'opzione):

- Sì
- No

Se non fosse d'accordo con la tariffa proposta dal parcheggio utilizzato (Plazze dei Forni, Plan, Coler), quanto sarebbe realmente disposto a pagare per la fruizione di esso? (selezionare solo un'opzione):

- 0€
- 1€
- 2€

- 3€
- 4€
- 5€
- 6€
- 7€
- 8€
- 9€
- 10€
- Altro

Nel caso in cui avesse usufruito della navetta Stelviobus Rabbi, pensa che la tariffa proposta (5€ adulti, 2€ bambini, 3€ per possessori Val di Sole Opportunity Card/Rabbi Card) sia corretta? (selezionare solo un'opzione):

- Sì
- No

Se no, quanto sarebbe realmente disposto a pagare per la fruizione della navetta? (selezionare solo un'opzione):

- 0€
- 1€
- 2€
- 3€
- 4€
- 5€
- 6€
- 7€
- 8€
- 9€
- 10€
- Altro

Quanto è favorevole su una scala da 1 a 10 all'iniziativa del Parco di parcheggiare le automobili presso i parcheggi Piazze dei Forni/Plan/Coler? (selezionare solo un'opzione per cui 1=per nulla d'accordo, 10= completamente d'accordo)

Quanto è favorevole su una scala da 1 a 10 all'iniziativa del Parco di parcheggiare le automobili presso i parcheggi in Val di Rabbi (Piazze dei Forni/Plan/Coler) ed usufruire del servizio di navette Stelviobus Rabbi? (selezionare solo un'opzione per cui 1=per nulla d'accordo, 10= completamente d'accordo)

Quanto è favorevole su una scala da 1 a 10 ad una valle "car free" ovvero con il divieto di transito per automobili private non elettriche, ma con la possibilità di potersi muovere con mezzi pubblici? (selezionare solo un'opzione per cui 1=per nulla d'accordo, 10= completamente d'accordo)

Pensa di tornare in futuro per un'altra vacanza? (selezionare solo un'opzione):

- Sì, tornerò in Val di Rabbi
- Sì, tornerò in un'altra valle trentina
- No, non tornerò

Se no, perché? (risposta aperta)

Sezione 2 – Dati personali

Sesso: (selezionare solo un'opzione):

- Maschio
- Femmina
- Altro
- Preferisco non precisare

Età: (selezionare solo un'opzione):

- <18
- 18-25
- 26-35
- 36-49
- 50-65
- >65

Reddito netto del nucleo familiare: (selezionare solo un'opzione):

- Fino a 15.000 €
- 15.001 – 28.000 €
- 28.001 – 55.000 €
- 55.001 – 75.000 €
- Oltre 75.000 €

Professione: (selezionare solo un'opzione):

- Studente
- Lavoratore dipendente
- Lavoratore autonomo
- Disoccupato
- Pensionato

Comune di residenza: (risposta aperta)