

**Comune di  
NAGO-TORBOLE**



**Progetto:** **Qualificazione della rete commerciale  
del centro storico**  
*(art. 28, legge provinciale 8 maggio 2000 n.4)*



**Parte I:** **Analisi, risultanze, progettualità**

**Realizzazione:**

**Studio Associato Giovanelli**  
© Diritti d'autore ex Legge 22 aprile 1941, n.633  
*Divieto di duplicazione, riproduzione, trasmissione senza autorizzazione Studio*

**C.A.T. Imprese Unione S.r.l.**  
**C.A.T. del Trentino S.r.l.**

## **PRESENTAZIONE**

### **L'EQUIPE TECNICA**

#### **STUDIO ASSOCIATO GIOVANELLI**

Andrea Giovanelli  
Mauro Linardi  
Elena Busato

#### **TECNICI INCARICATI RESPONSABILI DI AREA**

Prof. Luciano Pilati  
Arch. Beppo Toffolon

#### **CAT IMPRESE UNIONE S.r.l.**

Massimo Piffer  
Michele Bragagna  
Ferruccio Veneri

#### **CAT DEL TRENTINO S.r.l.**

Gloria Bertagna  
Nadia Casna

L'incarico svolto dal Centro di Assistenza Tecnica (C.A.T.) Imprese Unione S.r.l., dell'Unione Commercio, Turismo e Attività di Servizio della provincia di Trento, dal Centro di Assistenza Tecnica del Trentino S.r.l. (della Confesercenti provinciale) e dallo Studio Giovanelli di Trento, è stato realizzato grazie alla fattiva collaborazione degli Uffici comunali nonché al prezioso supporto del Sindaco Ennio Bertolini e dell'Assessore alle attività economiche di Nago-Torbole Mario Mazzoldi.

Si ringraziano vivamente i componenti del Tavolo della concertazione, i rappresentanti delle categorie economiche, degli organismi ed enti locali così come coloro i quali, anche individualmente, hanno offerto dei contributi di idee al lavoro, sia nel corso degli incontri del Tavolo della concertazione che in altri momenti di incontro e di confronto.

Trattandosi di un progetto poliedrico, aperto a molteplici aspetti e settori, numerose sono state le professionalità coinvolte, in grado di interagire e di implementare, mediante consolidati processi di team building e project management, tutte le competenze e le fasi necessarie per lo sviluppo di un'iniziativa mirata alla riqualificazione del centro storico.

Il lavoro svolto si è concluso con la sottoscrizione del "Patto" fra l'Amministrazione comunale e i soggetti partecipanti alla fase di concertazione. Il patto specifica gli impegni condivisi dai sottoscrittori per la riqualificazione del centro storico in ottica intersettoriale e riporta una serie di macroprogettualità e impegni condivisi.

## INDICE

<b>Presentazione</b>		pag. 2
<b>PARTE 1</b>	<b>“Obiettivi e metodologia del progetto”</b>	pag. 4
	1.1. Cenni generali; 1.2. Obiettivi e destinatari del progetto; 1.3. Modalità di realizzazione dell'incarico: steps.	
<b>PARTE 2</b>	<b>“Profili normativi riferiti allo sviluppo del centro storico a fini commerciali”</b>	pag. 13
	2.1. Cenni generali; 2.2. Qualificazione commerciale dei centri storici in provincia di Trento; 2.2.1. Inquadramento generale; 2.2.2. La legge provinciale 8 maggio 2000, n.4; 2.2.3. La delibera della Giunta provinciale 16 febbraio 2001, n.340; 2.2.4. La delibera della Giunta provinciale 25 giugno 2004, n.1448.	
<b>PARTE 3</b>	<b>“L'analisi condotta: il Comune di Nago-Torbole nell'ambito del patto territoriale «Baldo Garda»”</b>	pag. 23
	3.1. Premessa; 3.2. Patto territoriale “Baldo Garda”; 3.2.1. Premessa; 3.2.2. Soggetti promotori ed obiettivi; 3.2.3. Criteri di indirizzo - istituzione 1° Bando; 3.2.4. Risultanze 1° Bando Patto Baldo-Garda.	
<b>PARTE 4</b>	<b>“L'analisi condotta: opinion leaders”</b>	pag. 27
	4.1. Opinion leaders di Nago; 4.2. Opinion leaders di Torbole.	
<b>PARTE 5</b>	<b>“L'analisi condotta: la Concertazione”</b>	pag. 33
<b>PARTE 6</b>	<b>“L'analisi condotta: la situazione socio-economica e di contesto”</b>	pag. 51
	6.1. Premessa; 6.2. Nago-Torbole: cenni generali; 6.3. Residenzialità; 6.3.1. Analisi; 6.3.2. Conclusioni e proposte operative; 6.4. Attività commerciali al dettaglio; 6.4.1. Evoluzione dell'offerta commerciale: Ambito D; 6.4.2. Valutazioni amministrative: Nago Torbole polo commerciale sovramunicipale; Criteri comunali per l'insediamento delle medie strutture di vendita; 6.4.3. Evoluzione dell'offerta commerciale comunale; 6.4.4. Numerica degli esercizi commerciali; 6.4.5. Superficie degli esercizi commerciali; 6.4.6. Superficie media di vendita per singolo esercizio; 6.4.7. Numero di esercizi per 1000 abitanti; 6.4.8. Superficie netta di vendita per 1000 abitanti; 6.4.9. Analisi dei punti vendita al dettaglio per merceologia; 6.4.10. Analisi dei punti vendita per classe dimensionale; 6.4.11. “Botteghe storiche”; 6.4.12. Conclusioni e proposte operative; 6.5. Commercio su aree pubbliche; 6.5.1. Analisi; 6.5.2. Conclusioni e proposte operative; 6.6. Pubblici esercizi; 6.6.1. Analisi; 6.6.2. Conclusioni e proposte operative; 6.7. Ricettività; 6.7.1. Analisi; 6.7.2. Conclusioni e proposte operative; 6.8. Artigianato; 6.8.1. Analisi; 6.8.2. Conclusioni e proposte operative; 6.9. Servizi, associazionismo, eventi; 6.9.1. Analisi; 6.9.2. Conclusioni e proposte operative.	
<b>PARTE 7</b>	<b>“L'analisi condotta: la situazione urbanistica e architettonica”</b>	pag. 98
	7.1. Ubicazione e rapporti col territorio; 7.2. Accessibilità e parcheggi; 7.2.1. Nago; 7.2.2. Torbole; 7.3. Caratteri urbani; 7.3.1. Nago; 7.3.2. Torbole; 7.4. Percorsi commerciali, elementi d'attrazione e aspetti merceologici; 7.4.1. Nago; 7.4.2. Torbole; 7.5. Spazio urbano, caratteri architettonici e arredo; 7.5.1. Nago; 7.5.2. Torbole; 7.6. Rete commerciale esistente e contenitori disponibili; 7.6.1. Nago; 7.6.2. Torbole; 7.7. Sicurezza; 7.8. Conclusioni; 7.8.1. Attuazione.	
<b>PARTE 8</b>	<b>“Sintesi e progettualità concertate per uno sviluppo integrato del centro storico di Nago-Torbole”</b>	pag. 114
	8.1. Sintesi; 8.2. Valutazioni finali; 8.3. Progettualità specifiche per il rilancio commerciale del centro storico di Nago-Torbole; 8.3.1. Area organizzativo-gestionale e marketing (2); 8.3.2. Progettualità per potenziare l'attrazione (2)	

## BIBLIOGRAFIA

## ALLEGATI

## PARTE 1

### OBIETTIVI E METODOLOGIA DEL PROGETTO

#### 1.1. CENNI GENERALI

Il **Comune di Nago-Torbole** ha affidato al **C.A.T. Imprese Unione s.r.l.** (società operativa di Unione Commercio, Turismo e Attività di Servizio della provincia di Trento), convenzionato con **Studio Associato Giovanelli di Trento** e in partnership operativa con **C.A.T. del Trentino s.r.l.** (società questa della Conferenti provinciale), l'incarico di redigere il "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico di Nago-Torbole", per brevità in seguito indicato anche semplicemente come "progetto". Lo stesso ha una forte carica innovativa, perché in grado di coinvolgere in ottica sistemica, fra gli altri, i settori dell'urbanistica, dell'edilizia, del commercio su area privata e su area pubblica, dell'artigianato (produttivo, artistico, di servizio alla persona), della ricettività, dei servizi in genere.

E' previsto dalla **legge provinciale 8 maggio 2000 n.4**, che all'**articolo 28** norma che i Comuni con oltre tremila abitanti e quelli sede di comprensorio approvano detto progetto.

La norma riprende obiettivi e contenuti espressi dal **decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114** di riforma del commercio, a sua volta risultato di scelte adottate sulla base dell'analisi di esperienze realizzate in diversi Paesi europei. Queste esperienze convergono tutte sul fatto di considerare quale fattore decisivo per un potenziamento equilibrato dei centri storici un inquadramento dello sviluppo della rete distributiva di questa area in un contesto più ampio, esteso alla programmazione urbanistica, ad interventi e misure strutturali (specie riferiti alla accessibilità, ai parcheggi ed alla pedonalizzazione), a misure di comunicazione e di gestione integrate con riferimento a porzioni di territorio omogenee che vengono individuate, definite, gestite come "centri commerciali naturali" o "a cielo aperto".

Numerose sono dunque le esperienze riferite alla presente progettualità, tutte recenti. Partono dalla constatazione che sempre più si rilevano segnali allarmanti, che vedono i centri storici (specie quelli di minori dimensioni), con prospettive di sviluppo socio-economico certamente non favorevoli, e non solo per un diffuso e progressivo spopolamento. Le botteghe e i negozi a conduzione familiare spesso chiudono i battenti col pensionamento del proprietario. Sulle piazze centrali si affacciano sportelli bancari e assicurativi, attività commerciali e ristorative "moderne", a libero servizio, e così via.

Ma come affrontare le difficoltà emergenti? Sulla base delle esperienze analizzate si evidenzia l'importanza di operare da subito, e ciò vale anche per Nago-Torbole, per cercare di armonizzare "a monte" la normativa commerciale e quella urbanisti-

ca, col fine di rendere realmente perseguibili gli obiettivi tracciati dal presente progetto. Occorre poi comprendere con chiarezza che la (ri)qualificazione del centro storico non è da sola una strategia sostenibile, se non si ripensa nel contempo all'intero impianto delle normative che hanno teso a dare slancio al trasferimento di attività "di peso" al di fuori dei centri urbani.

Vanno analizzate con grande attenzione le ricadute che il posizionamento di complessi e realtà commerciali moderne e strutturate, per le quali non si configura peraltro una aprioristica contrarietà, possono avere sul centro storico e sulla intera rete del comune di insediamento, ma anche dei comuni limitrofi. La stessa metodologia riferita alle analisi di costi e benefici, sia economici che sociali, talvolta presenta dei tratti in parte indefiniti.

Resta il fatto che è importante analizzare l'intero complesso commerciale, "il sistema", per rinvenire una piena compatibilità in termini normativi e di programmazione allo sviluppo, una armonizzazione fra interessi che in prima battuta parrebbero talvolta contrastanti, ma ciò risulta vero solo in assenza di una piena concertazione, di un confronto e quindi di una programmazione attentamente ponderata. E' dunque necessaria una politica integrata di gestione del territorio anche in un'ottica commerciale, ai diversi livelli.

Al riguardo soccorre l'idea "trentina" di prevedere un Tavolo della concertazione tra i soggetti interessati, strumento per la definizione prima, e la validazione poi, delle linee guida per lo sviluppo locale. Tale concertazione potrà certamente essere estesa -in un prossimo futuro- su più larga scala, anche coinvolgendo le rappresentanze dei consumatori e altri attori importanti, utili per implementare nel concreto le progettualità del presente progetto. In ogni caso, la concertazione dovrà risultare "continua" ed estesa nel tempo, rendendo il Tavolo permanente, anche per un controllo sui risultati conseguiti e per verificare eventuali scostamenti rispetto a quanto prefissato.

In dettaglio, il Tavolo della concertazione ha riunito le organizzazioni di rappresentanza e soggetti delegati (Cooperazione, Unione Commercio, Confesercenti, Albergatori, Artigiani, Industriali); i C.A.T. della Confesercenti e dell'Unione Commercio; i tecnici dello Studio Giovanelli (il dott.Andrea Giovanelli, il **referente scientifico prof.Luciano Pilati**, il referente e **responsabile tecnico - urbanistico arch. Bepo Toffolon**, il dott.Mauro Linardi e la dott.ssa Elena Busato); l'A.P.T., la locale Cassa Rurale; gli Uffici e gli Assessorati comunali competenti e molti altri soggetti funzionali al progetto.

Il presente report, che è stato armonizzato dalla **dott.ssa Elena Busato**, ha ricevuto contributi tecnici importanti da una serie ampia di soggetti, oltre a tenere espressamente conto di quanto valutato e condiviso con il Tavolo della concertazione, che sempre ha offerto spunti importanti anche in considerazione della sua composizio-

ne e del ruolo ricoperto dai partecipanti.

La metodologia utilizzata, di seguito descritta in maggior dettaglio, ha previsto l'elaborazione di un percorso operativo ampio e concertato: dall'individuazione dei soggetti coinvolti (Tavolo), alla analisi socio-economica estesa nel tempo, fino alla elaborazione compiuta del progetto con condivisione su alcune macroprogettualità, progressivamente affinate e connotate da una diversa scansione temporale.

Tali progettualità sono state nel contempo riprese nel cd. **“Patto”**, atto formale che sancisce una condivisione profonda e un impegno che lega Amministrazione comunale, categorie e privati, ciascuno impegnato per promuovere l'effettivo e concreto conseguimento degli obiettivi e delle progettualità delineate.

Come detto, il lavoro condotto ha comportato una puntuale analisi dell'esistente: dalla popolazione residente alla consistenza della rete distributiva, dei pubblici esercizi e della ristorazione, dalla ricettività alle attività di intrattenimento, fino alle attività artigiane, dallo stato delle infrastrutture (parcheggi, accessi al centro) all'arredo urbano, ma anche con riferimento a illuminazione, sicurezza, altri aspetti comunque incidenti.

L'analisi è stata estesa “sentendo” anche operatori e consumatori, con un sondaggio condotto su alcuni **opinion leaders**. E' stato proprio da tutti questi dati e dalle informazioni acquisite che si sono potuti ricavare i punti di forza e di debolezza del contesto locale, dai quali è partito il processo propositivo, con progettualità volte a eliminare le criticità riscontrate.

Una particolare attenzione è stata dedicata, specie fra le misure da attuare, ad interventi ricadenti nell'area organizzativo - gestionale, in particolare legati alla puntuale individuazione del **“soggetto gestore”** del centro commerciale naturale di Nago-Torbole. Tutti gli sforzi per costruire una valida ed efficace politica di sistema risulterebbero infatti vani in assenza di un soggetto gestore unico, strutturato, con risorse e competenze aziendalistiche proprie, un organismo la cui fondamentale funzione sia quella di promuovere, incentivare, organizzare e coordinare le singole parti del sistema in una azione ordinata.

Grande attenzione è stata dedicata al settore delle **dotazioni infrastrutturali**, della **accessibilità** e dei **parcheggi**, dei **contenitori** esistenti o eventualmente da realizzare o ristrutturare (es.: **ex Colonia Pavese**), che potrebbero svolgere funzione di attrattore per il centro commerciale naturale. Ciò anche con previsione di nuove funzioni, per incrementare la vivibilità delle aree centrali<sup>1</sup>.

Per i motivi esposti, ma non solo, la presente progettualità trova attuazione su por-

---

<sup>1</sup> Le dotazioni costituiscono comunque condizione necessaria -anche se non sufficiente- per la realizzabilità dei progetti in argomento: il centro, per essere vivo, deve essere innanzitutto agevolmente raggiungibile. Da qui la grande attenzione per la realizzazione di parcheggi e nei confronti delle ipotesi relative alla viabilità.

zioni di territorio omogenee e delimitate, che si è già anticipato essere configurabili come **“centro commerciale naturale”**.

Per operare in tale direzione “si parte” dal commercio e, in progress, si considerano prima e si valutano poi anche tutte le altre componenti economiche e sociali che riguardano la cittadina.

Infatti, solo se posto in sistema con gli altri settori economici (turismo, artigianato, etc.) e coi servizi il commercio può rendere realmente pulsante il cuore di Nago-Torbole.

Dopo queste poche notazioni introduttive pare chiaro che l'obiettivo del progetto è, in sintesi, quello di proporre un percorso teso a dare nuova linfa e vivacità al nucleo centrale di Nago-Torbole, in modo da renderlo più attrattivo, di “valore”, sia per i visitatori che per i residenti.

Si consideri inoltre che anche in loco il commercio appare in una qualche sofferenza.

Il progetto cerca di individuare misure concrete per arginare questa situazione e risulta importante anche come naturale presupposto delle decisioni che la Amministrazione andrà ad assumere in termini di investimenti pubblici e privati, in particolare concentrati sulla **ex Colonia Pavese**.

Operando un passo indietro, si evidenzia che i fattori critici per l'aggregato commerciale storico di Nago-Torbole sono individuabili sia in **difficoltà “interne”** (es.: piccole dimensioni, infrastrutturazione, ricambio generazionale, etc.) che nella **cre-scente concorrenza** esercitata dalla distribuzione organizzata.

***Il futuro commerciale di Nago-Torbole dipenderà dal recupero di condizioni di competitività più diffuse per la piccola impresa.***

Infatti è sempre più evidente che il problema della vitalità del centro storico è strettamente legato con lo sviluppo delle attività di commercio al dettaglio storicamente predominanti, le attività cd. “tradizionali”. Un centro storico con una valida e articolata rete distributiva ha maggiori possibilità di mantenersi vitale.

Sarebbe però imperdonabile stilizzare il “nuovo” centro come un semplice aggregato d'attività riferite al commercio al minuto, senza anche considerare le attività artigianali, i pubblici esercizi, le attività di servizio (specie alla persona), le imprese degli altri settori ivi insediate, ma anche il ruolo cruciale del “semplice” cittadino.

In questa direzione è importante rilevare che l'attrazione delle aree centrali è generalmente influenzata da una serie di meccanismi di natura psicologica, spesso ori-

ginati dalla struttura socio – culturale. Recarsi a “fare compere” non è solo una tecnica di approvvigionamento di merci, ma appare molto spesso un modo per trascorrere il tempo libero e, per molti soggetti, anche un fatto di identificazione sociale col gruppo di consumatori cui si ritiene o si aspira di appartenere. Forse, la reale motivazione di scelta del consumatore deriva dalla integrazione tra due funzioni: “shopping” e “leisure”.

In questa direzione un vantaggio del centro storico deriva dal contesto favorevole in termini di leisure, con piacevolezza, ambientazione, arredo, tutti fattori che invitano ad accedere al centro, a sostarvi e passeggiarvi.

Il centro storico identifica sotto il profilo appena menzionato un'area dotata al suo interno sia di punti vendita specializzati e con elevato livello di servizio (ad es.: pasticcerie, negozi di vestiario e calzature specializzati, etc.), che di luoghi per soddisfare i bisogni del tempo libero (ristoranti, bar, etc.). La presenza di opportunità di intrattenimento aumenta il numero di soggetti e la permanenza di questi nell'area di interesse, con evidenti benefici per le attività, commerciali e non. La possibilità di un effetto sinergico tra diverse attività collocate in un contesto circoscritto e omogeneo classificato come “centro commerciale naturale”, diventa la strategia di fondo del presente progetto.

Occorre ripensare al ruolo del centro storico e avviare un processo di “nuovo sviluppo compatibile”, muovendosi con creatività: è possibile; basta crederci. Certo le imprese commerciali del centro storico di Nago-Torbole singolarmente considerate non sono in grado di risolvere molti dei problemi infrastrutturali legati alla posizione e alla realizzazione di iniziative promozionali e di animazione impattanti, per le contenute dimensioni e la carenza di finanze.

La cooperazione tra i punti vendita al dettaglio, tra questi e le attività artigiane, dei servizi e di altri settori, deve svilupparsi nella costruzione di un ente/soggetto gestore, capace di produrre animazione, organizzare eventi, promuovere al meglio il contesto centrale, connotarlo positivamente.

La concretizzazione di una organizzazione ad hoc per il centro attenua i punti di debolezza connessi alle dimensioni ridotte delle singole attività coinvolte, senza intaccarne i punti di forza. Un vantaggio della struttura organizzata è una maggiore capacità di interazione con gli altri organismi, pubblici o privati, che possono in tal modo contare su una maggior garanzia di trovare nella struttura medesima un interlocutore duraturo nel tempo, organizzato, emanazione del tessuto imprenditoriale locale.



## 1.2. OBIETTIVI E DESTINATARI DEL PROGETTO

Come anticipato, il rilancio commerciale, ma non solo, del territorio è un elemento organico per ogni processo di (ri)qualificazione sociale ed economica e comporta una ampia condivisione e la fruizione di sinergie grazie a interrelazioni fra Pubblica Amministrazione, Associazioni, Organismi, Enti, altri Soggetti, tutti attivi per favorire uno sviluppo globale in termini di socialità e residenza, turismo, cultura, commercio, artigianato, servizi, occupazione.

Con riferimento alle dinamiche generalizzate del commercio, due sono le tipologie potenziali di sviluppo, che caratterizzano anche il caso di Nago-Torbole:

- da un lato, si riscontra il ***venire avanti della formula dei “centri commerciali artificiali”***, realtà sono connotate da precisi tratti distintivi: convenienza di prezzo, risparmio di tempo per il mix di offerta proposto in un unico sito, accessibilità, posizionamento esterno rispetto al tessuto urbano consolidato. Nel caso di Nago-Torbole si rilevano a poca distanza alcuni centri commerciali al dettaglio significativi. Si trovano ad Arco: complesso ex Del Fabbro, sviluppato su circa 6.000 mq, di superficie netta di vendita, con una media e tre grandi strutture di vendita; Green Center, su 5.800 mq, con cinque medie strutture di vendita. Inoltre si ricorda il Millenium Center di Rovereto, ampliato recentemente ed esteso su 12.933 mq (con cinque medie ed altrettante grandi strutture di vendita in grado di esercitare una significativa capacità di attrazione) e il futuro Global Village di Mori, simile al Millennium Center ma integrato dalla attrattiva offerta ludico ricreativa e sportiva;
- dall'altro lato, si rileva la tendenza contrapposta, che spinge per una ***valorizzazione anche commerciale*** del centro storico o comunque ***di aree baricentriche***, da configurare e gestire come “centri commerciali naturali” o “a cielo aperto”. L'idea guida, in questo caso, è che il prodotto offerto ai consumatori non sia rappresentato solamente dalle caratteristiche delle singole attività economiche ma anche da elementi costitutivi del territorio nel complesso (arredo, piacevolezza, etc.) e dai servizi accessori che questo offre. Ciò richiede una diversa organizzazione urbana, interventi strutturali che vanno dal recupero di immobili e di contenitori fino a misure di arredo urbano. Sono fondamentali anche interventi “soft”, riguardanti la “cultura”, la formazione degli operatori, la riorganizzazione e la promozione della offerta esistente.

Obiettivo centrale del progetto è l'***individuazione di un “minimo comune denominatore” per un rilancio integrato e concertato dei nuclei centrali di Nago-Torbole***, anche associato alla valorizzazione di un contenitore di pregio, per dimensione, posizione, storia, possibilità di sviluppo, che potrebbe diventare luogo di attrazione e tratto distintivo.

Altro obiettivo, ambizioso, è quello di destare uno spirito “nuovo”, per ottenere dai

soggetti interessati una partecipazione attiva alla formazione delle progettualità per lo sviluppo, condizione necessaria per individuare obiettivi credibili e “spendibili”.

Gli obiettivi fissati tengono anche conto di esperienze pregresse. Infatti, il lavoro ha analizzato una ampia serie di interventi normativi e progettuali, attuati a livello nazionale, ma non solo.

A livello di inquadramento temporale, la problematica di rilancio dei centri storici e aree comunque centrali acquista rilievo a partire dagli anni Settanta. E' da allora che tali aree vengono in misura crescente occupate dal terziario direzionale, che acquisisce le posizioni di maggior pregio, con un ruolo positivo in termini di ristrutturazione degli edifici ma negativo per ciò che concerne la vita dei centri stessi al di fuori degli orari di lavoro. Inoltre tale trend ha contribuito al ridursi della funzione residenziale e, a cascata, alla conseguente chiusura di molti negozi svolgenti servizio di prossimità. Da lì a poco, l'aumento diffuso della Grande Distribuzione Organizzata e dei centri commerciali esterni al nucleo storico ha portato a una dicotomia strutturale, con diffusa inferiorità competitiva della rete commerciale “tradizionale” e centrale rispetto alle strutture ed ai poli commerciali artificiali esterni.

Per quanto espresso, se si considera che il commercio garantisce un contributo fondamentale proprio all'equilibrio del centro storico, dove tradizionalmente svolge il ruolo di aggregazione sociale e di identificazione collettiva, diviene chiara la finalità che dovrebbe sottendere ogni azione riguardante la riqualificazione della rete commerciale dei centri storici.

Puntare sul rilancio economico-commerciale dei centri storici è dunque fatto importante, per più aspetti.

In primo luogo, la ricchezza di tali ambiti è un punto di forza per la competitività delle piccole e medie imprese che ancora qui operano. La presenza di un tessuto commerciale specializzato ed organizzato, in sinergia con la presenza di un panel di servizi adeguato (ricettività, somministrazione, attività artigianali di servizio), ma anche di eventi e iniziative, è fattore strategico per la vitalità delle aree centrali.

E' dunque sempre più un chiaro obiettivo delle Amministrazioni, ad ogni livello, quello di ricercare dei correttivi per consentire una ripresa alle imprese e agli esercizi, commerciali e non, specie di ridotte dimensioni, che versano ormai da anni in uno stato di sofferenza, sia per la congiuntura economica sfavorevole, che frena i consumi e che ha spinto al “caro affitti”, sia per le condizioni del contesto urbano e per complessità crescenti specie legate alla accessibilità ed ai parcheggi.

Evidente la necessità di pensare e quindi attuare strategie competitive innovative, che consentano la creazione di un **“sistema” per legare il commercio e le altre realtà imprenditoriali** assillate da problematiche similari.

Tali strategie non possono essere di mera difesa (ad esempio individuando barriere all'entrata, siano esse di tipo amministrativo -contingenti di superficie- o di tipo urbanistico -destinazioni d'uso, vincoli, standard parcheggi-) o, peggio ancora, volte alla rassegnazione. Le piccole aziende che operano nei centri urbani, e non fa eccezione Nago-Torbole, non possono più considerarsi realtà chiuse "al di qua della porta", in attesa che il cliente entri, ma devono rafforzare la capacità di diventare aziende dinamiche.

***Si deve comprendere che il maggior punto di forza è dato dallo "stare insieme in un contesto attrattivo"***. Vanno pertanto superati inutili e dannosi personalismi, ancora troppo diffusi.

Bisogna avere quale chiaro obiettivo quello di operare in chiave "attiva", con misure che incrementino già nel medio termine attrattività e competitività del centro, con interventi strutturali (ancore e attrattori, accessibilità e parcheggi), agendo nel contempo sull'offerta, nelle sue varie forme (mix di proposte, visibilità, comunicazione, etc.), incentivandola e arrivando a una gestione unitaria del centro commerciale naturale, con un comune denominatore: la "Qualità".

Attorno a questo rilancio "trasversale" si concentrano più obiettivi: la possibilità di impiegare la leva del commercio per riqualificare l'area centrale; l'opportunità di partire da tale rilancio per avviare una serie di iniziative riconducibili a un progetto di "marketing territoriale". E' la piena conoscenza del territorio che costituisce la base per formulare ogni visione strategica. Infatti, ***la costruzione di duraturi vantaggi competitivi si basa sulle specificità e sui punti di eccellenza che già connotano Nago-Torbole.***, che il presente studio altro non fa che ricordare, elencare e, in qualche misura, "armonizzare".

### 1.3. MODALITA' DI REALIZZAZIONE DELL'INCARICO: STEPS

Interessa focalizzare il modo con cui si è affrontato il lavoro dal punto di vista metodologico e operativo. Come detto, il progetto è previsto dalla legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 ("Disciplina dell'attività commerciale in provincia di Trento"), all'articolo 28.

Il lavoro è stato possibile grazie alla operatività continua del Comune (soggetto proponente) nelle persone degli Amministratori e Responsabili degli Uffici, nonché delle Associazioni rappresentative e di un'ampia serie di altri Enti, Organismi, Soggetti (pubblici e privati) e di un panel di opinion leaders.

Lo sviluppo del progetto ha comportato le seguenti fasi operative:

1) ***Fase progettuale***. Ha visto lo studio e analisi di casi e progettualità specifi-

che nella promozione e valorizzazione dei centri storici, sia a livello nazionale che internazionale. Sono stati studiati progetti di marketing urbano e territoriale, di urbanistica commerciale, iniziative attuate da organismi interessati alla riqualificazione dei centri storici, anche resi fruibili sul web.

- 2) **Fase di Preanalisi nel comune.** E' stata operata una lettura e sintesi dei lavori, studi e progetti condotti e incidenti, traendone indicazioni e spunti.
- 3) **Check up della situazione esistente.** Ha operato una analisi e fotografia della situazione esistente, evidenziando i punti di forza e debolezza del territorio, per formulare le prime proposte.
- 4) **Implementazione del progetto.** Ha previsto l'attuazione di una analisi di maggior dettaglio, che ha riguardato tutti i settori interessati, per acquisire una conoscenza dettagliata della situazione e del modello di sviluppo. Ha rilevato i dati socio - economici dell'ambito (es.: popolazione e articolazione del territorio; strutture turistico - ricettive, attività commerciali, rete di servizi e infrastrutture, ...), ma anche aspetti riguardanti l'urbanistica (accessibilità e parcheggi, etc.).
- 5) **Verifiche e incontri con l'Amministrazione.** Per l'impostazione iniziale del lavoro, acquisire i dati necessari, verificare il lavoro.
- 6) **Indagine su opinion leaders.** Sono stati sentiti soggetti rappresentativi delle diverse componenti socio – economiche del contesto locale, per l'acquisizione di informazioni utili. La raccolta delle informazioni si è svolta con incontri singoli.
- 7) **Elaborazione dei dati raccolti,** con valutazione da parte della equipe tecnica e formulazione di proposte d'intervento e individuazione di scenari di sviluppo.
- 8) **Tavolo e "concertazione".** E' stata da subito promossa la costituzione del Tavolo della concertazione, riunitosi più volte. Si è operato "in progress", presentando al Tavolo le risultanze del lavoro e le ipotesi progettuali abbozzate, per raccogliere indicazioni e arrivare al consenso su alcune macroproposte<sup>2</sup>.
- 9) **Stesura del Report.** Riassume il lavoro svolto e riporta in dettaglio le macro-progettualità concertate.
- 10) **Sottoscrizione del "Patto" e presentazione del Progetto alla Provincia Autonoma di Trento.**

Le fonti utilizzate fanno riferimento, a titolo non esaustivo, a:

- dati forniti e in parte rielaborati dagli Uffici comunali;
- informazioni ricavate da sondaggi, indagini e altre ricerche;
- esame degli strumenti di programmazione urbanistica, amministrativa e commerciale adottati dal Comune, con sopralluoghi, contatti e incontri mirati;
- dati dei Censimenti e informazioni rese disponibili dal Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento e da altri Uffici provinciali e comunali;
- altre informazioni, anche rese disponibili sul web.

---

<sup>2</sup> L'importanza della fase di concertazione è evidenziata dal citato articolo 28 "Progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici" della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4, che al comma 2 recita che il progetto è elaborato di iniziativa del comune mediante concertazione coi soggetti pubblici, le associazioni di commercio e artigianato maggiormente rappresentative ...."

## PARTE 2

### PROFILI NORMATIVI RIFERITI ALLO SVILUPPO DEL CENTRO STORICO A FINI COMMERCIALI

#### 2.1. CENNI GENERALI

In passato i centri storici hanno ricoperto un ruolo fondamentale per la vita delle città, costituendone il fulcro economico e sociale, ragione che ha portato al concentrarsi in questi ambiti di gran parte del patrimonio artistico, culturale, architettonico.

La tutela di una zona strategica della città qual è il centro storico ha sempre incontrato una serie di limiti e difficoltà, anche per la puntuale definizione della natura dell'oggetto "da tutelare". La disciplina urbanistica ha spesso individuato come oggetto di tutela i singoli edifici, non il centro storico considerato nel suo complesso. E' relativamente recente il consolidarsi di un convincimento col quale i centri storici vengono valutati e considerati in modo più ampio, quali "beni culturali atipici", destinati non solo alla contemplazione ma anche ad una fruizione più ampia. Ciò comporta un cambiamento di rotta, che porta dai vincoli per la tutela (puntuale prima, globale poi), che di fatto consentivano un mero "sviluppo" in ambito conservativo, alla attuazione oggi di un insieme di strumenti più flessibili che, ferme restando le esigenze di tutela urbanistica, edilizia, estetica degli agglomerati storici, consentono un recupero di tali aree, anche sotto il profilo sociale ed economico. In effetti si è cominciato a parlare di "recupero" dei centri storici con valenza generale negli anni Cinquanta e Sessanta, in particolare con la Carta di Gubbio del 1966: oggetto di tutela doveva essere l'intero centro storico. Mancava il passaggio che estendeva la tutela ai "beni culturali", ponendo l'attenzione su una problematica allargata a implicazioni non solo urbanistiche, ma anche socio - economiche e culturali.

Recentemente, si è visto che il problema della riqualificazione dei centri storici deve essere affrontato in senso ampio. Lo stesso concetto di degrado non si identifica più col mero deperimento dei manufatti, investendo problematiche più complesse, fra cui quelle di una adeguata residenzialità e della rivitalizzazione delle attività commerciali, artigianali e di servizio insediate in centro.

E' assodato che **il recupero dei centri storici e la rivitalizzazione** anche in termini insediativi non può essere garantito tout court da tutele basate su istanze conservative, ma deve far leva su un **complesso di interventi dinamici e propositivi che si basino, enfatizzandoli, sui punti di forza delle attività economiche, sociali, culturali esistenti o avviabili**, anche congiuntamente al riuso di porzioni di territorio degradato, di contenitori dismessi o non utilizzati.

In relazione a tali osservazioni, è ineludibile fare riferimento alla questione delle **attività "tradizionali"**, per lo più commerciali e artigianali, sempre più valutate quali

beni vitali per i centri urbani, tanto che si è coniata la definizione di “beni culturali - attività”, con riferimento alle tipologie che paiono elevarsi a grado di bene culturale. Questo cambiamento nell'approccio alla qualificazione del centro storico è legato ai mutamenti che in un recente passato hanno portato, specie nei centri urbani maggiori, al venir meno e alla espulsione di attività commerciali, artigianali e dei pubblici esercizi. Il riferimento è al fenomeno delle trasformazioni degli esercizi commerciali, avvenuto alla scadenza dei contratti di locazione degli immobili, quando molti titolari di attività commerciali e artigianali hanno lasciato i locali facendo posto a esercizi di diversa natura, non “tradizionali”, più frequentati e redditizi (banche, agenzie, grandi magazzini, fast food e ristorazione rapida in genere, etc.), che poco o nulla hanno a che vedere con le caratteristiche socio-ambientali tipiche dei centri storici.

Si è quindi affermata la consapevolezza che **le attività “tradizionali” sono una vera risorsa per il centro storico nel suo complesso** e, di conseguenza, si è posto il problema della loro “tutela”, per una valutazione dei centri storici nel loro complesso, non come mero compendio di beni appartenenti al patrimonio artistico e culturale della nazione, ma anche in quanto connotati e caratterizzati dalla presenza di attività (specie di tipo commerciale ed artigianale), non più riscontrabili altrove e che, come tali, debbono essere salvaguardate, incentivate, considerate un fondamentale elemento di qualificazione del centro antico.

Nel corso del tempo si è affermata la convinzione che una più adeguata tutela potesse attuarsi ricorrendo agli strumenti della legislazione urbanistica e del commercio, che avrebbero peraltro dovuto procedere in armonia. In effetti, quasi sempre le leggi urbanistiche hanno disciplinato direttamente l'assetto fisico del territorio e solo indirettamente si sono richiamate, essenzialmente nei principi, a valenze economiche e sociali, con implicazioni sulle ricadute urbanistiche e per una utilizzazione commerciale del territorio. Ciò anche perché la Costituzione consente al legislatore ordinario di limitare il diritto d'iniziativa economica privata garantita dall'articolo 41 solo per delle “esigenze di pubblico interesse”. La concezione trova riscontro nell'humus giuridico - economico che sottende una serie di interventi che abbracciano la sfera urbanistica e commerciale, fra i quali si menziona lo stesso **decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114** e, in ambito locale, la **legge provinciale 8 maggio 2000 n.4** e i provvedimenti che ne discendono.

Tali atti si danno carico delle diverse esigenze connesse alla sopravvivenza del centro storico come realtà urbana integrata e complessa, esigenze relative alla permanenza in centro di chi vi risiede, alla rivitalizzazione delle attività commerciali ed artigianali -specie “tradizionali”-, alla creazione di una strutturazione che risponda ai desiderata degli utilizzatori di tale parte della città, al rafforzamento dell'identità storico - culturale tramite la valorizzazione del patrimonio “complessivo”, per un superamento delle situazioni di degrado, considerate queste ultime non solo in relazione alla inadeguatezza statica e manutentiva degli edifici, ma anche in relazione al decadimento dell'offerta dei servizi e della situazione socio-economica.

## 2.2. QUALIFICAZIONE COMMERCIALE DEI CENTRI STORICI IN PROVINCIA DI TRENTO

### 2.2.1. INQUADRAMENTO GENERALE

Puntare sul rilancio dei centri storici, riprendendo le ragioni sopra accennate, è per il Trentino particolarmente importante, in quanto la ricchezza di tali ambiti costituisce un punto di forza per la competitività delle piccole imprese che vi operano e perché la presenza di un tessuto commerciale specializzato e organizzato è fattore importante per la vitalità delle aree centrali.

Per questo si è ritenuto indispensabile elaborare una strategia adeguata per difendere i valori straordinari che assumono questi centri, sia in termini di funzione sociale che di attività economica, anche rispetto ai problemi rappresentati dalle dimensioni di scala inadeguate delle singole piccole e medie imprese e dalla crescente concorrenza esercitata dai centri commerciali esterni. Si tratta di un tema troppo noto per meritare ulteriori approfondimenti.

Quello che invece interessa focalizzare è il modo con cui si è affrontato il problema dal punto di vista operativo. E' risaputo che le imprese e gli esercizi commerciali di ridotte dimensioni versano in uno stato di sofferenza. E' importante superare con soluzioni adeguate i problemi tipici di queste realtà.

Fondamentale diventa far sì che lo svantaggio competitivo derivante dalle ridotte dimensioni si traduca in una **spinta a operare insieme**, ricercando sinergie tra imprese.

Il primo problema da superare era, ed è, riuscire a tradurre in pratica le idee di rilancio dei centri storici in progetti adeguati e sostenibili sul piano tecnico e finanziario.

Ed è proprio in questa logica che assume valore e attualità l'**idea del Centro Commerciale Naturale come adeguato competitor dei centri commerciali artificiali suburbani**.

Un centro storico attrezzato come centro commerciale naturale richiede una diversa organizzazione urbana, un diverso modo di programmare i servizi, una politica integrata di tempi, spazi, della promozione, idea complessa che ha bisogno di interventi di natura eterogenea, dalle ristrutturazioni all'arredo urbano, dalla cultura degli operatori alla razionalizzazione della vita del centro.

Nel caso del Trentino, l'inferiorità competitiva della rete commerciale dei centri sto-

rici rispetto ai centri commerciali suburbani è in parte dovuta alle logiche di intervento vincolistiche imposte dalla normativa urbanistica. In particolare, i piani regolatori degli ultimi decenni hanno contribuito al processo di svuotamento dei centri storici, con la previsione di espansioni commerciali nelle aree suburbane.

Sotto questo aspetto, un importante strumento correttivo è rappresentato dalla legge provinciale 4 del 2000, che disciplina anche i progetti di qualificazione della rete commerciale del centro storico (articolo 28).

Operando un passo indietro, un primo riferimento importante si ha con la **legge provinciale 6 novembre 1978, n.44 “Norme per la tutela e il recupero degli insediamenti storici”**, abrogata ex articolo 26 della legge provinciale 15 gennaio 1993, n.1.

Più recente è la **legge provinciale 5 settembre 1991, n.22** titulata **“Ordinamento urbanistico e tutela del territorio”**. All’articolo 1 (“Oggetto della legge”), comma 1, indica che assetto, sviluppo urbanistico del territorio, tutela del paesaggio e degli insediamenti storici, sono disciplinati per il raggiungimento di più obiettivi, fra i quali la ricerca di un migliore assetto urbanistico ed edilizio dei centri abitati e la tutela e connessa valorizzazione delle componenti sia ambientali, che culturali, storiche, tradizionali, economiche e sociali del territorio. Il comma 2 evidenzia che le funzioni regolate dalla legge concernono una disciplina ampia riferita all’uso del territorio, che comprende più aspetti: salvaguardia, trasformazione del suolo, protezione dell’ambiente e degli insediamenti storici, tutela del paesaggio, tutte intese in un’accezione comprensiva delle componenti estetiche, formali, culturali, ambientali.

L’articolo 24 (“Tutela degli insediamenti storici”), al comma 1 norma che la salvaguardia del tessuto storico, sociale, culturale, economico degli insediamenti storici costituisce elemento necessario per la pianificazione urbanistica.

Il comma 2 aggiunge che, al fine di garantire una omogeneità della pianificazione degli insediamenti storici, la Giunta provinciale, tenuto conto dei piani degli insediamenti storici vigenti o adottati ai sensi della legge provinciale 6 novembre 1978 n.44, stabilisce indirizzi e criteri per l’individuazione e disciplina da parte dei Comuni di detti insediamenti, nonché le categorie degli interventi ammissibili sugli immobili e siti in essi ricadenti.

La legge provinciale 15 gennaio 1993, n.1 “Norme per il recupero degli insediamenti storici e interventi finanziari”, che reca modificazioni alla legge provinciale 5 settembre 1991 n.22, all’articolo 1 (“Finalità”), comma 1, indica che nell’ambito generale della protezione e della riqualificazione dei beni culturali e ambientali della provincia sono da disciplinare gli interventi di tutela e riutilizzo del tessuto storico, sociale, culturale, economico degli insediamenti storici, nonché gli incentivi finanziari per favorirne il recupero e la valorizzazione.



Le funzioni di promozione e di recupero degli insediamenti storici sono delegate ai Comuni.

Più in dettaglio, gli interventi previsti dalla legge sono diretti a promuovere la conoscenza, la protezione, la conservazione, la riqualificazione e la rivitalizzazione dei centri storici. Ciò in termini non solo di convenienza individuale ma anche di interesse collettivo, per operare nel senso di un recupero del patrimonio edilizio abbandonato, degradato o utilizzato in modo contrastante con la sua naturale destinazione. Si conferma quali insediamenti storici quelli individuati a' sensi legge provinciale 5 settembre 1991, n. 22.

### **2.2.2. LA LEGGE PROVINCIALE 8 MAGGIO 2000, N.4**

A oggi, in Trentino, sono oltre venti i Comuni che hanno avviato il progetto per la qualificazione commerciale del centro storico previsto dalla legge 4/2000.

Trattasi di: **Nago-Torbole**, Trento, Rovereto, Pergine Valsugana, Borgo Valsugana, Riva del Garda, Arco, Mori, Cles, Levico, Mezzolombardo, Predazzo, Ala, Folgaria, Roncegno T., Pinzolo, Baselga di Pinè, Tesero, Lavis, Tione, Aldeno.

Operando un rapido excursus storico, dopo l'emanazione da parte del Governo del decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114, la Provincia Autonoma di Trento ha recepito i principi della legislazione statale con **legge provinciale 8 maggio 2000, n.4 "Disciplina dell'attività commerciale in Provincia di Trento"**, che ha abrogato la legge provinciale 22 dicembre 1983, n.46.

La legge provinciale 4/2000 è un provvedimento cornice, finalizzato a recepire nell'ordinamento provinciale le disposizioni di principio del Bersani, rinviandone la puntuale definizione ad adempimenti di natura regolamentare e amministrativa, quali: il Regolamento di esecuzione (articolo 29, legge 4/2000); gli "Indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica per insediamento delle attività commerciali" (articolo 3, legge 4/2000).

Ai fini del presente elaborato si ricorda l'articolo 1 ("Oggetto e finalità"), che al comma 2, lettera e), indica fra gli obiettivi la promozione d'un migliore assetto funzionale, territoriale, urbanistico degli insediamenti commerciali, con particolare attenzione alle esigenze di tutela ambientale ed a quelle di rivitalizzazione degli insediamenti storici.

La legge prevede espressamente all'**articolo 28**, intitolato **"Progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici"**, che per promuovere la rivitalizzazione di tali aree i Comuni approvano un progetto di qualificazione della rete commerciale che comprende:

- le linee di azione per la valorizzazione del contesto urbano centrale, individuando botteghe storiche e contenitori suscettibili di riuso per insediamento di nuove attività commerciali, artigianali e di servizio o per il potenziamento delle esistenti;
- la formazione di un progetto di arredo urbano per le aree ritenute suscettibili di un processo di valorizzazione;
- l'individuazione delle modalità degli interventi sul piano dell'accessibilità alle aree, con particolare attenzione a localizzazione e dimensionamento delle aree di sosta.

Il progetto è finalizzato a operare un approccio organico, per uno sviluppo armonico del centro relativamente alla forma urbana, alle prerogative della residenzialità e della sicurezza, alle dinamiche della mobilità e delle dotazioni parcheggi, all'impatto ed alle ricadute connesse alle attività economiche, culturali ma anche turistiche in senso lato.

Per tale estensione e trasversalità, il progetto è elaborato di iniziativa del comune mediante **concertazione** coi soggetti pubblici, le associazioni del commercio e dell'artigianato maggiormente rappresentative in sede locale e gli eventuali altri privati interessati (articolo 28, comma 2).

La stretta collaborazione tra soggetti pubblici e privati può esplicitarsi nella costituzione di enti (società, agenzie di sviluppo, etc.).

### **2.2.3. LA DELIBERA DELLA GIUNTA PROVINCIALE 16 FEBBRAIO 2001, N.340**

La legge provinciale 4/2000 ha definito obiettivi, strumenti, procedure e organismi di controllo dello sviluppo della distribuzione locale.

I criteri per attuare concretamente una nuova politica commerciale, in linea con gli strumenti di governo del territorio e compatibile sotto il profilo ambientale, sono stati affidati dal legislatore a provvedimenti esecutivi.

Fra questi assumono rilevanza i **“Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale”**, approvati con la **deliberazione n.340 di data 16 febbraio 2001**.

L'articolo 4 “Obiettivi di programmazione urbanistica nel settore commerciale”, al comma 2, prevede che nelle aree urbane centrali di consolidata presenza commerciale, con particolare riferimento ai centri urbani di maggiore dimensione, gli obiettivi fondamentali dell'azione pubblica consistono nella riqualificazione e nella salvaguardia del tessuto urbano di antica origine, nel consolidamento e nella qualificazione della capacità attrattiva e della funzione aggregativa, nel potenziamento delle

condizioni di vivibilità dell'area.

Per conseguire tali obiettivi vanno attuate le seguenti azioni:

- incentivare i processi di qualificazione dell'area per rafforzare la funzione della struttura urbana e la sua dotazione di servizi e attrezzature e per migliorare vivibilità ed efficacia dell'attività delle imprese commerciali/di somministrazione;
- programmare sviluppo e qualificazione del commercio di vicinato puntando a potenziarne l'integrazione e concentrazione in piccoli centri commerciali anche multipiano, favorendo la continuità della presenza di vetrine e attività di servizio lungo i fronti delle vie commerciali, anche con normative urbanistiche mirate;
- potenziare la gamma dei servizi culturali, di intrattenimento, ristoro e svago e ulteriori componenti dell'attrattività delle aree centrali;
- qualificare la presenza del commercio su aree pubbliche, valorizzando il ruolo polarizzante dei mercati;
- prevedere l'inserimento di medie strutture e centri commerciali nell'ambito di programmi di qualificazione urbana, piani di recupero, altri piani urbanistici attuativi o appositi progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici, con modalità e in localizzazioni sinergiche con la rete distributiva esistente;
- favorire l'accessibilità dell'area comunque con modalità compatibili con la struttura insediativa, realizzando parcheggi subito al di fuori delle aree centrali urbane e provvedendo allo sviluppo dei servizi di trasporto collettivo.

L'**articolo 7 "Interventi per la valorizzazione commerciale dei centri storici"**, al comma 1, prevede che per preservare e sviluppare la funzione del commercio nei centri storici, anche con riferimento al contributo fornito alle varie forme di aggregazione sociale e all'assetto urbano, i comuni oltre i tremila abitanti e/o sede di comprensorio promuovono la realizzazione di progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici anche di natura urbanistico - edilizia e trasportistica, per la riqualificazione e lo sviluppo del tessuto commerciale, artigianale di servizio, della ricettività e per il rafforzamento dell'immagine e identità urbana di queste aree.

Il comma 2 specifica che i progetti possono essere promossi su porzioni del territorio comunale interessate dalla presenza di insediamenti commerciali che costituiscono veri e propri **centri commerciali naturali**, aree tradizionalmente vocate per le attività commerciali in quanto, per la presenza di una concentrazione di negozi, di una integrazione tra le varie merceologie, di tipologie distributive diversificate e molteplici attività artigianali e di servizio, rendono al consumatore un servizio completo.

I progetti devono considerare, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche eventuali aree mercatali, pubblici esercizi, attività turistico-ricettive e di intrattenimento e svago, attività artigianali e servizi.

Il comma 3 opera una elencazione, a titolo peraltro non esaustivo, degli interventi che possono caratterizzare i progetti, fra i quali:

- censimento delle **botteghe storiche**, esercizi aventi oltre cinquanta anni di attività nello stesso settore merceologico;
- ipotesi di **riuso di contenitori esistenti** per insediamento di nuove attività commerciali con funzione di magnete o per potenziare le esistenti, privilegiando la formula dei centri commerciali di qualità;
- creazione di **parcheggi** pubblici e privati, multipiano e/o interrati;
- rifacimento della **illuminazione** pubblica;
- **ripavimentazione** di vie e piazze;
- realizzazione di opere di **arredo urbano**;
- **recupero di facciate** dotate di valori storici e culturali;
- **pedonalizzazione** e moderazione del traffico;
- ristrutturazione delle reti dei **trasporti pubblici** urbani ed extraurbani;
- **recupero di immobili pubblici** da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato con recupero di piazze e spazi pubblici da destinare ad aree mercatali o a luoghi per esposizioni, mostre ed attività culturali a carattere periodico;
- creazione di **spazi polifunzionali** da destinare ad intrattenimento e svago.

Il comma 4 prevede che i Comuni, sentito il parere delle associazioni delle imprese del commercio e dell'artigianato più rappresentative sul piano locale, possono recepire mediante **variante al P.R.G.** i contenuti del progetto, individuando uno specifico piano attuativo o di recupero, tra i cui contenuti rientra il programma di attuazione, che deve contenere l'indicazione dei tempi e delle modalità di realizzazione degli interventi, i soggetti pubblici e privati attori, un dettagliato piano finanziario.

#### **2.2.4. LA DELIBERA DELLA GIUNTA PROVINCIALE 25 GIUGNO 2004, N.1448**

La delibera stabilisce i nuovi Criteri riferiti al progetto di qualificazione del centro storico. Sostituiscono i precedenti e l'atto di aggiornamento segue la deliberazione della Giunta provinciale n.978 del 28 aprile 2003, già modificata con deliberazione n.1434 di data 20 giugno 2003.

La deliberazione 1448/04 evidenzia che è emersa l'esigenza di introdurre alcune modifiche e integrazioni dei criteri, anche per conferire carattere di maggiore efficacia alla procedura di valutazione dei progetti e agli strumenti di incentivazione previsti dalla legge. In particolare, si ritiene indispensabile aggiornare, in relazione alla esperienza maturata, i criteri di priorità originariamente definiti, sopprimendo alcuni dei criteri valutativi precedenti e rimodulando il metodo di attribuzione dei punteggi assegnabili.

Entrando nel dettaglio del provvedimento 1448/04, si sintetizza quanto segue.

**Soggetti beneficiari.** Si confermano quelli già individuati con precedenti delibere: i Comuni trentini, che provvedono direttamente o tramite soggetti terzi alla redazione dei progetti.

**Requisiti e contenuti minimi dei progetti.** Alcune modifiche sono riferite, come già anticipato, ai requisiti nonché ai contenuti minimi che devono connotare i progetti, di seguito riassunte (ricordando che per l'entità della spesa ammissibile a contributo talune fasi progettuali non sono materialmente ed oggettivamente prevedibili e attuabili in questa fase di progetto):

- A) Possedere i contenuti minimi prescritti dal comma 1, lettere a), b) e c) dell'articolo 28 della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4.
- B) Essere predisposti nel rispetto delle condizioni previste dal comma 2 dell'articolo 28 della legge provinciale 8 maggio 2000, n.4, vale a dire essere elaborati di iniziativa del Comune mediante concertazione.
- C) Osservare le prescrizioni contenute nell'articolo 7, commi 1 e 2, dell'allegato 1 alla deliberazione della Giunta provinciale 340/2001.
- D) Riportare una dettagliata analisi della rete commerciale e dei pubblici esercizi siti in centro storico, articolata per tipologia, dimensioni, settori, merceologie, nonché delle attività di commercio su aree pubbliche, di quelle turistico - ricettive, di intrattenimento e svago, artigianali (distinguendo tra artigianato produttivo, artistico, di servizio).
- E) Contenere analisi e proposte in ordine ad almeno 10 dei 13 aspetti elencati nell'articolo 7, comma 3, della deliberazione della Giunta provinciale 340/2001.
- F) Evidenziare, in relazione alle singole proposte, la realizzabilità delle stesse in relazione alla normativa vigente o la necessità di modificare e/o integrare la normativa medesima.
- G) Precisare, in relazione alle singole iniziative proposte, se le stesse risultano già contenute in precedenti studi che sono stati condotti dall'Amministrazione comunale.
- H) Allegare, qualora siano avanzate proposte innovative in ordine alla ristrutturazione del traffico urbano o del trasporto pubblico o alla creazione di nuove aree a parcheggio, gli studi della mobilità idonei a supportare le proposte avanzate.
- I) Contenere proposte e linee di azione per il perseguimento degli obiettivi della sicurezza (deliberazione Giunta provinciale n. 754 di data 2 aprile 2004).

**Spesa massima ammessa a contributo.** Anche la spesa massima ammissibile a contributo è stata rideterminata. E' così definita: 45.000 € per progetti presentati da Comuni con oltre 30.000 abitanti; 30.000 € per progetti presentati dai Comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti e fino a 30.000 abitanti; 20.000 € nel caso di Comuni con popolazione fra i 3000 e i 10.000 abitanti e per quelli con meno di

3000 abitanti ma sedi di Comprensorio; 10.000 € per progetti presentati da altri comuni.

**Commissione tecnica, valutazioni e contribuzioni, iter amministrativo.** La delibera conferma l'esame del contenuto dei progetti in capo ad una apposita Commissione, che valuta i progetti stessi secondo appositi criteri di priorità, in parte ridefiniti, entro 30 giorni dal termine per la presentazione delle domande da parte dei Comuni.

Il termine è fissato al 15 settembre 2007. Le istanze presentate in data successiva sono esaminate alla scadenza annua successiva.

Dal punto di vista meramente amministrativo, le istanze vanno presentate dai Comuni alla **Provincia Autonoma di Trento, Servizio Commercio**.

Devono essere corredate da:

- atti deliberativi relativi all'affido incarico riferito al progetto,
- tre copie complete del progetto,
- dichiarazione del Comune in ordine alla presumibile entità della spesa da sostenere,
- copia degli atti (verbali delle riunioni) attestanti l'avvenuta fase di concertazione,
- dichiarazione di esclusione del cumulo con altri analoghi contributi eventualmente disposti allo stesso titolo sulla base di provvedimenti comunitari, statali e provinciali.

### PARTE 3

#### L'ANALISI CONDOTTA: IL COMUNE DI NAGO-TORBOLE NELL'AMBITO DEL PATTO TERRITORIALE "BALDO GARDA"

##### 3.1. PREMESSA

Con legge provinciale 23 novembre 1998 n.17 concernente "Interventi per lo sviluppo delle zone montane", la Provincia Autonoma di Trento ha inteso valorizzare le attività economiche nelle zone montane nel rispetto delle risorse ambientali.

La scommessa e contemporaneamente l'obiettivo è quello di assicurare lo sviluppo sociale e la salvaguardia dell'identità culturale delle popolazioni locali, nonché di fermare il progressivo degrado conseguente all'abbandono delle aree montane, sviluppando un insieme di politiche e interventi che siano in grado di dare risposte adeguate ai bisogni della montagna nel suo complesso.

Il raggiungimento di tale fine è stato ottenuto col ricorso ai **"patti territoriali"**: con delibera del 4 febbraio 2000 avente oggetto "Criteri, modalità e ordine di priorità per la predisposizione e per l'attuazione dei patti territoriali" di cui all'articolo 12 ter della legge provinciale n. 4/1996, così come da ultimo modificata dall'articolo 41 della legge provinciale 6/1999 è nato un innovativo approccio a quella che è definita come **"programmazione negoziata di un territorio"**.

Il patto territoriale è l'**accordo rivolto ad attuare un programma d'interventi caratterizzato da obiettivi di promozione dello sviluppo sociale ed eco-sostenibile**, quindi **fondamentale espressione di partnership sociale**.

Rappresenta il mezzo per attuare un complesso integrato di interventi, finalizzati allo sviluppo integrato di un'area territoriale.

La necessità di un approccio sistemico a problemi complessi impone impegno collettivo di più soggetti e la miglior collaborazione tra gli stessi. E' quindi mezzo ideale per il perseguimento di una pluralità di finalità tra cui, principalmente, una programmazione che risulta decentrata (superando una pianificazione dall'alto), negoziata (espressione di un partnership locale), integrata (tra sistema economico e tecnico amministrativo).

La possibile deregolamentazione, semplificazione e l'utilizzo di nuovi strumenti di programmazione concertata, sono ulteriori aspetti fondamentali del nuovo strumento programmatico.

In ragione del principio di sussidiarietà, la Provincia Autonoma di Trento è chiamata a svolgere in tale ambito un compito programmatico, di coordinamento e assisten-

za non solo finanziaria rispetto al ruolo operativo dei Comuni, sui quali grava dunque la responsabilità maggiore del buon esito degli interventi.

Per quanto riguarda la Provincia, l'aspetto più innovativo è costituito dall'istituzione di uno specifico fondo provinciale per lo sviluppo delle zone montane (articolo 3) nel quale confluiscono appositi stanziamenti del bilancio provinciale, i trasferimenti statali e comunitari alla Provincia destinati alla montagna, i contributi di soggetti pubblici e privati operanti sul territorio provinciale. Tale strumento è destinato ad alimentare finanziariamente e nel tempo le politiche di sostegno speciale per la montagna e, in primo luogo, le iniziative previste dalla normativa sui Patti.

## **3.2. PATTO TERRITORIALE “BALDO GARDA”**

### **3.2.1. PREMESSA**

Il patto è stato attivato nell'**aprile 2001** dai Comuni di Ala, Avio, Brentonico e Nago, per l'area baldo-gardesana. La Giunta Provinciale, con deliberazione n. 2488 del 18 ottobre 2002, ha approvato l'attuazione del **Patto Territoriale Baldo Garda**, dando atto della coerenza della proposta con la programmazione provinciale (come previsto al punto 3 della deliberazione n. 2235 del 20 settembre 2002).

L'iniziativa di costituire un tavolo di confronto permanente, e conseguentemente promuovere il Patto del Baldo-Garda, è sorta in seguito alla rilevazione di diversi fattori di debolezza dell'area, che frenano l'attuazione delle prospettive di sviluppo:

- scarsa propensione all'imprenditorialità e all'investimento in iniziative economiche (produttive, di servizio, ecc.) sul territorio;
- insufficiente consapevolezza del valore economico, culturale e sociale del patrimonio “territorio-ambiente”, accompagnata da un debole “senso di appartenenza” storico – socio - economica (tendenza al “paese dormitorio”);
- le incerte prospettive di mercato dei segmenti legati al “turismo rurale” (vacanze in baite e in malga) e al turismo “culturale/ambientale”;
- lo scollamento esistente tra fondovalle e montagna, tra agricoltura e turismo, tra attività produttive e ambiente;
- le difficoltà nell'attuazione di concrete esperienze di integrazione commerciale tra produzioni agro-alimentari locali e offerta turistica;
- la preponderante presenza sul territorio di forme ricettive extra-alberghiere (alloggi privati gestiti in forma non imprenditoriale e, soprattutto, seconde case vuote per quasi tutto l'anno), che da un lato determinano un rilevante condizionamento territoriale e onerosità nella fornitura di servizi di base e, dall'altro lato, apportano all'economia complessiva dell'area prospettive incerte;
- alcune specifiche situazioni di problematicità relative ai collegamenti interni fra le frazioni e tra alcuni “poli” residenziali e turistici.



### 3.2.2. SOGGETTI PROMOTORI ED OBIETTIVI

Il Patto territoriale Baldo-Garda considera, ai fini delle progettualità, uno specifico e ben definito territorio, che risulta costituito dai Comuni promotori, secondo la seguente articolazione: Brentonico – intero territorio, Ala e Avio - porzioni di territorio situate sulla destra orografica dell'Adige (in aggiunta per Ala l'area della Lessinia), ***Nago – l'abitato e la porzione di territorio dello stesso comune che si estende sul Monte Baldo.***

Il Patto si prefigge di sostenere un processo di sviluppo dell'economia che risulti imperniato su:

- sinergia fra ***turismo di qualità***, agricoltura e ***valorizzazione delle peculiarità ambientali del territorio***;
- ***sviluppo di servizi e attività artigianali, commerciali e dei servizi che risultino funzionali*** a questo obiettivo.

Il **24 gennaio 2005** è stato approvato un primo documento di indirizzo strategico per lo sviluppo del territorio pattizio, nell'ambito del quale sono stati individuati i seguenti ***Assi-Obiettivo strategici***:

- Ob. 1: miglioramento della qualità del sistema turistico;
- Ob. 2: miglioramento e sviluppo delle attività;
- Ob. 3: valorizzazione specificità ambientali/storiche del territorio pattizio;
- Ob. 4: miglioramento dell'integrazione delle attività artigianali e industriali con l'agricoltura, il turismo e con l'ambiente;
- Ob. 5: miglioramento della cultura dell'ospitalità, della partecipazione e della cura del territorio.

### 3.2.3. CRITERI DI INDIRIZZO – ISTITUZIONE 1° BANDO

A seguito della presa di coscienza di tali problematiche, i Comuni hanno quindi individuato i seguenti criteri di indirizzo:

- Ob. 1 - Turismo: ***rafforzamento della capacità competitiva e attrattiva del sistema turistico locale***;
- Ob. 2 - Agricoltura: sostegno allo sviluppo e alla qualificazione delle attività agricole di montagna e alle attività di trasformazione dei prodotti dell'agricoltura, della zootecnia e della silvicoltura;
- Ob. 3 - Ambiente: miglioramento della compatibilità ambientale delle attività produttive e di valorizzazione a fini produttivi delle risorse primarie del territorio.

Per privilegiare gli interventi considerati prioritari per lo sviluppo locale, in funzione delle risorse finanziarie disponibili, si è proceduto alla pubblicazione del ***1° bando***

**per la presentazione di domande di finanziamento da parte di soggetti privati,**  
la cui **scadenza** è avvenuta in data **31 maggio 2007**.

In occasione di tale bando si è stabilito di definire una graduatoria dei progetti privati specifica per ciascuno degli Obiettivi, nonché di destinare alle iniziative riferite agli stessi Obiettivi di sviluppo le seguenti quote: Ob. 1 - Turismo: 55% del plafond; Ob. 2 - Agricoltura: 30% del plafond; Ob. 3 - Ambiente: 15% del plafond.

### **3.2.4. RISULTANZE 1°BANDO PATTO BALDO-GARDA**

Il bando, scaduto al 31 maggio 2007, ha portato a rilevare a fine luglio 2007 le seguenti domande da parte di privati, per un totale di spesa di **7.627.000,61 €**, tre delle quali successivamente giudicate non coerenti (2 a Brentonico ed una ad Ala, per un importo complessivo di 103.812,05 €).

<b>Settore</b>	<b>Sede iniziativa</b>	<b>Numero domande</b>	<b>Importo</b>
Turismo	Ala	2	235.615,86
Turismo	Avio	2	2.225.297,75
Turismo	Brentonico	3	2.975.323,43
Commercio	Avio	1	31.464,00
Commercio	Brentonico	4	884.970,14
Agricoltura	Avio	1	20.000,00
Agricoltura	Brentonico	8	298.681,28
Agriturismo	Ala	1	483.600,00
Agriturismo	Nago-Torbole	1	472.048,15
<b>TOTALE</b>		<b>23</b>	<b>7.627.000,61</b>

Come evidenza con immediatezza la precedente tabella, a Nago è stata avanzata solo una domanda, per l'apertura di un agriturismo.

L'iniziativa, come si vedrà nel proseguo dell'analisi, si inserisce in maniera coerente con le progettualità previste per l'abitato di Nago, quali una sua valorizzazione della dimensione enogastronomica.

## PARTE 4

### L'ANALISI CONDOTTA: OPINION LEADERS

#### 4.1. OPINION LEADERS DI NAGO

E' stata attuata una fase importante per l'acquisizione di informazioni e di valutazioni grazie a contatti con numerosi opinion leaders locali, in particolare coinvolti nella progettualità in argomento, aspetto che in parte "falsa" alcune delle risposte acquisite, anche se i tratti distintivi che emergono appaiono comunque chiari.

L'indagine si è conclusa nel mese di **dicembre 2006** e il questionario ha compreso numerosi quesiti, molti dei quali "aperti", e ciò per offrire agli interpellati la possibilità di esprimere liberamente giudizi e proposte.

Fra le indicazioni maggiormente espresse, le seguenti.

#### ***Conoscenza del Progetto***

Pochi tra gli intervistati conoscono il progetto di qualificazione del centro storico di Nago-Torbole.

#### ***Accessibilità pedonale all'area centrale***

In generale le risposte evidenziano una *situazione poco favorevole*.

Nell'area centrale mancano i marciapiedi che invece sono presenti nelle vie esterne al centro, le strade sono strette. Capita spesso che due auto contemporaneamente non riescano a transitare.

Non parrebbe fondamentale integrare la rete di marciapiedi, e ciò a causa del numero limitato di attività economiche presenti in centro storico, che *non invita a passeggiare*.

#### ***Accessibilità veicolare all'area centrale***

L'accessibilità veicolare all'area centrale di Nago è considerata dagli intervistati *sufficiente*.

Il problema che si riscontra è causato dalle strade strette attraverso le quali confluiscono anche i mezzi pesanti e dalla carenza di parcheggi.

#### ***Zone a traffico limitato***

Le opinioni raccolte sono abbastanza omogenee. Gli intervistati sostengono che pur potendo causare disagi alle poche attività presenti nel paese si potrebbe *pensare a creare zone a traffico limitato o a senso unico* nel caso in cui venissero costruiti dei parcheggi limitrofi.

Non è opportuno creare una zona puramente pedonale in quanto il paese è piccolo e sono presenti poche attività.

### ***Valutazioni su localizzazione e dimensionamento delle aree parcheggio***

Generalmente gli intervistati dichiarano che a Nago i parcheggi sono *pochi*. E' in previsione la costruzione di un parcheggio interrato all'ingresso del paese.

### ***Valutazioni sull'arredo urbano dal punto di vista strutturale (illuminazione, pavimentazione, ...) e delle attrezzature***

In media la visione dell'arredo urbano da parte degli intervistati risulta *sufficiente*, sia per le opere pubbliche che per le ristrutturazioni effettuate da privati. L'arredo urbano, come la pavimentazione e l'illuminazione, sono stati da poco rifatti.

Una parte degli intervistati sostiene che andrebbero migliorati alcuni aspetti, come i bidoni delle immondizie in zone periferiche, sempre pieni, e l'odore di fognature nella zona centrale.

### ***Turn over delle attività commerciali del centro storico***

Negli ultimi anni molte attività hanno chiuso e non sono mai state rimpiazzate. Le poche attività rimaste sono a conduzione familiare e ben consolidate.

Mancano negozi d'abbigliamento.

### ***Valutazioni sugli orari di apertura***

Gli orari d'apertura sono valutati *positivamente* da tutti i rispondenti.

In estate tutte le attività sono aperte anche la domenica e la maggior parte prolunga le aperture.

### ***Esistono in centro storico contenitori suscettibili di riuso per l'insediamento di nuove attività commerciali o per il potenziamento delle esistenti?***

Tutti gli intervistati sostengono che *sono presenti diversi contenitori*, per la maggior parte appartenenti a negozi chiusi e non più riattivati, che potrebbero essere utilizzati per insediare nuove attività, ma mancano richieste in merito.

### ***Esistono attrattori a livello comunale, anche a livello strutturale?***

Tutti gli intervistati sostengono che gli attrattori principali del paese di Nago siano la tranquillità, la vicinanza al lago ed al Monte Baldo, le passeggiate a piedi ed in mountain bike.

Il problema riscontrato è la mancanza di centri per attività sportive, quali piscine, palestre, campi da gioco per i ragazzi, campeggi.

### ***Formazione degli operatori economici***

I rispondenti concordano sul fatto che sia necessario conoscere ciò che si vende.

Le attività presenti vengono tramandate di padre in figlio, quindi la professionalità si acquisisce con l'esperienza. Sono comunque necessari corsi d'aggiornamento.

### ***Ambulantato***

Una volta a settimana c'è un piccolo mercato formato da due soli banchi, uno di frutta e verdura, l'altro di formaggi.

Sarebbe *interessante ampliarlo*, ma il paese è piccolo e gli ospiti degli alberghi non girano, quindi il potenziale di fruizione è piuttosto limitato.

### ***Esistono iniziative comuni tra gli operatori economici e ritiene sussistano le condizioni base per pensare a iniziative congiunte fra operatori?***

Nel comune di Nago-Torbole è presente il *Comitato manifestazioni Nago Torbole* che con il contributo del comune organizza varie manifestazioni estive.

I partecipanti sono soprattutto di Torbole, dove si organizza il maggior numero di eventi.

### ***Opinioni sul possibile insediamento di un nuovo centro commerciale***

Tutti gli intervistati concordano sulla *inutilità* di un ulteriore centro commerciale in zona, dato il numero già elevato di quelli esistenti.

La preoccupazione maggiore è quella della difficoltà di sopravvivenza dei piccoli negozi esistenti, la cui chiusura causerebbe inoltre problemi ai residenti anziani o senza auto che necessitano di avere il negozio vicino. Esiste poi il problema delle corse dei bus, che in estate passano ogni ora mentre in inverno scarseggiano.

Gli intervistati propongono di costruire qualcosa che funga da attrattore, come ad

esempio un campeggio, una piscina, una palestra, etc..

### ***Quanto incide il pendolarismo lavorativo sul volume d'affari?***

Il pendolarismo incide *molto* sul volume d'affari. La maggior parte dei residenti lavora fuori dal paese. Ciò ha come conseguenza il fatto che gli acquisti vengono spesso effettuati altrove.

## **4.2. OPINION LEADERS DI TORBOLE**

### ***Conoscenza del Progetto***

*Pochi* tra gli intervistati conoscono il progetto di qualificazione del centro storico di Nago-Torbole.

### ***Accessibilità pedonale all'area centrale***

In generale le risposte evidenziano una *situazione favorevole*.

Nell'area centrale sono presenti i marciapiedi, per cui il pedone può passeggiare in sicurezza, anche se le strade sono molto trafficate.

L'unico problema che il pedone può riscontrare è dato dagli *attraversamenti della strada statale*, ancora per via del traffico.

### ***Accessibilità veicolare all'area centrale***

L'accessibilità veicolare è considerata dagli intervistati *sufficiente*.

Problemi sono però ravvisati nel fatto che vi è un'unica strada che porta a Torbole, che risulta attraversata anche da mezzi pesanti.

In estate il traffico viene invece deviato e il centro: è quindi libero dal traffico pesante.

### ***Zone a traffico limitato***

Le opinioni raccolte esprimono *consenso rispetto all'idea di creare in centro zone a traffico limitato*, sia per aumentare la vivibilità dell'area a favore dei residenti che per le ripercussioni positive nei confronti dei commercianti, ma a determinate condizioni.

Si ritiene necessaria la realizzazione di parcheggi limitrofi al centro per favorirne la fruizione.

### ***Valutazioni su localizzazione e dimensionamento delle aree parcheggio***

Generalmente gli intervistati dichiarano che i parcheggi presenti a Torbole sono *sufficienti*, anche se scarseggiano nel periodo di alta stagione.

### ***Valutazioni sull'arredo urbano dal punto di vista strutturale (illuminazione, pavimentazione, ...) e delle attrezzature***

In media la valutazione dell'arredo urbano da parte degli intervistati è *positiva*, sia a livello di opere pubbliche che di ristrutturazioni effettuate da privati.

La segnaletica andrebbe migliorata.

### ***Turn over delle attività commerciali del centro storico***

Si riporta che risultano carenti le attività aperte tutto l'anno ma che quelle esistenti sono *consolidate*, per la maggior parte a conduzione familiare.

### ***Valutazioni sugli orari di apertura***

Gli orari d'apertura nel periodo estivo sono valutati positivamente da tutti i rispondenti.

Ciò non vale nel periodo invernale, ove soprattutto bar, ristoranti e alberghi rimangono chiusi, aprendo solo pochi giorni a Natale.

### ***Esistono in centro storico contenitori suscettibili di riuso per l'insediamento di nuove attività commerciali o per il potenziamento delle esistenti?***

Gli intervistati sostengono non essere presenti contenitori in centro storico.

### ***Esistono attrattori a livello comunale, anche a livello strutturale?***

Tutti gli intervistati affermano che l'attrattore principale del paese di Torbole siano il lago e le attività sportive come vela, windsurf, escursioni in mountain bike e free climbing.

### ***Formazione degli operatori economici***

La maggior parte delle attività è a conduzione familiare: i figli apprendono le competenze dai padri e le approfondiscono poi attraverso la formazione scolastica.

Si ritengono in ogni caso necessari corsi d'aggiornamento.

### ***Ambulantato***

Ci sono pochi banchi in quanto il posto ove è collocato il mercato è limitato.

Di limitato rilievo il mercato settimanale in quanto servito da due soli banchi.

### ***Esistono iniziative comuni tra gli operatori economici e ritiene sussistano le condizioni base per pensare a iniziative congiunte fra operatori?***

Nel comune di Nago Torbole è presente il *Comitato manifestazioni Nago Torbole*, che con il contributo del comune organizza varie manifestazioni estive.

Limitato il numero di operatori aderenti, per la maggior parte in affitto d'azienda e non interessati ad organizzare iniziative di animazione del centro.

### ***Opinioni sul possibile insediamento di un nuovo centro commerciale***

Tutti gli intervistati concordano sulla *non utilità* di un ulteriore centro commerciale in zona, dato il numero già elevato di quelli esistenti e le relative difficoltà da questi incontrate.

Non si ritiene in particolare opportuno riqualificare il centro storico e poi creare una zona commerciale a breve distanza.

Si rileva poi una certa preoccupazione connessa al rischio di non sopravvivenza dei piccoli negozi esistenti, la cui chiusura causerebbe inoltre problemi ai residenti anziani o senza auto.



## **PARTE 5**

### **L'ANALISI CONDOTTA: LA CONCERTAZIONE**

La fase di concertazione ha consentito di raccogliere importanti spunti e osservazioni dalle varie Associazioni ed Organizzazioni coinvolte.

Si ritiene opportuno, per una agevole lettura, riportare i verbali integrali delle riunioni operate dal Tavolo di concertazione.

#### **A) VERBALE RIUNIONE TAVOLO DI CONCERTAZIONE 6 NOVEMBRE 2006**

Il giorno 6 novembre 2006 alle ore 17.00 a Nago-Torbole (TN), presso la Sala consiliare di Torbole, si è tenuto il primo Tavolo di Concertazione organizzato dall'Amministrazione Comunale per discutere in merito al "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico".

Sono presenti:

Ilos Parisi e Silvia Guella

Associazione Artigiani e Piccole Imprese della Provincia di Trento

Roberto Betta

Associazione pubblici esercizi

Franca Prandi

Unione Commercio e Turismo

Franco Gamba

Unione Commercio e T.- Riva d/Garda

Marco Modena

Cassa Rurale Alto Garda

I consulenti del gruppo di lavoro che segue il progetto:

Consulente – resp. generale del progetto

Andrea Giovanelli

Consulente – resp. scientifico del progetto

Luciano Pilati

Consulente – architetto

Beppo Toffolon

CAT Trentino Srl

Gloria Bertagna

Consulente

Elena Busato

Presiedono i lavori l'Assessore al Commercio e vicesindaco del Comune di Nago-Torbole Mario Mazzoldi. È inoltre presente l'assistente amministrativo del comune Erica Tamburini.

Interventi:

#### **MARIO MAZZOLDI – ASSESSORE AL COMMERCIO**

Introduce il motivo dell'incontro inquadrandolo nell'ambito del "Progetto di Qualificazione dei Centri Storici" e passa la parola al responsabile generale del progetto Andrea Giovanelli.

## ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Esplicita l'operatività del progetto e la sequenza di interventi al Tavolo da parte dell'equipe di tecnici. Invita i partecipanti a definire l'area di interesse del progetto.

## ELENA BUSATO – CONSULENTE

Spiega il progetto in riferimento alla L.P. 4/2000 ed in particolar modo all'art.28 e alle delibere n.339/340 del 2001. Informa i presenti che tale progetto non verte solo sul centro storico definito dal PRG, ma può prendere in considerazione anche un'area più vasta. Non considera inoltre solo un'analisi del commercio ma guarda anche ad altri settori come l'artigianato, la cultura, la ricettività, l'urbanistica, l'accessibilità, i parcheggi, etc..

Uno degli obiettivi di detto progetto sia quello di aumentare l'attrattività di Nago-Torbole, utilizzando lo strumento della concertazione.

Dopo avere elencato ai presenti i progetti già conclusi e quelli in corso d'opera, va a specificare alcune informazioni generali sulle caratteristiche dei casi già analizzati. Illustra nella fattispecie come i residenti nei centri storici presentino un trend in calo, e come questi ultimi si riducano per lo più ad ospitare servizi ed altre attività. Evidenzia come l'attività mercatale non sia più vista come concorrenziale dai commercianti.

Prosegue esplicitando fasi, obiettivi e prospettive future per il centro storico di Nago-Torbole.

Conclude con una breve presentazione dello stato attuale della realtà del comune, con riferimento a popolazione e commercio.

## LUCIANO PILATI – RESPONSABILE SCIENTIFICO DEL PROGETTO

Specifica come il commercio sia solo una delle componenti esaminate ai fini della riqualificazione; in tal senso la presenza dell'Amministrazione garantisce la portata generale del progetto. Precisa che le problematiche su cui ragionare riguardano l'aspetto urbanistico da una parte, quello organizzativo dall'altra.

In proposito fa riferimento all'evoluzione subita recentemente dal commercio, spesso dettata dalla difficoltà nel fare sistema, sia dal punto di vista dei singoli esercenti che dal punto di vista della normativa in tema di commercio.

Propone l'esempio nonché la possibilità di rendere più forte un apparato attraverso la creazione di consorzi, non solo tra i componenti di uno stesso comparto (es. commercio al dettaglio), ma anche tra comparti diversi, come commercio, artigianato, pubblici esercizi, etc..

Con riferimento alla vocazione di Nago-Torbole chiede se ci sia un'identità unitaria per i due centri o se è necessario fare ragionamenti distinti, anche per capire se c'è la possibilità di formare organismi unici per una gestione unitaria.

FRANCO GAMBA – UNIONE COMMERCIO E TURISMO SEZ. RIVA D/GARDA

Afferma come un'idea comune potrebbe essere il vento, che identifica però più Torbole.

ILOS PARISI – ASS. ARTIGIANI E PICCOLE IMPRESE PROVINCIA DI TRENTO

Aggiunge che il comune richiama flussi di persone dall'estero; sottolinea in particolare la presenza di numerosi bus di inglesi.

MARCO MODENA - CASSA RURALE ALTO GARDA

Sostiene che Nago non ha una propria identità, associabile a quella di Torbole, a meno che non ci si riferisca a pratiche sportive in senso lato.

FRANCA PRANDI - UNIONE COMMERCIO E TURISMO

Precisa come Nago non abbia attualmente una forte connotazione, ma viva di riflesso rispetto a Torbole. Sostiene però che potrebbe acquistarla, valorizzando da una parte la dimensione sportiva legata alle varie specialità sportive praticabili, dall'altra la dimensione naturalistica.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Specifica che al di là di capire l'identità del comune, è necessario ragionare a livello di aspetto organizzativo, per capire come fare sinergia.

BEPPO TOFFOLON – CONSULENTE, ARCHITETTO

Precisa come lo studio di riqualificazione della rete commerciale contenga una sorta di piccolo piano urbanistico e rappresenti uno strumento che consente di concretizzare le linee emerse dal piano regolatore, che non considera propriamente il riflesso che lo stesso riveste sulla struttura commerciale.

Spiega poi che il progetto consente di vedere la sinergia tra le varie funzioni e il possibile coordinamento tra le attività, a partire dal commercio e dalla capacità attrattiva da esso rivestita, fino a quella relativa alle attività sociali o altro.

Afferma che, al di là delle previsioni normalmente affrontate dall'urbanistica, attraverso questo progetto si può studiare come le misure di urbanistica possano esse-

re implementate ai fini di un'utilità nel comparto del commercio ed altro.

Precisa che il progetto valuta anche il rapporto tra spazi offerti dal comune nei confronti di un'utenza che si cerca di rendere sempre più ampia, ai fini di ottenere vantaggio rispetto alla concorrenza.

#### ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Tornando al tema precedentemente intrapreso, afferma come il turismo sportivo sembri rappresentare il punto di eccellenza.

Aggiunge come nella valutazione in oggetto, sia opportuno e necessario tener conto dell'offerta delle realtà limitrofe e potenzialmente concorrenti, come ad esempio il PGZ9 di Mori.

#### FRANCA PRANDI - UNIONE COMMERCIO E TURISMO

Informa che anche a Nago è prevista la nascita di un centro commerciale.

#### MARIO MAZZOLDI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Interviene per precisare lo sviluppo di tale progetto, che si estende su una piastra unica di 900 mq., ai quali possono aggiungersi uffici o servizi per un totale di circa 2.500 mq., è posizionato a circa 300 mt dal centro storico di Nago, ma risulta bloccato per questioni legate alla viabilità.

#### BEPPO TOFFOLON – CONSULENTE, ARCHITETTO

Specifica come sia necessario tener conto anche della situazione commerciale di Arco e del lungolago, ove si prediligeranno non propriamente le attività commerciali ma quelle ludico-ricreative e sportive.

#### LUCIANO PILATI – RESPONSABILE SCIENTIFICO DEL PROGETTO

Propone delle riflessioni in merito al bacino d'utenza del commercio, che sembra targetizzato su una domanda per lo più locale.

#### FRANCA PRANDI - UNIONE COMMERCIO E TURISMO

Specifica in risposta come a Torbole ci siano attività con merceologie particolari locali, con una propria e considerevole attrattività.

#### LUCIANO PILATI – RESPONSABILE SCIENTIFICO DEL PROGETTO

Si informa sul grado di attrattività rivestito dal commercio di Nago-Torbole rispetto ai Comuni limitrofi, ossia su quale potrebbe essere in futuro l'area di gravitazione per il comune, se in senso di ampliamento o di restrizione.

#### FRANCA PRANDI - UNIONE COMMERCIO E TURISMO

Specifica come l'ampliamento sia poco plausibile, dati anche il territorio limitato e gli affitti altissimi.

Afferma tuttavia che c'è un'offerta molto qualificata che costituisce una vera e propria attrazione per il territorio in cui è insediata: essa è rappresentata per esempio dai ristoranti a Nago, così come dagli esercizi commerciali a Torbole.

#### ROBERTO BETTA - ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Sostiene che per il centro storico di Nago c'è una possibilità in più di sviluppo e ri-qualificazione. Per Torbole la stessa risulta più difficile, dato l'attraversamento del centro storico da parte della strada provinciale.

#### FRANCO GAMBA – UNIONE COMMERCIO E TURISMO SEZ. RIVA DEL GARDA

Condivide che il centro di Torbole è effettivamente penalizzato dal pesante passaggio veicolare, sia in stagione quando a prevalere sono i mezzi leggeri, che durante l'anno con un incremento del traffico pesante. Informa di come sia stato costituito un comitato per lo studio delle possibili soluzioni viabilistiche. Ritiene che la situazione potrà sbloccarsi solo con la realizzazione della galleria.

#### ROBERTO BETTA - ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Spiega come un problema sia rappresentato dai pubblici esercizi, che attirano persone lungo la strada, mettendo in serio pericolo i fruitori stessi dei locali.

#### MARIO MAZZOLDI – ASSESSORE AL COMMERCIO

Il problema della viabilità è stato affrontato sia dalla precedente Amministrazione, senza pervenire a soluzioni causa la presenza di ulivi secolari, sia da quella attuale, che ha avanzato un'altra proposta, al momento al vaglio della commissione tecnica.

Un'altra possibilità verterebbe sulla realizzazione di una galleria, per un certo tratto di strada, più onerosa per la Provincia ma più realistica da realizzare, perchè condivisa da varie Amministrazioni comunali.

#### ROBERTO BETTA - ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Oggi Torbole rappresenta un imbuto per la viabilità, in quanto unico territorio non servito da una viabilità nuova, che rappresenta un freno ed un ostacolo al transito.

#### FRANCA PRANDI - UNIONE COMMERCIO E TURISMO

Conferma come la riqualificazione dipenda effettivamente dalla sistemazione della viabilità e non si possa prescindere da questo.

#### ROBERTO BETTA - ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Specifica come a Torbole, al di là della viabilità, ci siano pochi esercizi pubblici ed attività commerciali e come pertanto il futuro del comune sia in pericolo, data anche l'imminente chiusura di alcune attività storiche.

#### ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Chiede se la realtà conti la presenza di contenitori pubblici, atti ad ospitare attività commerciali o paracommerciali, per accrescere l'attrattività di Nago-Torbole.

#### FRANCA PRANDI - UNIONE COMMERCIO E TURISMO

Cita alcune strutture rispondenti a tale necessità, come alcune zone sportive nel lungolago, il circolo wind-surf, la colonia Pavese, con 4.500 mq. a disposizione in futuro. Conclude affermando come in futuro sorgerà una piazza di collegamento al lago e come, l'immobile in cui c'è attualmente il Comune, non sia al momento ancora assegnato ad alcuna altra destinazione.

#### LUCIANO PILATI – RESPONSABILE SCIENTIFICO DEL PROGETTO

Sintetizza le questioni emerse per inquadrare la situazione di Nago-Torbole.

Identifica come punti di forza la qualità ed il capitale umano, come punto di debolezza la viabilità, come opportunità la realizzazione della piazza, oppure i collegamenti pedonali e ciclabili, come minaccia l'offerta e caratterizzazione delle zone limitrofe, per il quale bisogna organizzare una risposta valida e capace di contrastare la concorrenza.

#### ILOS PARISI – ASS. ARTIGIANI E PICCOLE IMPRESE PROVINCIA DI TRENTO

A completamento del quadro di informazioni circa la realtà del comune di Nago-Torbole, aggiunge come l'artigianato sia poco sviluppato; in particolare quello artistico è assente e quello di servizio alla persona, pur favorevole ad un'espansione e

ad un inserimento all'interno del centro storico, ostacolato dai notevoli costi.

SILVIA GUELLA – ASS. ARTIGIANI E PICCOLE IMPRESE PROV. DI TRENTO

Aggiunge come ci sia un po' di artigianato tipico legato allo sport ma stia via via sparendo o spostandosi verso aree limitrofe.

FRANCA PRANDI - UNIONE COMMERCIO E TURISMO

In merito ai costi in capo alle attività commerciali, cita l'onerosa tassa sui parcheggi e ne propone la riduzione.

*Terminata la discussione e non avendo null'altro da discutere, il tavolo si conclude alle 19.20.*

### ***B) VERBALE RIUNIONE TAVOLO DI CONCERTAZIONE 22 GENNAIO 2007***

Il giorno 22 gennaio 2007 alle ore 17.00 a Nago-Torbole (TN), presso la Sala consiliare di Torbole, si è tenuto il secondo Tavolo di Concertazione organizzato dall'Amministrazione Comunale per discutere in merito al "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico".

Sono presenti:

Ilos Parisi	Associazione Artigiani e Piccole Imprese della Provincia di Trento
Roberto Betta	Associazione pubblici esercizi
Gianni Marcabruni	Cassa Rurale Alto Garda
Francesco Pederzoli	Cooperazione Trentina
Giovanni Debiassi	Associazione Industriali Prov.Trento

I consulenti del gruppo di lavoro che segue il progetto:

Consulente – resp. generale del progetto	Andrea Giovanelli
Consulente – architetto	Beppo Toffolon
Consulente	Elena Busato
CAT Trentino Srl	Nadia Casna

Presiedono i lavori il Sindaco del Comune di Nago-Torbole nonché Assessore all'Urbanistica Ennio Bertolini e l'Assessore al Commercio Mario Mazzoldi. È inoltre presente l'assistente amministrativo del comune Erica Tamburini.

Interventi:

*Aprono il tavolo il Sindaco Bertolini ed il vicesindaco Mazzoldi, ringraziando i pre-*

*sentì per la partecipazione. Segue la lettura ed approvazione del verbale del Tavolo di data 6 novembre 2006 e la presentazione del sondaggio agli opinion leaders di Nago e di Torbole da parte di Nadia Casna.*

ROBERTO BETTA – ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Con riferimento alla viabilità, afferma come Torbole presenti una piazza che costituisce in realtà una bretella di collegamento con Nago e le Busacche, non risultando quindi chiusa, né a traffico limitato. Specifica che ai fini della riqualificazione questo è uno dei principali aspetti da considerare.

ENNIO BERTOLINI - SINDACO

Interviene specificando lo stato attuale della questione aperta sulla viabilità, sottolineando i principali problemi da risolvere.

ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Invita il tavolo ad avanzare altre considerazioni di tipo qualitativo, relativamente a quanto emerso dal sondaggio agli opinion leaders.

GIANNI MARCABRUNI – CASSA RURALE ALTO GARDA

Conferma come prioritaria la necessità di realizzare una circonvallazione, per togliere il traffico dal paese e permettere la crescita complessiva del territorio.

*Il tavolo esprime altre considerazioni sulla situazione attuale della viabilità, i pericoli ad essa connessi, il peso del traffico leggero e pesante sul centro di Torbole: in particolare si evidenzia come il problema sussista da dodici anni.*

ROBERTO BETTA ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Spiega come a suo avviso la soluzione per il centro storico e la piazza sarebbe associabile all'istituzione di un senso unico, o un senso unico alternato per consentire il transito dei pullman, ma trovando aree parcheggio diverse.

ENNIO BERTOLINI - SINDACO

Nei fine settimana vige il senso unico alternato. Un'altra via percorribile sarebbe quella di vietare, dopo una certa ora, il ritorno a Torbole dal parcheggio Belvedere, un punto d'incontro notturno.

Per questioni di visibilità si potrebbe poi eliminare il parcheggio fronte lago. Elenca i tentativi fatti dal Comune per cercare di risolvere la questione.



## ILOS PARISI – ASS. ARTIGIANI E PICCOLE IMPRESE PROVINCIA DI TRENTO

Sostiene che il parcheggio da 100 posti auto andrebbe maggiormente segnalato.

*Si informano i presenti che a tal fine si sta provvedendo attraverso l'installazione di appositi cartelli.*

## ROBERTO BETTA – ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Afferma che i pullmann non dovrebbero parcheggiare in centro, occupando 40/45 posti auto con 12/15 mezzi, ma portare i passeggeri davanti al rispettivo hotel, quindi andare a parcheggiare nell'area di sosta grande.

## ENNIO BERTOLINI - SINDACO

Afferma che riguardo la viabilità c'è la necessità di creare non un'uscita ma una sorta di anello, attraverso il quale parte delle macchine potrebbero passare per il centro e parte per strade secondarie.

Aggiunge come altra questione da tenere in considerazione sia la realizzazione di 200 nuovi alloggi nel giro di tre anni.

## ROBERTO BETTA – ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Afferma di aver raccolto di persona lamentele dagli abitanti, dovute al fatto che i pullman vengono accesi due ore prima della partenza, provocando vibrazioni ai vetri delle case e conseguente disturbo per i residenti. A suo avviso tali mezzi andrebbero portati a Nago o comunque allontanati dalla loro attuale piazzola di sosta.

*Terminato un lungo confronto sul tema, Elena Busato procede con l'esposizione dell'analisi socio-economica (v. infra).*

## BEPPO TOFFOLON – CONSULENTE, ARCHITETTO

Informa che precedentemente al tavolo si è tenuto un incontro con Sindaco ed Assessore per verificare alcune questioni, di seguito esposte per essere valutate con i presenti.

Partendo da Nago, afferma che il suo centro storico non è molto rilevante dal punto di vista commerciale, contando solo una decina di esercizi, metà dei quali concentrati tra via S. Vigilio e via Sighele. Aggiunge che lo spazio commerciale di Nago è sostanzialmente compreso nell'area dopo la scuola, fino alla chiesa di S. Vigilio, ove si registrano esercizi attivi ma anche un buon numero di esercizi dismessi, che

potrebbero essere rivitalizzanti. Bisognerebbe decidere le modalità per accedere più facilmente a tale percorso.

Illustra su una cartografia i parcheggi che potrebbero essere più adatti: uno più vicino ma di soli venti posti, un secondo più grande, ubicato però lontano dal punto di interesse ed un terzo, in previsione, di 150 posti auto, più della metà dei quali dovrebbero rimanere liberi.

Precisa che questo parcheggio potrebbe essere non soltanto il parcheggio più adatto per chi vuole entrare all'interno del circuito commerciale, ma anche una struttura attrattiva per utenti che potrebbero poi essere riversati dentro il circuito commerciale stesso, in collegamento con attività sportive dell'ambito locale e a disposizione per manifestazioni che potrebbero invece essere offerte ai turisti.

Altro elemento di attrazione sarebbe il castello, da mettere in collegamento con il viale commerciale, per veicolare la movimentazione indotta dalla guida al castello verso le attività commerciali concentrate nello spazio sopra illustrato.

Aggiunge come vi siano ulteriori presenze commerciali in altre fasce di territorio, ma che al momento sarebbe opportuno concentrarsi sulla prima zona evidenziata.

Sottolinea che il rilancio di un abitato con un trend commerciale in calo continuo rappresenta un'operazione non semplice e che pertanto agire al fine di mantenerle concentrate costituirebbe l'unica soluzione plausibile. L'intervento di riqualificazione consentirebbe di trovare soluzione al problema dell'accessibilità alla strada.

Sostiene poi come la questione interessi anche aspetti di marketing, con riferimento alle merceologie da preferire per Nago, considerando che esso ha una particolare connotazione relativamente alla ristorazione e dunque alla gastronomia, e come quindi, all'interno di questo percorso commerciale, i prodotti tipici eno-gastronomici, già in parte presenti, potrebbero rappresentare un elemento utile per contraddistinguere l'offerta commerciale.

In proposito, richiama l'attenzione su una costruzione, lungo la strada che porta i turisti sul Garda, dopo Mori, recuperata e destinata alla vendita di prodotti gastronomici, vistoso punto di offerta per il turista del prodotto alimentare tipico locale, ad evidenziare come il comune, pur posizionato alla stessa distanza dalla strada in questione, non presenti in tal senso la medesima visibilità.

Specifica come servirebbe qualcosa lungo la statale per segnalare il tipo di offerta presente, nonché naturalmente assicurare la presenza in centro abitato di una gamma merceologica sufficientemente interessante.

Aggiunge che, dal punto di vista urbanistico, non vi sono in realtà possibilità diverse da quelle già previste per rilanciare il commercio di Nago, e che pertanto si tratte-

rebbe soltanto di ottimizzare dette iniziative per produrre l'effetto migliore possibile per il commercio.

Con riferimento a Torbole, conferma le complicazioni sollevate a livello di mobilità, specificando come la decisione in merito non possa però essere resa operativa all'interno di un progetto di riqualificazione commerciale, anche se dallo stesso può essere ulteriormente segnalata e rimarcata.

Afferma poi che la riqualificazione parte dal riconoscimento di alcune linee di fondo: sottolinea in particolare l'esistenza di circa una settantina di esercizi commerciali e la loro concentrazione lungo le vie storiche di Torbole, che risultano pertanto quasi sature, se non tra via Segantini e piazza degli Alpini, ove potrebbero insediarsi ulteriori attività. Sottolinea che per favorire tale continuità, connotando il percorso con un inizio ed una fine, sarebbe stato opportuno mantenere il parcheggio posto alle sue vicinanze, invece eliminato.

Attraverso la cartina, procede poi illustrando le zone adatte per sviluppare il commercio ed incrementarlo. Nota come la dimensione media dei negozi sia inferiore ai 50 mq, nonostante la presenza di locali di 100-120 mq. Sottolinea poi come, se tali superfici possono essere adatte per merceologie come abbigliamento e simili, non lo sono altrettanto per altri generi di articoli, che necessitano di grandi spazi.

Tale ragionamento spinge a guardare verso l'altra parte di centro storico, al triangolo nel cui baricentro trova posizionamento la colonia Pavese, per capire eventuali punti di contatto a livello di sviluppo commerciale.

Una prima ipotesi potrebbe essere quella del recupero almeno parziale delle superfici in ristrutturazione della colonia, a fini commerciali; a tal proposito afferma la disponibilità di 800 mq di superfici di vendita, che sarebbe utile destinare, non tanto all'insediamento di un centro commerciale di tipo generico, quanto ad una offerta complementare a quella del centro storico, contestualizzata rispetto alle vocazioni naturali di Torbole. Aggiunge che in tal senso qui potrebbe trovare adeguata collocazione l'offerta di articoli sportivi legati ad esempio al windsurf, che necessita appunto di ampie superfici.

Sottolinea che un altro punto di rilievo riguarda la necessità di individuare adeguati parcheggi; cita come vi sia una previsione ancora generica per un parcheggio di 200 posti auto, e un'altra ipotesi di realizzazione di un parcheggio minore ma più adatto come ubicazione a fini commerciali.

Afferma come sia necessario verificare se coi i parcheggi esistenti e quelli prospettati risulterebbe possibile soddisfare la domanda di posti auto relativa al commercio.

Aggiunge che, in considerazione della capacità attrattiva del lungolago, sarebbe fondamentale cercare di favorire la transizione fra le attività poste in questa fascia e quelle commerciali del centro storico: a tal fine il visitatore dovrebbe trovare lungo il percorso e verso il confine del centro storico, elementi di attrazione, ad oggi non presenti.

Afferma come sia dunque necessario ragionare in questa sede nell'identificare o affinare i progetti per far sì che la transizione fra le attività di lungolago e le attività del centro storico avvenga nella maniera più favorevole possibile per lo sviluppo delle attività commerciali, sottolineando come, mentre temi fondamentali come la circonvallazione non possono trovare soluzione all'interno di questo tipo di elaborazione progettuale, altri potrebbero invece conoscere una definizione non esecutiva ma comunque di massima, a livello di fattibilità e di individuazione preliminare degli obiettivi che si vorrebbero poi raggiungere.

Torna a rimarcare la necessità di ragionare sulla destinazione del contenitore della Colonia e sulla necessità di valutare per esso l'insediamento di un mix di funzioni per le superfici ancora disponibili, tenendo inoltre conto del fatto che al di là dell'edificio in questione si sviluppa un'ampia area con una piazza che potrebbe diventare un elemento piuttosto interessante, se ridefinita e portata verso un obiettivo preciso. In tal senso andrebbe valutata per esempio la possibilità di insediare nell'edificio degli spazi per la congressistica.

#### ROBERTO BETTA – ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Ritiene preferibile l'idea della colonia come centro congressi, più che come destinazione per il commercio, essendo la maggior parte dei negozi a carattere stagionale.

#### BEPPO TOFFOLON – CONSULENTE, ARCHITETTO

Afferma che i turisti però si aspetterebbero maggiormente attività a tema sportivo, ad esempio di tipo nautico e di grandi dimensioni.

Rimarca poi come l'edificio sia molto vicino ad altre attività del centro storico e come quindi dovrebbe offrire qualche cosa di altro oltre il commercio; allo stesso tempo sottolinea anche che la decisione non può essere rimandata a lungo, in considerazione del fatto che l'ex colonia dovrebbe fare da cerniera tra il centro e le attività del lungomare.

## ROBERTO BETTA – ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Afferma che l'insediamento di spazi per la congressistica potrebbe spingere le attività a rimanere aperte tutto l'anno.

## ENNIO BERTOLINI - SINDACO

Afferma che riguardo colonia Pavese l'Amministrazione aveva avuto diverse idee, tra le quali lo spostamento del municipio, spazi per laboratori, i vigili, gli anziani, etc., e che aveva poi deciso di avere un edificio più consono per il municipio e quindi di lasciare spazio ad altre attività, anche sociali, tenendo conto del fatto che ogni piano della struttura si sviluppa su circa 1.300 mq..

Aggiunge come parte dei soldi destinati alla realizzazione del municipio siano stati pertanto utilizzati per adeguare la struttura a norme antisismica, nonché alla sistemazione del parco, a favore della collettività.

Informa come alcuni turisti quest'estate avessero utilizzato il parco come sistema di collegamento da sud a nord per dirigersi al lago, per sottolineare la necessità di pensare anche ad un attraversamento est-ovest. Informa poi della possibilità di creare parcheggi per circa 300 posti complessivi, nonché dell'approntamento di un progetto in fase di approvazione a Nago, di parcheggio, ad ovest, prima di arrivare alla casa sociale, sotto via Singhel, nonché di un bocciodromo, un campo da gioco, una zona verde, nonché di un'area per manifestazioni.

Con riferimento ai parcheggi afferma poi la volontà di eliminarne alcuni siti fronte lago, una volta però trovata la possibilità di realizzarne altri a livello interrato. Informa dell'esistenza di progetti di parcheggi, ancora da sottoporre al vaglio del consiglio comunale. Ne cita uno legato alla realizzazione di un parcheggio circolare di due o tre piani, nonché un secondo, posto dietro colonia Pavese. Informa come saranno di prossima realizzazione i progetti legati al Centro surf ed al municipio, quest'ultimo rimandato per via dell'impiego di risorse sui parcheggi di Nago.

Sostiene che Nago cambierà, anche grazie alla trasformazione completa dell'area del polo scolastico. A Torbole le risorse per il palazzo del Comune saranno reperite attraverso la vendita di un'area di proprietà del comune. Con riferimento al centro surf afferma che l'amministrazione ha stanziato 40.000 euro e che la rimanente somma necessaria sarà fornita dalla Provincia. Precisa che presso il centro surf è prevista la realizzazione di un bar.

## FRANCESCO PEDERZOLLI - COOPERAZIONE TRENTINA

Sia per Nago che per Torbole il settore alimentare risulta fondamentale. Va valutata la possibilità di caratterizzare il settore con prodotti tipici tradizionali. Torbole, con

una ricettività importante, dovrebbe a sua volta fornire questo servizio, per quanti vivono al suo interno. Importante sarebbe la garanzia di un servizio presente tutto l'anno e non legato alla stagionalità.

*Il tavolo si confronta sul comparto del commercio relativamente al settore alimentare, con riferimento alle questioni stagionalità e spazi a disposizione.*

#### GIOVANNI DEBIASI – ASSOCIAZ. INDUSTRIALI PROVINCIA DI TRENTO

Riassume i due maggiori problemi ravvisabili nel comune: la viabilità, dalla quale non si può prescindere ma per la quale non si può tuttavia congelare tutte le altre questioni; la suddivisione del comune in due frazioni.

Avanza quindi alcune considerazioni: per Nago è difficile ipotizzare una soluzione; qui inoltre i negozietti seguono il mercato; se questo non va i negozi chiudono, a meno che la famiglia che li gestisce non riesca a mantenere in essere l'attività. Torbole può essere la componente volta a dare respiro a Nago: a Nago bisogna sostenere gli operatori commerciali, a Torbole ricevere adeguati ricavi.

Pur concordando con l'idea dell'assoluta rilevanza dell'alimentare, affronta i fenomeni per cui il settore rischia di sparire: l'effetto "conduzione familiare", che va perdendo d'appello; il fatto che la soddisfazione dei giovani sia commisurata a ciò che riescono a ricavare dal loro lavoro, per cui potrebbe rivelarsi plausibile l'ipotesi di trovare localizzazioni dagli affitti agevolati a fronte di un servizio garantito.

Diverso il ragionamento per Colonia Pavese a Torbole; Torbole non pare aver bisogno della piazza perché è un agglomerato di case dimensionalmente sparso fino a nord. Per le sue dimensioni il centro storico avrebbe più bisogno di un riferimento che non di una grande piazza, che potrebbe essere quella che già c'è, magari libera dal traffico.

Colonia Pavese dovrà quindi essere il punto di riferimento di tutta Torbole, paese di vocazione turistica; qui dovrà essere impostato un progetto che preveda per ipotesi un parco, nonché parcheggi e tutti i servizi necessari. Specifica come non si tratti di inventare delle soluzioni ma di rispondere a quella che è di fatto la realtà attuale, cioè che Torbole non ha un polmone verde. Ciò anche se la struttura sarà di tipo stagionale; la stessa Riva incontra delle difficoltà nel mantenere attive le strutture dodici mesi l'anno, pur avendo un centro fiere e congressi, data la concorrenza.

#### ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

A conclusione, sintetizza come il comune si identifichi in due realtà distinte: Torbole, con l'attrattore dell'ex Colonia Pavese ed una stagionalità lunga; Nago a complemento con le sue realtà alimentari.

## GIOVANNI DEBIASI – ASSOCIAZ. INDUSTRIALI PROVINCIA DI TRENTO

I turisti vanno dove ci sono attrazioni peculiari. La realizzazione del tunnel per togliere il traffico da Nago comporterebbe un azzeramento dei flussi verso il centro.

## ILOS PARISI – ASS. ARTIGIANI E PICCOLE IMPRESE PROVINCIA DI TRENTO

Afferma come servirebbe stimare il numero di persone che vanno ad arrampicare ed implementare le possibilità di commercio riferite al free-climbing.

*Terminata la discussione, senza altro da discutere, il tavolo si conclude a ore 18.*

### **C) VERBALE RIUNIONE TAVOLO DI CONCERTAZIONE 29 AGOSTO 2007**

Il giorno 29 agosto 2007 alle ore 17.00 a Nago-Torbole, presso la Sala consiliare, si è tenuto il terzo Tavolo di Concertazione organizzato dall'Amministrazione per discutere sul "Progetto di qualificazione della rete commerciale del centro storico".

Sono presenti le seguenti categorie:

Roberto Betta	Associazione pubblici esercizi
Bruno Lunelli	U.C.T.S.
Bertoldi Franco	Federazione Cooperaz. Trentina
I consulenti del gruppo di lavoro che segue il progetto:	
Consulente – resp. generale del progetto	Andrea Giovanelli
Consulente – resp. scientifico del progetto	Luciano Pilati
Consulente – architetto	Beppo Toffolon
CAT Trentino Srl	Nadia Casna
Consulente	Elena Busato

Presiedono i lavori l'Assessore al Commercio e vicesindaco del Comune Mario Mazzoldi. E' presente l'assistente amministrativo del Comune Laura Brunelli.

Interventi:

## MARIO MAZZOLDI – ASSESSORE AL COMMERCIO

L'incontro è volto alla presentazione delle fasi finali del progetto.

## ELENA BUSATO – CONSULENTE

Procede alla lettura del verbale per l'approvazione. *Approvato.*

## ANDREA GIOVANELLI – RESPONSABILE GENERALE DEL PROGETTO

Il comune di Nago-Torbole si sta avviando verso la conclusione del primo passaggio del progetto di riqualificazione del centro storico. Con ciò entrerà in una seconda fase, che vede coinvolti tutti quei comuni che hanno già affrontato la prima fase, che si stanno attivando per arrivare al riconoscimento del centro commerciale naturale con la collaborazione tecnica del Consorzio dei Comuni Trentini. Qualche mese fa è stato redatto un documento per sensibilizzare la Provincia affinché potesse valutare la possibilità di prevedere una serie di misure, quali: definizione del centro commerciale naturale, eventuali deroghe che potranno essere concesse nella predetta area, etc.. La Provincia potrebbe prevedere delle linee guida, che poi le Amministrazioni comunali andranno ad adattare alle proprie specifiche esigenze.

Distribuisce ai presenti il quadro riassuntivo dell'analisi svolta e delle progettualità individuate, aggiungendo che entro il venerdì della settimana corrente sarà consegnato all'Amministrazione comunale l'elaborato completo e una sintesi del progetto con le proposte finali, nonché una bozza del Patto da firmare a settembre.

## LUCIANO PILATI – RESPONSABILE SCIENTIFICO DEL PROGETTO

Il contesto è caratterizzato da più dualismi. Il primo individuato sotto il profilo territoriale, che vede distinti i centri di Nago e di Torbole, per i quali si sono individuate progettualità specifiche, distinte, ma allo stesso tempo complementari. Il secondo, interessa da una parte il turismo e dall'altra la componente residenziale, entrambe considerate nel progetto. Aggiunge che Colonia Pavese, oltre a diventare un attrattore, dovrebbe fungere da collegamento tra centro storico e lungolago.

## BEPPO TOFFOLON - ARCHITETTO

Le dinamiche urbanistiche dei due centri storici, collegate al commercio e non, vanno viste in rapporto col territorio. Le questioni che concernono Nago sono circoscrivibili: bisogna lavorare su un'unica strada. Per Torbole le cose sono più complicate. Sarebbe necessario concentrarsi su ciò che accade nelle due frazioni e sul collegamento di queste al resto del territorio, con riferimento ad esempio alla maggior visibilità di cui dovrebbe disporre Nago nei confronti di chi passa lungo la strada: dovrebbe aprire il centro storico verso i flussi di traffico.

Per Torbole va fatto un ragionamento analogo, per far sapere ai turisti del lago che esiste un centro storico interessante dal punto di vista commerciale. I problemi del centro storico non sono tanto all'interno, bensì legati alla necessità di creare un forte legame tra le presenze commerciali del centro e le attività ricettive e sportive del lungo lago. Tra le due entità si trova Colonia Pavese, che dovrà essere valorizzata per riuscire a mettere in relazione queste due parti: bisogna evitare di avere una vi-



sione settoriale del commercio, scollegata dalle altre attività. Nel fare questo, è necessario anche capire come si arriva, in quale modo si accede e dove si parcheggia, su una porzione del territorio che va dal centro storico fino al lago. Il dualismo va perciò riferito anche a ciò di cui ha bisogno il centro storico e ciò che succede fuori, presso il lago. Più che limitarsi a pensare ad una serie di interventi per i nuclei centrali, quali piantumazioni, illuminazione, etc. è necessario allargare lo sguardo e pensare a come intervenire sul centro per collegarlo con l'esterno.

#### MARIO MAZZOLDI - ASSESSORE AL COMMERCIO

Una zona a traffico limitato a Torbole favorirebbe la frequentazione del centro da parte degli utenti e il commercio stesso, cosa oggi ostacolata dalla provinciale.

#### LUCIANO PILATI – RESPONSABILE SCIENTIFICO DEL PROGETTO

La questione della viabilità è variabile esogena, su cui il progetto non ha i mezzi per intervenire. Sottolinea l'importanza di connotare con una precisa identità il territorio, non associata al solo lago, ma anche ad altre peculiarità: per Torbole, lo sport.

#### BRUNO LUNELLI – PRESIDENTE DETTAGLIO U.C.T.S.

Raccoglie gli spunti interessanti forniti dalla lettura del verbale del tavolo precedente e dall'analisi dei dati sul commercio comunale, notando la rilevante densità a Torbole di esercizi rispetto ai residenti. Espone due questioni riguardo Nago: la sua recente caratterizzazione nel campo della ristorazione, che va in parte a compensare la minor attrattività commerciale; la rilevanza del negozio di alimentari presente, che fornisce un servizio fondamentale ai residenti.

Con riferimento al soggetto gestore, ritiene necessario costituire un consorzio, ma riconosce l'impegno che comporta in termini economici, affermando la necessità di un sostegno finanziario da parte della Provincia, soprattutto nella fase iniziale.

#### ROBERTO BETTA – ASSOCIAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Chiede conferma delle voci che vedrebbero destinare Colonia Pavese ad albergo (*l'assessore Mazzoldi smentisce*). Informa di un progetto per realizzare nei pressi delle "Busatte", tra Nago e Torbole, una bike area. Per Nago, ricorda le ottime possibilità di caratterizzarsi nel free climbing. Concorda nel costituire il consorzio. Chiede più elasticità della Amministrazione negli orari dei pubblici esercizi.

#### FRANCO BERTOLDI – DIRETTORE FEDERAZIONE DELLE COOPERATIVE

Ritiene necessario costituire un ente gestore per collaborare col Comune nel rispondere alle esigenze del territorio. Concorda sulla connotazione di Torbole lega-

ta allo sport. Più difficile la delineazione di una precisa vocazione per Nago.

BRUNO LUNELLI – U.C.T.S.

La problematica parcheggi è presente in tutti i comuni. Per Nago è penalizzante per i ristoratori insediati, che offrono un servizio di qualità ma non sono in grado di garantire alla clientela la sosta vicina. Ritiene importante ampliare la passeggiata sul lungolago, anche con eliminazione o trasferimento altrove dei parcheggi.

MARIO MAZZOLDI - ASSESSORE AL COMMERCIO

Quei parcheggi sono utili in quanto usati tutto l'anno dai residenti. Le soluzioni: realizzare parcheggi interrati. Ipotesi di realizzarne alcuni dietro il Carpentari.

MARIO MAZZOLDI - ASSESSORE AL COMMERCIO

La progettualità su Colonia Pavese è complessa, dato l'impegno che comporta in termini finanziari. Si pensa ad essa come ad un'area di interesse e competenza sovracomunale, con destinazione ad esempio ad Università dello sport. La Provincia si sta muovendo per studiare una soluzione in merito.

ANDREA GIOVANELLI – RESP. GENERALE DEL PROGETTO

Ritiene che il comune potrebbe optare per una soluzione alternativa. Presenta l'ipotesi dell'attrattore multifunzionale, con attività commerciali a tema e negozi specializzati nel segmento dello sport, una ricettività leggera, come un garnì, una ristorazione che trova ubicazione su una precisa porzione dell'edificio, un'attività mercatale all'esterno, presente ed incrementabile, servizi per la collettività, come parcheggi, un punto d'arrivo per le ciclabili, un chiosco informativo.

BEPPO TOFFOLON - ARCHITETTO

Le progettualità monotematiche come l'università dello sport potrebbero trovare collocazione anche in altri siti. Per Colonia Pavese serve una soluzione che sommi più elementi attrattivi e valorizzi il fronte lago, l'edificio, l'attrattività della zona.

ANDREA GIOVANELLI – RESP. GENERALE DEL PROGETTO

Ricorda come vi siano più possibilità in capo all'Amministrazione per recuperare il volume, che consentono di attingere anche da risorse private, come è successo in diversi casi. Ci sono misure di finanza alternative, che spaziano dal project financing a strumenti innovativi, quali i fondi immobiliari semichiusi ad apporto.

*Si fissa l'incontro per la sottoscrizione del patto per il 12 settembre p.v.. Terminata la discussione e non avendo altro da discutere, il tavolo si conclude alle 19.15.*

## **PARTE 6**

### **L'ANALISI CONDOTTA: LA SITUAZIONE SOCIO-ECONOMICA E DI CONTESTO**

#### **6.1. PREMESSA**

E' condizione fondamentale quando si elabora un progetto, specialmente se inter-settoriale e integrato, analizzare preliminarmente ogni atto, documento o altro fatto-re sullo stesso incidente, al fine di mantenere sullo sfondo quanto acquisito, evitando di rimettere tutto in discussione o, peggio, di cancellare quanto di buono è stato già fatto.

E' stato dunque operato l'esame di numerosi documenti incidenti, ritenuti utili ai fini del presente progetto, estrapolandone indicazioni e linee strategiche di sviluppo connesse alla risorsa/opportunità "centro storico".

Il progetto ha poi comportato, come detto, un check up della situazione esistente, per rilevarne punti di forza e di debolezza.

L'analisi dell'esistente è intersettoriale e ha riguardato -in particolare- i seguenti ambiti:

- POPOLAZIONE
- ATTIVITA' COMMERCIALI AL DETTAGLIO - BOTTEGHE STORICHE
- COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE (AMBULANTATO)
- PUBBLICI ESERCIZI
- RICETTIVITA'
- ATTIVITA' ARTIGIANALI E DI SERVIZIO
- ATTIVITA' DI INTRATTENIMENTO E SVAGO - EVENTI
- ARREDO URBANO E VISUAL MERCHANDISING
- DEGRADO E SICUREZZA

Di seguito è descritta la situazione dei diversi settori, mantenendo sullo sfondo la descrizione delle dinamiche in atto in ambiti più estesi.

#### **6.2. NAGO-TORBOLE: CENNI GENERALI**

Nago è una cittadella arroccata ai piedi di Castel Penede, interessante per la ricca vegetazione mediterranea, per i panorami sull'intero Lago di Garda e per la presenza dei ruderi del castello (XII sec.) attorniato da un parco.

Nel territorio di Nago-Torbole è compreso anche il Parco Naturale del Monte Baldo chiamato, per la sua ricchezza botanica, "Giardino d'Europa".

Torbole risulta arrampicato sul declivio calcareo delle pendici del Monte Baldo, con le case disposte ad anfiteatro sul golfo. Grazie alla sua ventilata posizione è divenuto centro velico e surfistico di risonanza internazionale e una capitale degli sport d'acqua.

L'angolo più pittoresco di Torbole è il porticciolo con le caratteristiche costruzioni della Vecchia Dogana (sec. XV) e di Casa Beust. Angoli caratteristici ricordano il passato e la tradizione, come la piccola casetta del dazio, retaggio del periodo austro-ungarico, posta all'ingresso del piccolo porto, o la stretta piazza centrale, dove una lapide ricorda il soggiorno di Goethe. Torbole fu paese prediletto di molti pittori tedeschi.

### 6.3. RESIDENZIALITA'

#### 6.3.1. ANALISI

Il trend della popolazione rappresenta un indicatore rilevante per la spiegazione della evoluzione quantitativa, ma non solo, della rete commerciale.

L'Ambito D comprende 12 comuni: Arco, Bezzecca, Concei, Drena, Dro, Molina di Ledro, **Nago Torbole**, Pieve di Ledro, Riva del Garda, Tenno, Tiarno di Sopra, Tiarno di Sotto. Pertanto, si "sovrappone" esattamente al Comprensorio C9 "Alto Garda e Ledro".

L'ambito considerato evidenzia una serie storica della popolazione che nel corso degli ultimi cinquanta anni appare in trend evolutivo, anche decisamente rilevante e superiore rispetto alla dinamica provinciale.

La seguente tavola sintetizza l'evoluzione demografica come riscontrata, al fine di inserire i dati in un contesto più allargato.

Al censimento 1951 nell'area si contavano 31.493 abitanti, contro i 394.704 della provincia di Trento, con incidenza dunque pari al 7,97%.

Al censimento 1961 la popolazione residente nell'Ambito D passa a 33.042 unità, con una evoluzione del +4,91%, per poi crescere ulteriormente a fine 1971 fino a quota 34.659, staccando un altro +4,89%.

A fine 1981 si rileva un ulteriore sviluppo, fino a 36.684 abitanti (+5,84%), confermato anche dieci anni dopo, con i 38.384 residenti di fine 1991, con ciò evidenziandosi un ulteriore +4,63%.

In considerazione del fatto che la demografica per l'intera provincia vale 449.852,

l'incidenza dell'Ambito D è pari all'8,53%, oltre mezzo punto percentuale in più rispetto a cinquanta anni prima.

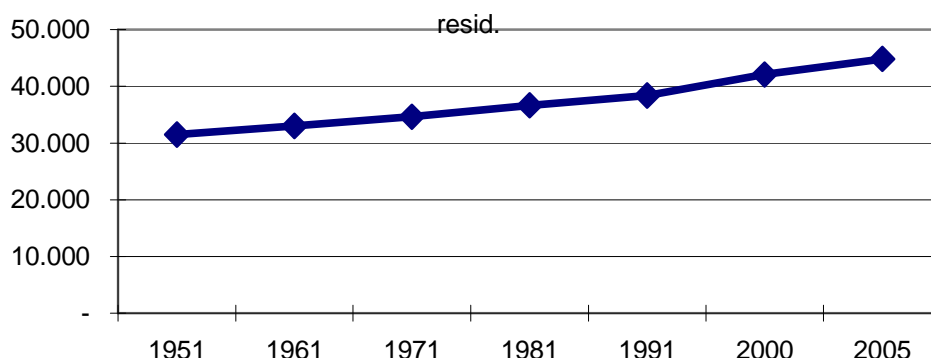
Il dato 2000 indica 42.083 residenti, con ciò rilevandosi un deciso sviluppo (+9,63%), anche in rapporto al peso sul totale provinciale, che incrementa infatti all'8,8%, per effetto della minore crescita demografica a livello di provincia (fino a 477.859 unità).

Il censimento a fine 2005 rileva ancora uno sviluppo: +6,54%. Il comprensorio conta infatti 44.836 abitanti, l'8,92% del dato provinciale, pari conta 502.478 unità.

L'analisi indica che nel periodo considerato si è dunque avuta nell'Ambito D una crescita di 13.343 unità (+42,37%), mentre la provincia ha sperimentato uno sviluppo decisamente più contenuto e pari al 27,30%.

**Tavola 1 - Evoluzione demografica dell'Ambito D (1951/2005)**

anni	1951	1961	1971	1981	1991	2000	2005
resid.	31.493	33.042	34.659	36.684	38.384	42.083	44.836



### **Intero comune**

Il Comune di Nago-Torbole è il quinto comune del comprensorio in termini di popolazione, a notevole distanza dai primi in termini di numerosità. Trattasi di Arco e Riva del Garda, ciascuno con oltre 15.000 abitanti.

Nago Torbole presenta un trend evolutivo della popolazione, più accentuato nel periodo iniziale e con sostanziale stagnazione nel corso degli ultimi venti anni.

Nel dettaglio, al censimento 1951 il comune contava 1.868 abitanti, dunque il 5,93% del totale Ambito D.

A quello 1961 i residenti incrementano a 2.081, una evoluzione dell'11,4%.

Il trend di crescita è confermato, anche se su livelli chiaramente inferiori, nel decennio successivo, che porta ai 2.199 abitanti del 1971, segnando un ulteriore aumento del 5,67% ed un'incidenza che arriva a pesare il 6,34% sul totale Ambito D (un "apprezzamento" di quattro decimi di punto rispetto a venti anni prima).

In seguito si rileva ancora una crescita, con i 2.303 residenti del 1981 (+4,72%).

Segue, per la prima volta, una contrazione seppure lieve, che porta ai 2.236 abitanti di dieci anni dopo, al 1991, con ciò segnandosi un -2,91%.

Al 2001 si assiste ad una nuova inversione di tendenza: 2.289 i residenti al 2001 (+2,37% rispetto al 1991), 2.563 al 2006 (+11,97%).

Nel periodo considerato, il comune oggetto di analisi ha dunque perso un qualche peso rispetto all'Ambito D, con ciò individuandosi un non pieno apprezzamento, specie nel periodo più recente, nelle scelte alloggiative della popolazione.

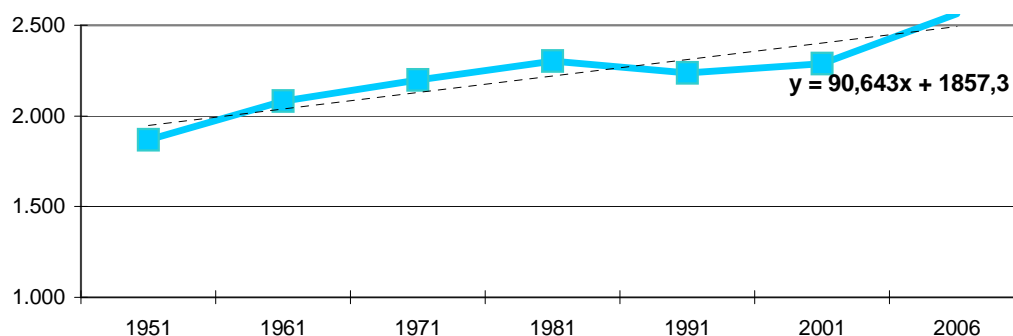
L'ultimo dato al **31 luglio 2006** rileva **2.563 abitanti**.

Nel periodo 1951/2006 il comune ha sperimentato uno sviluppo di 695 abitanti, pari al +37,21%. Trattasi di una crescita rilevante ma inferiore di circa cinque punti percentuali rispetto a quella fatta registrare dall'Ambito D considerato nella sua interezza (+42,37%).

Quanto detto trova evidenza nella tavola seguente.

**Tavola 2 - Evoluzione della popolazione di Nago-Torbole (1951/2006)**

anni	1951	1961	1971	1981	1991	2001	2006
residenti	1.868	2.081	2.199	2.303	2.236	2.289	2.563

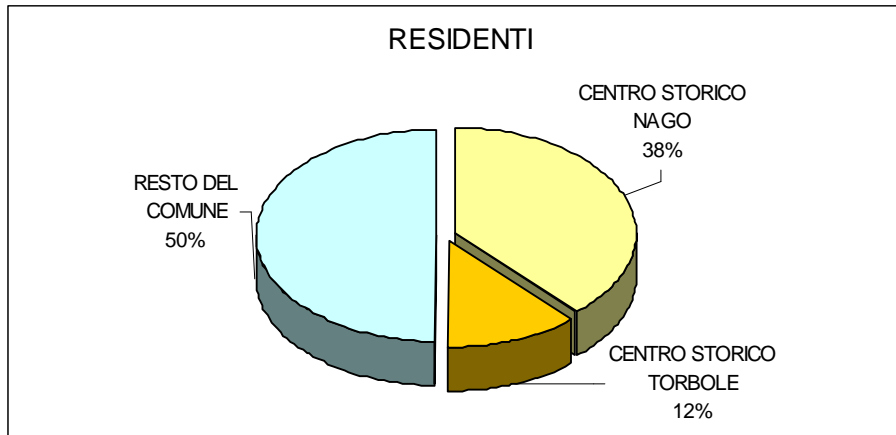


### **Centro storico**

Nei due centri storici di Nago e di Torbole (agosto 2006), si contano rispettivamente 981 e 307 residenti. Nel complesso, il 50,25% del totale comunale, distribuito per il

38% a Nago ed il 12% a Torbole.

**Tavola 3 – Residenti in centro storico e nel resto del comune (2006)**



Come evidenzia la seguente Tavola, la distribuzione della popolazione del centro storico per singola via è così strutturata:

**Tavola 4 – Residenti in centro storico per via (2006)**

Nago	Torbole
P.zza Bronzetti: 42	Loc. Cor: 57
P.zza Gazzoletti: 42	Lungolago Verona: 14
Strada Vecchia: 66	Piazza Alpini: 4
Via Castel Penede: 94	Piazza Benacense: 4
Via Corti: 23	Piazza V. Veneto: 33
Via De Bonetti: 85	Via Benaco: 27
Via Dosso Alto: 12	Via Chiesa: 25
Via Forni: 210	Via Pontalti: 24
Via G. Bertoldi: 107	Via Piscicoltura: 26
Via Malga Zures: 48	Via Pasubio: 5
Via Monte Baldo: 33	Via Goethe: 4
Via Naschione: 93	Via Segantini: 28
Via Oberdan: 32	Via Scuole: 56
Via Orti: 9	
Via Piazzola: 8	
Via Portadosso: 12	
Via S. Vigilio: 61	
Via S. Zeno: 4	
<b>Totale Nago: 981</b>	<b>Totale Torbole: 307</b>
<b>Totale Centri storici Nago-Torbole: 1.288</b>	

Data soprattutto la valenza turistica del territorio, la sola popolazione residente non è esaustiva di chi “vive il centro storico”. E’ necessario considerare anche la rilevante presenza di **altri tipi di “popolazione”**, tra cui i turisti (anche escursionisti) e residenti fuori Nago-Torbole ma ivi gravitanti.

E' importante valutare con attenzione la **residenzialità in centro storico**, in quanto sempre più concreto appare a livello allargato il rischio che tale area divenga, senza adeguate misure e correttivi, un luogo dove si concentrano istituti bancari, attività di servizio, uffici, dunque un ambito fortemente vissuto il giorno, ma sostanzialmente abbandonato la notte. Vanno considerate le complessità che spingono sempre più famiglie ad abbandonare tale area, sia per motivi economici legati al costo degli immobili che per problemi logistici, specie connessi alla accessibilità all'area ed alla carenza di parcheggi.

### 6.3.2. CONCLUSIONI E PROPOSTE OPERATIVE

#### ***Sintesi e criticità:***

- La popolazione del comune è in crescita, pur ad un ritmo meno elevato di quello registrato a livello di Comprensorio.
- A fronte di una popolazione complessiva 2006 di 2.563 unità, i residenti in centro storico sono pari alla metà (38% a Nago, con centro storico più "importante" e 12% a Torbole).
- Fattori che contrastano con la residenzialità in centro storico sono lo sviluppo del terziario pubblico e privato e difficoltà logistiche connesse ad accessibilità e sosta.

#### ***Proposte operative:***

- Incentivare la residenzialità in centro storico, considerando prioritaria la soluzione dei problemi di traffico e di parcheggio, in primis a favore dei residenti.
- Vanno studiate misure atte a migliorare la situazione di pedonalità del centro di Nago (privo di una vera piazza) ma anche di Torbole, fino a quando non verranno realizzati interventi di deviazione del traffico e messa in sicurezza dei pedoni.
- Va studiato un sistema di mobilità efficiente, cercando di "liberare" Torbole dal traffico, soprattutto quello pesante.
- Vanno previsti parcheggi di attestamento vicini alle aree centrali e percorsi pedonali sicuri e non faticosi.
- Vanno studiate misure per valorizzare il tessuto urbano, anche preservando gli elementi degli accessi ai negozi originari.
- Per rendere Nago-Torbole paese più vissuto, va favorito il recupero dei piani terra degli edifici presenti in centro storico.
- A Nago va recuperata il percorso lungo la "strada vecchia", per raggiungere Castel Penede.
- Promuovere, mantenere e potenziare specie nei centri iniziative di animazione, ricreative, culturali, di socializzazione.

### 6.4. ATTIVITA' COMMERCIALI AL DETTAGLIO



#### 6.4.1. EVOLUZIONE DELL'OFFERTA COMMERCIALE: AMBITO D

L'analisi che segue è fondamentale in considerazione del fatto che le attività commerciali rivestono un ruolo fondamentale per consentire l'avvio di ogni iniziativa di sviluppo del centro storico ed aree interagenti.

Di seguito si forniscono una serie di dati riferiti all'evoluzione nel periodo più recente della rete commerciale, sia a livello comunale che in comparazione con l'intero Ambito. Per uniformità di rilevazione la comparazione è resa possibile limitatamente al periodo 1993-1998.

Partendo con l'analisi a livello di **Ambito D** (cfr. Tavola 5) si evidenzia una contrazione nella numerica degli esercizi commerciali al dettaglio, dagli 873 del 1993 ai 797 del 1998, trend pertanto simile a quello che risulta riferibile all'intera provincia (da 8.319 a 7.743). Il saldo a livello di ambito è dunque negativo per 76 unità, pari all'8,71%, valore superiore rispetto a quello provinciale (-6,93%).

In evoluzione a livello di ambito il trend della superficie netta di vendita globale, che passa da 86.911 a 89.440 m<sup>2</sup>, con un +2,9%. Più accentuato il trend provinciale, con crescita da 822.943 a 859.989 m<sup>2</sup>, evoluzione pertanto pari al +4,5%.

Per effetto dei due valori sopra esposti (con dinamiche di segno differente), un terzo valore scaturente dal rapporto fra questi e riferito alla superficie media netta di vendita per attività è in trend decisamente evolutivo.

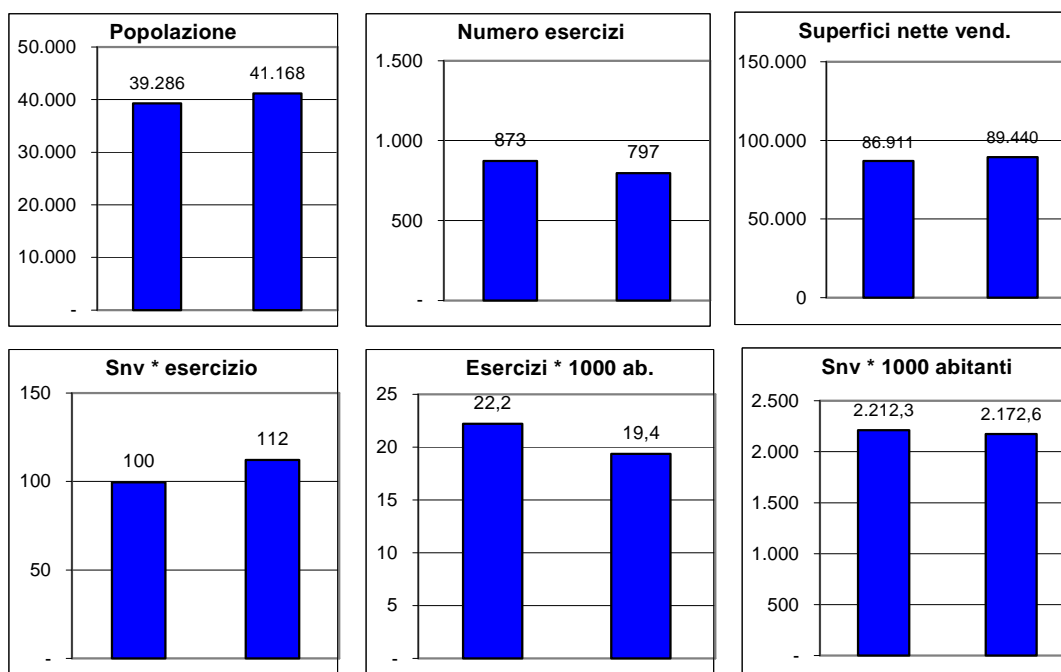
La superficie media netta di vendita per l'Ambito D incrementa, da 99,55 a 112,22 m<sup>2</sup>, con un +12,72%, con ciò evidenziando una decisa concentrazione dell'offerta. Questa evolve in misura simile rispetto a quanto rilevato a livello provinciale (98,92 m<sup>2</sup>/esercizio nel 1993 e 111,07 m<sup>2</sup>/esercizio cinque anni dopo; un +12,28%).

Passando ad una ulteriore rilevazione statistica, si nota che seguendo la tendenza provinciale diminuisce nell'Ambito D, anche se in misura contenuta, il numero di esercizi in rapporto a 1000 residenti. Il parametro passa nel quinquennio da 22,22 a 19,36 esercizi per 1000 abitanti, con un trend equiparabile a quello del contesto provinciale, pur associato ad una minore densità (da 18,2 a 16,48 es./1000 ab.).

La superficie netta di vendita per 1000 abitanti, parametro riassuntivo dello stato della offerta commerciale in termini quantitativi, decrementa a livello di Ambito D, da 2.212,26 a 2.172,56 m<sup>2</sup>/1.000 ab., segnando un -1,79%. Mostra invece una lieve evoluzione il dato provinciale (da 1.800 a 1.830 m<sup>2</sup>/1000 ab.), che tuttavia si attesta a fine periodo su valori più contenuti di circa il 15% rispetto all'Ambito D.

#### ***Tavola 5 - Evoluzione commerciale dell'Ambito D (1993/1998)***

Anni	Residenti	Esercizi	Snv totale	Snv/es.	Es./1000 ab	Snv/1000 ab
1993	39.286	873	86.911	99,55	22,22	2.212,26
1998	41.168	797	89.440	112,22	19,36	2.172,56



#### 6.4.2. VALUTAZIONI AMMINISTRATIVE: NAGO-TORBOLE POLO COMMERCIALE SOVRACOMUNALE; CRITERI COMUNALI PER L'INSEDIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

Dal punto di vista amministrativo Nago-Torbole è stato classificato dalla Provincia Autonoma di Trento come **“polo sovracomunale”**, con assegnazione di un contingente di superficie per l'attivazione di nuove grandi strutture di vendita o centri commerciali al dettaglio, realtà eccedenti i 400 mq di superficie netta di vendita. Il contingente assegnato risulta di 900 mq netti, riferiti al settore “non alimentare”.

I **“Criteri comunali per l'insediamento di nuove medie strutture di vendita”** (quelle fra i 100 e i 400 mq) redatti ai sensi dell'articolo 3, comma 3 della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 e dell'articolo 5, allegato 1 alla deliberazione della Giunta provinciale n. 339 di data 16 febbraio 2001, sono stati adottati dal Comune di Nago-Torbole con deliberazione n.51 del Consiglio Comunale dd. 10 dicembre 2002, in vigore dal 24 dicembre 2002.

Hanno previsto una superficie autorizzabile per l'attivazione di nuove medie strutture di vendita pari a 512,08 mq per il solo settore non alimentare.

I Criteri paiono relativamente restrittivi: all'articolo 8 normano che le medie strutture di vendita possono ampliarsi nella superficie fino al massimo del 50% della superfi-

cie precedentemente autorizzata (valore minimo fissabile).

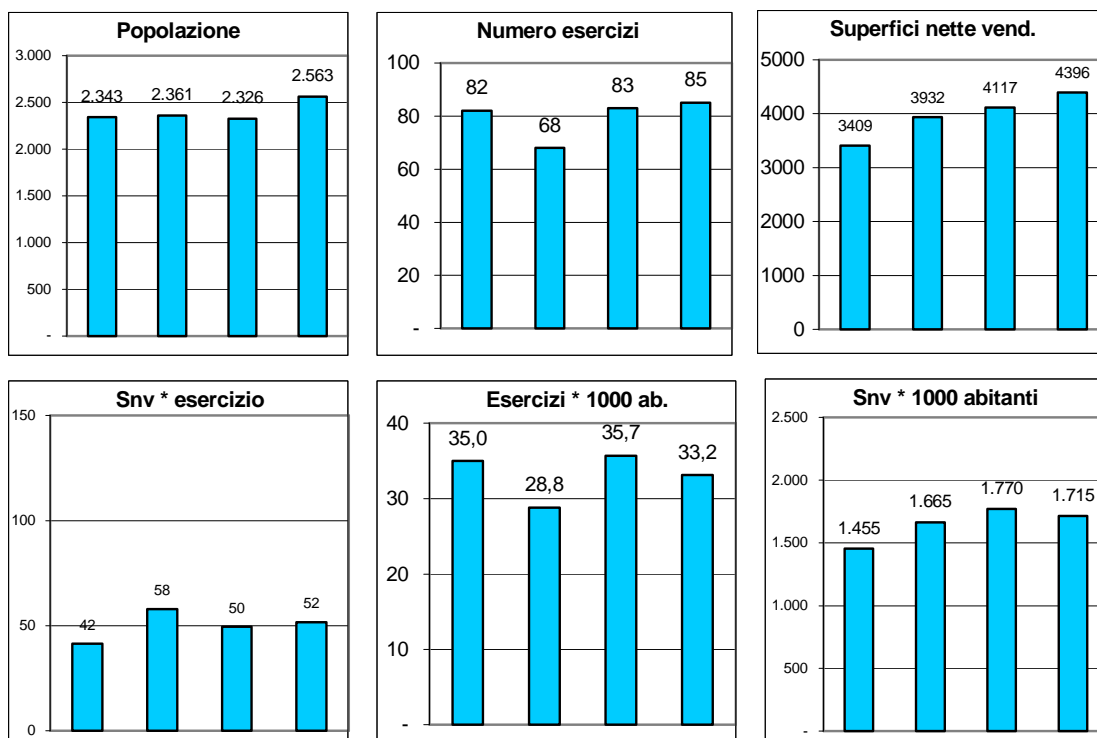
Resta possibile l'ampliamento di superficie di esercizi di vicinato purché esistenti alla data del 24 maggio 2000 e fino al limite massimo dei 200 mq.

### 6.4.3. EVOLUZIONE DELL'OFFERTA COMMERCIALE COMUNALE

Anticipando alcune risultanze riferite all'intero comune, si evidenzia un'evoluzione del 3,66% nella numerica degli esercizi commerciali al dettaglio, non confermata a livello d'ambito, che nell'analisi precedente aveva manifestato una contrazione dell'8,71%. Decisamente in evoluzione anche le complessive superfici di vendita, ad un ritmo superiore rispetto a quanto visto in ambito allargato: +28,95% in Nago-Torbole, +2,9% a livello d'ambito. Grazie al maggior peso assunto dalla dinamica evolutiva delle superfici complessive, la superficie media netta di vendita per attività è in trend anch'esso evolutivo: +24,42% (+12,72% per l'ambito D).

**Tavola 6 - Evoluzione commerciale Comune Nago-Torbole (1993/2007)**

Anni	Residenti	Esercizi	Snv totale	Snv/es.	Es./1000 ab	Snv/1000 ab
1993	2.343	82	3409	41,57	35,00	1.454,97
1998	2.361	68	3932	57,82	28,80	1.665,40
2002	2.326	83	4117	49,60	35,68	1.769,95
2007	2.563	85	4396	51,72	33,16	1.715,18



### 6.4.4. NUMERICA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

### ***Intero comune***

Il numero degli esercizi commerciali a livello comunale era pari a 82 unità nel 1993; successivamente si sono registrati i seguenti valori: 68 esercizi nel 1998, 83 esercizi nel 2002, 85 nel 2007 (14 a Nago, 71 a Torbole). Trattasi, come sopra anticipato, di un'evoluzione complessiva del 3,66%.

### ***Centro storico***

Grazie al prezioso contributo offerto dagli Uffici comunali di Nago-Torbole, si è potuta constatare la situazione riferita alle sole aree dei centri storici.

Preliminari indagini qualitative evidenziano come nel complesso le attività commerciali dei centri storici di Nago e Torbole siano consolidate e soggette a debole turn over. In particolare:

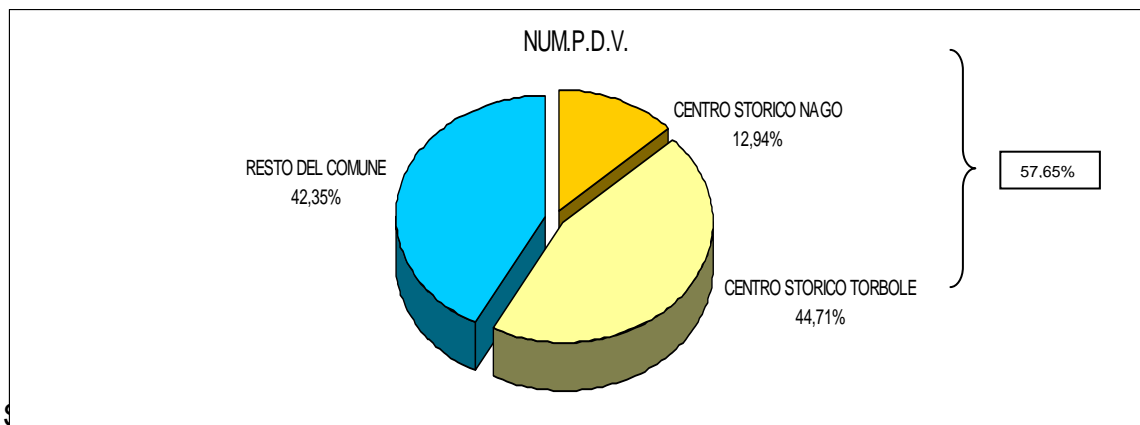
- a Torbole s/Garda, la frazione a maggior richiamo turistico, l'offerta è caratterizzata da un turn over debole, ma costante;
- a Nago, invece, l'offerta è consolidata e, soprattutto, eventuali cambi di gestione nelle attività commerciali non comportano modifiche nel tipo di offerta.

Verifiche sotto il profilo quantitativo portano a rilevare il numero complessivo di esercizi commerciali in centro storico. Sono 49, così suddivisi:

- n. 11 a Nago (pari al 22,45% degli esercizi totali in centro storico);
- n. 38 a Torbole (per differenza il 77,55%).

Rapportati al totale esercizi comunali (85 attività), pesano per il 57,65%, dunque una percentuale rilevante e superiore rispetto ad altre realtà trentine, come visualizza con immediatezza la seguente tavola.

***Tavola 7 – Numero esercizi in centro storico e nel resto del comune (2007)***



per un (importante) pari al 50,25%; rapportato al 57,65% associato al peso degli

esercizi al dettaglio a posto fisso si nota come l'area centrale sia caratterizzata da una densità di negozi ancora superiore rispetto a quella, già elevata, associata alla demografica.

#### 6.4.5. SUPERFICIE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

##### *Intero comune*

A livello comunale, le superfici commerciali, pari a 3.409 mq al 1993, incrementano a 3.932 mq al 1998 (+15,34%) e a 4.117 mq al 2002 (+4,70%).

Il dato al 2 agosto 2007, pari a 4.395,85 mq, rileva un'ulteriore crescita rispetto al valore del riferimento temporale precedente (+6,77%).

Il trend complessivo 1993-2007 manifesta tuttavia una consistente evoluzione pari al 24,42%, contro una crescita (1993-1998) molto più modesta a livello d'ambito, che si ricorda essere pari a +2,9%.

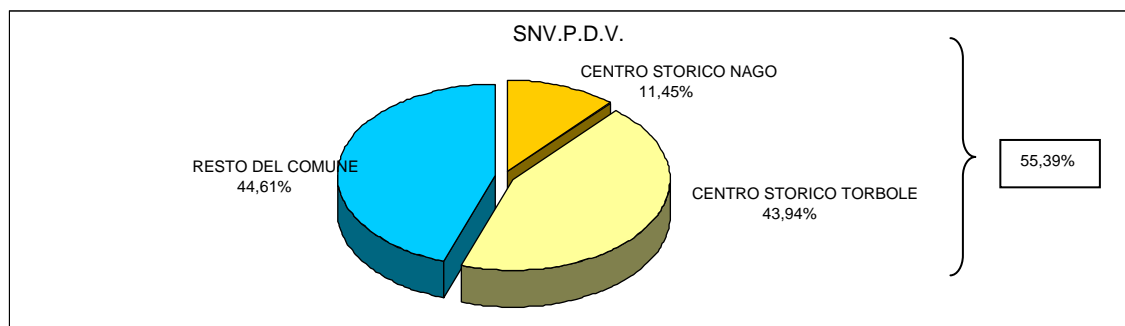
##### *Centro storico*

Lo sviluppo delle aree commerciali in centro storico rileva che, rispetto ai 4.395,85 mq di aree comunali, 2.434,66 mq sono posizionate in centro storico, segnando un peso del commercio in termini di superfici (55,39%), lievemente superiore a quello registrato in termini di numerica (57,65%), secondo la seguente ripartizione:

- 503,05 mq a Nago, pari al 20,66% delle superfici totali in centro storico (22,45% il peso in termini di numerica);
- 1.931,61 mq a Torbole, pari al 79,34% (77,55% come numerica).

Nel complesso, una percentuale del 55,39% delle superfici commerciali è ubicata nelle aree centrali; osservando le aree espositive, si nota un calo del peso commerciale dell'1,5% per Nago e di oltre mezzo punto percentuale per Torbole.

#### ***Tavola 8 – Superfici di vendita in centro storico e nel resto del comune (2007)***



In fatto che il centro storico giustifica un'incidenza come aree espositive inferiore a quella relativa al numero esercizi (55,39% contro 57,65%), evidenzia che le attività

del centro storico sono di dimensioni medie inferiori a quelle dell'intero comune, come di seguito dettagliato.

#### 6.4.6. SUPERFICIE MEDIA DI VENDITA PER SINGOLO ESERCIZIO

##### *Intero comune*

Con riferimento alla superficie media per singolo esercizio, si nota per Nago-Torbole un lieve incremento del valore nel tempo, pur rimanendo su valori decisamente più contenuti rispetto a quelli sperimentati dall'ambito, che registrava nel 1998 superfici medie pari a 112 mq.

La superficie media netta di vendita per esercizio aumenta per il Comune dai 42 mq iniziali (1993) ai 58 del 1998: +38,10%; successivamente diminuisce a 50 mq nel 2002 (-13,79%) per salire a quasi 52 mq medi al 2007.

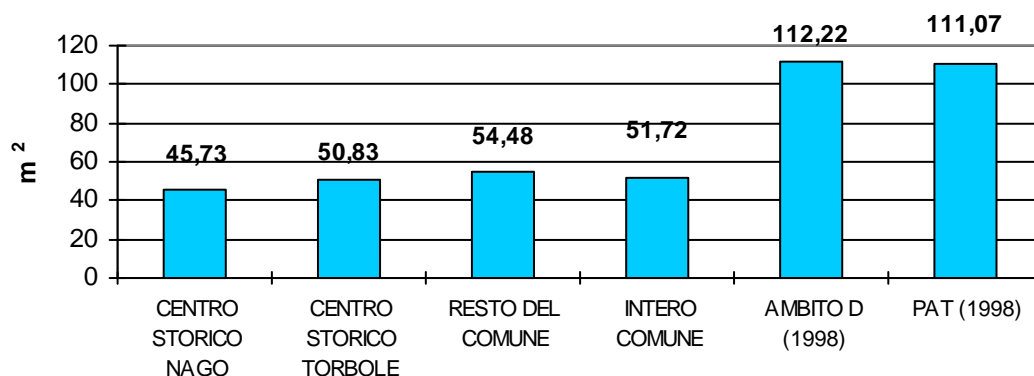
Nel complesso mantiene comunque un trend positivo e pari in valore assoluto a +24,39%. Come rilevato nei precedenti paragrafi, il parametro è nettamente inferiore e pari alla metà di quelli registrati a livello d'ambito e provinciale.

##### *Centro storico*

Proseguendo nell'analisi, il valore al 2 agosto 2007 riferito al centro storico rileva una superficie media netta di vendita contenuta in valore assoluto, leggermente inferiore a quanto visto a livello comunale:

- 45,73 mq medi a Nago;
- 50,83 mq medi a Torbole.

**Tavola 9 – Superfici medie per esercizio secondo i diversi livelli (2007)**



Il fatto che il dimensionamento medio degli esercizi dei centri storici di Nago-Torbole risulti inferiore a quello rilevato a livello comunale conferma la situazione

rilevata generalmente nei centri storici, di diminuzioni degli spazi commerciali del centro, per una serie di fattori economici e logistici, che rendono onerose e problematiche attivazioni commerciali nel cuore delle città.

#### 6.4.7. NUMERO DI ESERCIZI PER 1000 ABITANTI

##### *Intero comune*

Così come a livello allargato diminuisce la media degli esercizi in rapporto ai residenti, involvendo nel quinquennio 1993/98 da 22,2 a 19,4 per l'ambito e da 18,2 a 16,48 per la provincia, per Nago-Torbole il numero di esercizi in rapporto a 1000 residenti registra un andamento altalenante ma, complessivamente, in calo.

In dettaglio, il valore è di 35 esercizi per 1000 abitanti nel 1993 e diminuisce a 28,8 nel 1998, per poi tornare sui livelli iniziali: 35,7 nel 2002. Il dato attuale vede per Nago-Torbole un'inversione del trend: il valore scende nuovamente a quota 33,16 esercizi ogni 1000 abitanti. Tuttavia i valori comunali sono sensibilmente superiori e addirittura doppi rispetto a quelli rilevati a livello d'ambito e provincia (appunto 33,16 esercizi/1.000 abitanti contro valori pari rispettivamente a 19,36 e 16,48).

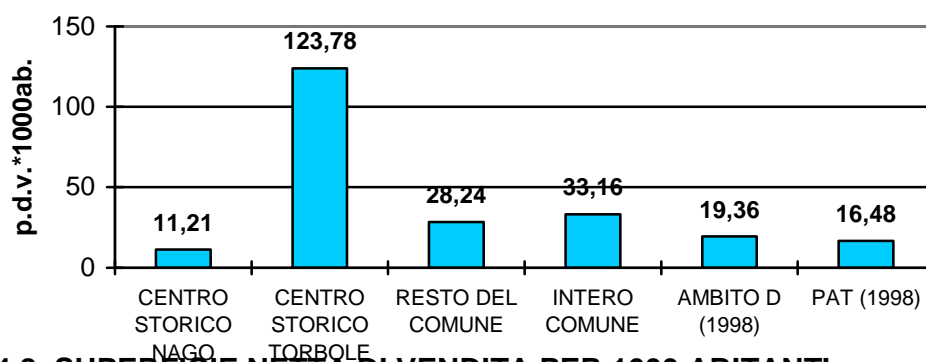
##### *Centro storico*

Superiore il valore complessivo per il centro storico, con l'ultima rilevazione che dà 38,04 esercizi per 1000 abitanti.

Sostanzialmente diverso tuttavia il parametro distinto nelle due aree centrali, ad evidenziare la maggior connotazione commerciale di Torbole ma anche la sua limitata funzione residenziale. Si rilevano infatti:

- 11,21 esercizi/1.000 abitanti a Nago;
- 123,78 esercizi/1.000 abitanti a Torbole.

**Tavola 10 – Densità: numero esercizi per 1000 abitanti ai diversi livelli (2007)**



#### 6.4.8. SUPERFICIE NETTA DI VENDITA PER 1000 ABITANTI

### **Intero comune**

L'indicatore "superficie di vendita per 1.000 abitanti" decrementa appena a livello di ambito (da 2.212,26 mq nel 1993 a 2.172,56 mq nel 1998). Mostra invece una lieve crescita il valore provinciale: da 1.800 a 1.830 mq.

A Nago-Torbole il parametro è nel complesso in crescita, ma su valori assoluti inferiori sia al dato rilevato per l'ambito che a quello riferito alla provincia. Si passa infatti dai 1.455 mq del 1998 ai 1.665 del 1998 (+14,43%). Il valore in assoluto maggiore si registra nel 2002, quando le superfici commerciali in rapporto a 1.000 abitanti toccano i 1.770 mq (un +6,3% rispetto al 1998).

Il dato riferito all'agosto 2007 evidenzia invece una contrazione, con 1.715,18 mq per 1.000 abitanti (-3,09% su 2002).

Nel complesso si assiste ad una crescita che risulta pari al 17,88%.

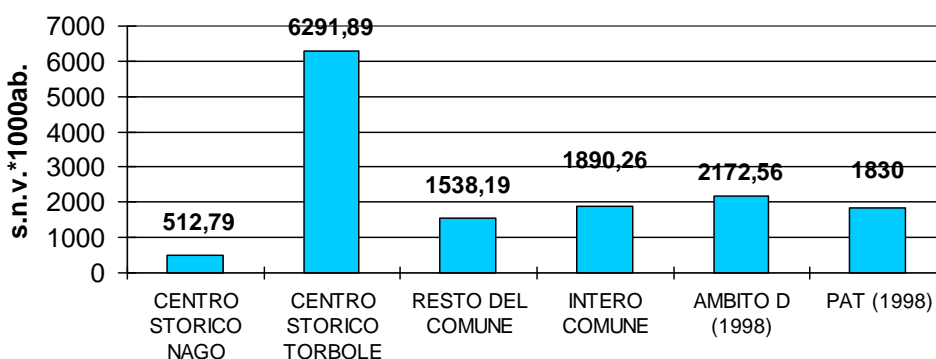
### **Centro storico**

Limitatamente alle aree centrali e a conferma di quanto precedentemente riscontrato, l'ultimo rilevamento vede un valore di 1.890,26 mq per 1000 abitanti, superiore a quanto riscontrato per l'intero comune.

Procedendo ad una disaggregazione del dato, si nota tuttavia come lo sviluppo delle aree commerciali del centro storico di Nago rappresenti poco più di un terzo di quello visto a livello comunale, mentre quello presso il centro di Torbole risulta al contrario oltre il triplo della densità censita a livello comunale. In dettaglio:

- 512,79 mq ogni 1.000 residenti nel centro storico di Nago;
- 6.291,89 mq per 1.000 abitanti a Torbole.

**Tavola 11 – Densità: superficie di vendita per 1000 abit. ai diversi livelli (2007)**



#### **6.4.9. ANALISI DEI PUNTI VENDITA AL DETTAGLIO PER MERCEOLOGIA**



Passando ad un esame più analitico, si indaga l'offerta in relazione alla merceologia, che la recente legge provinciale 4/2000 (ricependo il decreto Bersani) suddivide in tre settori: alimentari, non alimentari, misti.

Il comune di Nago-Torbole evidenzia la seguente ripartizione degli 85 esercizi complessivi (*Grafico 1a*):

- 29 alimentari/misti, una quota pari al 34,12% del totale; per la precisione 17 alimentari (20%) e 12 misti (14,12%);
- 56 non alimentari, per differenza il 65,88%.

Con riferimento invece alle superfici commerciali, i 4.395,85 mq di aree comunali sono a loro volta così distinti per merceologia (*Grafico 2a*):

- 1.272,64 mq di generi alimentari/misti, il 28,95% delle superfici comunali; nello specifico 416,27 mq generi alimentari (9,47%) e 856,37 mq generi misti (19,47%);
- 3.123,21 mq di non alimentari, il 71,05% del totale comunale. Gli esercizi alimentari/misti sono dunque minoritari anche come aree di vendita; inoltre in questo caso l'incidenza sacende al 28,95% sul totale - era del 34,12% in termini di numero esercizi – segno che gli esercizi alimentari/misti sono poco sviluppati dimensionalmente.

L'analisi limitata ai centri storici evidenzia che, per i 49 esercizi ivi presenti, la classificazione merceologica risulta essere la seguente:

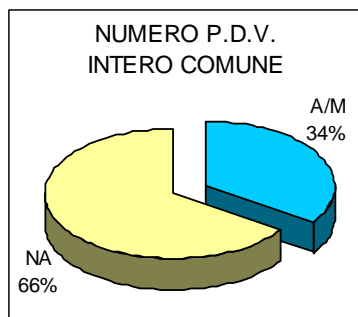
- 11 esercizi in Nago, di cui: 6 alimentari/misti (54,55%; 2 alimentari e 4 misti), 5 non alimentari (45,45%) - *Grafico 1b*;
- 38 esercizi in Torbole, di cui: 8 alimentari/misti (21,05%; 7 alimentari e 1 misti), 30 non alimentari (78,95%) - *Grafico 1c*.

In termini di superfici di vendita, dei 2.434,66 mq di aree censite in centro storico, questa la suddivisione:

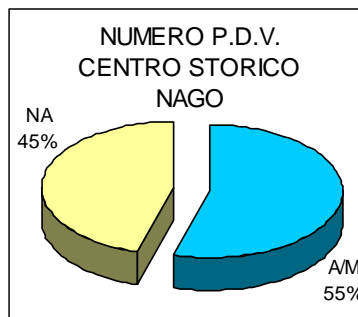
- 503,05 mq in Nago, di cui: 297,6 mq alimentari/misti (59,16%; 73,1 mq alimentari e 224,5 mq misti) e 205,45 mq non alimentari (40,84%) - *Grafico 2b*;
- 1.931,61 mq in Torbole, di cui: 224,01 mq alimentari/misti (11,6%; 193,29 mq alimentari e 30,72 mq misti) e 1.707,6 mq non alimentari (78,63%) - *Grafico 2c*.

**Tavola 12 – Riparto numero e superfici nette di vendita esercizi per settore merceologico in centro storico e a livello comunale (2007)**

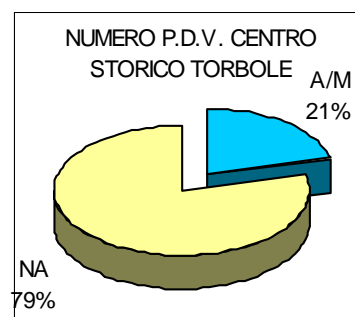
**Grafico 1a**



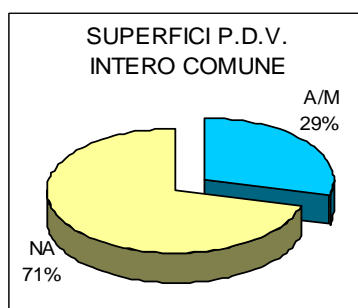
**Grafico 1b**



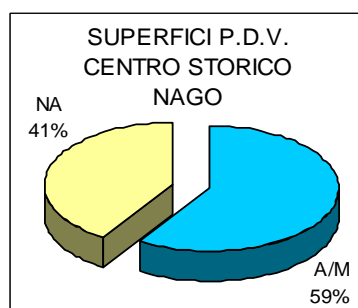
**Grafico 1c**



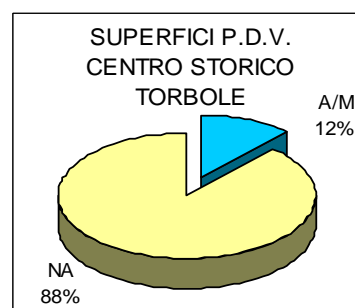
**Grafico 2a**



**Grafico 2b**



**Grafico 2c**



Il confronto grafico agevola come a livello complessivo di comune il settore non alimentare risulta predominante, sia in termini numerici (66%) che di superfici (71%). Per differenza, quello alimentare/misto si posiziona rispettivamente a quota 34% e 29%.

L'analisi viene confermata circoscrivendo l'analisi al centro storico di Torbole: qui addirittura gli esercizi non alimentari pesano per il 79% in termini di numero e per l'88% come superfici; di conseguenza gli alimentari/misti contano rispettivamente per il 21% ed il 12%.

Diversamente, il centro storico di Nago non rispecchia le altre due realtà esaminate, evidenziando una maggior importanza del settore alimentare/misto, che rappresenta il 55% della numerica e una più elevata quota pari al 59% delle superfici.

Come detto, a seguito della riforma del commercio introdotta a livello nazionale dal Decreto Bersani ed a livello provinciale dalla L.P. 4/00, il sistema tabellare è stato sostituito da due soli settori merceologici (alimentare e non alimentare), oltre al settore "misto". Ciò significa che a livello teorico un commerciante in possesso della autorizzazione amministrativa per la trattazione di prodotti "non alimentari" può liberamente porre in commercio indistintamente tutti i prodotti ricompresi in tale settore merceologico e/o passare da una categoria di prodotti all'altra del medesimo senza

necessità di richiedere alcuna autorizzazione (dovrà solamente segnalare a Uffici Finanziari e Camera di Commercio il codice attività).

Ciò premesso si evidenziano le specializzazioni merceologiche attualmente riconducibili alle 49 attività commerciali operanti in centro storico, rispettivamente di Nago e di Torbole, suddividendole anche a livello territoriale (per vie).

**Tavola 13 – Classificazione puntuale attività comm.li in centro storico (2007)**

UBICAZIONE	ATTIVITA'	TIP.	COD. ATECORI 2002
<b>Nago</b>			
Via A. De Bonetti	Generi monopolio (TS2); quotidiani e periodici; giocattoli; profumeria; cartoleria	VIC	52.26-52.33.2-52.47.2-52.47.3-52.48.4-52.48.65
Via Forni	Bevande, vini	VIC	52.25.0
Via Orti	Abbigliam./accessori; calzature/art. in cuoio	VIC	52.42-52.43
	Materiale elettrico e casalinghi – ricambi	VIC	52.46.1-52.44
Via S.Sighele	Pane/pasticceria/dolciumi; minimercato	VIC	52.24-52.11.4-52.48.65
	Generi di monopolio (TS2)	VIC	52.26
Via S.Vigilio	Frutta/verdura; fiori/piante	VIC	52.21.0-52.48.A
	Art. abb/accessori; pellicc; calzature cuoio; prodotti tessili e biancheria	VIC	52.42-52.4352.41.1-52.44
	Elettrodomestici (autoradio)	VIC	52.45.1
	Vendita al minuto di carni	VIC	52.22.0
	Prodotti aliment. freschi e conservati; pane, bevande anche alcoliche; articoli tessili	MSV	52.2-52.24.1-52.25.0-52.41.1
<b>Torbole</b>			
Via Benaco	Bigiotteria/sopramobili/art.ricordo/piccoli	VIC	52.48.6
	Bevande; prodotti di gelateria	VIC	52.25.0-52.27.1
	Frutta e verdura	VIC	52.21.0
	Pasticceria/dolciumi; bevande	VIC	52.24.2-52.25.0
	Articoli vestiario confezionato, articoli tessili compresi quelli per arredamento casa	VIC	52.41.1-52.42.1
	Pasticceria/gelati/dolciumi; bevande	VIC	52.24.2-52.25.0-
	Articoli abbigliamento e accessori; calzature e articoli in cuoio; articoli sportivi	VIC	52.42-52.43-52.48.5
	Abbigliamento e calzature	MSV	52.42.-52.43
Via Fitta	Calzature ed articoli in pelle e cuoio	VIC	52.43
	Art. abb./accessori/pellicceria; calzature/art. in cuoio; art. sportivi	VIC	52.42-52.42.4-52.43-52.48.5
L. Verona	Articoli per turisti	VIC	52.48.67
	Altri eserc.speci.aliment.(rostiticc) bevande	VIC	52.25.0-52.27.4
	Articoli vestiario confezionato, articoli tessili compresi quelli per arredamento casa; calzature ed articoli in pelle e cuoio	VIC	52.42.1-52.41.1-52.43
	Generi di monopolio (TS2); articoli di profumeria; giocattoli; articoli da regalo	VIC	52.26;52.33.2-52.48.4-52.48.65
	Vendita/riparaz. orologeria oreficeria	VIC	52.48.3-52.73.0
Via Matteotti	Art. abbigliam./accessori/pellicceria	VIC	52.42-52.42.4-52.43.1
	Art. casalinghi, mater. elettrici, colori; art. sportivi; art. per turisti; abbigliamento	VIC	52.44.2-52.46.1-52.48.5-52.48.67-52.41.2-52.42

	Vendita prod. alimentari/frutta/verdura; art. per turisti	VIC	52.2-52.21.0-52.48.67
	Articoli di gioielleria	VIC	52.48.3
	Abbigliamento e accessori	VIC	52.42-52.43
	Calzature; articoli in pelle/cuoio; art.turisti	VIC	52.43.1-52.43.2-52.48.67
	Articoli di pelletteria, art. per turisti	VIC	52.43.2-52.48.65
	Cosmetici/art.profum.; libri, giornali, cartoleria	VIC	52.33.2-52.47.1-52.47.3-52.47.2
	gen.monop.(TS2)	VIC	52.26
Via Segantini	Gelati; bevande; pane/pasticceria/dolciumi; drogheria; art. turisti	VIC	52.27.1-52.24.1-52.24.2-52.48.67-52.27.2
	Cosmetici; art. di profumeria	VIC	52.33.2
P.zza Alpini	Articoli sportivi e per turisti	VIC	52.48.5-52.48.67
	Art. abbigliamento confezionati	VIC	52.42
	Prodotti dell'artigianato artistico	VIC	52.48.63
	Specializzato non alimentare	VIC	52.48.E
P.zza Benacense	Pelletterie (cinture, borsette ecc.); artic. per	VIC	52.43.2-52.48.67
P.zza Vittorio Veneto	Antichità/oggetti d'arte; artigianato artistico	VIC	52.48.6-52.48.63
	Articoli di vestiario confezionato e per casa	VIC	52.41.1-52.42.1
	Abbigliamento e calzature	VIC	52.42-52.43
	Articoli di vestiario confezionato, articoli tessili, calzat/art pelle e cuoio, artig. artistico	VIC	52.42.1-52.41.1-52.43-52.48.63
	Pasticceria/dolciumi/gelati; art. per turisti	VIC	52.24.2-52.27.4-52.48.67
	Calzature ed articoli in pelle e cuoio; vestiario confezionato; abb. sportivo	MSV	52.43-52.42.1-52.48.5
	Articoli di vestiario confezionato e per casa	VIC	52.41.1-52.42.1

Si nota come in totale vi siano 4 tabelle speciali, 2 a Nago e 2 a Torbole, tutte della categoria TS2 (tabacchi e di generi di monopolio).

Si notano poi delle vie a maggior concentrazione commerciale, per lo più in centro storico a Torbole, come di seguito dettagliato:

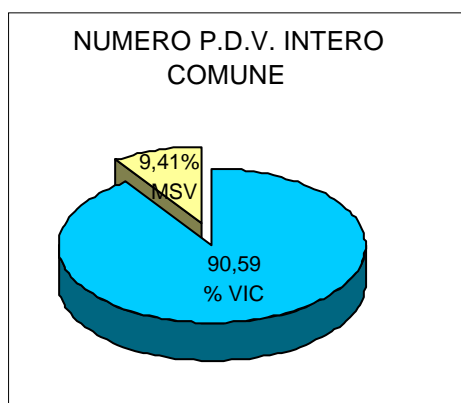
- a Torbole: via Benaco con 8 attività e 368,4 mq di superficie (21% della attività, 19% delle superfici); Lungolago Verona con 5 attività e 166,78 mq di superficie (13% della attività, 5% delle superfici); via Matteotti con 9 attività e 498,91 mq di superficie (24% della attività, 26% delle superfici); p.zza Alpini con 4 attività e 175,5 mq di superficie (11% della attività, 9% delle superfici); p.zza Vittorio Veneto con 7 attività e 466,5 mq di superficie (18% della attività, 24% delle superfici totali in centro storico a Torbole);
- a Nago: via S. Vigilio con 5 attività e 254,3 mq di superficie (45% della attività, 51% delle superfici totali in centro storico a Nago);

Ampia la mercelogia, anche se, sul versante alimentari/misti, si rileva l'assenza di negozi specializzati di pesce (cod.ATECORI 52.23.0).

#### 6.4.10. ANALISI DEI PUNTI VENDITA PER CLASSE DIMENSIONALE

In relazione alla classe dimensionale degli esercizi, degli 85 esercizi censiti a livello comunale, 8 appartengono al medio dettaglio (da 101 a 400 mq netti di vendita) e 77 al "vicinato" (fino a 100 mq). Al momento non risulta attiva alcuna struttura appartenente al grande dettaglio (oltre i 400 mq netti).

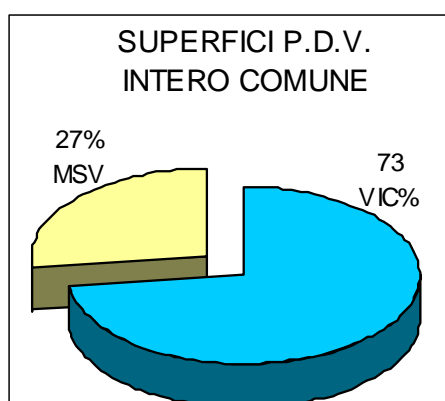
**Tavola 14– Riparto numero esercizi per dimensione nel comune (2007)**



Per superfici, dei 4.395,85 mq di aree comunali, 3.217,17 mq sono riferiti ad esercizi di vicinato e 1.178,68 mq al medio dettaglio.

In questa verifica, gli esercizi di vicinato, che giustificano circa il 91% del totale esercizi comunali, perdono decisamente peso, giustificando il 73% della superficie di vendita totale. Per differenza, il medio dettaglio pesa in termini numerici per il 9%, mentre in termini di superfici per il 27%.

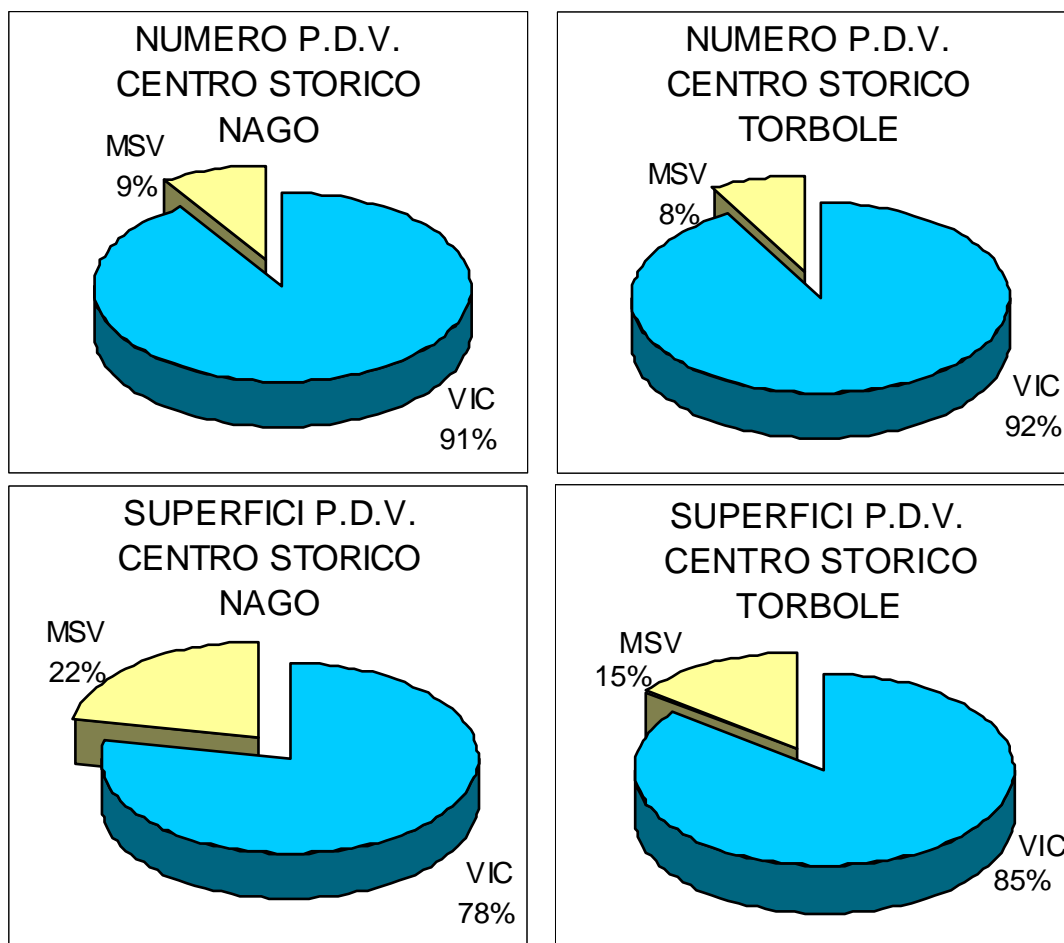
**Tavola 15 – Riparto superfici esercizi per dimensione nel comune (2007)**



Focalizzando l'analisi sui centri storici si contano quasi esclusivamente esercizi di vicinato.

Sono infatti 46, precisamente 10 a Nago e 36 a Torbole, su un totale di 49 punti vendita, giustificando dunque il 94% del totale attività del centro storico. La quota residuale appartiene quindi al medio dettaglio, con un'attività ubicata a Nago e le rimanenti 2 a Torbole, che dunque per differenza giustificano il 6% del totale esercizi in centro storico.

**Tavola 16 – Riparto numero e superfici esercizi per dimensione in centro storico (2007)**



L'analisi riferita alle superfici di vendita, sempre svolta per fascia dimensionale, evidenzia come in centro storico su 2.434,66 mq totali, il vicinato rappresenti l'83,77%: 2.039,46 mq totali (393,05 a Nago e 1.646,41 a Torbole). Per differenza, il medio dettaglio si estende sul 16,23% delle superfici commerciali ovvero su 395,20 mq (per 110 mq a Nago e 285,2 mq a Torbole).

Le tavole evidenziano il riparto del numero e delle superfici di vendita commerciali, distintamente per i due centri storici. La grafica evidenzia che la distribuzione delle attività per dimensione, all'interno di entrambi i centri storici, rispecchia quella vista

a livello comunale in termini di numerica, mentre differisce per le superfici.

Per la precisione, il peso delle superfici destinate ad esercizi di vicinato è maggiore di 5 punti percentuali a Nago e di 12 a Torbole.

#### 6.4.11. “BOTTEGHE STORICHE”

L'articolo 28 “Progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici” della legge provinciale 4 del 2000 prevede espressamente che il progetto individui, in un'ottica di possibile valorizzazione, le **botteghe storiche** presenti.

L'articolo 7 della delibera della Giunta provinciale n.340 del 2001 ribadisce fra i possibili interventi a carattere strutturale proprio quelli connessi al censimento delle “botteghe storiche”, classificate come gli esercizi commerciali aventi ***oltre cinquanta anni di attività nello stesso settore merceologico***.

Nel corso degli incontri specifici avuti con gli Uffici comunali di Nago-Torbole, in particolare con l'assistente amministrativo del Servizio Commercio, si è rilevato che non vi sono esercizi in Nago-Torbole classificabili come “botteghe storiche”.

Alcuni comuni non trentini, “anticipando” il portato del decreto Bersani, hanno previsto l'istituzione di un Elenco e di un Comitato di tutela e valorizzazione delle botteghe storiche, nell'ambito delle misure di salvaguardia e di valorizzazione delle attività commerciali, artigianali ma anche dei pubblici esercizi “storici”, riservando particolare attenzione alla tradizione della attività ed agli elementi di pregio architettonico e artistico. Si sottolinea l'importanza di avviare una progettualità mirata, che potrebbe ricalcare quanto fatto da diversi comuni, anche di rilevanti dimensioni (Genova, Bologna, Modena), che hanno esteso il portato del Bersani fino a considerare botteghe storiche quelle non necessariamente connotate da una “anzianità” di esercizio minima, ma almeno da uno di questi parametri: presenza della bottega in un edificio storico; presenza di peculiari elementi architettonici d'autore; vetrine, insegne e arredi di particolare pregio; presenza d'una peculiare tradizione familiare o di una attività tipica del luogo.

La Provincia potrebbe approvare un modello di targa di “Bottega Storica”, da attribuire agli esercizi commerciali compresi nell'elenco di cui sopra e il Comune potrebbe assegnare la targa, da esporre nei locali dove ha luogo l'attività di vendita al dettaglio delle merci o di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande. Potrebbero inoltre concedersi contributi in conto capitale per gli interventi di restauro conservativo delle botteghe storiche iscritte nell'elenco sopra menzionato. In relazione a quanto espresso, lo stato di Bottega storica dovrebbe costituire vincolo per il mantenimento delle caratteristiche morfologiche delle vetrine e delle insegne, degli elementi di arredo interno/esterno. Il censimento delle Botteghe storiche potrebbe raccogliere dati e informazioni relativi a localizzazione, descrizione sede e attivi-

tà, inventario arredi, relativo stato di conservazione, etc..

#### 6.4.12. CONCLUSIONI E PROPOSTE OPERATIVE

##### ***Sintesi e criticità:***

- L'offerta commerciale di Nago-Torbole è abbastanza ampia, con 85 attività sviluppate su 4.396 mq..
- La parcellizzazione è piuttosto spinta (52 mq. per esercizio) se si opera un raffronto con altre realtà (112 mq dell'ambito D, 111 mq a livello provinciale).
- La densità di punti vendita espressa come numero esercizi per residenti è doppia rispetto a quella media provinciale (33 esercizi ogni 1.000 abitanti contro 16). Se espressa come superfici di vendita in rapporto ai residenti è più contenuta, sostanzialmente in linea coi valori medi provinciali (1.890 mq/1.000 abitanti contro 1.830 mq.).
- Con specifico riferimento all'area di centro storico, si contano 49 attività commerciali (il 58% del totale) per 2.435 mq di estensione (il 55% del totale), così distribuite: 11 a Nago (22% del numero totale e 21% delle superfici complessive) e 38 a Torbole (78% del numero e 79% delle superfici).
- La parcellizzazione delle superfici è ancora più marcata nelle aree centrali: rispettivamente 46 mq. per esercizio a Nago e 51 mq. a Torbole.
- La densità di esercizi rispetto ai residenti è di rilievo a Torbole (124 esercizi per 1000 abitanti), nettamente inferiore a Nago (11 esercizi per 1000 abitanti).
- Anche la densità in termini di aree espositive è nelle aree centrali di Torbole significativa, con 6.292 mq per 1000 abitanti. Resta modesta a Nago: 513 mq per 1000 abitanti.
- Le attività in centro storico sono così suddivise: a Nago una in via De Bonetti e via Forni, 2 in via Orti e via Sighele, 5 in via S. Vigilio. A Torbole: una presso p.zza Benacense, 2 in via Fitta e via Segantini, 4 in p.zza Alpini, 5 presso Lungolago Verona, 7 presso p.zza Vittorio Veneto, 8 in via Benaco, 9 in via Matteotti.
- La suddivisione dal punto di vista merceologico evidenzia che nel comune gli esercizi alimentari rappresentano il 20% del totale numero esercizi ma meno della metà in termini di superfici (9%). Quelli misti contano rispettivamente il 14% ed il 20%. I non alimentari rivestono in assoluto importanza maggiore, sia in termini di numero (66%) che di superfici (addirittura 71% del totale).
- Limitatamente al centro storico, si rileva che la suddivisione per comparto merceologico ricalca a Torbole quella vista a livello comunale, con un'incidenza del non alimentare ancora più marcata (79% del numero e 88% delle superfici totali). Per il settore alimentare abbiamo incidenze del 18% nel numero e del 10% nelle superfici. Per il misto: 3% nel numero e 2% nelle superfici. Differente la ripartizione a Nago, dove l'alimentare pesa –rispettivamente- per il 18% ed il 14%, il misto per il 37% ed il 45%, il non alimentare per il 45% ed il 41%.
- L'analisi per fascia dimensionale rileva la presenza a Nago-Torbole di 77 eser-



cizi di vicinato (il 91% del numero ma “solo” il 73% delle superfici complessive comunali) rispetto ad un subtotale di 85. Assenti le strutture del grande dettaglio. Per differenza, sono 8 le medie strutture di vendita: incidono per il 9% nel numero e per il 27% in termini di aree vendita.

- L'analisi circoscritta al centro storico conferma quanto rilevato a livello comunale in termini numerici, mentre suggerisce un peso maggiore del vicinato in termini di superfici (+5% a Nago, +12% a Torbole).
- Sono presenti taluni contenitori che si presterebbero ad ospitare attività legate al commercio.
- Il numero di attività in centro storico è rilevante ma il comparto registra diverse chiusure e subingressi. Forte l'incidenza del ricambio generazionale.
- La vicinanza e l'influsso di vicini complessi e punti di attrazione commerciale, in particolare ad Arco e Rovereto, pesano negativamente sul settore commerciale tradizionale. L'offerta di Nago-Torbole risulta relativamente “moderna”, ma non presenta particolari realtà in grado di svolgere il ruolo di attrattori se valutate a se stanti.
- Si rileva anche la presenza di vuoti commerciali lungo i percorsi potenzialmente a maggior transito pedonale (es. presso Colonia Pavese).
- Assenti le botteghe tipiche e della tradizione storica.
- Si ritiene poi che l'offerta commerciale non sia da valutare a sé stante. Non è sufficiente attivare negozi se non si prevede un adeguato “contorno”, che attiri la gente in misura continuativa e sistemica.
- Si sono ravvisate alcune carenze in termini di merceologie e di assortimento.
- I commercianti delle aree centrali non operano come un “unicum” e non manifestano un “comune sentire”. Le stesse competenze professionali degli operatori sono ritenute in parte “da aggiornare”, specie su aspetti legati alla accoglienza ed alla conoscenza delle lingue straniere.

Per quanto espresso appare evidente che in centro storico sono presenti in prevalenza esercizi poco dimensionati, ma con una densità, sia in termini numerici che di superfici, in grado di assumere un ruolo importante, migliorabile con particolare riferimento al centro di Nago.

L'analisi ha consentito di raccogliere ulteriori spunti, spesso di natura “qualitativa”.

Le attività presenti sono in parte percepibili come “centro commerciale naturale”, data anche la presenza di un comitato la cui adesione è tuttavia limitata. Il centro storico di Nago-Torbole conserva il potenziale, in termini di spazi e attività presenti o insediabili, che lo potrebbero fare classificare, e quindi gestire, come centro commerciale naturale o a cielo aperto.

Lo sviluppo del centro storico in ottica integrata deve poggiare su alcuni punti fissi:

- miglioramento del collegamento e **riduzione della distanza “psicologica” tra i**

**centri di Nago e di Torbole;**

- realizzazione di **adeguati parcheggi**;
- realizzazione di **adeguati collegamenti con i parcheggi** (esistenti e di progetto) e con la **mobilità pedonale e ciclabile**;
- concentrazione delle attività di vendita e loro organizzazione in **organici percorsi commerciali**;
- **specializzazione dell'offerta** in relazione alle peculiarità del territorio.
- avvio di una operatività e **gestione aziendalistica del centro commerciale naturale**, anche individuando le corrette forme del rapporto che deve configurarsi fra tutti i soggetti attivi sul territorio, comprese le strutture attive nella organizzazione di manifestazioni ed eventi;
- cambiamento di mentalità degli operatori, che porti ad un **approccio "collaborativo"**.

Per trasformare il centro storico in uno shopping center all'aperto, va ricercata la disponibilità in capo agli operatori di assumersi in maniera autonoma e responsabile i vincoli di una crescita in comune, puntando alla formazione di un substrato culturale che implica il passaggio dal concetto "la mia strada" a quello "la nostra strada", fino a misure di maggiore visibilità sull'esterno, al miglioramento della comunicazione, al superamento di inutili e dannosi individualismi.

Si indicano di seguito alcuni interventi, realizzabili in parte già nel breve termine, che dovranno armonizzarsi con la proposta progettuale complessiva.

**Proposte operative:**

- Per Nago, rivitalizzare il suo centro storico con valorizzazione della parte centrale della "strada vecchia", tramite caratterizzazione d'una offerta commerciale specifica che, ad esempio, potrebbe puntare su prodotti gastronomici e tipici dell'area Baldo-Garda<sup>3</sup> e sull'artigianato locale. L'ipotesi: addivenire ad una sorta di **"via delle tradizioni e dei sapori"**. Parole chiave dell'azione saranno: specializzazione e concentrazione in un ambito limitato.
- Si ritiene importante sviluppare in connessione il percorso per raggiungere Castel Penede lungo la "strada vecchia", così come di procedere alla realizzazione dei previsti parcheggi ed alla loro opportuna segnalazione. Importante collegare tali spazi urbani centrali col luogo che in futuro sarà adibito a manifestazioni ed iniziative per i turisti.
- Si propone di studiare l'ipotesi di un collegamento di Nago a Torbole tramite un **ascensore a cremagliera**.
- Per Torbole, auspicando che in futuro il **by-pass** consenta di migliorare le condizioni di traffico e conseguente vivibilità ed accesso agli esercizi di via Matteotti e del Lungolago Verona, si propone di favorire la riqualificazione delle aree cen-

---

<sup>3</sup> in risposta a quanto previsto dal patto territoriale, all'obiettivo 4 del documento di indirizzo strategico.

trali, cercando di estendere la zona commercialmente più attiva del centro storico, incanalando gli utenti lungo via Segantini e fino a piazza Alpini.

- Si ritiene in particolare importante perseguire il potenziamento commerciale di piazza Alpini, anche in rapporto al parcheggio a sud di Sant'Andrea. Piazza Alpini dovrebbe diventare il punto di partenza per chi proviene da sud ed il giro di boa per quanti provengono da ovest.
- L'**ex Colonia Pavese** dovrebbe diventare elemento fondamentale di collegamento tra il centro storico e la fascia lungolago, un'**area** certamente **strategica (la sola) per un rilancio globale di Torbole**. Un potente "attrattore" quale Colonia Pavese, porterebbe a fidelizzare e incoraggiare i flussi turistici.
- Va agevolato l'insediamento di attività commerciali in centro, ove si registrano vetrine vuote e mai più riaperte. Una misura riguarda la possibilità di riuscire a recuperare alcuni edifici storici come attrazione commerciale (ob.2 patto territ.).
- Nago-Torbole ha una forte connotazione legata allo **sport** da una parte, ma anche alla **enogastronomia**: potrebbe risultare "in sintonia" col presente progetto l'ampliamento degli spazi per l'esposizione e la commercializzazione delle attrezzature sportive e l'attivazione di attività che trattano i prodotti tipici del territorio (ob.4 patto territ.).
- Vanno studiate misure per agevolare il ricambio generazionale e realizzati interventi formativi continui per gli operatori, stimolando l'incremento della professionalità.
- Va creato lo "**spirito di gruppo**", superando gli individualismi, promuovendo un "comune sentire", una comunanza di intenti fra gli operatori (ob.5 patto territ.).
- Va superata la standardizzazione dell'offerta, orientandosi su **specializzazione, livello di servizio, tematizzazione** (trattazione particolare di prodotti del territorio), per orientare gli acquisti (ob.1 patto territ.).
- Va incentivato e stimolato ammodernamento e potenziamento delle attività, aiutando l'imprenditore che rinnova la propria azienda, con **interventi contributivi, agevolazioni e deroghe** (es.: contributi provinciali sulla L.P.6/99 e L.P.17/93; esenzione comunale I.C.I. e occupazione suolo pubblico; deroghe amministrative e urbanistiche) o interventi di privati, in primo luogo di sponsor tecnici e banche (es.: fondi di rotazione, mutui agevolati, ...).
- Va favorita la nascita di nuove imprese, incentivando nuovi insediamenti e operando per ridurre vincoli e lacci burocratici e amministrativi alla attivazione o al semplice ampliamento. Verificare al riguardo le modifiche in corso nella normativa commerciale sul commercio (ob.2 patto territ.).
- Va operato uno studio e la realizzazione di **materiali promo - pubblicitari per il centro commerciale naturale di Nago-Torbole**, con veicolazione degli stessi durante le principali manifestazioni (ob.1 patto territ.).
- Va studiato un progetto per la valorizzazione e comunicazione delle attività presenti, siano esse "storiche" o della tradizione o ancora "attuali", realizzando una **segnaletica di informazione dei "percorsi"** commerciali e, ad esempio, realizzando una mappa che indichi il posizionamento delle attività per settore, anche con apposite legende a colori da ritrovare nella cartellonistica sul territorio

(ob.1-3-5 patto territ.).

- Va mantenuto in vita il Tavolo della concertazione e vanno intensificati i rapporti e le collaborazioni con le Associazioni, gli Enti e gli organismi pubblici e privati interessati al Progetto (Provincia, Comprensorio, Camera di Commercio, altri) per individuare, comunicare e gestire insieme il “centro commerciale a cielo aperto” di Nago-Torbole.
- Si ritiene importante **individuare un unico soggetto gestore**, strutturato, che unisca gli sforzi dei commercianti e degli altri operatori economici, ma anche di soggetti dell’associazionismo e di tutti coloro attivi sul territorio. Un soggetto che possa rappresentare unitariamente le varie esigenze del territorio (ob.1 e 4 patto territ.).

## 6.5. COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

### 6.5.1. ANALISI

Il Comune di Nago-Torbole ha proceduto a regolamentare la materia specifica - “Disciplina generale del commercio su aree pubbliche”, “Regolamento dei mercati comunali su area pubblica”<sup>4</sup> – attraverso approvazione con deliberazione n.52 del Consiglio comunale di data 10 dicembre 2002 e successiva modifica con **deliberazione n.9 del Consiglio comunale di data 28 aprile 2005**.

Dall’esame condotto si evidenzia che presso le aree centrali di Nago e di Torbole sono presenti alcuni mercati periodici.

Viste le dimensioni ed il livello di attrattività oggi esercitato, tali attività non generano peculiari e particolari problemi di viabilità e parcheggi, né incombenze di altra natura. Allo stesso modo, non risultano sussistere problemi in occasione della Fiera annuale.

Più in dettaglio, questa la situazione.

#### ***Mercati di servizio***

- Num.1) Mercato presso **Torbole**, posizionato nel **parcheggio in via Al Cor**. Svolgimento stagionale dal 20 marzo al 30 settembre e frequenza quindicinale, il 2° ed il 4° martedì del mese. Il mercato si sviluppa su 10 posteggi, tutti non alimentari.
- Num.2) Mercato presso **Torbole**, posizionato sul **viale d’accesso a colonia Pavese**. Lo svolgimento è annuale e la frequenza bisettimanale, nelle giornate di martedì e sabato. Il mercato conta 2 posteggi, entrambi alimentari.

---

<sup>4</sup> previsto dall’articolo 16 della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 e dall’articolo 23 del Regolamento di esecuzione

Num.3) Mercato a **Nago**, posizionato lungo **via Piazzola** – in centro storico. Svolgimento annuale e frequenza settimanale, nella giornata di lunedì. Il mercato si sviluppa su 2 posteggi, entrambi alimentari.

Con riferimento al mercato di Torbole, è stata recentemente operata una scelta da parte dell'Amministrazione, ancora in corso di sperimentazione ma in sinergia con l'ob. 2 del patto territoriale, di trasferimento del mercato presso l'ex parcheggio della Colonia Pavese.

L'iniziativa è stata intrapresa per la prima volta a fine giugno 2007, con 10 banchi.

Tuttavia l'area potrebbe arrivare ad ospitarne in futuro, previo accordo con gli ambulanti, oltre 20.

### ***Mercati specializzati***

È previsto un mercato specializzato sperimentale, di tipo stagionale e con spiccata valenza turistica.

Tale mercato trova ubicazione in **Località Sega a Torbole**, con posizionamento nel Lungolago, presso Casa Beust.

Lo svolgimento è previsto con formula stagionale dal 1° aprile al 30 settembre e frequenza giornaliera.

Conta 6 posteggi, tutti riservati alla vendita di prodotti di artigianato locale, a lavori artistici e ad artigianato esotico.

### ***Fiere***

Num.1) E' prevista una importante Fiera annuale, che cade il 22 luglio, con 100 posteggi (70 non alimentari, 25 alimentari e 5 riservata ai produttori agricoli). Il posizionamento è presso le vie cittadine di **Torbole**. Trattasi della **Fiera di S. Maria Maddalena**.

## 6.5.2. CONCLUSIONI E PROPOSTE OPERATIVE

### ***Sintesi e criticità:***

- A Nago-Torbole sono istituiti tre mercati di servizio, di dimensione limitata. Due i mercati a Torbole, presso via Al Cor e sul viale d'accesso a Colonia Pavese, rispettivamente di 10 e 2 posteggi. Un terzo mercato è a Nago, lungo via Piazzola, ancora di 2 posteggi.
- Con riferimento al mercato di Torbole, è in corso di sperimentazione il suo trasferimento presso l'ex parcheggio della Colonia Pavese.
- A tali realtà si aggiunge un mercato specializzato, anch'esso sperimentale, stagionale e rivolto al target turistico, in località Sega a Torbole, per la vendita di prodotti artigianali. Si rileva poi una importante fiera annuale, a luglio.
- La materia del commercio su aree pubbliche è stata puntualmente regolamentata e aggiornata dal Comune (deliberazione Consiglio comunale 52/2002 e successiva modifica del 28 aprile 2005).
- Si percepisce una chiara consapevolezza riguardo l'importanza di coinvolgere il commercio ambulante nell'ottica di qualificazione del centro commerciale naturale di Nago-Torbole.
- I mercati attuali paiono tuttavia contenuti, non in grado di esercitare una considerevole attrattività.
- È sentita da una parte della popolazione l'esigenza di ampliarli; si ritiene tuttavia che il turista fruisca poco del mercato e quindi non sia plausibile un suo effettivo allargamento.
- L'attività mercatale non è allo stato messa adeguatamente "in sistema" con le altre attività, economiche e non, di Nago-Torbole.

### ***Proposte operative:***

- Si ritiene positiva la sperimentazione relativa al trasferimento del mercato presso il parcheggio di Colonia Pavese. Va valutata la possibilità di un suo mantenimento nella nuova area individuata e di un incremento progressivo dell'area mercatale, al fine di accrescere nel tempo il suo potenziale di attrazione. Va considerata anche la possibilità di incrementare la frequenza.
- Valutare parimenti l'opportunità di ospitare talune attività mercatali all'interno della stessa Colonia Pavese, in ambienti coperti e di pregio.
- Verificare la possibilità di istituire un servizio navetta o altro collegamento che il giorno di mercato colleghi i centri di Torbole e di Nago con Colonia Pavese, per consentire a fasce anche anziane della popolazione di visitare il mercato.
- Valutare l'opportunità di pensare e utilizzare l'attività mercatale come motore e punto di forza da spendere per lo sviluppo armonico del centro storico, ma non solo, di Nago-Torbole.

## 6.6. PUBBLICI ESERCIZI

### 6.6.1. ANALISI

La normativa di riferimento, che detta le condizioni per il rilascio delle autorizzazioni per attività di somministrazione di alimenti e bevande aperte al pubblico, è dettata dal provvedimento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale di Nago-Torbole del 23 marzo 2004 n.20. Segue la previsione recata dalla legge provinciale 14 luglio 2000, n.9 "Disciplina per l'esercizio dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande", in particolare all'articolo 6 "Programmazione attività di somministrazione di alimenti e bevande aperte al pubblico".

Si ricorda che la disciplina dei pubblici esercizi, entrata in vigore con l'emanazione della sopracitata legge provinciale e definita con l'approvazione del successivo Regolamento di attuazione del giugno 2001, identifica le diverse tipologie di pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande:

- 1) Esercizi aperti al pubblico, a loro volta suddivisi in:
  - tipo A - ristoranti;
  - tipo B – bar;
  - tipo C – esercizi connessi ad attività di spettacolo, intrattenimento o svago;
- 2) Esercizi non aperti al pubblico, quali mense aziendali o scolastiche, spacci interni, spacci di circoli e associazioni.

Dall'ultima analisi ufficiale operata dall'Amministrazione sulla densità dei pubblici esercizi a Nago-Torbole (al 25 febbraio 2004) è emerso che gli indici riferiti agli esercizi di somministrazione soggetti a programmazione sono inferiori alle medie provinciali.

È stato poi rilevato come il numero complessivo di autorizzazioni teoricamente rilasciabili in rapporto al numero di abitanti e alle presenze turistiche nel Comune di Nago-Torbole fosse il seguente:

***Tavola 17 – Autorizzazioni relative a pubblici esercizi da programmazione***

AUT. RILASCIABILI	IN BASE A POPOLAZ.RESIDENTE	IN BASE A PRES.TURISTICHE	TOTALE
BAR	12	55	67
RISTORANTE	6	26	32
PIZZERIA	3	11	14

La delibera evidenzia che al 25 febbraio 2004 gli esercizi esistenti a Nago-Torbole erano così suddivisi:

**Tavola 18 – Situazione pubblici esercizi al 25.02.2004**

ESERCIZI ESISTENTI AL 25/02/2004	NAGO	TORBOLE	TOTALE
BAR	6	26	32
RISTORANTE	6	12	18
PIZZERIA	2	9	11
PASTI VELOCI	-	6	6

Appurato inoltre che negli ultimi 5 anni dal censimento a febbraio 2004 il saldo tra autorizzazioni rilasciate e autorizzazioni cessate è positivo per le varie tipologie e sottotipologie (+4 bar, +2 ristoranti, +3 pizzerie, +6 attività di somministrazione di pasti veloci), rilevato che il periodo turistico nel Comune di Nago-Torbole va da fine marzo all'inizio di ottobre e le presenze turistiche si concentrano nei mesi di giugno, luglio e agosto, nonché valutato che è risultata marcata la percentuale con apertura a carattere stagionale, risultando del 36% la percentuale di esercizi con apertura continuativa (annuale), la delibera del consiglio comunale 20/2004 ha stabilito le seguenti distanze minime con riferimento sia ai nuovi rilasci che ai trasferimenti:

**Tavola 19 – Distanze minime per pubblici esercizi da programmazione (2004)**

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO	CENTRO STORICO (m)	EXTRA CENTRO STORICO (m)
BEVANDE	40	70
BEVANDE ANALCOLICHE	40	70
PIZZE	40	70
PASTI TRADIZIONALI	40	70
PASTI VELOCI	40	70

L'analisi di dettaglio e aggiornata al 2006 rileva come i pubblici esercizi (bar, ristoranti e pizzerie) in tutto il comune di Nago-Torbole sono 64, dunque 3 in meno rispetto al 2004.

La presenza di pubblici esercizi sul territorio è attualmente ritenuta idonea dalla Amministrazione comunale, sia per densità che per tipologia di proposta.

Questo il relativo posizionamento:

- 14 a Nago (22% dei pubblici esercizi totali), 2 dei quali in centro storico (14% degli esercizi di Nago);
- 50 a Torbole (78% dei pubblici esercizi totali), 18 dei quali in centro storico (36% degli esercizi di Torbole).

Nel complesso i due centri storici assorbono 20 attività, il 31% dell'offerta complessiva di pubblici esercizi.



**Tavola 20 – Num. pubblici esercizi in centro storico e resto comune (2006)**



Per quanto riguarda la specifica tipologia di attività esercitata e il dettaglio dell'esatta ubicazione dei 64 pubblici esercizi, si rinvia alle tabelle successive.

**Tavola 21 – Pubblici esercizi in Nago: centro storico e resto comune (2006)**

**Centro storico**

ALBERGO DORIA	Via De Bonetti n. 10	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
ALBERGO ZANELLA	Via Sighele n. 1	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche

**Extra centro storico**

ALBERGO GIARDINO	Strada Rivana n. 8	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
ALBERGO H. ATLANTIC C.	Loc. Coe n. 1	pasti tradizionali
H.CONTINENTAL NAGO	Via Stazione n. 35	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
ALBERGO HOTEL RUBINO	Via S. Sighele n. 16	pasti tradizionali
ALB. PASSO S.GIOVANNI	Località S. Giovanni n. 1	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
ALBERGO TORRESELA	via Rivana	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
AL FORTE ALTO	Via Castel Penede	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
CHIOSCO BAR	Loc. Marmite dei Giganti	bevande alcoliche e analcoliche
GASOLINE	Via S. Sighele n. 18	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
LA PRATERIA	Strada Rivana n. 35/B	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.
L'USIGNOLO	Strada Rivana n. 30	pasti tradizionali
OSTERIA TERRAZZE DELLA LUNA	Località Coe	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche

**Tavola 22 – Pubblici esercizi in Torbole: centro storico e resto comune (2006)**

**Centro storico**

ALBERGO BENACO	Via Benaco n. 17	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.
ALB.GARNI' CASA NATALY	Piazza Alpini n. 10	bevande alcoliche e analcoliche
ALBERGO CENTRALE	Piazza V. Veneto n. 12	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.
ALBERGO GEIER	Via Benaco n. 15	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
HOTEL LAGO DI GARDA	Lungolago Verona N. 3	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.
ALBERGO MONTE BALDO	Lungolago Verona n.13	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
AL PESCATORE	Via Segantini n. 11	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.
AL PORTO	P.zza V.Veneto n. 14	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.

BELLAVISTA	Lungolago Verona	pasti veloci e bevande alcoliche e analcoliche
BELLAVITA	Piazza Benacense n. 4	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.
BIRRERIA 600	Via Matteotti n. 11	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.
CASA BEUST	Via Benaco n. 13	pasti tradizionali, pizze e bevande alcol/analcol.
CUTTY SARK	Via Pontalti n. 2	bevande alcoliche e analcoliche
GUILLOTINE	Via delle Scuole n. 22	bevande alcoliche e analcoliche
LA TERRAZZA	Via Benaco n. 14	pasti tradizionali e bevande alcol/analcoliche
MOBY DICK	Via Matteotti n. 60	bevande alcoliche e analcoliche
VECCHIA TORBOLE	Via Segantini n. 29	pasti veloci e bevande alcoliche e analcoliche
WIND'S BAR	Via Matteotti n. 72	pasti veloci e bevande alcoliche e analcoliche

### **Extra centro storico**

ALBERGO GARNI con 1^ colazione CASA MORANDI	Via Matteotti n. 14	bevande alcoliche e analcoliche
CLUBHOTEL LA VELA	Strada Granda n. 2	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
ALBERGO ELISABETTA	Loc. Coize n. 4	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
HOTEL AURORA	Via Matteotti n. 30	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
HOTEL PARADISO	Lungolago Verona	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
HOTEL PICCOLO MONDO	Via Matteotti n. 7	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
HOTEL VILLA ROSA	Via Foci del Sarca n. 6	pasti tradizionali e dipendenza
HOTEL VILLABELLA	Località Tempesta n. 2	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
ALBERGO IDEAL	Via Matteotti	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
ALBERGO IFIGENIA	Lungolago Verona n. 23	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
ALBERGO LIDO BLU	Loc. Foci del Sarca n. 1	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
RESIDENCE GARNI TORBOLE R.T.A. GARNI	Lungolago Verona	bevande alcoliche e analcoliche
ALB. GARNI' VILLA CLARA	Via Matteotti n. 13	bevande alcoliche e analcoliche
ALBERGO VILLA MIMOSA	Via Strada Granda n. 25	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
ALB. VILLA ORCHIDEA	Via Strada Granda n. 7	pasti tradizionali
ALBERGO VILLA VERDE	Via Sarca Vecchio n. 15	pasti tradizionali
CHIOSCO BAR	Via Benaco	bevande alcoliche e analcoliche
AL RUSTICO	Via Strada Granda n. 41	pasti tradizionali
CENTRO SPORTIVO CONCA D'ORO	Loc. Conca d'Oro	pasti veloci e bevande alcol/analcol.congiunt. attività impianto sportivo "conca d'oro"
CENTRO SPORTIVO LE BUSATTE	Loc. Busatte	pasti tradizionali, pizze e bev. alcol/analcoliche annessi all'area ricreativa-sportiva "le busatte"
CONCA D'ORO	Lungolago Verona n. 2	pasti tradizionali, pizze, bevande alcoliche e analcol. congiuntamente attività sala da ballo
EMMA	Loc. Coize n. 10	pasti tradizionali, pizze e bev. alcol/analcol
LIDO FOCI DEL SARCA	Loc. Foci del Sarca	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
MECKY	Via Matteotti n. 5/A	bevande alcoliche e analcoliche
NUOVA GARDA	Via Matteotti n. 16	pasti tradizionali, pizze e bev. alcol/analcol
OSTERIA LUNELLO	Via Matteotti n. 38	pasti tradizionali, pizze e bev. alcol/analcol.
POWER BAR	Via Matteotti n. 17	pasti veloci e bevande alcoliche e analcol.
SURFER'S GRILL	Via Sarca Vecchio n. 8	pasti tradizionali e bevande alcol/analcol.
TOBLINI	Località Al Cor n. 23	bevande alcoliche e analcoliche
TOPKAPI	Via Matteotti n. 16	bevande alcoliche e analcoliche
VILLA CIAN	Loc. Foci del Sarca n. 11	pasti tradizionali, pizze e bev. alcol/analcol.
WHITE CAFE'	Via Matteotti n. 25	pasti veloci e bevande alcol/analcoliche

L'analisi evidenzia allo stesso tempo come 30 delle 64 attività di pubblico esercizio siano annesse a strutture alberghiere, una quota consistente e pari al 47% degli esercizi totali.

La situazione dei pubblici esercizi del Comune di Nago-Torbole, è sintetizzata nella seguente Tavola.

**Tavola 23 – Pubblici esercizi in Nago-Torbole (2006)**

Tipologia pubblici esercizi	Nago		Torbole		Totale	
	c.s.	extra	c.s.	extra	c.s.	extra
Pasti tradizionali	-	3	-	4	-	7
Pasti tradii. e bevande al/anal.	2	7	3	12	5	19
Pasti tradizionali, pizze, bev. al/an	-	1	8	6	8	7
Bevande alcoliche/analcoliche	-	1	4	7	4	8
Pasti veloci e bev. al/analcoliche	-	-	3	3	3	3
TOTALE	2	12	18	32	20	44

## 6.6.2. CONCLUSIONI E PROPOSTE OPERATIVE

### **Sintesi e criticità:**

- I pubblici esercizi (bar, ristoranti e pizzerie) censiti nell'intero ambito comunale sono 64: 14 a Nago e 50 a Torbole.
- 20 ricadono nell'area di centro storico (il 31%): 2 a Nago, (ristoranti/bar), 18 a Torbole (3 ristoranti/bar, 8 ristoranti bar/pizzeria, 4 bar, 3 bar/pasti veloci).
- Su 64 attività di somministrazione, 30 sono annesse a struttura ricettiva alberghiera, ben il 47% del totale esercizi.
- Solo il 36% delle attività è a carattere annuale.
- La programmazione delle attività di somministrazione è stata puntualmente regolamentata dal Comune, che ha mantenuto distanze minime per il rilascio di nuove licenze (per le aree di centro storico 40 mt, fuori centro storico 70 mt.).
- Alcuni pubblici esercizi sono ubicati lungo gli assi viari e condizionati dalla presenza di un intenso traffico veicolare.
- L'offerta di pubblici esercizi in centro storico è contenuta, specie per Nago.

### **Proposte operative:**

- Stimolare il mantenimento dell'apertura nelle ore serali e valutare misure per garantire all'ospite ed al cittadino la fruizione del servizio, anche con apposita turnazione, la domenica ed in occasione di eventi e manifestazioni.
- Stimolare ed incentivare (es.: deroghe urbanistiche, esenzione ICI, riduzione tassa di occupazione del suolo pubblico, fondi di rotazione, etc.) l'attivazione e l'ammodernamento di esercizi qualificati di ristorazione, di somministrazione, più in generale di locali tipici nelle aree centrali. Prevedere incentivi per migliorare gli spazi esterni e armonizzare i plateatici, alcuni di scarsa immagine.
- Ideare serate "a tema" (es.: caffè concerto, degustazioni, etc.), con aperture concertate fra gli esercizi, ma anche coi negozi, per creare un "percorso" fra diverse attività.
- Dotare il centro storico di una rete wireless e sensibilizzare i pubblici esercizi per mettere a disposizione dei clienti il servizio internet.

## 6.7. RICETTIVITA'

### 6.7.1. ANALISI

Con riferimento alla vocazione turistica, Nago-Torbole è principalmente un comune "estivo": le presenze in questa stagione, riferite all'anno 2005, sono infatti pari al 63,65% di quelle totali. Le presenze invernali sono il 14,01%. Per differenza, le altre stagioni "intermedie".

#### ***Consistenza degli esercizi***

Il Comune di Nago-Torbole vanta un'offerta ricettiva piuttosto ampia e consistente, per lo più adatta a vari tipi di segmenti di turista.

La consistenza a inizio 2006<sup>5</sup> degli esercizi alberghieri rileva una predominanza del numero e dei posti letto delle strutture a tre stelle, evidenziando come la stazione turistica presenti un'offerta mediamente qualificata: il 66% degli esercizi totali ma addirittura il 79% dei posti letto alberghieri totali.

Nel complesso l'offerta alberghiera conta 49 alberghi e 3.006 letti, così suddivisi per categoria:

- 5 alberghi a 1 stella, con 152 letti;
- 12 alberghi a 2 stelle, con 483 letti;
- 26 alberghi a 3 stelle, con 1.666 letti;
- 6 alberghi a 4 stelle, con 705 letti.

Dati forniti dagli uffici comunali, riferiti al **31 luglio 2006**, rilevano **50 strutture alberghiere per 3.044 posti letto**, comprensive però di tre garnì con servizio di prima colazione, **distribuite per l'81% a Torbole e per il restante 19% a Nago**.

Si evidenzia come la maggior parte delle strutture sia posta all'esterno dei centri storici: 83% degli esercizi alberghieri e 82% dei posti letto.

Inoltre, il peso del comparto alberghiero nel centro storico di Torbole è maggiore di quello rilevato a Nago, rispettivamente pari al 13% delle strutture nonché dei posti letto e al 4% degli esercizi ed al 5% dei letti totali.

Più in dettaglio, la consistenza della ricettività alberghiera rileva la seguente strutturazione:

---

<sup>5</sup> Fonte: Annuario del turismo 2005 – Servizio Statistica, Provincia Autonoma di Trento (Ed. 2006)

**Tavola 24 – Alberghi in Nago-Torbole (31.07.2006)**

DENOMINAZIONE	CATEGORIA (stelle)	POSTI LETTO	DI CUI NEL CENTRO STORICO
<b>Nago</b>			
ZANELLA	3 (tre) stelle	61	SI
DORIA	3 (tre) stelle	57	SI
Dipendenza Doria n. 1	1 (una) stella	10	SI
Dipendenza Doria n. 2	3 (tre) stelle	16	SI
ISOLA VERDE	3 (tre) stelle	44	NO
GIARDINO	3 (tre) stelle	39	NO
HOTEL ATLANTIC CLUB	3 (tre) stelle	113	NO
FRANCESCO	1 (una) stella	24	NO
PASSO SAN GIOVANNI	2 (due) stelle	50	NO
HOTEL RUBINO	3 (tre) stelle	54	NO
TORRESELA	2 (due) stelle	42	NO
HOTEL CONTINENTAL NAGO	4 (quattro) stelle	180	NO
<b>Torbole</b>			
CASA NATALY	2 (due) stelle	25	SI
GEIER	3 (tre) stelle	64	SI
CENTRALE	3 (tre) stelle	54	SI
BENACO	3 (tre) stelle	74	SI
HOTEL LAGO DI GARDA	4 (quattro) stelle	91	SI
MONTE BALDO	2 (due) stelle	38	SI
CASA ROMANI	2 (due) stelle	37	SI
IFIGENIA	3 (tre) stelle	71	NO
EDEN	3 (tre) stelle	64	NO
HOTEL VILLA ROSA	3 (tre) stelle	68	NO
VILLA MARIA	3 (tre) stelle	19	NO
RESID.GARNI TORBOLE (1^ colaz)	3 (tre) stelle	111	NO
VILLA STELLA	3 (tre) stelle	61	NO
TETTO D'ORO	1 (una) stella	22	NO
VILLA CLARA	2 (due) stelle	45	NO
VILLA GLORIA	2 (due) stelle	30	NO
HOTEL PICCOLO MONDO	4 (quattro) stelle	116	NO
VILLA ALBERTA	3 (tre) stelle	43	NO
ELISABETTA	3 (tre) stelle	58	NO
ISCHIA	1 (una) stella	25	NO
CLUBHOTEL LA VELA	4 (quattro) stelle	99	NO
HOTEL CARAVEL	4 (quattro) stelle	141	NO
GARNI NEW GARDEN	2 (due) stelle	54	NO
HOTEL AURORA	3 (tre) stelle	45	NO
VILLA CLAUDIA	3 (tre) stelle	60	NO
VILLA ORCHIDEA	2 (due) stelle	35	NO
VILLA VERDE	3 (tre) stelle	43	NO
VILLA AL VENTO	1 (una) stella	24	NO
VILLA MIMOSA	1 (una) stella	22	NO
VILLA MIMOSA DIPENDENZA	1 (una) stella	35	NO
HOTEL MIORELLI	3 (tre) stelle	53	NO
VILLA IRMA	2 (due) stelle	24	NO
AL CAMINETTO	3 (tre) stelle	40	NO
CASA MORANDI (1^ colazione)	2 (due) stelle	45	NO
HOLIDAY SURF	3 (tre) stelle	99	NO
S. LUCIA	2 (due) stelle	56	NO
HOTEL VILLABELLA	3 (tre) stelle	25	NO
VILLA MAGNOLIA (1^ colazione)	3 (tre) stelle	60	NO
IDEAL	3 (tre) stelle	80	NO
LIDO BLU	4 (quattro) stelle	78	NO
SANTONI	3 (tre) stelle	72	NO
HOTEL PARADISO	3 (tre) stelle	48	NO

La consistenza riferita invece agli esercizi complementari, agli alloggi privati ed alle seconde case, evidenzia per Nago-Torbole la seguente articolazione:

- 21 esercizi della classe “affittacamere, C.A.V., B&B”, con 637 posti letto; 4 esercizi della classe “campeggi, agritur”, con 936 letti; nel complesso 25 esercizi per 1.573 letti;
- si contano poi 169 alloggi privati, con 739 letti e 145 seconde case, con 626 letti.

Trattasi di valori abbastanza contenuti rispetto ad altre realtà del territorio trentino, che evidenziano la forte rilevanza per Nago-Torbole del comparto alberghiero.

### **Arrivi e presenze**

Si premette che nell'analisi si è proceduto alla raccolta dei dati relativamente ad arrivi e presenze turistiche, dove per arrivi si fa riferimento al numero di persone che hanno soggiornato in Nago-Torbole nel corso dell'anno di riferimento, mentre per presenze al numero di pernottamenti effettuati negli esercizi.

Nell'arco di tempo che va dal 2000 al 2006 il comune registra una crescita del comparto alberghiero, più accentuato in termini di arrivi che di presenze (rispettivamente +8,65% e +2,57%), non confermata a livello di esercizi complementari, in cui gli arrivi registrano un calo del 4% e le presenze conoscono una crescita minima (+0,7%).

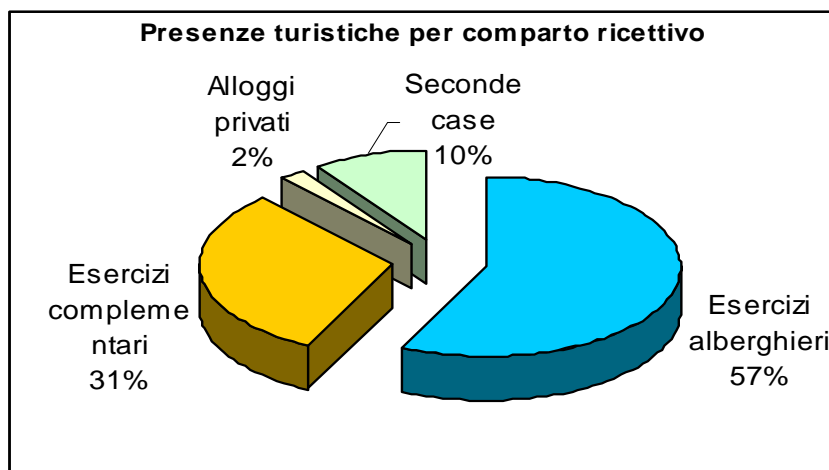
Con riferimento invece agli alloggi privati, questi vedono incrementare entrambi i valori (+79,22% di arrivi e +14,39% di presenze), anche se essi rimangono su valori assoluti piuttosto contenuti. Diversamente, si registra rispetto alle seconde case un movimento in calo: nel periodo 2000-2006 infatti gli arrivi scendono del 2% e le presenze del 7%.

### **Tavola 25 - Movimento turistico annuale comune Nago-Torbole (2006 vs 2000)**

Periodo	Totale			
	Arrivi	Var %	Presenze	Var %
Esercizi alberghieri	122.716	8,65	450.507	2,57
Esercizi complem.	26.836	-4,00	147.368	0,70
Alloggi privati	7.642	79,22	44.947	14,39
Seconde case	3.197	-2,00	19.026	-7,00

Come evidenzia la seguente Tavola, gli esercizi alberghieri rappresentano la soluzione alloggiativa prescelta dai turisti (57% delle presenze), seguiti dagli esercizi complementari (31%), mentre svolgono funzione limitata alloggi privati (solo il 2% dei pernottamenti) e seconde case (10%).

**Tavola 25 – Riparto presenze turistiche per comparto ricettivo (2006)**



Secondo i dati resi disponibili dal Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento, con riferimento all'anno 2006, le cifre relative al movimento turistico del più esteso ambito del Garda trentino sono le seguenti:

**Tavola 26 - Movimento turistico annuale ambito Garda trentino (2006 vs 2000)**

Periodo	Totale			
	Arrivi	Var %	Presenze	Var %
Esercizi alberghieri	424.055	12,34	1.564.867	7,07
Esercizi complementari	158.978	12,17	847.837	17,85
Alloggi privati	5.437	-28,00	55.186	-27,00
Seconde case	27.628	0,44	260.879	-1,00

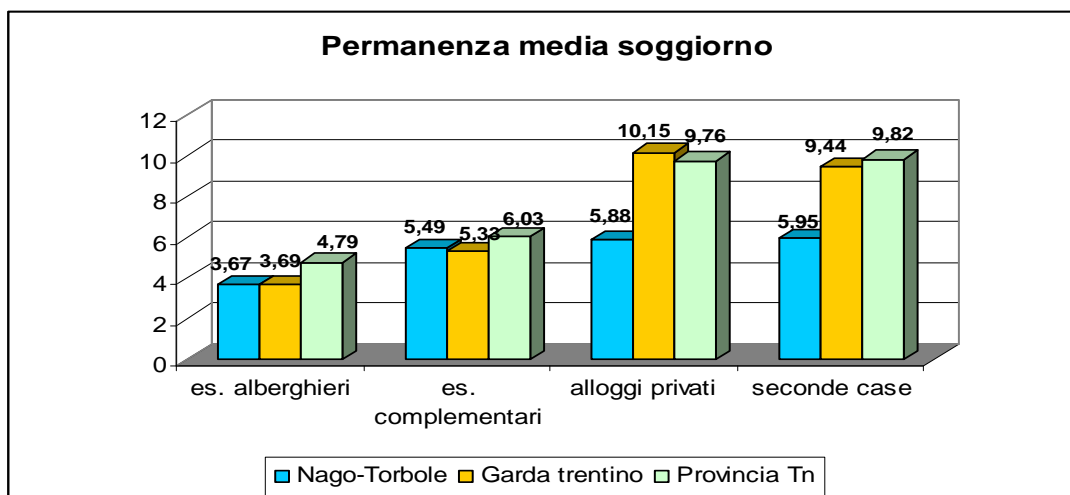
Rispetto all'ambito più allargato, Nago-Torbole registra dinamiche in parziale contrapposizione. Performance positive ma più contenute nel comparto alberghiero, negative ed in contrapposizione al dato registrato al livello territoriale più esteso negli esercizi complementari. Andamento positivo ed opposto a quello del Garda trentino negli alloggi privati e calo più accentuato rispetto allo stesso con riferimento alle seconde case.

### **Soggiorno medio**

Operando un semplice rapporto tra le presenze e gli arrivi si ottiene la permanenza media espressa in giorni presso gli esercizi di Nago-Torbole da parte dei turisti. L'indicatore è pari a **3,67 giorni** negli alberghi (il valore è di 3,69 per il Garda trentino e di 4,79 per la provincia), 5,49 giorni negli esercizi complementari (5,33 per l'ambito, 6,03 per la PAT), 5,88 giorni negli alloggi privati (10,15 per l'ambito, 9,76 per la provincia), 5,95 nelle seconde case (9,44 ambito e 9,82 provincia).

Evidente come l'ambito soffra maggiormente della **tendenza al "mordi e fuggi"** del turista, con valori di permanenza media quasi sempre inferiori al dato provinciale. Nago-Torbole vede un accentuamento, in senso negativo, del fenomeno.

**Tavola 27 – Permanenza media del soggiorno per comparto e ambito (2006)**

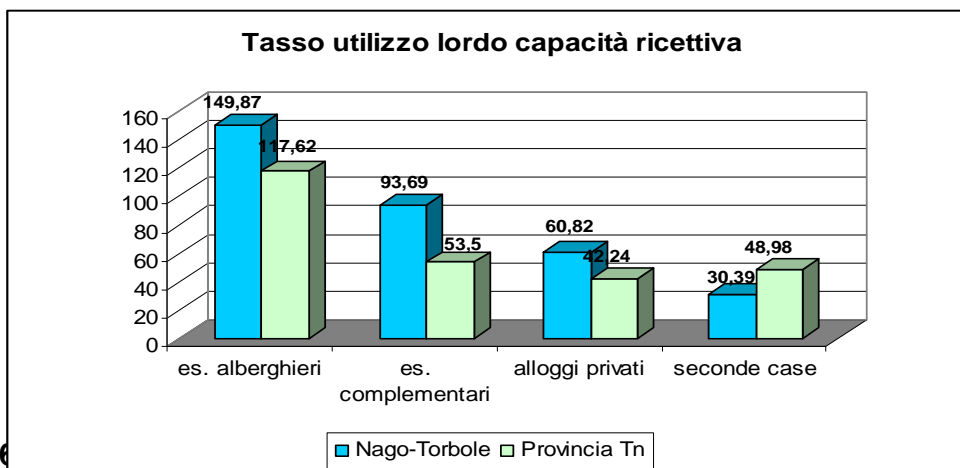


### **Tasso di utilizzo lordo della capacità ricettiva**

Un ultimo dato, rilevato dividendo il valore delle presenze per il numero dei posti letto, evidenzia il tasso di utilizzo della capacità ricettiva ed è indice della sostenibilità economica dell'attività esercitata. In questo caso i valori risultano quasi sempre superiori a quelli riferiti al dato provinciale, salvo che con riferimento alle seconde case.

In particolare, il comparto alberghiero presenta una stagionalità di circa 150 giorni, pari a 5 mesi (118 giorni il dato provinciale), mentre quello afferente agli esercizi complementari risulta di 94 giorni, rispetto ai 53 giorni a livello provinciale.

**Tavola 28 – Tasso utilizzo lordo capacità ricettiva per comparto/ambito ('06)**





### ***Sintesi e criticità:***

- Il comparto ricettivo di Nago-Torbole conta 50 strutture alberghiere: 9 in centro storico (2 a Nago e 7 a Torbole), 41 nel resto del comune.
- Oltre la metà delle strutture alberghiere appartengono alla categoria 3 stelle (54%); seguono quelle a 2 stelle (24%) e a quattro stelle (12%).
- Con riferimento alla distribuzione dei posti letto (in tutto 3.044) sulla base dello stesso parametro, si ha rispetto a prima un leggero aumento del peso per la categoria 3 stelle (56%), quasi il raddoppio per i 4 stelle (23%), una conseguente diminuzione per gli esercizi di bassa categoria (rispettivamente 16% di posti letto per i 2 stelle e 5% per gli alberghi ad una stella).
- L'analisi del comparto extralberghiero rileva 25 esercizi complementari associati a 1.573 posti letto complessivi, 169 alloggi privati con 739 letti e 145 seconde case.
- Dal 2000 al 2006, le presenze turistiche del comune di Nago-Torbole segnano una crescita nel comparto alberghiero (+2,57%), una stagnazione negli esercizi complementari, un significativo incremento presso gli alloggi privati (+14,39%), un calo nelle seconde case (-7%). Rispetto all'ambito più allargato (Garda Trentino), Nago-Torbole registra dinamiche in parziale contrapposizione: performance migliori con riferimento al comparto alberghiero ed agli alloggi privati, peggiori negli altri due casi.
- Oggi le presenze comunali per tipologia ricettiva sono così distribuite: alberghi 57%, esercizi complementari 31%, seconde case 10%, alloggi privati 2%.
- Il soggiorno medio dei turisti a Nago-Torbole è di 3,67 giorni in albergo, 5,49 giorni in esercizi complementari, 588 giorni presso alloggi privati, 5,95 presso le seconde case, valori molto contenuti.
- Nago-Torbole presenta una ricettività alberghiera limitata con riferimento alla fascia alta (assenti le strutture di tipo 4s e 5 stelle).
- Gli arrivi e le presenze alberghiere registrano una crescita 2000/2006 inferiore a quanto rilevato nell'ambito Garda Trentino. Netamente inferiore la sua performance anche con riferimento ad esercizi complementari e seconde case.
- In sintesi, il soggiorno medio è breve ed evidenzia la preponderanza di tipologie di turisti "mordi&fuggi".
- Limitata l'offerta ricettiva nelle aree centrali.
- Perfettibile la politica dell'offerta, anche in termini di misure di accoglienza e di "sensibilità" verso l'Ospite.
- Assenti le strutture tarate sulle esigenze di alcuni segmenti turistici (es. bicigrill a favore di chi pratica mountain bike, etc.).

### ***Proposte operative:***

- Con riferimento alla ipotesi di qualificazione di Torbole e di Nago si pensi alla possibilità di una proposta forte da veicolare nei circuiti turistici (legata ad es. a

Colonia Pavese quale polo multifunzionale o alla vocazione enogastronomica di Nago).

- La commercializzazione del prodotto turistico e della località Nago-Torbole nel suo insieme dovrà avvenire in collaborazione fra tutte le realtà locali, non solo economiche, e ciò per presentare un'offerta unica e integrata (cultura, ristorazione, specificità, sport, divertimento, accoglienza, negozi, etc.).
- Valutare la possibilità e adottare gli interventi per penetrare il target del turismo enogastronomico, mettendo in rete le importanti e già ricordate peculiarità locali, così come di quello legato alla pratica sportiva della mountain bike e del free climbing.
- Verificare la possibilità di attrezzare parte delle strutture ricettive o di prevederne di nuove anche sulla base delle esigenze del sempre più importante target dei cicloturisti, e ciò al fine d'intercettare questo segmento, rilevante come numeri e presente lungo la pista ciclabile del Garda. In correlazione, prevedere eventualmente un Punto informativo con assistenza ai cicloturisti; ubicazione proposta per lo stesso: Colonia Pavese.
- Per qualificare il centro storico di Nago-Torbole e aree interagenti bisogna necessariamente riflettere su un territorio ampio, che comprenda i punti di attrazione presenti nell'intero comune ma anche le potenzialità dell'area del Baldo e del Garda, in conformità con gli ob.1 e 4 del Patto Baldo-Garda (fra tutte le attrattive: Forti di Nago, Abisso di Val del Parol, Riserva Naturale Bèscornapiana, strutture sportive varie, Forte Alto, Baldo Giardino d'Europa per le varietà floreali, Strada del Vino e dei Sapori dal Lago di Garda alle Dolomiti di Brenta, pista ciclabile, itinerario per rampichino, e così via).
- Per promuovere turisticamente il territorio, andrebbe affiancata l'attività agricola con quella di ristoro e accoglienza.
- Andrebbe predisposta una segnaletica per valorizzare gli elementi storico naturalistici del territorio.
- Agevolare la realizzazione di nuove strutture ricettive, anche "leggere" (B&B, garnì, etc.), ad es. presso Colonia Pavese o eventualmente operando delle modifiche nelle destinazioni d'uso.
- E' necessario operare tenendo presente che è importante offrire ai diversi ospiti la sistemazione effettivamente ricercata e un panel d'offerta e servizi adeguatamente strutturato, idoneo a soddisfare esigenze molteplici (sport, divertimento, ambiente, cultura).
- Va operata una gestione maggiormente oculata degli spazi e delle strutture a favore del turista, anche valutando la possibilità di riuso di aree e contenitori per offrire servizi oggi limitati, integrativi rispetto alla mera ricettività (es.: luoghi di incontro e per eventi "stabili", somministrazione da effettuare in particolari occasioni e ambientazioni, etc.).

## 6.8. ARTIGIANATO

### 6.8.1. ANALISI

L'ultima analisi condotta dalla Camera di Commercio di Trento "L'artigianato nei comprensori della Provincia di Trento – 2005", evidenzia come le imprese iscritte all'Albo imprese artigiane siano passate dalle 6.685 unità del 1961 alle 14.095 del 2005, registrando un incremento di 7.410 unità, pari al + 110,85%. La stessa verifica inoltre come delle 14.095 ditte iscritte nel 2005 all'Albo artigiani, il 71,2% sia costituito da ditte individuali, il 26,5% da società di persone ed il rimanente 2,3% da società di capitali, da consorzi e da società cooperative. Il rapporto stilato infine sottolinea che le imprese artigiane sono presenti in molti settori d'attività del sistema economico trentino e rappresentano il 26,5% delle ditte registrate, dunque una ogni quattro. In particolare, nel 2005 l'incidenza maggiore delle imprese artigiane rispetto a tutte le imprese del settore si registra nel comparto delle costruzioni (81,1%), negli altri servizi pubblici, sociali e personali (71,5%) e nelle attività manifatturiere (71%). I settori di attività economica che invece evidenziano una presenza poco significativa di imprese artigiane sono l'agricoltura, con l'1,5% del totale, l'intermediazione monetaria e finanziaria (0,1%) e gli alberghi e ristoranti (0,1%).

Verifiche con l'Associazione Artigiani e Piccole Imprese della Provincia di Trento, sezione di Riva del Garda, hanno portato a rilevare come le **attività artigianali a livello comunale** siano **circa 50**.

La stessa ha riportato inoltre che la quasi totalità delle attività è ascrivibile all'**artigianato produttivo**, seguito dai **servizi alla persona**.

Marginale è il peso rivestito in termini numerici dall'**artigianato artistico**, che tuttavia risulta essere caratteristico della zona e coerente con la vocazione turistica della località, legata alla presenza del Lago di Garda; trattasi infatti di attività artigianali legate allo sport, presenti a Torbole.

In considerazione di quanto appena espresso, si ritiene non vi siano attività dell'artigianato artistico in grado di svolgere una forte funzione attrattiva e risultare chiaro "volano" per uno sviluppo dell'intera area centrale e convogliare flussi significativi.

Non esiste un progetto di valorizzazione delle attività artigianali storiche e/o artistiche (laboratori, botteghe, etc.).

Tuttavia, dato l'interesse che la problematica sta sollevando in molti comuni del Trentino, si ritiene positiva l'ipotesi di pensare alla creazione di una "via" o percorso dei mestieri, coerente con le vocazioni di Nago e di Torbole.

Si ricorda infatti come molto importante risulti, per un rilancio globale delle aree

centrali, l'incentivazione e l'attivazione di una serie di attività artigianali "tradizionali".

Si potrebbe promuovere lo sviluppo di attività di artigianato tipico, fra le quali quelle relative al comparto dello sport a Torbole ed al settore alimentare a Nago, ma anche altre in grado di garantire un recupero della tradizione e folclore alle vie del centro e divenire vere e proprie attività economiche redditizie.

## **6.8.2. CONCLUSIONI E PROPOSTE OPERATIVE**

### ***Sintesi e criticità:***

- Limitato l'artigianato e conseguentemente la sua influenza sull'economia di Nago-Torbole.
- Preponderante l'artigianato produttivo, non di peculiare rilievo ai fini di un incremento dell'attrattività del territorio.
- Dall'esame operato sulle attività artigianali di tipo artistico, risultano essere presenti solo alcune attività legate allo sport, ma non in grado di svolgere chiara funzione attrattiva e risultare autonomo volano per lo sviluppo dell'intera area.
- Non esiste più un artigianato caratteristico e "della tradizione" che possa attrarre l'attenzione.
- Non esiste, allo stato, un progetto di valorizzazione delle attività artigianali storiche e/o artistiche (laboratori, botteghe, etc.), né un progetto per il recupero delle attività artigiane ancora esistenti.

### ***Proposte operative:***

- E' importante prevedere, per un rilancio delle aree centrali, l'incentivazione e l'attivazione di una serie di attività artigianali "tradizionali". La via centrale di Nago potrebbe diventare un luogo idoneo anche per ospitare botteghe artigiane, con una sorta di "percorso dei mestieri".
- Vanno pensate misure per favorire, oltre all'insediamento di attività artigianali storiche, ricche di tradizione, anche la rinascita di scuole e laboratori.
- Vanno favorite e promosse esposizioni artigianali in concomitanza con altre manifestazioni ed eventi, con effetto sinergico e possibilità di veicolazione della proposta nei circuiti turistici.

## 6.9. SERVIZI, ASSOCIAZIONISMO, EVENTI

### 6.9.1. ANALISI

Vari e completi i servizi presenti, di seguito puntualmente dettagliati:

#### *Infrastrutture (Servizi)*

**Tavola 29 – Servizi ed infrastrutture presso il Comune di Nago-Torbole (2007)**

salute	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Servizio Medico, via Matteotti, 48 – Torbole</li> <li>• 1 Farmacia, via Matteotti, 33 - Torbole</li> </ul>
banche	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Banca Credito Coop. dell'Alto Garda, via Sighele 7/B - Nago</li> </ul>
scuole	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Scuola Rafting, canoa, kajak, via Matteotti, 22 - Torbole</li> <li>• 2 Scuole Windsurf, presso Parco Pavese e Hotel Paradiso – Torb.</li> </ul>
trasporti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 trasporti autonoleggi, via Ardano, 27, via Matteotti, 2 – Torb.</li> <li>• 5 trasporti taxi – radiotaxi</li> </ul>
servizi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 servizi di salute e bellezza, in via Matteotti, 7 e in via Strada Granda, 2 - Torbole</li> <li>• 1 posto per manifestazioni, Colonia Pavese – Torbole (il Parco della Colonia Pavese è sede di concerti ed ha un palco (con la possibilità di poterlo coprire in caso di pioggia) di ca. 100 mq.</li> <li>• 1 sala multiuso - Sala pubblica c/o Casa della Comunità di Nago (sala ad uso pubblico con capienza massima di 140 posti a sedere; per riunioni, conferenze, spettacoli teatrali e musicali, manifestazioni culturali, nonché a piano terra biblioteca e ambulatori)</li> <li>• 1 biblioteca, via Piazzola c/o casa della comunità - Nago</li> </ul>

#### *Associazioni*

**Tavola 30 – Elenco associazioni del Comune per categoria (2007)**

<b>Culturali</b>	
Gruppo Culturale Nago-Torbole Via Strada Granda, 22	Coro Parrocchiale "S. Andrea" Torbole
Ass. Amici del Forte di Nago Via S. Vigilio, 17 Nago	Gruppo Oratorio Via S. Vigilio Nago
Ass. "Il Fotogramma" Casa Eca Piazza Gazzoletti Nago	Gruppo Oratorio Don Bosco Via Pontalti Torbole
Comitato "Oliveto di Goethe" Piazza Alpini, 16 Torbole	Ass. Amici dell'Asilo di Torbole Via Scuole, 56 Torbole
Comitato Carnevale di Nago Via Stazione Nago	Associazione Amici dell'Asilo di Nago Via Piazzola, 15 Nago
Comitato Iniziative Natalizie Nago (TN)	Comitato Sbigolada Torbole
Gruppo A.N.A. Via Strada Granda, 33/b Torbole	Gruppo A.N.A. Via Bertoldi, 2 Nago
<b>Sportive</b>	
Gruppo Sportivo Torbole Via Pontalti Torbole	Associazione Calcio Nago Piazza Gazzoletti Nago
Associazione Bocciofila	Bocciofila Nago

Piazza Alpini Torbole	Via Rivana, 24 Nago
Bocciofila S. Zeno Via Stazione, 21 Nago	Circolo Tennis Via Strada Granda Torbole
FitArco - Sezione Nago-Torbole Via Rivana, 19 Nago	Sci Club Nago-Torbole Colonia Pavese Torbole
Comitato ONDA Via Segantini, 17 Torbole	Circolo Vela Torbole Società Cooperativa Sportiva Dilettantistica Via Lungolago Verona, 6 Torbole
Circolo Surf Torbole Loc Al Cor Torbole	Associazione Amatori Bicinago Via Sighele, 10 Nago

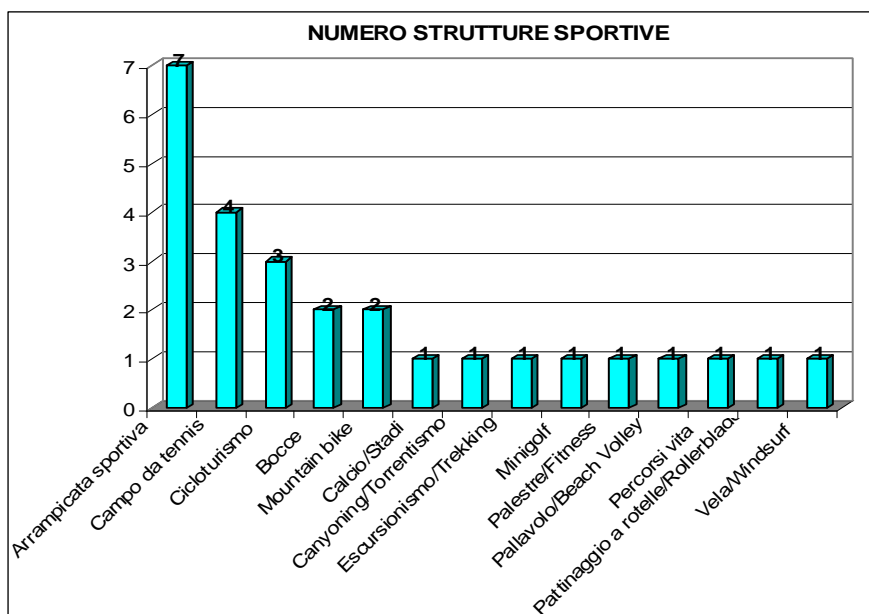
### ***Sport & tempo libero***

Come dimostra la stessa presenza di numerosi gruppi ed associazioni, le attività legate allo sport e al tempo libero rivestono un'importanza fondamentale per la realtà turistica di Nago-Torbole. Lo confermano le strutture ed attrezzature di cui il territorio dispone e di seguito riassunte:

***Tavola 31 – Elenco strutture ed attrezzature sportive del Comune (2007)***

GENERE	N.		
Arrampicata sportiva	7	Mountain bike	2
Bocce	2	Palestre/Fitness	1
Calcio/Stadi	1	Pallavolo/Beach Volley	1
Canyoning/Torrentismo	1	Percorsi vita	1
Cicloturismo	3	Pattin. a rotelle/Rollerblade	1
Escursionismo/Trekking	1	Campo da tennis	4
Minigolf	1	Vela/Windsurf	1
		<b>TOTALE</b>	<b>27</b>

***Tavola 32 – Distribuzione strutture per specialità sportive del Comune (2007)***



Fra gli **sport** più praticati la **Vela**, la cui pratica è favorita dalla presenza di un vento teso e costante e da una organizzazione a terra, il Circolo Vela Torbole, di fama internazionale. Si ricorda il **Windsurf**, per il quale è attiva un'organizzazione, il Circolo Surf Torbole.

Importanti anche la **Mountain bike**, sport giovane che si è imposto recentemente, nei confronti del quale il comprensorio dell'Alto Garda è un luogo ricco di itinerari e di una fitta rete di sentieri che salgono fino alle vette più alte e, infine, il **Free climbing**, sport anch'esso recente che ha trovato nell'ambito ottime possibilità di esercizio, grazie alla presenza di pareti verticali che presentano difficoltà che vanno dal 4° all'8° grado superiore (le principali palestre si trovano a Corno di Bò, noto anche per la "Spiaggia delle lucertole", 2 km a sud di Torbole, lungo la strada per Malcesine, al Passo San Giovanni (strada per Mori), alle Traole di Nago (strada per Monte Baldo), Monte Corno a Nago (strada per Arco) ed alle Marmitte dei Giganti (tra Nago e Torbole).

Con riferimento agli **eventi**, le attività di intrattenimento e svago, presenti in misura significativa, sono di spessore. Quando si parla d'intrattenimento si deve intendere il termine in un'ampia accezione, legato a quel patrimonio fondamentale riferibile al recupero delle tradizioni e/o alla rievocazione di manifestazioni.

Nell'Alto Garda numerose sono le manifestazioni estive, per iniziativa dell'A.P.T. Garda Trentino. Fra queste, in giugno, luglio ed agosto 2007:

- Rock Junior, Festival internazionale giovanile di arrampicata, ad Arco;
- Festa Europea della Musica, concerti e esibizioni di artisti da strada, ad Arco centro e Prabi;
- Garda Jazz Festival, eventi, concerti, corsi realtà jazzistica internazionale; a Garda;
- Musicarivafestival, incontro internazionale di giovani musicisti, a Riva;
- Drodesea - Centrale Fies, Festival di danza e teatro d'avanguardia, a Dro;
- 21° Rustico Medioevo, spettacoli di danza e folclore medievale, a Tenno;
- Notte Di Fiaba - "Pippi Calzelunghe" festa e spettacolo pirotecnico, a Riva.

Certamente numerose sono anche le manifestazioni organizzate nello specifico nel Comune di Nago-Torbole. Si contano in particolare le iniziative legate al cinema, al teatro, alla danza, ma peculiare rilievo assumono anche quelle legate alla musica e allo sport.

Si rileva altresì come Torbole veda un calendario di iniziative più ricco rispetto a quello organizzate a Nago, che necessiterebbe pertanto di una maggiore attenzione in futuro.

Se ne riportano alcune, suddivise per mese relative al 2007, di maggior attrazione,

peculiari per il contesto in cui sono inserite e capaci di avvicinare un pubblico non solo locale, ma anche di catturare i flussi turistici gravitanti sul Garda:

- a febbraio, Sbigolada a Nago in Via Piazzola e a Torbole in Piazza Vittorio Veneto;
- a maggio, Garda Lake Slalom a Torbole;
- a luglio, Festa del Ramat, 8° edizione della festa popolare Torbolana con musica dal vivo-danze-gastronomia tipica, concorso nazionale Miss Italia, Garda Jazz Festival, Regata Circolo Vela Torbole, Torbole Filmfestival, Campionato Italiano Open Freestyle a Torbole; Palio delle Piazze a Nago;
- ad agosto, Orchestra Armani ed Orchestra "Garda Music", Rassegna Cori della Montagna, Festa dell'ospite, Blitz Acrobatic Ballet e Duo Aloha, Festa degli Alpini a Nago; Beach Party, Cantalago Festival del Garda, GTS Garda Lake Cup a Torbole;
- a settembre, Lake Garda Marathon; Coro Castel Penede, Surf Festival 2007 a Torbole;
- a novembre, Castagnata a Nago.

Le iniziative sono promosse dall'A.P.T. in collaborazione con l'Amministrazione, l'Assessorato alla Cultura e allo sport, il **Comitato Manifestazioni Nago-Torbole**, una associazione di volontari che ha una lunga tradizione nell'organizzazione di eventi che si svolgono nel comune di Nago-Torbole.

## 6.9.2. CONCLUSIONI E PROPOSTE OPERATIVE

### ***Sintesi e criticità:***

- Vari e completi i servizi pubblici e privati presenti (tra cui: scuole rafting, canoa, kajak, windsurf; servizio medico e farmacia; servizio di taxi e autonoleggio; banca; biblioteca; sale multiuso; siti per manifestazioni - Colonia Pavese).
- Numerose le strutture e attrezzature sportive di Nago-Torbole, in tutto 27, relative alle pratiche sportive di arrampicata, bocce, calcio, canyoning torrentismo, mountain bike, fitness, pallavolo/beach volley, percorsi vita, pat-tinaggio a rotelle/rollerblade, minigolf, escursionismo/trekking, vela/windsurf, tennis.
- Consistente il numero di associazioni presenti, 14 di tipo culturale (7 a Nago, 7 a Torbole) e 12 di tipo sportivo (5 a Nago e 7 a Torbole).
- Numerosi gli eventi, promossi da A.P.T. Garda Trentino, Amministrazione Nago-Torbole (Assessorato alla Cultura ed allo Sport), Comitato Manifestazioni Nago-Torbole. Sono promossi su un calendario redatto in collaborazione con Ingarda e gli operatori, tiratura 25.000 copie e sul sito del Comune. Si rileva una non piena collaborazione tra operatori, associazioni ed organismi locali, data anche la presenza di una componente volontaristica, che porta ad una scarsa adesione e condivisione per talune iniziative.



- Gli eventi sono per lo più concentrati nei mesi di luglio, agosto e settembre.

***Proposte operative:***

- Più che creare nuove iniziative ed eventi, pare importante procedere da subito per armonizzare e comunicare al meglio quelli esistenti, evitando inefficienze nella comunicazione ed accavallamenti nella gestione.
- Va potenziata una apposita segnaletica degli eventi, che consenta all'ospite di visualizzare con immediatezza date, tempi e luoghi di svolgimento.
- Va operata una indagine per capire quali sono le effettive esigenze di consumo "sportivo" e "culturale" di residenti ed ospiti, per vedere come le stesse sono soddisfatte ed individuare eventuali "scoperture".
- Va pensata una serie di eventi "fissi" posizionati lungo l'intero anno, anche indirizzati al target dei giovani, in modo da rendere interessante e vivibile l'area per un periodo prolungato.
- Va valutata la possibilità di mantenere in capo ad una unica organizzazione la gestione e promozione degli eventi e delle manifestazioni locali.
- Si potrebbe creare attrazione prevedendo dei "circuiti". Ad esempio: via dei sapori e dell'artigianato a Nago, punto di arrivo delle ciclabili presso Colonia Pavese, etc..
- E' necessario procedere quanto prima con la realizzazione di idonei spazi multifunzionali, destinati anche a attività di intrattenimento, svago, socializzazione, con particolare attenzione all'area presso Colonia Pavese a Torbole e presso il nuovo parcheggio di via Sighele a Nago.

**PARTE 7**  
**L'ANALISI CONDOTTA:**  
**LA SITUAZIONE URBANISTICA ED ARCHITETTONICA**  
*(arch. B.Toffolon)*

**7.1. UBICAZIONE E RAPPORTI COL TERRITORIO**



***Nago, Torbole e la piana del Sarca***

Il comune di Nago – Torbole è caratterizzato dalla presenza di due distinti nuclei insediativi: Torbole, situato all'estremità settentrionale del Lago di Garda ad est della foce del Sarca; Nago, situato sul bordo dell'altopiano immediatamente a nord di Torbole, in un punto storicamente strategico per i collegamenti con la valle dell'Adige.

Lo sviluppo turistico del Lago di Garda, particolarmente intenso a partire dagli anni '80 con la velocissima espansione della pratica del windsurf, ha inserito il sistema insediativo Nago – Torbole all'interno di un più ampio sistema territoriale a vocazione turistica di cui, con Riva e Arco, costituisce uno dei nuclei principali.

In particolare, Torbole costituisce l'estremità orientale del bordo della piana del Sarca, in contrapposizione a Riva del Garda, il principale nucleo abitato che ne occupa l'estremità occidentale.

Analogamente, il paese di Nago, che un tempo era legato direttamente a Torbole dalla “Strada vecchia”, è diventato un fondamentale crocevia per tutte le direttrici verso la valle dell'Adige (e quindi verso l'autostrada del Brennero): da Riva del Garda, Arco e – naturalmente – Torbole stessa.

I fenomeni urbani che avvengono all'interno del territorio amministrato dal Comune di Nago – Torbole, incluse le dinamiche commerciali, non possono quindi essere considerati al di fuori di un più ampio contesto che ne definisce non solo il ruolo attuale, ma ne determina anche le potenzialità di sviluppo.

Questo sistema è caratterizzato da una certa specializzazione delle diverse parti del territorio.

Per quanto riguarda la fascia lungo il lago, Riva offre un ambiente urbano esteso, di pregio nelle sue parti storiche, ricco di elementi d'interesse, servizi e strutture ricettive. La fascia lungolago del comune di Arco, tra il Brione e il Sarca contiene soprattutto campeggi e pare destinata a rafforzare il suo ruolo di centro turistico a spiccata vocazione sportiva.

In un certo senso, il Brione tende a dividere il lungolago in una zona occidentale, orientata verso un turismo più convenzionale e in una zona orientale caratterizzata da una frequentazione turistica più legata allo sport e alla natura, di cui Torbole è il polo principale.

Se questa lettura è corretta, i servizi offerti dalla rete commerciale comunale vanno dunque riferiti alla domanda espressa da una porzione di territorio ben più vasta, che comprende certamente il territorio del comune di Arco affacciato sul Garda, ma anche (almeno per alcuni settori merceologici legati alle pratiche sportive) il resto della fascia lungolago.

Una più marcata specializzazione in tal senso potrebbe però facilmente attrarre utenti anche dalle zone lungo la sponda veneta.

## 7.2. ACCESSIBILITÀ E PARCHEGGI

### 7.2.1. NAGO

Il centro storico di **Nago**, proprio per la sua caratteristica di “snodo” dei collegamenti tra la piana del Sarca e la valle dell'Adige, è facilmente accessibile da tutte le direzioni. Anzi: ***è naturalmente lambito dal sostenuto flusso di traffico che transita lungo la SS 240 che oggi, però, non sembra in grado di intercettare sul piano della offerta commerciale.***

Questa situazione, per certi versi commercialmente vantaggiosa, è destinata tuttavia a modificarsi con la realizzazione del raccordo stradale tra il lago di Loppio e la piana del Sarca e con la conseguente deviazione di gran parte dei flussi oggi transitanti e quindi con la riduzione dei potenziali utenti.

A tale diminuzione quantitativa potrebbe però corrispondere un miglioramento qualitativo dei flussi di traffico, sia in relazione alla minore congestione delle strade, sia in relazione alla maggiore consapevolezza di quanti continueranno ad utilizzare l'attuale percorso.

Il problema del rapporto tra la rete commerciale di Nago ed i flussi, in particolare turistici, che transitano alle sue porte sembra essere essenzialmente un **problema di visibilità e di caratterizzazione dell'offerta**. Per chi oggi percorre la SS 240 è difficile percepire l'esistenza di attività commerciali che pure distano appena un centinaio di metri.

Questo in parte è un problema di segnalazione. Ma è ancor prima un problema di **identità commerciale**, che riguarda il marketing da un lato (a cui si rimanda) e dall'altro i caratteri urbani ed architettonici del centro storico.

Sul piano infrastrutturale, non sembra che vi siano particolari problemi di accessibilità del centro storico di Nago, ma qualche deficit di parcheggio potrebbe porsi qualora vi fosse uno sviluppo commerciale.

Dei parcheggi posti a corona del centro, quello su via De Bonetti è certamente il più attraente, considerata la sua visibilità e la vicinanza alla SS 240. Inoltre, si trova proprio all'inizio del principale percorso urbano.

Tuttavia, la sua capienza di appena una ventina di posti non sembra facilmente incrementabile.

Gli sviluppi commerciali di Nago sembrano quindi dipendere dal parcheggio previsto in via Sighele, integrato con una struttura per manifestazioni turistiche che potrebbe essere un elemento di attrazione in grado di attivare utili sinergie mettendo in condivisione gli spazi parcheggio, prevedibilmente utilizzati in orari diversi.

### 7.2.2. TORBOLE

I rapporti tra il centro storico di Torbole e le infrastrutture per la mobilità sono certamente molto più problematici.

Il rapporto diretto tra il Lungolago Verona (SS 249) ed il centro storico è stato probabilmente un elemento positivo per lo sviluppo economico dell'abitato, ma **il passaggio dell'ingente flusso di traffico da e per il Veneto ne è diventato oggi il**

***principale ostacolo.***

La previsione del PUP di un ***by-pass in galleria a est dell'abitato*** rappresenta un ***intervento infrastrutturale essenziale*** per lo sviluppo economico di Torbole e per il rilancio dell'attività commerciale. Nel frattempo, la difficile convivenza tra veicoli e pedoni, in particolare alla confluenza tra piazza Benacense e piazza Vittorio Veneto, dovrà continuare a essere gestita con forme di regolamentazione del traffico.

Il by-pass in galleria lascerà comunque irrisolto il ***problema dei parcheggi***.

Oggi, il principale parcheggio utilizzabile a fini commerciali è quello a spina sul Lungolago Verona, a sud di piazza degli Alpini. Il parcheggio esistente a fianco della Colonia Pavese è destinato ad essere rimosso e quindi il resto del fabbisogno di parcheggi dovrà essere soddisfatto dal parcheggio a sud di S. Andrea, in posizione rialzata rispetto agli spazi commerciali.

In prospettiva futura, incentivando l'uso dei parcheggi a sud dell'abitato per le esigenze commerciali (di utenti provenienti in massima parte da nord), si rischia di vanificare parte dei benefici attesi dal by-pass, costringendo gli utenti ad attraversare l'abitato sia all'andata, sia al ritorno. Sembra quindi più opportuno puntare fin d'ora a migliorare i collegamenti pedonali verso la zona nord ed il lungolago in particolare, facilitando la transizione tra le attività sportive e ricreative e quelle commerciali.

***In questo scenario, il riuso della Colonia Pavese svolge un ruolo decisivo.***

L'attraversamento della Colonia Pavese per giungere dal lungolago ovest fino a via Benaco o per raggiungere il porto, e di qui inserirsi nelle vie e nelle piazze commerciali, comporta un percorso certamente breve, se misurato in termini di tempo, ma notevolmente lungo nella percezione soggettiva se l'attenzione e l'interesse non vengono costantemente sollecitati.

Questa distanza è paragonabile a quella che separa piazza Benacense da piazza Alpini passando per piazza Vittorio Veneto. Si pensi alla quantità e alla varietà degli stimoli che s'incontrano lungo questo percorso e la si confronti con ciò che oggi può offrire l'attraversamento della Colonia Pavese: considerando che non è così facile indurre gli utenti del centro storico a spingersi fino a piazza Alpini, si avrà una idea della dimensione del problema, che pure va affrontato e può essere positivamente risolto ***valorizzando gli elementi d'interesse esistenti e aggiungendone di nuovi***, con un ruolo non marginale che potrebbe essere svolto dal commercio.

Il by-pass della SS 249 rimuoverà da Torbole il suo più grave problema urbanistico. Ma l'accessibilità al centro storico potrà migliorare, più che con radicali interventi infrastrutturali, con un'accorta regia attenta alla riqualificazione dei percorsi pedonali e alla disposizione strategica dei punti d'interesse.



## 7.3. CARATTERI URBANI

### 7.3.1. NAGO

Il centro storico di Nago si struttura attorno alla vecchia strada per Torbole, che in passato ha avuto un importante ruolo di collegamento con il Garda.

Ancora oggi, percorrendo via De Bonetti e via San Vigilio fino a piazza Gazzoletti, guardando le facciate dei palazzi che vi si affacciano e i loro elementi architettonici, è possibile intuirne la storia.



Da quest'asse principale si dipartono ad est due diramazioni storiche (via dei Forni e via Naschione), dirette verso la campagna, che innervano alcuni nuclei edilizi minori, quasi separati dal sistema lineare cresciuto ai lati della "strada vecchia".

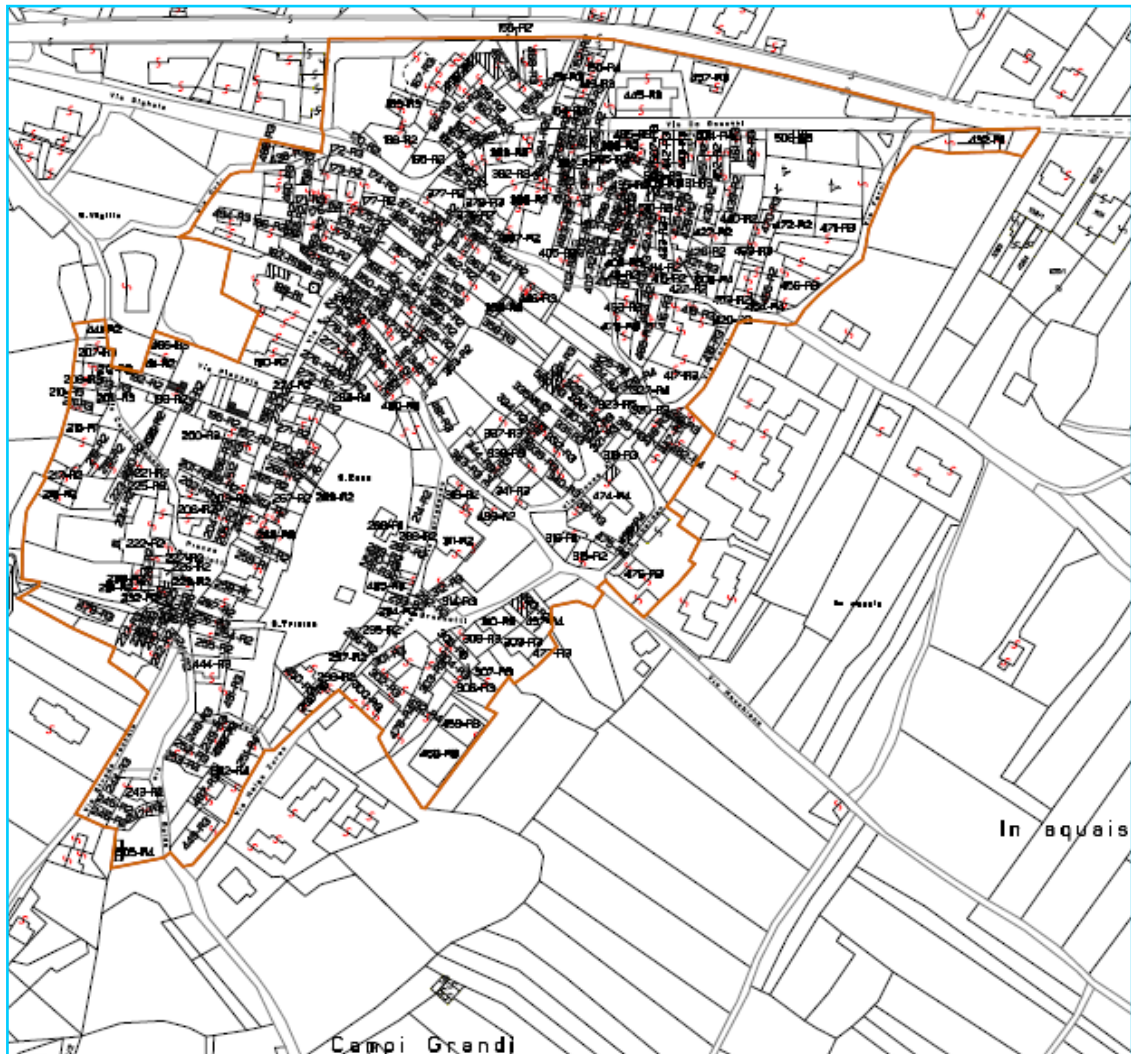
#### ***Centro storico di Nago***

Verso ovest, la principale diramazione è via Sighele, che però è solo parzialmente interna al perimetro del centro storico ed è caratterizzata, fin dal suo inizio, da edifici estranei al contesto.

Nago non ha una vera piazza e neppure delle porte d'accesso: il principale segnale che ne indica l'inizio è il cambio di pavimentazione, con la comparsa, lungo l'asse centrale della strada, della fascia di pietra bianca.

Pur essendo esterno al perimetro definito dal PRG, Castel Penede costituisce un

elemento importante che va visto in rapporto con l'antico insediamento e il cui ruolo andrebbe tenuto presente anche in relazione agli sviluppi futuri.



### 7.3.2. TORBOLE

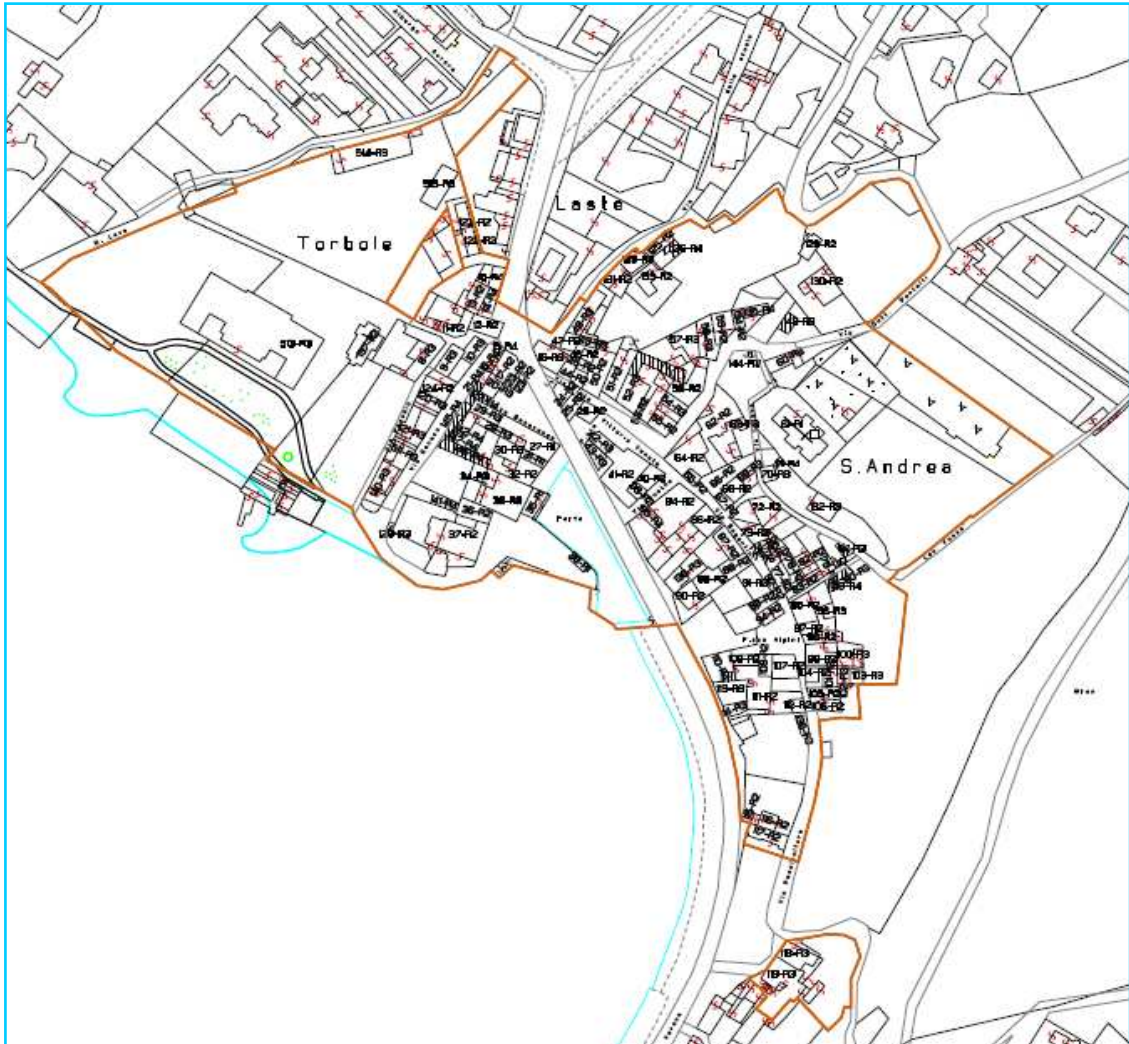
Anche il centro storico di Torbole è chiaramente strutturato attorno ad una strada principale - via Segantini, che corre parallela alla riva - e all'incrocio di questa con la "strada vecchia", che discende da Nago. Non a caso, questo importante snodo ha dato origine ad un vero luogo urbano, denso e compiuto: piazza Vittorio Veneto.

### ***Centro storico di Torbole***

A differenza di Nago, Torbole ha un sistema di piazze articolato e interessante. Oltre a piazza Vittorio Veneto (cuore del centro storico) c'è la vicina piazza Benacense (l'antica "porta d'acqua") e piazza Alpini che costituisce in una certa misura la sua "porta meridionale".



L'attuale via Lungolago è un elemento sostanzialmente estraneo alla struttura urbana del centro storico: lo divide fisicamente e funzionalmente in due parti che stentano a dialogare anche a causa del traffico che vi scorre.



Il perimetro del centro storico include una vasta porzione di terreno ad ovest del nucleo originario (con una estensione simile) occupato sostanzialmente da un unico edificio: l'ex Gran Hotel Torbole, ora noto come la **“Colonia Pavese”**.

Questa massiccia costruzione appartiene ad una scala del tutto diversa dal resto del tessuto urbano. Si tratta chiaramente di un caposaldo sia del paesaggio sia del sistema insediativo ed il suo ruolo rispetto al resto della struttura urbana può essere opportunamente definito strategico.



## 7.4. PERCORSI COMMERCIALI, ELEMENTI D'ATTRAZIONE E ASPETTI MERCEOLOGICI

### 7.4.1. NAGO

Per quanto riguarda Nago, i percorsi commerciali sono una diretta conseguenza della struttura urbana e s'identificano con la parte centrale della "strada vecchia", nel tratto in cui via San Vigilio si unisce a via De Bonetti.

Qui si rileva la maggior densità di esercizi commerciali, molti dei quali in abbandono.

Il rilancio delle attività commerciali esistenti e l'insediamento di nuove potrebbero trovare impulso nella rivitalizzazione di questo percorso storico, da un lato attraverso interventi volti a facilitare la confluenza di potenziali utenti e dall'altro a rendere più attrattiva l'offerta commerciale.

Sotto quest'ultimo aspetto, la **specializzazione** e la **concentrazione sono due obiettivi che andrebbero perseguiti congiuntamente**. Si tratta cioè di dar luogo ad una offerta commerciale specifica e caratterizzata (ad esempio: prodotti gastronomici e artigianato locale) e di disporla entro un ambito delimitato.

Con l'obiettivo di facilitare l'incontro con l'utenza, gli interventi dovrebbero cercare di far convergere in quest'ambito la maggior parte dei visitatori di Nago, occasionali o meno.

Sarebbe importante, ad esempio, che il percorso per raggiungere Castel Penede, una volta concluso il restauro, si sviluppasse lungo la "strada vecchia".

Anche per tale motivo, sarebbe opportuno che dalla SS 240 i parcheggi di via De Bonetti e di via Sighele risultassero ben visibili e adeguatamente segnalati anche con riferimento agli elementi d'attrazione esistenti, inclusa l'offerta commerciale.

Si potrebbe pensare ad una **via dei sapori**, luogo d'acquisto e di degustazione di prodotti gastronomici tipici, in accordo con l'immagine di luogo di ottima tradizione culinaria che Nago ha saputo conquistare.

Sarebbe infine utile che le manifestazioni turistiche che si terranno sopra il parcheggio di via Sighele prevedano elementi o momenti di continuità con gli altri spazi urbani del centro, in modo da poter arrivare a coinvolgere anche il percorso commerciale.

#### 7.4.2. TORBOLE

Le presenze commerciali a Torbole si concentrano ai lati della SS 249 (via Matteotti e Lungolago Verona) dove la visibilità è massima e in piazza Vittorio Veneto, principale spazio pubblico del centro.



Il traffico passante lungo la SS 249 ha probabilmente favorito l'insediamento e la crescita degli esercizi commerciali, ma oggi è diventato un elemento di disturbo e di pericolo.

L'altro percorso commerciale è quello che unisce piazza Vittorio Veneto e piazza Alpini passando per via Segantini. Nonostante offra un ambiente certamente più gradevole e sicuro, lo sviluppo commerciale di questi spazi appare decisamente sottotono rispetto alla SS 249, ad eccezione di piazza Vittorio Veneto che gode di una particolare vitalità grazie alla sua funzione di cerniera.

In prospettiva, il by-pass consentirà di migliorare nettamente le condizioni d'accesso agli esercizi di via Matteotti (che però ricade fuori dal perimetro del centro storico) e del Lungolago Verona, favorendone la riqualificazione.

Nel frattempo si dovrebbe cercare di estendere la zona commercialmente più attiva del centro storico incanalando gli utenti lungo via Segantini fino a piazza Alpini. In relazione a questo obiettivo, andrebbe perseguito il potenziamento commerciale di piazza Alpini in rapporto anche al parcheggio a sud di Sant'Andrea.

**Piazza Alpini** dovrebbe quindi diventare il punto di partenza per chi proviene da sud ed il "giro di boa" per quanti provengono da ovest.

Questo ci riporta al **ruolo della Colonia Pavese come elemento fondamentale di collegamento tra il centro storico e la fascia lungolago.**

***Qui si gioca probabilmente la partita decisiva per il rilancio commerciale di Torbole.***

## **7.5. SPAZIO URBANO, CARATTERI ARCHITETTONICI E ARREDO**

### **7.5.1. NAGO**

Il centro storico di Nago offre uno spazio urbano complessivamente ben conservato, ma dai confini scarsamente definiti: l'insediamento tende a disperdersi verso la campagna seguendo varie direttrici.

La pavimentazione recentemente rifatta contribuisce a collegare e arredare lo spazio pubblico, ma solo in pochi tratti si ha la sensazione di essere veramente "dentro" il paese.

In queste parti, tuttavia, si trovano notevoli edifici con pregevoli facciate, portali di pietra, spesso lavorata a bugnato, con chiavi d'arco elaborate e una caratteristica rastremazione dei ritmi.

Non mancano dunque elementi architettonici che forniscono un'adeguata "cornice" all'offerta commerciale.

Purtroppo, gli elementi più dissonanti e degradanti sono proprio gli accessi e le vetrine di alcuni negozi, risultato di una modernizzazione frettolosa e banalizzante.

Fortunatamente, si tratta per lo più di esercizi inattivi, per cui si può immaginare che le necessarie opere di ristrutturazione consentano di rimediare almeno in parte agli errori del passato, adottando forme e materiali più appropriati al contesto.

L'arredo urbano consiste principalmente nella nuova pavimentazione, ma non si sente la mancanza di una più diffusa presenza di fioriere o decorazioni.

Mantenere un aspetto "autentico" può essere la scelta più adatta a promuovere un'offerta commerciale basata su prodotti tipici, e per raggiungere questo obiettivo è più utile puntare sul completamento del restauro delle facciate e sul controllo dei caratteri estetici di vetrine ed insegne commerciali.

### **7.5.2. TORBOLE**

Il centro storico di Torbole possiede alcuni scorci notevolissimi, a cominciare dal porto, e un sistema di spazi pubblici ben concatenati (piazze Benacense e Vittorio Veneto).

Il suo fascino sembra derivare più che dalla qualità dei singoli edifici (sebbene alcuni siano notevoli) dal carattere "pittoresco" del suo insieme, da una sorta di vitale e apparente disordine, in cui il gioco cromatico ha un ruolo non secondario.



Tuttavia, più ci si allontana da questo “luogo centrale”, dove il livello di manutenzione degli edifici è elevato, e più si nota il progressivo degrado di strutture edilizie che pure possiedono caratteri interessanti e soprattutto costituiscono ancora un ambito omogeneamente compiuto.

La stretta via Segantini è indubbiamente un passaggio che merita di essere rivitalizzato, non solo attraverso il restauro delle sue cortine edilizie ed il riuso dei suoi spazi a piano terra, ma anche rendendo piazza Alpini un luogo di maggiore attrazione.

In tal senso, oltre alla riqualificazione degli esercizi commerciali, andrebbe migliorato l'arredo urbano della piazza e curati i collegamenti pedonali con gli spazi di parcheggio.

Piazza Benacense e Vittorio Veneto non sembrano avere necessità di particolari interventi di riqualificazione o di arredo urbano, ed inoltre una decorazione non eccessiva degli spazi pubblici potrebbe valorizzare l'immagine sportiva che Torbole si è saputa conquistare in pochi decenni.

## **7.6. RETE COMMERCIALE ESISTENTE E CONTENITORI DISPONIBILI**

### **7.6.1. NAGO**

Nago conta una decina di esercizi commerciali, tra cui una media struttura di vendita.

La maggiore concentrazione di esercizi si ha in via San Vigilio e in via Sighele, che insieme costituiscono la metà della rete di vendita.

Numerosi sono gli esercizi abbandonati in via De Bonetti e in via San Vigilio: non mancano quindi spazi commerciali disponibili, tutti però presumibilmente nella tipologia dell'esercizio di vicinato.

### **7.6.2. TORBOLE**

La rete commerciale di Torbole è notevolmente più estesa, oltre una sessantina di esercizi tra cui cinque medie strutture di vendita. Quasi la metà di questi esercizi (28) si concentra in via Matteotti. Le altre principali concentrazioni sono in Lungolago Verona (9), via Benaco (7) e piazza Vittorio Veneto (7). Meno dense sul piano commerciale sono piazza Alpini (4) e via Segantini (2).

La superficie di vendita media non raggiunge i 50 mq e la tendenza verso l'ampliamento delle dimensioni dei negozi si scontra probabilmente con la difficoltà di reperire spazi commerciali adeguati nel centro storico e nelle immediate vicinanze.

Questa difficoltà, connaturata alla struttura edilizia, rischia di inibire lo sviluppo commerciale o di costringere gli esercizi a trasferirsi in posizioni più periferiche, abbandonando localizzazioni più pregiate e danneggiando la compattezza della rete.

Andrebbero quindi ricercati spazi commerciali con estensioni adeguate in prossimità del centro storico e in continuità con la sua offerta commerciale.

Anche sotto questo aspetto, il ruolo della Colonia Pavese sembra decisivo per lo sviluppo commerciale di Torbole.

Naturalmente, non si tratta di mettere a disposizione una parte di questo straordinario edificio per generiche attività commerciali, riducendolo ad una sorta di piccolo centro commerciale.

Dovrebbero esservi previsti solo servizi commerciali di medie dimensioni (non insediabili nel centro storico, quindi) che abbiano una funzione complementare con le attività del centro storico (incluse quelle commerciali) e una forte relazione con le funzioni presenti nella fascia lungolago, ed in particolare con le attività sportive.

### **7.7. SICUREZZA**

Con riferimento alla sicurezza vi è da sottolineare come al giorno d'oggi essa sia determinata da una serie notevole di variabili, la prima delle quali è costituita dal rapporto di positiva interazione tra cittadini ed Istituzioni.

Infatti l'idea attuale di sicurezza è costituita anche e soprattutto da iniziative che rendono più fruibili i relativi servizi al cittadino, più agevole ed umano il rapporto con chi opera nel campo della sicurezza (Polizia, Carabinieri, Vigili Urbani, Vigiliantes), che fanno sorgere una maggiore fiducia nei cittadini e fanno accrescere la percezione di sicurezza. Tali problematiche sono state motivo di recenti interventi del Ministero degli Interni che hanno condotto ad un Piano di Controllo del Territo-

rio, ormai operativo in tutte le province italiane il cui obiettivo cardine è il perseguimento della maggiore integrazione possibile tra Forze di Polizia a competenza generale con le attività delle Polizie locali, in una nuova ottica di controllo del territorio.

Ecco quindi nascere la cosiddetta Polizia di prossimità ovvero il Poliziotto, il Carabiniere o Vigile Urbano di zona, il proliferare di sistemi di videosorveglianza nelle zone ritenute più a rischio sotto il profilo criminale. Tutte azioni queste che, connesse con i tradizionali strumenti di controllo, mirano a prevenire l'aumento dei reati contro il patrimonio da parte della cosiddetta criminalità diffusa che incide con i cosiddetti reati predatori direttamente sui beni personali dei cittadini e/o delle imprese private e pubbliche.

La filosofia della prevenzione prevede il rilancio di un rinnovato rapporto polizia-territorio-cittadino, inteso come maggiore sicurezza, effettiva e percepita, e come incremento di fiducia dei cittadini nei confronti delle forze di polizia.

Si evidenzia che nel 2002 è stata approvata (deliberazione n.2553; Provincia Autonoma di Trento) una convenzione col centro interdipartimentale Transcrime, che disciplina contenuti e modalità della necessaria collaborazione con l'Università.

Con questa iniziativa la Provincia Autonoma di Trento si impegna ad introdurre politiche ed interventi in materia di sicurezza mirati a tutto il territorio trentino, coinvolgendo tutti gli attori della sicurezza attivi sul territorio.

Transcrime ha funzione di supporto progettuale ed organizzativo allo sviluppo di questo sistema.

Il Sistema integrato di sicurezza in Trentino vuole accrescere i livelli di sicurezza della popolazione, migliorando i livelli di coordinamento tra tutti i soggetti che operano nel settore, anche attraverso una maggiore efficacia ed efficienza delle politiche di prevenzione.

Per queste finalità è stata istituita con deliberazione n.1376 di data 13 giugno 2003 la Conferenza provinciale per la attuazione di politiche integrate per la sicurezza nella quale vengono discussi i problemi, individuate le possibili risposte e stabilite le priorità di intervento nel settore della sicurezza.

Con delibera di Giunta Provinciale n.754 di data 2 aprile 2004 è seguita poi la costituzione di un gruppo interdipartimentale del sistema integrato di sicurezza, per garantire il necessario coordinamento delle azioni intraprese a sostegno delle politiche in materia di sicurezza. Il suo compito è quello di predisporre dei concreti piani di lavoro in attuazione agli indirizzi espressi dalla "Conferenza provinciale per l'attuazione di politiche integrate di sicurezza" ed in armonia con l'atto esecutivo relativo alla convenzione stipulata tra Provincia e Transcrime – Università degli Studi

di Trento.

Con riferimento al Progetto Sicurezza del Territorio della P.A.T. si rileva che, da una parte Polizia e carabinieri operano già insieme sul territorio comprensoriale, dall'altra l'Amministrazione di Nago-Torbole sta portando avanti, assieme agli altri comuni del Comprensorio C9, un'iniziativa che prevede l'assunzione del cosiddetto **"terzo comandante"**, con compiti di **coordinamento ed indirizzo dei vari corpi di Polizia municipale esistenti sul territorio**.

L'esercizio in forma associata delle funzioni relative alla polizia municipale rappresenta una valida soluzione, volta al miglioramento della sicurezza e delle condizioni di vita dei cittadini.

Il piano di riorganizzazione dei corpi di polizia municipale porterà alla costituzione di un soggetto unico sull'intero territorio comprensoriale.

Il progetto richiede la disponibilità di personale specializzato, organizzato in un ufficio intercomunale, per rispondere con capacità e immediatezza operativa sia alle esigenze delle comunità locali e dei cittadini che alle richieste dei sindaci.

Esso è volto quindi ad assicurare una migliore qualità e gestione uniforme sul territorio del servizio, nonché un sensibile contenimento dei costi di gestione, che deriverà dal passaggio dai quattro attuali corpi municipali ad un'unica forza in grado di agire in tutta la "Busa".

Sono una quarantina i vigili urbani attualmente in servizio nei principali centri dell'Alto Garda: Riva, Arco, Nago-Torbole e Dro; quelli di Torbole hanno ovvia competenza anche su Nago.

Per realizzare il progetto, tutti i comuni dell'Alto Garda andranno ad approvare un'apposita convenzione, che segnerà il passaggio alla fase operativa e quindi all'individuazione del responsabile alla guida del nuovo corpo di polizia sovracomunale.

La scelta del comandante spetterà ai sindaci di Arco e Riva e al presidente del Comprensorio C9, dopo aver consultato gli altri sindaci.

Il progetto prevederà anche il potenziamento del corpo, attraverso la dotazione di nuove tecnologie.

## 7.8. CONCLUSIONI

Per il rilancio commerciale dei centri storici di Nago e Torbole si dovrebbero predi-

sporre due scenari diversi, all'interno di una strategia complessiva volta a soddisfare la domanda determinata dalle presenze turistiche in un ambito vasto.

In generale, i punti comuni di questa strategia sono:

- la concentrazione delle attività di vendita e la loro organizzazione in **organici percorsi commerciali**;
- lo stretto rapporto con lo spazio urbano del **centro storico** inteso come **“cornice” qualificante l'attività commerciale**;
- **adeguati collegamenti con i parcheggi** (esistenti e di progetto) e con la **mobilità pedonale e ciclabile**.
- la **specializzazione dell'offerta in relazione alle peculiarità del territorio**.

Nel centro storico di Nago questa strategia dovrebbe concentrarsi sulla riapertura degli esercizi chiusi, su una vocazione commerciale unitaria, sul miglioramento della visibilità della offerta rispetto ai transiti turistici e sull'integrazione con gli altri elementi di attrazione, da Castel Penede alla ristorazione.

Nel centro storico di Torbole si tratta invece di cercare nuovi sbocchi e nuove opportunità, allungando i percorsi commerciali verso sud e creando una nuova importante **“cerniera commerciale”** verso il lungolago ad ovest attraverso il **recupero della Colonia Pavese**, sia (in parte) come contenitore di specifiche attività commerciali, sia come sistema di percorsi e di spazi aperti.

### 7.8.1. ATTUAZIONE

#### **Obiettivi**

- Rivitalizzare la parte centrale della “strada vecchia” di Nago.
- Rendere il centro storico di Nago più attraente sul piano commerciale concentrando, specializzando e tipicizzando l'offerta.
- Rendere il centro storico di Torbole un punto di riferimento nel contesto comunale e sovracomunale.
- Attivare commercialmente una parte più ampia del centro storico di Torbole puntando ad estendere i percorsi commerciali.
- Aumentare l'integrazione tra le varie attività commerciali e quelle turistiche e sportive.
- Qualificare il percorso all'interno del centro storico sotto il profilo dello spazio urbano, dell'architettura, dell'arredo.



### ***Benefici***

- Sviluppo delle attività commerciali e benefici indotti sul resto del sistema economico locale (sport e turismo).
- Rivalutazione del patrimonio edilizio esistente e del valore globale di Nago e di Torbole, anche attraverso le sinergie con le altre attività economiche.
- Recupero di edifici (e di aree) dismessi o sottoutilizzati.
- Riqualificazione estetica e funzionale degli spazi pubblici.

### ***Attori coinvolti***

- Amministrazione comunale e partecipate pubbliche.
- Associazioni imprenditoriali e di categoria.
- Cittadini in forma singola o associata.
- Istituti di credito, proprietà immobiliari, investitori.

### ***Fasi e tempi***

- Concertazione attorno ai singoli temi progettuali (avviata)
- Valutazione ipotesi di miglioramento dell'arredo urbano (3 mesi da patto).
- Valutazione ipotesi di collegamento tra centro storico di Torbole e fascia lungolago (9 mesi da patto).
- Valutazione ipotesi di organizzazione degli spazi commerciali della Colonia Pavese (9 mesi da patto).
- Progettazione eventuali piani attuativi convenzionati (15 mesi da patto).

### ***Costi***

- Da definire in base alle progettualità concertate.

## PARTE 8

### SINTESI E PROGETTUALITA' CONCERTATE PER UNO SVILUPPO INTEGRATO DEL CENTRO STORICO DI NAGO-TORBOLE

#### 8.1. SINTESI

In questa Parte del Report sono presentati ed illustrati i progetti per il rilancio del centro storico di Nago-Torbole, e ciò dopo una breve fase di sintesi generale.

I progetti scaturenti si fondano su linee di azione in grado di valorizzare gli ambiti centrali dei centri urbani di Nago e di Torbole e tendono:

- alla classificazione del centro storico e delle aree interagenti quale **“Centro Commerciale Naturale”**;
- all'avvio di misure per l'individuazione di un apposito **Soggetto gestore**, con la finalità di curare la gestione, il costante rinnovamento, la promozione del centro commerciale naturale, ma anche di Nago-Torbole nel suo complesso;
- alla riorganizzazione e riqualificazione della rete degli esercizi tradizionali puntando, pregiudizialmente, alla individuazione ed alla costituzione di **àncore e attrattori** in aree baricentriche, capaci di veicolare continuativamente su Nago-Torbole importanti presenze. Va creata una importante **“cerniera commerciale”** verso il lungolago ad ovest col **recupero della Colonia Pavese**;
- alla concentrazione delle attività di vendita e la loro organizzazione in **organici percorsi commerciali**;
- allo stretto rapporto con lo spazio urbano del centro storico inteso come “cornice” qualificante l'attività commerciale;
- ad adeguati collegamenti con i parcheggi (esistenti e di progetto) e con la mobilità pedonale e ciclabile;
- alla **specializzazione dell'offerta in relazione alle peculiarità del territorio**.

Le progettualità definite sono la diretta conseguenza della fase di analisi allargata. In particolare si è operato attraverso contatti con **opinion leaders**, per la raccolta di informazioni qualitative da parte di soggetti rappresentativi delle componenti socio-economiche del contesto locale. Importante anche la fase degli incontri col **Tavolo di concertazione**, formato da soggetti rappresentativi della realtà locale, per affinare e raccogliere ulteriori informazioni.

Si riportano le risultanze di sintesi scaturenti dall'indagine condotta.

Si è ritenuto di operare una riaggregazione per talune aree di indagine, al fine di una immediata visualizzazione e semplice lettura.

#### RESIDENZIALITA'



### Analisi

La popolazione del comune è in crescita, pur ad un ritmo meno elevato di quello registrato a livello di comprensorio.  
A fronte di una popolazione complessiva 2006 di 2.563 unità, i residenti in centro storico sono la metà (38% a Nago, con centro storico più "importante"; 12% a Torbole).



### Criticità

Fattori che contrastano con la residenzialità in centro storico sono lo sviluppo del terziario pubblico e privato e difficoltà logistiche (accessibilità e sosta).  
La funzione alloggiativa nel centro di Torbole è in parte contenuta.



### Proposte

Incentivare la residenzialità in centro storico, considerando prioritaria la soluzione dei problemi di traffico e di parcheggio, in primis a favore dei residenti.  
Vanno studiate misure atte a migliorare la situazione di pedonalità del centro di Nago (privo di una vera piazza) ma anche di Torbole, fino a quando non verranno realizzati gli interventi di deviazione del traffico e messa in sicurezza dei pedoni.  
Va studiato un sistema di mobilità efficiente, cercando di "liberare" Torbole dal traffico, soprattutto quello pesante.  
Vanno previsti parcheggi di attestamento vicini alle aree centrali e percorsi pedonali sicuri e non faticosi.  
Vanno studiate misure per valorizzare il tessuto urbano, preservando gli elementi degli accessi ai negozi originari.  
Per rendere Nago-Torbole paese più vissuto, va favorito il recupero dei piani terra degli edifici del centro storico.  
A Nago va recuperata il percorso lungo la "strada vecchia", per raggiungere Castel Penede.  
Promuovere, mantenere e potenziare specie nei centri iniziative di animazione, ricreative, culturali, di socializzazione.

## COMMERCIO AL DETTAGLIO



### Analisi

L'offerta commerciale di Nago-Torbole è abbastanza ampia, con 85 attività sviluppate su 4.396 mq..  
La parcellizzazione è spinta (52 mq. per esercizio) in raffronto con altre realtà (112 mq dell'ambito D, 111 mq a livello provinciale).  
La densità di numero punti vendita per residenti è doppia rispetto a quella media provinciale (33 esercizi ogni 1.000 abitanti contro 16). Se espressa come superfici di vendita sempre in rapporto ai residenti è più contenuta, in linea coi valori medi provinciali (1.890 mq/1.000 abitanti contro 1.830 mq.).  
Con specifico riferimento all'area di centro storico, si contano 49 attività commerciali (il 58% del totale) per 2.435 mq di estensione (il 55% del totale): 11 a Nago (22% del numero totale e 21% delle superfici complessive) e 38 a Torbole (78% del numero e 79% delle superfici).  
La parcellizzazione delle superfici è più marcata nelle aree centrali: rispettivamente 46 mq. per esercizio a Nago e 51 mq. a Torbole.  
La densità di esercizi rispetto ai residenti è di rilievo a Torbole (124 esercizi per 1000 abitanti), inferiore a Nago (11 per 1000 abitanti).  
Anche la densità in termini di aree espositive è nelle aree centrali di Torbole significativa, con 6.292 mq per 1000 abitanti. Resta modesta a Nago: 513 mq per 1000 abitanti.  
Le attività in centro storico: a Nago una in via De Bonetti e via Forni, 2 in via Orti e via Sighele, 5 in via S. Vigilio. A Torbole: una presso p.zza Benacense, 2 in via Fitta e via Segantini, 4 in p.zza Alpini, 5 presso Lungolago Verona, 7 in p.zza Vittorio Veneto, 8 in via Benaco, 9 in via Matteotti.

Merceologicamente nel comune gli esercizi alimentari rappresentano il 20% del totale numero esercizi ma meno della metà in termini di superfici (9%). Quelli misti contano rispettivamente il 14% ed il 20%. I non alimentari rivestono importanza maggiore, sia per numero (66%) che per superfici (71% del totale). Limitatamente al centro storico, si rileva che la suddivisione per comparto merceologico ricalca a Torbole quella vista a livello comunale, con incidenza del non alimentare più marcata (79% del numero e 88% delle superfici). Per l'alimentare abbiamo incidenze del 18% nel numero e del 10% nelle superfici. Per il misto: 3% nel numero e 2% nelle superfici. Differente la ripartizione a Nago, dove l'alimentare pesa –rispettivamente- per il 18% e il 14%, il misto per il 37% e il 45%, il non alimentare per il 45% ed il 41%.

L'analisi per fascia dimensionale rileva la presenza a Nago-Torbole di 77 esercizi di vicinato (il 91% del numero ma "solo" il 73% delle superfici complessive comunali) rispetto ad un sottotale di 85. Assenti le strutture del grande dettaglio. Per differenza, 8 le medie strutture, che incidono per il 9% nel numero e per il 27% come aree vendita.

L'analisi circoscritta al centro storico conferma quanto rilevato a livello comunale in termini numerici, mentre suggerisce un peso maggiore del vicinato come superfici.

Sono presenti taluni contenitori che si presterebbero ad ospitare attività legate al commercio.



### Criticità

Il numero di attività in centro storico è rilevante ma il comparto registra diverse chiusure/subingressi.

La vicinanza e l'influsso di vicini complessi e punti di attrazione commerciale, in particolare ad Arco e Rovereto (a breve a Mori), pesano negativamente sul settore commerciale tradizionale.

L'offerta di Nago-Torbole risulta relativamente "moderna", ma non presenta particolari realtà in grado di svolgere il ruolo di attrattori se valutate a se stanti.

Risulta penalizzante il lay out dell'offerta, con problemi di traffico e distanza fra un negozio e l'altro che costringono la gente a continui spostamenti spesso disagiati. Si rileva anche la presenza di vuoti commerciali lungo i percorsi potenzialmente a maggior transito pedonale (es. presso Colonia Pavese). Conseguentemente, si riscontra una considerevole frammentazione dell'offerta.

Assenti le botteghe tipiche e della tradizione storica.

L'offerta commerciale non va valutata a sé stante: non è sufficiente attivare negozi se non si prevede un adeguato "contorno", che attiri la gente in misura continuativa e sistemica.

Si sono ravvisate alcune carenze in termini di merceologie e assenza di negozi specializzati in alcuni specifici settori.

I commercianti delle aree centrali non operano come un "unicum" e non manifestano un "comune sentire".

Le attività presenti non sono percepibili come "centro commerciale naturale".

Le competenze professionali degli operatori sono ritenute in parte "da aggiornare" (aspetti legati all'accoglienza, alla conoscenza delle lingue straniere, etc.).

E' contenuta la voglia di intraprendere: gli operatori percepiscono l'investimento in aree centrali complesso, tale da non garantire ritorni economici accettabili. Ciò porta ad immobilismo.



### Proposte

Si propone, per Nago, di rivitalizzare il suo centro storico con valorizzazione della parte centrale della "strada vecchia", tramite caratterizzazione di una offerta commerciale specifica che, ad esempio, punti su prodotti gastronomici e tipici dell'area Baldo-Garda e sull'artigianato lo-

cale. Ipotesi è di addivenire ad una sorta di "via delle tradizioni e dei sapori".

Sviluppare in connessione il percorso per raggiungere Castel Penede lungo la "strada vecchia".

Procedere alla realizzazione dei previsti parcheggi con loro opportuna segnalazione. Importante collegare tali spazi urbani centrali col luogo che in futuro sarà adibito a manifestazioni ed iniziative per i turisti.

Verificare l'ipotesi di un collegamento Nago-Torbole tramite un ascensore a cremagliera.

Per Torbole si propone di favorire la riqualificazione delle aree centrali, cercando di estendere la zona commercialmente più attiva del centro storico, incanalando gli utenti lungo via Segantini e fino a piazza Alpini. Importante perseguire il potenziamento commerciale di piazza Alpini, anche in rapporto al parcheggio a sud di Sant'Andrea. Piazza Alpini dovrebbe diventare il punto di partenza per chi proviene da sud ed il "giro di boa" per quanti provengono da ovest.

L'ex Colonia Pavese dovrebbe diventare elemento fondamentale di collegamento tra il centro storico e la fascia lungolago, area strategica per un rilancio globale di Torbole.

Un potente "attrattore" quale Colonia Pavese, porterebbe a fidelizzare e incoraggiare i flussi turistici potenziali, ma non solo.

Va agevolato l'insediamento di attività commerciali in centro, ove si registrano vetrine vuote e mai più riaperte.

Nago-Torbole ha una forte connotazione legata allo sport da una parte, ma anche alla enogastronomia: potrebbe risultare "in sintonia" col presente progetto l'ampliamento degli spazi per l'esposizione e la commercializzazione delle attrezzature sportive e l'attivazione di attività che trattano i prodotti tipici del territorio.

Vanno studiate misure per agevolare il ricambio generazionale e realizzati interventi formativi continui per gli operatori, stimolando l'incremento della professionalità.

Va creato lo "spirito di gruppo", superando gli individualismi, promuovendo un "comune sentire", una comunanza di intenti fra gli operatori.

Si deve superare la standardizzazione dell'offerta, orientandosi su specializzazione e livello di servizio, sulla tematizzazione (trattazione particolare di prodotti del territorio), per orientare gli acquisti.

Va incentivato e stimolato ammodernamento e potenziamento delle attività, aiutando l'imprenditore che rinnova la propria azienda, con interventi contributivi, agevolazioni e deroghe (es.: contributi provinciali sulla L.P.6/99 e L.P.17/93; esenzione comunale I.C.I. e occupazione suolo pubblico; deroghe amministrative e urbanistiche) o interventi di privati, in primo luogo di sponsor tecnici e banche (es.: fondi di rotazione, mutui agevolati, ...).

Va favorita la nascita di nuove imprese, incentivando nuovi insediamenti e operando per ridurre vincoli e lacci burocratici e amministrativi alla attivazione o al semplice ampliamento.

Va operato uno studio e la realizzazione di materiali promo - pubblicitari per il centro commerciale naturale di Nago-Torbole, con veicolazione degli stessi durante le principali manifestazioni.

Va studiato un progetto per la valorizzazione e comunicazione delle attività presenti, siano esse "storiche" o della tradizione o ancora "attuali", realizzando una segnaletica di informazione dei "percorsi" commerciali e, ad esempio, realizzando una mappa che indichi il posizionamento delle attività per settore, anche con apposite legende a colori da ritrovare nella cartellonistica sul territorio.

Va mantenuto in vita il Tavolo della concertazione e vanno intensificati i rapporti e le collaborazioni con le Associazioni, gli Enti e gli organismi pubblici e privati interessati al Progetto per individuare, comunicare e

gestire insieme il “centro commerciale a cielo aperto” di Nago-Torbole. Va individuato un unico soggetto gestore, strutturato, che unisca gli sforzi dei commercianti e degli altri operatori economici, ma anche di soggetti dell'associazionismo e di tutti coloro attivi sul territorio. Va incentivato il prolungamento della illuminazione serale delle vetrine, anche a fini di sicurezza. Va realizzato un progetto per la valorizzazione e la comunicazione di attività storiche e tipiche, con appropriate contribuzioni ed agevolazioni, che più in generale incentivino anche la costituzione (ripristino) e lo stesso mantenimento di fronti commerciali di pregio.

## AMBULANTATO



### Analisi

Presenti tre mercati di servizio, di dimensione limitata. Due mercati a Torbole, presso via Al Cor e sul viale d'accesso a Colonia Pavese, di 10 e 2 posteggi. Un mercato è a Nago, via Piazzola, 2 posteggi. Con riferimento al mercato di Torbole, è in corso di sperimentazione il suo trasferimento presso l'ex parcheggio della Colonia Pavese, con 10 banchi, elevabile a 20. Presente un mercato specializzato, sperimentale, stagionale, rivolto al target turistico, località Sega a Torbole. Vendita di prodotti artigianali. Si rileva una importante fiera annuale a luglio, con 100 posteggi. Sviluppo nelle vie cittadine di Torbole. La materia del commercio su aree pubbliche è stata puntualmente normata (deliberazione Consiglio comunale n.52 dd. 10.12.2002 e successiva modifica al 28.04.2005). Chiara consapevolezza riguardo l'importanza di coinvolgere il commercio ambulante nell'ottica di qualificazione del centro storico / centro commerciale naturale di Nago-Torbole.



### Criticità

I mercati sono ancora contenuti, con pochi banchi, non in grado di esercitare considerevole attrattività. È sentita da una parte della popolazione l'esigenza di ampliarli; si ritiene tuttavia che il turista fruisca poco del mercato e quindi non sia plausibile un suo effettivo allargamento. L'attività mercatale non è allo stato messa adeguatamente “in sistema” con le altre attività, economiche e non, di Nago-Torbole.



### Proposte

Si ritiene positiva la sperimentazione relativa al trasferimento del mercato presso il parcheggio Colonia Pavese. Va valutata la possibilità di un suo mantenimento nella nuova area e di un incremento progressivo, per accrescere il potenziale di attrazione verso il pubblico. Considerare la possibilità d'incrementare la frequenza dell'attività mercatale. Valutare l'opportunità di ospitare talune attività mercatali all'interno della stessa Colonia Pavese, in ambienti coperti e di pregio. Verificare la possibilità di istituire un servizio (es.: navetta) che il giorno di mercato colleghi i centri di Torbole e di Nago con Colonia Pavese, per consentire a fasce anche anziane della popolazione di visitare il mercato agevolmente. Valutare l'opportunità di pensare e utilizzare l'attività mercatale come motore e punto di forza da spendere per lo sviluppo armonico del centro storico, ma non solo, di Nago-Torbole.

## PUBBLICI ESERCIZI



### Analisi

I pubblici esercizi (bar, ristoranti e pizzerie) censiti nell'intero ambito comunale sono 64, 14 a Nago e 50 a Torbole. 20 ricadono nell'area di centro storico (il 31%). Nel dettaglio 2 a Nago, e 18 a Torbole.

Delle 64 attività di somministrazione totali, 30 sono annesse a struttura ricettiva alberghiera, una quota consistente del 47%.

Solo il 36% delle attività è a carattere annuale; per differenza, il 64% è di tipo stagionale (marzo-ottobre).

La programmazione delle attività di somministrazione è stata regolamentata con deliberazione del Consiglio Comunale 20/04, che ha mantenuto le distanze minime (centro storico 40 mt, fuori 70 mt.).



### Criticità

Alcuni pubblici esercizi sono ubicati lungo assi viari e condizionati dalla presenza di un intenso traffico leggero e pesante. Ne derivano rischi connessi all'incolumità dei fruitori stessi dei locali.

L'offerta dei pubblici esercizi in centro storico è contenuta, specie per Nago.

Le aperture a carattere annuale sono limitate.



### Proposte

Incentivare, con deroghe urbanistiche, esenzione ICI, riduzione tassa di occupazione suolo pubblico, ma anche con fondi di rotazione, attivazione e ammodernamento di esercizi qualificati di ristorazione, di somministrazione e più in generale di locali tipici nelle aree centrali.

Prevedere incentivi per spingere a migliorare gli spazi esterni e armonizzare i plateatici, alcuni di scarsa immagine.

Ideare serate "a tema" (es.: caffè concerto, degustazioni, etc.), con aperture concertate fra gli esercizi, ma anche coi negozi, al fine di creare un "percorso" fra le diverse attività.

Dotare il centro storico di una rete wireless e sensibilizzare i pubblici esercizi per mettere a disposizione dei clienti il servizio internet.

## RICETTIVITA'



### Analisi

Il comparto ricettivo di Nago-Torbole conta 50 strutture alberghiere: 9 in centro storico (2 a Nago e 7 a Torbole), 41 nel resto del comune.

Oltre la metà delle strutture alberghiere appartengono alla categoria 3 stelle (54%); seguono quelle a 2 stelle (24%) e a quattro stelle (12%). Gli esercizi ad una stella rappresentano il 10%. Con riferimento alla distribuzione dei posti letto (in tutto 3.044), si osserva un leggero aumento del peso per la categoria 3 stelle (56%), quasi il raddoppio per i 4 stelle (23%), una conseguente diminuzione per gli esercizi di bassa categoria (rispettivamente 16% di posti letto per i 2 stelle e 5% per gli alberghi ad una stella).

L'analisi del comparto extralberghiero rileva 25 esercizi complementari con 1.573 letti totali, 169 alloggi privati con 739 letti e 145 seconde case con 626 letti.

Dal 2000 al 2006, le presenze turistiche del comune segnano una crescita nell'alberghiero (+2,57%), una stagnazione negli esercizi complementari, un significativo incremento negli alloggi privati (+14,39%), un calo nelle seconde case (-7%). Rispetto all'ambito più allargato (Garda Trentino), Nago-Torbole registra dinamiche in parziale contrapposizione: performance migliori per comparto alberghiero e alloggi privati, peggiori negli altri due casi.

Al 2006 le presenze totali a Nago-Torbole per tipologia ricettiva risultano così distribuite: alberghi 57%, esercizi complementari 31%, seconde case 10%, alloggi privati 2%.

Il soggiorno medio dei turisti nel comune è di 3,67 giorni in albergo, 5,49 giorni presso esercizi complementari, 5,88 giorni presso alloggi



privati, 5,95 nelle seconde case, valori quasi sempre inferiori sia ai dati medi rilevati per il Garda Trentino che a livello provinciale.



### **Criticità**

Nago-Torbole presenta una limitata ricettività alberghiera di fascia alta (4 stelle e oltre). Assenti le strutture 4s e 5 stelle.  
Arrivi e presenze alberghiere registrano una crescita 2000/06 inferiore a quella dell'ambito Garda Trentino. Netamente inferiore la sua performance anche per gli esercizi complementari e le seconde case.  
Il soggiorno medio è breve: evidenzia la preponderanza di tipologie di turisti "mordi&fuggi".  
Limitata l'offerta ricettiva nelle aree centrali.  
Perfettibile la politica dell'offerta, anche in termini di misure di accoglienza e di "sensibilità" verso l'Ospite.  
Assenti le strutture tarate sulle esigenze di alcuni segmenti turistici tipici della località (es. bicigrill a favore di chi pratica mountain bike).



### **Proposte**

Per qualificare il centro storico di Nago-Torbole e aree interagenti bisogna riflettere su un territorio ampio, che comprenda i punti di attrazione presenti nell'intero comune ma anche le potenzialità dell'area del Baldo e del Garda (attrattive: Forti di Nago, Abisso di Val del Parol, Riserva Naturale Bès-Cornapiana, strutture sportive varie, Forte Alto, Baldo Giardino d'Europa per le varietà floreali, Strada del Vino e dei Sapori dal Lago di Garda alle Dolomiti di Brenta, pista ciclabile, itinerario per rampichino, e così via).  
Affiancare l'attività agricola con quella di ristoro e accoglienza.  
Predisporre una segnaletica, anche per valorizzare gli elementi storico naturalistici del territorio.  
Ideare una proposta forte da veicolare nei circuiti turistici (legata ad es. a Colonia Pavese quale polo multifunzionale od alla vocazione enogastronomica di Nago).  
Agevolare la realizzazione di nuove strutture ricettive, anche "leggere" (B&B, garnì, etc.), anche presso Colonia Pavese, eventualmente operando delle modifiche nelle destinazioni d'uso.  
Cercare di meglio penetrare il target del turismo enogastronomico, mettendo in rete le importanti e già ricordate peculiarità locali, così come di quello legato alla pratica sportiva (mountain bike, free climbing, vela, etc.).  
Verificare la possibilità di attrezzare parte delle strutture ricettive o di prevederne di nuove anche sulla base delle esigenze del sempre più importante target dei cicloturisti, per intercettare un segmento sempre più rilevante come numeri e presente lungo la pista ciclabile del Garda.  
Prevedere un Punto informativo con assistenza ai cicloturisti.  
Tenere sempre presente che è importante offrire ai diversi ospiti la sistemazione effettivamente ricercata e un panel d'offerta e servizi adeguatamente strutturato, idoneo a soddisfare esigenze molteplici (sport, divertimento, ambiente, cultura).  
Va operata una gestione maggiormente oculata di spazi e strutture a favore del turista, anche valutando la possibilità di riuso di aree e contenitori per offrire servizi oggi limitati, integrativi rispetto alla mera ricettività (es.: luoghi di incontro e per eventi "stabili", somministrazione in particolari ambientazioni, etc.).  
La commercializzazione del prodotto turistico Nago-Torbole dovrà avvenire in collaborazione fra tutte le realtà locali, per presentare un'offerta unica e integrata (cultura, ristorazione, specificità, sport, divertimento, accoglienza, negozi, etc.).

## **ARTIGIANATO**





### Analisi e criticità



Limitato l'artigianato e dunque la sua influenza sull'economia locale. Preponderante l'artigianato produttivo, non di peculiare rilievo ai fini dell'incremento dell'attrattività del territorio.

Dall'esame operato sulle attività artigianali di tipo artistico, risultano essere presenti solo alcune attività, non in grado di svolgere funzione attrattiva e risultare autonomo volano per lo sviluppo dell'area.

Non esiste un artigianato "della tradizione", che possa attrarre attenzione, né esiste un progetto di valorizzazione delle attività artigianali storiche e/o artistiche (laboratori, botteghe, etc.) ed un progetto per il recupero delle attività artigiane ancora esistenti.



### Proposte

Prevedere, per un rilancio delle aree centrali, incentivazione e attivazione di una serie di attività artigianali "tradizionali". La via centrale di Nago potrebbe diventare luogo idoneo per ospitare botteghe artigiane, con una sorta di "percorso dei mestieri".

Vanno pensate misure per favorire, oltre all'insediamento di attività artigianali storiche, la stessa rinascita di scuole e laboratori.

Vanno favorite e promosse esposizioni artigianali in concomitanza con altre manifestazioni ed eventi, con effetto sinergico e possibilità di veicolazione congiunta della proposta nei circuiti turistici.

## SERVIZI, ASSOCIAZIONISMO, EVENTI



### Analisi

Molti i servizi pubblici e privati presenti a Nago-Torbole: scuole rafting, canoa, kajak, windsurf; servizio medico e farmacia; servizio di taxi e autonoleggio; banca; biblioteca; sale multiuso; posto per manifestazioni – Colonia Pavese.

27 le strutture e attrezzature sportive di Nago-Torbole relative alle pratiche sportive di arrampicata, bocce, calcio, canyoning/torrentismo, mountain bike, fitness, pallavolo/beach volley, percorsi vita, pattinaggio a rotelle/rollerblade, minigolf, escursionismo/trekking, vela/windsurf, tennis.

Consistente il numero di associazioni presenti, 14 di tipo culturale (7 a Nago, 7 a Torbole) e 12 di tipo sportivo (5 a Nago e 7 a Torbole).

Numerosi gli eventi, coordinati e promossi in particolare da A.P.T. Garda Trentino, Amministrazione Nago-Torbole (Assessorato alla Cultura e allo Sport), Comitato Manifestazioni Nago-Torbole, costituito da volontari di entrambi i centri. Esiste un calendario, redatto in collaborazione con Ingarda e gli operatori, tiratura 25.000 copie. Presenza sul sito web del Comune.



### Criticità

Si rileva una non piena collaborazione tra operatori, associazioni ed organismi locali.

Si rileva la presenza di una componente volontaristica, ammirevole ma che porta ad una frenata adesione e condivisione.

Gli eventi sono per lo più concentrati nei mesi di luglio/settembre.



### Proposte

Più che creare nuove iniziative ed eventi, pare importante armonizzare e comunicare al meglio quelli esistenti, evitando inefficienze nella comunicazione ed accavallamenti nella gestione.

Va prevista una apposita segnaletica degli eventi, che consenta all'ospite di visualizzare con immediatezza date, tempi, luoghi di svolgimento.

Va operata una indagine per capire quali sono le effettive esigenze di consumo "sportivo" e "culturale" di residenti ed ospiti, per vedere come le stesse sono soddisfatte ed individuare eventuali "scoperture".

Va pensata una serie di eventi "fissi" posizionati lungo l'intero anno, anche indirizzati al target dei giovani, in modo da rendere interessante

e vivibile l'area per un periodo prolungato ("destagionalizzazione").  
Va valutata la possibilità di mantenere in capo ad una unica organizzazione la gestione e promozione di eventi/manifestazioni.  
Si potrebbe creare attrazione prevedendo dei "circuiti" (es.: via dei sapori e dell'artigianato a Nago, punto di arrivo delle ciclabili presso Colonia Pavese, etc..).  
Realizzare idonei spazi multifunzionali, destinati anche ad attività di intrattenimento, svago e socializzazione, con particolare attenzione alla area Colonia Pavese a Torbole ed a quella presso il nuovo parcheggio di via Sighele a Nago.

## VISUAL MERCHANDISING URBANO, URBANISTICA E VIVIBILITA'



### Analisi e criticità



A Nago si rilevano problemi di visibilità e scarsa caratterizzazione dell'offerta che limitano l'attrattività del centro. Strategico il parcheggio in via De Bonetti, considerate la sua visibilità e la vicinanza alla SS 240; troppo limitata tuttavia la sua capienza. Più consoni allo sviluppo commerciale il parcheggio previsto in via Sighele, integrato con una struttura per manifestazioni turistiche.

Nago non ha una vera piazza, né delle porte di accesso.

I percorsi commerciali s'identificano con la parte centrale della "strada vecchia", nel tratto in cui via San Vigilio si unisce a via De Bonetti. Numerosi gli esercizi abbandonati in via De Bonetti e in via San Vigilio; presenti quindi spazi commerciali disponibili, tuttavia di vicinato.

Il centro storico di Nago offre uno spazio urbano complessivamente ben conservato, ma dai confini scarsamente definiti: l'insediamento tende a disperdersi verso la campagna seguendo varie direttrici.

La pavimentazione recentemente rifatta contribuisce a collegare e arredare lo spazio pubblico, ma solo in pochi tratti si ha la sensazione di essere "dentro" il paese. Si notano elementi architettonici di pregio. In dissonanza gli accessi e le vetrine di alcuni negozi.

A Torbole i rapporti tra il centro storico e le infrastrutture per la mobilità sono problematici: l'intenso traffico da e per il Veneto è il principale ostacolo allo sviluppo economico dell'abitato.

Permane anche in previsione della realizzazione by-pass il problema parcheggi, ove oggi il più utilizzabile a fini commerciali è sul Lungolago Verona, a sud di piazza degli Alpini. Incentivando l'uso dei parcheggi a sud dell'abitato per esigenze commerciali si rischia di vanificare parte dei benefici attesi dal by-pass, costringendo gli utenti ad attraversare l'abitato sia all'andata che al ritorno.

Attualmente, il percorso che congiunge il lungolago a via Benaco attraverso Colonia Pavese presenta scarsa attrattività e interesse per chi vi transita.

Torbole ha un sistema di piazze articolato e interessante: piazza Vittorio Veneto ("cuore" del centro storico), piazza Benacense (l'antica "porta d'acqua"), piazza Alpini (sorta di "porta meridionale").

L'attuale via Lungolago è un elemento estraneo alla struttura urbana del centro storico: lo divide fisicamente e funzionalmente in due parti che stentano a dialogare, anche per il traffico che vi scorre.

Colonia Pavese si distingue all'interno del tessuto urbano, caposaldo del paesaggio e del sistema insediativo: il suo ruolo rispetto al resto della struttura urbana può essere strategico.

Le presenze commerciali a Torbole si concentrano ai lati della SS 249 (via Matteotti e Lungolago Verona), dove la visibilità è massima e in piazza Vittorio Veneto, principale spazio pubblico del centro.

Altro percorso commerciale è quello che unisce piazza Vittorio Veneto e piazza Alpini passando per via Segantini: ambiente più gradevole e sicuro ma meno rilevante commercialmente, a eccezione di piazza Vit-

torio Veneto.

Torbole possiede scorci notevolissimi, tra cui il porto, le piazze Benacense e Vittorio Veneto. Allontanandosi da queste, si nota un progressivo degrado delle strutture edilizie.

La difficoltà di reperire spazi commerciali rilevanti dal punto di vista dimensionale nel centro storico e nelle immediate vicinanze inibisce lo sviluppo commerciale e costringe gli esercizi a trasferirsi in posizioni più periferiche, abbandonando le localizzazioni più pregiate e danneggiando la compattezza della rete commerciale.



### **Proposte**

Per la riqualificazione dell'area di centro storico a Nago, mantenere un rapporto coi punti di attrazione con queste interagenti (Castel Pende), nonché adeguati collegamenti con Torbole, ad es. attraverso un bus navetta, un trenino od un ascensore a cremagliera.

Segnalare e rendere maggiormente visibili i parcheggi di via De Bonetti e via Sighele e gli elementi d'attrazione esistenti, inclusa l'offerta commerciale.

Perseguire la qualificazione degli esercizi commerciali attraverso la specializzazione e la concentrazione delle attività (ad esempio: prodotti gastronomici e artigianato locale). Valutare l'opportunità di caratterizzare una "via dei sapori" quale luogo d'acquisto e di degustazione di prodotti gastronomici tipici.

Mantenere una certa continuità nelle occasioni e momenti di incontro organizzati nei luoghi previsti e favorirne il collegamento con gli altri spazi urbani del centro, in modo da coinvolgere anche il percorso commerciale.

Nell'arredo urbano, mantenere l'aspetto autentico ed originario, in sinergia con il carattere dell'offerta commerciale legata ai prodotti tipici.

Procedere al completamento del restauro delle facciate.

Esercitare un adeguato controllo dei caratteri estetici di vetrine ed insegne commerciali.

A Torbole, in attesa della realizzazione del by-pass, la convivenza tra veicoli e pedoni (in particolare alla confluenza tra piazza Benacense e piazza Vittorio Veneto) dovrà continuare ad essere gestita attraverso forme di regolamentazione del traffico.

Puntare fin d'ora a migliorare i collegamenti pedonali verso la zona nord ed il lungolago in particolare, facilitando la transizione tra le attività sportive e ricreative e quelle commerciali.

Cercare di estendere la zona commercialmente più attiva del centro storico incanalando gli utenti lungo via Segantini fino a piazza Alpini, anche in rapporto al parcheggio a sud di Sant'Andrea. Rendere piazza Alpini il punto di partenza per chi proviene da sud ed il giro di boa per quanti provengono da ovest.

Valutare le opportunità di rilancio del centro di Nago-Torbole connesse alla destinazione a polo multifunzionale di Colonia Pavese, elemento fondamentale di collegamento tra il centro storico e la fascia lungolago.

Prevedere per lo stesso spazi adeguati all'insediamento di esercizi commerciali di medie dimensioni legate allo sport (non disponibili in centro storico), nonché per servizi di vario tipo (es. sede del soggetto gestore, punto di arrivo piste ciclabili, point informativo, spazi per mercato, ristorazione, ricettività), con una funzione complementare con le attività del centro storico ed una forte relazione con le funzioni presenti nella fascia lungolago, ed in particolare con le attività sportive.

Procedere alla rivitalizzazione di via Segantini e piazza Alpini attraverso il restauro delle cortine edilizie ed il riuso degli spazi a piano terra.

Curare i collegamenti pedonali con gli spazi di parcheggio.

### **OPINION LEADERS**



### **Analisi e criticità**



Le risposte acquisite rilevano una significativa insoddisfazione riguardo fruibilità e accessibilità pedonale delle aree centrali di Nago-Torbole: nell'area centrale mancano i marciapiedi.

L'accessibilità veicolare all'area centrale è considerata dalla maggior parte degli intervistati non favorevole, a causa delle strade strette attraverso le quali confluiscono anche i mezzi pesanti.

Riguardo una ipotesi di zona a traffico limitato o con sensi unici, si ritiene opportuno definire zone a traffico limitato o a senso unico, a fronte della realizzazione di idonei parcheggi di attestamento.

Le valutazioni su localizzazione e dimensionamento delle attuali aree parcheggio sono negative, anche se si rileva come sia in previsione la costruzione di un parcheggio interrato all'ingresso del paese.

Mediamente la visione dell'arredo urbano non è di particolare soddisfazione, sia riguardo le opere pubbliche che le ristrutturazioni di privati.

Riguardo le attività economiche, si evidenzia come il turn-over sia rilevante e legato a mancanza di slancio imprenditoriale nei giovani.

Gli orari d'apertura vengono valutati positivamente da tutti i rispondenti. La formazione degli operatori è ritenuta importante, oggi in parte carente.

Quasi tutti indicano essere presenti diversi contenitori che potrebbero essere fruiti per l'insediamento di nuove attività, anche se di vicinato. La maggior parte sono di proprietà privata. Un dato evidenziato da molti: la mancanza di domanda riguardo il riutilizzo di tali locali.

Quasi tutti gli intervistati sostengono che Nago-Torbole offre molti punti di forza da sfruttare: la tranquillità, la vicinanza al lago e la vicinanza al Monte Baldo, le passeggiate a piedi ed in mountain bike.

Per l'organizzazione, si rileva l'esistenza del Comitato manifestazioni Nago-Torbole, che col contributo del comune organizza manifestazioni estive. A Torbole il maggior numero di eventi.

Tutti gli intervistati concordano sull'inutilità di un ulteriore centro commerciale in zona.

Si porta all'attenzione un problema di frequenza nel servizio bus, carente in inverno.



### **Proposte**

Necessità di risolvere la questione della viabilità che interessa il comune di Nago-Torbole, soprattutto ai fini della riqualificazione delle aree di centro storico.

Pensare all'istituzione di zone a traffico limitato ma anche alla costruzione di parcheggi di attestamento.

Necessità di apportare alcune migliorie con riferimento ai bidoni delle immondizie e altri elementi di arredo.

Perfezionare le conoscenze/competenze degli operatori economici tramite adeguati corsi di aggiornamento.

Connotare il territorio con l'idea del vento, della natura e dello sport.

Tutti sostengono la necessità di un miglioramento della condotta degli autisti di pullman che, lasciando accesi per ore i motori dei mezzi, causano disagi alla popolazione.

Arrivare a definire il ruolo strategico di Colonia Pavese.

Favorire e mantenere in centro le superfici destinate al settore alimentare, prevedendo anche una loro estensione.

## **8.2. VALUTAZIONI FINALI**

Per quanto rilevato, lo sviluppo dei centri storici di Nago e di Torbole in un'ottica integrata deve poggiare sui seguenti elementi comuni:

- miglioramento della accessibilità, anche in connessione con la realizzazione di adeguati parcheggi (esistenti e di progetto) e con la mobilità pedonale e ciclabile;
- miglioramento della vivibilità e fruibilità, anche con interventi architettonici e di visual merchandising urbano;
- realizzazione di una capacità di attrazione più ampia ed estesa nel tempo, con creazione di un potente Attrattore o di un "Sistema" che poggi sulle molteplici peculiarità locali, alcune non adeguatamente valorizzate;
- avvio di una operatività e gestione aziendalistica del centro commerciale naturale di Nago-Torbole, individuando le corrette forme del rapporto che deve sussistere fra tutti i soggetti attivi sul territorio (Comitato Manifestazioni Nago-Torbole, InGarda Trentino, Comune, altre strutture attive nella organizzazione di eventi, etc.);
- mutamento parziale della mentalità degli operatori, che porti ad un approccio realmente "collaborativo", anche mediante interventi formativi diffusi;
- concentrazione delle attività di vendita e loro organizzazione in organici percorsi commerciali in relazione alle peculiarità del territorio.

Il centro storico di Nago-Torbole ha vissuto negli ultimi anni e vivrà nel medio periodo significative trasformazioni.

Decisiva quella che riguarderà in futuro la parte di Torbole, per la quale, la previsione del P.U.P. di un by-pass in galleria a est dell'abitato, rappresenta un intervento infrastrutturale essenziale per lo sviluppo socio - economico di Torbole, ma non solo, e per il rilancio dell'attività commerciale.

Dal punto di vista del "**contesto**", il centro storico di Nago presenta importanti edifici con pregevoli facciate. Quello di Torbole possiede scorci notevoli, a cominciare dal porto, oltre ad un sistema di spazi pubblici ben concatenati (piazze Benacense e Vittorio Veneto).

Anche per i prossimi anni sono previsti interventi importanti per incrementare la fruibilità delle aree centrali, in particolare con la realizzazione di altre aree parcheggio, a Torbole in corso di definizione, a Nago lungo via Sighele.

Quanto realizzato ha incrementato significativamente la qualità dell'ambiente urbano.

Tuttavia, il centro storico rimane una zona con talune criticità, per una serie di motivazioni.

Per il settore del **commercio al dettaglio** la nascita esterna all'abitato di numerosi centri commerciali o parchi commerciali in un ambito circoscritto in 15 km (Arco, Rovereto, Mori e Nago stesso in futuro), se da un lato ha in parte agevolato i consumatori per una offerta più ampia e prezzi inferiori, peraltro più spesso di quel che si è indotti a pensare a livello esclusivamente di "percezione", dall'altro ha impoverito la tradizionale funzione del centro storico quale fulcro dei commerci e luogo di socializzazione. La modificazione dei consumi è però ormai un fatto acquisito, per via del mutare delle abitudini di acquisto, aspetto alla base di una perdita di capacità di attrazione dei centri storici, non solo italiani, rispetto ad un passato non molto lontano.

Più in generale, i fattori critici per la sopravvivenza dell'aggregato commerciale storico di Torbole ma anche di Nago e dei rispettivi centri storici, sono individuabili in difficoltà "interne" (piccole dimensioni, costi localizzativi, logistica, etc.) e nella crescente concorrenza esercitata dalle grandi strutture di vendita esterne. Grazie all'analisi condotta si rileva che oggi gli operatori ritengono pregiudiziali le "condizioni di contesto". Si percepisce l'investimento in centro storico come rischioso, anche per vincoli economici, urbanistici e amministrativi, tale da non garantire ritorni economici accettabili, aspetto che porta a un certo immobilismo, confermato da alcuni esercizi chiusi e non riattivati.

In aggiunta, il centro di Torbole attrae una significativa frequentazione di turisti e giovani ma l'offerta commerciale esistente rispetto al tempo libero è perfettibile, così come gli spazi per occasioni di ritrovo, soprattutto a livello continuativo.

In relazione all'**ambulantato**, è fatto condiviso che le fiere e le attività mercatali posizionate in aree baricentriche possano rappresentare dei volani per l'economia della cittadina, con ricadute estese sui diversi settori: commercio al dettaglio, pubblici esercizi, servizi. Attualmente il settore riveste una importanza limitata per Nago-Torbole.

Carenze significative sono rilevabili anche con riferimento all'**artigianato**, specie "artistico". I centri storici, ma anche aree limitrofe, presentano pochissime attività artigianali tipiche. Sarebbero utili per rendere più attrattivo il centro per i turisti ma anche per i consumatori in condizioni di mobilità sul territorio.

In relazione al **turismo**, si ricorda la matrice di Nago-Torbole e i "turismi" a questa conseguenti:

- turismo sportivo (vela, windsurf, mountain-bike, free-climbing, ...);
- turismo eno-gastronomico;
- turismo naturalistico.

Molti dei target relativi bene si legano ad attività commerciali, artigianali e di somministrazione. Tuttavia, tutti i "turismi" ricordati richiedono una "ospitalità" adeguata.

Per quanto espresso, evidente la necessità di attuare strategie competitive innovative, che consentano la creazione di un “sistema”, che leghi il commercio e le altre realtà imprenditoriali.

Per lo sviluppo del centro storico bisogna partire dalla valorizzazione dell'esistente, ponendo in essere interventi articolati ma anche misure rapide e visibili già nel breve periodo. Bisogna evitare di pensare solo a piani di medio o lungo periodo perché si rischia che venga meno l'attenzione al progetto.

Sul piano operativo è necessario intervenire su due livelli: uno per **migliorare ciò che c'è**; l'altro per **creare nuove condizioni di sviluppo**.

Il lavoro che va a implementarsi è essenzialmente dedicato alla creazione di un “**prodotto**”, che dovrà costantemente essere innovato nelle sue componenti mercatali, artigianali, di servizio per essere promosso e commercializzato.

L'ipotesi base è che si possa realizzare un effettivo incremento di valore delle risorse locali qualora le Amministrazioni, gli Operatori, i Cittadini operino sinergicamente secondo gli schemi del cd. “**marketing territoriale**”, un approccio innovativo di seguito esposto in rapida sintesi, nei punti essenziali.

Il marketing territoriale può suddividersi in due gruppi:

- esterno; trattasi di ogni misura finalizzata a richiamare all'interno del centro storico i differenti segmenti di fruitori, siano essi cittadini, imprenditori economici o turisti (“pubblici esterni”);
- interno; finalizzato all'imperativo della Qualità e della soddisfazione delle esigenze dei “residenti” (o soggetti locali), siano essi cittadini, operatori economici, enti, altri attori (“pubblici interni”) comunque coinvolti nella pianificazione strategica territoriale (Associazioni, Comitato manifestazioni, etc.).

I “pubblici esterni” sono i fruitori dei beni e dei servizi proposti dall'offerta latu sensu dei centri storici e aree interagenti di Nago-Torbole. Fra tali fruitori: turisti, visitatori in genere; investitori-operatori economici; potenziali nuovi residenti e potenziali nuove imprese, che potrebbero insediarsi qualora ciò risulti attrattivo.

I “pubblici interni”, invece, sono i seguenti: i residenti, che ricercano una migliore qualità della vita, sotto l'aspetto ambientale (inquinamento, traffico, etc.), della vivibilità (accessibilità e parcheggi), delle relazioni sociali, della cultura, del tempo libero; le imprese insediate sul territorio, che ricercano vantaggi di tipo localizzativo.

Infine c'è una terza categoria di soggetti che entrano in relazione col territorio: le Amministrazioni locali, orientate alla valorizzazione e incremento della attrattività del territorio stesso ed al miglioramento della qualità della vita dei residenti.

La necessità di soddisfare gli interessi dei pubblici interni e quella di aumentare l'attrattività del centro storico sembrano poter consentire di ragionare, anche per questi ultimi, secondo concetti propri delle imprese, con applicazione delle tecniche del marketing. Il centro storico deve essere visto come un unicum, un "soggetto strategico" cui s'associa l'obiettivo di ottimizzare il benessere collettivo nel lungo periodo, componendo differenti e legittime esigenze e aspettative dei diversi attori coinvolti.

E' necessario valutare e individuare obiettivi raggiungibili nel breve, nel medio ma anche nel lungo termine e conseguentemente impostare e implementare gli strumenti e gli interventi da attuare per conseguirli. In primo luogo va posta attenzione sia alle **risorse** che alle **capacità specifiche del territorio**, il che dovrebbe costituire la base per la formulazione di una visione strategica. La costruzione di solidi e duraturi vantaggi competitivi di ambito deve necessariamente basarsi sulle specificità, sulle risorse, sulle peculiarità e capacità storicamente connotanti il centro storico. Una volta individuate le core competences si dovrà operare in un'ottica di "concorrenza territoriale globale". Per conseguire validi risultati è necessario valutare sistematicamente i bisogni dei pubblici di riferimento (turisti, residenti, operatori economici, categorie, etc.). E' quindi opportuno dare risposte precise, che non possono essere indifferenziate e indipendenti dal contesto in cui si applicano.

### **8.3. PROGETTUALITA' SPECIFICHE PER IL RILANCIO COMMERCIALE DEL CENTRO STORICO DI NAGO-TORBOLE**

In questa Parte del Report sono presentati e illustrati in dettaglio i progetti per il rilancio del centro storico di Nago-Torbole.

Costituiscono linee di azione per la valorizzazione del contesto urbano centrale e nel loro complesso tendono (in particolare la classificazione quale "Centro Commerciale Naturale") alla riqualificazione della rete degli esercizi tradizionali, con valenze particolarmente significative di qualificazione dell'ambiente urbano anche dal punto di vista economico e sociale.

Detti interventi dovranno incidere anche sulla riorganizzazione della complessiva realtà, sul miglioramento delle condizioni di sicurezza, sull'arricchimento della dotazione dei servizi e delle opere infrastrutturali, sulla riduzione della congestione urbana (migliorando l'accessibilità all'area centrale), sulla "qualità sociale".

Per fare ciò risulta necessaria una regia unica che operi con logica di sistema. Si dovrà operare considerando che ogni azione di sviluppo deve coinvolgere l'intero centro storico ma non solo, ragionando dunque in termini strategici, pensando ad una serie di eventi ed attrattori in modo da rendere interessante l'intera area.



L'Amministrazione dovrà continuamente migliorare le sinergie con privati e con gli organismi competenti, per realizzare materialmente le iniziative indicate, coinvolgendo tali soggetti fin dalla fase progettuale.

Le macroprogettualità che seguono sono la diretta conseguenza della fase di analisi "allargata" e continuativa. Le criticità riscontrate sono state discusse con la Amministrazione comunale e con le parti presenti al Tavolo di concertazione, il che ha consentito di elaborare progressivamente una serie di priorità programmatiche.

***Il recupero commerciale del centro storico di Torbole e Nago dovrà poggiare su alcuni punti fissi: l'avvio di una operatività e gestione aziendalistica del "centro commerciale naturale" e la realizzazione di un potente "attrattore".***

Nonostante il policentrismo, con due realtà fortemente differenti, è evidente che le macrostrategie concertate sono orientate su proposte di riqualificazione complementari e volte a rafforzare sinergicamente il ruolo di entrambi i centri.

La concertazione operata ha portato a individuare due ambiti riferiti alle macroprogettualità, con pochi e definiti interventi che assemblano ed armonizzano al loro interno numerose delle proposte operative sopra ricordate:

- **AMBITO A - AREA ORGANIZZATIVO - GESTIONALE E MARKETING (2)**
- **AMBITO B - PROGETTI PER POTENZIARE L'ATTRAZIONE (2)**

### **8.3.1. AREA ORGANIZZATIVO-GESTIONALE E MARKETING (2)**

Tale progettualità comprende due sottoprogettualità.

- A1) Classificazione del centro storico di Nago-Torbole come "centro commerciale naturale", con misure conseguenti
- A2) Individuazione del soggetto gestore del "centro commerciale naturale" di Nago-Torbole.

***A1) Classificazione del centro storico come "centro commerciale naturale", con misure conseguenti***

Quanto rilevato nel corso del lavoro consente di individuare con chiarezza la necessità di procedere con la implementazione di progettualità in ambito gestionale, di marketing e comunicazione. Si tratta in parte di interventi attivabili da subito, in parte di iniziative che comportano una ulteriore fase di analisi di approfondimento. Tuttavia, le iniziative di seguito indicate richiedono il superamento di logiche individualistiche e rendono necessario un forte coordinamento, nell'ambito di "politiche di contesto".

L'analisi condotta ha consentito di individuare il centro storico di Nago-Torbole quale **potenziale centro commerciale naturale**, anche alla luce della definizione riportata nella delibera della Giunta Provinciale n.340 di data 21 febbraio 2001 (articolo 7, comma 2), che specifica che i progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici possono essere promossi su porzioni del territorio interessate dalla presenza di insediamenti commerciali che costituiscono veri e propri centri commerciali naturali, aree tradizionalmente vocate per le attività commerciali in quanto, per la presenza di una elevata concentrazione di negozi, di una integrazione tra merceologie e tipologie distributive, di attività artigianali e di servizio rendono al consumatore un servizio completo.

Trattasi di un'area che comprende, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa, anche attività mercatali, pubblici esercizi, attività turistico - ricettive e di intrattenimento e svago, artigianato di servizio, e così via.

Dall'esame condotto appare chiaro che il centro storico di Nago-Torbole gode di discreta attrattività e possiede le potenzialità per poter essere effettivamente classificato ed operare quale "Centro Commerciale Naturale".

Ha poi prerogative uniche, punti di eccellenza rispetto ai centri commerciali artificiali esterni, fra i quali si ricorda una immagine positiva dal punto di vista architettonico e dell'arredo urbano, alcuni contenitori in posizione strategica e suscettibili di riqualificazione, una offerta commerciale importante, la possibilità di drenare flussi connessi a iniziative, eventi e manifestazioni molteplici, una serie di altre peculiarità.

***Manca tuttavia di un'ancora o di un attrattore che garantisca flussi di persone continui e consistenti, lungo l'intero anno.***

Per cogliere le opportunità citate, il centro storico si dovrà dotare di strutture e di servizi adeguati alla tipologia del "frequentatore della città", con progetti di intervento estesi (es.: opere di restyling di esercizi commerciali e di segnalazione delle vie commerciali ed artigianali e delle botteghe storiche, infopoint, opere pubbliche, arredo urbano, segnaletiche e cartellonistica, etc.), sempre in un'ottica integrata, che si basi sulla creazione di una rete fra realtà esistenti e/o da potenziare.

La progettualità indicata persegue dunque l'obiettivo generale della riscoperta della "risorsa centro storico", con investimenti adeguati, tali da determinare una vera e propria svolta nelle politiche settoriali di promozione e valorizzazione, una strategia più ampia di riqualificazione territoriale del centro urbano, dei servizi, delle infrastrutture, della accessibilità, dei parcheggi, dei rapporti con le altre attività economiche e di servizio. A quanto sopra si lega la possibilità di operare per un operatività allargata, mediante la costituzione di una sorta di "Circuito dei centri commerciali naturali del Trentino", attualmente allo studio.

Più in dettaglio, la sottoprogettualità può essere così articolata:

### **Obiettivi**

---

- Valorizzare i punti di eccellenza del centro storico di Nago-Torbole per individuare tale porzione di territorio quale “centro commerciale naturale”
- Creare una cultura tendente a valorizzare il centro storico come sistema integrato di funzioni, relazioni, cultura e vitalità associativa pubblica e privata
- Assegnare al “centro commerciale naturale” una valenza strategica per la crescita socio – economica, culturale e per la qualità della vita della città nell’interesse dei frequentatori e delle attività economiche che vi operano
- Incrementare l’attrattività delle botteghe artigiane e rilanciare il ruolo delle piccole e medie imprese commerciali, artigianali, turistiche e dei servizi con una strategia concertata di sviluppo del territorio (marketing territoriale)
- Assegnare al centro commerciale naturale una valenza strategica per la crescita socio – economica, culturale e per la qualità della vita della città, nell’interesse dei frequentatori e delle attività economiche che vi operano
- Sviluppare forme innovative e più efficienti di gestione dei servizi e dell’offerta degli operatori, individuando un soggetto gestore e misure di comunicazione integrata
- Individuare un mix di funzioni e di iniziative, anche urbanistiche, per rendere attrattivo e facilmente accessibile il centro commerciale naturale

### **Attori coinvolti**

---

- Amministrazione comunale e partecipate
- Associazioni imprenditoriali
- Enti e Organismi vari
- Operatori di tutti i settori interessati a partecipare
- Cittadini, interessati a partecipare
- Istituti di credito
- Proprietari immobiliari e altri soggetti interessati

### **Misure**

---

- 1) Perimetrazione del centro commerciale naturale. Il Comune individua cartograficamente l’area, con evidenziazione delle attività economiche e di servizio presenti.
- 2) Piano guida per il “centro commerciale naturale” di Nago-Torbole. E’ necessario formulare un vero e proprio piano guida, che dovrà precisare obiettivi, contenuti delle proposte, soggetti responsabili, condizioni di fattibilità, risorse finanziarie e condizioni operative necessarie, tempi di realizzazione.
- 3) Presentazione alla cittadinanza del progetto. Avvio di una fase di concertazione continua attorno alla implementazione di progetti trasversali per la ri-

- qualificazione del centro storico. Costituzione di un Tavolo di lavoro permanente.
- 4) Classificazione CCN di Nago-Torbole, con studio e deposito logo e dominio web.
  - 5) Comunicazione allargata. Si rivolge all'esterno e all'interno, con un lavoro costante di informazione che deve tenere aggiornati tutti gli interessati al progetto. Va promosso e comunicato quanto fatto.
  - 6) Comunicazione specifica. Nell'ambito delle varie iniziative di comunicazione, andrà realizzato il Marchio identificativo del centro commerciale naturale e un link sul sito web del Comune (dove riportare, ad esempio: risultanze progetto, calendario integrato eventi, segnaletica informativa percorsi, ...).
  - 7) Formazione degli operatori. Vanno attuati interventi in più direzioni: spirito di gruppo e appartenenza, visual merchandising, ricambio generazionale, ...
  - 8) Iniziative coordinate. In più ambiti, ad esempio riguardanti: piano orari armonizzato; coordinamento gestionale fra operatori (Card, etc.); etc.
  - 9) Arredo urbano e visual merchandising. Studio e verifica stato avanzamento lavori e nuove esigenze (illuminazione, allestimenti). Immagine armonizzata attività economiche (piano vetrine, tendaggi, plateatici, segnaletica turistica).
  - 10) Vie "tematiche" e "della tradizione". Studio opportunità, individuazione percorsi, studio caratteristiche delle vie e modalità di attrazione, progettazione.

## ***A2) Individuazione del Soggetto Gestore per una gestione aziendalistica del "centro commerciale naturale" di Nago-Torbole***

E' necessario costituire con un'ampia partecipazione un soggetto che realizzi gli indirizzi dati dal Tavolo di concertazione e dalla Amministrazione e che si occupi della gestione unitaria del "centro commerciale naturale".

Punto di vantaggio della struttura organizzata è la maggiore capacità di interazione con gli altri organismi, pubblici o privati, che possono in tal modo contare su una maggior garanzia di trovare nella struttura medesima un interlocutore duraturo nel tempo e organizzato, emanazione del tessuto imprenditoriale locale.

Tale soggetto dovrà connotarsi per una operatività aziendalistica, slegandosi dunque da apprezzabili ma poco efficaci ottiche volontaristiche. Attualmente opera un Comitato, promotore di diverse iniziative nel campo dell'organizzazione di eventi, caratterizzato da una partecipazione volontaristica dei suoi componenti. Tale soggetto ha limitata spinta propulsiva: potrebbe essere rilanciato o si potrebbe arrivare alla costituzione ex novo di un nuovo soggetto.

Ad ogni modo, il soggetto gestore deve possedere una adeguata strutturazione, anche logistica, essere immediatamente visualizzabile e attivabile, disporre di risorse economiche spendibili.

La sottoprogettualità presuppone approfondimento e definizione di questi aspetti:

### **Obiettivi**

---

- Sviluppare forme innovative e più efficienti di gestione dei servizi e dell'offerta degli operatori locali, individuando un soggetto gestore che in concertazione con Amministrazione e categorie svolga attività gestionale e di valorizzazione ed animazione ad ampio spettro del "centro commerciale naturale"
- Operare una gestione aziendalistica di eventi, interventi e misure e ogni altro fattore incidente sul centro commerciale naturale di Nago Torbole
- Realizzare gli indirizzi di Tavolo e Amministrazione, raccolti in un "Programma unitario delle attività promozionali" del centro commerciale naturale
- Promuovere e organizzare iniziative per valorizzare il centro commerciale naturale nelle sue componenti sociali, culturali, turistiche, economiche
- Stabilire rapporti di collaborazione continua e privilegiata con gli uffici pubblici, le imprese, gli enti, le associazioni, gli organismi e gli altri soggetti interessati
- Porsi come organismo di rappresentanza unitaria degli interessi del centro commerciale naturale di Nago-Torbole e dei soggetti sullo stesso gravitanti
- Ricercare ogni forma di collaborazione e finanziamento della propria attività, a livello non solo locale (Comune, Provincia, Comunità Europea, ...)
- Operare il controllo dei risultati ottenuti in rapporto agli obiettivi prefissati e conseguentemente relazionare al Tavolo della concertazione

### **Attori coinvolti**

---

- Operatori economici
- Amministrazione comunale e partecipate
- Associazioni imprenditoriali
- Enti e Organismi vari
- Istituti di credito
- Altri soggetti interessati

### **Formula giuridica e costituzione**

---

Il soggetto gestore può costituirsi quale semplice gruppo di coordinamento o quale soggetto giuridico autonomo.

Il Consorzio è una prima ipotesi operativa. E' una formula che consente flessibilità della struttura e possibilità di beneficiare di agevolazioni contributive importanti. Si propone quale insieme complesso di attività economiche e sociali, individualmente distinte per gestione, dimensioni, prodotti, ma riunite funzionalmente in un soggetto che persegue un progetto di sviluppo socio - economico integrato.

### **Condizioni necessarie per lo start up**

---

- E' necessario costituire il soggetto con una ampia partecipazione iniziale, spingendo per una massiccia adesione
- Il soggetto gestore dovrà connotarsi per una operatività aziendalistica, slegandosi da poco efficaci ottiche volontaristiche
- Dovrà possedere una adeguata strutturazione, anche logistica, ed essere immediatamente visualizzabile
- Vanno individuate analiticamente, da subito, azioni, tempi e costi realizzativi, oltre a strutturazione logistica e modalità di copertura degli investimenti

### **Misure**

---

- 1) Individuazione del Soggetto Gestore con studio formula giuridica idonea
- 2) Definizione business plan del soggetto gestore
- 3) Misure operative del soggetto gestore:
  - acquisto di beni e servizi (convenzioni; acquisiti di gruppo; etc.)
  - strategie di servizi comuni (acquisizione e gestione aree attrezzate e sedi logistiche; fidelity Card, etc.)
  - comunicare "moderno" (sms, fax con/fra consorziati)
  - realizzazione materiali promo – pubblicitari
  - sportello informativo e coordinamento attività consorziati; veicolazione promo - pubblicitaria loro prodotti e servizi
  - progettazione logo identificativo del centro commerciale naturale di Nago Torbole
  - realizzazione di una segnaletica ("mappa") di informazione dei "percorsi" espositivi, commerciali, storici, culturali
  - predisposizione di punti informativi per fornire notizie ed informazioni su eventi, manifestazioni e sulle attività economiche del centro
  - studio di iniziative di aggiornamento professionale per gli operatori, privilegiando l'idea di accoglienza, il valore della aggregazione
  - mantenimento e potenziamento dei rapporti con gli organismi pubblici e privati e con le associazioni ed organi d'informazione

### 8.3.2. PROGETTUALITA' PER POTENZIARE L'ATTRAZIONE (2)

#### ***B1) Valorizzazione “in sistema” dei tratti distintivi locali: sport e naturalità per Torbole - enogastronomia e prodotti tipici del territorio per Nago***

Si è parlato più volte della valorizzazione delle “tipicità”: occorre valorizzare al meglio le peculiarità e le tipicità locali, anche per soddisfare un turista sempre più esigente, che ricerca esperienze “uniche”.

#### **Torbole**

Per Torbole l'immagine è legata alla Vela, al vento, al Garda, allo sport in genere.

Oltre alla **vela**, la cui pratica è favorita dalla presenza di un vento teso e costante, altri segmenti di turismo si legano al **windsurf** e, sempre più, alla **mountain bike**, sport giovane che si è imposto recentemente, nei confronti del quale il comprensorio dell'Alto Garda è un luogo ricco di itinerari. A ciò si aggiunge il **free climbing**, per il quale sono molteplici le possibilità in loco.

Altro tratto distintivo è poi rinvenibile nella presenza di un **ambiente naturale** di estremo pregio e nella presenza di importanti infrastrutture sportive e ambiti dove si svolgono manifestazioni ed eventi a carattere internazionale.

Dunque si rileva un tratto distintivo nella possibilità di praticare in loco molti sport, fatto più unico che raro, in un ambiente di grande naturalità e bellezza.

#### **Nago**

Per Nago si rimarca l'importanza crescente assunta dalla ristorazione e il notevole patrimonio storico legato alla presenza del Forte, di Castel Penede e di altri punti di attrazione e iniziative in grado di attirare persone. Nago presenta tuttavia un'identità meno definita ed affermata di quella di cui gode il centro torbolese.

Va enfatizzata l'immagine positiva legata al contesto ed alla **gastronomia**. Importante poi in prospettiva l'abbinamento cultura – cibo, una strada giusta da perseguire: diverse manifestazioni storico - folkloristiche ed enogastronomiche nel periodo più recente hanno infatti portato risultati positivi, vivacizzando intere località. La riscoperta delle tradizioni culinarie, l'abbinamento a vini locali e non ultimo a spettacoli di intrattenimento ed eventi di varia natura, attirano sempre più i diversi “turismi”, attratti non solo dal contesto ambientale.

Per Nago risulta altresì importante la realizzazione di strutture a supporto di una maggiore attrattività continuativa, lungo l'intero anno. Di elevato potenziale la futura realizzazione di una struttura o spazio per manifestazioni turistiche nei pressi del

parcheeggio di via Sighele, che in futuro potrà essere elemento di attrazione fondamentale, tenendo conto del fatto che Nago non ha ad oggi una vera piazza.

Lo stesso Castel Penede costituisce un elemento importante. Sarebbe importante che il percorso per raggiungere Castel Penede, una volta concluso il restauro, si sviluppasse lungo la “strada vecchia”.

Da valutare la possibilità di dare luogo a una offerta commerciale specifica e caratterizzata, ad esempio di prodotti gastronomici, e di disporla in un ambito delimitato, come una “**via dei sapori**”, luogo di acquisto e di degustazione di prodotti gastronomici tipici. Sotto quest'ultimo aspetto, la specializzazione e la concentrazione sono due obiettivi che andrebbero perseguiti congiuntamente.

### **Sistema**

La conclusione: si tratta di legare tutti questi tratti distintivi, per i quali i due poli di Nago (gastronomia e “tipicità”) e di Torbole (sport, naturalità) si connotano o potrebbero maggiormente connotarsi.

E' necessario dare alle risorse presenti e caratterizzanti diversamente i due poli del comune un valore aggiunto in più, in grado di consolidare la supremazia di Nago Torbole rispetto ai comuni del circondario e, nel contempo, creare un sistema sinergico, dove ogni ambito possa trovare il proprio ruolo e la propria fisionomia.

Si ritiene pertanto di poter puntare su una interrelazione e sinergia fra funzioni, che contribuiscano ad una complessivamente maggiore attrattività continuativa di Nago Torbole lungo l'intero anno.

Tale obiettivo è conseguibile enfatizzando e mettendo in sistema una serie di peculiarità, oggi isolate, in grado di esercitare rilevante forza gravitazionale. Questo apre una questione: quella di individuare le **parole chiave** attorno alle quali definire la progettualità.

### **LE PAROLE CHIAVE: SPORT – NATURALITA' – TIPICITA'**

Per ottenere effetti sinergici è necessario “mettere in collegamento” Nago con Torbole, e dunque le rispettive specificità. Ciò potrebbe avvenire con la previsione di un servizio di bus navetta (o altra formula: “cremagliera”?) a collegamento dei due centri, volto a spingere i flussi che normalmente “vivono” il lungolago verso Nago, meno frequentato o preferito per differenti destinazioni d'uso.

In conclusione, il recupero pregiudiziale di competitività dell'intero comune verrà dunque dal rapporto sinergico con tutti i possibili elementi di attrazione di Nago e di Torbole, da valutare, sfruttare e comunicare “insieme”.



## **B2) L'attrattore ex Colonia Pavese**

Risulta fondamentale prevedere strutture a supporto di una maggiore attrattività continuativa di Nago-Torbole, lungo l'intero anno.

Tale obiettivo è tipicamente conseguito posizionando una ancora -o attrattore multifunzionale- quale potrebbe essere l'ex Colonia Pavese, in grado di esercitare rilevante forza gravitazionale, anche per la sinergia ottenibile dal fatto di riunire ed ospitare in un unico sito più funzioni ed attività, spesso fra loro complementari nelle funzioni d'uso.

La Colonia Pavese si erge quasi in riva al lago ed è un imponente edificio costruito all'inizio del secolo quale Grand Hotel Torbole. Rimane hotel fino al 1932; viene acquistato poi dall'Ente colonie climatiche di Pavia e adibito a preventorio infantile. Durante le due guerre si trasforma in ospedale militare. Nel 1975 passa in proprietà alla Provincia Autonoma di Trento. Successivamente diviene proprietà del Comune di Nago-Torbole. Oggi è in attesa di una nuova destinazione.

Con il polo multifunzionale si potrebbe instaurare un circolo virtuoso, con un effetto sinergico dato dalla complementarietà delle proposte, peraltro già singolarmente attrattive.

In sintesi l'area sita nel centro storico di Torbole, in presenza di una procedura "guidata" dall'Amministrazione e ampiamente concertata, per evitare che si realizzino comportamenti ed evoluzioni non in sintonia con gli indirizzi programmatori scaturenti dal presente progetto e "fughe in avanti", si presta a rivestire ruolo di attrattore multifunzionale.

L'ex Colonia Pavese insiste su un contesto favorevole, per una serie di motivi, legati anche all'opportunità di facilitare la transizione tra le attività sportive e ricreative e quelle commerciali. Possiede poi un dimensionamento importante e comunque "flessibile" (spazi pubblici e privati).

Configura la possibilità di realizzare un unicum, che potrebbe trovare nelle funzioni **"shopping"** (commercio "a tema", ambulante), **"leisure"** (ristorazione), **entertainment di qualità** (spazi di socializzazione, piazza, parco), gli elementi di innovazione e creazione di valore, sia per la collettività che per i privati.

Il vantaggio comparato dal punto di vista leisure si associa a piacevolezza (affaccio sul lago), ambientazione, arredo, tutti fattori che dovrebbero invitare ad accedere al polo multifunzionale ma anche al resto del centro storico, a sostarvi, a passeggiarvi. I servizi leisure hanno benefici dall'essere prossimi ai punti vendita. L'effetto di reciproco vantaggio dato dalla contiguità di servizi shopping e leisure è a vantaggio di entrambi. Da sottolineare l'entertainment di qualità, con spazi per iniziative, e-

venti e momenti di aggregazione, anche giovanile.

Questo “**sistema di funzioni**” dovrebbe rappresentare il motore del processo di integrazione del centro storico all'esterno (con altri territori) e all'interno, con un'area che si presta alla ricomposizione di un brano vitale del tessuto urbano anche legato al lungolago ed offre le caratteristiche territoriali per assumere il ruolo di centro multifunzionale.

Dunque, l'ex Colonia Pavese come elemento fondamentale di collegamento tra il centro storico e la fascia lungolago, un'area strategica per un rilancio globale di Torbole.

Un potente “attrattore” che porterebbe a fidelizzare e incoraggiare i flussi turistici, ma anche attrarre residenti di altri comuni lungo l'intero anno.

Qui potrebbero trovare rapporto sinergico e interrelazione con la città una serie di funzioni, quali:

- **Attività commerciali “a tema”** (sport: vela, windsurf, mountain bike, free-climbing). Va operata la raccolta di informazioni sul potenziale target di consumatori presenti nell'area e sulla domanda di consumi, allo scopo di identificare l'eventuale domanda disattesa (carenze di alcune merceologie: abbigliamento sportivo legati alle specialità di vela, windsurf, mountain bike, free-climbing, etc.). Va individuato il lay out merceologico dell'attrattore, concentrandosi su una offerta di qualità e a “tema”. Va operata una raccolta informazioni sul numero di locali potenzialmente attivabili nel polo, sulle metrature, sui valori di mercato ipotizzabili per la vendita/locazione, sulle complessità riferite a destinazioni d'uso, possibilità dell'area di “reggere” economicamente un certo numero di negozi di nuovo insediamento senza danneggiare le attività esistenti sul territorio. Va guidato il processo e garantita la preliezione all'insediamento ad aziende locali. Va verificata la fattibilità concreta del progetto, ovvero l'assenza di ostacoli insormontabili al rilascio di licenze e autorizzazioni, verificando anche le possibili deroghe o modifiche ai regolamenti urbanistici e igienico-edilizi vigenti.
- **Ricettività e servizi per l'Ospite**. Va approfondito il ragionamento volto a promuovere lo sviluppo di strutture ricettive anche non convenzionali e leggere (Bed & Breakfast). Va approfondita la problematica per una gestione integrata dell'Ospitalità, che non sia solo ricettività, ma che configuri un panel d'offerta e servizi (es. officina per bikers, etc.).
- **Ristorazione**. Va operata la raccolta di informazioni sul potenziale target di consumatori presenti nell'area e sulla tipologia di esercizi carente. Va operata la raccolta informazioni sulla tipologia di locale po-

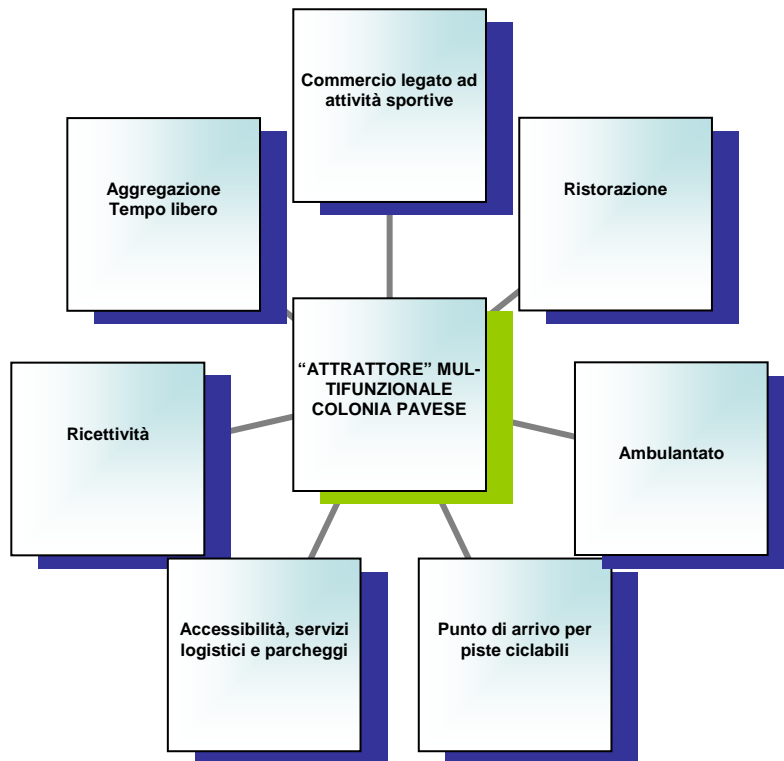
tenzialmente attivabile nel polo, sull'ultimo piano, quello vetrato, ma anche sulla metratura e sulle complessità riferite alle destinazioni d'uso. Va verificata la fattibilità concreta del progetto, ovvero l'assenza di ostacoli insormontabili al rilascio di licenze e autorizzazioni, con verifica delle possibili deroghe o modifiche ai regolamenti urbanistici e igienico-edilizi vigenti.

- **Attività mercatale.** Il commercio ambulante, potenziato secondo le sue attuali linee di sviluppo (presso Colonia Pavese), potrebbe rappresentare un rilevante motivo di attrazione, specie se legato a mercatini a tema e specializzati. Va visto come fattore in grado di divenire evento periodico. Vanno individuate le complementarietà con le altre attività terziarie e di servizio presenti nell'attrattore e individuate le sinergie all'interno dei calendari mercatali anche di ambiti territoriali allargati.
- **Accessibilità, servizi logistici e parcheggi.** Va valutato il sito come valido punto di arrivo per le piste ciclabili Mori-Torbole e Valli del Sarca. Vanno verificate le ipotesi di dimensionamento e di realizzazione di un adeguato parcheggio a contorno, con parziale funzione di parcheggio di pertinenzialità per residenti, nonché a favore dei fruitori dell'attrattore e di aree interagenti (parco, piazza). Da verificare le ipotesi di insediamento di servizi logistici, quali punti di informazione e promozione sulle iniziative ed eventi programmati e sulle opportunità per il tempo libero. In aggiunta, si potrebbe ipotizzarvi la sede del soggetto gestore, locali per magazzinaggio merci, etc..
- **Aggregazione e tempo libero.** Va realizzato uno studio di dettaglio per l'individuazione di formule coerenti e spazi polifunzionali per attività culturali e ricreative, di intrattenimento e svago. Vanno elaborati progetti per attività specifiche per l'area (piazza, parco, etc.).

In conclusione, tale progettualità implica l'avvio di una fase di analisi di dettaglio, per verificare effettivamente la fattibilità della trasformazione dell'identità dell'area, che divenga area dinamica e viva, zona in grado di attrarre frequentazione e passaggio pedonale, innescando un circolo virtuoso di riqualificazione complessiva del centro storico, ma soprattutto di porre in collegamento il lungolago ovest con le vie e piazze commerciali.

Per conseguire tale obiettivo è pregiudiziale analizzare un sistema integrato di innovazioni che, adeguatamente sviluppato, potrebbe fornire una forte caratterizzazione di identità all'area, destinata a durare nel tempo.

L'obiettivo richiede una analisi finanziaria approfondita per individuare, fra le molte opzioni possibili (project financing; compartecipazione pubblico - privato; fondi di investimento immobiliari semichiusi ad apporto pubblico; etc.), quella ottimale, anche in considerazione della carenza di risorse finanziarie locali.



La progettualità può essere così riassunta.

### **Obiettivi**

---

- Individuare un mix di funzioni e iniziative, anche urbanistiche, tali da rendere fortemente attrattivo l'attrattore e, a cascata, l'intero ambito.

### **Ricadute e benefici indotti**

---

- Recupero della struttura e creazione di una importante "cerniera commerciale" verso il lungolago ovest.
- Miglioramento accessibilità al centro: parcheggi.
- Aumento attrattività in senso lato del centro storico e dell'intero comune, su un mercato globale.
- Sviluppo e incremento delle attività economiche dei diversi settori e del livello di reddito pro capite.

### **Attori coinvolti**

---

- Amministrazione comunale e partecipate pubbliche
- Operatori economici e associazioni imprenditoriali
- Istituti di credito
- Proprietari immobiliari

## BIBLIOGRAFIA

- ATCM (2000): *Getting it right: A Good Practice Guide to Successful Town Centre Management Initiatives*, London
- BESANA C. (2001): *Il commercio nel centro storico: quali politiche per quale sviluppo*, Urbanistica Dossier, n. 38
- CAPALDO A. (1996): *Per un approccio strategico alle scelte localizzative della impresa dettagliante moderna*, Il Commercio, n.58
- CASELLA A. (1997): *Piani di marketing per il commercio nei centri storici: nuovi strumenti di riqualificazione?*, Urbanistica Informazioni, n. 154
- CASELLA A. (2004): *Town center management per la gestione integrata e unitaria dei sistemi commerciali urbani*, Urbanistica informazioni, n. 194, pp. 7-8
- CHETOCHINE G. (1998): *Quelle distribution pour 2020. Les hypermarches vont-ils disparaître?*, Liaisons
- CUOMO G. (1996): *Legislazione e competizione tra commercio extraurbano e commercio nei centri storici*, Il Commercio, n. 58
- DESSE R.P. (2001) : *Le nouveau commerce urbain. Dynamiques spatiales et strategies des acteurs*, Presses Universitaires de Rennes
- FRANCO E. (2003): *Rivitalizzare i centri minori si può*, Mark up, n. 108
- GENNARELLI M. (1996): *Teorie di localizzazione e tendenze nuove nelle scelte ubicazionali del dettaglio su grandi superfici*, Il Commercio, n.58
- U.GIRARDI (2001): *Interventi integrati per la rete distributiva nei centri storici*, Disciplina del commercio e dei servizi, n. 1
- INDIS (2004): *Commercio e valorizzazione del territorio*, Maggioli Editore
- LA VARRA G. (1997): *I centri storici al tempo della grande distribuzione*, Urbanistica Informaz., n.154
- LILLE METROPOLE (2000): *Retail Policies and Urban Development in the European Union*
- LOFARO A. (1999): *Il disegno territoriale della concorrenza*, Franco Angeli
- MANNELLI A. (2004): *Luoghi del commercio tra storia e tradizione*, Disciplina commercio e servizi, n.1
- MOLTENI C. (2001): *Traffic calming e riqualificazione del centro storico di Modena: interventi ed effetti*, Urbanistica Dossier, n. 38
- MORANDI C. (2000): *Il commercio nella città e nel territorio*, in L.CRESPI (a cura di), *La riqualificazione dello spazio pubblico*. Cinisello Balsamo, Firenze, Alinea
- PELLEGRINI L. (1999): *Prospettive del commercio tradizionale*, AREL informazioni, n.2
- PREITE M., a cura di (2002): *Piccolo commercio e grande distribuzione nella riqualificazione delle città*, Firenze, Alinea
- ROSSI I. (1998): *Il commercio e l'artigianato dentro le città. Esperienze di riqualificazione urbana*, Etaslibri
- ROSSI I. (2002): *Mercati coperti per il rinnovamento urbano*, Disciplina commercio e servizi, n.1
- SILVI D. (1998): *Decreto Bersani e programmazione dei centri storici*, Disciplina commercio e servizi, n.3
- STANGHELLINI S. (1998): *Le società miste per la trasformazione urbana in Italia*, Urbanistica dossier, n.11
- TAMINI L.(2002): *Il governo degli insediamenti commerciali*, Milano, Libreria Clup
- AA.VV. - S.BOERI, S.LANZANI, E.MARINI (1993): *Il territorio che cambia*, Milano, Abitare Segesta
- AA.VV. - M.BONNEVILLE, V.BOURDIN (1998) : *Urban Planning and Commercial Development*, Les Annales de la Recherche Urbaine, n.78
- AA.VV. (2001) : *Le commerce et la ville en Europe*, Urbanisme, n. 321
- AA.VV. -F.ECKARDT,D.HASSENPFUG(2003): *Consumption and the Post-Industrial City*, Peter Lang
- AA.VV.-M.L.FARAVELLI, M.A.CLERICI (2002): *Il commercio a Milano tra centro e periferia*, Territorio, n.21
- AA.VV. - A.LANZANI, G.LA VARRA (1996): *Stili di consumo, forme della distribuzione commerciale, pratiche della pianificazione*, Urbanistica Informazioni, n. 149
- AA.VV. - C.MORANDI, L.TAMINI (2002): *Il commercio a Milano e in area milanese: quadro esistente e scenario evolutivo della media e grande distribuzione*, Territorio, n.21
- AA.VV. - S.MORAS, E.CODATO, E.FRANCO (2004): *L'approccio integrato alla riqualificazione urbana. Modelli e strategie di urbanistica commerciale*, Celid
- VERNI' A. (2003): *L'urbanistica contrattata e il commercio*, INDIS, Commercio e attività produttive, Maggioli Editore
- VONA R. (1996): *Commercio pianificato e rivitalizzazione dei centri storici: l'integrazione tra shopping e leisure*, Il Commercio, n.58.
- ZANDERIGHI L. (2001): *Un nuovo strumento per la politica del centro storico: Town Centre Management*, Disciplina del commercio, n. 2
- ZAPPI O.(2002): *Centri storici e attività commerciali*, Disciplina del commercio, n.4
- ZAPPI O. (2003): *Centri storici e commercio: il caso di Imola. Pagine di vita e storia imolesi*, Edizioni CARS, Imola, n. 9.

## **ALLEGATI**