

**Funivie del Garda  
Prada-Costabella**  
Lago di Garda - Monte Baldo



# PROALPE

INTEGRATED ENGINEERING DESIGN

Progetto:

**BANDO DI CONCESSIONE PER LA SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA APERTA DI UN POTENZIALE CONCESSIONARIO PER LA REALIZZAZIONE E LA GESTIONE DI UNO O PIU' IMPIANTI A FUNE IN LOCALITA' PRADA, NEL COMUNE DI SAN ZENO DI MONTAGNA. CIG 6798880543 - SEGGIOVIA BIPOSTO**

Oggetto:

**RELAZIONE ECONOMIA LOCALE**

Categoria:

**PROGETTO DEFINITIVO**

Committente o legale rappresentante:

A.T.F. MALCESINE-MONTE BALDO  
Via Santa Maria Antica, 1  
37121 Verona (VR)



PRADA COSTABELLA S.r.l.  
contrada Cà Montagna, 11  
37010 San Zeno di Montagna (VR)



Commessa n.

**81/2017**

Data

**09/17**

Progettisti:

ORDINE DEGLI INGEGNERI  
DELLA PROV. DI TRENTO

Dott. Ing. IVAN VERONESI  
ISCRIZIONE ALBO N° 2140

ORDINE DEGLI INGEGNERI  
DELLA PROV. DI TRENTO

Dott. Ing. GIORDANO FARINA  
ISCRIZIONE ALBO N° 2021

Rev.

**01**

Scala

**STUDIO ASSOCIATO DI INGEGNERIA**  
**di ing. Giordano Farina e ing. Ivan Veronesi**  
**via della Cervara, 6 - 38121 Trento**  
**www.proalpe.it info@proalpe.it**

AREA AMBIENTALE: dott.ssa for. Francesca Postal

AREA TECNICA: ing. Arrigo Bini

AREA IDRAULICA: ing. Silvia Segatta

Tavola

**D.R.06**

Disegnato

Controllato

Approvato

Rev.

Data

Emesso per:

A.Bini, F.Postal,  
S.Segatta

ingg. I.Veronesi, G.Farina

ingg. I.Veronesi, G.Farina

00

07/2017

Processo autorizzativo

A.Bini, F.Postal,  
S.Segatta

ingg. I.Veronesi, G.Farina

ingg. I.Veronesi, G.Farina

01

09/2017

Processo autorizzativo

Il presente elaborato è proprietà intellettuale dell'autore. E' vietato utilizzare, copiare, riprodurre tutto o in parte, in qualsiasi forma, testi, disegni, grafici e foto senza l'autorizzazione scritta dello stesso



## **IL PROGETTO DEI NUOVI IMPIANTI COME MOTORE PER LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA LOCALE, CON PARTICOLARE RIGUARDO AL SETTORE TURISTICO**

Il comprensorio montano di Prada, inserito nel più ampio contesto del Baldo-Garda e della montagna veronese, deve la sua notorietà sia alle specificità floro-faunistiche, che sono valse al territorio l'appellativo di Giardino d'Europa, sia all'accessibilità dei sentieri che portano alle sue vette, garantita dalla presenza qualificante degli storici impianti di risalita di Prada Costabella. L'indissolubilità di questo binomio tra ambiente e accessibilità infrastrutturale sintetizza i risultati del presente studio, che convergono nel far ritenere improcrastinabile il rinnovo delle dotazioni in vista della stessa sopravvivenza dell'economia locale.

E' infatti il turismo l'unica fonte reddituale che, resistendo alla crisi imperante e in sinergia con i settori tradizionali, consente di prospettare alla montagna un futuro diverso dall'abbandono e dal declino. Per poter consolidare l'attuale posizione competitiva e per reggere una sempre più intensa concorrenza con altre località montane, italiane e non, occorre investire in attrazioni con *appeal* specifico e nei servizi complementari. L'economia montana, tradizionalmente fondata sulla pastorizia, sull'allevamento del bestiame e sulle produzioni locali, ha ricevuto un impulso determinante ed ormai insostituibile dalla realizzazione, ai tempi del *boom* economico, della funivia, che soprattutto nel periodo estivo si giova dell'importante flusso turistico proveniente dal vasto bacino del lago di Garda e del suo entroterra.

Di seguito verrà evidenziato, sulla base dei dati storici e del raffronto con esperienze simili in territori contermini, come l'economia locale trovi nel rinnovo delle dotazioni impiantistiche funiviarie un'ancora di salvezza in termini di rilancio e di ulteriore miglioramento dell'offerta, con risultati positivi preventivabili a priori anche in una temperie generale di recessione, che ha solo marginalmente investito il settore turistico.

### **1. STORIA DEGLI IMPIANTI: I DATI RACCOLTI E LE PROSPETTIVE FUTURE**

Le funivie "Prada – Costabella", costruite nel 1967 per conto della SIT Costabella, entrarono in servizio nel 1968. L'impianto fu sottoposto alla prima revisione generale nel 1983; nel 1990 ottenne 12 mesi di proroga sia per le revisioni che per la vita tecnica e successivamente i servizi furono sospesi, alla fine della stagione 1998, fino al 2004. Nel 2004 i Comuni di San Zeno di Montagna e di Brenzone costituirono la società Prada Costabella S.r.l., che acquisì gli impianti a fune e le altre strutture accessorie, ripristinati al servizio nel luglio 2005, con importanti manutenzioni straordinarie, per un'attività concentrata nella stagione estiva. Le proroghe della vita tecnica ottenute negli anni scorsi, consentiranno di proseguire l'esercizio sino all'agosto 2013, allorché l'intera struttura dovrà essere completamente rinnovata.

I dati raccolti nel corso delle rilevazioni del traffico, e in particolare i riscontri relativi all'incremento delle entrate e del *cash flow* nel corso della gestione diretta a partire dall'anno 2011, consentono di esprimere un

primo giudizio prognostico in merito al sicuro beneficio che l'economia locale ha tratto e potrà ritrarre dall'impianto di risalita da Prada a Costabella. Infatti, pur in presenza di un'infrastruttura che soffre di diverse limitazioni, ha caratteristiche tecniche ormai superate e non consente di trasportare alcune categorie di utenti, i dati di traffico hanno fatto rilevare un continuo incremento, in particolare negli ultimi cinque anni. La gestione diretta dell'impianto nelle stagioni 2011 e 2012 ha portato ad un miglioramento dei numeri della società, soprattutto in termini di redditività oltre che di presenze (+ 38,95 % di presenze rispetto all'anno precedente e + 65% dal 2005: si passa infatti dalle 24.864 del 2005 alle 41.072 del 2012).

<b>INCREMENTO PASSAGGIO 2005-2012</b>			
<b>ANNO</b>	<b>2005</b>	<b>2012</b>	<b>Var %</b>
<b>N. PASSEGGERI</b>	<i>24.864</i>	<i>41.072</i>	<b>+65,19%</b>

Correlativamente, la variazione del sistema di gestione ha comportato un diretto beneficio incrementativo dei risultati di bilancio, posto che mentre la gestione indiretta garantiva esclusivamente un canone d'affitto, in parte parametrato ai passaggi, la gestione diretta dei Comuni ha consentito di incamerare tutti i ricavi, con un *cash flow* elevatosi a 150.000,00 Euro e con un incremento progressivo delle disponibilità di cassa.

La frequentazione della montagna da parte di un numero sempre crescente di visitatori permette dunque di poter considerare favorevoli, in prospettiva, gli effetti sulla domanda di servizi derivati dalla fruizione del territorio e dalla accessibilità garantite da nuovi impianti, la cui presenza in loco deve ritenersi determinante, proprio sulla base dei dati storici, anche ai fini della sopravvivenza della località e dell'economia dei Comuni di San Zeno e Brenzone, per la parte del territorio che ricade nell'entroterra. Da questo punto di vista, basti pensare, *a contrario*, che nel periodo di interruzione del servizio (anni 1998-2005) la frazione ha risentito di un crollo verticale del flusso turistico e dell'utilizzo delle seconde case, con la progressiva chiusura di parte delle strutture ricettive che in precedenza vi operavano con notevole riscontro di presenze. **Solo la riapertura al servizio della funivia ha interrotto questo trend negativo, arrestando il declino dell'economia locale e contribuendo alla sua ripartenza.**

## **2. DISPONIBILITÀ DEI TERRENI/SERVITÙ**

La società Prada Costabella S.r.l. è titolare, in base ad atto notarile 30 giugno 2004, n. 20828 Rep. e n. 3577 Racc. Notaio Iacoppe di Mantova, di diritti di servitù di funicolare e di passaggio, funzionali alla realizzazione, esercizio e manutenzione degli impianti funiviari.

In particolare, dispone del diritto di servitù, perpetua e nel senso più ampio, di funicolare, di passaggio pedonale e carraio sui terreni attraversati dall'impianto, unitamente al diritto per l'esecuzione di opere e per l'installazione di meccanismi e pali di sostegno, occupazione e quant'altro necessario anche per l'infissione di pali, unitamente al diritto di passo per verifiche e riparazioni, oltre al diritto di sciare sulle proprietà stesse. Per quanto attiene ai terreni attraversati dalla seggiovia monoposto attualmente esistente, la società dispone, oltre che del diritto di servitù di funicolare, anche del diritto di attraversamento dei terreni per l'accesso agli impianti attraverso l'esistente Via di Naole (unico passaggio che consente di accedere alla stazione d'arrivo della seggiovia, per il deposito di materiali da costruzione da impiegare per la realizzazione della linea) nonché lungo le altre strade e i sentieri esistenti. Il diritto perpetuo di attraversamento con impianto funicolare e i connessi diritti accessori di passo carraio e pedonale sono stati riconosciuti in capo al dante causa della Prada Costabella S.r.l. (Prada S.r.l. e, in precedenza, SIT Costabella S.r.l.) dai proprietari dei terreni attraversati dagli impianti di risalita (signori Consolati per il tratto della cestovia e famiglia Priori-Cremonesi per il tratto della seggiovia). Quanto sopra

risulta attestato da Relazione Legale a firma del Notaio Avv. Giovanna Iorini in data 12 febbraio 2004, allegata al suddetto atto a ministero del notaio Iacoppe, con cui Prada Costabella S.r.l. ha acquistato gli immobili di proprietà di Prada S.r.l. e i diritti di servitù, a suo tempo costituiti con atti debitamente trascritti presso la competente Conservatoria dei RR.II.

La società potrà avvalersi di tali diritti anche in vista della realizzazione e costruzione del nuovo impianto, alla luce delle previsioni contrattuali e del codice civile, che consentono ove necessario anche di variare il percorso su cui si esercitano le servitù prediali (cfr. art. 1068 c.c.) qualora il luogo di esercizio sia più vantaggioso e non rechi danno al fondo servente (in questo caso, il vantaggio per il proprietario del fondo dominante risiede nella costruzione dell'impianto lungo una linea retta, evitando di spezzare il percorso in due tratte, risparmiando sui costi dell'investimento; per il proprietario del fondo servente non vi sono incomodi ulteriori rispetto alla preesistenza, anzi alcuni pali di maggiori dimensioni verranno sostituiti da piloni mono-sostegno).

### **3. IL PROGETTO DI RINNOVO DEGLI IMPIANTI E LA SUA INCIDENZA POSITIVA SULL'ECONOMIA LOCALE. I RISULTATI DELL'INDAGINE COMPARATIVA CON ESPERIENZE VICINE.**

La validazione dei dati raccolti per l'impianto di Prada Costabella, sia nell'indagine storica e diacronica che nella prospettiva di rinnovo, si ricava immediatamente dall'analisi di comparazione con la vicina Funivia di Malcesine. Nel 2000 la Funivia di Malcesine Monte Baldo, avendo gli impianti in scadenza tecnica (costruiti nel 1962) si è attivata per la loro sostituzione. Tale rinnovamento ha contribuito notevolmente all'esplosione della crescita della funivia, i cui dati di traffico, attestati in precedenza sotto le 250.000 unità, sono passati alle oltre 375.000 presenze annue con il nuovo impianto. Dai dati disponibili<sup>1</sup> si evince come un adeguato ammodernamento di un impianto di risalita, inserito all'interno di un territorio interessato dai flussi turistici del lago, porti ad un elevato incremento di presenze.

La funivia Prada Costabella potrà anche vantare una caratteristica specifica, **comparabile alla specificità delle cabine rotanti di Malcesine e addirittura preferibile sotto il profilo della panoramicità**: il mantenimento, anche con la nuova infrastruttura a cabine aperte, di un contatto diretto con l'ambiente circostante. In prospettiva, è verosimile che essa possa avvantaggiarsi della realizzazione dell'impianto di risalita da Brenzone a Prada Alta, in fase di progettazione, che potrà portare all'altezza della partenza della cabinovia (mt. 1.000 di Prada) un notevole flusso di visitatori, incrementando notevolmente i passaggi.

### **4. IL PROGETTO DI RINNOVO DEGLI IMPIANTI A PRADA COSTABELLA. RILANCIO DEL TURISMO LOCALE IN TERMINI DI PRESENZE, AMPLIAMENTO DELLA PLATEA DI FRUITORI DEL "SISTEMA PRADA" E RICADUTE SOCIOECONOMICHE.**

#### **4.a Il "mercato turistico" di riferimento: andamento dei flussi nel bacino del Garda e nel settore montano in generale.**

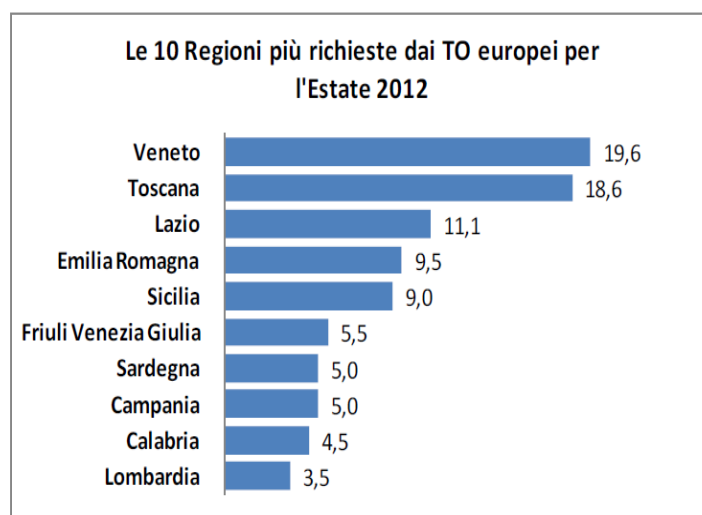
E' di tutta evidenza che la capacità di attrarre flussi turistici da parte di un nuovo impianto funiviario, con le connesse ricadute economiche sul contesto locale, deve tenere conto in primo luogo dal bacino d'utenza da cui lo stesso può attingere e dell'andamento del settore specifico (*turismo montano*).

---

<sup>1</sup> Cfr. piano di investimenti da effettuare e piano economico finanziario di cui al presente progetto, paragrafo relativo alla sostenibilità del piano.

Anche nel 2012 la nostra regione si è anzitutto attestata al primo posto presso gli operatori stranieri<sup>2</sup>.

Computando le “prime tre” regioni citate<sup>8</sup> come maggiormente vendute dai TO europei, in vetta alla classifica si colloca sempre il **Veneto**, seguito da **Toscana** e **Lazio**, come si evince dal grafico:



Fonte: Enit 2012

Nonostante i venti di crisi, si deve inoltre riconoscere che il comprensorio del lago di Garda e del Monte Baldo hanno denotato un *trend* di crescita e, in ogni caso, di sicura tenuta delle posizioni acquisite, a differenza di altre mete turistiche: da qui è derivata la stessa crescita numerica dei visitatori della funivia negli ultimi anni delle rilevazioni disponibili (cfr. sopra), a parità di *performance* dell'infrastruttura (ancorché obsolescente) e al permanere di una platea statica di utenti (in particolare, sportivi ed alpinisti). Di seguito si riporta la tabella delle presenze e degli arrivi nell'anno 2012 (dati Provincia):

COMUNE	ALBERGHIERO		EXTRALBERGHIERO		TOTALE	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
AFFI	20.145	30.383	3.441	10.820	23.586	41.203
BARDOLINO	178.273	714.160	177.865	1.151.126	356.138	1.865.286
BRENTINO BELLUNO	****	****	****	****	2.100	3.757
BRENZONE	62.880	282.051	18.764	110.122	81.644	392.173
BUSSOLENGO	91.919	172.730	4.937	69.684	96.856	242.414
CAPRINO VERONESE	6.304	16.922	4.100	19.376	10.404	36.298
CASTELNUOVO DEL GARDA	137.371	370.916	107.386	762.621	244.757	1.133.537
CAVAION VERONESE	21.478	42.986	2.717	10.451	24.195	53.437
COSTERMANO	37.945	153.652	18.052	126.713	55.997	280.365
FERRARA DI MONTE BALDO	****	****	****	****	3.788	10.733
GARDA	156.508	674.028	23.118	162.447	179.626	836.475
LAZISE	128.327	362.471	378.723	2.562.804	507.050	2.925.275
MALCESINE	148.378	719.699	50.447	285.884	198.825	1.005.583
PASTRENCO	****	****	****	****	10.467	23.239
PESCHIERA DEL GARDA	121.839	320.943	219.761	1.537.233	341.600	1.858.176
RIVOLI VERONESE			2.747	5.357	2.747	5.357
SAN ZENO DI MONTAGNA	51.356	163.113	3.259	29.448	54.615	192.561
TORRI DEL BENACO	58.940	249.053	15.772	89.112	74.712	338.165
VALEGGIO SUL MINCIO	11.832	27.777	44.482	279.076	56.314	306.853
<b>TOTALE STL GARDA</b>	<b>1.246.128</b>	<b>4.327.966</b>	<b>1.079.293</b>	<b>7.222.921</b>	<b>2.325.421</b>	<b>11.550.887</b>

Il bacino di visitatori a cui si può attingere è pertanto molto ampio: i frequentatori annui del Lago di Garda,

<sup>2</sup> Fonte ENIT: Estate 2012, a cura della Direzione centrale programmazione e comunicazione.

comprendendo anche la sponda bresciana, sono circa 24 milioni e l'impianto dista dalla città di Verona (la 4° per numero di turisti in Italia) soli 49 km e circa trenta dal casello di Affi, confluenza naturale delle direttrici di traffico provenienti dal Nord Europa e dal Nord e centro Italia.

Anche le dinamiche di settore specifico (turismo montano) hanno fatto segnare un andamento positivo e addirittura migliorativo e in controtendenza rispetto al comparto generale. L'*appeal* della montagna fa di queste aree il terzo prodotto turistico italiano, con una forte incidenza della domanda domestica (che genera il 61,3% delle presenze in montagna), ma anche una costante crescita dell'interesse della montagna *made in Italy* all'estero e presso i visitatori stranieri, la cui folta rappresentanza è ben affermata su entrambe le sponde del Benaco. Le destinazioni montane, infatti, sono sempre più meta di turisti stranieri (sia in termini di arrivi turistici che di presenze), superando la crescita rilevata a livello nazionale. Infatti, se nel complesso nell'ultimo decennio gli arrivi turistici verso le destinazioni di montagna crescono del +29% e le presenze del +13,9%, il contributo maggiore a tale andamento è imputabile al mercato internazionale (crescita degli arrivi del +34,6% e nel caso delle presenze del +26,1%<sup>3</sup>).

#### **4.b Caratteristiche dell'impianto e capacità attrattiva.**

Definito il quadro di insieme del bacino d'utenza potenzialmente attingibile dalla località di Prada, si ritiene opportuno evidenziare le capacità degli impianti funiviari nuovi, oggetto della proposta, di intercettare questa rilevante domanda e di creare conseguente indotto.

Questo orientamento, come anche quello di limitare l'esercizio degli impianti in via praticamente esclusiva al periodo estivo (al fine di evitare le perdite che, per mete poco blasonate rispetto ad altri *competitor*, comporta l'apertura invernale: cfr. le code negative del bilancio della Funivia di Malcesine e i risultati economici del comparto Lessinia) è rispondente ad una prassi ormai consolidata delle stazioni montane come Prada. Ed invero, a fronte del forte condizionamento della stagionalità, della necessità di "*svecchiare*" l'idea della montagna nell'immaginario del turista e di soddisfare i sempre più articolati segmenti di domanda, le destinazioni turistiche montane stanno sviluppando nuove offerte mirate a stimolare prima e ad attrarre poi la domanda, al fine di garantire un valido sostegno economico alla località. Si è rivelato quindi necessario studiare dei veri e propri siti in cui praticare sport e attività di divertimento nei periodi di massima stagionalità, ma anche in momenti di più limitata affluenza turistica per arrivi e presenze<sup>4</sup>.

Pertanto, se negli ultimi anni la struttura, ormai in fase di fine vita tecnica, ha fatto segnare al suo attivo un *trend* di crescita, tanto più ci si aspetta che essa possa trarre ulteriori benefici dai nuovi impianti.

E' pertanto atteso, già dal primo anno di esercizio dei nuovi impianti, un incremento del numero di passaggi, talché la leva dei consumi e il volano economico sono garantiti dall'incrementato traffico in linea. Ugualmente si deve riflettere sulla possibilità di organizzare eventi, di trasportare in quota le biciclette e i praticanti del parapendio.

#### **4.c. Gli effetti positivi per l'economia del comprensorio e dell'intera area lacustre e baldense.**

Il rinnovo degli impianti può dunque rappresentare un volano insostituibile per l'economia di Prada. Pur avendo perso parte delle sue dotazioni, la località, proprio a far data dalla riattivazione degli impianti nel 2005, ha assistito ad un rallentamento della fase di declino e ad un rilancio, mantenendo in vita sia le imprese agricole locali che le strutture ricettive alla quota di Prada (vi si contano tre alberghi a Prada Alta e tre attività di ristorazione e alloggio a Prada Bassa), lungo il percorso della funivia ed in cresta, sino a 2000 metri di quota (sono presenti tuttora, e funzionanti, numerose malghe d'alpeggio e tre rifugi).

<sup>3</sup> È quanto emerge da uno studio di *GfK Eurisko*, una delle più note società internazionali di ricerche di mercato, e *ISNART*, istituto di ricerca sul turismo "*in house*" di Unioncamere del 2012 (cfr. il sito [www.montagnamadeinitaly.it](http://www.montagnamadeinitaly.it)).

<sup>4</sup> Cfr. Studi del gruppo di lavoro del Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università Cà Foscari di Venezia, *Ricadute socio-economiche di un nuovo comprensorio sciistico (Cadore – Civetta)*, 2010.

La scelta fondamentale operata dalla stazione appare in linea con la tendenza generale del turismo montano e delle connesse infrastrutture: concentrarsi sulla stagione estiva consente di diversificare la proposta e di optare per un mercato realmente accessibile, abbandonando la prospettiva irraggiungibile di confrontarsi, nel periodo invernale, con *competitor* più organizzati. Questa scelta, riducendo i rischi di perdite e di *default*, garantisce continuità dell'attività imprenditoriale nel settore specifico e consente di orientare la scelta verso un prodotto realmente appetibile e in linea con la tradizione (cfr. progetto delle cabine a sganciamento "*aperte*"), di sicuro riscontro.

La realizzazione di nuovi impianti consentirà, pertanto, di proseguire il cammino intrapreso a partire dal 2005, di salvaguardare le ultime strutture rimaste e di rilanciare altre iniziative di recupero di quelle ormai chiuse ed abbandonate, dando respiro all'economia e salvaguardando anche altri settori economici (agricoltura ed allevamento a Prada e negli alpeggi, tutela e promozione delle produzioni tipiche, sviluppo di iniziative legate al cicloturismo ed agli sport d'altura, con realizzazione a valle di una struttura per il noleggio di biciclette con annesso bici-grill e individuazione di sentieri naturalistici a collegamento delle stazioni per lo sviluppo del *nordic walking*, incremento delle presenze turistiche nei Comuni limitrofi).

La possibilità di fruizione del Monte Baldo da parte di persone che sino ad oggi non hanno avuto modo di frequentarlo aprirà anche nuove prospettive, rivitalizzando un mercato immobiliare stagnante, attraendo risorse ed investimenti da parte degli operatori turistici, favorendo la nascita di nuove iniziative imprenditoriali legate agli sport d'altura e al noleggio delle relative attrezzature. A tale riguardo è noto che il turista medio del lago di Garda e della montagna in particolare ha nel tempo cambiato le proprie abitudini, aspirando ad una vacanza che alterni momenti di relax ad altri più creativi o istruttivi che un Monte Baldo accessibile può sicuramente garantire, non senza considerare il refrigerio assicurato dall'alta quota nelle recenti estati, sempre più caratterizzate da temperature torride<sup>5</sup>.

La frequentazione della montagna da parte delle scolaresche e delle famiglie, comporterà la definitiva affermazione di un turismo ecologico attento alle tradizioni locali, in cui si integrerebbero significativamente la visita alle malghe d'alpeggio, l'apprendimento delle tecniche agronomiche, l'acquisto dei prodotti del territorio, attività già avviate ma che troverebbero decisivo impulso. Non trascurabile deve ritenersi, di riflesso, il ritorno alla coltivazione e taglio del bosco, con la restituzione al pascolo di vaste aree sottratte agli armenti dal rimboschimento e dall'incuria imperante.

Impianti funzionanti e rispettosi dell'ambiente rappresentano infine una nicchia microeconomica di grandissimo interesse soprattutto in tempi di fortissima crisi a livello nazionale ed europeo: **i Comuni ritengono loro precipuo dovere mantenere ferma l'attenzione su queste realtà locali.** A livello sociale, si deve tenere presente che la permanenza sul territorio montano di chi opera in agricoltura è garantito soprattutto dal fatto che nel periodo aprile-ottobre gli operatori del settore trovano occupazione presso la funivia, garantendosi così un'entrata integrativa di quella, ormai inadeguata, ritraibile dall'allevamento del bestiame da carne o da latte. E' inoltre necessario tener presente che puntare alla terziarizzazione parziale di una località di montagna allo scopo di creare l'offerta adatta ad un turismo stanziale richiede la costituzione, in seno al corpo sociale, di una certa quantità di piccole aziende destinate alle produzioni locali ed alla erogazione dei servizi per il turista, intendendosi per tale non soltanto la cura del territorio, ma anche il servizio di pernottamento in albergo, il servizio di ristorazione, quello attinente a tutti i tipi di commercio e a tutti i servizi connessi con l'artigianato da recuperare.

---

<sup>5</sup> Il soggiorno in montagna è motivato dallo sport e dalla ricerca di divertimento, ma contestualmente, anche di relax. La montagna, così, mostra un ampio ventaglio di offerte sia per i più dinamici che per chi vuole rigenerarsi o conoscere il territorio circostante. A preferire la vacanza ad alta quota sono, in primis, le coppie ma anche le famiglie che intendono avvicinare i bambini alla montagna, scegliendo di alloggiare soprattutto in albergo o in abitazione privata (di proprietà, in affitto o ospiti da amici e parenti) (dati *GfK Eurisko* e *Unioncamere*, cfr. sopra).

In questi ultimi anni Prada ha conosciuto un interessante ripristino di queste attività, essendosi registrata la creazione, anche grazie alle provvidenze pubbliche, di aziende agrituristiche, il ripristino dell'attività di produzione del formaggio (con la costituzione di una cooperativa in San Zeno di Montagna), di raccolta e trasformazione delle castagne (marrone di San Zeno DOP), di raccolta e trasformazione delle olive (olio di Brenzone DOC e DOCG presso le locali Cooperative di olivicoltori). E' di chiara evidenza che la creazione di margini di guadagno adeguati può essere garantita solo mantenendo una struttura come quella funiviaria che, attraendo visitatori sul Monte Baldo, consente alle locali aziende di garantirsi nuove nicchie di mercato e di ritrarre corrispettivi più consistenti nella rivendita dei prodotti tipici.

Uguualmente, sarebbe impensabile il mantenimento di attività ricettive o commerciali indipendentemente dalla presenza degli impianti funiviari.

Brenzone-San Zeno di Montagna

Il Presidente di Prada Costabella S.r.l. -