KOHL > PARTNER

Programma per lo sviluppo del turismo

nell'ambito del programma di sviluppo comunale del territorio e del paesaggio.

Comune di Martello.

ANALISI DELLO STATO ATTUALE

Realizzazione e relazione
Kohl > Partner Südtirol
www.kohl-partner.it

valmontis tourism consulting
www.valmontis.it

Committente
Comune di Martello
Localitá Meiern 96
39020 Martello
Tel. +39 04 73 74 45 81
info@gemeinde.martell.bz.it
www.gemeinde.martell.bz.it

Direzione del progetto
Alois Kronbichler

Data
15 gennaio 2025

Indice

1. Situazione iniziale – Fasi di lavoro – Metodo – Gruppo di lavoro 3
   - 1.1. Obiettivi 3
   - 1.2. Gruppo di lavoro 4
2. Descrizione del territorio 5
   - 2.1. Uno sguardo sul comune di Martello 5
   - 2.2. Dati demografici ed economici principali 6
   - 2.3. Sviluppo dell'offerta e della domanda turistica 12
   - 2.4. Strutture per il tempo libero 22
   - 2.5. L'organizzazione turistica 25
3. Sostenibilità 26
   - 3.1. Iniziative di sostenibilità a livello comunale 26
   - 3.2. Etichetta di sostenibilità Alto Adige – La certificazione per la sostenibilità nel turismo altoatesino 27
4. Analisi SWOT (Punti di forza / debolezze e Opportunità / Rischi) 28
   - 4.1. Per i settori "Condizioni generali" e "Strutture per il tempo libero " 28
   - 4.2. Per i settori "Imprese turistiche" e "Organizzazione turistica " 29
5. Focus strategico secondo LTEK 2030+ 30
   - 5.1. Leitmotiv e orientamento ai valori 30
   - 5.2. Descrizione breve "Focus strategico" 30
   - 5.3. Campi di focus strategico di Martello – Valutazione della situazione attuale 31
6. Valutazione secondo il semaforo di sensibilità LTEK 2030+ 33
7. Osservazione finale 34

1. Situazione iniziale – Fasi di lavoro – Metodo – Gruppo di lavoro

La nuova legge urbanistica (l n. 9 del 10 luglio 2018) prevede che ogni comune dell'Alto Adige elabori un **programma di sviluppo comunale dello spazio e del paesaggio (GProRL)** – ArtT. 51 e 52 – che includa, tra l'altro:

- un programma per lo sviluppo degli insediamenti
- un programma per lo sviluppo del paesaggio – spazi verdi e aree libere
- un programma per la mobilità e l'accessibilità
- un programma per **lo sviluppo del turismo.**

Il programma per lo sviluppo del turismo deve includere, tra le altre cose, indicatori territoriali specifici per le strategie di sviluppo del turismo e tenere conto dei lavori preliminari (concetto di sviluppo turistico provinciale e Roadmap 2030 dell'IDM).
In questo contesto, è fondamentale considerare l'intensità del turismo e l'atteggiamento della popolazione locale verso il turismo.
La nuova legge prevede che il programma di sviluppo comunale venga elaborato – preferibilmente da più comuni in collaborazione tra loro – come uno strumento di pianificazione a lungo termine, che di norma coinvolge più ambiti. Il comune di Martello ha deciso di collaborare nel settore turistico con i comuni di Silandro, Laces e Castelbello-Ciardes (zona media Val Venosta)

Maggiore cooperazione e interconnessione rafforzano la resilienza regionale e operativa e aumentano il valore aggiunto regionale!"
Fonte: Landestourismusentwicklungskonzept 2030+

1.1. Obiettivi

- Elaborazione di dati – principalmente, ma non solo – turistici
- Analisi dei punti di forza/debolezza e delle opportunità/rischi (analisi SWOT)
- Definizione di una visione turistica generale per il futuro del comune Martello, basata sui lavori preliminari (una strategia turistica di massima, con particolare attenzione alla compatibilità territoriale e alla sostenibilità)
- Analisi e definizione di potenziali di cooperazione intercomunale
- Derivare il potenziale a livello comunale (idee, misure, progetti)

1.2. Gruppo di lavoro

Grazie al gruppo di lavoro "Turismo" per la collaborazione costruttiva!

- Georg Altstätter
- Günther Pircher
- David Stocker
- Peter Holzer
- Markus Perkmann
- Roland Gluderer
- Andreas Eberhöfer
- Heidi Gamper
- Katharina Fleischmann
- Josef Maschler

2. Descrizione del territorio

2.1. Uno sguardo sul comune di Martello

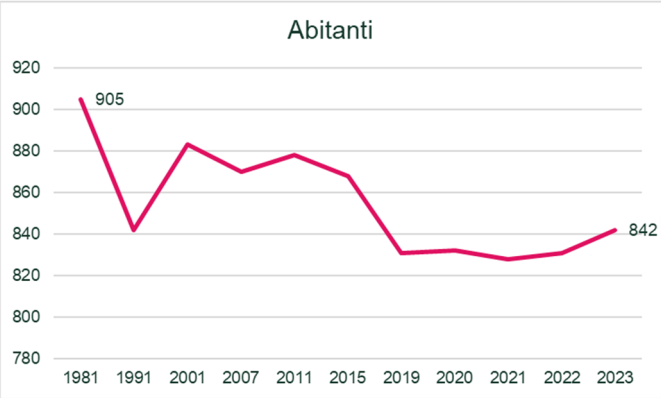
Informazioni generali	➢ Altitudine: 957-37577 m – Centro abitato: 1.312 m ➢ Superficie: 14.380 ha
Abitanti e numero di famiglie nel 2023	➢ Abitanti 2023: 842 – - 4,1% rispetto al 2011 ➢ Numero di famiglie 2023: 343 – + 4,6% rispetto al 2011
Frazioni	➢ Mezzomonte – 267 Abitanti ➢ Ganda – 179 Abitanti ➢ Transacqua – 206 Abitanti ➢ Montesole – 57 Abitanti ➢ Montemezzano – 46 Abitanti ➢ Alta Valle di Martello – 31 Abitanti ➢ Val d'Enne – 33 Abitanti
Attrazioni selezionate	➢ Alta Via Merano-Ortles ➢ Alta Via dell'Ortles ➢ Itinerario del Marmo ➢ Alta Via della Val Martello ➢ Sentiero delle Malghe ➢ Gola di Plima ➢ Sentiero didattico del ghiacciaio ➢ Sentiero BoscoMontagnaContadino ➢ Sentiero delle Fragole Altoatesine ➢ Kandlwaal ➢ Soywaal
Eventi principali nel comune	➢ Mercato di San Michele ➢ Festa della Fragola
Lo stemma	➢ Descrizione**:** Su sfondo blu, un triangolo bianco verticale con un dente su entrambi i lati rivolto verso l'alto, contenente un'aquila bicipite nera con aureole dorate. Il triangolo bianco, che rappresenta una montagna, simboleggia la posizione del comune che si estende fino alla regione dei ghiacciai. L'aquila bicipite si riferisce a una leggenda secondo cui gli abitanti della Val Martello, per il loro coraggio in una battaglia nella zona di Schanzen all'uscita della valle, da allora hanno il diritto di includerla nella loro bandiera.

2.2. Dati demografici ed economici principali[1]

Il turismo, in quanto fenomeno trasversale, richiede l'analisi e la considerazione non solo dei dati puramente turistici!

Evoluzione demografica 1981-2023

Anno	Abitanti	Variazione +- in %
1981	905	--
1991	842	-7,0%
2001	883	4,9%
2007	870	-1,5%
2011	878	0,9%
2015	868	-1,1%
2019	831	-4,3%
2020	832	0,1%
2021	828	-0,5%
2022	831	0,4%
2023	842	1,3%



- La popolazione del comune è variabile e negli ultimi 20 anni è diminuita di circa il 5% – nel 2023 conta 842 abitanti.

[1] I dati per le tabelle seguenti sono stati forniti dal comune di Martello e dall'associazione turistica; ulteriori dati sono stati estratti dagli annuari statistici e dalle banche dati di ASTAT e WIFO. Lievi differenze nei dati sono dovute a diversi metodi di rilevazione.

Numero di abitanti per frazione 2023

	2023	
Frazione	**Numero**	**in %**
Mezzomonte	290	34,4
Ganda	179	21,3
Transacqua	206	24,5
Montesole	57	6,8
Montemezzano	46	5,5
Alta Valle di Martello	31	3,7
Val d'Enne	33	3,9
TOTALE	**842**	**100,0**

Sviluppo delle famiglie 1991-2023

Anno	Numero di famiglie	Variazione +- in %
1991	283	--
2001	300	6,0%
2011	328	9,3%
2015	331	0,9%
2019	330	-0,3%
2020	330	0,0%
2021	332	0,6%
2022	340	2,4%
2023	343	0,9%

Sviluppo degli abitanti/famiglie 2011/2023

Anno	Popolazione totale	Famiglie
2011	**878**	**328**
2023	**842**	**343**
Differenza	**-36**	**15**
in %	**-4,1%**	**4,6%**

- Osservando l'andamento degli ultimi circa 10 anni, si nota che la popolazione è diminuita di circa il 4%, mentre il numero di nuclei familiari è aumentato di quasi il 5%. Questo sviluppo è principalmente attribuibile ai cambiamenti nelle condizioni sociali, come la tendenza a creare famiglie meno numerose, un aumento dei nuclei familiari composti da una sola persona o un incremento dei tassi di separazione e divorzio, una tendenza simile riscontrabile in molti comuni dell'Alto Adige.

Sviluppo di seconde case

2012	41
2021	43
2023	44

Provenienza dei proprietari di seconde case – a partire dal 2021

Paesi	Numero	in %
Alto Adige	21	48,8
Italia	6	14,0
Germania	14	32,6
Alte Nazioni	2	4,7
Totale	**43**	**100,0**

Seconde case per comune in Alto Adige 2021

	Comune	Numero	in %
1.	Castelrotto	874	6,3%
2.	Nova Levante	827	6,0%
3.	Renon	626	4,5%
4.	Badia	604	4,3%
5.	Brunico	595	4,3%
6.	Merano	578	4,2%
7.	San Candido	483	3,5%
8.	Selva Val Gardena	421	3,0%
9.	Ortisei	416	3,0%
10.	Monguelfo-Tesido	392	2,8%
11.	Corvara	383	2,8%
12.	Dobbiaco	380	2,7%
13.	Vipiteno	335	2,4%
14.	Fié allo Sciliar	300	2,2%
15.	Valdaroa	292	2,1%
Alto Adige TOTALE		**13.894**	**100,0%**

Fonte: astat - Info Nr. 32/20233

- Nel 2023 a Martello si contano 43 seconde case. È importante sottolineare che circa il 50% dei proprietari proviene dall'Alto Adige, mentre un ulteriore 14% dal resto d'Italia.

Zone per strutture turistiche (zone turistiche)

Designazione della zona/dell'azienda	Aree zone turistiche
TZ Dorf	2.316 m² x 1,9 m³
TZ Hölderle	8.100 m² X 1,9 m³
TZ Gallenmahld	8.240 m² x 1,9 m³
TZ Grogg	5.000 m² x 1,9 m²
TZ Zufritt	5.800 m² x 1,9 m³

- Nella tabella sopra sono indicate le zone turistiche assegnate di Martello. Le aree sono state designate, ma non ancora realizzate.

Progetti turistici presentati o richiesti nel comune e interventi edilizi pianificati noti al comune.
Una struttura alberghiera in zona agricola è attualmente in fase di ampliamento qualitativo.
Attualmente non ci sono altri nuovi progetti presentati nel comune.

Imprese iscritte al Registro delle Imprese*

	2009		2011		2019		2023	
Settore	**Numero**	**in %**	**Numero**	**in %**	**Numero**	**in %**	**Numero**	**in %**
Agricoltura, silvicoltura e pesca	75	56,8	76	57,1	71	59,2	67	56,8
Produzione/Produzione	10	7,6	11	8,3	11	9,2	13	11,0
Edilizia	10	7,6	12	9,0	8	6,7	7	5,9
Commercio, riparazione di autoveicoli e motocicli	6	4,5	5	3,8	5	4,2	6	5,1
Trasporto e stoccaggio	7	5,3	6	4,5	4	3,3	4	3,4
Ospitalità/alloggio e ristorazione	**19**	**14,4**	**18**	**13,5**	**18**	**15,0**	**19**	**16,1**
Noleggi, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	2	1,5	1	0,8	0	0,0	0	0,0
Arte, sport, intrattenimento e svago	1	0,8	1	0,8	1	0,8	1	0,8
Altre attività di servizi	1	0,8	1	0,8	1	0,8	1	0,8
Società non classificate	1	0,8	2	1,5	1	0,8	0	0,0
TOTALE	**132**	**100,0**	**133**	**100,0**	**120**	**100,0**	**118**	**100,0**

* Fonte: Istituto di Ricerche Economiche WIFO della Camera di Commercio di Bolzano

- Il comune di Martello conta 118 aziende registrate nel registro delle imprese. La maggior parte, circa il 57%, opera nel settore dell'agricoltura, silvicoltura e pesca, seguita da circa il 16% nel settore alberghiero e della ristorazione. Sebbene il numero totale di aziende registrate nel registro delle imprese sia diminuito negli ultimi 15 anni, le imprese nel settore alberghiero e della ristorazione sono rimaste sostanzialmente stabili.

Lavoratori dipendenti per settore*

	2001		2011		2019		2023	
Settore	**Dipendenti**	**in %**	**Dipendenti**	**in %**	**Dipendenti**	**in %**	**Dipendenti**	**in %**
Agricoltura	28	30,1	49	36,8	43	31,6	48	31,2
Manifatturiero	8	8,6	16	12,0	13	9,6	17	11,0
Edilizia	16	17,2	17	12,8	5	3,7	7	4,5
Commercio	1	1,1	1	0,8	1	0,7	2	1,3
Ospitalità	**15**	**16,1**	**27**	**20,3**	**40**	**29,4**	**44**	**28,6**
Settore pubblico	8	8,6	14	10,5	20	14,7	22	14,3
Altri servizi	17	18,3	9	6,8	14	10,3	14	9,1
TOTALE	**93**	**100,0**	**133**	**100,0**	**136**	**100,0**	**154**	**100,0**

* Fonte: Ufficio per l'osservazione del mercato del lavoro

- Tra i lavoratori dipendenti, su 154 persone la maggior parte è impiegata nel settore agricolo (circa il 31%) e nell'ospitalità (circa il 29%), seguita dal settore pubblico con circa il 14%. In totale, il numero di lavoratori dipendenti è passato da 93 nel 2001 a 153 nel 2023, con l'incremento maggiore registrato nello stesso periodo nel settore dell'ospitalità (+193%).

Condizioni quadro – Acqua potabile ed energia

Il turismo, come settore trasversale, influisce su diversi ambiti di una località. Di seguito vengono brevemente trattati alcuni punti essenziali per lo sviluppo turistico.

Nel comune di Martello il 95% delle famiglie è collegato alla rete idrica comunale. Il comune dispone di sufficienti risorse di acqua potabile di alta qualità, in grado di soddisfare anche una crescente domanda. Tuttavia, se il consumo dovesse aumentare drasticamente (raddoppiando o triplicando), sarebbe necessario intervenire sull'infrastruttura. Oltre il 90% delle famiglie è collegato all'impianto di depurazione situato a Castelbello, costruito dal comune e dalla comunità comprensoriale. Il comune di Martello dispone inoltre di tre piccoli impianti di depurazione propri (localizzati presso il centro biathlon, l'Hotel Zum See e la fine della valle).

Il comune gestisce un impianto di teleriscaldamento che fornisce energia termica agli edifici pubblici nel paese di Martello (municipio, casa civica, centro sociale, scuola elementare e asilo) e impianti a cippato che riscaldano l'area ricreativa Trattla e tutti gli edifici del centro biathlon.
L'energia elettrica è distribuita tramite la rete Edyna. Il comune dispone di una propria centrale idroelettrica a Hintermartello con una potenza nominale media di 299,47 kW, oltre a due piccole centrali che forniscono energia elettrica agli alpeggi Enzian e Lyfialm. Inoltre, il comune possiede diversi impianti fotovoltaici per un totale di 150 kW, con un aumento ulteriori di 150 kW previsto nei prossimi due anni.

Per ulteriori dettagli si rimanda ai rapporti dei tecnici coinvolti nel programma di sviluppo comunale.

Osservazioni riassuntive:

- Il **numero di abitanti** del comune è variabile e negli ultimi 20 anni è diminuito di circa il 5%. Nel 2023 la popolazione conta 842 persone.
- Osservando l'andamento degli ultimi 10 anni, si nota che la popolazione è diminuita di circa il 4%, mentre **il numero di nuclei familiari** è aumentato di quasi il 5%. Questo fenomeno è principalmente attribuibile ai cambiamenti sociali, come la riduzione delle dimensioni delle famiglie, l'aumento dei nuclei familiari composti da una sola persona e i crescenti tassi di separazione e divorzio, una tendenza comune a molti comuni dell'Alto Adige.
- Nel 2023, a Martello si contano 43 **seconde case**. È interessante notare che circa il 50% dei proprietari proviene dall'Alto Adige, mentre un ulteriore 14% dal resto d'Italia.
- Il comune di Martello dispone di 118 aziende registrate nel registro delle **imprese**. La maggior parte, circa il 57%, opera nel settore agricolo, forestale e della pesca, seguita da circa il 16% nel settore alberghiero e della ristorazione. Negli ultimi 15 anni, il numero totale di aziende registrate è diminuito, mentre quelle del settore alberghiero e della ristorazione sono rimaste sostanzialmente stabili.
- Tra i **lavoratori dipendenti**, 154 persone sono impiegate principalmente nel settore agricolo (circa il 31%) e nell'ospitalità (circa il 29%), seguiti dal settore pubblico con circa il 14%. In totale, il numero di lavoratori dipendenti è aumentato da 93 nel 2001 a 153 nel 2023, con il maggiore incremento registrato nel settore dell'ospitalità (+193%).

2.3. Sviluppo dell'offerta e della domanda turistica

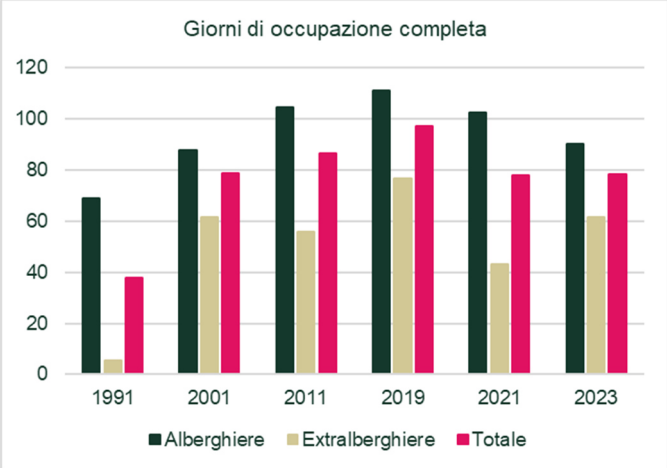
Sviluppo delle strutture ricettive e dei posti letto 1991-2023

	Alberghiere		Extralberghiere		Totale	
Anno	Aziende	Letti	Aziende	Letti	Aziende	Letti
1991	17	538	28	522	45	1.060
2001	15	459	12	237	27	696
2011	16	453	20	257	36	710
2019	14	417	22	279	36	696
2021	14	416	22	292	36	708
2023	15	483	25	332	40	815

- Mentre il numero di attività commerciali è rimasto costante dal 2001, il numero di attività non legate al settore alberghiero è raddoppiato. Il numero di posti letto è aumentato di circa 120 dall'inizio del nuovo millennio: 30 nel settore commerciale e circa 90 nel settore non commerciale.

Sviluppo dei pernottamenti e dei giorni di tutto esaurito 1991-2023

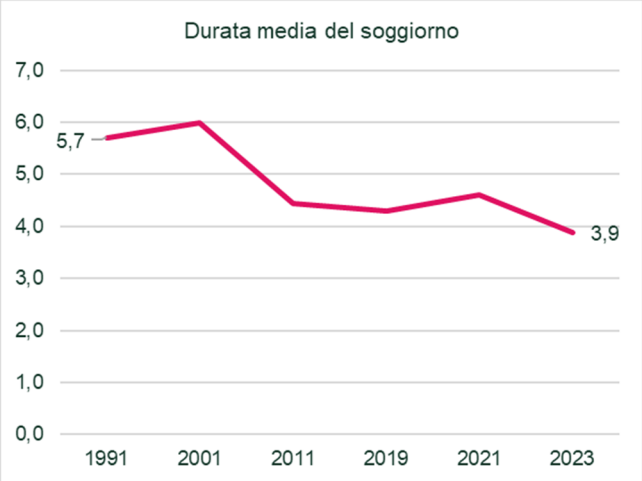
	Notti			Giorni di tutto esaurito		
Anno	Alberghiere	Extralberghiere	Totale	Alberghiere	Extralberghiere	Totale
1991	37.152	2.801	39.953	69	5	38
2001	40.301	14.569	54.870	88	61	79
2011	47.318	14.305	61.623	104	56	87
2019	46.352	21.434	67.786	111	77	97
2021	42.715	12.629	55.344	103	43	78
2023	43.575	20.422	63.997	90	62	79



- Le presenze turistiche negli ultimi 10 anni sono aumentate solamente del 4% circa, raggiungendo nel 2023 circa 64.000 pernottamenti.
- Il comune di Martello ha registrato nel 2023 79 giorni di piena occupazione (90 giorni nel settore commerciale e 62 giorni nel settore non commerciale), un dato ben al di sotto della media dell'Alto Adige.

Sviluppo degli arrivi e della durata media dei soggiorni 1991-2023

Anno	Arrivi	∅ Durata del soggiorno
1991	7.002	5,7
2001	9.163	6,0
2011	13.865	4,4
2019	15.769	4,3
2021	12.001	4,6
2023	16.521	3,9



- Anche la durata del soggiorno, con una media di 3,9 giorni, è inferiore alla media dell'Alto Adige ed è diminuita negli ultimi decenni, come accade nella maggior parte delle destinazioni turistiche dell'arco alpino.

Pernottamenti per mese 2001-2023

Mese	2001	in %	2011	in %	2019	in %	2021	in %	2023	in %
Gennaio	1.242	2,3	1.708	2,8	1.109	1,6	362	0,7	3.187	5,0
Febbraio	1.396	2,5	1.351	2,2	1.676	2,5	661	1,2	2.025	3,2
Marzo	1.724	3,1	3.586	5,8	7.490	11,0	441	0,8	3.809	6,0
Aprile	2.183	4,0	4.878	7,9	4.363	6,4	224	0,4	2.969	4,6
Maggio	2.319	4,2	2.936	4,8	2.774	4,1	626	1,1	2.759	4,3
Giugno	5.700	10,4	6.010	9,8	6.157	9,1	4.204	7,6	6.202	9,7
Luglio	12.742	23,2	10.859	17,6	11.557	17,0	11.862	21,4	11.841	18,5
Agosto	15.269	27,8	14.874	24,1	14.211	21,0	16.459	29,7	14.172	22,1
Settembre	6.961	12,7	8.399	13,6	9.067	13,4	9.245	16,7	8.286	12,9
Ottobre	3.355	6,1	4.612	7,5	4.365	6,4	4.581	8,3	4.297	6,7
Novembre	295	0,5	195	0,3	312	0,5	1.228	2,2	1.853	2,9
Dicembre	1.684	3,1	2.215	3,6	4.705	6,9	5.451	9,8	2.597	4,1
Totale	**54.870**	**100,0**	**61.623**	**100,0**	**67.786**	**100,0**	**55.344**	**100,0**	**63.997**	**100,0**

Pernottamenti per stagione 1991/92-2023/24

	Pernottamenti				
Anno/stagione	Estate*	in %	Inverno**	in %	Totale
1991/92	33.180	80,4	8.071	19,6	**41.251**
2001/02	47.298	89,2	5.734	10,8	**53.032**
2011/12	47.690	79,8	12.093	20,2	**59.783**
2019/20	48.131	79,8	12.147	20,2	**60.278**
2021/22	46.977	73,3	17.143	26,7	**64.120**
2023/24	47.557	100,0			**47.557**

* Estate: Maggio - Ottobre ** Inverno: Novembre - Aprile

Confronto: Evoluzione delle presenze nei semestri estivi e invernali 1991/92 & 2021/22

	Estate	Inverno
1991/92	33.180	8.071
2021/22	46.977	17.143
Differenza	**13.797**	**9.072**
in %	**41,6%**	**112,4%**

- Nella distribuzione delle presenze per stagione si nota che la quota delle presenze invernali è aumentata negli anni. Tuttavia, circa l'80% delle presenze si concentra ancora nella stagione estiva.

Pernottamenti per nazione 2001-2023

Nazione	2001	in %	2011	in %	2023	in %
Germania	30.842	56,2	36.932	59,9	39.400	61,6
Italia	10.640	19,4	16.668	27,0	15.898	24,8
Svizzera	728	1,3	2.737	4,4	2.208	3,5
Austria	749	1,4	1.616	2,6	1.800	2,8
Paesi Bassi	161	0,3	649	1,1	872	1,4
Belgio	7.605	13,9	1.149	1,9	1.441	2,3
Rep. Ceca	2.165	3,9	83	0,1	165	0,3
Polonia	96	0,2	158	0,3	183	0,3
Croazia	0	0,0	16	0,0	32	0,1
Gran Bretgna	408	0,7	194	0,3	69	0,1
USA	16	0,0	47	0,1	116	0,2
Altro	1.460	2,7	1.374	2,2	1.813	2,8
Totale	**54.870**	**100,0**	**61.623**	**100,0**	**63.997**	**100,0**

- Il principale mercato turistico è la Germania, che rappresenta recentemente il 62% delle presenze totali, seguita dall'Italia con circa il 25%. Mentre la percentuale di presenze italiane è diminuita, altri mercati come Svizzera, Austria e Benelux hanno registrato una crescita.

Aziende, posti letto e pernottamenti per categoria di alloggio 1991-2023

1991	Aziende	in %	Letti	in %	Dimensioni dell'azienda	Pernottamenti	in %	Giorni di tutto esaurito
3 stelle	1	2,2	41	3,9	41,0	37.152	93,0	70
1 e 2 stelle	16	35,6	489	46,7	30,6			
Totale commerciale	**17**	**37,8**	**530**	**50,6**	**31,2**	**37.152**	**93,0**	**70**
Totale non commerciale	**28**	**62,2**	**518**	**49,4**	**18,5**	**2.801**	**7,0**	**5**
Totale	**45**	**100,0**	**1.048**	**100,0**	**23,3**	**39.953**	**100,0**	**38**

2001	Aziende	in %	Letti	in %	Dimensioni dell'azienda	Pernottamenti	in %	Giorni di tutto esaurito
3 stelle	2	7,1	82	11,6	41,0	40.301	73,4	86
1 e 2 stelle	13	46,4	374	53,0	28,8			
Residence	1	3,6	13	1,8	13,0			
Totale commerciale	**16**	**57,1**	**469**	**66,4**	**29,3**	**40.301**	**73,4**	**86**
Agriturismo	4	14,3	37	5,2	9,3	2.601	4,7	70
Altre aziende	8	28,6	200	28,3	25,0	11.968	21,8	60
Totale non commerciale	**12**	**42,9**	**237**	**33,6**	**19,8**	**14.569**	**26,6**	**61**
Totale	**28**	**100,0**	**706**	**100,0**	**25,2**	**54.870**	**100,0**	**78**

2011	Aziende	in %	Letti	in %	Dimensioni dell'azienda	Pernottamenti	in %	Giorni di tutto esaurito
3 stelle	5	13,9	181	25,5	36,2	24.845	40,3	137
1 e 2 stelle	9	25,0	232	32,7	25,8	17.049	27,7	73
Residence	2	5,6	40	5,6	20,0	5.424	8,8	136
Totale commerciale	**16**	**44,4**	**453**	**63,8**	**28,3**	**47.318**	**76,8**	**104**
Agriturismo	11	30,6	65	9,2	5,9	4.359	7,1	67
Altre aziende	9	25,0	192	27,0	21,3	9.946	16,1	52
Totale non commerciale	**20**	**55,6**	**257**	**36,2**	**12,9**	**14.305**	**23,2**	**56**
Totale	**36**	**100,0**	**710**	**100,0**	**19,7**	**61.623**	**100,0**	**87**

2019	Aziende	in %	Letti	in %	Dimensioni dell'azienda	Pernottamenti	in %	Giorni di tutto esaurito
3 stelle	4	11,1	159	22,8	39,8	26.937	39,7	169
1 e 2 stelle	8	22,2	218	31,3	27,3	14.533	21,4	67
Residence	2	5,6	40	5,7	20,0	4.882	7,2	122
Totale commerciale	**14**	**38,9**	**417**	**59,9**	**29,8**	**46.352**	**68,4**	**111**
Agriturismo	14	38,9	90	12,9	6,4	6.660	9,8	74
Altre aziende	8	22,2	189	27,2	23,6	14.774	21,8	78
Totale non commerciale	**22**	**61,1**	**279**	**40,1**	**12,7**	**21.434**	**31,6**	**77**
Totale	**36**	**100,0**	**696**	**100,0**	**19,3**	**67.786**	**100,0**	**97**

2021	Aziende	in %	Letti	in %	Dimensioni dell'azienda	Pernottamenti	in %	Giorni di tutto esaurito
3 stelle	4	11,1	159	22,5	39,8	22.754	41,1	143
1 e 2 stelle	8	22,2	217	30,6	27,1	14.527	26,2	67
Residence	2	5,6	40	5,6	20,0	5.434	9,8	136
Totale commerciale	**14**	**38,9**	**416**	**58,8**	**29,7**	**42.715**	**77,2**	**103**
Agriturismo	13	36,1	89	12,6	6,8	6.313	11,4	71
Altre aziende	9	25,0	203	28,7	22,6	6.316	11,4	31
Totale non commerciale	**22**	**61,1**	**292**	**41,2**	**13,3**	**12.629**	**22,8**	**43**
Totale	**36**	**100,0**	**708**	**100,0**	**19,7**	**55.344**	**100,0**	**78**

2023	Aziende	in %	Letti	in %	Dimensioni dell'azienda	Pernottamenti	in %	Giorni di tutto esaurito
3 stelle	4	10,0	189	23,2	47,3	28.246	44,1	149
1 e 2 stelle	8	20,0	223	27,4	27,9	10.978	17,2	49
Residence	3	7,5	70	8,6	23,3	4.351	6,8	62
Totale commerciale	**15**	**37,5**	**482**	**59,2**	**32,1**	**43.575**	**68,1**	**90**
Agriturismo	14	35,0	104	12,8	7,4	7.762	12,1	75
Altre aziende	11	27,5	228	28,0	20,7	12.660	19,8	56
Totale non commerciale	**25**	**62,5**	**332**	**40,8**	**13,3**	**20.422**	**31,9**	**62**
Totale	**40**	**100,0**	**814**	**100,0**	**20,4**	**63.997**	**100,0**	**79**

Fonte: astat

- In generale, si può affermare che le strutture con una classificazione più alta raggiungono anche un tasso di occupazione maggiore: nel 2023, ad esempio, le strutture a 3 stelle hanno registrato 149 giorni di piena occupazione.
- La dimensione media delle strutture commerciali non è cambiata in modo significativo negli ultimi 20 anni. Si segnala tuttavia la ridotta dimensione delle strutture, in particolare quelle classificate con 1 e 2 stelle. Dal punto di vista turistico-professionale, va sottolineato che con meno di 30-40 posti letto è difficile gestire un'attività commerciale in modo economicamente sostenibile, garantire il sostentamento di una famiglia e accumulare abbastanza capitale proprio per effettuare gli investimenti di rinnovamento necessari.

Rapporto popolazione/posti letto (grado di frequentazione) 1972-2023

Anno	Abitanti	Posti letto	Rapporto
1972	906	487	1:0,53
1981	905	991	1:1,09
1991	842	1.060	1:1,25
2001	883	696	1:0,78
2011	878	710	1:0,8
2019	831	696	1:0,83
2021	828	708	1:0,85
2023	842	815	1:0,96

Percentuale media di occupazione posti letto e giorni di tutto esaurito 1972-2023

Anno	Letti	Pernottamenti	∅ Occupazione posti letto in %	Giorni di tutto esaurito
1972	487	17.495	10%	36
1981	991	37.468	10%	38
1991	1.060	39.953	10%	38
2001	696	54.870	22%	79
2011	710	61.623	24%	87
2019	696	67.786	27%	97
2021	708	55.344	21%	78
2023	815	63.997	22%	79

Intensità turistica 1972-2023

Anno	Abitanti	Pernottamenti	Intensità turistica in %
1972	906	17.495	5%
1981	905	37.468	11%
1991	842	39.953	13%
2001	883	54.870	17%
2011	878	61.623	19%
2019	831	67.786	22%
2021	828	55.344	18%
2023	842	63.997	21%

Intensità del turismo: Numero di pernottamenti annui in tutte le strutture ricettive diviso per 365 giorni, e poi diviso per la popolazione locale. Ad esempio, un'intensità del turismo del 17% significa che, in media, per ogni 100 abitanti si registrano 17 pernottamenti al giorno.

Densità turistica con una superficie comunale di 143,82 km² – 1991-2023

Anno	Posti letto	Densità turistica=posti letto/km²*
1991	1.060	7
1997	958	7
2001	696	5
2011	710	5
2019	696	5
2021	708	5
2023	815	6

*Densità turistica: Numero totale di posti letto (alberghieri ed extralberghieri) diviso per la superficie totale del comune in km².

Rapporto tra posti letto nelle strutture alberghiere ed extralberghiere 1972-2023

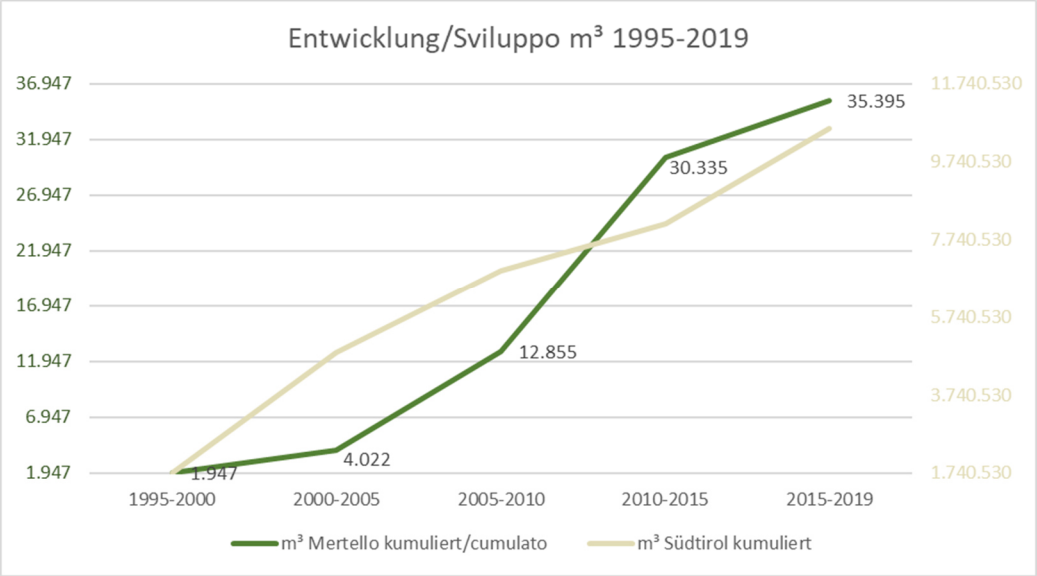
Anno	Alberghieri	Extalberghieri	Rapporto
1972	311	176	1:1,76
1981	547	444	1:1,23
1991	538	522	1:1,03
2001	459	237	1:1,93
2011	453	257	1:1,76
2019	417	279	1:1,49
2021	416	292	1:1,42
2023	483	332	1:1,45

Rapporto tra i posti letto delle strutture alberghiere e non alberghiere: Un rapporto uguale a 1 indica che il numero di posti letto nelle strutture alberghiere è uguale a quello delle strutture non alberghiere (un rapporto vicino a 1 suggerisce una certa diversificazione dei posti letto). Un rapporto maggiore di 1 significa che ci sono più posti letto nelle strutture alberghiere rispetto a quelle non alberghiere, mentre un rapporto inferiore a 1 indica una maggiore presenza di posti letto nelle strutture non alberghiere.

- Il rapporto tra posti letto commerciali e non commerciali a Martello è cambiato negli anni e nel 2023 si attesta a 1:1,45, con una prevalenza di posti letto commerciali.

Velocità di sviluppo relativa

La velocità di sviluppo relativa misura quanto rapidamente i comuni, all'interno della loro categoria, si sono sviluppati in termini di attività edilizia per scopi turistici. A tal fine, per ciascun comune, sono stati analizzati sia i dati relativi alle ristrutturazioni che quelli relativi alle nuove costruzioni nel periodo dal 1995 al 2019.



Fonte: Concetto di sviluppo turistico provinciale 2030+

- Come visibile nel grafico, si è registrata un'attività edilizia relativamente intensa soprattutto nel periodo 2010-2015.
- Complessivamente, tra il 2000 e il 2019 sono stati costruiti circa 33.500 m³ a scopi turistici.

Distribuzione percentuale dei posti letto in base alla zona di destinazione d'uso

Zona di dedicazione	Numero di posti letto	in %
Zone residenziali	204	29,1
Superficie agricola	492	70,1
Zone per strutture turistiche	6	0,9
Area naturale		0,0
Zone per strutture pubbliche		0,0
Zone industriali		0,0
Complesso residenziale agricolo		0,0
Spazio verde privato		0,0
Strutture per il tempo libero		0,0
PSU		0,0
TOTALE	**702**	**100,0**

- Dalla tabella sopra riportata emerge che il 70% di tutti i posti letto a Martello si trova in aree agricole, il 29% in zone residenziali e quasi l'1% in zone turistiche.

Dati comparativi di altri comuni in Val Venosta 2023

Comune	Abitanti	Letti	Pernottamenti	Occupazione dei posti letta a %	GTE	Abit./letti	Pernott./Abitanti	Intensità turistica[1]	Superficie comunali a km²	Intensità turistica=letti/km² [2]
Tubre in Val Monastero	959	194	34.692	49%	179	1:0,2	36	10%	45,90	4
Glorenza	928	693	75.043	30%	108	1:0,74	81	22%	13,00	53
Curon Venosta	2.373	3.036	438.026	40%	144	1:1,27	185	51%	210,06	14
Castelbello-Ciardes	2.366	624	75.718	33%	121	1:0,26	32	9%	53,00	12
Lasa	4.115	355	37.338	29%	105	1:0,08	9	2%	110,10	3
Laces	5.263	2.246	276.542	34%	123	1:0,42	53	14%	78,80	29
Malles Venosta	5.279	2.719	368.527	37%	136	1:0,51	70	19%	247,10	11
Martello	**842**	**815**	**63.997**	**22%**	**79**	**1:0,96**	**76**	**21%**	**143,80**	**6**
Prato a Stelvio	3.856	1.825	210.738	32%	115	1:0,47	55	15%	51,40	36
Silandro	6.345	1.206	136.688	31%	113	1:0,19	22	6%	115,20	10
Sluderno	1.862	314	39.528	34%	126	1:0,16	21	6%	20,77	15
Senales	1.242	2.546	263.166	28%	103	1:2,04	212	58%	210,35	12
Stelvio	1.130	3.676	447.087	33%	122	1:3,25	396	108%	140,00	26
Comunità compensoriale Val Venosta	**36.534**	**19.952**	**2.467.189**	**34%**	**124**	**1:0,54**	**68**	**19%**	**1.439,48**	**14**
Alto Adige	**536.933**	**243.419**	**36.134.805**	**41%**	**148**	**1:0,45**	**67**	**18%**	**7.400,43**	**33**

Fonte: astat

[1] Intensità turistica: Numero di pernottamenti annui in tutte le strutture ricettive diviso per 365 giorni e poi diviso per la popolazione locale. Ad esempio, un'intensità turistica del 17% significa che, in media per ogni 100 abitanti si registrano 17 pernottamenti al giorno.

[2] Densità turistica: Numero totale di posti letto (commerciale e non commerciali) diviso per la superficie totale del comune in km².

- Come si evince dai dati comparativi, l'intensità turistica (numero di pernottamenti annuali in tutte le strutture ricettive diviso per 365 e poi diviso per la popolazione locale) a Martello è superiore alla media della comunità comprensoriale della Val Venosta – questo è principalmente dovuto al basso numero di abitanti.
- In termini di densità turistica, Martello si colloca molto al di sotto rispetto alle località limitrofe – ciò è principalmente attribuibile alla relativamente ampia superficie comunale.

Numero di esercizi della gastronomia 2011 e 2023

	2011	2023
	Numero di aziende	Numero di aziende
Bar/Caffetteria	11	10
Ristorante/Pizzeria	12	11
Ristoranti aperti al pubblico in strutture ricettive	5	4
Rifugi e punti di ristoro	5	4
Altre aziende		
TOTALE	**33**	**29**

- Il numero di esercizi di ristorazione è diminuito negli ultimi anni – in tutte le categorie, dai bar ai rifugi, si è registrata la chiusura di un'attività.
- Questo andamento negativo nel settore della ristorazione è purtroppo riscontrabile in molti comuni dell'Alto Adige ed è attribuibile, tra le altre cose, alle difficoltà nel trovare personale, ai cambiamenti nei comportamenti dei consumatori e alla diminuzione dei margini di profitto.

Osservazioni riassuntive:

- Mentre il **numero di esercizi commerciali** è rimasto costante dal 2001, il **numero di attività non legate al settore alberghiero** è raddoppiato. Il numero di posti letto è aumentato di circa 120 dall'inizio del nuovo millennio: 30 nel settore commerciale e circa 90 nel settore non commerciale.
- I **pernottamenti** negli ultimi 10 anni sono aumentate di appena il 4% circa, raggiungendo nel 2023 circa 64.000 pernottamenti.
- Nel 2023 il comune di Martello ha registrato 79 **giorni di piena occupazione** (90 giorni nel settore commerciale e 62 nel settore non commerciale), un dato ben al di sotto della media dell'Alto Adige.
- Anche la **durata del soggiorno**, con una media di 3,9 giorni, è inferiore alla media dell'Alto Adige ed è diminuita negli ultimi decenni, come accade nella maggior parte delle destinazioni turistiche alpine.
- Analizzando la **distribuzione stagionale di pernottamenti**, si nota che la quota invernale è aumentata negli anni. Tuttavia, circa l'80% delle presenze si concentra ancora nella stagione estiva.
- La **principale nazione di provenienza dei turisti** è la Germania, che recentemente ha rappresentato il 62% delle presenze totali, seguita dall'Italia con circa il 25%. Mentre la percentuale di presenze italiane è diminuita, altri mercati come Svizzera, Austria e Benelux hanno registrato una crescita.
- In generale, le strutture con una classificazione più alta raggiungono una **maggiore occupazione**: nel 2023, le strutture a 3 stelle hanno registrato 149 giorni di piena occupazione.
- La **dimensione media delle strutture commerciali** non è cambiata in modo significativo negli ultimi 20 anni. Tuttavia, si segnala la ridotta dimensione delle strutture a 1 e 2 stelle. Dal punto di vista turistico-professionale, è difficile gestire un'attività commerciale con meno di 30-40 posti letto in modo economicamente sostenibile, garantire il sostentamento di una famiglia e accumulare abbastanza capitale per gli investimenti necessari.
- Il **rapporto tra posti letto commerciali e non commerciali** a Martello è cambiato negli anni e nel 2023 si attesta a 1:1,45, con una prevalenza di posti letto commerciali.
- **Tra il 2000 e il 2019 sono stati costruiti circa 33.500 m³ a scopo turistico** nel comune di Martello.
- Il **numero di esercizi di ristorazione** è diminuito negli ultimi anni: in tutte le categorie, dai bar ai rifugi, si è registrata la chiusura di un'attività.
- Secondo il **piano strategico LTEK 2030+,** Martello è classificato come comune turistico sviluppato. Tuttavia, **con la delibera n. 887 del 10 ottobre 2023 della Giunta Provinciale**, è stato **classificato come comune turistico poco sviluppato**. In base all'evoluzione dell'offerta turistica, della domanda turistica e dei dati sopra riportati, la classificazione secondo l'Allegato A del Decreto n. 55 del Presidente della Provincia del 18 ottobre 2007 è sostanzialmente comprensibile. Va rilevato che il turismo a Martello rappresenta una piccola realtà con una significativa dimensione sociale ed economica.

2.4. Strutture per il tempo libero

Elenco dei sentieri tematici:

- Alta Via Merano-Ortles
- Alta Via dell'Ortles
- Percorso Circolare del Marmo
- Alta Via della Val Martello
- Sentiero delle Malghe
- Gola di Plima
- Sentiero Didattico del Ghiacciaio
- Sentiero BoscoMontagnaContadino
- Sentiero delle Fragole Altoatesine
- Kandlwaal
- Soywaal

Percorsi cicloturistici e MTB:

- Tour del Steindwandhof
- Waldberg-Wiesboden
- Tour dell'Alpe Morterer
- Tour dell'Alpe Lyfi
- Giro della Val Martello
- Stallwies

Strutture per il tempo libero:

- Centro visite del Parco Nazionale culturamartell a Trattla
- Ufficio turistico a Trattla
- Mondo delle Fragole Altoatesine a Trattla
- Palestra di arrampicata Martello a Trattla
- Impianto di mini-golf a Trattla
- Campi da tennis a Trattla
- Laghetto per la pesca a Trattla
- Area ricreativa generale a Trattla
- Piazza eventi a Trattla
- Cooperativa produttori Martello a Trattla
- Parco giochi a Gand
- Parco giochi nel paese di Martello
- Museo contadino Hofmuseum Niederhof a Waldberg
- Stallwies + parco giochi a Waldberg
- Suachbichl (punto panoramico) a Waldberg
- Pista da slittino a Hölderle
- Cappella di Santa Maria nella Schmelz a Waldheim
- Piste di sci di fondo a Waldheim/Grogg
- Centro biathlon a Grogg
- Tappeto magico a Grogg
- Parete d'arrampicata Alperia presso la diga di Hintermartello/Lago di Gioveretto
- Diga di Martello a Hintermartello/Lago di Gioveretto
- Osservatorio della fauna selvatica Zufritt a Hintermartello/Lago di Gioveretto

- Alpe Morterer
- Alpe Soy
- Alpe Lyfi
- Rifugio Zufallhütte
- Rifugio Marteller Hütte

Sala per eventi:
- Culturamartell – 30 posti a sedere
- Centro biathlon – 300 posti a sedere
- Piazza eventi Trattla – 1.000 posti a sedere
- Casa civica – 300 posti a sedere
- Palestra di arrampicata – 30 posti a sedere

Dove si svolgono gli eventi all'aperto?
- Piazza eventi Trattla
- Centro biathlon

Destinazioni escursionistiche/Attrazioni nel comune:
- Alta Via Merano-Ortles
- Alta Via dell'Ortles
- Percorso Circolare del Marmo
- Alta Via della Val Martello
- Sentiero delle Malghe
- Gola di Plima
- Sentiero Didattico del Ghiacciaio
- Sentiero BoscoMontagnaContadino
- Sentiero delle Fragole Altoatesine
- Kandlwaal (nome invariato, tipico locale)
- Soywaal (nome invariato, tipico locale)

Valutazione delle strutture per il tempo libero da parte del gruppo di lavoro il 24 maggio 2024:

Strutture per il tempo libero	Rilevanza turistica	Rilevanza per i residenti
Rete di sentieri escursionistici in generale	5/5	4,5/5
Sentiero della Gola di Plima	5/5	3,2/5
Percorsi per mountain bike	4,2/5	2,6/5
Piste ciclabili	4,8/5	2,6/5
Centro biathlon	4,7/5	4/5
Palestra di arrampicata comprensoriale	3,2/5	3,3/5
Centro ricreativo "Trattla"	4,3/5	3,3/5
Altre strutture per il tempo libero	4,5/5	4,5/5

1 (= non rilevante), 5 (= molto rilevante)

Commento:
Dalla valutazione sopra riportata emerge l'elevata rilevanza turistica delle strutture ricreative in generale, mentre la loro importanza per la popolazione locale è valutata leggermente inferiore. Come previsto, i sentieri escursionistici sono considerati particolarmente importanti sia per i residenti che per i turisti.
Il centro ricreativo Trattla all'ingresso del paese, con il Mondo delle Fragole Altoatesine, il centro visite del Parco Nazionale *cultura Martell*, la palestra di arrampicata comprensoriale e il laghetto per la pesca, insieme alle altre strutture ricreative del comune (parco giochi, campi da tennis, minigolf, ecc.), rappresentano una componente fondamentale per la popolazione locale, per i turisti della valle e per i visitatori giornalieri provenienti dall'esterno.

Il gruppo di lavoro individua possibilità di miglioramento nei seguenti ambiti:
- Il collegamento di Martello alla pista ciclabile della Val Venosta.
- La progettazione di alcuni percorsi accessibili a persone con disabilità e passeggini.
- L'identificazione di sentieri escursionistici più facili

2.5. L'organizzazione turistica

Associazione Turistica Laces-Martello

I compiti di un'organizzazione turistica sono principalmente lo sviluppo del prodotto, il marketing, l'assistenza agli ospiti, il supporto agli operatori turistici associati, la manutenzione dei sentieri e il coordinamento degli eventi. Diventano sempre più importanti anche attività legate alla gestione olistica del territorio, come la sostenibilità.

All'Associazione Turistica Laces-Martello appartengono le località turistiche di Laces, Coldrano, Morter, Tarres, Val Martello e San Martino al Monte.

Numero di dipendenti e ore di lavoro settimanali:
- Amministrazione: 1 dipendente a tempo pieno e 1 dipendente part time
- Servizio informazioni/Front Desk: 2 dipendenti a tempo pieno
- Manutentori dei sentieri/Operai: 2 dipendenti a tempo pieno

Orari di apertura:

	01.04.-31.10.	01.11.-31.03.
Lu-Ve	ore 08:00-12:00 & ore 14:00-18:00	ore 08:00-12:00 & ore 14:00-17:00
Sa	ore08:00-12:00	chiuso
Do	chiuso	chiuso

Esempio di programma settimanale di attività assistite:
- Programma escursionistico con il Parco Nazionale dello Stelvio in estate (escursione alla scoperta delle marmotte, osservazione della fauna selvatica, escursione alle erbe, ecc.)
- Programma escursionistico con il Parco Nazionale dello Stelvio in inverno (escursioni con le ciaspole e passeggiate invernali)
- Tour guidati in MTB (con MAXX Bike Eldorado / da aprile a ottobre)
- Collaborazione con il tiro con l'arco (tiro con l'arco per bambini)
- Panificazione e preparazione di marmellate
- Visite guidate presso la cooperativa frutticola e Kräuterschlössl
- Rafting e canyoning (tramite fornitori esterni)
- Trekking con i lama (tramite fornitori esterni)

Eventi (esempi):
- Tour culturale del paese (mercoledì o su richiesta)
- Visite guidate al Castel Coldrano (martedì/mercoledì o su richiesta)
- Visite guidate alla cappella di Santo Stefano a Morter (venerdì/sabato o su richiesta)

3. Sostenibilità

3.1. Iniziative di sostenibilità a livello comunale

Nel comune di Martello sono state realizzate o sono in corso le seguenti iniziative di sostenibilità:

- L'area comunale di Martello è ben collegata con i mezzi pubblici (autobus ogni ora verso la stazione ferroviaria di Coldrano e i centri principali di Silandro e Laces). Anche i masi più isolati sono ben raggiungibili in estate e autunno grazie a un'iniziativa comunale con mezzi pubblici.
- Rinnovo della condotta dell'acqua potabile a Montesole.
- Monitoraggio dei serbatoi di acqua potabile a Gand e Ennewasser.
- Impianti fotovoltaici: potenza nominale di circa 400 kWh (attualmente in fase di realizzazione).
- Ristrutturazione di quasi tutti gli edifici pubblici (Cultura Martell, municipio, scuola elementare, asilo, ecc.).
- Illuminazione pubblica al 100% con nuove lampade LED.
- Ampliamento del centro di riciclaggio.

La sostenibilità non è uno stato, ma un cammino che ci attende e che deve essere percorso insieme.

3.2. Etichetta di sostenibilità Alto Adige – La certificazione per la sostenibilità nel turismo altoatesino

Il marchio di sostenibilità **Alto Adige** si basa sui criteri del Global Sustainable Tourism Council (GSTC), sviluppato per promuovere una concezione uniforme del turismo sostenibile in Alto Adige. Questo marchio viene assegnato a località e **strutture ricettive** che si impegnano attivamente per uno sviluppo sostenibile. I destinatari di questo marchio devono soddisfare criteri in quattro ambiti obbligatori: gestione, socio-economica, cultura ed ecologia, i quali sono sottoposti a verifica.
Poiché la sostenibilità è un approccio a lungo termine, il marchio prevede tre livelli distinti. Maggiore è il numero di criteri soddisfatti, più alto sarà il livello del marchio. Il terzo e più elevato livello corrisponde alla certificazione GSTC, riconosciuta a livello internazionale.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC)
Il Global Sustainable Tourism Council (GSTC) è stato fondato nel 2007 con l'obiettivo di stabilire standard fondamentali per la sostenibilità nel turismo. Il GSTC rappresenta una garanzia internazionale per il turismo sostenibile. Controllori esterni esaminano annualmente il rapporto delle attività e i progressi effettivi delle destinazioni o strutture turistiche.
I criteri di valutazione sono suddivisi nei seguenti ambiti:

- *Gestione sostenibile*
- *Sostenibilità socio-economica*
- *Sostenibilità culturale*
- *Sostenibilità ambientale*

4. Analisi SWOT (Punti di forza / debolezze e Opportunità / Rischi)

4.1. Per i settori "Condizioni generali" e "Strutture per il tempo libero "

Condizioni generali: *Paesaggio, traffico, ambiente, urbanistica, aspetto del paese, altri settori economici, ecc.*
Strutture per il tempo libero: *Impianti sportivi e ricreativi, impianti di risalita, sentieri escursionistici e piste ciclabili, spazi per eventi e manifestazioni, eventi, ecc.*

+ Punti di forza	- Debolezze
+ Le imponenti montagne nella loro autenticità con quasi 30 vette oltre i 3000 metri: esperienze in vetta, esplorazione dei ghiacciai, ecc. + Il Parco Nazionale dello Stelvio con la sua fauna e flora uniche + L'area escursionistica speciale con sentieri tematici + Il moderno centro biathlon + La palestra di arrampicata comprensoriale e la parete d'arrampicata presso la diga + Il Mondo delle Fragole + I prodotti locali offerti + I buoni collegamenti di trasporto pubblico fino al paese di Martello – in estate fino a Hintermartello e Stallwies, in inverno fino a Hintermartello + Gli eventi culturali e sportivi + La collaborazione tra Comune, associazione turistica e Bauernbund	– Il valore aggiunto del turismo giornaliero
✶ Opportunità	**Rischi**
✶ Visite culturali con il centro del paese, la chiesa, ecc. ✶ Ampliamento della rete ciclabile (Val Venosta-Martello) ✶ Puntare sul tema della sostenibilità ✶ Promuovere sport invernali alternativi (escursioni invernali, sci alpinismo, ciaspolate, ecc.) ✶ Migliorare la distribuzione dei prodotti agricoli locali – sia diretta che indiretta ✶ Il Parco Nazionale dello Stelvio come partner per lo sviluppo generale e per la creazione di nuovi prodotti in particolare ✶ Generare maggiore valore aggiunto dal turismo giornaliero	Un eccessivo turismo giornaliero con molto traffico

4.2. Per i settori "Imprese turistiche" e "Organizzazione turistica “

Imprese turistiche: *Alloggi (commerciali e non commerciali, inclusi campeggi), ristorazione*
Organizzazione turistica: *Associazione turistica (TV), immagine, notorietà, atteggiamento verso il turismo, collaborazione tra turismo ecc.*

+ Punti di forza	– Debolezze
+ La varietà delle aziende a conduzione familiare + L'impegno e la dedizione delle famiglie imprenditoriali – alta qualità dell'ospitalità + Le malghe e i rifugi alpini + La competenza come luogo per campi di allenamento + L'autenticità e l'originalità vissute + I punti informativi digitali	+ Il numero limitato di posti letto + La bassa occupazione delle strutture ricettive + Il calo di strutture e posti letto negli ultimi decenni (sia commerciali che non commerciali) + La mancanza di strutture di riferimento + Le piccole dimensioni delle attività commerciali, con poche strutture accessorie (importanti anche per prolungare la stagione) + La breve durata della stagione turistica + Il trend negativo delle attività gastronomiche (soprattutto nel paese di Martello) + Il numero limitato di agriturismi con mescita di vino e prodotti locali
✶ Opportunità	**Rischi**
✶ Prolungamento della stagione turistica (soprattutto in inverno e nelle stagioni intermedie) ✶ Puntare sul tema della sostenibilità come base di ogni attività turistica ✶ Mantenere le zone turistiche esistenti anche oltre il 2026	La carenza di personale La perdita di attività – sia nel settore ricettivo che nella ristorazione Il ricambio generazionale/la successione nella gestione delle attività Le normative legislative, soprattutto per le piccole imprese (ad esempio: "blocco dei posti letto")

Le aziende turistiche leader sono quelle che presentano le seguenti caratteristiche essenziali:
- Importanti portatrici d'immagine della destinazione
- Visibilità pubblica (presenza nei media)
- Investimenti e innovazioni continui
- Esempio nel settore
- Di solito con almeno 90 posti letto (ma anche aziende più piccole possono essere leader)

Tutte le misure che contribuiscono a migliorare la qualità della vita e dell'ambiente per i residenti aumentano anche la qualità della vacanza per gli ospiti!

5. Focus strategico secondo LTEK 2030+

5.1. Motivo conduttore e orientamento ai valori[2]

Nel punto 3.2 " Motivo conduttore e orientamento ai valori" (pagina 44 e seguenti – redatto da IDM) del LTEK 2030+, si approfondisce la visione dell'Alto Adige, che rappresenta anche la visione per il turismo in Alto Adige, ovvero: "**Alto Adige, l'habitat sostenibile più desiderabile d'Europa."** Inoltre, vengono definiti il "leitmotiv e l'orientamento ai valori."

5.2. Descrizione breve "Focus strategico"

L'Alto Adige aspira a diventare il territorio sostenibile più ambito in Europa. Un territorio è ambito quando la qualità della vita è sufficientemente alta, idealmente la più alta rispetto ad altri territori. La domanda che si pone il settore turistico è quindi: "**Come può il settore contribuire concretamente a migliorare la qualità della vita in Alto Adige?"** A ciò sono collegate le domande: "**In cosa eccelle particolarmente l'Alto Adige? Come può l'Alto Adige diventare un territorio e una destinazione turistica desiderabile?"**

Per rispondere a queste domande, secondo LTEK, sono stati definiti sei ambiti di focus,di seguito spiegati.

Analisi strategica: Turismo e Agricoltura

- *Prodotti sostenibili alla base dell'esperienza di vacanza*
- *Produzione di prodotti e cosmetici naturali*
- *Maggiore attitudine al turismo grazie alla collaborazione tra il settore turistico, agricolo, la ricerca, lo sviluppo, ecc.*

Analisi strategica: Comunità del territorio

- *Gli stessi altoatesini sono per molti ospiti un motivo per visitare questa regione*
- *Interazione tra qualità dei prodotti maturata nel tempo e alta qualità del servizio (qualità dell'ospitalità)*
- *Più persone partecipano al turismo in Alto Adige, più forte diventerà il turismo dell'Alto Adige nel suo insieme*
- *Coinvolgimento della popolazione nelle decisioni importanti*
- *Creazione di una cultura del NOI tipica dell'Alto Adige*

[2] Quelle: LTEK 2030+ – Seiten 49 und 99 und ff.

Analisi strategica: Salute alpina

- *Si tratta di salute fisica e mentale anche durante le vacanze, non di curare malattie*
- *Si tratta di consapevolezza, tranquillità e armonia con la natura, di prendersi cura della propria salute fino in tarda età*
- *Si tratta di sviluppo di prodotti da parte di aziende altoatesine di vari settori, come la ricerca alimentare, la produzione di articoli naturali di alta qualità, fino all'industria degli articoli sportivi e dell'abbigliamento*

Analisi strategica: Paesaggio alpino

- *Si tratta di costruzioni vicine alla natura e a basso impatto sul territorio, dell'utilizzo della struttura esistente, della valorizzazione dei centri dei villaggi e di forme alternative di alloggio (ad es. "Albergo diffuso")*
- *Creazione di spazi esperienziali per residenti e ospiti*
- *Integrazione dei centri urbani dell'Alto Adige nel contesto delle valli alpine*

Analisi strategica: Mobilità in montagna

- *Modelli sostenibili e alternativi per il viaggio verso l'Alto Adige*
- *Mobilità all'interno dell'Alto Adige*
- *Gestione dei luoghi turistici e guida intelligente dei visitatori – parola chiave: "turismo giornaliero"*
- *Riduzione della mobilità*

Analisi strategica: Destinazione per tutto l'anno

- *La base per rivitalizzare le stagioni marginali è lo sviluppo dei prodotti, ma anche l'aumento della notorietà del marchio Alto Adige*
- *Si tratta del tema della definizione dei prezzi*
- *I temi dell'innovazione, digitalizzazione, sostenibilità e collaborazione devono essere presi in considerazione*

5.3. Campi di focus strategico di Martello – Valutazione della situazione attuale

Di seguito i sei ambiti di focus che sono stati elaborati come parte di una valutazione per il comune di Martello.
Si tratta quindi capire cosa sia già stato fatto nel comune di Martello in relazione agli ambiti di analisi.

Analisi strategica: "TURISMO E AGRICOLTURA“

- Il Mondo delle Fragole Altoatesine: offerta di prodotti, prodotti trasformati, ecc.
- Prodotti direttamente dal maso
- Piattaforma per i prodotti del Parco Nazionale dello Stelvio
- L'offerta di prodotti realizzati direttamente nelle malghe (soprattutto formaggi)

Anlisi strategica: "COMUNITÀ DEL TERRITORIO"

- La collaborazione dell'associazione turistica con le associazioni locali per affrontare il tema dell'atteggiamento della popolazione verso il turismo (*mentalità turistica*).
- Il funzionamento efficiente del trasporto pubblico locale è reso possibile solo grazie al cofinanziamento delle organizzazioni turistiche.

Analisi strategica: "SALUTE ALPINA"

- L'esperienza unica della montagna, con panorami mozzafiato e prospettive spettacolari
- Luoghi di ritiro e punti di forza energetici
- Visite guidate tra erbe aromatiche e giardini
- Fauna e flora rese accessibili attraverso esperienze dirette – Progetto: "Il gipeto impara a volare"

Analisi strategica: "PAESAGGIO ALPINO"

- L'ottima e splendida area escursionistica con sentieri tematici, percorsi a lunga distanza, ecc.
- Vivere l'autenticità e l'"incontaminazione" della natura

Analisi strategica: "MOBILITÀ IN MONTAGNA"

- I buoni collegamenti con il trasporto pubblico locale
- L'offerta di E-Bike

Analisi strategica: "DESTINAZIONE PER TUTTO L'ANNO"

- Campi di allenamento presso il centro biathlon
- Organizzazione di eventi sportivi

6. Valutazione secondo il semaforo di sensibilità LTEK 2030+

Spiegazione:

- L'obiettivo del semaforo di sensibilità **è fornire informazioni importanti per prendere decisioni sul volume e il tipo di sviluppo turistico futuro, sostenibile e desiderato, nelle comunità locali, tutto in un colpo d'occhio.**
- **Il semaforo di sensibilità fornisce indicazioni sulla domanda:** *"Con quanta cautela devono essere valutati i nuovi progetti di sviluppo turistico per non compromettere uno sviluppo turistico socialmente accettabile e sostenuto a livello locale?"*
- Il semaforo di sensibilità è uno **strumento utile** per promuovere uno sviluppo turistico socialmente sostenibile e supportato dalla comunità locale.
- Il semaforo di sensibilità **si basa su valutazioni soggettive della popolazione locale riguardo** alle seguenti dimensioni

Valutazione da parte del gruppo di lavoro il 19. Dicembre 2023:

Descrizione	Valutazione riassuntiva*	Colore d.semaforo
Prosperità economica	5,3	
Vitalità collettiva	8,3	
Atmosfera vivace	7,1	
Armonioso aspetto urbano e paesaggistico	8,0	
Abitazioni accessibili	5,7	
Carico del traffico accettabile	6,6	
Fiducia nelle istituzioni	7,9	
Soddisfazione per il turismo	7,6	
Supporto alla crescita futura del turismo	8,4	

* 1,0-3,9 = ROSSO
4,0-6,9 = GIALLO
7,0-10,0 = VERDE

CONCLUSIONE: A Martello si registra una valutazione molto positiva. Come in molti altri comuni, il tema degli alloggi a prezzi accessibili rappresenta una grande priorità, così come l'impatto del traffico.

7. Osservazione finale

„Le parole non mi interessano, se non seguono i fatti!"

J.W. von Goethe

Gruppo del progetto

Alois Kronbichler
suedtirol@kohl-partner.it
+39 04 74 50 41 00
+39 348 222 79 68

Stefan Gruber
info@valmontis.it
+39 04 72 67 44 47

Michael Hinteregger
info@valmontis.it
+39 04 72 67 44 47

Silvia Oberleiter – Kohl > Partner Alto Adige
Nadine Lanthaler – valmontis tourism consulting
Alma Plank – valmontis tourism consulting

15 gennaio 2025

Alois Kronbichler
(firmato digitalmente)

Firmato digitalmente da:
Kronbichler Alois
Firmato il 2025/01/15 10:53
Seriale Certificato: 4011468
Valido dal 15/11/2024 al 15/11/2027
InfoCamere Qualified Electronic Signature CA