

Piano strategico 2020-2022 e piano delle attività 2021

Organizzazione turistica: Verkehrsamt Bozen

Budget totale / Bilancio di previsione

Si prega di indicare le entrate e le uscite totali dell'organizzazione turistica per ognuna delle seguenti voci. Nel sistema di fatturazione forfettaria, si prega di indicare gli importi lordi.

Entrate pianificate per il 2021

Netto Lordo

Entrate pianificate	2020	2021
Contributi pubblici (Provincia, Comune, ecc.)	561.000 €	553.200 €
Quote associative	0 €	0 €
Imposta comunale di soggiorno	610.000 €	427.000 €
Proventi da servizi (sponsoring, attività economica, ecc.)	2.036.000 €	2.060.668 €
Mobilità (carte ospite, navette e ski bus, ecc.)	812.000 €	572.518 €
ICS seconde case	0 €	0 €
Altro (partecipazioni azionarie, ammortamenti, fondi di frazione, interessi attivi)	1.767.000 €	1.755.000 €
Entrate totali	5.786.000 €	5.368.386 €

Uscite pianificate per il 2021

Uscite pianificate	2020	2021
Comunicazione (iniziative in ambito pubblicità, PR, vendite)	85.000 €	69.500 €
Sviluppo Prodotto (eventi, infrastruttura, progettazione del paesaggio urbano, manutenzione, ecc.)	1.400.000 €	929.115 €
Mobilità (carte ospite, navette e ski bus, ecc.)	812.000 €	612.518 €
Produzione (siti Web, materiali stampati, acquisto di merci, ecc.)	210.000 €	169.300 €
Amministrazione (costi di struttura, affitti, fornitura per ufficio, ecc.)	400.000 €	868.361 €
Costi personale	927.000 €	1.094.536 €
Altro (quota associativa LTS, quote associative di tutti tipi, sponsoring eventi, formazione per i soci, fondi di riserva)	1.952.000 €	1.625.056 €
Uscite totali	5.786.000 €	5.368.386 €

Descrizione del profilo:

Si prega di descrivere il profilo dell'area della Sua organizzazione turistica.

Bolzano rappresenta al meglio l'incontro di culture: le lingue che si sentono nei suoni originali della quotidianità, l'architettura che si affianca senza sovrapporsi in macrozone che raccontano il romanzo dell'evoluzione cittadina, la gastronomia che si esprime in un linguaggio originale e fortunato, la ricchezza e la varietà dei negozi che rendono la città un polo di attrazione prima di tutto per la provincia intera. L'intreccio con la natura e l'antropizzazione della stessa rivela l'altra essenza della città, legata com'è al suo circondario da ben tre funivie, alla custodia delle Dolomiti che sovrastano il centro a poca distanza e i filari di vigneti che si intersecano con il tessuto urbano creando anche in questo caso un binomio solo apparentemente ossimorico. Le vigne disegnano il paesaggio e lo arricchiscono esteticamente, costituiscono un fattore economico, ma sono anche custodi di valori. L'area urbana è impreziosita da un'invidiabile rete ciclabile che si estende per oltre 50 chilometri, collegando la città ai suoi punti di attrazione culturale e turistica. La bicicletta deve sempre più diventare un fattore identificativo della realtà urbana, incentivata da una sempre maggior connessione con gli altri sistemi di mobilità e il bike sharing. L'identità dei quartieri, nati e sviluppatasi velocemente, Bolzano Sud con la sua fucina di idee e innovazione, i monumenti e i segni di un passato recente costituiscono la parte di Bolzano del secolo diciannovesimo. L'insieme di queste spinte e realtà è Bolzano,

particolare nelle sue espressioni, anche quelle apparentemente più contraddittorie, che nella sua essenza di città di confine ha elaborato un'unicità originale che la rende attrattiva per un turismo di qualità. L'innovazione nei settori delle energie rinnovabili, dell'utilizzo dell'idrogeno e del metano nella mobilità pubblica e la sostenibilità delle funivie possono diventare un patrimonio aggiuntivo e valoriale di grande importanza.

Temi

Si prega di apporre una crocetta su ciascun tema (motivo di viaggio) a cui si orientano primariamente il profilo e l'offerta dell'organizzazione. Si prega di indicare almeno un focus per ciascun tema (motivo di viaggio). Per ciascun tema selezionato, appare automaticamente il campo "Iniziativa" nella sezione successiva, in cui è richiesto di fornire dettagli sullo sviluppo prodotto.

Mangiare & bere

L'Alto Adige è noto per la sua cultura legata al piacere. L'innovazione e l'influsso internazionale hanno plasmato la cucina altoatesina, pur preservando il suo carattere regionale. Gli eventi culinari pongono l'attenzione sui prodotti regionali. In Alto Adige la cultura enologica e le tradizioni vive, come quella del "Törggelen", ricoprono un ruolo centrale.

Obiettivo strategico fino al 2022

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Mangiare & bere fino al 2022.

L'offerta enogastronomica di Bolzano riflette l'incontro di culture che si sperimenta negli altri valori cittadini. Accanto alle esperienze culinarie internazionali tipiche di ogni centro maggiore, Bolzano sposa nel gusto e nelle proposte le influenze austriache o tipicamente mitteleuropee e quelle della regionalità italiana, aprendo in quest'ultimo caso un'ulteriore varietà di offerta peculiare per una zona così compatta. L'obiettivo è di valorizzare questa diversità, anche nei quartieri, per rendere il capoluogo dell'Alto Adige la testa di ponte del gusto.

Bolzano città del vino deve divenire un centro di eccellenza nel calendario degli eventi con visite guidate, aperture domenicali, momenti di comunicazione di alto profilo per i propri vini e come vetrina per i vini di tutto l'Alto Adige, anche attraverso una più strutturata collaborazione con il Consorzio Südtirol Wein.

In collaborazione con la Strada del Vino particolare attenzione verso i vini autoctoni.

Escursionismo & alpinismo

L'Alto Adige spicca per la numerosa offerta di escursioni. Gli escursionisti trovano sia sia salite adatte a tutta la famiglia, che percorsi per gli escursionisti più esperti. Per quanto riguarda i tour plurigiornalieri, l'Alto Adige offre numerose escursioni multitappa e alte vie. Nell'escursionismo, come anche nell'alpinismo e nell'arrampicata, è richiesta un passo sicuro e un buon allenamento. Grazie alle proprie peculiarità geologiche e alla propria unicità, le Dolomiti sono state riconosciute nel 2009 come Patrimonio Mondiale UNESCO. Escursioni semplici in quota media passando attraversano un paesaggio culturale variegato. Sentieri a tema, sentieri lungo i canali di irrigazione e passeggiate offrono un'anteprima dello stile di vita altoatesino e mostrano una prospettiva delle particolarità paesaggistiche. Molteplici escursioni conducono a rifugi dalla vista mozzafiato e dall'autentica cucina altoatesina.

Obiettivo strategico fino al 2022

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Escursionismo & alpinismo fino al 2022.

"Castelronda - sentiero dei castelli": tentativo di implementazione del percorso con il coinvolgimento del Comune di Appiano.

Valorizzazione delle passeggiate con percorsi pedonali, di corsa in e attorno a Bolzano. L'evento City Trail sarà l'icona di questo patrimonio paesaggistico e culturale della città. Sviluppo del Colle con sviluppo dei percorsi pedonali, così come del Virgolo e della costa fino e oltre Castel Flavon.

Implementazione di un percorso del vino che parte dalla zona di Santa Maddalena e arriva fino a Soprabolzano in collaborazione con l'Associazione Turistica del Renon.

Colle come destinazione aggiuntiva del luogo esperienziale Bolzano.

Bike & cicloturismo

Il paesaggio affascinante, la cucina autentica e la rete estesa di percorsi ufficiali adatti ad ogni livello di difficoltà, fanno dell'Alto Adige una delle destinazioni più amate per mountain biker. I passi altoatesini sono fra i più belli d'Europa e portano ciclisti ambiziosi lungo le serpentine tra le vallate. Diversi eventi per bici da corsa e mountain bike permettono di mettersi alla prova. La natura altoatesina offre le condizioni ideali per diversi tour ciclistici. Peculiarità culturali e pietanze autentiche creano le prerogative migliori per appassionati di sport, famiglie e ciclisti.

Obiettivo strategico fino al 2022

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Bike & cicloturismo fino al 2022.

Come per le escursioni, Bolzano rappresenta il punto di partenza ideale per conoscere l'Alto Adige. Incentivare

tale turismo, sia attraverso gli eventi, sia nel posizionamento é l'obiettivo per i prossimi tre anni. Ciò include l'eventuale appoggio di eventi assimilabili a questo profilo, come diverse manifestazioni (Rando Imperator, Bike Night, Giro Dolomiti). Approfondimento della tematica del down hill sul Colle. Si rende necessario implementare la segnaletica, soprattutto nei punti di raccordo fra le ciclabili della val d'Adige e il centro città.

Tappa del giro delle Dolomiti in città per aumentare la cultura turistica.

Piccole città e cultura

La convivenza tra due culture e tre lingue nazionali caratterizza la popolazione e le città altoatesine. L'aspetto urbano si percepisce durante un aperitivo, lungo le passeggiate, durante l'acquisto di prodotti tradizionali sotto gli storici portici oppure mentre si assaporano vini eccellenti e prodotti regionali. La posizione unica delle città con vista sulle montagne circostanti, trasmette lo stile di vita alpinomediterraneo. Nessun folclore, ma usanze che esprimono le tradizioni dei paesi e delle valli. Oltre alla tradizione traspare il senso di innovazione e design – nelle esposizioni artistiche, negli eventi musicali e culinari oppure nell'architettura.

Obiettivo strategico fino al 2022

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Piccole città e cultura fino al 2022.

Bolzano si vuole posizionare come destinazione turistica alpina d'eccellenza, valorizzando la cultura, lo shopping, la natura dei dintorni e la sostenibilità. Ciò sarà declinato negli eventi organizzati in proprio lungo il corso dell'anno, dal fine settimana di San Valentino al Mercatino di Natale. Compito dell'Azienda é inoltre una sempre maggiore interazione con gli altri organizzatori cittadini per perseguire questo obiettivo comune.

A tale scopo numerose sono le iniziative nelle quali vengono coinvolti gli operatori culturali cittadini per elaborare prodotti di interesse turistico: programma di contorno della nuova Festa dei Fiori, coinvolgimento delle istituzioni culturali per i progetti del mercatino di Natale.

Interazione con Fiera Bolzano per uno o più eventi da loro organizzati.

Obiettivo strategico fino al 2022

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Temi trasversali fino al 2022.

L'Azienda di Soggiorno riveste un ruolo di connettore fra diverse istituzioni cittadine e la realtà turistica e deve promuoversi per diventare sempre più riferimento concreto e professionale dell'ospitalità e della comunicazione turistica. L'obiettivo é di incrementare la forza della rete creata negli anni scorsi per rendere

gli investimenti più efficienti e creare anche all'interno delle istituzioni consapevolezza e cultura turistica. Questo ruolo comprende, a nostro avviso, un incremento più concreto in tema MICE, tema nel quale il sistema deve diventare più efficiente.

Spinta verso la costruzione di un Convention Bureau.

Obiettivo strategico fino al 2022

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Temi trasversali fino al 2022.

MICE: é necessario procedere alla realizzazione di un organismo competente per l'acquisizione di convegni, seminari e incontri adatti alla grandezza dei nostri alberghi e strutture. Questo accade in modo sporadico e quasi casuale e va strutturato concretamente.

Convention Bureau Alto Adige deve costituire il fulcro di riferimento, IDM promuove Bolzano come destinazione di congressi.

Sviluppo Prodotto

Mangiare & bere

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2020	Budget 2020	Relazione sulle attività 2020
Eventi Mostra dei vini dell'Alto Adige a Castel Mareccio dal 26 al 29 marzo 2020: vetrina di 170 etichette di circa 40 cantine con incontri con i produttori, master classes, gastronomia, musica e Workshop per non addetti ai lavori.	120.000 €	Annulata per Covid-19, purtroppo con alcune spese già in corso

Offerte/POI Offerte/POI Bacchus Urbanus: visita guidata della città con visita della parte urbana e in alternanza diverse cantine cittadine con degustazione finale - una volta alla settimana per due mesi + Visita alle locande storiche del centro, selezionate da un gruppo di lavoro, con assaggio di prodotti tipici abbinati al vino, nel percorso visita guidata alla città - una volta alla settimana per due mesi + "A tutta birra", visita guidata alla città con birrifici artigianali e degustazione finale - una volta alla settimana per due mesi	5.000 €	Parzialmente annullata per Covid-19
Eventi Eventi Calici di stelle: degustazione vini cantine Bolzano sotto i Portici, degustazioni, specialità gastronomiche, animazione musicale	10.000 €	Annullata per Covid-19
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	135.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2021	Budget 2021
Eventi Mostra dei Vini con una nuova formula per non incorrere nel pericolo contagio: un giorno di degustazione a metà marzo, all'aperto, in centro storico con degustazione professionale.	25.000 €
Offerte/POI Visita guidata della città con visita della parte urbana e in alternanza diverse cantine cittadine con degustazione finale - una volta alla settimana per due mesi + Visita alle locande storiche del centro, selezionate da un gruppo di lavoro, con assaggio di prodotti tipici abbinati al vino, nel percorso visita guidata alla città - una volta alla settimana per due mesi + "A tutta birra", visita guidata alla città con birrifici artigianali e degustazione finale - una volta alla settimana per due mesi	5.000 €

Escursionismo & alpinismo

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2020	Budget 2020	Relazione sulle attività 2020
Offerte/POI Castelronda: passeggiata da Roncolo a Terlano attraverso castelli e rovine di città e dintorni. Completamento installazione cartelli e organizzazione di un evento inaugurale in primavera.	5.000 €	Evento annullato per Covid-19
Eventi City Trail: 3 percorsi su 3 passeggiate, corsa 31 chilometri, 16 e 6 con specialità gastronomiche, le prime due corse valide per punteggio FIDAL - ottobre 2020 terza edizione	30.000 €	Nella grande incertezza riconducibile ai contagi, la manifestazione ha registrato un aumento dei partecipanti. Grande l'apprezzamento per il percorso. La spesa complessiva é risultata essere di 40.000, aumento dovuto in buona parte alle norme di sicurezza.
Offerte/POI Creazione della sub-destinazione Colle nel luogo esperenziale di Bolzano. Il progetto prevede la valorizzazione dei percorsi, della funivia e dei collegamenti che si dipanano dal Colle.	5.000 €	Progetto non realizzato causa Covid-19
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	40.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2021	Budget 2021
Offerte/POI Nuovo sentiero tematico dalla zona del Santa Maddalena a Soprabolzano "Die Rebe"	10.000 €

Eventi City Trail: 3 percorsi su 3 passeggiate, corsa 37 chilometri, 16 e 6 con specialità gastronomiche, le prime due corse valide per punteggio FIDAL - ottobre 2021 quarta edizione - elaborazione pacchetti turistici	25.000 €
Iniziative riguardo l'infrastruttura Implementazione cartelli Colle	10.000 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	50.000 €

Bike & cicloturismo

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2020	Budget 2020	Relazione sulle attività 2020
Eventi Randonné Imperator: da Monaco a Ferrara in bicicletta. In collaborazione con Witoor - maggio 2020	2.000 €	Annullata per Covid-19
Eventi Tappa Euregio Tour 2020 - se ci sarà la disponibilità di organizzare la partenza di tappa	18.000 €	Non siamo stati interpellati per una tappa.
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	20.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2021	Budget 2021
Eventi Randonné Imperator: da Monaco a Ferrara in bicicletta. In collaborazione con Witoor - maggio 2021	2.500 €
Eventi Bike Night: da Bolzano a Villabassa in notturna. In collaborazione con Witoor - luglio 2021	2.500 €

Eventi Giro Dolomiti a stella da Bolzano e ritorno, sei tappe, una delle quali nella città di Bolzano; maggiore focus turistico con pacchetti per gli accompagnatori; oltre alla sponsorizzazione l'Azienda mette a disposizione il magazzino e le prestazioni per gli accompagnatori (degustazione vini e visite guidate)	6.000 €
Iniziative riguardo l'infrastruttura Miglioramento della segnaletica in entrata verso il centro dai punti di raccordo in val d'Adige	4.000 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	15.000 €

Piccole città e cultura

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2020	Budget 2020	Relazione sulle attività 2020
Eventi I luoghi dell'amore: weekend a ridosso di San Valentino dedicato a visite guidate speciali contestualizzate per tema nel centro città e nei quartieri. Concerti bande musicali, programma giornata della memoria.	17.000 €	Nuovo successo per la decima edizione della rassegna che ha registrato una grande partecipazione, soprattutto da parte del pubblico locale. Il budget é stato rispettato.
Eventi Castelronda: evento di valorizzazione dei castelli della conca bolzanina in collaborazione con l'associazione turistica di Appiano - animazione medievale nei castelli - cortei storici a Bolzano e Appiano	45.000 €	Annulato causa Covid-19.

Eventi Mercatino di Natale: in piazza Walther, nel parco della Stazione, nel cortile di palazzo Mercantile, al cinema Capitol, rassegna "Un Natale di libri", animazione musicale nelle piazze. Organizzazione e comunicazione, anche attraverso il gruppo di lavoro dei cinque mercatini originali dell'Alto Adige - affissione luminarie nel centro storico	990.000 €	Annullato causa Covid-19.
Iniziative riguardo l'infrastruttura Nuova illuminazione affreschi chiesa dei Domenicani e opera del Guercino. Nuova segnaletica turistica.	90.000 €	L'iniziativa non ha trovato copertura nei finanziamenti dedicati agli investimenti da parte del Comune di Bolzano.
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	1.142.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2021	Budget 2021
Eventi I luoghi dell'amore: weekend a ridosso di San Valentino dedicato a visite guidate speciali contestualizzate per tema nel centro città e nei quartieri. Concerti bande musicali, programma giornata della memoria.	12.000 €
Eventi Primavera a Bolzano: visite guidate, degustazioni, settimane gastronomiche, nuova festa dei fiori con installazioni floreali e programma culturale in collaborazione con le istituzioni culturali cittadine	170.000 €
Eventi Lunga notte dei castelli ad inizio giugno con programma culturale nei castelli della conca bolzanina e di Appiano	10.000 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	784.115 €

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2020	Budget 2020	Relazione sulle attività 2020

Iniziative riguardo l'infrastruttura Secondo le richieste che perverranno	10.000 €	Annullato causa Covid-19.
Eventi Dolcevita: festa di piazza delle Erbe con valorizzazione della combinazione fra gastronomia e mercato di primizie, musica e giochi	20.000 €	Annullato causa Covid-19.
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	30.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input type="radio"/> Lordo
Piano attività 2021	Budget 2021
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	0 €

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2020	Budget 2020	Relazione sulle attività 2020
Iniziative riguardo l'infrastruttura Partecipazione all'organizzazione di eventi culturali con varie iniziative (pacchetti, distribuzione materiale, valorizzazione della comunicazione attraverso canali turistici, ospitalità giornalisti)	10.000 €	Obiettivo parzialmente realizzato con una spesa ridotta del 50% causa Covid-19.
Eventi Nuovo festival "cinema nel castello" a castel Firmiano con le associazioni turistiche di Laives e Appiano; due weekend all'insegna del cinema con la partecipazione di registi e autori internazionali - ritenteremo con una formula nuova di ricalcolo delle contribuzioni dei partner Laives ed Appiano.	15.000 €	L'evento non é stato sviluppato causa Covid-19.

Eventi Eventi sportivi: sostegno ad iniziative che producono pernottamenti e/o immagine internazionale (torneo freccette, vari tornei di hockey, Fina Diving, torneo di scherma, Bocclassic, vari eventi minori)	40.000 €	Tutti gli eventi sono stati annullati, tranne il torneo di freccette e di schacchi a Castel Mareccio portando la spesa finale a 6.000 Euro.
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	65.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2021	Budget 2021
Eventi Partecipazione all'organizzazione di eventi culturali con varie iniziative (pacchetti, distribuzione materiale, valorizzazione della comunicazione attraverso canali turistici)	5.000 €
Eventi Eventi sportivi: sostegno ad iniziative che producono pernottamenti e/o immagine internazionale (torneo freccette, vari tornei di hockey, Fina Diving, torneo di scherma, Bocclassic, vari eventi minori)	35.000 €
Iniziative riguardo l'infrastruttura	0 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	40.000 €

Comunicazione

Iniziative pianificate in ambito comunicazione nel 2021

Si prega di elencare i canali di comunicazione utilizzati dall'organizzazione turistica

Stagione fredda (inverno)

Netto Lordo

Mercato	Zielsetzung	canale di comunicazione	Budget con IDM	Budget in autonomia
---------	-------------	-------------------------	----------------	---------------------

<input checked="" type="checkbox"/> Germania	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione di eventi <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> Online (Google Ads, Banner, Social Media, Native Ads, Video Ads, Remarketing)		2.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> PR		10.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		2.000 €
<input checked="" type="checkbox"/> Austria	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione di eventi <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> PR		1.500 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		1.000 €
<input checked="" type="checkbox"/> Svizzera	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione di eventi <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> PR		2.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		1.000 €

<input checked="" type="checkbox"/> Italia	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione di eventi <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> Print (Annunci, Advertorials, Inserati)		5.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> PR		3.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		3.000 €
Budget totale per le iniziative pianificate in ambito comunicazione per il 2021: 30.500 €				

Stagione calda (primavera-estate-autunno)

Netto Lordo

Mercato	Zielsetzung	canale di comunicazione	Budget con IDM	Budget in autonomia
<input checked="" type="checkbox"/> Germania	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione tematica <input checked="" type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> Online (Google Ads, Banner, Social Media, Native Ads, Video Ads, Remarketing)	10.000 €	
	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione di eventi <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> Print (Annunci, Advertorials, Inserati)		0 €

		<input checked="" type="checkbox"/> Online (Google Ads, Banner, Social Media, Native Ads, Video Ads, Remarketing)		1.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> PR		13.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		2.000 €
<input checked="" type="checkbox"/> Austria	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione di eventi <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> Print (Annunci, Advertorials, Inserati)		0 €
		<input checked="" type="checkbox"/> PR		1.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		1.000 €
<input checked="" type="checkbox"/> Svizzera	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione di eventi <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> Print (Annunci, Advertorials, Inserati)		0 €
		<input checked="" type="checkbox"/> PR		2.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		1.000 €

<input checked="" type="checkbox"/> Italia	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione tematica <input checked="" type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> Online (Google Ads, Banner, Social Media, Native Ads, Video Ads, Remarketing)	5.000 €	
	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione di eventi <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="checkbox"/> Print (Annunci, Advertorials, Inserati)		0 €
		<input checked="" type="checkbox"/> PR		2.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		1.000 €
Budget totale per le iniziative pianificate in ambito comunicazione per il 2021: 39.000 €				

Produzione

Si prega di elencare tutti gli stampati, le produzioni fotografiche, le produzioni video o altre produzioni e di specificare le entrate e le spese corrispondenti, a condizione che il costo totale (grafica e stampa) superi i €2.000

Iniziative pianificate in ambito produzione per il 2021

Netto Lordo

Produzione	Entrate	Spese
<input checked="" type="checkbox"/> Stampati		
Hotelguide, BM, City Guide, pubblicazioni diverse	69.300 €	80.000 €
Piantina estate	8.000 €	8.300 €
Magie e vademecum	21.000 €	40.000 €

Totale Stampati	98.300 €	128.300 €
<input checked="" type="checkbox"/> Produzione fotografica		
Shooting primavera	0 €	0 €
Shooting BM	0 €	0 €
Shooting autunno/inverno	0 €	0 €
Totale Produzione fotografica	0 €	0 €
<input checked="" type="checkbox"/> Produzione video		
Nuove immagini qualità	0 €	0 €
Totale Produzione video	0 €	0 €
<input checked="" type="checkbox"/> Altro		
Tazzine mercatino	40.000 €	30.000 €
Souvenir Info	15.000 €	11.000 €
Totale Altro	55.000 €	41.000 €
Totale	153.300 €	169.300 €

Vendite

Iniziative pianificate in ambito Vendite per il 2021

Si prega di elencare i canali di vendita che l'organizzazione turistica utilizza per le iniziative di cui sopra.

Netto Lordo

Canale di vendita	Mercato	Budget	
		Budget con IDM	in autonomia

<input checked="" type="checkbox"/> Classici operatori turistici <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)			0
<input checked="" type="checkbox"/> OTA <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)			0
<input checked="" type="checkbox"/> Mice <input type="checkbox"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="checkbox"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)			0
Buget totale per le iniziative pianificate in ambito Vendite per il 2021:			0 €

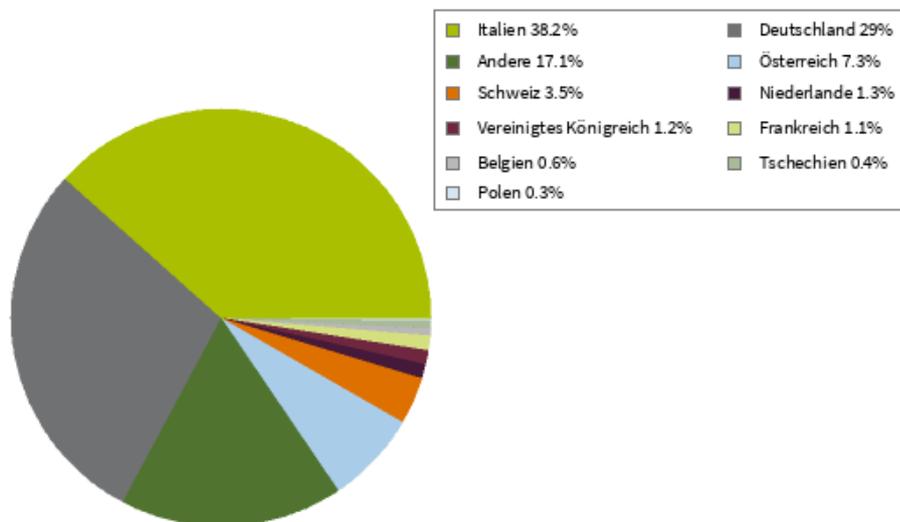
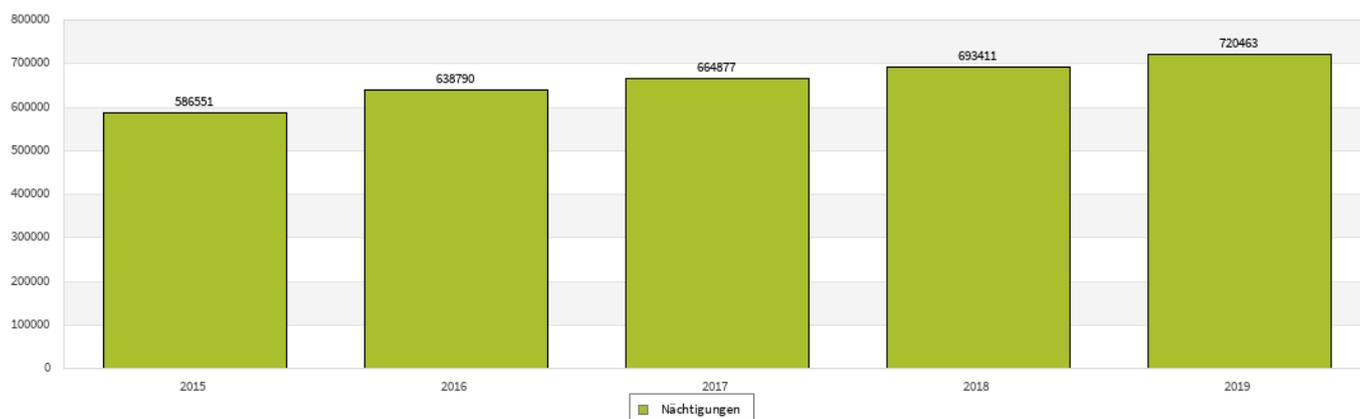
Pernottamenti

La preghiamo di indicare i pernottamenti dello scorso anno (anno solare) in base alle seguenti voci. Una volta inseriti i dati, un grafico a barre mostrerà il numero totale di pernottamenti per anno, un diagramma circolare illustrerà invece le quote di mercato.

Paese	2015	2016	2017	2018	2019
Germania	184.120	197.853	212.728	203.536	209.294
Austria	46.147	48.736	50.538	52.499	52.234
Svizzera	23.987	27.221	28.084	25.442	25.540

Italia	211.589	230.376	236.855	259.863	275.245
Paesi Bassi	8.994	10.811	9.902	8.985	9.288
Belgio	3.414	4.115	4.128	3.936	4.086
Regno Unito	6.812	8.266	7.787	9.047	8.685
Francia	5.788	6.211	6.519	6.431	7.634
Polonia	1.945	2.320	2.204	2.593	2.494
Repubblica Ceca	1.459	1.965	1.910	1.901	2.829
Altro	92.296	100.916	104.222	119.178	123.134
Totale	586.551	638.790	664.877	693.411	720.463

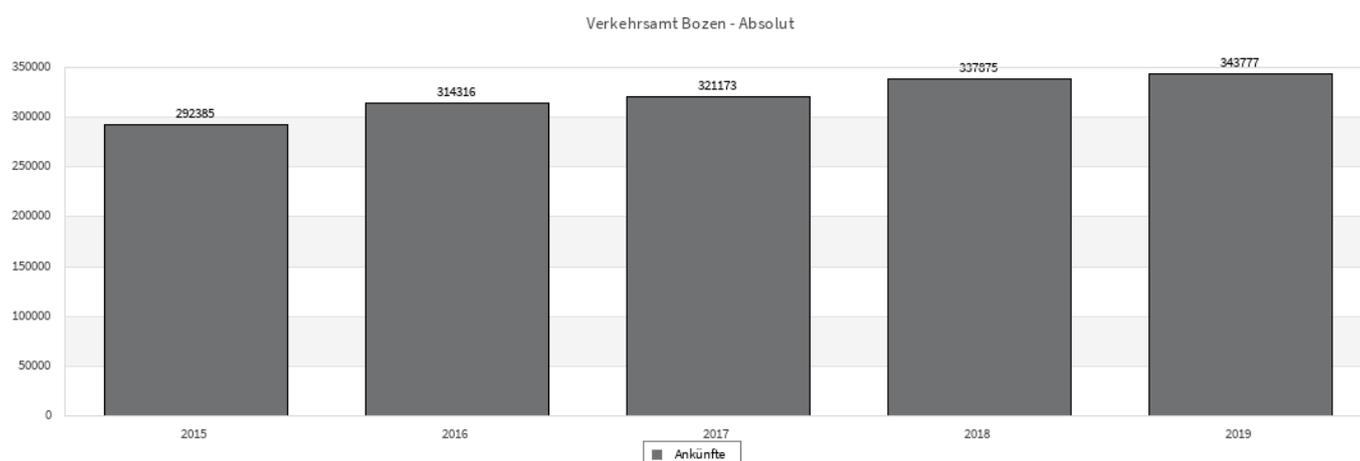
Verkehrsamt Bozen - Absolut

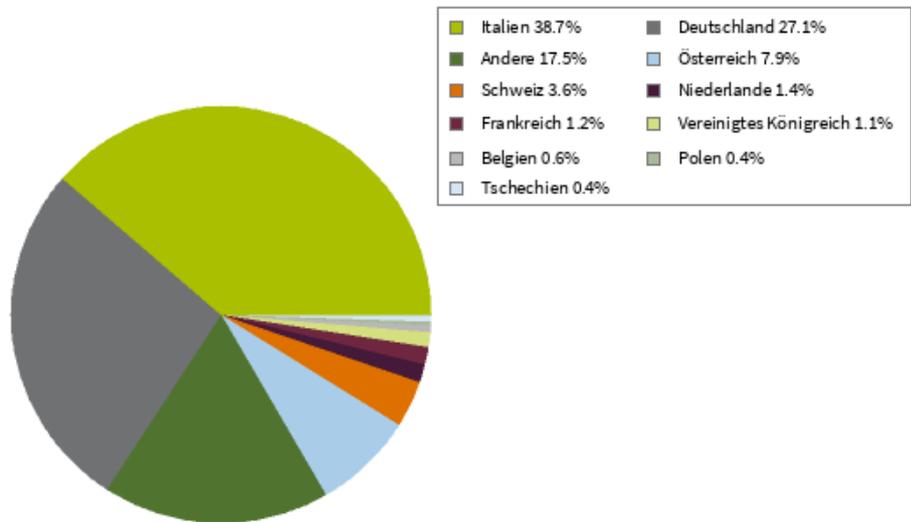


Arrivi

La preghiamo di indicare i arrivi dello scorso anno (anno solare) in base alle seguenti voci. Una volta inseriti i dati, un grafico a barre mostrerà il numero totale di pernottamenti per anno, un diagramma circolare illustrerà invece le quote di mercato.

Paese	2015	2016	2017	2018	2019
Germania	83.238	88.586	93.180	91.061	93.151
Austria	23.753	25.322	24.625	26.966	27.013
Svizzera	11.345	12.677	12.690	12.006	12.528
Italia	115.945	124.741	126.377	136.163	133.168
Paesi Bassi	4.845	5.077	4.898	4.600	4.783
Belgio	2.016	2.187	2.227	2.050	2.189
Regno Unito	3.595	3.821	3.856	4.233	3.886
Francia	2.812	2.998	3.322	3.401	4.052
Polonia	1.276	1.275	1.219	1.388	1.451
Repubblica Ceca	954	1.220	1.196	1.074	1.439
Totale	292.385	314.316	321.173	337.875	343.777



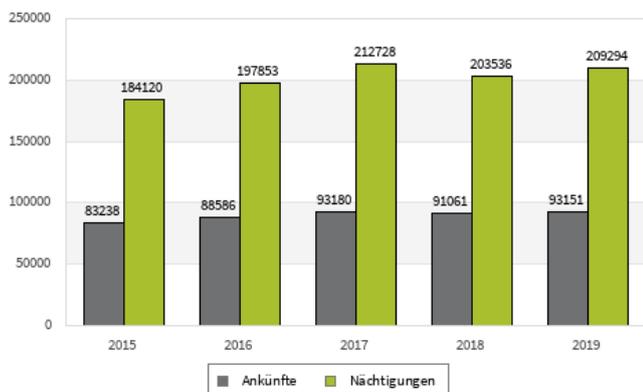


Germania

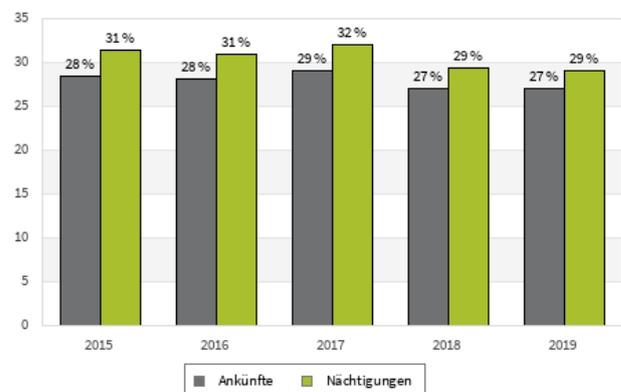
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	184.120	31.39 %	83.238	28.47 %
2016	197.853	30.97 %	88.586	28.18 %
2017	212.728	32.00 %	93.180	29.01 %
2018	203.536	29.35 %	91.061	26.95 %
2019	209.294	29.05 %	93.151	27.10 %

Deutschland - Assoluto



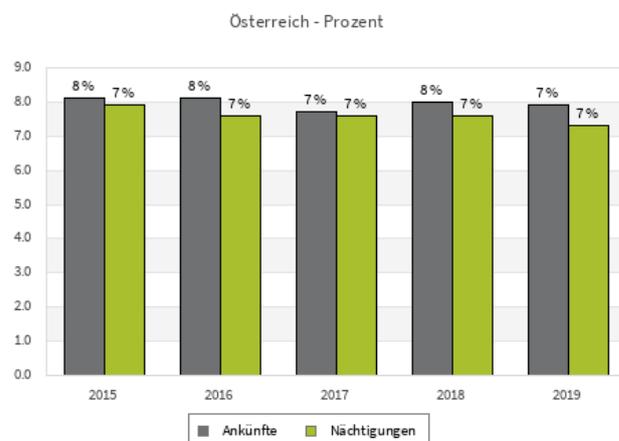
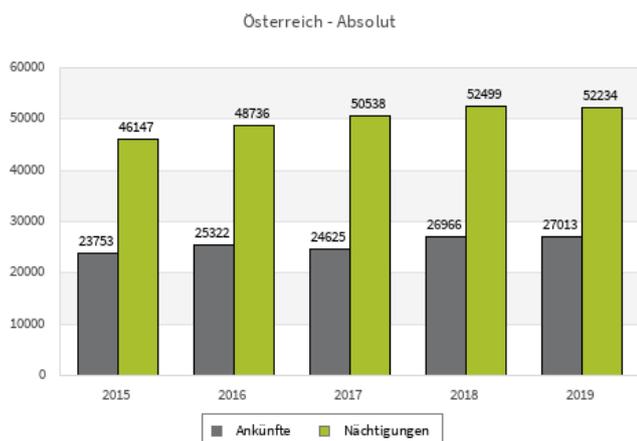
Deutschland - Prozent



Austria

Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	46.147	7.87 %	23.753	8.12 %
2016	48.736	7.63 %	25.322	8.06 %
2017	50.538	7.60 %	24.625	7.67 %
2018	52.499	7.57 %	26.966	7.98 %
2019	52.234	7.25 %	27.013	7.86 %

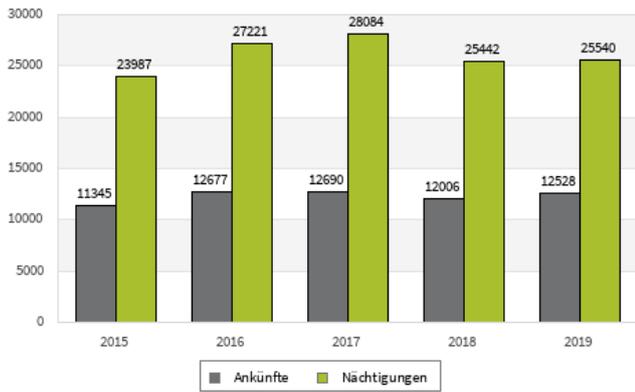


Svizzera

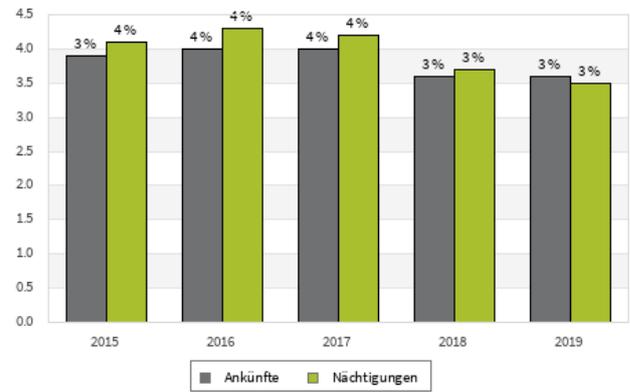
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	23.987	4.09 %	11.345	3.88 %
2016	27.221	4.26 %	12.677	4.03 %
2017	28.084	4.22 %	12.690	3.95 %
2018	25.442	3.67 %	12.006	3.55 %
2019	25.540	3.54 %	12.528	3.64 %

Schweiz - Absolut



Schweiz - Prozent

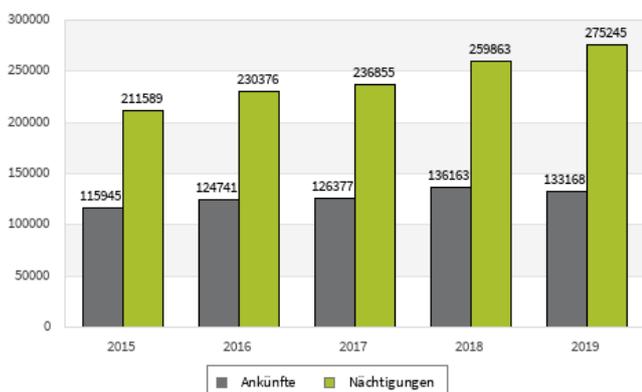


Italia

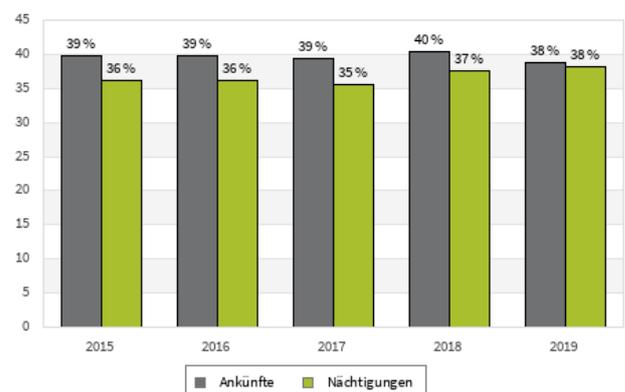
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	211.589	36.07 %	115.945	39.65 %
2016	230.376	36.06 %	124.741	39.69 %
2017	236.855	35.62 %	126.377	39.35 %
2018	259.863	37.48 %	136.163	40.30 %
2019	275.245	38.20 %	133.168	38.74 %

Italia - Absolut



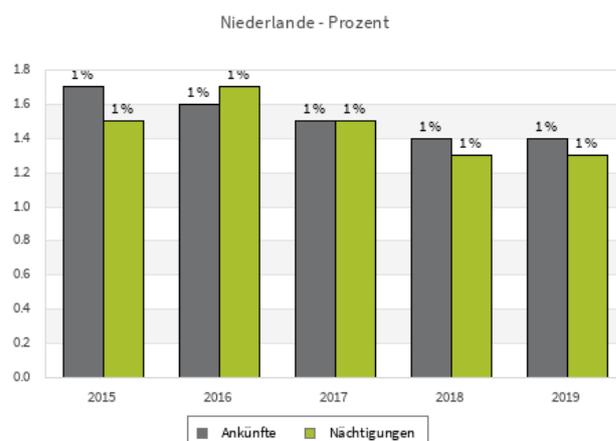
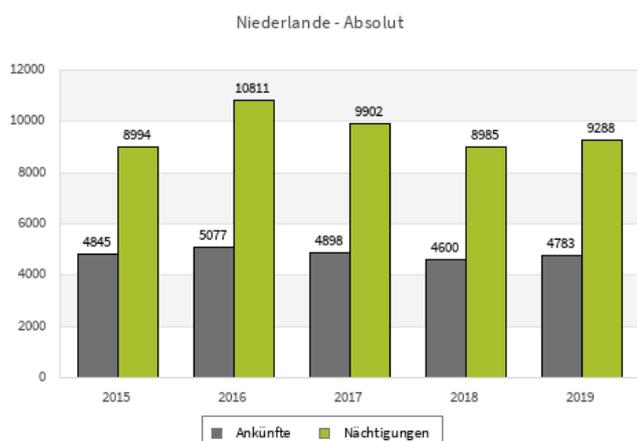
Italia - Prozent



Paesi Bassi

Numero assoluto e quota percentuale

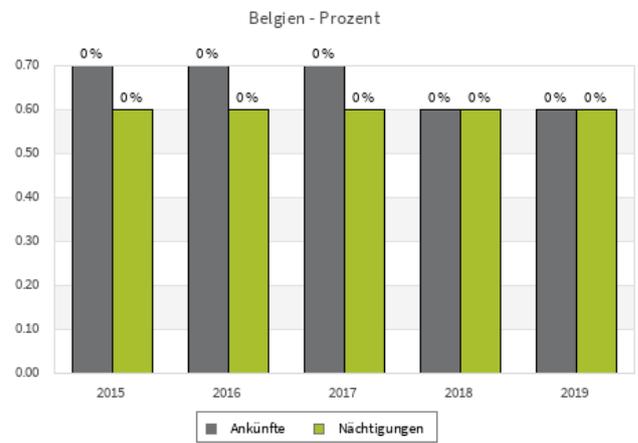
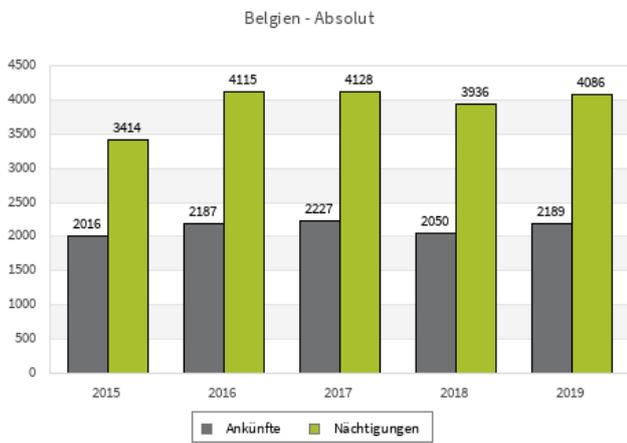
Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	8.994	1.53 %	4.845	1.66 %
2016	10.811	1.69 %	5.077	1.62 %
2017	9.902	1.49 %	4.898	1.53 %
2018	8.985	1.30 %	4.600	1.36 %
2019	9.288	1.29 %	4.783	1.39 %



Belgio

Numero assoluto e quota percentuale

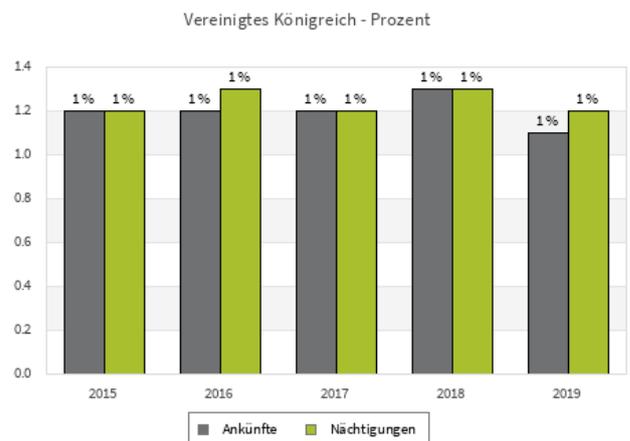
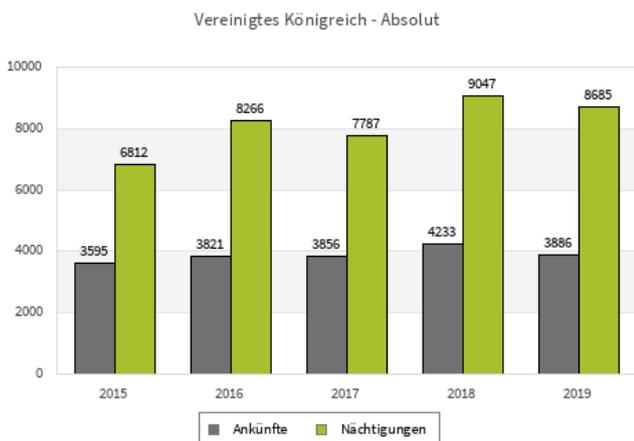
Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	3.414	0.58 %	2.016	0.69 %
2016	4.115	0.64 %	2.187	0.70 %
2017	4.128	0.62 %	2.227	0.69 %
2018	3.936	0.57 %	2.050	0.61 %
2019	4.086	0.57 %	2.189	0.64 %



Regno Unito

Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	6.812	1.16 %	3.595	1.23 %
2016	8.266	1.29 %	3.821	1.22 %
2017	7.787	1.17 %	3.856	1.20 %
2018	9.047	1.30 %	4.233	1.25 %
2019	8.685	1.21 %	3.886	1.13 %

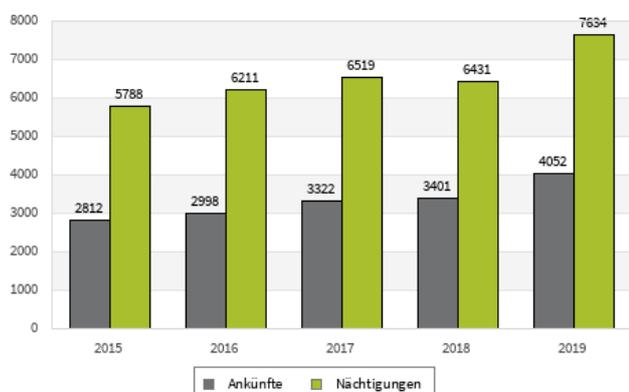


Francia

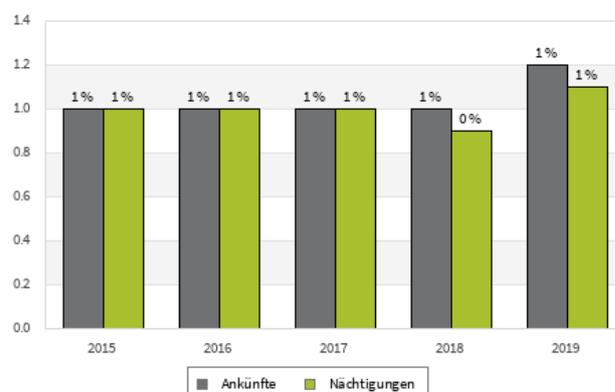
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	5.788	0.99 %	2.812	0.96 %
2016	6.211	0.97 %	2.998	0.95 %
2017	6.519	0.98 %	3.322	1.03 %
2018	6.431	0.93 %	3.401	1.01 %
2019	7.634	1.06 %	4.052	1.18 %

Frankreich - Assolut



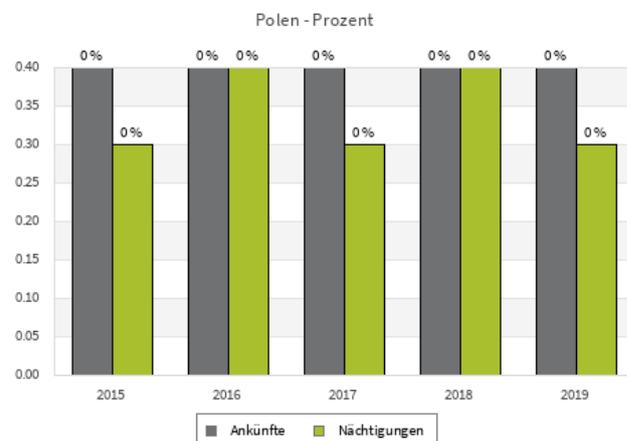
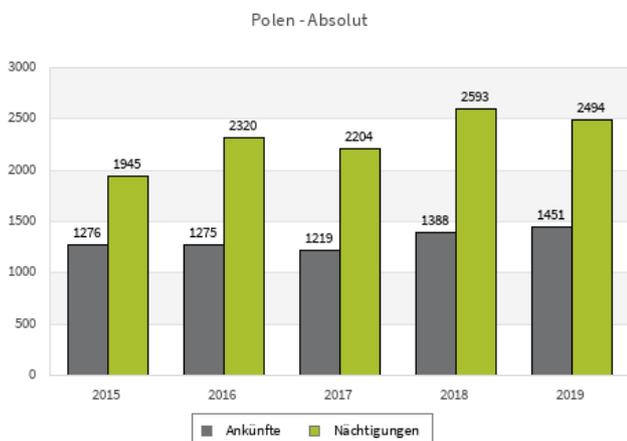
Frankreich - Prozent



Polonia

Numero assoluto e quota percentuale

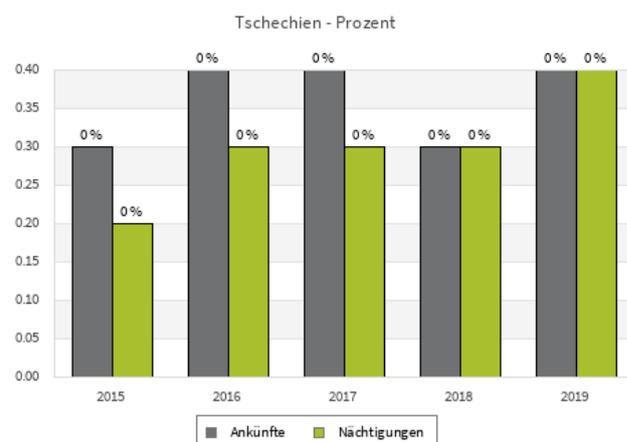
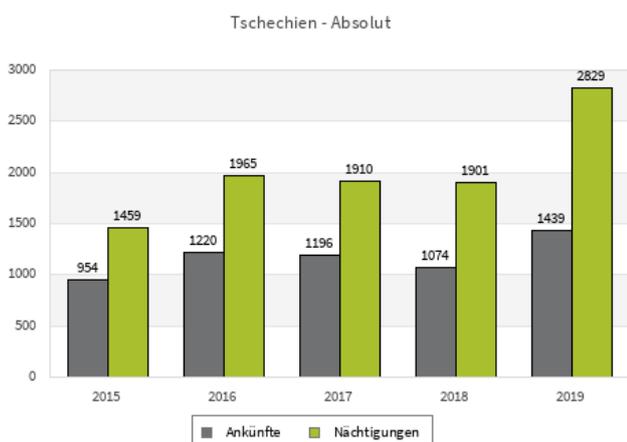
Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	1.945	0.33 %	1.276	0.44 %
2016	2.320	0.36 %	1.275	0.41 %
2017	2.204	0.33 %	1.219	0.38 %
2018	2.593	0.37 %	1.388	0.41 %
2019	2.494	0.35 %	1.451	0.42 %



Repubblica Ceca

Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2015	1.459	0.25 %	954	0.33 %
2016	1.965	0.31 %	1.220	0.39 %
2017	1.910	0.29 %	1.196	0.37 %
2018	1.901	0.27 %	1.074	0.32 %
2019	2.829	0.39 %	1.439	0.42 %



1. Attività secondo la legge provinciale

In allegato trova i criteri generali e i compiti obbligatori di un'associazione turistica secondo i criteri di qualità Art. 2 e 3 secondo la Delibera della Giunta Provinciale nr. 240 del 20.03.2018.

Si prega di apporre il segno di spunta sui punti applicabili alla propria associazione turistica

Criteri generali

Aspetti organizzativi

- L'organizzazione turistica deve dotarsi di un contrassegno unitario che la identifica come punto di informazione secondo le direttive emanate dalla ripartizione provinciale competente in materia di turismo.
- Durante la stagione turistica l'organizzazione turistica garantisce, in almeno una sede amministrativa, un orario minimo di apertura di sei ore giornaliere per almeno sei giorni alla settimana e la presenza di personale per otto ore al giorno.
- La reperibilità telefonica e telematica è garantita tutto l'anno negli orari d'ufficio.
- L'organizzazione turistica redige con il presente un programma di strategia triennale che riporta in modo chiaro e comprensibile la strategia, gli obiettivi e le misure previste. Le sedi distaccate dell'azienda speciale "Innovation Development Marketing Südtirol/Alto Adige" (IDM) mettono a disposizione l'apposito modulo. Il programma viene concordato nell'ambito di uno specifico incontro con la rispettiva sede distaccata dell'azienda speciale IDM e deve essere valutato positivamente dall'azienda speciale IDM, tenuto conto della predefinita "strategia per l'Alto Adige" e dello specifico profilo all'interno del programma.
- Ogni organizzazione turistica redige con il presente un programma annuale delle attività. Il programma annuale è concordato con la rispettiva sede distaccata dell'azienda speciale IDM e deve essere valutato positivamente dall'azienda speciale IDM, tenuto conto della predefinita "strategia per l'Alto Adige" e dello specifico profilo all'interno del programma.
- Almeno due volte all'anno l'organizzazione turistica concerta nell'ambito di un incontro con i manager e le manager delle sedi distaccate o i relativi sostituti le comuni misure di comunicazione previste dall'azienda speciale IDM. A tal fine la rispettiva sede distaccata dell'azienda speciale IDM convoca un apposito incontro.
- Se l'organizzazione turistica programma delle misure di marketing non comprese fra i progetti di cooperazione dell'azienda speciale IDM, l'organizzazione stessa deve convocare un apposito incontro di coordinamento.

Commenti:

Visto il periodo contingente, l'Azienda ha deciso durante la primavera di elaborare dei percorsi tematici a piedi e in bici fra le cantine cittadine, nell'intento di valorizzare soprattutto i due vini autoctoni della città, Santa Maddalena e Lagrein. Il prodotto è stato predisposto in tre lingue con un libretto descrittivo e una mappa della città. Il costo complessivo di Euro 40.000 ha trovato collocazione nei capitoli della stampa materiale.

Compiti e attività delle organizzazioni turistiche

Compiti obbligatori

L'organizzazione turistica rappresenta i propri membri ed è tenuta ad adempiere ai seguenti compiti:

- ✓ L'organizzazione turistica è a disposizione mediante il proprio personale per fornire, telefonicamente o tramite e-mail, non solo le informazioni specifiche sulla vacanza, ma anche tutte le informazioni di carattere generale sulle attrazioni presenti in provincia di Bolzano e sulla relativa ubicazione, sul luogo esperienziale e sulle possibilità di utilizzo del trasporto pubblico locale.

L'organizzazione turistica svolge per tutti gli esercizi ricettivi, associati e non, della propria zona di competenza i seguenti compiti:

- ✓ L'organizzazione turistica inserisce nella banca dati centrale della provincia di Bolzano tutti gli esercizi ricettivi con le principali informazioni che li riguardano.
- ✓ L'organizzazione turistica pubblica nel proprio sito internet l'elenco integrale degli esercizi ricettivi e, ove espressamente previsto dall'organizzazione stessa, degli esercizi di gastronomia, con le principali informazioni che li riguardano; l'elenco viene eventualmente pubblicato anche nei siti internet dei luoghi esperienziali e di terzi nonché sui media analogici, se presenti.
- ✓ L'organizzazione turistica crea e aggiorna contenuti turisticamente rilevanti in almeno tre lingue (tedesco, italiano, inglese) e li inserisce nella banca dati centrale della provincia di Bolzano.
- ✓ L'organizzazione turistica garantisce il regolare flusso di informazioni e la trasmissione di conoscenze agli esercizi associati e ai fornitori di servizi in loco, nonché la professionalizzazione del settore secondo la strategia per l'Alto Adige (ad esempio prenotazioni online, spazio vitale dell'Alto Adige).
- ✓ L'organizzazione turistica partecipa attivamente allo sviluppo turistico e locale della propria zona di competenza, contribuendo a una chiara profilazione del territorio in sinergia con le sedi distaccate dell'azienda speciale IDM Alto Adige e in collaborazione con le amministrazioni pubbliche e gli altri settori economici, seguendo le direttive del marchio ombrello dell'Alto Adige.

- ✔ L'organizzazione turistica sviluppa e gestisce, conformemente al profilo della propria zona di competenza, prodotti turistici in forma di offerte (itinerari escursionistici, attrazioni, programmi) e manifestazioni. La profilazione della zona di competenza deve ispirarsi al profilo del proprio luogo esperienziale di riferimento e rispondere ai contenuti dettati dalle direttive del marchio ombrello dell'Alto Adige.
- ✔ L'organizzazione turistica incoraggia lo sviluppo e l'evoluzione di iniziative private e pubbliche (quali attrazioni, manifestazioni).
- ✔ L'organizzazione turistica partecipa attivamente, all'interno e all'esterno della propria area esperienziale, a progetti di profilazione e di sviluppo del prodotto su tematiche rispondenti al proprio profilo, seguendo le direttive del marchio ombrello dell'Alto Adige.
- ✔ L'organizzazione turistica fornisce, all'occorrenza, assistenza in loco ai rappresentanti dei media, agli operatori turistici o ad altri partner di cooperazione, su richiesta delle sedi distaccate dell'azienda speciale IDM Alto Adige; contribuisce alla programmazione e fornisce i testi per il marketing della propria zona di competenza.
- ✔ L'organizzazione turistica è responsabile per la gestione dei reclami.

Qualifiche e requisiti del personale delle organizzazioni turistiche

- ✔ Tutto il personale delle organizzazioni turistiche è tenuto alla frequenza obbligatoria di corsi di formazione professionale. L'obbligo si ritiene assolto, se nell'arco di due anni viene dimostrata la partecipazione ad almeno 30 ore di formazione professionale specifica (attestato di partecipazione).

Attività facoltative

Cooperazioni tra le località dei luoghi esperienziali:

Si prega di elencare le attività condotte con altri località/organizzazioni turistiche dell'anno a venire e di specificare le entrate e le spese corrispondenti.

Collaborazione con San Genesio per il sentiero Castelronda. Nessuna spesa

Collaborazione con San Genesio, Appiano e Renon per la rivista BM Bolzano Bozen Magazine. Spesa Euro 100.000 - Entrata Euro 30.000

Collaborazione con il Renon per il nuovo sentiero "Die Rebe" - budget da definire

Cooperazioni con altri partner:

Si prega di elencare le attività condotte con altri partner (Comuni, associazioni professionali, ecc.) dell'anno a venire e di specificare le entrate e le spese corrispondenti.

Collaborazione con le seguenti istituzioni culturali per la nuova Festa dei Fiori: Teatro Stabile Bolzano (con ticketing), Vereingte Bühnen Bozen, Südtiroler Kulturinstitut, Carambolage, Orchestra Haydn, Teatro della Ribalta - nessuna spesa.

Collaborazione con l'Associazione delle Guide di Bolzano: programma visite guidate 2021 - Entrate Euro 5.000 - Spesa Euro 35.000

Collaborazione con i musei cittadini per la lunga notte dei Musei: Nessuna entrata - Euro 2.000 per lo shuttle e la stampa di parte dei materiali

Collaborazione con ALperia per la vendita delle carte di ricarica elettrica.

Vendita escursioni Martin Reisen.

Cooperazioni tra i luoghi esperienziali:

Si prega di elencare le attività condotte in cooperazione con altri luoghi esperienziali dell'anno a venire e di specificare le entrate e le spese corrispondenti.

Collaborazione con la Südtiroler Weinstrasse - quota associativa Euro 12.000

Collaborazione con Laives, Sarentino, San Genesio e Meltina per Bolzano Card Plus - spesa in entrata e uscita 482.518

Iniziative per i membri associati:

Si prega di elencare le attività condotte per i membri associati alla Sua organizzazione turistica (formazione, corsi di perfezionamento, etc.) dell'anno a venire e di specificare le spese corrispondenti.

Collaboratori & aree di attività:

Si prega di elencare i nomi dei propri collaboratori, il tipo di contratto, l'area di attività di ciascuno.

Nome	Tipo di contratto	Area di attività
Michela Gallo	Tempo pieno	Amministrazione, contabilità, stipendi, presenze
Alba Presotto	Part-time	Amministrazione, contabilità, bilancio
Leonardo Foschi	Tempo pieno	Amministrazione, contabilità, mandati

Paolo Lazzarotto	Tempo pieno	Protocollo, logistic manager
Elena Cortese	Part-time	Assistenza ospiti e soci
Andreas Daum	Tempo pieno	Sviluppo del prodotto
Lorena Palanga	Tempo pieno	Sviluppo del prodotto, comunicazione
Martina Spinell	Tempo pieno	Sviluppo del prodotto
Sarah Marotta	Tempo pieno	Assistenza ospiti e soci
Elisa Biscardi	Tempo pieno	Assistenza ospiti e soci
Luana Zanforlin	Tempo pieno	Assistenza ospiti e soci
Francesca Peaquin	Tempo pieno	Assistenza ospiti e soci
Roberta Agosti	Tempo pieno	Direzione/Gestione dell'ufficio

Altre attività:

Si prega di elencare altre attività (progettazione del paesaggio urbano, gestione di altre strutture, misure infrastrutturali, ecc.) dell'anno a venire e di specificare le entrate e le spese corrispondenti.

Annotazioni da parte dell'organizzazione turistica

Nel calcolo delle spese di personale é inclusa una dipendente che sarà in comando presso l'amministrazione provinciale a partire dal 1° gennaio 2021. non é possibile prevedere l'entrata corrispondente fino alla richiesta di rimborso. Nelle altre attività con OTA, Agenzie e operatori individuali e Mice non é prevista alcuna spesa diretta se non l'investimento in termini di risorse umane.

c. Trasmissione dei dati a IDM



Il sottoscritto **PAOLO PAVAN** conferma, in qualità di responsabile legale dell'organizzazione turistica, la correttezza e completezza delle informazioni.

Annotazioni da parte di IDM Alto Adige:

IDM Alto Adige non consiglia la partecipazione a fiere, per le quali il calcolo costi-benefici non dà risultati soddisfacenti (numero di contatti/costi). La partecipazione deve comunque es-sere diretta ad un target preciso e rientrare nella strategia di marketing.

IDM Alto Adige rilascia i dati a condizione che venga inoltrato il piano marketing e mediatico rela-tivo ad azioni e

canali di comunicazione non rientranti nella strategia marketing comune con IDM Alto Adige.

Il programma è stato analizzato in merito alla congruenza con la strategia Alto Adige ed al rispetto dei criteri di qualità ed è stato giudicato positivo.