

Piano strategico 2023-2025 e piano delle attività 2023

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 2023

Netto Lordo

Entrate pianificate	2022	2023
Contributi pubblici (Provincia, Comune, ecc.)	680.000 €	702.000 €
Quote associative	0 €	0 €
Imposta comunale di soggiorno	550.000 €	620.000 €
Proventi da servizi (sponsoring, attività economica, ecc.)	2.227.032 €	2.025.486 €
Mobilità (carte ospite, navette e ski bus, ecc.)	720.000 €	770.000 €
ICS seconde case	0 €	0 €
Altro (partecipazioni azionarie, ammortamenti, fondi di frazione, interessi attivi)	1.755.939 €	1.764.000 €
Entrate totali	5.932.971 €	5.881.486 €

Uscite pianificate per il 2023

Uscite pianificate	2022	2023
Comunicazione (iniziative in ambito pubblicità, PR, vendite)	110.000 €	190.000 €
Sviluppo Prodotto (eventi, infrastruttura, progettazione del paesaggio urbano, manutenzione, ecc.)	1.382.283 €	1.083.031 €
Mobilità (carte ospite, navette e ski bus, ecc.)	720.000 €	746.504 €
Produzione (siti Web, materiali stampati, acquisto di merci, ecc.)	199.890 €	202.590 €
Amministrazione (costi di struttura, affitti, fornitura per ufficio, ecc.)	836.106 €	885.468 €
Costi personale	891.136 €	934.126 €
Altro (quota associativa LTS, quote associative di tutti tipi, sponsoring eventi, formazione per i soci, fondi di riserva)	1.793.556 €	1.839.767 €
Uscite totali	5.932.971 €	5.881.486 €

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 strategico. Da un punto di vista della proposta culturale, Bolzano sta diventando centro di riferimento ultraregionale per danza, teatro, musica e arte moderna.

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 2025

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Mangiare & bere fino al 2025.

L'offerta enogastronomica di Bolzano riflette l'incontro di culture che si sperimenta nel profilo cittadino. Accanto alle esperienze culinarie internazionali tipiche di ogni centro maggiore, Bolzano sposa nel gusto e nelle proposte le influenze austriache o tipicamente mitteleuropee a quelle delle regioni italiane. Obiettivo è la valorizzazione di questa ricchezza attraverso le varie manifestazioni che consentono l'abbinamento della gastronomia attraverso proposte mirate come la Mostra dei Vini, la Festa dei Fiori, i Calici di Stelle, il Magdalener Culinarium, la Apfelfesta e il Mercatino di Natale.

In questo senso è utile anche incentivare il processo di promozione della città del vino attraverso le manifestazioni già citate, una maggiore collaborazione con la Strada del Vino dell'Alto Adige e con il Consorzio Vini dell'Alto Adige. Uno degli obiettivi deve essere un posizionamento più importante della destinazione urbana nell'ambito della collaborazione con le altre istituzioni, ponendo Bolzano come città trainante nella

comunicazione e nella produzione del prodotto.

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 2025

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Escursionismo & alpinismo fino al 2025.

Bolzano vanta un'importante tradizione nell'escursionismo con alcune delle guide più famose del territorio, la capacità di proporsi come punto di partenza ideale per l'escursionismo nelle Dolomiti e negli altri gruppi alpini del territorio. Con le sue funivie e le passeggiate che si possono raggiungere dalla città, i negozi specializzati per gli amanti della montagna, Bolzano è a tutti gli effetti una città alpina. L'Azienda intende valorizzare questo patrimonio, implementando le passeggiate che partono dalla città, come un nuovo percorso per raggiungere San Genesio lungo il rio Fago, e promuovendo il nuovo sentiero Rebe che collega Rencio con Signato, nonché la Castelronda che collega Castel Roncolo con i castelli fino a Terlano. Un obiettivo a lungo termine, in collaborazione con i colleghi di Terlano, Vilpiano ed Appiano è il raccordo con l'altro lato orografico dell'Adige per il completamento di Castelronda. Per quanto riguarda il sentiero Rebe la collaborazione è stata impostata e realizzata con grande soddisfazione con i colleghi dell'Associazione Turistica del Renon.

Dal 2019 siamo segreteria dell'Associazione Via Romea Germanica italiana.

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 2025

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Bike & cicloturismo fino al 2025.

Come per le escursioni, Bolzano rappresenta il punto di partenza ideale per conoscere l'Alto Adige. Vanta inoltre un'invidiabile rete di ciclabili all'interno del tessuto urbano che ormai supera i 60 chilometri e che consente di raggiungere tutti i luoghi di interesse turistico presenti in città. L'Azienda sta predisponendo lo studio di fattibilità per la candidatura al più grande evento del settore, VeloCity per l'anno 2026. Nella strategia di questo settore rientrano il sostegno alle diverse manifestazioni ciclistiche che toccano la nostra città; tenteremo di acquisire attraverso il sostegno di sponsor una tappa di Hand Bike, il Giro d'Italia in bici per diversamente abili già per il 2023. L'Azienda collabora con la Funivia del Colle e il Comune di Bolzano per la realizzazione di un bike park sul Colle, la realizzazione di un percorso ufficiale di MTB a Firmian con i colleghi di Appiano e un percorso sul Colle con i Comuni e le Associazioni Turistiche di Laives e della Val d'Ega che raccordi il Colle con le più belle escursioni in MTB di quell'altipiano. Tutti i progetti devono essere corredati di cartografie adatte, così come la nuova piantina con i percorsi di Bolzano.

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 folklore, 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 2025

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Piccole città e cultura fino al 2025.

L'identificazione maggiore di Bolzano sta in questa definizione di obiettivo strategico: Bolzano come unica

vera realtà urbana rappresentativa dell'Alto Adige, a prescindere dal suo ruolo di capoluogo. La concentrazione di servizi, cultura, shopping, castelli, attrazioni, vita quotidiana dall'influenza nordica e mediterranea, la cucina variegata sono l'unico vero riferimento urbano dell'Alto Adige. i numerosi eventi che impreziosiscono tutte le stagioni, parte dei quali rappresentano un vero magnete anche per il turismo, rendono il prodotto turistico usufruibile tutto l'anno. Tuttavia alcuni mesi dell'anno registrano ancora un basso numero di presenze: dalla seconda metà di gennaio a metà marzo, in giugno e in novembre andranno concentrati gli sforzi per destagionalizzare. In questo ci differenziamo dalle altre località di valle che per destagionalizzazione intendono ancora alcune settimane prima di Pasqua; gli investimenti nelle campagne pubblicitarie con IDM e la Strada del Vino dovranno tenere conto di questa peculiarità.

Obiettivo strategico fino al 2025

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Temi trasversali fino al 2025.

Migliorare il focus delle campagne pubblicitarie organizzate con IDM e la Strada del Vino per valorizzare la destinazione urbana di Bolzano.

Obiettivo strategico fino al 2025

Si prega di descrivere l'obiettivo strategico riguardante il tema Temi trasversali fino al 2025.

Migliorare la comunicazione del luogo esperienziale e dei luoghi confinanti come unico prodotto: San Genesio, Sarentino, Renon, Appiano per allargare infine alla Strada del Vino.

Sviluppo Prodotto

Mangiare & bere

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2022	Budget 2022	Relazione sulle attività 2022

Eventi Mostra dei Vini	85.000 €	Annullata causa Covid
Offerte/POI Visite guidate tematiche, anche in collaborazione con altre organizzazioni (Sissitour Merano). Bacchus Urbanus, visite guidate tema mela	4.000 €	Realizzate a partire dal mese di aprile con buona adesione in crescita.
Eventi Festa della mela: grande rassegna in piazza Walther con il coinvolgimento di gastronomia, negozi, produttori, con sezione divulgativa e sensoriale, ma anche scientifica.	295.000 €	Successiva alla compilazione del piano strategico. Calato il budget a causa di minori entrate da partner privati -€ 30.000,00
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	384.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input type="radio"/> Lordo
Piano attività 2023	Budget 2023
Eventi Mostra dei Vini: mostra con degustazione dei vini dell'Alto Adige con particolare focus sulla Strada del Vino. Collaborazione con le principali località lungo la Strada del Vino e sostegno del Consorzio Vini Alto Adige	130.000 €
Offerte/POI Visite guidate tematiche sui prodotti abbinare alla stagione (Bacchus Urbanus, mele, speck)	10.000 €
Eventi Wine event in piazza Matteotti, Calici di Stelle sotto i Portici, Magdalener Culinarium: presentazione dei vini della città in vari luoghi cittadini con particolare attenzione ai vini autoctoni Lagrein e Santa Maddalena	40.000 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	180.000 €

Escursionismo & alpinismo

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
--	--	--

Piano attività 2022	Budget 2022	Relazione sulle attività 2022
Iniziative riguardo l'infrastruttura Nuovo sentiero tematico dalla zona del Santa Maddalena a Soprabolzano "Rebe" - inizio lavori, segnaletica, installazioni artistiche, materiale di comunicazione e marketing	15.000 €	Realizzato nel rispetto della spesa preventivata.
Eventi City Trail: 3 percorsi su 3 passeggiate, validi per punteggio FIDAL - ottobre 2022 quinta edizione - elaborazione pacchetti turistici	19.000 €	Successivo al momento di compilazione del piano strategico.
Iniziative riguardo l'infrastruttura Ultima fase cartellonistica Colle	1.000 €	Inserito nel progetto Bike park.
Iniziative riguardo l'infrastruttura Elaborazione percorso MTB per il Colle - progettazione, traccia e primi materiali (in collaborazione con il Comune di Laives e la Val d'Ega)	2.500 €	Rinviato causa motivi tecnici al 2023
Iniziative riguardo l'infrastruttura Elaborazione percorso MTB Castel Firmiano Appiano in collaborazione con l'Associazione Turistica di Appiano - Progettazione	2.500 €	In elaborazione, attualmente si stanno predisponendo le richieste all'Ufficio Tutela del Paesaggio. I tempi di realizzazione si sposteranno alla fine del 2023.
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	40.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2023	Budget 2023
Iniziative riguardo l'infrastruttura Elaborazione percorso MTB Castel Firmiano Appiano in collaborazione con l'Associazione Turistica di Appiano - Progettazione	20.000 €
Iniziative riguardo l'infrastruttura Percorso Downhill sul Colle con joint venture con la funivia del Colle.	20.000 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	40.000 €

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2022	Budget 2022	Relazione sulle attività 2022
Iniziative riguardo l'infrastruttura Miglioramento della segnaletica in entrata verso il centro dai punti di raccordo in val d'Adige; studio per tutta la segnaletica cittadina, turistica, relativa alla mobilità ciclabile viene coordinato dall'Azienda e pagato direttamente dal Comune. spesa prevista circa 200.000 euro.	0 €	Il Comune non dispone del finanziamento necessario.
Eventi Randonné Imperator: da Monaco a Ferrara in bicicletta. In collaborazione con Witoor - maggio 2022	3.000 €	Realizzato, 600 partecipanti.
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.	6.000 €	Realizzato, 450 partecipanti.
Eventi Raduno bici d'epoca in occasione della Festa dei Fiori con programma turistico per gli ospiti provenienti da fuori regione	15.000 €	Realizzato, 100 partecipanti.
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	24.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2023	Budget 2023

Iniziative riguardo l'infrastruttura Miglioramento della segnaletica in entrata verso il centro dai punti di raccordo in val d'Adige; studio per tutta la segnaletica cittadina, turistica, relativa alla mobilità ciclabile viene coordinato dall'Azienda e pagato direttamente dal Comune. spesa prevista circa 200.000 euro.	0 €
Eventi Randonné Imperator: da Monaco a Ferrara in bicicletta. In collaborazione con Witoor - maggio 2022	3.000 €
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.	6.000 €
Eventi Raduno bici d'epoca in occasione della Festa dei Fiori con programma turistico per gli ospiti provenienti da fuori regione	15.000 €
Iniziative riguardo l'infrastruttura Collaborazione con stakeholder per nuovi punti di noleggio biciclette; collaborazione con FIAB per allestimento garage sorvegliato o sicuro nei pressi del centro storico - nessuna spesa	0 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	24.000 €

Piccole città e cultura

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2022	Budget 2022	Relazione sulle attività 2022
Eventi Nuovo torneo di scacchi per rivitalizzare la tradizione cittadina nell'ambito di manifestazioni scacchistiche - in collaborazioen con l'Associazione russa Borodina e la Camera di Commercio	5.000 €	Realizzato secondo la programmazione

Eventi Mercato di Pasqua in piazza Walther: prodotti alimentari tipici del periodo, animazione per bambini e tradizioni della Pasqua nella settimana Santa fino al Lunedì dell'angelo	30.000 €	Realizzato secondo la programmazione con un aumento di spesa per la realizzazione delle cassette
Eventi Bolzano In Fiore Arte - Kunstgarten Bozen: programma culturale in collaborazione con le massime istituzioni culturali cittadine e installazioni artistiche sulle facciate delle case che culminano con la festa dei fiori il 30 aprile e 1° maggio.	190.000 €	Realizzato secondo la programmazione
Eventi Castelronda: programma musicale nei castelli della conca bolzanina in collaborazione con le Associazioni turistiche di Appiano, Nalles e Terlano	18.283 €	Realizzato secondo la programmazione
Eventi Mercatino di Natale in piazza Walther e Parco della Stazione, affissione e manutenzione luminarie natalizie, organizzazione programma di contorno e rassegna "Un Natale di libri"	656.000 €	Ancora da realizzare al momento della compilazione
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	899.283 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2023	Budget 2023
Eventi Le giornate della memoria: programma di visite guidate in occasione del ricordo dell'Olocausto. Spese relative al capitolo guide turistiche. Fine settimana di San Valentino: programma con alberghi e ristoranti, visita guidata classica a tema, pacchetto tagliato su misura.	1.000 €
Eventi Spring in the city, inizio primavera: un curato mercatino dei sapori autentici del territorio e dell'artigianato artistico per l'inizio della bella stagione.	60.000 €

Eventi Bolzano in Fiore Arte - Kunstgarten Bozen: fine aprile/inizio maggio: uno degli eventi più tradizionali della città con programma di contorno adatto a famiglie, ospiti e concittadini, con Bicinfiore. Dopo il rilancio del 2020 con le installazioni artistiche e il programma culturale organizzato con le maggiori istituzioni cittadine si propone la prima edizione che culminerà con la tradizionale Festa dei Fiori. Implementazione di Veloflora, raduno di bici d'epoca. Dopo le esperienze degli anni passati si punterà su tre/quattro appuntamenti musicali di grande prestigio all'aperto, preferibilmente in piazza Walther, ma non tralasciando eventuali altri luoghi prestigiosi del centro. Non è prevista l'esposizione di opere d'arte. Obiettivo: animare la città e differenziare l'offerta all'inizio della stagione turistica. Sostenere la Festa dei Fiori con eventi di grande respiro.	95.000 €
Eventi Castelronda, inizio giugno: evento nei castelli della conca bolzanina in collaborazione con l'Associazione Turistica di Appiano. Per l'edizione 2023 saranno coinvolte anche le associazioni turistiche di Terlano, Vilpiano, Chiusa, la Strada del Vino e il Castello Trostburg.	45.000 €
Eventi Mercatino di Natale in piazza Walther e Parco della Stazione, affissione e manutenzione luminarie natalizie, organizzazione programma di contorno e rassegna "Un Natale di Libri"	603.031 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	804.031 €

	<input type="radio"/> Netto <input type="radio"/> Lordo
Piano attività 2023	Budget 2023
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	0 €

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo	
Piano attività 2022	Budget 2022	Relazione sulle attività 2022

Eventi Partecipazione all'organizzazione di eventi culturali con varie iniziative (pacchetti, distribuzione materiale, valorizzazione della comunicazione attraverso canali turistici)	5.000 €	Realizzato come da programmazione
Eventi Eventi sportivi: sostegno ad iniziative che producono pernottamenti e/o immagine internazionale (torneo freccette, vari tornei di hockey, Fina Diving, torneo di scherma, Boclassic, vari eventi minori)	30.000 €	Realizzato come da programmazione
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	35.000 €	

	<input type="radio"/> Netto <input checked="" type="radio"/> Lordo
Piano attività 2023	Budget 2023
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, Boclassic, vari eventi minori)	30.000 €
Budget totale per le iniziative in ambito Sviluppo Prodotto	35.000 €

Comunicazione

Iniziative pianificate in ambito comunicazione nel 2023

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

Stagione fredda (inverno)

Mercato	Zielsetzung	canale di comunicazione	Budget con IDM	Budget in autonomia
<input checked="" type="radio"/> Germania	<input checked="" type="radio"/> Comunicazione tematica <input type="radio"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="radio"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="radio"/> PR		11.261 €
		<input checked="" type="radio"/> Marketing diretto (Newsletter)		10.000 €
<input checked="" type="radio"/> Austria	<input checked="" type="radio"/> Comunicazione tematica <input type="radio"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="radio"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="radio"/> Marketing diretto (Newsletter)		7.000 €
<input checked="" type="radio"/> Svizzera	<input checked="" type="radio"/> Comunicazione tematica <input type="radio"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="radio"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="radio"/> Online (Google Ads, Banner, Social Media, Native Ads, Video Ads, Remarketing)		20.000 €
		<input checked="" type="radio"/> PR		2.500 €
<input checked="" type="radio"/> Italia	<input checked="" type="radio"/> Comunicazione tematica <input type="radio"/> in cooperazione con IDM Südtirol <input checked="" type="radio"/> in autonomia (da soli o in cooperazione con altri partner; per es. impianti di risalita)	<input checked="" type="radio"/> PR		10.000 €

	<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		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"/> Online (Google Ads, Banner, Social Media, Native Ads, Video Ads, Remarketing)		15.000 €

Budget totale per le iniziative pianificate in ambito comunicazione per il 2023: 80.761 €

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 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)	15.310 €	0 €
		<input checked="" type="checkbox"/> PR	0 €	10.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)	0 €	7.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/>	19.137 €	0 €

<input checked="" type="checkbox"/> Austria	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione tematica <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		5.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)		5.000 €
<input checked="" type="checkbox"/> Svizzera	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione tematica <input checked="" 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)	5.741 €	0 €
	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione nel brand <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"/>	15.310 €	
<input checked="" type="checkbox"/> Italia	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione tematica <input checked="" 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)	5.741 €	0 €
		<input checked="" type="checkbox"/> PR	0 €	10.000 €
		<input checked="" type="checkbox"/> Marketing diretto (Newsletter)	0 €	5.000 €

<input checked="" type="checkbox"/> Paesi Bassi	<input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione tematica <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		6.000 €
Budget totale per le iniziative pianificate in ambito comunicazione per il 2023: 109.239 €				

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 2023

Netto Lordo

Produzione	Entrate	Spese
<input checked="" type="checkbox"/> Stampati		
BM, City Guide, pubblicazioni diverse	58.000 €	57.755 €
Piantina estate e inverno	10.000 €	9.000 €
Magie e Vademecum	22.000 €	45.000 €
Totale Stampati	90.000 €	111.755 €
<input checked="" type="checkbox"/> Produzione fotografica		
Shooting primavera	0 €	9.000 €
Shooting BM	0 €	7.000 €
Shooting autunno inverno	0 €	11.000 €
Totale Produzione fotografica	0 €	27.000 €
<input checked="" type="checkbox"/> Produzione video		
Nuove immagini manifestazioni	0 €	7.000 €
Totale Produzione video	0 €	7.000 €

<input checked="" type="checkbox"/> Altro		
Tazzine Mercatino	53.000 €	45.835 €
Souvenir Info	22.000 €	11.000 €
Totale Altro	75.000 €	56.835 €
Totale	165.000 €	202.590 €

Vendite

Iniziative pianificate in ambito Vendite per il 2023

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)	<input checked="" type="checkbox"/> Germania <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		0
			0
			0
			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)	<input checked="" type="checkbox"/>		0
			0
			0
			0

Budget totale per le iniziative pianificate in ambito Vendite per il 2023:

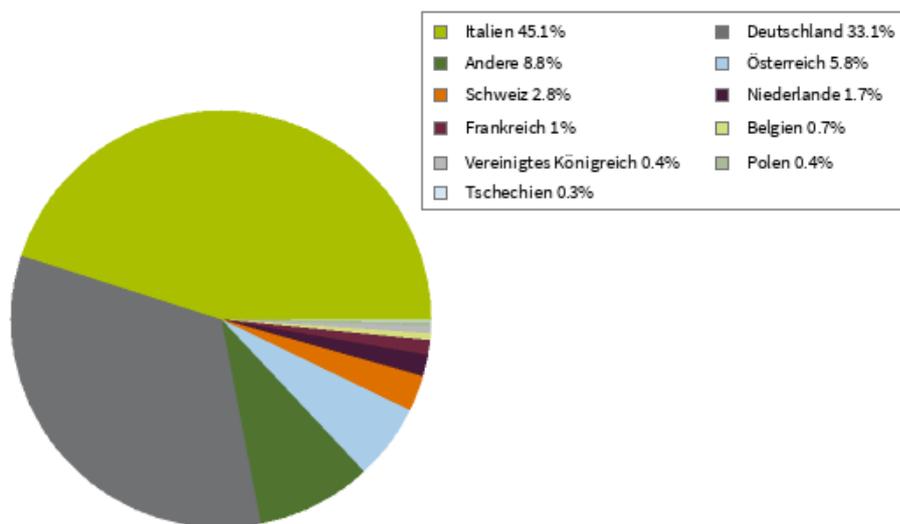
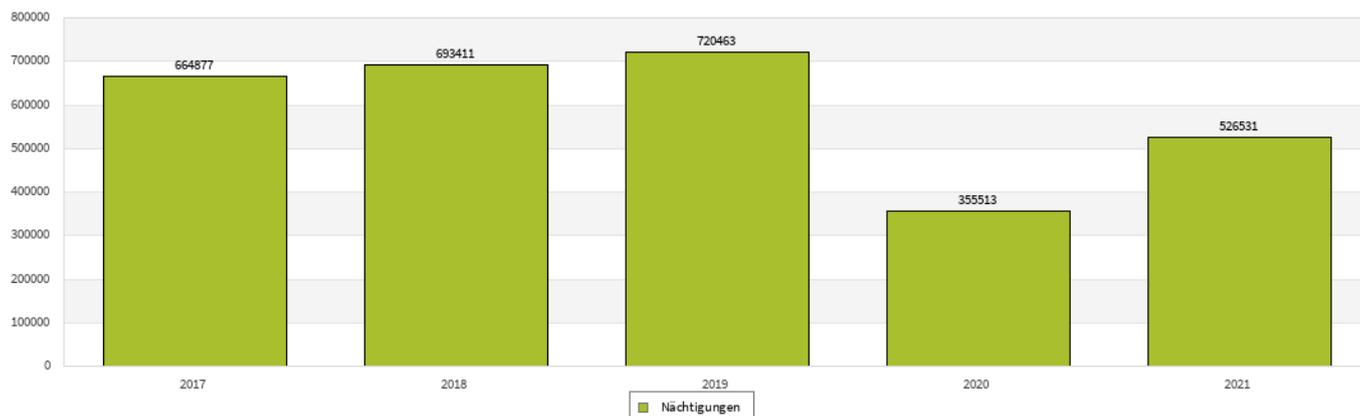
0 €

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	2017	2018	2019	2020	2021
Germania	212.728	203.536	209.294	97.461	174.045
Austria	50.538	52.499	52.234	15.108	30.373
Svizzera	28.084	25.442	25.540	11.279	14.634
Italia	236.855	259.863	275.245	189.584	237.522
Paesi Bassi	9.902	8.985	9.288	5.294	9.055
Belgio	4.128	3.936	4.086	2.087	3.498
Regno Unito	7.787	9.047	8.685	2.430	2.259
Francia	6.519	6.431	7.634	3.052	5.121
Polonia	2.204	2.593	2.494	1.376	1.921
Repubblica Ceca	1.910	1.901	2.829	921	1.716
Altro	104.222	119.178	123.134	26.921	46.387
DACHI	0	0	0	0	0
Slovenia	0	0	0	0	0
Croazia	0	0	0	0	0
Totale	664.877	693.411	720.463	355.513	526.531

Verkehrsamt Bozen - Absolut

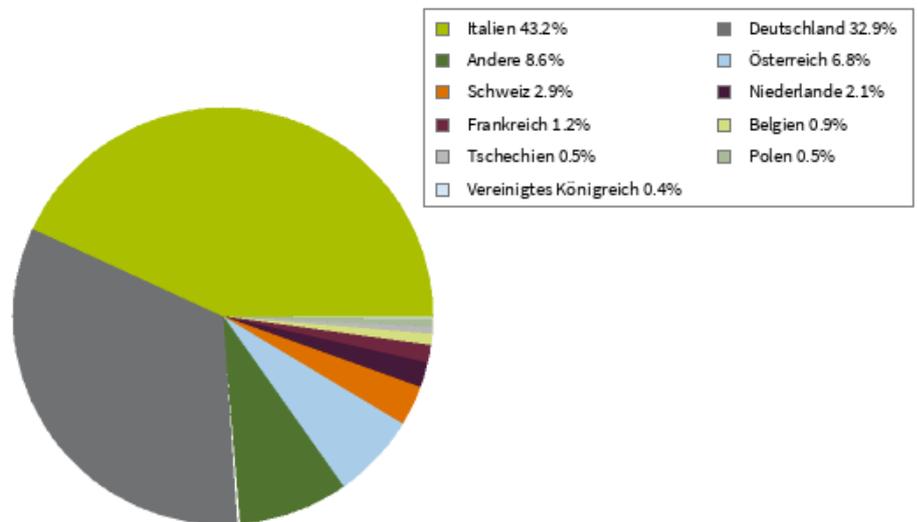
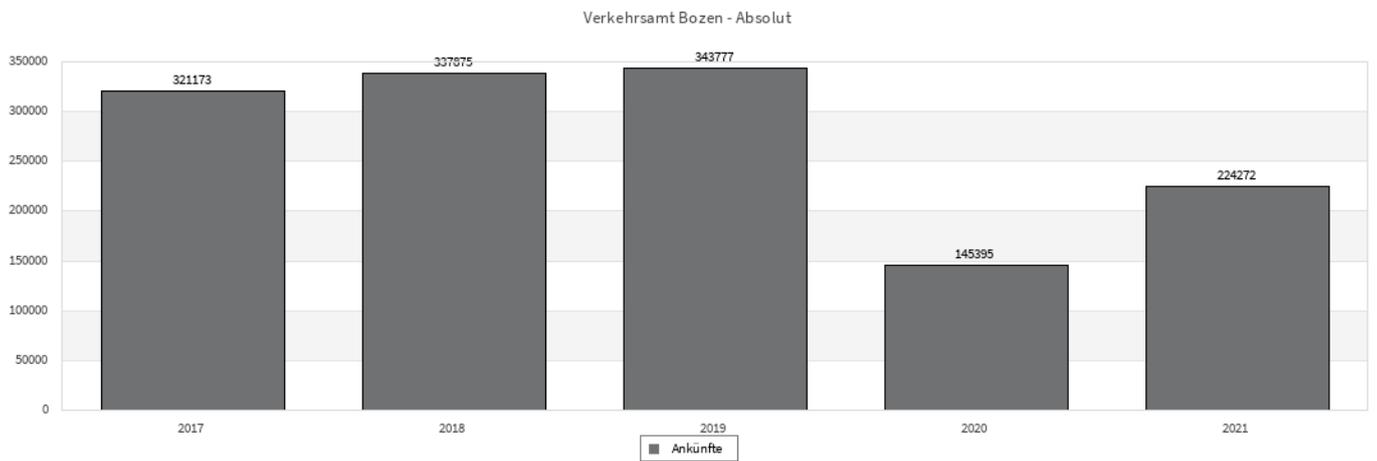


Arrivi

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	2017	2018	2019	2020	2021
Germania	93.180	91.061	93.151	41.502	73.850
Austria	24.625	26.966	27.013	8.154	15.349
Svizzera	12.690	12.006	12.528	5.216	6.578
Italia	126.377	136.163	133.168	72.013	96.857

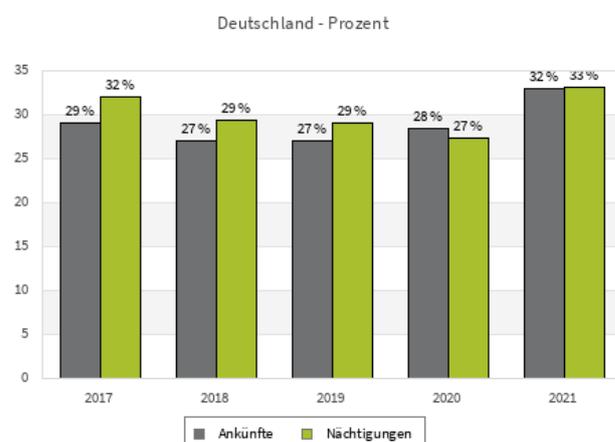
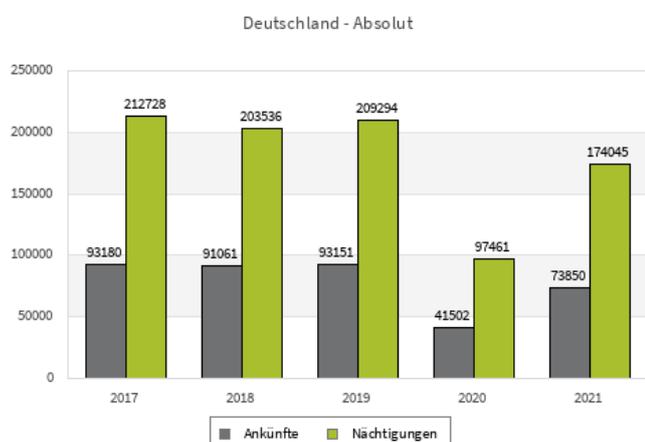
Paesi Bassi	4.898	4.600	4.783	2.547	4.625
Belgio	2.227	2.050	2.189	1.121	1.907
Regno Unito	3.856	4.233	3.886	1.039	802
Francia	3.322	3.401	4.052	1.675	2.738
Polonia	1.219	1.388	1.451	712	1.170
Repubblica Ceca	1.196	1.074	1.439	476	1.185
DACHI	0	0	0	0	0
Slovenia	0	0	0	0	0
Croazia	0	0	0	0	0
Totale	321.173	337.875	343.777	145.395	224.272



Germania

Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	97.461	27.41 %	41.502	28.54 %
2021	174.045	33.06 %	73.850	32.93 %

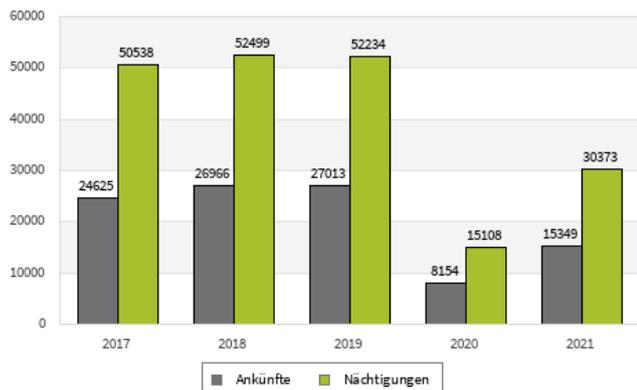


Austria

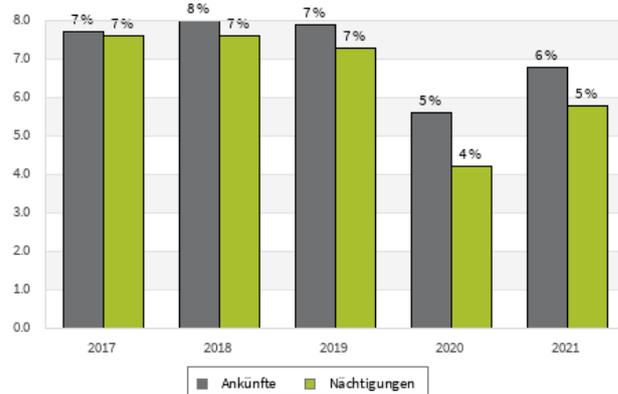
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	15.108	4.25 %	8.154	5.61 %
2021	30.373	5.77 %	15.349	6.84 %

Österreich - Absolut



Österreich - Prozent

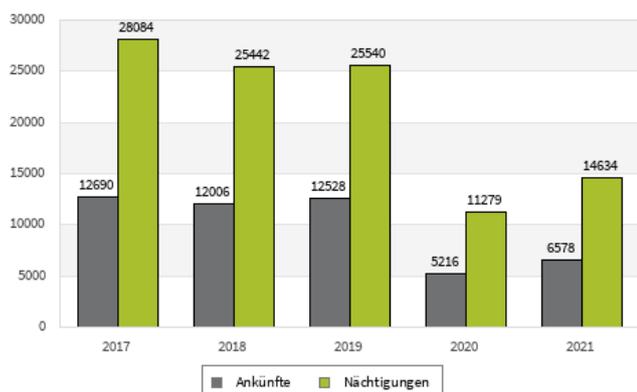


Svizzera

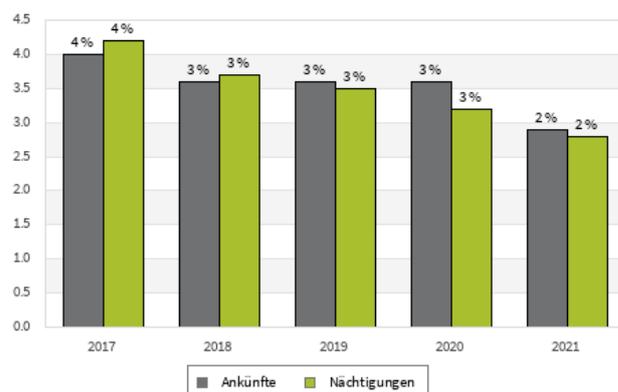
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	11.279	3.17 %	5.216	3.59 %
2021	14.634	2.78 %	6.578	2.93 %

Schweiz - Absolut



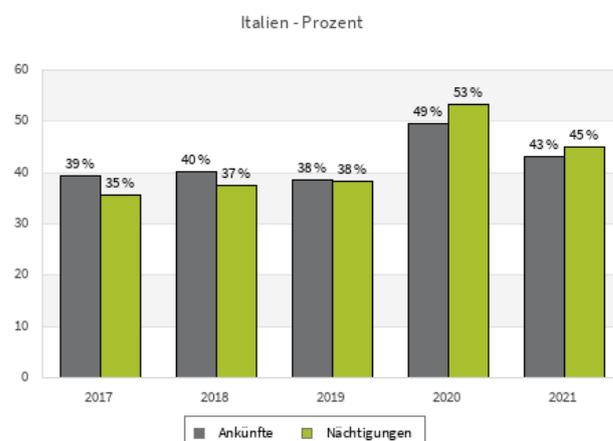
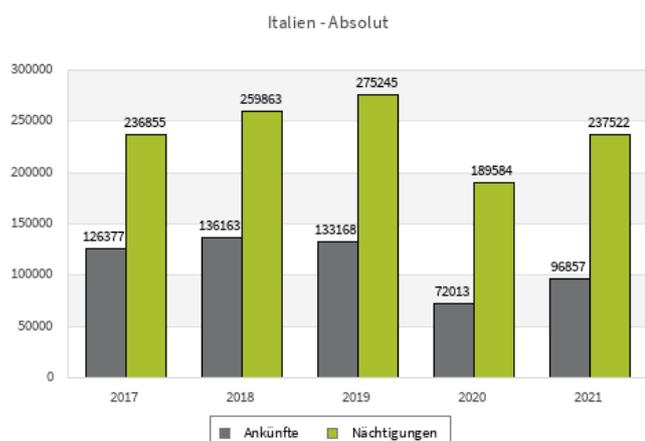
Schweiz - Prozent



Italia

Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	189.584	53.33 %	72.013	49.53 %
2021	237.522	45.11 %	96.857	43.19 %

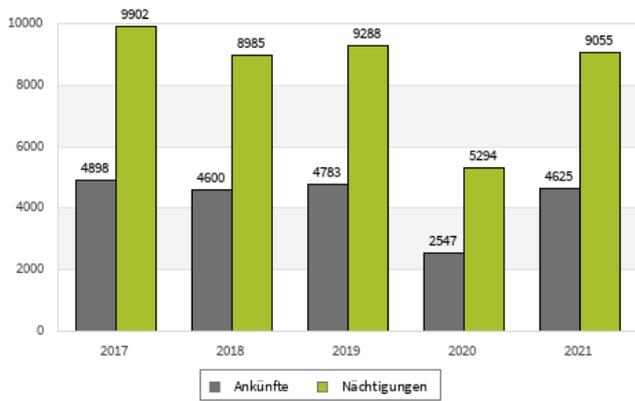


Paesi Bassi

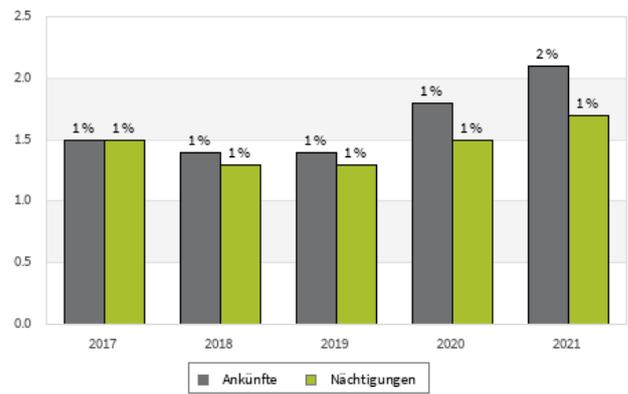
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	5.294	1.49 %	2.547	1.75 %
2021	9.055	1.72 %	4.625	2.06 %

Niederlande - Assolut



Niederlande - Prozent

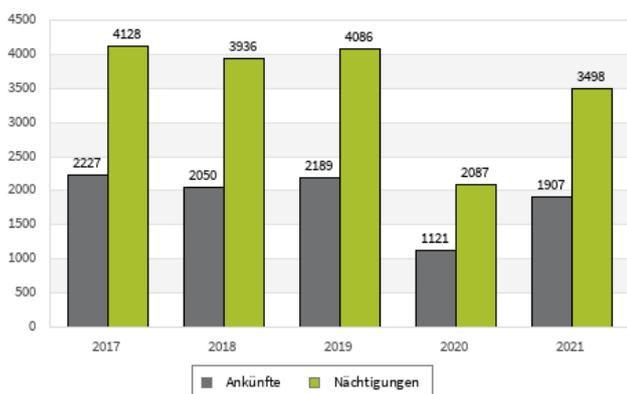


Belgio

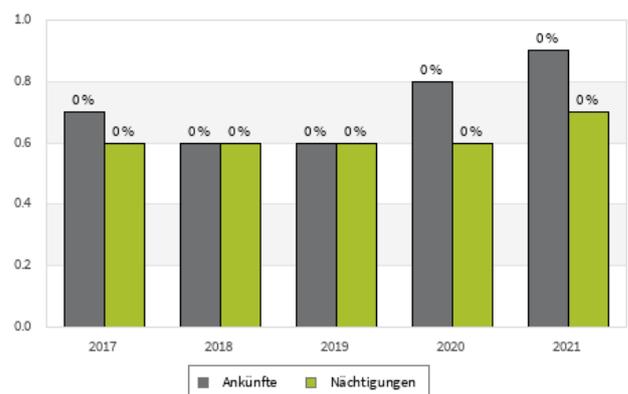
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	2.087	0.59 %	1.121	0.77 %
2021	3.498	0.66 %	1.907	0.85 %

Belgien - Assolut



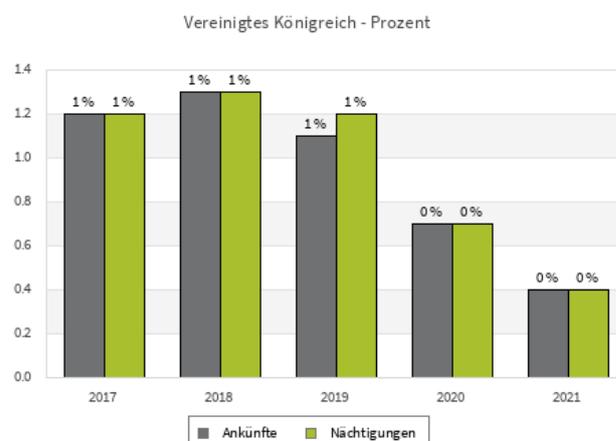
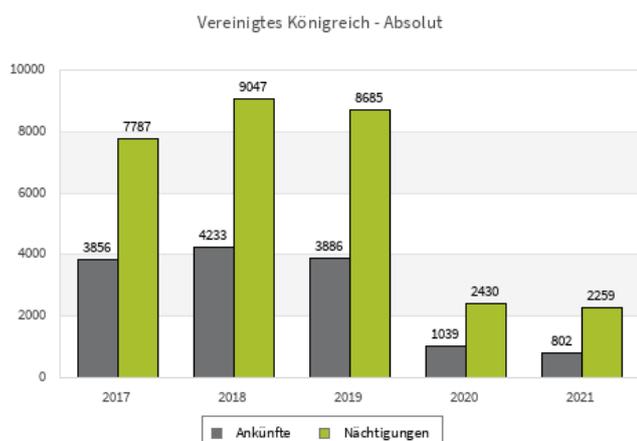
Belgien - Prozent



Regno Unito

Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	2.430	0.68 %	1.039	0.71 %
2021	2.259	0.43 %	802	0.36 %

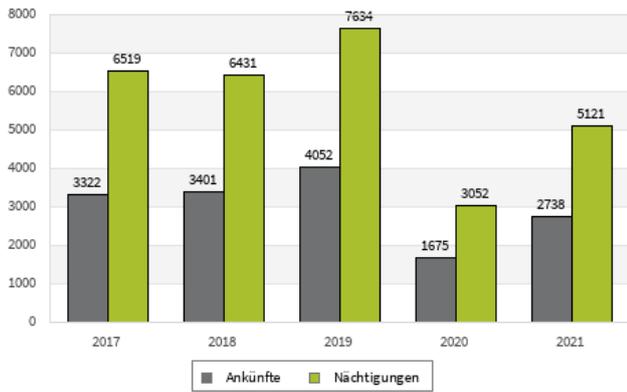


Francia

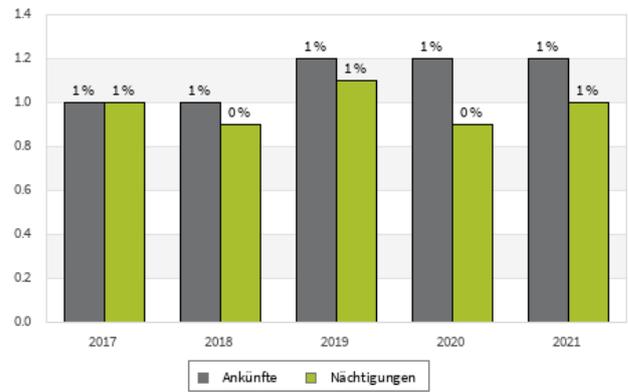
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	3.052	0.86 %	1.675	1.15 %
2021	5.121	0.97 %	2.738	1.22 %

Francia - Assoluti



Francia - Percentuali

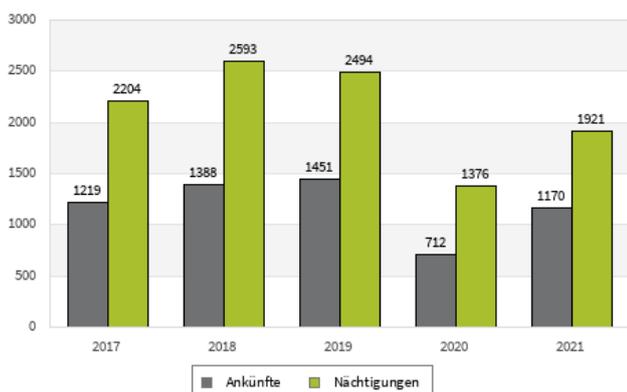


Polonia

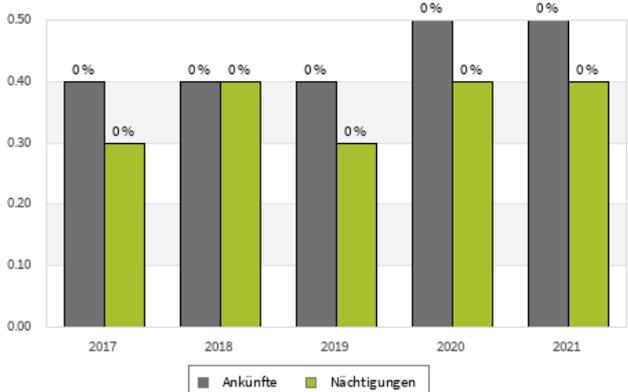
Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	1.376	0.39 %	712	0.49 %
2021	1.921	0.36 %	1.170	0.52 %

Polonia - Assoluti



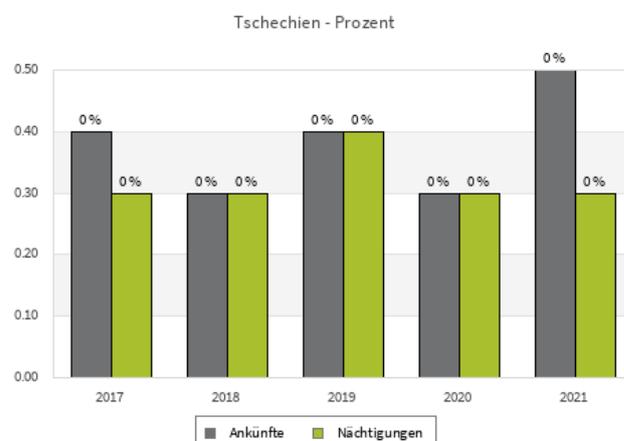
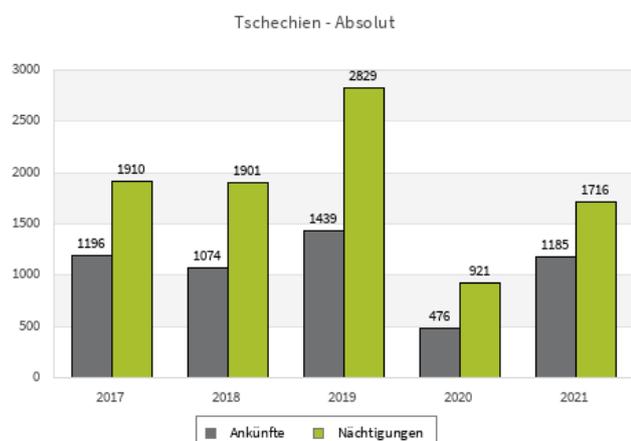
Polonia - Percentuali



Repubblica Ceca

Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
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 %
2020	921	0.26 %	476	0.33 %
2021	1.716	0.33 %	1.185	0.53 %



DACHI

Numero assoluto e quota percentuale

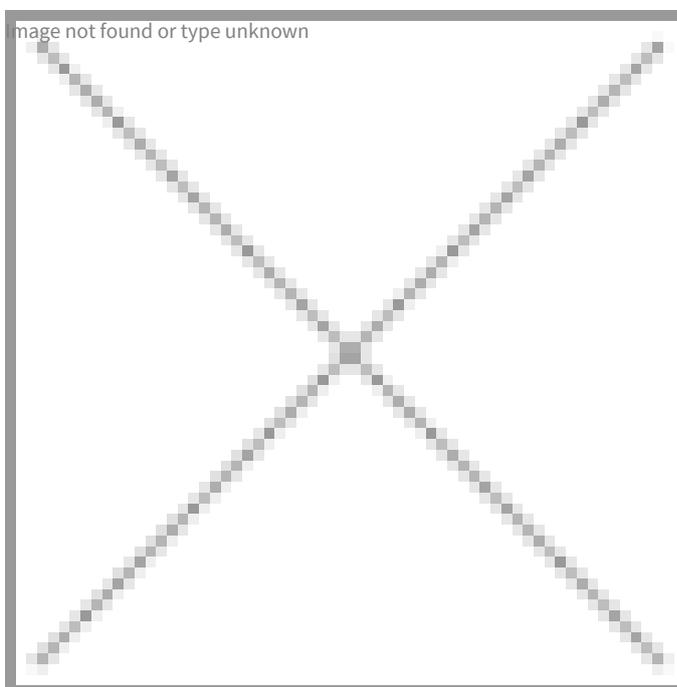
Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2017	0		0	
2018	0		0	
2019	0		0	
2020	0		0	
2021	0		0	



Slovenia

Numero assoluto e quota percentuale

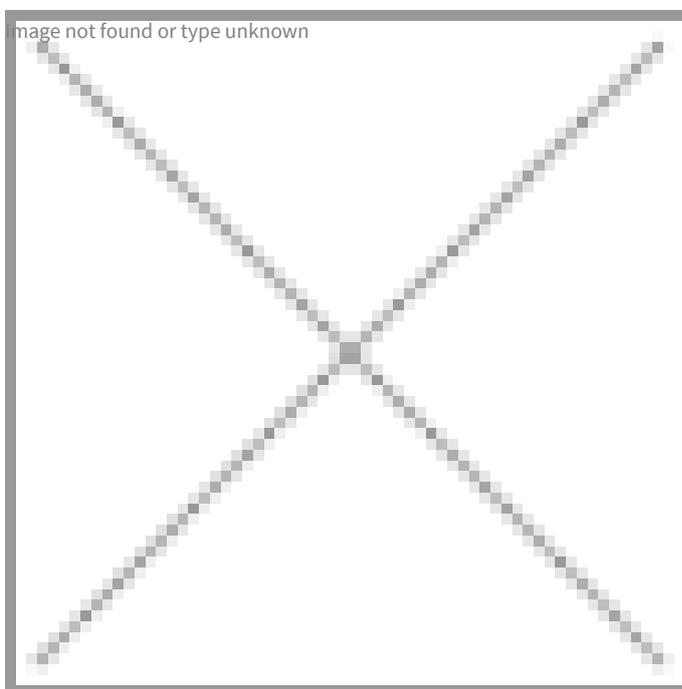
Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2017	0		0	
2018	0		0	
2019	0		0	
2020	0		0	
2021	0		0	



Croazia

Numero assoluto e quota percentuale

Anno	Pernottamenti (assoluto)	Pernottamenti (%)	Arrivi (assoluto)	Arrivi (%)
2017	0		0	
2018	0		0	
2019	0		0	
2020	0		0	
2021	0		0	



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.

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.

Castelronda: con i colleghi di Appiano e Vilpiano, per il prossimo anno si pensa anche a Chiusa. Su un totale di Euro 60.000 di spesa si conta di finanziare il 50% attraverso la partecipazione di altre località.

Weinkost in collaborazione con il Consorzio Vini Alto Adige e la Strada dei Vini dell'Alto Adige: 120.000 Euro con un finanziamento di 30.000 da parte delle due istituzioni ed implementazione degli ingressi all'evento e delle consumazioni per arrivare a 30.000 Euro.

Strada dei Vini dell'Alto Adige: vedi campagne di comunicazione.

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 Associazioni di categoria cittadine (Cooperativa WeLoveBZ: HDS-Unione, Confesercenti, HGV-Albergatori, LVH-APA, CNA) per l'organizzazione del concorso a premi "A New Christmas Chance".

Nessuna spesa

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 Strada del Vino € 60.000,00 in uscita per la comunicazione.

Collaborazione con le Associazioni Turistiche di San Genesio, Sarentino, Laives e Meltina per la distribuzione della Bolzano Bozen Card. € 700.000 in entrata e uscita come bilancio gestione card.

Collaborazione con le Associazioni Turistiche di Appiano, Nalles, Terlano per l'evento "Castelronda". € 45.000,00 di spesa.

Elaborazione percorso MTB per Colle in collaborazione con il Comune di Laives e la Val D'Ega. € 10.000,00

Elaborazione percorso MTB Castel Firmiano Appiano in collaborazione con l'Associazione Turistica di Appiano - Progettazione. € 10.000,00

Sentiero "Die Rebe" in collaborazione con Renon. Nessuna spesa

Rivista BM con la partecipazione di Renon, San Genesio, Appiano, Laives e Sarentino.

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.

Prevista un'attività di formazione in collaborazione con LTS a favore della digitalizzazione.

Elaborazione di un progetto in collaborazione con Bauernbund e HGV per la prenotazione online di piccoli agriturismi.

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, pratiche personale e patrimonio
Alba Presotto	Part-time	Amministrazione, contabilità, bilancio
Leonardo Foschi	Tempo pieno	Amministrazione, contabilità, stipendi
Paolo Lazzarotto	Tempo pieno	protocollo informatico, logistic manager
Elena Cortese	Part-time	Assistenza ospiti e soci
Martina Spinell	Tempo pieno	Sviluppo del prodotto
Miriam Campese	Tempo pieno	Sviluppo del prodotto
Mariantonietta Forte	Tempo pieno	Sviluppo del prodotto
Alessia Mucci	Tempo pieno	Comunicazione
Leonardo Narvaez	Tempo pieno	Assistenza ospiti e soci
Matteo Cepetelli	Tempo pieno	Assistenza ospiti e soci
Mirella Paolini	Tempo pieno	Assistenza ospiti e soci
Francesca Collicelli	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.

Gestione Parcheggio Castel Mareccio (affitto ramo d'Azienda) € 732.200 in entrata - € 2.600 in uscita

Gestione Vigneto Castel Mareccio € 35.000,00 in entrata - € 20.000,00 in uscita

Gestione Bagni Pubblici piazza Walther € 126.716,00 in entrata - € 103.900,00 in uscita

c. Trasmissione dei dati a IDM

 Il sottoscritto **Roland Buratti** 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 rilascia i dati a condizione che venga inoltrato il piano marketing e mediatico relativo 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.