

ABSTRACT

Tätigkeitsbericht / Relazione attività 2017



EINLEITUNG	INTRODUZIONE
<p>Arno Kompatscher, Landeshauptmann von Südtirol Michl Ebner, Präsident der Handelskammer Bozen</p>	<p>Arno Kompatscher, Presidente della Giunta provinciale Michl Ebner, Presidente della Camera di commercio di Bolzano</p>
<p>Das erste Jahr mit einem echten IDM-Programm, das die neue Ausrichtung von IDM Südtirol umgesetzt hat: Das war 2017. Im ersten Jahr des Bestehens mussten noch die laufenden Programme der vier Vorgängerorganisationen abgewickelt werden, was sehr zufriedenstellend erledigt wurde. Parallel dazu wurde 2016 ein strategisches Dreijahresprogramm ausgearbeitet, das nun gestartet ist. In diesem Programm wurden erfolgreiche Formate aus den Vorgängerorganisationen übernommen, gleichzeitig wurde aber eine Neuausrichtung in zentralen Bereichen vorgenommen, wobei auch Inputs und Wünsche der Partner aus der Wirtschaft berücksichtigt wurden.</p> <p>Die Ergebnisse und Kennzahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres 2017 zeigen es: Die Zusammenlegung hat die zuvor unterschiedlichen Organisationen nun auf eine gemeinsame Linie und Strategie ausgerichtet und erste Synergien zwischen den verschiedenen Themenbereichen mit sich gebracht.</p> <p>Diese neue Ausrichtung spüren auch die Partner von IDM sowie die Unternehmen, die IDM 2017 mit Dienstleistungen unterstützt hat.</p> <p>Die neu gesetzten Schwerpunkte „NOI Techpark“ und „Zukunft Tourismus“ haben aber die Komplexität der Aufgaben von IDM erhöht. Die Organisation hat ihr Bestmögliches geleistet, um diese neuen Herausforderungen zu meistern, weist aber noch Verbesserungsmöglichkeiten auf. Aus diesem Grund wurde eine Evaluierung in die Wege geleitet, um zwei Jahre nach der Zusammenführung den Status quo zu ermitteln. Darin bewerteten die befragten Stakeholder und Unternehmen die Arbeit von IDM mit acht von zehn zu vergebenden Punkten – das ist also ein positives Ergebnis. Die Befragungen und Analysen der Experten, die diese Evaluierung durchführten, haben aber auch Erkenntnisse geliefert, wie an der Organisationsstruktur anzusetzen wäre, um sie zu optimieren.</p> <p>Diese Erkenntnisse führen nun zu einer Weiterentwicklung des Wirtschaftsdienstleisters IDM. Die Nachjustierung, an der nun mit Hochdruck gearbeitet wird, trägt den jüngsten Entwicklungen in Sachen Reorganisation der Tourismusorganisationen und Wachstum des NOI Techpark Rechnung. Für diese neuen Aufgabenstellungen braucht es die beste mögliche Organisationsstruktur.</p> <p>Nur so kann IDM dem Ziel nachkommen, Wegweiser für die wirtschaftliche Entwicklung Südtirols zu sein, seine Unternehmen wettbewerbsfähiger zu machen und so dazu beizutragen, das Land zum begehrtesten Lebensraum Europas zu machen.</p>	<p>Il 2017 è stato il primo anno in cui IDM Alto Adige si è dotata di un vero e proprio programma, che ha tradotto in azioni concrete il nuovo orientamento di IDM. Nel 2016 era infatti stato necessario portare a termine i programmi ancora in corso delle quattro organizzazioni precedenti, compito che è stato svolto in modo del tutto soddisfacente. Parallelamente già nel 2016 era stato formulato un programma strategico triennale che ora ha preso il via. In questo programma sono stati riproposti alcuni formati portati al successo dalle organizzazioni precedenti, ma allo stesso tempo è stato dato un nuovo assetto ad alcuni ambiti fondamentali che tiene conto anche degli input e delle richieste dei partner del mondo economico.</p> <p>I risultati e le cifre dell'esercizio 2017 ormai concluso lo dimostrano: la fusione ha portato organizzazioni con visioni in precedenza eterogenee a una linea e a una strategia comuni, che ha già prodotto le prime sinergie tra diverse aree tematiche. Questo nuovo orientamento è stato percepito anche dai partner e dalle aziende che IDM ha supportato con i propri servizi nel 2017.</p> <p>Le nuove priorità “NOI Techpark” e “Futuro Turismo” hanno però anche aumentato la complessità dei compiti di IDM. L'organizzazione ha fatto del suo meglio per padroneggiare queste nuove sfide, ma ci sono ancora indubbie potenzialità di miglioramento. Per questo è stato avviato un procedimento di valutazione al fine di analizzare lo stato dell'arte due anni dopo la fusione.</p> <p>Le imprese e gli stakeholder intervistati hanno giudicato il lavoro di IDM assegnando un punteggio complessivo di otto punti su dieci, un risultato dunque positivo. I sondaggi e le analisi degli esperti che hanno condotto la valutazione hanno però fornito anche informazioni utili sull'approccio da adottare per ottimizzare la struttura organizzativa.</p> <p>Queste informazioni consentiranno di sviluppare ulteriormente l'attività di IDM come azienda speciale per l'economia. Il riassetto, a cui si sta lavorando con grande impegno, tiene conto degli sviluppi più recenti nel campo della riorganizzazione degli enti turistici e della crescita del NOI Techpark. Per questi nuovi compiti è indispensabile poter contare sulla migliore struttura organizzativa possibile: solo così IDM potrà centrare l'obiettivo di fare da facilitatore per lo sviluppo economico dell'Alto Adige, di rendere le sue imprese più competitive, contribuendo così a fare di questa provincia il territorio più ambito d'Europa.</p>

3 FRAGEN AN... IDM-PRÄSIDENT HANSI PICHLER UND IDM-DIREKTOR HANSJÖRG PRAST	3 DOMANDE A ... HANSI PICHLER, PRESIDENTE DI IDM HANSJÖRG PRAST, DIRETTORE DI IDM
<p><i>Welche waren für Sie 2017 die Meilensteine in der Arbeit von IDM Südtirol?</i></p> <p>Ein großer Schritt war sicherlich die Eröffnung des NOI Techpark und der Umzug unserer Abteilung Development in die Räumlichkeiten des neuen Technologieparks. Sie sind nun im wahrsten Sinne des Wortes näher an die Forschungsinstitutionen sowie an die innovativen Unternehmen und Start-ups angedockt, die auch ihren Sitz im NOI Techpark haben, und können so noch besser an Netzwerken für die Innovation arbeiten. Die Reorganisation der Tourismusorganisationen umzusetzen war die zweite große Herausforderung des vergangenen Jahres – nicht nur strategisch und inhaltlich, sondern auch organisatorisch, da wir die neuen Außenstellen von IDM für den definitiven Arbeitsstart im Januar 2018 vorbereiten mussten. Dritter Schwerpunkt war das bereichsübergreifende Thema „Produktion 4.0“. Für diesen wichtigen Bereich wurde eine Sensibilisierungskampagne in den verschiedenen Ecosystems und über den Bereich Kundenberatung durchgeführt, um die Unternehmen zu informieren und mit ins Boot zu holen.</p> <p><i>Was sind die großen Vorhaben für das Jahr 2018?</i></p> <p>Mit Januar 2018 ist das Destination Management von IDM gestartet. Es arbeitet in enger Abstimmung mit den Tourismusorganisationen im Lande, die Aufgabenteilung zwischen beiden ist klar und strategisch festgelegt. Zum zweiten wird das Thema „Digitalisierung“ immer wichtiger. Das spiegelt sich einerseits darin wider, dass IDM die Südtiroler Unternehmen bereits quer durch alle Ecosystems auf ihrem Weg Richtung „Produktion 4.0“ unterstützt, andererseits spielt das Thema auch im Tourismus eine immer tragendere Rolle. Deshalb hat IDM das Digitalprojekt Südtirol lanciert, durch das in Zukunft alle touristisch relevanten Daten in hoher Qualität zur Verfügung stehen sollen. In einem zentralen Daten-Hub, dem sogenannten OpenDataHub Südtirol - Alto Adige, sollen diese Daten gesammelt und verfügbar gemacht werden. Ein weiteres strategisches Thema für das Jahr 2018 ist „Talent Attraction“, also die aktive und kontinuierliche Arbeit daran, Südtirol und seine Unternehmen für Talente aus dem In- und Ausland attraktiv zu machen. Hierfür wurde bereits ein Maßnahmenpaket geschnürt, das nun umgesetzt wird.</p>	<p><i>Quali sono stati i traguardi più importanti per IDM Alto Adige nel 2017?</i></p> <p>Un grande passo è stato sicuramente l'inaugurazione del NOI Techpark con il trasferimento del nostro dipartimento Development negli spazi del nuovo Parco tecnologico. Ora i collaboratori del dipartimento sono più vicini – nel vero senso della parola – agli istituti di ricerca, alle imprese innovative e alle startup insediate lì. Di conseguenza possono lavorare ancora meglio all'ampliamento del networking per l'innovazione. Il riassetto delle organizzazioni turistiche è stata la seconda grande sfida dello scorso anno. Questo non solo dal punto di vista strategico e dei contenuti ma anche sotto l'aspetto organizzativo, dato che abbiamo dovuto predisporre le nuove sedi di IDM in tempo per l'inizio ufficiale dell'attività nel gennaio del 2018. Un terzo importante obiettivo raggiunto ha riguardato la “produzione 4.0”, un tema trasversale a vari reparti. Per questo importante ambito è stata svolta una campagna di sensibilizzazione all'interno dei vari Ecosystem e nel reparto Consulenza clienti export e innovazione, per informare le imprese e coinvolgerle nel processo.</p> <p><i>Quali sono i progetti più significativi previsti per il 2018?</i></p> <p>A gennaio 2018 è diventato operativo il reparto Destination Management di IDM, che lavora a stretto contatto con le organizzazioni turistiche in tutto l'Alto Adige; la suddivisione dei compiti tra loro è chiara e strategicamente definita. In secondo luogo la digitalizzazione sta diventando sempre più importante. Questo tema da una parte si riflette nel supporto, trasversale ai vari Ecosystem, che IDM sta già fornendo alle imprese altoatesine nel loro percorso verso una “produzione 4.0”, dall'altra gioca un ruolo sempre più decisivo anche nel settore del turismo. Perciò IDM ha lanciato il progetto digitale Alto Adige, mediante il quale tutti i dati rilevanti dal punto di vista turistico saranno in futuro disponibili in alta qualità. I dati saranno aggregati e resi accessibili tramite un data hub centrale, il cosiddetto OpenDataHub Südtirol - Alto Adige. Un altro tema strategico per il 2018 sarà la “talent attraction”, processo continuo e attivo volto a rendere l'Alto Adige e le sue imprese attrattivi per i talenti provenienti dal resto d'Italia e da altri Paesi. A questo scopo è già stato formulato un pacchetto di misure che ora sarà applicato operativamente.</p>

<p><i>Und welche Herausforderungen warten im Jahr 2018 auf IDM?</i></p> <p>Wir haben nach dem Ergebnis der Evaluierung die organisatorische Herausforderung angenommen, aus dem veränderten Umfeld für IDM und den Wirtschaftsstandort Südtirol das Beste zu machen. Das bedeutet für uns, dass wir organisatorische Anpassungen in der Struktur vornehmen und gemeinsam mit Eigentümern, Partnern und mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die bestmögliche zukünftige Aufstellung erarbeiten werden.</p>	<p><i>Infine, quali sfide attendono IDM nel 2018?</i></p> <p>Acquisiti i risultati del processo di valutazione su IDM abbiamo colto questa sfida organizzativa cercando di sfruttare al meglio quest'occasione per IDM e per la location economica Alto Adige. Questo per noi vuol dire apportare varie modifiche organizzative alla struttura e individuare, insieme agli enti proprietari, ai partner e a tutti i collaboratori, la miglior costellazione possibile per il futuro.</p>
---	--

<p>STANDORTENTWICKLUNG</p> <p>Südtirol als zukunftsfähiger Lebensraum, der für Fachkräfte und Unternehmen aus ganz Europa attraktiv ist: Um diese Vision zu verwirklichen, verfolgt IDM eine Strategie zur Standortentwicklung, die wirtschaftliches Wachstum mit Nachhaltigkeit verbindet, die also Südtirols Unternehmen stärkt und gleichzeitig unsere erhaltenswerte Landschaft schützt. Wie das funktioniert? Indem wir Innovation fördern – vor allem in Südtirols Exzellenzbereichen, die aus den natürlichen Merkmalen des Landes entstanden sind, wie etwa Alpine Technologien oder erneuerbare Energien. Aber auch, indem wir hoch qualifizierte Talente und innovative Unternehmen nach Südtirol bringen und sie mit hiesigen Akteuren vernetzen. Denn zukunftsfähige Standortarbeit bedeutet vor allem: Kooperation.</p>	<p>SVILUPPO DEL TERRITORIO</p> <p>Fare dell'Alto Adige un ambiente economico e di vita orientato al futuro e attraente per professionisti e imprese di tutta Europa: per realizzare questa visione, IDM persegue una strategia di sviluppo del territorio capace di coniugare crescita economica e sostenibilità, ovvero di rafforzare le imprese dell'Alto Adige tutelando nel contempo il nostro ambiente naturale. In che modo? Incentivando l'innovazione, in particolare nelle aree di eccellenza che si sono costituite a partire dalle caratteristiche naturali del territorio: ad esempio le Tecnologie alpine e le Energie rinnovabili. Ma anche attirando in Alto Adige professionisti altamente qualificati e imprese innovative, mettendoli in contatto con gli attori locali. Perché uno sviluppo del territorio orientato al futuro significa soprattutto cooperazione.</p>
<p>INNOVATIONSFÖRDERUNG</p> <p>Um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen, müssen Südtirols Unternehmen auf Innovation setzen. Dabei werden vor allem kleine und mittelgroße Betriebe von IDM tatkräftig unterstützt: bei der Suche nach Investoren, bei der Entwicklung von Produkten oder bei der Markteinführung. In den IDM Ecosystems vernetzen wir Unternehmen und Start-ups mit Forschern und Investoren, damit sie durch Kooperationen ihren Innovationsgrad steigern können und Südtirols Spitzenbranchen stetig wachsen. Und im Gründerzentrum können Technologieunternehmen und Start-ups innovative Ideen testen und weiterentwickeln, damit daraus neue Produkte, Dienstleistungen oder Unternehmen werden.</p>	<p>SUPPORTO ALL'INNOVAZIONE</p> <p>Per incrementare la loro competitività le imprese dell'Alto Adige devono puntare sull'innovazione. IDM sostiene con forza soprattutto le piccole e medie imprese nel fare questo: nella ricerca di investitori, nello sviluppo del prodotto o nell'immissione nel mercato. All'interno degli Ecosystem di IDM mettiamo in contatto imprese e startup con ricercatori e investitori, permettendo loro di sfruttare le cooperazioni per accrescere il proprio livello di innovazione e garantendo la continua crescita dei settori di eccellenza dell'Alto Adige. L'Incubatore d'impresе dà inoltre ad aziende tecnologiche (le cosiddette Tech Companies) e a startup la possibilità di sperimentare e perfezionare le proprie idee innovative per far nascere nuovi prodotti, servizi o imprese.</p>

EXPORTFÖRDERUNG	SUPPORTO ALL'EXPORT
<p>In Südtirol gibt es herausragende Unternehmen, die sich im globalen Wettbewerb behaupten können, oft indem sie besondere Innovationen hervorbringen oder spezielle Marktnischen besetzen. Ein starkes Exportgeschäft ist nicht nur für diese Unternehmen, sondern für den gesamten Standort und seine wirtschaftliche Entwicklung grundlegend. Im Jahr 2016 hatte Südtirol Waren im Wert von 4,4 Milliarden Euro exportiert. Das Exportvolumen ist im letzten Jahr trotz guter Auftragslage im Inland weiter gestiegen.</p> <p>Hier kommt IDM mit einem breiten Angebot an Export-Services ins Spiel. Wir unterstützen Unternehmen durch Beratung, Weiterbildung und Coachings, etwa zu Chancen und Veränderungen in Zielländern: 2017 ging es beispielsweise um neue Herausforderungen in den DACH-Märkten und um mögliche Veränderungen durch den Brexit und die Regierung Trump in den USA. Zudem unterstützen IDM-Experten Südtirols Unternehmen bei der Planung und Durchführung von Exportprojekten und organisieren Unternehmerreisen, Firmenpools und gemeinsame Messeauftritte. Neben klassischen Messen geht es vermehrt um die Suche nach Plattformen, auf denen gezielte, intensive B2B-Kontakte möglich sind, wie etwa im vergangenen Jahr auf Matchmaking-Veranstaltungen in Frankreich und Kroatien.</p>	<p>In Alto Adige ci sono imprese straordinarie che riescono ad affermarsi nella concorrenza globale, spesso apportando particolari innovazioni o andando a occupare nicchie di mercato. Una solida attività di export è fondamentale non soltanto per queste aziende, ma anche per l'intero territorio e il suo sviluppo economico.</p> <p>Nel 2016 l'Alto Adige ha esportato merci per un totale di 4,4 miliardi di euro. Nel 2017 il volume delle esportazioni è ulteriormente cresciuto nonostante la forte domanda interna. È qui che entra in gioco IDM con la sua ampia offerta di servizi per l'export. Sosteniamo le imprese tramite consulenza, corsi di formazione e coaching dedicati, ad esempio, alle opportunità o ai cambiamenti nei Paesi target: nel 2017 abbiamo affrontato temi quali le nuove sfide nei mercati dei Paesi DACH o i potenziali cambiamenti causati dalla Brexit e dalla presidenza Trump negli USA. Gli esperti di IDM sostengono inoltre le imprese nella pianificazione e attuazione di progetti di export e organizzano viaggi imprenditoriali, pool di aziende e partecipazioni collettive a eventi fieristici. Nel 2017, oltre alle tradizionali fiere, abbiamo intensificato la ricerca di piattaforme che agevolino la creazione di contatti B2B mirati, partecipando ad esempio a eventi di match making in Francia e Croazia.</p>
AGRARMARKETING	MARKETING AGROALIMENTARE
<p>Viele landwirtschaftliche Produkte Südtirols tragen die europäischen Herkunftsbezeichnungen g. U. (geschützter Ursprung) oder g. g. A. (geschützte geografische Angabe) sowie das Qualitätszeichen Südtirol. IDM bewirbt diese Produkte in Südtirol, italienweit und international im Auftrag der jeweiligen Branchenorganisationen für die Sektoren Apfel, Wein, Speck, Milch sowie Produkte mit Qualitätszeichen. Bei der Kommunikation setzt IDM vor allem auf die Themen Qualität und Herkunft: Wir betonen die Vorzüge und die hohe Wertigkeit der Produkte genauso wie die Landschaft und die Menschen, die diese Lebensmittel hervorbringen. So transportiert jedes Produkt aus Südtirol auch Emotionen, wird für Konsumenten erlebbar und die Kundenbindung verstärkt sich. Zu diesem Zweck veranstaltet IDM beispielsweise Journalistenreisen, Produktfeste und -tage und kümmert sich darum, dass Südtiroler Qualitätsprodukte im Lebensmittel Einzelhandel positioniert und in der Gastronomie verwendet werden. Durch Marketingaktivitäten bei ausgewählten Handelspartnern wird das Image der Produkte nachhaltig gestärkt und der Absatz gefördert. Über Südtirol-Aktionen am Verkaufspunkt, B2B-Schulungen und B2B-Events im Handel sowie Werbung in Handelsmedien wird der Mehrwert der Südtiroler Produkte am Markt und beim Endverbraucher kommuniziert. IDM</p>	<p>Molti prodotti agroalimentari dell'Alto Adige sono contrassegnati dai marchi europei d'origine DOP (Denominazione di origine protetta) e IGP (Indicazione geografica protetta), nonché dal Marchio di Qualità Alto Adige. Su incarico delle rispettive organizzazioni di settore, IDM cura il marketing dei seguenti prodotti in Alto Adige, in Italia e all'estero: mela, vino, speck, latte e prodotti con il Marchio di Qualità. La comunicazione è incentrata soprattutto su qualità e origine: mettiamo in rilievo i pregi e il valore dei prodotti, ma anche l'ambiente e le persone che li producono. Ogni prodotto dell'Alto Adige trasmette in tal modo anche delle emozioni, si arricchisce di una dimensione esperienziale per il consumatore e rafforza il rapporto di fiducia con il cliente. A tale scopo IDM organizza, ad esempio, viaggi per giornalisti ed eventi dedicati ai prodotti e lavora affinché i prodotti di qualità dell'Alto Adige si posizionino bene nella distribuzione al dettaglio e siano usati nella gastronomia. Attività di marketing con dei partner commerciali selezionati consolidano l'immagine dei prodotti sul lungo periodo e incrementano le vendite. Promozioni presso i punti vendita, corsi di formazione ed eventi B2B per il personale nonché inserzioni pubblicitarie sui media di settore contribuiscono ad accrescere il prestigio dei prodotti altoatesini sul mercato e presso il consumatore. IDM attua infine progetti di marketing (in parte a livello interregionale) sostenuti</p>

<p>führt auch (teilweise interregionale) Marketingprojekte aus, die mit EU-Geldern gefördert werden, um europäische Produkte in Drittländern zu bewerben.</p>	<p>dall'UE e finalizzati alla promozione dei prodotti europei in Paesi terzi.</p>
<p>TOURISMUSMARKETING</p>	<p>MARKETING DEL TURISMO</p>
<p>IDM positioniert Südtirol auf zehn europäischen Märkten als eine der begehrtesten Destinationen Europas und kommuniziert dabei sowohl, was Südtirol zu bieten hat, als auch, für welche Werte das Land steht. Zudem fördert IDM die touristische Verkaufsförderung über Reiseveranstalter aus aller Welt und entwickelt authentische touristische Produkte.</p> <p>In den vergangenen Jahren hat sich der Schwerpunkt der Reiseplanung verlagert: Viele Reisende suchen sich ihre Urlaubsdestination nicht nur nach Regionen und Orten aus, sondern orientieren sich nach dem, was sie tun und erleben möchten – und suchen erst dann nach der passenden Urlaubsregion. Sechs solcher Reisetemen hat IDM gemeinsam mit verschiedenen Partnern aus der Tourismusbranche auf Basis von Marktforschung und von eigenen Erfahrungen ausgehend definiert: Wandern & Bergsteigen, Entspannen & Wohlfühlen, Essen & Trinken, Ski & Winter, Kleine Städte & Kultur, Radwandern & Radfahren. Diese Themen werden in den kommenden Jahren in Produktentwicklung und Kommunikation eine zentrale Rolle spielen, auch im Zusammenhang mit der neuen Organisation rund um das Destinationsmanagement.</p>	<p>IDM posiziona l'Alto Adige in dieci mercati europei come una delle destinazioni più ambite d'Europa, comunicando non soltanto l'offerta del territorio, ma anche i valori che esso rappresenta. Inoltre IDM sostiene la promozione delle vendite avviando cooperazioni con tour operator di tutto il mondo e sviluppa prodotti turistici di grande autenticità.</p> <p>Negli ultimi anni sono emerse nuove priorità nella pianificazione dei viaggi: molti turisti non scelgono più la destinazione a partire da una determinata regione o località, ma si orientano piuttosto in base alle attività ed esperienze che la vacanza deve offrire, cercando soltanto in un secondo momento la destinazione in grado di soddisfare tali esigenze. IDM ha identificato, insieme a diversi partner del comparto turistico e basandosi su indagini di mercato e sulla propria esperienza, sei temi di viaggio: "escursionismo & alpinismo", "relax & benessere", "mangiare & bere", "sci & inverno", "piccole città & cultura", "bike & cicloturismo".</p> <p>Nei prossimi anni questi temi avranno un ruolo centrale nello sviluppo del prodotto e nella comunicazione, anche in relazione alla riorganizzazione del marketing di destinazione.</p>

ZAHLEN UND FAKTEN

UNSERE TÄTIGKEIT

27.654.259 €

Ausgaben für Projekte und Initiativen zur Förderung des Standorts Südtirol



TOURISMUSMARKETING 48 %



EXPORTFÖRDERUNG 21 %



AGRARMARKETING 16 %



INNOVATION 6 %



STANDORTENTWICKLUNG 9 %

4.379.388 €

Gesamtbetrag der 17 laufenden EU-Projekte



200

teilnehmende Südtiroler Betriebe

Dienstleistungen für Unternehmen

3.373.096 €

Gesamtbetrag

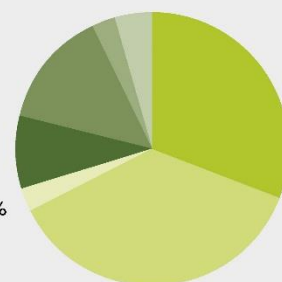
291

Unternehmen aus Südtirol als Nutznießer

ERBRACHTE DIENSTLEISTUNGEN FÜR UNTERNEHMEN MIT FINANZIELLER FÖRDERUNG

Prozentuale Aufteilung nach Projektart

- Messen | 31,0 %
- Exportprojekte | 36,6 %
- Export Coach | 2,8 %
- Unternehmerreisen | 8,5 %
- Rechtsberatung | 14,1 %
- Delegationsbesuche | 2,8 %
- Innovationsberatung | 4,2 %



FINANZIERUNG DER DIENSTLEISTUNGEN

46,6 %

vom Unternehmen finanziert



53,4 %

öffentliche Finanzierung

DATI E FATTI

LE NOSTRE ATTIVITÀ

27.654.259 €

spesa per realizzare le attività e i progetti a sostegno del territorio



4.379.388 €

importo complessivo dei 17 progetti europei in corso



200
imprese locali
partecipanti

Servizi per le imprese

3.373.096 €

importo totale

291

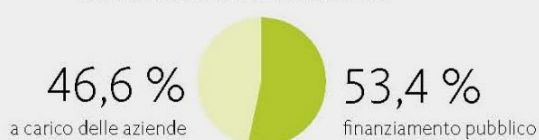
imprese del territorio supportate

SERVIZI EROGATI ALLE IMPRESE CON SOSTEGNO FINANZIARIO

Suddivisione percentuale per tipologia di progetto



FINANZIAMENTO DEI SERVIZI



UNSERE FINANZIERUNG

43.957.032 €

Budget zur Finanzierung der IDM-Tätigkeiten

BUDGETQUELLEN

öffentliche Finanzierung | 83 %
 Beiträge EU-Projekte | 2 %
 Einkünfte aus Dienstleistungen und Sonstiges | 15 %

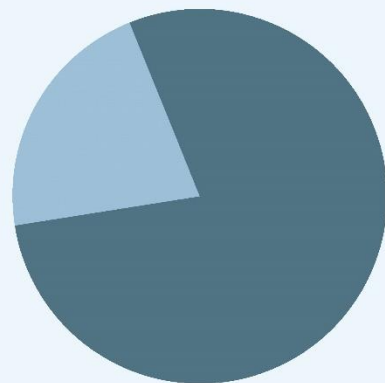
UNSERE RESSOURCEN

12.732.364 €
 gesamte Personalkosten

21,3 %
 des Personals arbeiten
 im Bereich der IDM-in-
 ternen Verwaltung

78,7 %

des Personals arbeiten im Bereich
 der Services für den Standort Süd-
 tirol und seine Unternehmen



UNSERE AUSSENWIRKUNG

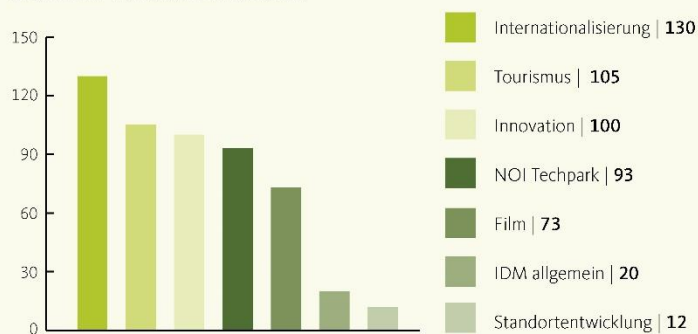
533

Medienberichte über
 die Tätigkeit von IDM

93,6 %

der befragten Unternehmen
 sind mit den Dienstleistungen
 von IDM zufrieden

THEMEN DER BERICHTERSTATTUNG ÜBER IDM IN LOKALEN MEDIEN



IL NOSTRO FINANZIAMENTO

43.957.032 €
budget per finanziare le attività di IDM

FONTI DEL BUDGET

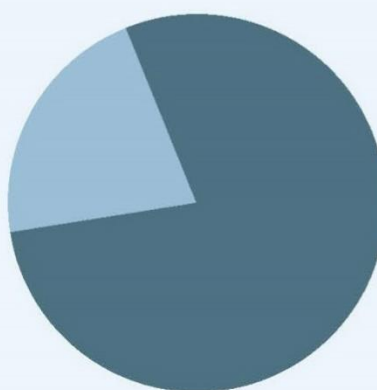
Finanziamenti pubblici | **83 %**
Contributi progetti UE | **2 %**
Introiti da servizi erogati e altri introiti | **15 %**

LE NOSTRE RISORSE

12.732.364 €
costi complessivi del personale

21,3 %
personale dedicato alla gestione dei servizi interni a IDM

78,7 %
personale dedicato ai servizi per il territorio e per le imprese

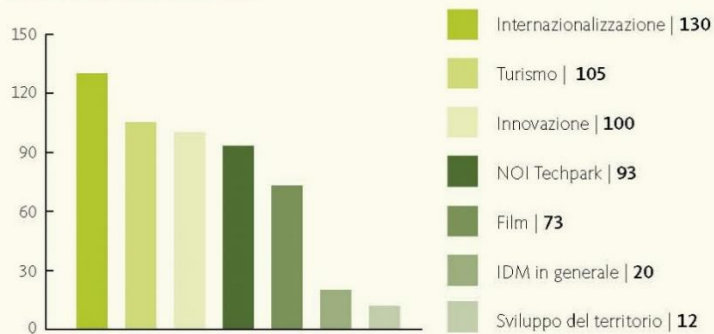


IL RISCONTRO SUL TERRITORIO

533
articoli e servizi nei media sulle attività di IDM

93,6 %
delle imprese intervistate sono soddisfatte dei servizi di IDM

ARGOMENTI DEGLI ARTICOLI/SERVIZI SU IDM NEI MEDIA LOCALI





IDM Südtirol - Alto Adige
Pfarrplatz 11
Piazza della Parrocchia, 11
I-39100 Bolzano
T +39 0471 094 000
info@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com