

IDM

Südtirol-Alto Adige



**Tätigkeitsprogramm
Programma di attività
2018**

19.10.2017

Bolzano/Bozen, 17.10.2017

Roberto Farina
Quality Management & Controlling

roberto.farina@idm-suedtirol.it
T +39 0471 094 008

IDM Südtirol - Alto Adige

Pfarrplatz 11
Piazza della Parrocchia, 11
I-39100 Bozen / Bolzano
T. +39 0471 094 000
F. +39 0471 094 444
info@idm-suedtirol.com

www.idm-suedtirol.com

MwSt.-Nr. / Part. IVA / VAT. No.
IT 02521490215
Steuer- und Eintragungsnr. HK
Cod. Fisc. e n. iscrizione CCIAA
Tax code and CoC registration No.
02521490215

Inhaltsverzeichnis

TEIL A: Zusammenfassung

1. Profil und Kernstrategien von IDM	Seite 9
2. Balanced Scorecard (BSC) IDM	Seite 13
3. Tätigkeitsprogramm und Voranschlag 2018	Seite 15

TEIL B: Themenbereiche

1. Standortentwicklung	Seite 21
2. Innovationsförderung	Seite 26
3. Tourismusmarketing	Seite 40
4. Agrarmarketing	Seite 52
5. Exportförderung	Seite 66

TEIL C: Management & Administration

1. Management	Seite 77
2. Administration	Seite 85

Anhänge

1. IDM-Dienstleistungen EXPORTFÖRDERUNG	Seite 93
2. IDM-Dienstleistungen INNOVATION	Seite 106

Indice

PARTE A: Riepilogo

1. Profilo e strategie principali della IDM	pag. 9
2. Balanced Scorecard (BSC) IDM	pag. 13
3. Programma di attività e preventivo 2018	pag. 15

PARTE B: Tematiche

1. Sviluppo del territorio	pag. 21
2. Supporto all'innovazione	pag. 26
3. Marketing del turismo	pag. 40
4. Marketing agroalimentare	pag. 52
5. Supporto all'export	pag. 66

PARTE C: Management & Administration

1. Management	pag. 77
2. Administration	pag. 85

Allegati

1. IDM-Dienstleistungen EXPORTFÖRDERUNG	pag. 93
2. IDM-Dienstleistungen INNOVATION	pag. 106

EINLEITUNG

Im vorliegenden Jahresprogramm 2018 zeigt sich IDM als die Standortagentur Südtirols, die ihre zugeordneten Aufgaben wahrnimmt und Zielvorgaben konkret angeht und umsetzt. Die Grundvoraussetzung dafür – eine funktionierende Organisation – wurde entsprechend den Vorgaben und Erwartungen der Eigentümer realisiert.

2018 gilt es nun zwei herausragende Projekte in ihre erfolgreiche Umsetzung zu geleiten:

„Zukunft Tourismus“

Die Vorbereitungen im Rahmen des Projektes „Zukunft Tourismus“ sind 2017 erfolgt, die Basis für ein gelungenen Start 2018 ist geschaffen. Nun gilt es, erste Maßnahmen zur Produktentwicklung vor Ort und zur gemeinsamen Promotion der Destination Südtirol in Abstimmung mit den Leistungsträgern vor Ort umzusetzen.

NOI Techpark

Mit der Eröffnung des NOI Techpark hat IDM – als Betreiber des Technologieparks – im Oktober vergangenen Jahres einen Meilenstein erreicht und setzt nun 2018 erste Akzente in Richtung Anbindung an die lokale Wirtschaft und internationale Vernetzung.

Es gilt nun, die in diesem Programm gefassten Aktivitäten und Maßnahmen im Sinne der Kernstrategie von IDM umzusetzen und eingeschlagene Wege konsequent weiterzugehen. Ich möchte an dieser Stelle allen Mitarbeitern von IDM Südtirol für ihren Einsatz danken. Gemeinsam werden wir weiterhin ein starker Ansprechpartner für die Südtiroler Unternehmen sein und für eine nachhaltige Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes Südtirol in all seinen Facetten Sorge tragen. Dies gelingt uns nur, indem wir weiterhin aktiv eine

INTRODUZIONE

Nel programma per l'anno 2018 IDM si presenta come l'azienda speciale per l'economia dell'Alto Adige che, svolgendo gli incarichi di sua competenza, affronta in modo concreto e raggiunge gli obiettivi prefissati. La premessa fondamentale in tal senso, ovvero un'organizzazione funzionante, è stata soddisfatta in linea con le disposizioni e le aspettative della proprietà.

Nel 2018 è nostro compito finalizzare con successo due progetti di straordinaria importanza:

“Futuro Turismo”

La fase preparatoria del progetto “Futuro Turismo” si è conclusa nel 2017, gettando le basi per un ottimo avvio nel 2018. È ora necessario attuare le prime misure finalizzate allo sviluppo del prodotto sul luogo e alla promozione comune della destinazione Alto Adige in accordo con gli operatori locali.

NOI Techpark

IDM in qualità di gestore del NOI Techpark ha svolto l'incarico assegnato con l'inaugurazione della struttura nell'ottobre dello scorso anno e nel 2018 inizia a concentrare la sua attività sull'integrazione nel tessuto economico locale e sulla messa in rete a livello internazionale.

Il nostro compito è ora quello di attuare, in linea con la strategia fondamentale di IDM, le attività e misure delineate nel presente programma, proseguendo con coerenza il percorso intrapreso. Desidero cogliere l'occasione per ringraziare tutti i collaboratori di IDM Alto Adige per l'impegno profuso. Insieme continueremo a essere un forte punto di riferimento per le imprese altoatesine e per la crescita sostenibile del territorio in tutte le sue sfaccettature. Ciò sarà possibile soltanto se continueremo a curare gli stretti legami con

enge Anbindung an die lokale Wirtschaft suchen und als IDM unseren Auftrag im Sinne unseres Leitbildes leben.

l'economia locale e porteremo avanti il nostro impegno in linea con l'identità e i valori di IDM.

Der Präsident
IDM Südtirol

Il Presidente
IDM Alto Adige

Johann Pichler

Johann Pichler

TEIL A: ZUSAMMENFASSUNG
PARTE A: RIEPILOGO

1. PROFIL UND KERNSTRATEGIEN VON IDM

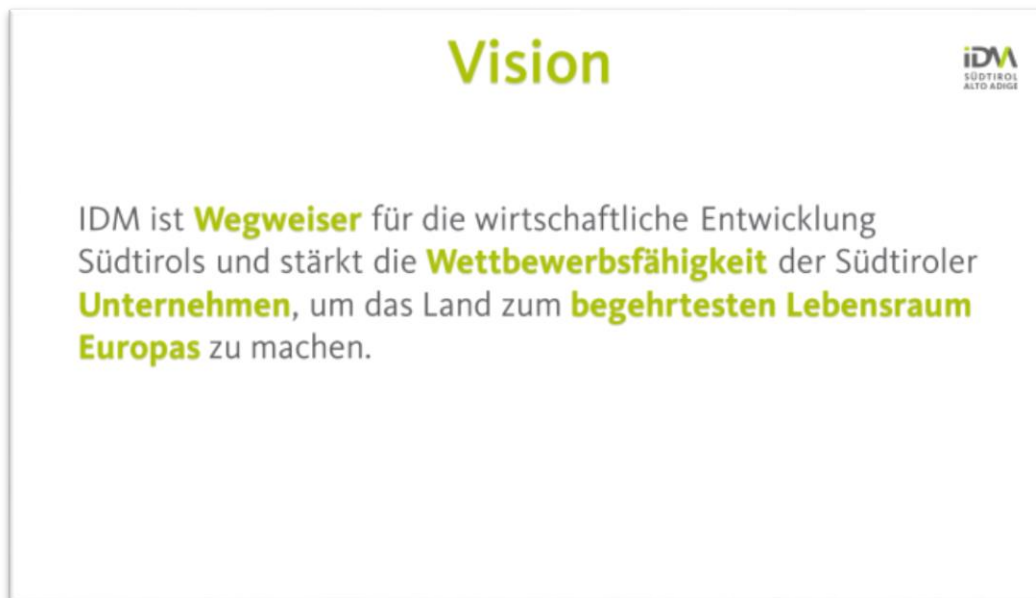
Im hart umkämpften Wettbewerb der Standorte muss Südtirol neue Wege finden, um einerseits seine Positionen zu sichern und andererseits weiter nachhaltig auszubauen.

IDM steht nicht umsonst für Innovation, Development und Marketing. Wir sind gleichermaßen Standortagentur, Dienstleister für Unternehmen, Innovationshub, strategischer Kopf der Marke Südtirol und dementsprechend Vermarkter der Destination und ihrer landwirtschaftlichen Qualitätsprodukte.

1. PROFILO E STRATEGIE PRINCIPALI DELLA IDM

In un contesto di accresciuta competitività tra le diverse realtà territoriali l'Alto Adige deve trovare nuove vie per consolidare la propria posizione, incentivando nel contempo lo sviluppo sostenibile della provincia.

IDM sta, non a caso, per Innovation, Development e Marketing. IDM è azienda speciale per l'economia, fornitore di servizi alle imprese, hub per l'innovazione, nonché mente strategica del marchio Alto Adige e, in quanto tale, responsabile della promozione della destinazione e dei suoi prodotti agroalimentari di qualità.



Erklärtes Ziel von IDM ist es, Südtirol in seiner wirtschaftlichen Gesamtheit weiterzuentwickeln, die Wettbewerbsfähigkeit Südtirols und seiner Unternehmen zu erhalten und weiter auszubauen.

In der Funktion als Think Tank für Regionalentwicklung arbeiten wir eng mit der Südtiroler Landesregierung und der Handelskammer Bozen zusammen. Wir

Obiettivo dichiarato di IDM è di contribuire allo sviluppo economico complessivo dell'Alto Adige, salvaguardando e rafforzando ulteriormente la competitività del territorio e delle sue imprese.

Nella nostra funzione di *think tank* per lo sviluppo regionale, operiamo in stretta collaborazione con la Giunta provinciale e la Camera di commercio di Bolzano. Sosteniamo le imprese altoatesine nei

unterstützen Südtirols Unternehmen in ihren Innovationsprozessen und begleiten sie bei spezifischen Projekten im In- und Ausland. Wir stoßen Kooperationen zwischen heimischen und internationalen Unternehmen an und treiben wirtschaftsfördernde Maßnahmen voran. Die Südtiroler Filmförderung ist z. B. eine davon. Tourismus und lokale Qualitätsprodukte sind das Rückgrat unserer Wirtschaft, deshalb arbeiten wir intensiv an der Weiterentwicklung der Marke Südtirol.

Alle Themen, mit denen IDM betraut ist, tragen folgende Grundgedanken als Basis:

Welche sind die größten Produktivitätstreiber für den zukünftigen Wohlstand Südtirols, die wir nachhaltig ausbauen müssen?

Wenn wir uns den internationalen Wettbewerb ansehen, dann stehen wir vor großen Herausforderungen.

Die „Vierte Industrielle Revolution“ wird uns ungeahnte Möglichkeiten eröffnen, aber viele Bereiche enorm verändern. Wir müssen jetzt einige Hebel so ansetzen, dass wir aus unserer Identität heraus einen exzellenten internationalen, aber nachhaltigen Anschluss herausarbeiten können.

Zur Erreichung dieses Zieles konzentrieren wir uns auf folgende DREI KERNSTRATEGIEN.

loro processi di innovazione, fornendo loro assistenza nell'ambito di progetti specifici in Italia e all'estero. Valorizziamo i progetti di cooperazione tra imprese locali e internazionali e implementiamo misure a sostegno dell'economia, quali ad esempio i finanziamenti al settore cinematografico. Il turismo e i prodotti locali di qualità rappresentano la spina dorsale della nostra economia: proprio per questo lavoriamo intensamente allo sviluppo continuo del marchio Alto Adige.

Tutti i temi di cui si occupa IDM sono basati sui seguenti concetti di fondo:

Quali sono gli ambiti produttivi che più contribuiscono al futuro benessere dell'Alto Adige e che devono essere pertanto sviluppati in modo sostenibile?

La competitività a livello internazionale rappresenta una delle sfide maggiori che dobbiamo affrontare.

La "Quarta rivoluzione industriale" ci offrirà opportunità finora impensate, trasformando tuttavia in modo radicale numerose aree produttive. Facendo leva sulla nostra identità, dobbiamo creare ora le premesse necessarie a garantire un posizionamento internazionale eccellente e al contempo sostenibile.

Per raggiungere tale obiettivo ci concentriamo sulle seguenti TRE STRATEGIE FONDAMENTALI:



In ihnen sehen wir die drei stärksten „Hebel“, mit denen wir in allen unseren Hauptaufgabenfeldern punkten können, mit denen sich Südtirol als Wirtschaftsstandort nachhaltig positiv weiterentwickeln und der aktuelle Lebensstandard absichern lässt. Die drei Kernstrategien sind:

INNOVATION ankurbeln

Innovation ist die Voraussetzung für eine positive und zukunftsfähige Entwicklung eines Wirtschaftsstandortes.

Nur durch stetige Innovation schaffen wir die Anbindung an die globalen Entwicklungen, die auf Südtirol einwirken, und können die Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen erhalten und ausbauen.

Wir engagieren uns dabei durch:

- die Entwicklung und Förderung von Ecosystems im Rahmen der RIS3-Strategie des Landes Südtirol
- die Förderung von Innovation und Produktentwicklung in den einzelnen Unternehmen
- das Vernetzen von Südtiroler Unternehmen mit internationalen Partnern und somit auch die Förderung von neuen Kooperationen und Ansiedlungen
- den gezielten Aufbau einer intensiven Start-up-Kultur und den Ausbau des Incubators und des Gründerzentrums

INTERNATIONALISIERUNG vorantreiben

Der internationale Expansionsgedanke ist für zukunftsfähiges, unternehmerisches Handeln unabdingbar – schon aufgrund der reinen Tatsache, dass Südtirol als Markt schnell erschöpft ist.

Deshalb setzen wir uns ganz besonders ein für:

- Exportförderung und -unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen
- Agrarmarketing und Vertrieb von Südtiroler Qualitätsprodukten in ausgewählten Märkten
- Anbindung lokaler Tourismusbetriebe an internationale Tour Operators
- Verbesserung der Erreichbarkeit Südtirols und der Mobilität im Land

Le tre strategie rappresentano le “leve” più forti a nostra disposizione per operare con successo nei nostri ambiti di attività principali, ma sono anche la chiave per uno sviluppo continuo e sostenibile del territorio altoatesino e per la salvaguardia degli elevati standard di vita raggiunti.

Incentivare l'INNOVAZIONE

L'innovazione è la premessa fondamentale per le prospettive di sviluppo di un territorio.

Soltanto attraverso un'innovazione costante riusciremo a mantenerci al passo con gli sviluppi globali che hanno un impatto sull'Alto Adige e a preservare e accrescere la competitività delle nostre imprese.

A tal fine svolgiamo le seguenti attività:

- sviluppo e sostegno agli Ecosystem nell'ambito della strategia RIS3 della Provincia di Bolzano
- sostegno all'innovazione e allo sviluppo del prodotto nelle singole imprese
- messa in rete delle imprese altoatesine a livello internazionale e pertanto anche sostegno a nuove cooperazioni e insediamenti
- costruzione mirata di una forte cultura imprenditoriale incentrata sulle start-up e concomitante ampliamento dell'incubatore d'imprese

Accelerare l'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Progetti di espansione di respiro internazionale sono un elemento imprescindibile per un commercio dinamico e orientato al futuro, e ciò per il semplice fatto che le potenzialità dell'Alto Adige come mercato a sé stante sono presto esaurite.

Proprio per questo il nostro impegno è rivolto a:

- promozione e sostegno all'export per le piccole e medie imprese
- marketing agroalimentare e commercializzazione dei prodotti di qualità dell'Alto Adige in mercati scelti
- connessione tra aziende turistiche locali e tour operator internazionali
- ottimizzazione della raggiungibilità dell'Alto Adige e della mobilità

INLANDSMARKT nachhaltig stärken

Die weitere positive Entwicklung des Inlandmarktes ist für unsere breit- und kleinstrukturierte Wirtschaft von enormer Bedeutung. Dabei sehen wir in der nachhaltigen Weiterentwicklung des „Wirtschafts-Motors“ Tourismus einen starken Hebel. Die Arbeit an unserer Destination hat mehrere Dimensionen, die von der Entwicklung von neuen, qualitativen Produktangeboten bis hin zu Kommunikations-Marketing- und Sales- Maßnahmen reichen. Der Ausbau der Marke Südtirol muss gezielt geführt werden, auch im Hinblick auf neue Zielgruppen, die für den Aufbau stabiler, internationaler Märkte wesentlich sind.

Damit ziehen wir große Kreise, hinein in Dienstleisterstrukturen, in den Handel, in die Landwirtschaft und ins Handwerk. Wir beteiligen uns aktiv an der konzeptionellen Entwicklung und Aufwertung der Orte und Städte im Sinne der Standortentwicklung und verstehen dies als Verbesserung des Lebensraumes, in der sich sowohl der Einheimische als auch der Gast wohlfühlt.

- Wir stärken damit den Innenmarkt und die wichtigen "kleinen lokalen Wirtschaftskreisläufe",
- fördern die Umverteilung und halten die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturen flächendeckend lebendig;

Die drei Kernstrategien zahlen somit auf alle fünf Themenbereiche ein. So ist eine nachhaltige Standortentwicklung ohne Innovation und Internationalisierung nicht möglich, eine Exportförderung ohne gleichzeitiger Stützung und Promotion der Inland-Nachfrage nicht zielführend.

Diese Sichtweise erlaubt es uns auch vermehrt Synergien zwischen den einzelnen Themenbereichen zu erkennen und abzugreifen.

Consolidamento sostenibile del MERCATO INTERNO

Le tre strategie fondamentali hanno una ricaduta positiva in tutti i cinque ambiti tematici. Lo sviluppo sostenibile del territorio non è infatti possibile senza innovazione e internazionalizzazione, così come gli incentivi all'export non risultano proficui se non sono accompagnati dal sostegno e dalla promozione della domanda interna.

Questa prospettiva ci permette di individuare e sfruttare più efficacemente le sinergie tra i diversi ambiti tematici.

2. BALANCED SCORECARD (BSC) IDM 2018

a) Aktivitäten-Indikatoren – Indicatori attività

Ziele des Performance Plans (A) Autonome Provinz Bozen Südtirol	IDM Südtirol-Alto Adige Themen und Strategien	Services	Effizienz	Auswirkung	Jahresprogramm 2017	Voraussicht am 31.12.17	Jahresprogramm 2018	
Die Südtiroler Unternehmen sind durch Maßnahmen des Landes im Bereich Innovation, Forschung und Entwicklung wettbewerbsfähig.	Standortentwicklung	1 Standortentwicklung/Dienstleistungen	x			271	273	291
		2 Anzahl Unternehmen		x		200	296	400
		3 % Teilnehmende Unternehmen im Vergleich zu Vorjahr (b)			x			35%
		4 Projekte Ansiedelungen Promotion + Präinkubation (B.Incubator)	x			50	50	60
		5 Realisierte Ansiedelungen (b)			x	7	7	10
		6 Betreute Start-ups + Tech Companies (B.Incubator) (b)			x	54	54	58
		7 Geschaffenen Arbeitsplätze (B.Incubator + B.Location) (d)			x		n.d.	---
		8 Filmförderung (Südtirol Effekt)			x	160%	170%	170%
		9 Drehtage Filmproduktion		x		160	299	300
		10 Kundenzufriedenheit (Unternehmen)		x		80%	---	80%
Innovationsförderung	Innovationsförderung	11 Innovationsförderung Dienstleistungen	x			677	650	787
		12 Anzahl Unternehmen		x		650	674	700
		13 % Teilnehmende Unternehmen im Vergleich zu Vorjahr (b)			x			4%
		14 Neukunde Innovationsförderung			x		n.d.	120
		15 Anzahl neue Produkte am Markt (Ergebnisse)			x		37	39
		16 Anzahl Unternehmen in EU-Projekten F&E		x		200	207	218
		17 Förderbeitrag Projekten F&E			x		---	n.d.
		18 % Anteil Privatfinanzierung Programm Innovationsförderung			x		---	19,9%
		19 Kundenzufriedenheit (Unternehmen)		x		80%	---	80%
Südtirol ist eines der beliebtesten Urlaubsziele in Italien und im Alpenraum.	Tourismusmarketing	20 Aktivitäten Tourismusmarketing	x			781	723	725
		21 Anzahl der bearbeiteten Märkte	x			11	11	11
		22 Anteil Gäste ausserhalb DACHI (%) (e) (f)			x	11,2%	---	15%
		23 Anzahl der Nächtigungen (Mio.) (a) (b) (c)			x	29	---	29
		24 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (Nächte) (b) (c)			x		---	4,5
		25 Auslastungsquote (%) (a) (c)		x		>36%	---	36,7%
		26 Attraktivität Südtirol (%) (b)			x		64,8% **	70,0%
		27 Auswirkung der Kampagnen (gestützte Bekanntheit Südtirol)			x		70,2% **	75,0%
		28 % Anteil Privatfinanzierung Programm Tourismus			x		---	15,9%
		29 Kundenzufriedenheit (Tourismusvereine und Hotel)		x		80%	---	80%
Die Südtiroler Betriebe erweitern ihre Absatzmärkte und wachsen quantitativ und/oder qualitativ.	Agrarmarketing	30 Aktivitäten Agrarmarketing	x			450	209	172
		31 Anzahl der Märkte	x			15	15	15
		32 Auswirkung der Kampagnen auf dem Markt (Quelle Konsortien)			x		n.d.	n.d.
		33 Verkostungstage (Point of Sales action)	x			1.159	1.160	750
		34 Anzahl beteiligte Produzenten			x		91	60
		35 Anzahl Handelspartner (Handelsketten/GDO)			x		58	43
		36 Umsatz Export Agrarprodukte (b) (c)			x		---	n.d.
Exportförderung	Exportförderung	37 Kundenzufriedenheit (Konsortien+Fachgruppen)		x		80%	---	80%
		38 Aktivität, Workshop und Seminar Exportförderung (b)	x			542	528	664
		39 Anzahl Länder mit Dienstleistungen am Markt	x			35	35	35
		40 Anzahl Exportmissionen (b)	x			82	65	83
		41 Teilnehmende Unternehmen Exportförderungsprogramme (b)			x		970	1.045
		42 % Teilnehmende Unternehmen im Vergleich zu Vorjahr (b)			x			7,7%
		43 Neukunde Exportförderung			x		---	10
		44 Umsatz Export Provinz (Mio.) (a) (b) (c)			x	4.490	---	4.580
		45 % Anteil Privatfinanzierung Programm Exportförderung			x		n.d.	36,2%
		46 Kundenzufriedenheit (Unternehmen)		x		80%	---	80%

Anmerkungen:

(a) Performance - Plan der Südtiroler Landesverwaltung 2016-2018 (Autonome Provinz Bozen Südtirol)

(b) Key Performance Indicator (KPI) Handelskammer

(c) Indikatoren mit Bezug auf die Provinz, ASTAT/WIFO Quelle

(d) Daten des Jahres x+1

(e) Daten 2016 "Touristische Zahlen und Fakten"

(f) 15% sind das Ziel des Jahres 2019

** Daten von Marktstudie 2015 (Marketmind)

--- Daten des Jahres x + 1

Services= Ergebnissindikator der Dienstleistung

Effizienz= Effizienzindikator der Dienstleistung

Auswirkung= Auswirkungsindikator Gebiet (Impact on territory)

b) Struktur-Indikatoren IDM Südtirol – Indicatori struttura IDM Alto Adige

Key Performance Indicator IDM Südtirol - Alto Adige		Wert	Jahres- programm 2017	Voraussicht am 31.12.17	Jahres- programm 2018
Human Resources					
1	Anzahl FTE Stellenplan IDM Südtirol (befr. + unbefr.)	Anzahl	167	165	160
2	Anzahl FTE Stellenplan DME (befr. + unbefr.)	Anzahl	3	6	50
3	Personalkosten / Gesamtkosten IDM	%	29,1%	28,8%	28,6%
4	Personalkosten pro Kopf (Personalkosten / Anzahl FTE)	€	67.147 €	69.158 €	69.670 €
5	Managementkosten (AL+BL) / Personalkosten	%	26,4%	26,1%	23,5%
6	% Frauen FTE / Anzahl FTE	%	64,7%	64,7%	67,8%
7	% FTE Frauen im Management / Anzahl FTE Management	%	39,1%	39,1%	38,5%
8	Überstunden / FTE	St./FTE	30,0	27,2	26,4
9	Abwesenheitstunden (ausgenommen Urlaub und Mutterschaft) /FTE	St./FTE	40,0	38,0	36,9
10	Fortbildungstunden / FTE	St./FTE	n.d.	18,5	25,3
Strukturkosten					
11	% Strukturkosten / Gesamtkosten	%	11,6%	10,8%	12,4%
12	% Strukturkosten / Arbeitsplätze	%	n.d.	25.788 €	30.267 €
13	% Digitalisierungskosten / Gesamtkosten	%	n.d.	n.d.	2,3%
Buchhaltung					
14	Finanzielle Solidität (Eigenkapital / Gesamtkapital)	%	27,5%	27,5%	27,5%
15	Bank-Zinsaufwand (Liquidität)	€	0 €	0 €	0 €
16	Durchschnittliche Zeiten Lieferantenzahlungen	Tage	30	30	27

3. TÄTIGKEITS- PROGRAMM UND VORANSCHLAG 2018

3. PROGRAMMA DI ATTIVITÀ E PREVENTIVO 2018

a) Tätigkeitsprogramm (Ausgaben) – Programma delle attività (spese)

Themen	Ausgaben 2018
Standortentwicklung	1.661.371 €
NOI Techpark	560.000 €
Innovation	1.788.494 €
Tourismusmarketing	10.994.500 €
DME	8.116.405 €
Agrarmarketing	4.133.000 €
Internationalisierung	6.587.662 €
IDM Südtirol	33.841.432 €

b) Betriebskosten – Costi di struttura

Betriebskosten	2017 (Budget)	2017 (Ausblick)	2018
Personalkosten	12.355.000 €	12.725.000 €	16.511.710 €
- Personalkosten IDM	12.095.000 €	12.465.000 €	12.892.475 €
- Personalkosten DME	260.000 €	260.000 €	3.619.236 €
Strukturkosten	4.935.000 €	4.745.000 €	7.141.486 €
Totale IDM Südtirol	17.290.000 €	17.470.000 €	23.653.196 €

c) Gewinn- und Verlustrechnung 2018 – Conto economico 2018

Ausgaben / Einnahmen	2017 (Budget)	2017 (Ausblick)	2018 (Budget)
Erträge			
Finanzierung Land - ex EOS LG Nr. 7/2000	6.125.000	6.125.000	6.125.000
Finanzierung Land - SMG LG 8/1998			
davon ex-SMG	14.000.000	14.000.000	14.000.000
davon ex gemeinsame Projekte SMG u. EOS	660.000	660.000	660.000
Finanzierung Land - SMG "Dolomites vives"		203.000	0
Sonderfinanzierung Tourismus		1.500.000	1.000.000
Sonderfinanzierung Land - Speck-Kampagne		200.000	300.000
Finanzierung Land - Standort LG 13/2005	3.657.000	3.657.000	3.657.000
Finanzierung Land - Innovation LG 14/2006	5.826.000	5.600.000	5.600.000
Sonderfinanzierung Land - SMG LG 8/1998	500.000	500.000	0
Finanzierung Land GF (Genussfestival)	250.000	250.000	200.000
Finanzierung Land NOI Techpark	600.000	600.000	1.255.469
Finanzierung Land für abgestelltes Personal		170.000	254.160
Beiträge Land - Agrarmarketing LG 12/2005	1.694.000	1.639.000	1.632.000
Beiträge Land LG 79/1973		15.000	41.000
Finanzierung Land DME (Kurtaxe 25%)			8.000.000
Anteil Landesbeitrag Tourismusverbände			2.400.000
Finanzierung Handelskammer - LR 7/1982	1.680.000	1.680.000	1.680.000
Summe öffentliche Finanzierung	34.992.000	36.799.000	46.804.629
Beiträge von Einrichtungen der EU	757.000	577.000	1.211.000
Einkünfte aus Dienstleistungen	6.138.000	4.390.000	7.555.000
Beiträge Sektoren Agrarmarketing			1.876.000
Sonstige Einkünfte u. Rückerstattungen	555.000	2.303.000	48.000
Summe private Finanzierung	7.450.000	7.270.000	10.690.000
Erträge insgesamt	42.442.000	44.069.000	57.494.629
Kosten			
Personalkosten IDM	12.095.000	12.465.000	12.892.475
Personalkosten DME	260.000	260.000	3.619.236
Summe Personalkosten	12.355.000	12.725.000	16.511.710
Management			959.600
Allgemeine Verwaltung			2.490.400
ICT Infrastruktur			1.328.736
Facility Management			1.107.281
Mieten NOI Techpark			1.255.469
Summe Strukturkosten	4.935.000	4.745.000	7.141.486
Ausgaben für Projekte und Initiativen (*)	25.152.000	26.652.000	33.841.432
Kosten insgesamt	42.442.000	44.122.000	57.494.629
Ergebnis des Geschäftsjahres	0	-53.000	0

Details Finanzierung – dettaglio finanziamento:

Details öffentliche Finanzierung Agrar

Beiträge Land - Agrarmarketing LG 12/2005	
Apfel	316.000 €
Milch	474.000 €
Speck	290.000 €
Wein	316.000 €
Qualitätszeichen	236.000 €
Gesamt	1.632.000 €

Beiträge Land LG 79/1973	
Brot- und Strudelmarkt	16.000 €
Milchfest	25.000 €
Gesamt	41.000 €

Details private Finanzierung Agrar

Einkünfte aus Dienstleistungen (Agrar)	
Produktfeste	59.000 €
Sopexa Projekt	147.000 €
Gesamt	206.000 €

Beiträge Sektoren Agrarmarketing	
Werbeprogramme	1.301.000 €
Strukturkosten	200.000 €
Sonderprojekt Speck	300.000 €
EU Projekte	75.000 €
Gesamt	1.876.000 €

TEIL B: THEMENBEREICHE
PARTE B: AMBITI TEMATICI

1. STANDORT- ENTWICKLUNG

1.1 Ziele

IDM ist Wegweiser für die wirtschaftliche Entwicklung Südtirols und zeigt sich mitverantwortlich für die Entwicklung des Standorts. Wir entwickeln ein Umfeld, das mit Lebensqualität und Naturnähe punktet, das die Balance hält zwischen Wachstum und Erhaltung der Rückzugsräume. Die Innovationsstrategie des Landes Südtirol, die sogenannte RIS3-Strategie, gibt vor, sich auf die Stärkefelder Südtirols zu konzentrieren und bildet zusammen mit den geschaffenen Ecosystems eine zukunftsweisende Standortpolitik.

1.2 Maßnahmen

BUSINESS LOCATION

Der Bereich Business Location ist für die Generierung neuer wirtschaftlicher Tätigkeiten in Südtirol verantwortlich. Er schafft durch seine Maßnahmen im Bereich Standortmarketing Bekanntheit und Begehrlichkeit für den Wirtschaftsstandort und seine Unternehmen, seine Einrichtungen für Forschung und Entwicklung (F&E), die Ecosystems und den NOI Techpark. Das Standortmarketing richtet sich an die Märkte Italien, Deutschland, Österreich und Schweiz und sieht Maßnahmen des Onlinemarketings (Blogs www.verticalinnovation.de sowie Social-Media-Kanäle) und des Direktmarketings mittels einer Roadshow und Veranstaltungskooperationen vor. Diese Initiativen werden in Kooperation mit lokalen Unternehmen und den Ecosystems durchgeführt. Unternehmen, die sich für eine Tätigkeit am Standort interessieren (Niederlassung oder Kooperation mit heimischen Betrieben und F&E-Einrichtungen) werden von Mitarbeitern des Bereichs bis zur Aufnahme der Tätigkeit betreut. Die Liegenschaftsberatung (Datenbank der gewerblichen Liegenschaften – Aufnahme und

1. SVILUPPO DEL TERRITORIO

1.1 Obiettivi

IDM è punto di riferimento per lo sviluppo economico dell'Alto Adige e uno degli attori chiave per lo sviluppo del territorio. Creiamo un ambiente caratterizzato da un'elevata qualità della vita e dal contatto con la natura, a garanzia dell'equilibrio tra la crescita da un lato e la preservazione di spazi incontaminati dall'altro. La strategia di innovazione della Provincia di Bolzano, la cosiddetta strategia RIS3, si concentra sui settori di forza dell'Alto Adige promuovendo, grazie al modello degli Ecosystem, una politica del territorio capace di affrontare le sfide future.

1.2 Attività

BUSINESS LOCATION

Al reparto Business Location è affidato il compito di generare nuove attività economiche in Alto Adige. Gli interventi che esso attua nel campo del marketing territoriale accrescono la visibilità e l'appetibilità del territorio, delle imprese e delle strutture di R&S locali, degli Ecosystem e del NOI Techpark. Il marketing territoriale è rivolto ai mercati italiano, tedesco, austriaco e svizzero e prevede misure nei campi del marketing online (blog www.verticalinnovation.it e canali social) e del marketing diretto tramite road show e collaborazioni nell'organizzazione di eventi. Queste iniziative sono condotte in cooperazione con le imprese locali e gli Ecosystem. Le imprese interessate ad avviare un'attività in Alto Adige (insediamento o cooperazione con aziende e strutture di R&S locali) usufruiscono dell'assistenza da parte dei collaboratori del reparto fino all'avvio dell'attività stessa. La consulenza relativa al mercato immobiliare (banca dati degli immobili a uso produttivo: iscrizione e ricerca, consulenza, sopralluoghi) completa la gamma dei servizi offerti dalla Business Location alle imprese che offrono o

Suche, Beratung, Lokalausweise) ergänzen die Services des Bereiches, dienen den suchenden und bietenden Unternehmen und gleichzeitig dem Landes-Raumordnungsziel „Braun vor Grün“.

Mit „Best Place for Talents“ setzt der Bereich Maßnahmen im Bereich der Steigerung der Attraktivität des Landes für internationale Fachkräfte um (Fachkräfte-Promotion mittels Web und Recruiting-Events, Produktentwicklung). Insgesamt soll damit den Unternehmen der Zugang zu Fachkräften erleichtert werden und langfristig das Land an Attraktivität gewinnen. Die Talents-Promotion-Tätigkeiten werden strategisch und operativ mit den Maßnahmen des Standortmarketings verknüpft.

FILM FUND & COMMISSION

Im Film Fund & Commission soll mittelfristig eine Kurzfilmförderung als neue Förderschiene eingeführt werden. Konkret geplant sind auch Maßnahmen zur Stärkung der Filmproduzenten in Südtirol. Beides dient dem Branchenaufbau und demnach der Zielerreichung in den Bereichen Filmförderung und Standortentwicklung. In Abstimmung mit Corporate Communication wird ein neues Corporate Design erarbeitet. Eine Website soll darauf aufbauend die umfangreichen Inhalte, Datenbanken und Services bündeln. Damit soll ein Meilenstein in der Zielerreichung von Promotion & Branchenplattformen gelingen, indem der Filmstandort Südtirol in der Branche mit Schwerpunkt auf den Märkte Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien in noch nie dagewesener Form und gebündelt sichtbar wird. Was den Produktions- und Location Service betrifft, sollen die Produktionsbedingungen nachhaltig verbessert und Beziehungen zu lokalen Akteuren durch konkrete Projekte intensiviert werden. So sind bereits im Vorfeld mögliche Auswirkungen zu berücksichtigen und durch eine engere Abstimmung mit dem Destinationsmanagement (DMEs) mittels strategischer Maßnahmen und konkreter Produktentwicklung umzusetzen. Ein „zweites Prags“ darf sich nur dann wiederholen, wenn wir vor Ort gerüstet sind. Die Verschmelzung des Ecosystems Film & Kreativwirtschaft mit Film Fund & Commission ermöglicht zudem neue Weichen im Auf- und Ausbau der Kreativwirtschaft in Südtirol.

cercano immobili e si pone inoltre in linea con il principio di ripartizione urbanistica “Braun vor Grün” (“Il marrone prima del verde”, quindi utilizzo di spazi produttivi già esistenti) promosso dall’Amministrazione provinciale.

Con l’iniziativa “Best Place for Talents” il reparto realizza inoltre misure volte a rendere il territorio più attraente per i professionisti internazionali (promozione rivolta a personale altamente qualificato iniziative online ed eventi di recruiting, sviluppo del prodotto). Obiettivo principale è facilitare l’accesso delle imprese a forza lavoro qualificata e accrescere a lungo termine l’attrattività del territorio. Le attività a sostegno dei talenti sono connesse a livello strategico e operativo con le misure di marketing territoriale.

FILM FUND & COMMISSION

La Film Fund & Commission introdurrà a medio termine un nuovo programma di finanziamenti riservato ai cortometraggi. Sono previste misure concrete anche a sostegno dei produttori cinematografici in Alto Adige. Entrambe le iniziative contribuiscono al rafforzamento del settore cinematografico e pertanto al raggiungimento degli obiettivi prefissati nel settore del finanziamento per il cinema e dello sviluppo del territorio. Verrà inoltre elaborato un nuovo Corporate Design nel rispetto delle linee guida di Corporate Communication. Nella fase successiva un sito web raggrupperà in un unico spazio l’ampia gamma di contenuti, banche dati e servizi offerti. Il progetto intende costituire una pietra miliare nell’ambito della promozione e realizzazione di piattaforme di settore, presentando in modo inedito, compatto e con la massima visibilità la location altoatesina nel settore cinematografico con focus sui mercati germanico, austriaco, svizzero e italiano. Nell’ambito dei servizi di produzione e della location service l’obiettivo è quello di migliorare le condizioni di produzione e di intensificare tramite progetti concreti la collaborazione con i professionisti locali. È dunque necessario tener conto fin dall’inizio dei possibili effetti e tradurli, in più stretto accordo con le Unità di management della destinazione (DME), in misure strategiche e nello sviluppo concreto del prodotto. Un secondo “Braies” dovrà esserci soltanto se si dispone sul

Ein Top-Thema sind neue Technologien rund um die Branche der Visual Effects (VFX), deren Kompetenz im Land aufgebaut wird.

Die Ausgaben bei Dreharbeiten in Südtirol sollen von 160 % auf 170 % weiter gesteigert werden. Besonderes Augenmerk gilt künftig der qualitativen Steigerung durch höhere Honorarausgaben über Einbindung von mehr lokalen Filmschaffenden in höheren Positionen.

Die Basis zur Erreichung aller dieser Ziele ist ein kontinuierliches und stabiles Filmförderbudget von mindestens fünf Millionen Euro pro Jahr.

In Bezug auf die Vergabe der Fördermittel wird das aktuelle, von der BLS übernommene Reglement aktualisiert. Dabei wird auf folgende Punkte klarer als bisher eingegangen:

- Kein Produzent sitzt im Expertengremium (Das war letzthin der Hauptkritikpunkt);
- Eine Rotation der Mitglieder muss gewährleistet sein.

luogo degli strumenti necessari. La fusione dell'Ecosystem Film & Industrie creative con la Film Fund & Commission offre inoltre nuove opportunità di consolidamento e sviluppo all'economia creativa dell'Alto Adige. Un tema di punta è rappresentato dalle nuove tecnologie nel campo degli effetti visivi (VFX) e dall'accrescimento delle relative competenze a livello locale.

Obiettivo è aumentare ulteriormente, dal 160% al 170%, le spese sostenute in Alto Adige dalle produzioni nel corso delle riprese. Dedicheremo particolare attenzione all'incremento qualitativo, tramite l'innalzamento dei compensi reso possibile dal coinvolgimento di più operatori locali in ruoli di rilievo.

Il raggiungimento degli obiettivi è reso possibile da un budget stabile e costante di almeno 5 milioni di euro all'anno riservato ai finanziamenti per il cinema. Per quanto riguarda l'assegnazione dei fondi, verranno aggiornati i regolamenti in vigore, adottati dalla BLS. Di seguito i punti principali:

- nessun produttore farà parte del comitato degli esperti (era fino ad ora fra i principali punti critici);
- deve essere garantita una rotazione dei membri.

1.3 Dienstleistungen

1.3 Servizi

Nr. BSC	Indikatoren / Indicatori	2017		Jahresplan 2018
		Jahresplan	Voraussicht am 31.12.17	
Business Location (gesamte Dienstleistungen)		237	239	256
	Neue Ansiedlungsprojekte	40	40	50
5	Realisierte Ansiedlungen - Neue Ansied. und Kooperat. (b)	7	7	10
	Best Place for Talents (Anzahl Events)	n.d	2	6
	Liegenschaftsberatungen	120	120	120
	Abbau Leerstände gewerbliche Liegenschaften	70	70	70
Film Fund & Commission (gesamte Dienstleistungen)		34	34	35
	Workshop Filmstandortentwicklung	26	26	27
	Events Film Promotion	8	8	8
1	Standortentwicklung Dienstleistungen	271	273	291
Zusätzliche Indikatoren				
2	Anzahl Unternehmen	200	296	400
3	% Teilnehmende Unternehmen im Vergleich zu Vorjahr (b)			35%
10	Kundenzufriedenheit (Unternehmen)	80%	---	80%
4	Projekte Ansiedlungen Promotion + Präinkubation (B.Incubator)	50	50	60
	- davon Neue Ansiedlungsprojekte	40	40	50
	- davon Ideaspaces	10	10	10
6	Betreute Start-ups + Tech Companies (B.Incubator) (b)	54	54	58
7	Geschaffenen Arbeitsplätze (B.Incubator+B.Location) (d)		---	---
8	Film: Förderung (Südtiroler Effekt)	160%	160%	170%
9	Film: Drehtage Filmproduktion	160	299	300
	Business Location: Nutzer Webseite			150.000
	Business Location: Location Marketing (Neuer Kontakte)		400	400
	Film: Anzahl Filmschaffender (DataBase)	453	455	460
	Film: Anzahl Film Locations (DataBase)	620	620	680

Anmerkungen:

(a) Performance - Plan der Südtiroler Landesverwaltung 2016-2018 (Autonome Provinz Bozen Südtirol)

(b) Key Performance Indicator (KPI) Handelskammer

(c) Indikatoren mit Bezug auf die Provinz, ASTAT/WIFO Quelle

(d) Daten des Jahres x+1

(e) Daten 2016 "Touristische Zahlen und Fakten"

(f) 15% sind das Ziel des Jahres 2019

** Daten von Marktstudie 2015 (Marketmind)

--- Daten des Jahres x + 1

1.4 Tätigkeitsprogramm

1.4 Programma di attività

Themen	Ausgaben 2017
Standortentwicklung	
Investement Consulting & Promotion	€ 861.371
- Investment Promotion	€ 571.371
- Liegenschaften	€ 10.000
- Best place for Talents	€ 280.000
Film Fund & Commission	€ 800.000
- Film - Promotion- & Branchenplattformen	€ 360.000
- Film - Produktions- & Locationservice	€ 80.000
- Filmförderung & Finanzierung	€ 60.000
- Film - Standortentwicklung	€ 300.000
Ausgaben Standortentwicklung	€ 1.661.371

2. INNOVATIONS- FÖRDERUNG

2.1 Ziele

Der NOI Techpark als starker Innovationsmotor hebt die Forschung und Entwicklung Südtirols auf eine höhere Stufe. Mit den von uns angebotenen Innovationsdienstleistungen für Südtiroler Unternehmen sind wir in der Lage, die Wettbewerbsfähigkeit unser Unternehmen nachhaltig zu stärken. Wir bringen neues Wissen in Südtiroler Unternehmen, begleiten die Produktentwicklungen und vernetzen Unternehmen mit Partnern für ihre Entwicklung, helfen also beim Suchen und Finden von Kooperationspartnern. Die einzelnen Dienstleistungen zur Innovationsförderung sind im Anhang aufgelistet.

Im Jahr 2018 legen wir ein besonderes Augenmerk auf die Digitalisierung von Prozessen und die Verwendung neuer Technologien, also auf die sogenannte Produktion 4.0.

Weiters versuchen wir verstärkt Lösungen zum Schutz des geistigen Eigentums für Unternehmen aufzuzeigen.

2.2 Maßnahmen

ECOSYSTEMS

Ecosystems erfüllen die Rolle von Innovationstreibern. Die IDM Ecosystems können als Kooperationsverbände kompetenter Partner aus Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung sowie Politik verstanden werden, die durch eine enge, koordinierte Interaktion sowie Kommunikation untereinander geprägt sind. Durch die intensive und insbesondere frühzeitige Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Forschungsinstitutionen beschleunigt sich der Wissenstransfer, wodurch Unternehmen innovative Produkte und Dienstleistungen schneller und wettbewerbsfähiger auf den Markt bringen können. Ecosystems sind dadurch in der Lage, die Innovationsfähigkeit der Unternehmen bedeutend zu steigern und zur

2. SUPPORTO ALL' INNOVAZIONE

2.1 Obiettivi

Il NOI Techpark in quanto forte motore di innovazione aumenta sensibilmente il livello qualitativo di ricerca e sviluppo in Alto Adige. I servizi all'innovazione offerti alle imprese altoatesine ci permettono di incrementare in modo durevole la competitività delle nostre imprese. Introduciamo nuove conoscenze nelle imprese altoatesine, affianchiamo lo sviluppo del prodotto e mettiamo le imprese in contatto tra di loro e con partner di sviluppo. Sosteniamo pertanto le imprese nella ricerca di partner di cooperazione. I singoli servizi all'innovazione sono elencati in appendice.

Nel 2018 rivolgeremo particolare attenzione alla digitalizzazione dei processi e all'impiego di nuove tecnologie, ovvero alla cosiddetta Produzione 4.0. Intendiamo inoltre presentare alle nostre imprese in modo più efficace soluzioni per la protezione della proprietà intellettuale.

2.2 Attività

ECOSYSTEM

Gli Ecosystem sono catalizzatori di innovazione. Gestiti da IDM e concepiti come reti di cooperazione tra partner specializzati provenienti da economia, scienza, ricerca e politica, sono caratterizzati da un'interazione stretta e strutturata nonché da un'intensa comunicazione interna. Una forte e soprattutto precoce cooperazione tra imprese e istituti di ricerca è determinante nell'accelerare il trasferimento di conoscenze, permettendo alle imprese di lanciare sul mercato prodotti e servizi innovativi in modo più rapido e concorrenziale. Gli Ecosystem sono pertanto in grado di accrescere sensibilmente la capacità di innovazione delle imprese, contribuendo inoltre a rafforzare profilo e

Profilbildung sowie Positionierung von Südtirol im internationalen Wettbewerb beizutragen. Die Ecosystems agieren zielorientiert, fördern die Kompetenzentwicklung, den Wissensaustausch und die Innovationsgenerierung und unterstützen die Unternehmen in der Produktentwicklung.

Die Ecosystems arbeiten zum einen für den gesamten Standort Südtirol, zum anderen direkt für Südtirols Unternehmen.

Die wichtigsten Dienstleistungen im Überblick:

- Zugang zu Trends und Innovationsthemen;
- Zugang zu Arbeitsgruppen und Kooperationsprojekten für und mit Unternehmen unter Einbindung der Wissenschaft;
- Zugang zu Know-how-Transfer und Wissensverbreitung und zu themenspezifischen Qualifizierungsmaßnahmen;
- Zugang zur internationalen Zusammenarbeit und Marktbearbeitung;
- Zugang zu Fördermaßnahmen für Innovation, Forschung und Entwicklung über verschiedenste Schienen (öffentliche Förderungen, Gründerzentrum, Private Funding);
- Generelle Unterstützung der Unternehmen in ihren Innovationsvorhaben und in ihrer Entwicklung.

Neuerungen für 2018: Der Bereich Get Innovative wurde mit 01.09.2017 aufgelöst und in den Bereich Ecosystems integriert. Die Ecosystem-Koordinatoren werden somit in Zukunft neben den institutionellen Aufgaben auch den „Get Innovative“-Dienstleistungskatalog für Unternehmen verantworten und anwenden. Im Jahresprogramm der jeweiligen Ecosystems wird neben den institutionellen Aufgaben auch ein entsprechender Fokus auf Eins-zu-eins-Dienstleistungen Richtung Unternehmen gelegt. Die Mitarbeiter (ex Get Innovative) werden aufgrund der Jahresprogramme dem jeweiligen Koordinator zugewiesen.

Im Folgenden die neun IDM-Ecosystems mit ihrem Zielfokus 2018.

posizionamento dell'Alto Adige nel contesto competitivo internazionale. Gli Ecosystem agiscono in modo mirato, sostengono lo sviluppo di competenze, lo scambio di conoscenze, i processi di innovazione e appoggiano infine le imprese nello sviluppo del prodotto.

Gli Ecosystem sostengono in modo diretto le imprese presenti in Alto Adige e sono al tempo stesso al servizio dell'intero territorio economico altoatesino.

I principali servizi offerti:

- accesso a informazioni su tendenze e temi legati all'innovazione;
- accesso a gruppi di lavoro e progetti di cooperazione per e in collaborazione con le imprese e con il coinvolgimento del settore scientifico;
- accesso al trasferimento di conoscenze e know-how e a corsi di qualificazione su temi specifici;
- accesso a progetti di cooperazione e sviluppo del mercato a livello internazionale;
- accesso ad agevolazioni finanziarie per i settori innovazione, ricerca e sviluppo tramite diversi canali (finanziamenti pubblici, incubatore di imprese, private funding);
- sostegno generale alle imprese nella realizzazione dei loro progetti di innovazione e sviluppo.

Novità per il 2018: il reparto Get Innovative è stato sciolto il 1° settembre 2017 per essere integrato nel reparto Ecosystems. I coordinatori degli Ecosystem, oltre ai compiti istituzionali, saranno in futuro anche responsabili della gestione del catalogo di servizi "Get Innovative" rivolto alle imprese. Il programma annuale dei singoli Ecosystem conferisce, accanto ai compiti istituzionali, particolare rilievo ai servizi "1 to 1" rivolti alle imprese. I collaboratori (ex Get Innovative) saranno assegnati ai diversi coordinatori sulla base dei rispettivi programmi annuali.

Di seguito sono presentati i nove Ecosystem IDM con il rispettivo focus per il 2018:

Ecosystem-übergreifende Tätigkeiten

Die „Vierte Industrielle Revolution“ eröffnet viele Möglichkeiten und wird durch die fortschreitende Digitalisierung viele Bereiche enorm verändern. IDM greift dieses Thema von zentraler Bedeutung durch das Projekt „Produktion 4.0“ auf. Nachdem 2017 die Basis geschaffen wurde, geht es nun 2018 in die konkrete Umsetzung. Dabei werden alle Ecosystems eingebunden mit dem Ziel, über Aufklärung und Sensibilisierungsmaßnahmen möglichst viele konkrete Entwicklungsprojekte mit einzelnen Unternehmen zu generieren. Der Aufbau einer „Kompetenz-Datenbank“ zählt dabei zu den wichtigen Voraussetzungen, die eine funktionierende Vernetzung von nachfragenden Unternehmen und kompetenten Dienstleistern ermöglicht. Für die Umsetzung wurde ein Abkommen mit dem Unternehmerverband geschlossen, das auch eine Zusammenarbeit mit der Provinz Trentino einschließt. Außerdem wird IDM am Projekt PID (Progetto Impresa Digitale) der Handelskammer teilnehmen und den lokalen Unternehmen entsprechende Dienstleistungen über Voucher anbieten können.

Ecosystem Constructions

Der Bausektor steht in Südtirol, gemessen an der Anzahl der Firmen an dritter Stelle der Wirtschaftssektoren (Statistik ASTAT 2011: 5700 Firmen, 21.000 Angestellte) und gemessen an der Investition in die Innovation an erster Stelle (ASTAT, Juli 2017, Daten 2012-2014). Der übliche Umfang eines Bauvorhabens und die vielen gesetzlichen Bestimmungen machen eine Unterstützung für verschiedene Arbeitsgruppen notwendig.

Die typischen Themen der ICT gewinnen an Wichtigkeit: die technische und begriffliche komplexe Digitalisierung der Bauprozesse („BIM“) und die Science/ Business Intelligence, die von der Fülle der Daten profitiert, um strategische Informationen für die Wettbewerbsfähigkeit zu liefern.

Das Gesetzesdekret „Criteri Ambientali Minimi (CAM)“ für die öffentlichen Ausschreibungen stellt schwierig umsetzbare Anforderungen an Firmen und Handwerker für öffentliche Wettbewerbe.

2018 werden weiterhin 9 thematische Arbeitsgruppen (Fassade, Comfort, Beton, District&Facility Management, Feuerschutztechnologien, AAL, Nachhaltigkeit bei

Attività inerenti a tutti gli Ecosystem

La “Quarta rivoluzione industriale” offre molte opportunità e trasformerà attraverso la progressiva digitalizzazione numerose aree in modo radicale. IDM affronta questo tema fondamentale con il progetto “Industria 4.0”. Dopo avere posto le basi nel 2017, nel 2018 si passa alla fase di attuazione. Quest’ultima prevede il coinvolgimento di tutti gli Ecosystem, con l’obiettivo di generare, tramite misure informative e di sensibilizzazione, quanti più progetti concreti di sviluppo possibili con le diverse imprese. La creazione di una “Banca dati delle competenze” è in tale contesto uno dei presupposti essenziali per creare una rete di contatti efficiente tra imprese interessate e fornitori di servizi con le competenze richieste. L’attuazione è stata resa possibile da un accordo con Assoimprenditori che prevede il coinvolgimento anche del Trentino. IDM parteciperà inoltre al progetto PID (Progetto Impresa Digitale) della Camera di commercio e potrà quindi offrire i relativi servizi tramite voucher alle imprese locali.

Ecosystem Constructions

Il settore delle costruzioni rappresenta il terzo settore economico per numero di imprese (censimento ASTAT 2011: 5700 imprese, 21.000 addetti) in alto Adige e il primo per volume di investimenti in innovazione (ASTAT, luglio 2017, dati 2012-2014). La tipica vastità tematica della filiera delle costruzioni e l’abbondanza di regolamentazioni richiede il supporto a diversi gruppi di lavoro tematici.

I temi tipici del settore ICT guadagnano importanza: digitalizzazione dei processi costruttivi (“BIM”), con la sua grande complessità tecnica e concettuale, e Data Science/Business intelligence, che beneficiano dell’abbondanza di dati per offrire informazioni strategiche per la competitività. I decreti ministeriali sui Criteri Ambientali Minimi (CAM) per gli appalti pubblici introducono requisiti difficili da soddisfare per imprese e artigiani e gare pubbliche.

Nel 2018 verrà garantita la continuità di supporto ai 9 gruppi di lavoro tematici (Facciate, Comfort, Calcestruzzo, District&Facility management, Tecnologie Antincendio, AAL, Sostenibilità edilizia pubblica) con 2 gruppi che chiudono l’attività nel

Bauten der öffentlichen Verwaltung) unterstützt, 2 Arbeitsgruppen (Grüne Bedachungen, Naturstein) stellen ihre Tätigkeit 2017 ein und 2 Arbeitsgruppen werden eröffnet (CAM und BIM). Weitere Themen, die unterstützt werden sind Lean Construction und innere Wärmedämmung. Die Innovation im Bereich Bauprozess wird von der Initiative Under Construction unterstützt, die Möglichkeiten im Hotelsektor ausschöpft, um Firmengruppen, junge Planer und Experten dazu zu bewegen innovative Baulösungen zu erarbeiten, die Innovation, Markt und Gebiet in einem logischen Bauprozess vereinen. Die gesetzliche Komplexität verlangt nach einer dauerhaften Unterstützung im Bereich Gesetze und Zertifikate und eine ständige Anwesenheit in den nationalen, europäischen und internationalen gesetzlich-technischen Kommissionen, die für die Arbeitsgruppen relevant sind.

Ecosystem Wood & Agricultural Technology

Das Ecosystem Holz & Alpine Agrartechnik verfolgt zwei sehr unterschiedliche Themen. Im Holzbereich werden weiterhin die Maßnahmen zur „Holzcharta“ verfolgt, um den Sektor in Richtung Öffentlichkeit zu stärken. Der Schwerpunkt liegt aber nach wie vor auf der Strukturierung und Begleitung von F&E-Aktivitäten mit Unternehmen, einzeln oder in Kooperation. Im Bereich Agrartechnik werden weiterhin F&E-Aktivitäten mit Unternehmen (welche im vergangenen Jahr bereits gefragt waren) umgesetzt. Besondere Aufmerksamkeit wird – gemeinsam mit Unternehmen und Verbänden – zwei Themen zugeteilt: Einsatz von Asche im landwirtschaftlichen Bereich und Verwertung des Schlagabraums von Waldnutzungen.

Ecosystem Sports & Alpine Safety

Diese Einheit wird 2018 aus einer Fusion des Ecosystems Sports & WinterTECH und des Ecosystems Civil Protection & Alpine Safety entstehen. Die Zusammenlegung zielt darauf ab, etwa 150 Unternehmen mit ca. 3.500 Beschäftigten in Südtirol in diesen Bereichen noch besser für die Zukunft zu rüsten. Im Spannungsfeld Berg – Technologie – Mensch kann Südtirol auf eine lange Tradition zurückblicken.

- Internationale Marktführerschaft in BergTech

2017 (Coperture Verdi, Pietra Naturale) e 2 in fase di apertura (CAM e BIM). Ulteriori tematiche più circoscritte, che verranno supportate, sono il Lean Construction e l'isolamento termico dall'interno. L'innovazione in filiera è supportata dall'iniziativa Under Construction, che sfrutta le opportunità nel settore degli hotel per attivare gruppi di imprese e giovani progettisti ed esperti per elaborare soluzioni costruttive innovative, cortocircuitando innovazione, mercato e territorio in una logica di filiera. La complessità normativa richiede un supporto consistente su norme e certificazioni, ed una presenza assidua nelle commissioni tecniche normative nazionali, europee e internazionali di interesse dei gruppi di lavoro.

Ecosystem Wood & Agricultural Technology

L'Ecosystem Legno & Tecnologie agrarie alpine si occupa di due temi tra loro molto diversi. Nell'ambito del Legno continueremo a implementare le misure previste dalla "Charta del legno" al fine di rafforzare la visibilità del settore. L'impegno principale sarà rivolto tuttavia, come già in passato, all'elaborazione e al sostegno delle attività di R&S delle imprese, singolarmente o nell'ambito di progetti di cooperazione. Nell'area Tecnologie agrarie continueremo a realizzare insieme alle imprese le attività di R&S (già richieste l'anno scorso). Particolare attenzione è riservata a due temi, in collaborazione con imprese e associazioni, ovvero l'impiego della cenere di legna in agricoltura e l'utilizzo di residui forestali derivanti dallo sfruttamento boschivo.

Ecosystem Sports & Alpine Safety

Questa unità si costituirà nel 2018 dalla fusione degli Ecosystem Sports & WinterTECH e Civil Protection & Alpine Safety. L'integrazione ha come obiettivo di preparare ancora meglio ad affrontare le sfide future le circa 150 imprese del settore, che assicurano sul territorio circa 3.500 posti di lavoro. L'Alto Adige vanta una lunga tradizione nella gestione dei rapporti, non sempre privi di conflitti, tra uomo, montagna e tecnologia.

- leadership internazionale nel settore AlpineTech

- Exzellenzzentrum für alpine Sicherheit (Steinschlag, Lawinen, Naturgefahren)
- Neue Technologien (Schwerpunkt Drohnen im Alpenraum, 3-D-Druck für Outdoor-Produkte)

Grundsätzlich gilt es, die Forschungs- und Entwicklungstätigkeit in den Alpen Technologien zu steigern und die Akteure besser zu vernetzen. Ziel ist es, die internationale Positionierung von Südtiroler Know-how zu verankern. Besonders im Stärkefeld Alpine Sicherheit wollen sich die Südtiroler Unternehmen international als Exzellenzzentrum etablieren.

Im Ecosystem Sports & Alpine Safety wird es 2018 folgende Arbeitsgruppen geben:

- Hydro+: Das Ziel der AG Hydro+ ist es, Südtirol als Kompetenzregion zur sicheren Nutzung von Wasserkraft zu etablieren. Die AG wird wiederum im ersten Halbjahr eine Fachveranstaltung zum Thema Wartung und Instandhaltung von Wasserkraftwerken organisieren, dabei soll das mittlerweile aufgebaute alpenweite Netzwerk gepflegt und weiter ausgebaut werden. Diese Tagung ist in Fachkreisen sehr beliebt und genießt hohe Anerkennung. Ein weiteres Ziel ist es auch, Südtiroler Unternehmen bei internationalen Fachtagungen eine Plattform zu geben, um das einheimische Know-how im Bereich der Wartung und Instandhaltung von Wasserkraftwerken zu exportieren. Mitglieder: Teso, Idroservice Italia, Hydro Safety, Alperia, Freie Universität Bozen.
- SAPR|RPAS: Ziel dieser Arbeitsgruppe ist es, in Südtirol jene Rahmenbedingungen zu schaffen, die es ermöglichen, einen alpen- und weltweiten kompetitiven Hersteller- und Dienstleistungssektor im Bereich Drohnen aufzubauen. Zusammen werden Lösungen für die professionelle Anwendung von Drohnen in den Bereichen Landwirtschaft, Alpine Sicherheit, Zivilschutz, Geowissenschaften und Film

- centro di eccellenza per la sicurezza in montagna (caduta massi, valanghe, rischi naturali)
- nuove tecnologie (in particolare droni nell'area alpina, stampa 3D per prodotti outdoor)

L'impegno principale è rivolto all'incremento delle attività di ricerca e sviluppo nel settore delle tecnologie alpine e all'ampliamento della rete di contatti tra gli attori coinvolti. Obiettivo è un solido posizionamento del know-how altoatesino a livello internazionale. Le imprese altoatesine intendono affermarsi come centro di eccellenza soprattutto nell'area di eccellenza della sicurezza alpina.

Nel 2018 saranno attivi all'interno dell'Ecosystem Sports & Alpine Safety i seguenti gruppi di lavoro:

- Hydro+: obiettivo del GdL Hydro+ è fare dell'Alto Adige un centro di competenza in materia di utilizzo sicuro dell'energia idroelettrica. Nel primo semestre del 2018 il GdL organizzerà un convegno specialistico sui temi dell'ispezione e della manutenzione degli impianti idroelettrici. La conferenza, che rappresenta un'importante occasione per curare e ampliare la rete di contatti già stabilitasi nell'area alpina, è un evento molto apprezzato e gode di un ampio riconoscimento nel settore. Un ulteriore obiettivo è di offrire alle imprese altoatesine, nell'ambito di convegni internazionali di settore, una piattaforma utile a favorire l'esportazione del know-how locale nel campo dell'ispezione e della manutenzione degli impianti idroelettrici. Membri: Teso, Idroservice Italia, Hydro Safety, Alperia e Libera Università di Bolzano.
- SAPR|RPAS: obiettivo di questo gruppo di lavoro è creare in Alto Adige le premesse per l'insediamento di un settore dedicato alla produzione di droni e relativi servizi che sia competitivo a livello alpino e mondiale. Compito del gruppo di lavoro è trovare soluzioni per l'impiego professionale di droni nei settori agricoltura, sicurezza alpina, protezione civile, scienze geologiche e produzione

entwickelt. Mitglieder: Alpsvision, Dragonfly, ENAC, Eurac Research, PixAir, Soleon, Alto Drones, RA Thomas Wörndle, MAVtech, Agentur für Bevölkerungsschutz, Freie Universität Bozen.

- Zivilschutz: Diese AG dient als Expertenpool zur Bewertung, Beratung und Unterstützung von Innovationsvorhaben von Südtiroler Unternehmen. Zusätzlich dient die AG dazu, die Mitglieder offener für Innovation zu machen und somit neue Geschäftsmöglichkeiten für Südtiroler Unternehmen zu erschaffen. Mitglieder: Amt für Geologie, Agentur für Bevölkerungsschutz, Bergrettungsdienst im AVS, Südtiroler Berg- und Höhlenrettung, Landesrettungsverein Weißes Kreuz, Landesverband der Freiwilligen Feuerwehren Südtirol, Rotes Kreuz.

Ecosystem Automotive

Das Ecosystem Automotive vernetzt die Südtiroler Automobilzulieferer. Die Automotive-Unternehmen im erweiterten Sinne erwirtschaften mehr als die Hälfte der regionalen Exporte und tätigen mehr als die Hälfte der regionalen Investitionen in Forschung und Entwicklung. Die stattfindende Transformation der Automobilbranche in Richtung Elektromobilität, autonomes und vernetztes Fahren sowie Mobilitätsdienstleistungen erfordern eine verstärkte Zusammenarbeit der regionalen Automobilzulieferer, sowohl untereinander als auch mit Forschungspartnern und innovativen Dienstleistern. Das Ecosystem Automotive von IDM unterstützt durch die Identifikation zukunftsweisender Technologien und Kompetenzen die Suche nach strategischen Kooperationspartnern. Darüber hinaus forciert das Ecosystem die Bündelung gemeinsamer Interessen in Arbeitsgruppen sowie die Initiierung und Beschleunigung strategischer Projekte für die Produkt- und Marktentwicklung. Die über 150 Unternehmen des Ecosystems Automotive sind in internationale Wertschöpfungsketten der Automobilindustrie eingebettet. Durch die großen Herausforderungen Elektromobilität, autonomes Fahren, digitale Vernetzung und

cinematografica. Membri: Alpsvision, Dragonfly, ENAC, EURAC, PixAir, Soleon, Alto Drones, Avv. Thomas Wörndle, MAVtech, Agenzia per la Protezione civile, Libera Università di Bolzano.

- Protezione civile: il gruppo di lavoro è formato da un pool di esperti incaricati di valutare e fornire consulenza e sostegno a progetti di innovazione presentati dalle imprese altoatesine. Il GdL punta inoltre a sensibilizzare i membri all'innovazione, creando così nuove opportunità economiche per le imprese altoatesine. Membri: Ufficio Geologia, Agenzia per la Protezione civile, Soccorso alpino dell'AVS, Soccorso alpino e speleologico dell'Alto Adige, Associazione di soccorso Croce Bianca, Associazione provinciale dei Corpi dei vigili del fuoco volontari dell'Alto Adige, Croce Rossa.

Ecosystem Automotive

L'Ecosystem Automotive mette in rete le imprese altoatesine dell'indotto automobilistico. Le imprese rientranti a vario titolo nel settore automobilistico realizzano più della metà delle esportazioni provinciali e utilizzano oltre la metà degli investimenti provinciali per ricerca e sviluppo. L'attuale trasformazione del settore automobilistico in direzione dell'elettromobilità, della guida autonoma e in rete e dei servizi per la mobilità richiedono una maggiore collaborazione tra i fornitori locali del settore nonché tra questi ultimi e partner di ricerca e fornitori di servizi innovativi. L'Ecosystem Automotive di IDM supporta la ricerca di partner di cooperazione strategici, individuando tecnologie e competenze all'avanguardia. Esso stimola inoltre il confluire degli interessi comuni all'interno di gruppi di lavoro, così come l'avvio e l'accelerazione di progetti strategici per lo sviluppo del prodotto e del mercato. Le oltre 150 imprese dell'Ecosystem Automotive sono inserite nelle catene del valore dell'industria automobilistica internazionale. Tale settore è soggetto a mutamenti radicali dovuti alle grandi sfide rappresentate da elettromobilità, guida autonoma, digitalizzazione e servizi per la mobilità. Queste sfide richiedono:

Mobilitätsdienstleistungen unterliegt diese Branche großen Umbrüchen.

Diese erfordern:

- Informationsveranstaltungen zu wettbewerbsrelevanten Themen
- Individuelle Partnersuche und thematische Arbeitsgruppen für eine stärkere Vernetzung zwischen den Akteuren des Ecosystems
- Unterstützung in der Produktentwicklung (Finanzierung, Patente, Normen, Technologien, Suche geeigneter Partner)
- events informativi su temi legati alla competitività
- ricerca individuale di partner e gruppi di lavoro tematici per rafforzare la rete di contatti tra gli attori dell'Ecosystem
- sostegno nello sviluppo del prodotto (finanziamento, brevetti, normative, tecnologie, ricerca dei partner adatti)

Ecosystem Food

Im Hinblick auf die Inbetriebnahme des NOI Techpark, in dem das Forschungsfeld Lebensmitteltechnologien einen Schwerpunkt einnimmt, ist es notwendig, die Aktivitäten der lokalen Forschungseinrichtungen verstärkt aufzuzeigen, um weitere Unternehmen des Sektors im Technologiepark anzusiedeln. Regelmäßige Treffen zwischen den Forschungseinrichtungen sowie den Share- und Stakeholdern der Branche helfen, eine NOI-Food-Community aufzubauen, um die Forschungsaktivitäten zu erfassen, abzustimmen und dann aufzuzeigen. Gleichzeitig wird das Netzwerk erweitert und gepflegt, das notwendig ist um die o.g. Kooperationen (insbesondere für Industrieunternehmen des Sektors) zu ermöglichen. Gemäß der vorgesehenen Strategie zu den Methoden und Services des NOI Techpark konzentriert sich die Innovationsunterstützung des Ecosystems im Jahr 2018 auf die Produktfindungsphase und die Rolle des Ecosystems als One-Stop-Shop zur Unterstützung des Trend-, Wissens-, und Know-how-Transfers. Hierfür werden zwei neue Dienstleistungen einbezogen: Markt- und Wettbewerbsanalyse (mit Innova Market Insights) sowie der Betrieb des Experimental Kitchen Lab. Die dadurch gewonnenen Ideen und Erkenntnisse können in weiterer Folge einerseits durch die o. g. NOI-Food-Community sowie mittels Vernetzung mit anderen Forschungseinrichtungen und Technologiepartnern genutzt werden. Eine Darstellung dieser Trends, Netzwerke und Forschungsergebnisse zeigt die Branchenplattform food.bz.it, die 2018 auf diesen Zweck hin überarbeitet wird. In diesem Zusammenhang wird auch das umfangreiche Thema der Lebensmittel-Verpackung (Dimensionen: Technologie, Design,

Ecosystem Food

In seguito all'avvio del NOI Techpark, al cui interno il campo della ricerca alimentare ricopre un ruolo chiave, si è reso necessario accrescere la visibilità degli istituti di ricerca locali per favorire l'insediamento di ulteriori imprese del settore all'interno del parco tecnologico. Incontri regolari tra gli istituti di ricerca, gli shareholder e gli stakeholder del settore contribuiscono alla creazione di una NOI Food Community alla quale sarà affidato il compito di raccogliere, coordinare e infine presentare le attività di ricerca svolte. Allo stesso tempo viene estesa e curata la rete di contatti necessaria per permettere le sopraccitate cooperazioni (in particolare per le imprese industriali del settore).

In linea con le strategie delineate per i metodi e i servizi del Techpark, l'attività di sostegno all'innovazione dell'Ecosystem si concentrerà nel 2018 sulla fase di elaborazione del prodotto. L'Ecosystem fungerà in tale contesto da porta di accesso unica a sostegno del trasferimento di tendenze, conoscenze e know-how. A tal fine è prevista l'introduzione di due nuovi servizi: l'analisi di mercato e della competitività (con Innova Market Insights) e l'avvio dell'Experimental Kitchen Lab. Le idee e conoscenze acquisite verranno in seguito concettualizzate dalla sopra citata NOI Food Community e in collaborazione con altri istituti di ricerca e partner tecnologici. Tendenze, reti di contatti e risultati della ricerca saranno presentati nella piattaforma di settore food.bz.it per la quale proprio a tale fine è prevista una ristrutturazione nel corso del 2018. In questo contesto è trattato anche l'imballaggio degli alimenti (dimensioni: tecnologia, design, materiale, etichettatura), un tema vasto e decisivo per il

Material, Etikettierung) bearbeitet, was im stark umkämpften Lebensmittelsektor entscheidend für den Markterfolg eines Produktes ist.

Ecosystem Health & Wellness

Südtirol hat große Kompetenzen und eine hohe Glaubwürdigkeit sowie ein gutes Image im Bereich Wellness und Gesundheit. Wichtig ist es daher, diese Bekanntheit und Strahlkraft weiter auszubauen. Dazu ist es notwendig, die Innovationskraft am Standort zu erhöhen und die Akteure besser zu vernetzen. Ziel muss es sein, die Marktführerschaft im Bereich Wellness und Gesundheit im Alpenraum zu erreichen. Die Rahmenbedingungen für einen „gesunden“ und damit glaubwürdigen Lebensraum müssen mittel- und langfristig als Wirtschaftsgrundlage für die Unternehmen des Ecosystems gesichert werden.

Zusammenfassend sollen folgende übergeordnete Themenfelder 2018 weiterentwickelt werden:

- Entwicklung eines „Integrated Wellness Ecosystem“, Vernetzung und Sichtbarkeit der Unternehmen der Bereiche Prävention, Gesundheitsförderung und Medizintechnik steigern

2018 werden folgende Themen bearbeitet:

- Wald (Waldtherapie),
- Honig (Apitherapie)
- Corporate Wellness – Health@work
- Mindfulness/Achtsamkeit – „Well Living“-Technologien.

Ecosystem ICT & Automation

Angesichts seiner transversalen Ausrichtung reichen Relevanz und Aktionsradius des Ecosystem ICT & Automation in verschiedenste Gebiete wie Ausbildung, Energie, öffentliche Verwaltung, Mobilität und Tourismus hinein. Kernprojekt ist die GeoBank Südtirol. Das Ecosystem ICT & Automation verfolgt dabei die Strategie, seine sektor- und themenrelevanten Pilotprojekte in Synergie zum Ausbau der GeoBank zu bringen. Mit dem Ziel, dass die GeoBank zur zentralen Plattform, zur Datendrehscheibe in der digitalen Wirtschaft wird. Damit einhergehend verfolgt das Ecosystem ICT & Automation ein weiteres wichtiges Ziel: die Kompetenzen in den Südtiroler Unternehmen und

successo di un prodotto sul mercato in un settore competitivo come quello alimentare.

Ecosystem Health & Wellness

L'Alto Adige vanta grande competenza e credibilità nonché un'ottima immagine nel settore Wellness e salute. È dunque importante accrescere ulteriormente la notorietà e la visibilità dell'area. A tal fine è necessario incrementare la forza di innovazione della location e mettere più efficacemente in rete gli attori coinvolti. L'obiettivo deve essere il conseguimento della leadership di mercato nel settore Wellness e salute nell'area alpina. È necessario creare le condizioni per un ambiente economico e di vita "sano" e quindi "credibile" che costituisca, sul medio e lungo periodo, la base per lo sviluppo delle imprese che rientrano nell'Ecosystem.

Riassumendo, nel 2018 intendiamo sviluppare e approfondire i seguenti temi di carattere generale:

- sviluppo di un "Integrated Wellness Ecosystem", ampliamento dei contatti e maggiore visibilità delle imprese delle aree Prevenzione, Promozione della salute e Tecnologie mediche

Nel 2018 tratteremo i seguenti temi:

- boschi (forest therapy)
- miele (apiterapia)
- Corporate Wellness – Health@work
- Mindfulness/consapevolezza, tecnologie del "well living"

Ecosystem ICT & Automation

Considerando il contesto trasversale, la sua importanza e il raggio d'azione, l'Ecosystem ICT & Automation ricopre diversi settori come l'istruzione, l'energia, la pubblica amministrazione, la mobilità e il turismo. Un progetto molto importante per il territorio è la realizzazione della "GeoBank Alto Adige".

L'Ecosystem ICT & Automation persegue la seguente strategia: creare le sinergie giuste per realizzare i propri progetti pilota settoriali al fine di ampliare la "GeoBank", con l'obiettivo di fungere da piattaforma centrale, un punto di riferimento per l'economia digitale.

bei Experten aufzubauen und zu stärken, sodass diese zum Experten-Pool für die GeoBank heranwachsen können und künftig verstärkt für Projekte zu verwandte Themen zur Verfügung stehen. Es werden häufig in Zusammenarbeit mit öffentlichen Akteuren Pilotprojekte und Testfelder entwickelt, die als Best Practice Projekte Sichtbarkeit erlangen. Hierzu werden mit verschiedenen Arbeitstischen große Themen wie Big Data oder Smart Mobility diskutiert und bearbeitet. Daraus entstehen Forschung und Entwicklungsprogramme, die wiederum in verschiedene Projekte münden. Die involvierten Unternehmen nutzen das entwickelte Knowhow, um innovative Produkte auf den Markt zu bringen. Diese Produkte der Südtiroler Unternehmen haben oft auch das Potential, auf den internationalen Markt angeboten zu werden.

Ecosystem Film & Creative Industries

2018 liegt der Fokus im Ecosystem Film & Creative Industries auf dem Aufbau und der Stärkung der Postproduktions- und VFX-Branche in Südtirol. Maßnahmen, die der Weiterentwicklung dieser Branche dienen, sollen individualisiert und umgesetzt werden. Weiters gilt es, gemeinsam mit den Akteuren und Stakeholdern das Umfeld zu analysieren und die strategische Ausrichtung und die daraus resultierenden Dienstleistungen und Services dieses Ecosystems zu definieren. Die Projektgruppe „Coworking Spaces“ wird weitergeführt; alle Aktionen, die der Weiterentwicklung des Projekts „Startbase“ dienen, werden – unter Einbindung aller privaten und öffentlichen Player – umgesetzt.

Im Interreg-Projekt „RCIA – Regional Creative Industries Alliance“ finden 2018 die letzten drei Studienreisen statt, eine davon in Bozen. Bis zum Ende des Jahres werden alle Good Practices ausgetauscht und alle Aktionen und Maßnahmen definiert, die der Weiterentwicklung und Stärkung der Kreativwirtschaft in Südtirol dienen.

Ecosystem Energy & Environment

Das Ecosystem Umwelt & Energie verfolgt das Ziel die Kenntnis, die Kooperation und die Investition der lokalen Akteure in die Forschung und Innovation des

Inoltre, l'Ecosystem ICT & Automation ha un altro obiettivo importante: creare e rafforzare le competenze delle imprese altoatesine e degli esperti per creare un “pool di esperti” e essere un valore aggiunto per la “GeoBank”; in futuro potranno essere a disposizione per progetti su tematiche affini.

Verranno sviluppati in collaborazione con attori pubblici progetti pilota e bandi di prova, i quali ottengono visibilità come progetti Best Practice. In vari gruppi di lavoro verranno discussi e trattati diversi temi come Big Data o Smart Mobility. Per tale motivo si sviluppano programmi di ricerca e sviluppo, i quali a sua volta sfociano in diversi progetti. Le imprese coinvolte utilizzano il Know-how sviluppato per portare sul mercato i prodotti innovativi. Questi prodotti delle imprese altoatesine hanno anche spesso la possibilità di essere offerti sul mercato internazionale.

Ecosystem Film & Creative Industries

Tema centrale dell'Ecosystem Film & Creative Industries nel 2018 sarà l'organizzazione e il rafforzamento del settore Postproduzione e VFX in Alto Adige. Intendiamo attuare misure volte allo sviluppo del settore adeguandole alle esigenze individuali. Un ulteriore obiettivo, in collaborazione con le parti coinvolte e gli stakeholder, è rappresentato dall'analisi del settore, dalla definizione delle strategie e di conseguenza delle tipologie di servizi dell'Ecosystem. Il gruppo di progetto “Coworking Spaces” continuerà a sussistere; verrà inoltre realizzato, in collaborazione con tutti i player pubblici e privati coinvolti, l'insieme di iniziative rientranti nel progetto “Startbase”.

Nel 2018, nell'ambito del progetto INTERREG RCIA (Regional Creative Industries Alliance), si terranno gli ultimi tre viaggi studio, uno dei quali a Bolzano. Entro la fine dell'anno si concluderà lo scambio delle *good practices* e saranno definite tutte le iniziative e misure volte allo sviluppo e al rafforzamento dell'economia creativa in Alto Adige.

Ecosystem Energy & Environment

L'Ecosystem Energia & Ambiente opera con l'obiettivo di incrementare le conoscenze, la cooperazione e la spesa in ricerca e innovazione

green- Sektors zu erweitern. Zu diesem Zweck bietet es Dienstleistungen an, entwickelt Projekte und verwendet die Plattform „enertour-Südtirol Energie Entdecken“, um die entwickelten Kompetenzen der Mitarbeiter des Ökosystems aufzuwerten, die Südtiroler Schulen an die green-Themen heranzuführen und um spezialisierte Universitätsstudenten des green-Sektors nach Südtirol zu holen.

Das Ökosystem arbeitet in den Bereichen erneuerbare Energie, Energieeffizienz in industriellen Prozessen und Umwelt. Wichtige Themen im Jahr 2018 sind die Energieproduktion durch Biomasse, die Effizienz der Anlagen zur Energieproduktion, hochentwickelte Energiesysteme für die Produktion und die circular Economy. Das Ökosystem leitet zwei Arbeitsgruppen zum Thema Pellets- und Hackschnitzelanlagen und Energieeffizienz in industriellen Prozessen, nimmt an runden Tischen zum Thema Energie des HGV (Hoteliers- und Gastwirteverband), des SBB (Südtiroler Bauernbund) und des SEV (Südtiroler Energieverband) teil und arbeitet mit dem Bereich Business Location der IDM zusammen, um Firmen, die im Energiesektor tätig sind in Südtirol anzusiedeln.

SERVICES & MONITORING NOI TECHPARK

Der Bereich „Services & Monitoring NOI Techpark“ wurde im September 2017 ins Leben gerufen. Die Hauptaufgaben für das Jahr 2018 liegen in folgenden Themenfeldern:

- Führung des Monitoring-Systems für die NOI Services. Jährlich sollen Quantität und Qualität der abgewickelten Dienstleistungen aller Akteure des NOI Techpark erhoben werden und in Form eines Reports an die NOI-Stakeholder übermittelt werden.
- Mapping und laufende Aktualisierung der NOI Services und gezielte Maßnahmen im Bereich Service-Promotion (Direct Marketing).
- Aufbau und Führung des Makerspace im NOI Techpark. Dieser bietet in Kooperation mit dem LVH.APA (Landesverband der Handwerker) mittels fachmännischer Unterstützung durch Handwerker interessierten Unternehmen, Forschern und Erfindern die Möglichkeit,

degli attori locali nel settore green. A tal fine eroga servizi, sviluppa progetti ed utilizza la piattaforma enertour - Alto Adige energia da esplorare - per valorizzare le competenze sviluppate dagli attori dell'Ecosystem, per avvicinare le scuole dell'Alto Adige alle tematiche green e per attirare sul territorio altoatesino studenti universitari specializzati nel settore green. Gli ambiti in cui opera l'Ecosystem sono quelli delle energie rinnovabili, dell'efficienza energetica nei processi e dell'ambiente. Tematiche di rilievo per il 2018 sono la produzione di energia da biomassa, l'efficientamento energetico degli impianti per la produzione di energia, i sistemi energetici avanzati a servizio dei processi produttivi e la circular economy. L'Ecosystem gestisce due gruppi di lavoro nelle tematiche impianti a pellets e cippato, ed efficienza energetica nei processi, partecipa ai Tavoli di lavoro sul tema Energia di HGV (Hoteliers- und Gastwirteverband), SBB (Südtiroler Bauernbund), e SEV (Südtiroler Energieverband) e collabora con il reparto Business Location di IDM per insediare sul territorio aziende tecnologiche operanti nel settore energetico.

SERVICES & MONITORING NOI TECHPARK

Il reparto “Services & Monitoring NOI Techpark” è nato nel settembre del 2017. I compiti principali per l'anno 2018 afferiscono ai seguenti ambiti tematici:

- Gestione del sistema di monitoring per i servizi NOI. Annualmente, è prevista la rilevazione quantitativa e qualitativa dei servizi forniti da tutti gli attori del NOI Techpark. I dati raccolti vengono trasmessi in forma di report agli stakeholder del NOI Techpark.
- Mapping e aggiornamento costante dei servizi NOI e misure mirate nell'ambito della service promotion (direct marketing).
- Realizzazione e gestione del Makerspace all'interno del NOI Techpark. In cooperazione con LVH.APA (Confartigianato) viene offerta a imprese, ricercatori e inventori la possibilità di avvalersi delle competenze tecniche degli artigiani per realizzare e testare in modo

unkompliziert und schnell Prototypen bzw. Sonderanfertigungen herzustellen und diese zu testen.

- Aufbau und Führung des Programms „NOI LIFE“. Der NOI Techpark soll als *der* Dreh- und Angelpunkt in puncto Innovation und Forschung in Südtirol präsentiert werden, nicht nur für Unternehmen und Forscher, sondern auch für die lokale Bevölkerung. Durch gezielte Programme, besonders im Bereich der Wissenschaftskommunikation, soll auch die Bevölkerung den NOI Techpark als attraktiven Ort kennen- und schätzen lernen.
- Konzeption und Führung eines Besichtigungsprogramms (Visit@NOI) für Schulen, Delegationen, Unternehmen und Bürger. Unterschiedliche Zielgruppen sollen mit speziellen Angeboten angesprochen werden, z. B. „Tage der offenen Labore“, spezifische Infoveranstaltungen etc.
- Entwicklung und Organisation von Aktivitäten zum Thema Community Management am NOI.

BUSINESS INCUBATOR

Das IDM-Gründerzentrum hat das Ziel, ein ideales, dynamisches und innovatives Habitat für Start-ups und angehende Gründer zu sein. Es vernetzt die Gründerszene lokal und auf Euregio-Ebene, damit ein dynamisches Ecosystem entsteht.

Das Gründerzentrum arbeitet auf vier Ebenen:

Die Awareness Creation verfolgt das Ziel, die Gründerszene Südtirols durch die Organisation von Community-Treffen, Events, Contests, Businessplan-Wettbewerben usw. besser zu vernetzen und die Entwicklung von innovativen Geschäftsideen anzuregen. 2018 wird hier ein besonderes Augenmerk auf einen Businessplan-Wettbewerb und Community-Treffen im NOI Techpark gelegt.

Das Ideospace ist ein weiterer Schwerpunkt 2018. Es richtet sich an angehende Gründer und bietet ihnen das ideale Umfeld, um ihre Produkte und

semplice e rapido prototipi e prodotti speciali.

- Realizzazione e gestione del programma NOI LIFE. Il NOI Techpark intende presentarsi come punto di riferimento principale, vero e proprio “perno e asse” del settore innovazione e ricerca dell’Alto Adige, non soltanto per imprese e ricercatori, ma anche per l’intera popolazione locale. Tramite programmi mirati, in particolare nell’ambito della comunicazione scientifica, il NOI intende inoltre farsi conoscere e apprezzare quale luogo attrattivo anche per la popolazione locale.
- Realizzazione e gestione di un programma di visite guidate (Visit@NOI) rivolto a scuole, delegazioni, imprese e cittadini. Obiettivo è attirare, tramite offerte mirate, l’interesse di diversi gruppi target. L’offerta potrebbe includere “Giornate dei laboratori aperti”, eventi informativi specifici ecc.
- Sviluppo e organizzazione di attività relative al tema Community Management presso il NOI Techpark.

BUSINESS INCUBATOR

L’incubatore d’imprese IDM vuole essere l’ambiente ideale, dinamico e innovativo, per start up e futuri imprenditori. Esso mette in rete la nuova imprenditoria sia a livello locale che a livello dell’Euregio, dando così vita a un ecosistema particolarmente dinamico.

L’incubatore d’imprese opera a 4 livelli:

L’Awareness Creation persegue l’obiettivo di connettere più efficacemente i nuovi imprenditori altoatesini e di stimolare lo sviluppo di idee commerciali innovative tramite l’organizzazione di incontri per la community, eventi, contest, concorsi di business plan ecc. Nel 2018 sarà riservata particolare attenzione a un concorso di business plan e a incontri rivolti alla community all’interno del NOI Techpark.

L’Ideospace rappresenta un ulteriore focus per il 2018. Il progetto è rivolto ai futuri imprenditori e offre loro l’ambiente ideale per sviluppare i loro

Dienstleistungen und das dazugehörige Geschäftsmodell zu entwickeln. Im Ideaspace stehen den angehenden Start-up-Unternehmern nicht nur flexible Arbeitsplätze und Meetingräume zur Verfügung, sondern auch Services von Fachexperten, ein breites Programm mit Workshops, Seminaren und Kursen und eine Community, in der sich die einzelnen Teams untereinander austauschen und unterstützen können.

Der Business Incubator hat das Ziel, den Weg zum Erfolg für innovative Start-ups und Spin-offs zu beschleunigen. Den Start-ups stehen Dienstleistungen wie Networking, Partnersuche, Coachings, Know-how-Transfer usw. zur Verfügung. Hier wird 2018 ein Accelerator-Programm für Start-ups entwickelt werden.

Der Projekt-Incubator richtet sich an bereits bestehende Unternehmen, die sich für die Dauer von Innovationsprojekten im NOI Techpark ansiedeln möchten. Durch die räumliche Nähe zu Forschungseinrichtungen, Laboren, den Ecosystems und anderen Unternehmen profitieren sie vom NOI-Netzwerk.

Zudem arbeitet das Gründerzentrum seit 2017 am Interreg-Projekt Startup.Euregio, welches das Ziel hat, die Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino zum besten Standort Europas für Gründer zu etablieren und dementsprechende Formate und Services zu entwickeln.

prodotti e servizi nonché il modello commerciale a essi connesso. L'Ideaspace mette a disposizione delle future start-up non soltanto spazi meeting e di lavoro flessibili, ma anche servizi forniti da professionisti del settore, un ampio programma di workshop, corsi e seminari, e una community che offre ai singoli team occasione di scambio e sostegno reciproco.

Il Business Incubator ha l'obiettivo di accelerare il percorso verso il successo di start-up innovative e spin-off. Le start-up possono usufruire di servizi di networking, ricerca del partner, coaching e trasferimento di know-how. Qui verrà elaborato nel 2018 un Accelerator Programme per le start-up.

L'Incubatore di progetto si rivolge a imprese già esistenti che intendono insediarsi all'interno del NOI Techpark per la durata dei propri progetti di innovazione, beneficiando della vicinanza di istituti di ricerca, laboratori, Ecosystem e altre imprese.

Dal 2017 l'incubatore d'impresе è inoltre coinvolto nel progetto Interreg Startup.Euregio, il cui obiettivo è di fare dell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino l'area geografica più attraente per le nuove imprese e di sviluppare i format e servizi adatti allo scopo.

2.3 Dienstleistungen

2.3 Servizi

Nr. BSC	Indikatoren / Indicatori	2017		Jahresplan 2018
		Jahresplan	Voraussicht am 31.12.17	
Ecosystems (gesamte Dienstleistungen)				
	Know How Transfer	250	200	201
	Networking	150	150	133
	Product Development	210	230	220
Services & Monitoring NOI Techpark (gesamte Dienstleistungen)				
	Know How Transfer	/	/	92
	Networking	/	/	4
	Product Development	/	/	64
Business Incubator (gesamte Dienstleistungen)				
	Awareness Creation	3	6	5
	Ideaspace	10	10	10
	Betreute Start-ups	28	28	30
	Tech Companies	26	26	28
11	Innovationsförderung Dienstleistungen	677	650	787

Zusätzliche Indikatoren				
12	Anzahl Unternehmen	650	674	700
13	% Teilnehmende Unternehmen im Vergleich zu Vorjahr (b)			4%
14	Neukunde Innovationsförderung			120
19	Kundenzufriedenheit (Unternehmen)	80%	---	80%
15	Anzahl neue Produkte am Markt (Ergebnisse)		37	39
16	Anzahl Unternehmen in EU-Projekten F&E	200	207	218
17	Förderbeitrag Projekten F&E			n.d
18	% Anteil Privatfinanzierung Innovationsförderung			19,9%
	Start-ups (Neue Start-ups im Jahr 2018)	6	6	6
	Tech Companies (Neue im Jahr 2018)	5	5	5

Anmerkungen:

(b) Key Performance Indicator (KPI) Handelskammer

--- Daten des Jahres x + 1

2.4 Tätigkeitsprogramm

2.4 Programma di attività

Themen	Ausgaben 2017
NOI Techpark	
NOI Techpark (Promotion) - Kommunikation Marketing	€ 180.000
Seminar Area - Meeting Management	€ 158.000
Rezeption	€ 76.000
NOI Techpark Services: Services, Makerspace	€ 146.000
Ausgaben NOI Techpark	€ 560.000
Innovation	
Ecosystem	€ 927.471
· Ecosystem übergreifend	€ 50.000
· Sports & Alpine Safety	€ 105.000
· Wood & Agricultural Technology	€ 158.000
· Construction	€ 88.200
· Energy & Environment	€ 115.000
· Food & Health	€ 115.000
· ICT & Automation	€ 144.671
· Automotive	€ 100.000
· Film & Kreativindustrie	€ 51.600
EU-Projekte	€ 676.456
Dienstleistungskatalog	
Business Incubator	€ 184.567
Ausgaben Innovation	€ 1.788.494
Ausgaben NOI Techpark + Innovation	€ 2.348.494

3. TOURISMUS- MARKETING

3.1 Ziele

Die Abteilung Marketing verfolgt langfristig folgende Ziele: Sie unterstützt die Leistungsträger des Tourismus und der Agrarprodukte dabei, sich an den Werten der Dachmarke Südtirol auszurichten. Sie führt Südtirols Qualitätsprodukte mit den touristischen Angeboten des Landes zu erlebbaren Produkten zusammen.

Sie gibt den Produktmarken und touristischen Marken mit der Dachmarke und dem Qualitätszeichen Sicherheit und Stärke.

Sie steigert auf elf Märkten die Bekanntheit und Begehrlichkeit Südtirols. Für das Jahr 2018 liegt ein besonderer Schwerpunkt im Aufbau der drei Destinationsmanagementeinheiten, die mit 01.01.2018 die bisherigen Tourismusverbände ersetzen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Ausbau von Kooperationsprojekten zwischen Landwirtschaft und Tourismus, von denen beide Sektoren gleichermaßen profitieren und die im Besonderen auf die Dachmarke Südtirol einzahlen. Schließlich wird die Abteilung die Bereiche Statistik, Markt- und Trendforschung weiter vorantreiben, weil die daraus gewonnenen Daten wichtige Erkenntnisse für zukünftige Entscheidungen liefern.

Ziel nach außen:

Ziel ist es, qualitatives Wachstum für Südtirol zu generieren, um zum einen zur Internationalisierung der Gäste beizutragen und zum anderen zur Positionierung von strategischen Südtirol-Themen.

Dies geschieht:

- schwerpunktmäßig über den organisierten Reisemarkt,
- des Weiteren durch Sensibilisierung zum Thema Direktbuchung,
- sowie langfristig über die Verbesserung der Erreichbarkeit Südtirols.

3. MARKETING DEL TURISMO

3.1 Obiettivi

Il dipartimento Marketing persegue i seguenti obiettivi a lungo termine: sostegno agli operatori del settore turistico e agroalimentare per facilitare l'allineamento dei rispettivi prodotti ai valori del marchio ombrello Alto Adige.

Esso unisce prodotti di qualità e offerte turistiche del territorio, associando a entrambi una dimensione esperienziale.

Il marchio ombrello Alto Adige e il Marchio di Qualità conferiscono forza e sicurezza ai marchi agrari e turistici.

Obiettivo del dipartimento Marketing è accrescere la notorietà e la desiderabilità dell'Alto Adige in undici mercati. Uno dei temi principali per il 2018 è l'organizzazione delle tre Unità di management della destinazione, che dal 1° gennaio 2018 andranno a sostituire le attuali associazioni turistiche. Un ulteriore focus è rappresentato dall'ampliamento dei progetti di cooperazione tra agricoltura e turismo, dai quali traggono benefici in egual misura entrambi i settori e in particolare il marchio ombrello Alto Adige. Il dipartimento continuerà infine a gestire i reparti Statistica e Ricerca/tendenze di mercato. L'analisi dei dati raccolti si è infatti rivelata uno strumento utile nel processo decisionale e nella definizione delle strategie future.

Obiettivo esterno:

L'obiettivo è generare una crescita qualitativa per l'Alto Adige, contribuendo all'internazionalizzazione della clientela e, al contempo, al posizionamento ottimale dei temi strategici propri dell'Alto Adige:

- in primo luogo, agendo sul settore dei viaggi organizzati,
- in secondo luogo, sensibilizzando al tema "prenotazione diretta"
- e, infine, migliorando sul lungo periodo la raggiungibilità dell'Alto Adige.

Ziel nach innen:

Know-how-Aufbau auf DME- und Betriebsebene sowie Stärkung des Vertriebsnetzwerkes in Südtirol.

Der Bereich Sales Tourism ist dafür zuständig, Angebot und Nachfrage im Tourismus über B2B-Partner zusammenzuführen sowie ein Vertriebsnetzwerk in Südtirol aufzubauen. Zudem kümmert sich der Bereich um die Wissensvermittlung zum organisierten Reisemarkt und ab 2018 auch darum, Wissen zum Thema Direktbuchung aufzubauen. Grund für die thematische Erweiterung ist, dass in Südtirol Beherbergungsbetriebe nicht das gesamte Potential der Direktbuchung nutzen und es vielfach an Know-how in diesem Bereich fehlt. Der Bereich Sales Tourism wird künftig Schulungen in Zusammenarbeit mit dem HGV und den DMEs organisieren, um so die Professionalisierung im Direktvertrieb voranzutreiben.

Im Herbst 2017 gibt es zum Thema Direktbuchung in Zusammenarbeit mit dem HGV anlässlich der Messe Hotel eine Kick-off-Veranstaltungsreihe; diese soll 2018 auf DME-Ebene fortgeführt werden. Neu wird seit Herbst 2017 das Thema Erreichbarkeit im Sales Tourism bearbeitet. Ab 2018 starten dazu konkrete Projekte mit den verschiedenen Stakeholdern. Ziel ist es, das bestehende Angebot bestmöglich zu nutzen und die Erreichbarkeit Südtirols über Schiene, Straße und Luft zu vereinfachen.

3.2 Maßnahmen

PRODUCT MANAGEMENT

IDM Südtirol hat für die Destination Südtirol sechs Reisetemen definiert, die in den nächsten Jahren in der Produktentwicklung und im Marketing eine wichtige Rolle spielen:

- Wohlfühlen & Wellness
- Essen & Trinken
- Städte & Kultur
- Ski & Winter
- Radfahren & -wandern
- Wandern & Bergsteigen

Obiettivo interno:

In Alto Adige: accrescimento del know-how a livello di DME e dei singoli operatori; rafforzamento della rete di vendita in Alto Adige.

Compito del reparto Sales Tourism è di armonizzare domanda e offerta nel settore turistico tramite collaborazioni B2B con diversi partner e di creare una solida rete di vendita in Alto Adige. Il reparto si occupa inoltre del trasferimento di conoscenze relativamente al mercato del turismo organizzato e, a partire dal 2018, dell'approfondimento delle conoscenze sul tema della prenotazione diretta. L'ampliamento tematico è dovuto al fatto che le strutture ricettive dell'Alto Adige non sfruttano appieno il potenziale rappresentato dalle prenotazioni dirette, non di rado a causa di conoscenze lacunose in tale ambito. Il reparto Sales Tourism organizzerà corsi di formazione in collaborazione con l'Unione albergatori (HGV) e le DME per incentivare la professionalizzazione nell'ambito della vendita diretta.

Nell'autunno del 2017, in collaborazione con HGV e in occasione della Fiera Hotel, è stata inaugurata una serie di eventi sul tema della prenotazione diretta che verrà proseguita nel corso del 2018 a livello di DME.

Dall'autunno 2017 il reparto Sales Tourism si occupa del nuovo tema della raggiungibilità. A partire dal 2018 saranno avviati progetti concreti in collaborazione con i diversi stakeholder. Obiettivo è di sfruttare al meglio l'offerta esistente e di agevolare l'accesso all'Alto Adige su strada, ferrovia e per via aerea.

3.2 Attività

PRODUCT MANAGEMENT

IDM Alto Adige ha definito per la destinazione Alto Adige sei temi di viaggio che nei prossimi anni giocheranno un ruolo importante negli ambiti sviluppo del prodotto e marketing:

- Relax & Benessere
- Mangiare & Bere
- Piccole città & Cultura
- Sci & Inverno
- Bike & Cicloturismo
- Escursionismo & Alpinismo

Jedes Reisetema wird von einem Mitarbeiter betreut. Hauptaufgabe des Product Managers ist die Einrichtung einer Plattform, eines sog. Thementisches, an dem alle maßgeblichen Südtiroler Akteure des betreffenden Reisetemas sitzen. Die Thementische entwickeln „Südtirol-Strategien“ zu den jeweiligen Themen, während die Produktentwickler in den DMEs in enger Zusammenarbeit mit dem Bereich Product Management und den Vereinen vor Ort gemäß der übergeordneten Strategie die Produkte den lokalen Begebenheiten anpassen. So entstehen Erlebnisräume, d.h. geografische Einheiten, die sich mit einem spezifischen Reisetema identifizieren und diversifizieren.

Bestehende Produkte, wie zum Beispiel Balance, Skigenuss, Tage der Architektur oder Törggelen am Ursprung werden den betreffenden Reisetemen zugeordnet und selbstverständlich weiterentwickelt.

Alle Reisetemen zusammen bilden jenes Lebensgefühl, das Südtirol zum begehrtesten Lebensraum Europas machen soll. Dazu bedarf es auch einer übergeordneten Strategie, einer Strategie, die die Entwicklung des Lebensraumes unter Einbindung aller Reisetemen definiert sowie Ziele und Werte festlegt.

Das Südtiroler Lebensgefühl wird vielfach auch über die zahlreichen Events ausgedrückt, die teilweise weit über die Landesgrenzen hinaus strahlen. Unabhängig davon, ob es sich um sportliche Großereignisse, internationale Kulturveranstaltungen oder landwirtschaftliche Produktfeste handelt, sollen alle Events einheitliche Werte und Botschaften vermitteln. Um dies zu gewährleisten, werden die Veranstalter durch Mitarbeiter des Bereiches Product Management aktiv in ihrer Organisation begleitet und beraten. Einige kleinere strategische Events werden auch direkt von IDM Südtirol durchgeführt.

Unterstützt wird die Entwicklung des Lebensraumes und der Reisetemen durch eine aktive Trend- und Marktforschung, die einerseits Feedback über die Situation im Land gibt, andererseits mögliche Entwicklungen, Megatrends usw. vorwegnehmen kann.

Ogni tema di viaggio viene curato da uno dei nostri collaboratori. Compito principale del Product Manager è la creazione di una piattaforma, ovvero di un “tavolo tematico” al quale siedono tutti gli attori altoatesini rilevanti per un determinato tema di viaggio. I tavoli tematici elaborano “Strategie Alto Adige” relativamente al proprio tema, mentre i product manager a livello di DME modulano i prodotti in base alle esigenze locali, operando in stretta collaborazione con il reparto Product Management e le associazioni locali e in linea con la strategia generale. Nascono così le aree esperienziali, ovvero unità geografiche che si identificano con uno specifico tema di viaggio proponendone un approccio individuale e diversificato.

I prodotti esistenti, come Balance, Skigenuss, Giornate dell'architettura o Törggelen Originale verranno assegnati al tema di viaggio appropriato e sviluppati ulteriormente a tale livello.

I temi di viaggio, considerati nel loro complesso, creano quello stile di vita grazie a cui l'Alto Adige intende divenire l'ambiente economico e di vita più attraente d'Europa. Per raggiungere tale obiettivo è necessario delineare una strategia comune che sia in grado di elaborare idee per lo sviluppo dell'ambiente integrando tutti i temi di viaggio, fissando al tempo stesso obiettivi e valori.

Lo stile di vita altoatesino trova espressione in numerosi eventi, noti in parte ben oltre i confini della provincia. Indipendentemente dalla loro tipologia (grandi eventi sportivi o eventi culturali di livello internazionale, feste incentrate sui prodotti agricoli ecc.), tutte le manifestazioni devono veicolare gli stessi valori e messaggi. A tal fine gli organizzatori verranno affiancati da collaboratori del reparto Product Management, ricevendo consulenza e sostegno durante l'intera fase organizzativa. Alcuni eventi minori di importanza strategica vengono condotti direttamente da IDM Alto Adige.

Lo sviluppo dell'ambiente economico e di vita e dei temi di viaggio è sostenuto da un'attiva ricerca di mercato e analisi delle tendenze in grado di fornire feedback sulla situazione attuale, ma anche di anticipare possibili sviluppi, tendenze globali ecc.

PUBLIC RELATION & SOCIAL MEDIA

Das Ziel der PR-Arbeit ist die Erreichung positiver Berichterstattung für Südtirol bei Journalisten, Bloggern und Influencern und die Verankerung der Urlaubsdestination Südtirol und des Lebens- und Wirtschaftsraumes Südtirol in den Medien.

Strategie: Weiterführung der Beziehungsarbeit mit ausgewählten Medien und deren inhaltlichen Zulieferern. Ausbau des Beziehungsnetzwerkes mit Bloggern, Journalisten und Influencern. Anpassung von Kommunikationsmaßnahmen und Inhalten an mediale Trends und Trends in der Zielgruppe. Verstärkte Integration der Agrarprodukte in den Hauptmärkten und Zusammenführung bestehender PR-Agenturen für einzelne Produktparten. Interventionen in den „Medienstädten“ der bearbeiteten Märkte in Ableitung aus dem bewährten Format „Südtirol zu Gast in ...“. Entwicklung neuer Kontakt-Formate, die mit dem Schlüssel „40 % bekannte und 60 % neue Journalisten“ einen kontinuierlichen Aufbau ermöglichen. Neukonzeption der PR-Strategie und PR-Arbeit für Südtirol in Hinblick auf die Strukturreform im Tourismusbereich. Definition der Abläufe und Prozesse zwischen IDM und den DMEs in Zusammenspiel mit den Agenturen in den Hauptmärkten. Überdies wird die Neuausschreibung der PR-Agenturen in den Aufbaumärkten sichergestellt.

Das Social-Media-Team arbeitet weiterhin an der Umsetzung einer Social-Media-Strategie mit konkreten Maßnahmen, die zur Erreichung einer höheren Reichweite der für Südtirol relevanten Inhalte sowie zu einer stärkeren Interaktion führt. Ein zentrales Element der Aufgaben stellt das Conversation Management für die Social-Media-Kanäle von IDM dar (Erstellung Redaktionsplan, Veröffentlichung Posts, Anfragenbeantwortung, Diskussionsbegleitung): Marktrelevante Inhalte, die aus der Produktmanagement bzw. von den Stakeholdern kommen, werden zum richtigen Zeitpunkt und in der richtigen Darstellungsform (Text, Bild, Video, Bildergalerien etc.) für die Fans und Follower ausgespielt. Die Redaktion kennt die Consumer Insight der Märkte und entscheidet auch, welche Inhalte gute Ergebnisse erzielen können und welche nicht. Das Social-Media-Team liefert Reportings, optimiert laufend die

PUBLIC RELATION & SOCIAL MEDIA

Obiettivo dell'attività di PR è di assicurare all'Alto Adige una copertura mediatica positiva da parte di giornalisti, blogger e influencer e di ottenere una forte presenza mediatica dell'Alto Adige come destinazione turistica, area economica e territorio in cui vivere e lavorare.

Strategia: continuare a curare i rapporti con media scelti e con i rispettivi fornitori di contenuti. Espansione della rete di contatti con blogger, giornalisti e influencer. Adeguamento delle strategie di comunicazione e dei contenuti ai trend mediatici e ai trend presenti all'interno del gruppo target. Maggiore integrazione dei prodotti agroalimentari nei mercati principali e accorpamento delle agenzie di PR attualmente incaricate per i singoli settori produttivi. Interventi nelle città mediaticamente rilevanti dei mercati di destinazione in base alla formula di provata validità "L'Alto Adige ospite a...". Elaborazione di nuove strategie di contatto per dare continuo impulso al settore in base alla formula "40% giornalisti noti, 60% giornalisti nuovi". Ridefinizione della strategia e dell'attività di PR per l'Alto Adige in linea con la riforma strutturale in corso nel settore turistico. Definizione dell'organizzazione e dei processi tra IDM e le DME in collaborazione con le agenzie presenti nei mercati principali. Sono inoltre previsti bandi di concorso per il reclutamento di agenzie di PR nei mercati in espansione.

Il Social Media Team prosegue il proprio lavoro di elaborazione di una strategia social con misure concrete in grado di assicurare ai contenuti rilevanti per l'Alto Adige un'audience più ampia e un maggiore livello di interazione. Un elemento centrale in tale contesto è rappresentato dal Conversation Management (elaborazione di un programma redazionale, pubblicazione di post, risposta alle richieste ricevute, moderazione/monitoraggio delle discussioni) per i canali social di IDM. L'attività consiste nel trasmettere a fan e follower contenuti messi a disposizione dal reparto Product management o dagli stakeholder, e rilevanti per un determinato mercato, al momento giusto e nella forma più opportuna (testo, immagine, video, photo gallery ecc.). La redazione conosce il consumer insight dei singoli mercati e seleziona i contenuti che promettono i risultati migliori. Il Social Media Team

Herangehensweise und gibt Handlungsempfehlungen an Partner und Kunden, um deren Inhalte noch besser einbinden zu können. Coaching der internationalen Agenturen im Sinne der Markenkohärenz. Social-Media-Marketing in Form von Set-up, Umsetzung und Reporting von Kampagnen nach Erhalt von detaillierten Briefings samt Zielsetzung.

CONTENT, DIGITAL & PRODUCTION

Dem Kunden sollen in jedem Moment seiner Customer Journey (Inspirationsphase, Planungsphase, Aufenthalt, Rückkehr) relevante und hochwertige Informationen vermittelt werden. Die verschiedenen Werbemittel werden textlich, bildlich und technisch so konzipiert und umgesetzt, dass sie ein ansprechendes und zeitgemäßes Bild von Südtirol vermitteln, das in Einklang mit den Kernwerten der Dachmarke Südtirol steht.

Aufgabe ist es, Medien und Werbemittel, die IDM selbst für das Tourismus- und Agrarmarketing herausgibt, zu produzieren und weiterzuentwickeln. Dazu zählen Printmaterialien, Werbematerialien und die Onlinewelt Südtirol mit verschiedenen Websites, Landingpages und Apps.

Im Bereich Digital wird im Tourismusmarketing für ganz Südtirol inklusive der regionalen Ebene ein tragfähiges Projekt ausgearbeitet, das es uns ermöglicht, agil auf die sich verändernden Notwendigkeiten der Kommunikation sinnvoll einzugehen (Digitalprojekt Südtirol). Gleichzeitig arbeiten wir gemeinsam mit dem Development an einer Digitalstrategie (Stichwort Geobank), die uns eine angemessene Reaktion auf die sich konstant verändernden Gegebenheiten in der digitalen Welt ermöglicht (Digitale Zukunftsstrategie).

Im Content-Bereich werden wir 2018 durch eine Ausschreibung eine Agentur ermitteln, die webbasiert arbeitet und uns dabei unterstützt, definierte Wordings für das Tourismus- und Agrarmarketing einzuhalten.

Im Bereich der Printmaterialien erarbeiten wir ein auf die Bedürfnisse des Gastes zugeschnittenes und umsetzbares Materialkonzept für die Drucksorten, die wir vorhalten möchten.

stila regolarmente report, ottimizza continuamente il proprio approccio e fornisce a partner e clienti consigli utili per migliorare ulteriormente la presentazione dei propri contenuti. Coaching delle agenzie internazionali per uniformare la presentazione del marchio. Social Media Marketing tramite l'impostazione, la realizzazione e il monitoraggio di campagne in linea con il briefing ricevuto e gli obiettivi in esso delineati.

CONTENT, DIGITAL & PRODUCTION

Al cliente devono essere trasmesse durante l'intero customer journey (fase di ispirazione, fase di pianificazione, soggiorno, rientro) informazioni rilevanti e di qualità.

I diversi strumenti pubblicitari vengono ideati e realizzati dal punto di vista del testo, delle immagini e degli aspetti tecnici in modo tale da trasmettere un'immagine dell'Alto Adige interessante e contemporanea, in linea con i valori di fondo del marchio ombrello Alto Adige.

Compito del reparto è di produrre e continuare a sviluppare i media e gli strumenti pubblicitari che IDM pubblica inhouse per il marketing agroalimentare e del turismo. Ne fanno parte materiali stampati, materiali pubblicitari e la comunicazione online dell'Alto Adige, ovvero siti web, landing pages e applicazioni mobili.

Nell'ambito Digital viene elaborato un solido progetto di marketing del turismo valido per tutto l'Alto Adige e le regioni afferenti, che ci permetta di rispondere con agilità e in maniera adeguata alle nuove esigenze comunicative (Progetto digitale Alto Adige). Elaboriamo nel contempo, insieme al dipartimento Development, una strategia digitale (termine chiave: Geobank) che ci permetta di reagire al meglio a una realtà digitale in continua trasformazione (Strategia digitale futura).

Per quanto riguarda il Content, nel 2018 ingaggeremo tramite bando di concorso un'agenzia che, operando online, ci assista nella pubblicazione di contenuti coerenti con i wording predefiniti per il marketing agroalimentare e del turismo.

Relativamente ai materiali stampati elaboriamo idee per materiali cartacei pensate su misura per l'ospite che ne usufruisce.

MARKET & BRAND MANAGEMENT

Marketing Communication:

Etablierung der Destination Südtirol als Top-of-Mind-Destination in den Alpen innerhalb der Zielgruppe in zehn Märkten (D, I, CH, A, NL, B, UK, CZ, PL, F), eventuell in zwei weiteren (Russland und Dänemark).

Diverse Studien belegen, dass Südtirol eine hohe Attraktivität in den Kernmärkten DACH1 genießt, dass aber die ungestützte Bekanntheit zu optimieren ist. In den Aufbaumärkten muss die Awareness (Bewusstsein, Bekanntheit) grundsätzlich erst weiter aufgebaut werden. Insbesondere gilt es mithilfe der Dachmarke Südtirol ein einheitliches Bild von Südtirol zu generieren (Positionierung) und saisonal ausgelegte Themeninitiativen (wie z. B. Balance) anzukurbeln und zu bewerben. Neben der Schaffung von Awareness für Südtirol und die Marke benötigt es verkaufsorientierte Werbeinitiativen, um die saisonalen Kampagnen in eine wertschöpfungsrelevante Aktion für Betriebe zu kanalisieren (Customer Journey).

Um die oben genannten Zielsetzungen zu erreichen, gibt es eine klar umrissene Strategie.

Kampagnenstrategien:

Markenkampagne (Imagekampagne) für Bekanntheit/Attraktivität

Die Markenkampagne zahlt auf die Wertewelt Südtirols ein und sorgt dafür, dass die Bekanntheit und Attraktivität von Südtirol als Destination und Standort für die Herstellung von lokalen Produkten in den relevanten Märkten steigt. Die Kampagne soll dazu beitragen, dass Südtirol als eine alpine Top-of-Mind-Urlaubsdestination in den Zielgruppen verankert wird. Das Format ist „Südtirol sucht ...“ und die inhaltliche Aussage ist: Südtirol sucht Menschen, die die Wertewelt Südtirols teilen und im Segment der NANOS/LOHAS verortet werden.

Südtirols Zielgruppe sind Menschen, die sich für Natur, Kultur und Aktivitäten in der Natur interessieren. Sie bezeichnen sich als Genussmenschen, nicht nur im kulinarischen Sinne, sondern in weiteren Bereichen (Slow Travel, Genussreisen). Nachhaltigkeit und gesunde Ernährung sind ihnen wichtig, ebenso kulturelle

MARKET & BRAND MANAGEMENT

Marketing Communication:

Posizionamento dell'Alto Adige come destinazione "top of mind" dell'intera area alpina all'interno del gruppo target in dieci mercati (D, I, CH, A, NL, B, UK, CZ, PL, F) ed eventualmente in due ulteriori mercati (Russia e Danimarca).

Numerosi studi dimostrano che l'Alto Adige gode di un elevato indice di gradimento nei mercati principali (DACH1) ma che la notorietà spontanea va ottimizzata. Nei mercati in espansione il primo passo è rappresentato dal consolidamento dell'awareness (consapevolezza, notorietà). In particolare è necessario creare, tramite l'impiego del marchio ombrello Alto Adige, un'immagine coerente della destinazione (posizionamento), incentivando nel contempo e pubblicizzando in modo efficace le iniziative stagionali a tema (ad es. la campagna Balance). Accanto alla creazione di awareness per l'Alto Adige e il rispettivo marchio è necessario lanciare iniziative di marketing orientate alla vendita al fine di canalizzare le campagne stagionali in operazioni capaci di generare valore per le aziende (customer journey).

È stata delineata una strategia precisa finalizzata al raggiungimento degli obiettivi sopracitati:

Strategia per le campagne:

Campagna di marchio (campagna di immagine) finalizzata a notorietà/attrattività

La campagna di marchio veicola il mondo di valori dell'Alto Adige e accresce nei mercati di riferimento la notorietà e attrattività dell'Alto Adige come destinazione e territorio d'origine di prodotti tipici. La campagna contribuisce ad ancorare l'Alto Adige come destinazione turistica alpina "top of mind" nei gruppi target. Il meccanismo di base può essere riassunto dalla formula "L'Alto Adige cerca...", mentre il messaggio comunicato è: l'Alto Adige cerca persone che condividano il suo mondo di valori e che siano localizzate nel segmento NANOS/LOHAS.

Il gruppo target dell'Alto Adige è costituito da persone che si interessano alla natura, alla cultura e alle attività all'aria aperta. Si definiscono persone amanti della vita e dei piaceri, non solo in ambito culinario ma anche in altri campi (slow travel, viaggi di piacere). Attribuiscono grande importanza a sostenibilità e alimentazione sana, come anche alle

Erlebnisse, die Südtirol sowohl im traditionellen als auch im modernen Bereich in hoher Dichte anbieten kann. Sie legen Wert auf Qualität und sind auch bereit, dafür mehr zu bezahlen.

Das Markenversprechen an die Zielgruppe: Erfahre die kontrastreiche Symbiose aus alpin und mediterran, Natur und Kultur, Spontaneität und Verlässlichkeit (Markenkern, 2015/2003).

Angedockt an die Markenkampagne ist die Bewerbung der Landingpage www.wasunsbewegt.com bzw. www.storiedavivere.it, welche die Wertewelt Südtirols authentisch und glaubwürdig widerspiegelt.

Saisonale Kampagne (Promotionkampagne) zu den Reisetemen

Die saisonale Kampagne zahlt unmittelbar auf die Marke Südtirol ein, hat aber insbesondere ein Ziel: die Vermittlung der Urlaubsthemen und des damit zusammenhängenden konkreten Angebots, das der Kunde (Gast) in Südtirol vorfindet, etwa Erlebnisse, Events, Unterkünfte.

Eine Landingpage – Beispiel www.suedtirol.info/balance –, die diese Angebote bündelt, ist auch der Türöffner oder das Schaufenster zum Verkauf. Die saisonale Kampagne selber ist aber keine Verkaufsinitiative.

Die Mediazielgruppe wird durch themenaffine Menschen ergänzt (z. B. Balance) oder wird eigens definiert (z. B. Skifahrer für die Kampagne Skiexperience).

In den Aufbaumärkten (B, NL, UK, F, CZ, PL) gibt es Sommer- und/oder Winterkampagnen, die die beiden oben genannten Ansätze vereinen.

Ziel: Aufbau von Awareness für Südtirol in Kombination mit einem attraktiven Urlaubsangebot – Sommer oder/und Winter.

Verkaufsfördernde Initiativen durch DMEs

Unter Verkaufsinitiativen versteht man alle werblichen Aktivitäten, die darauf abzielen, die touristische Nachfrage zu kanalisieren und konkretisieren, in Form von Anfragen und/oder Buchungen. Erfolgsindikatoren (KPIs) bei deren Bewertung sind Leistungswerte, die das

erfahrungen kulturellen, che l'Alto Adige può offrire in ambiti sia tradizionali che moderni con alta frequenza.

Tengono molto alla qualità e per ottenerla sono disposti anche a pagare di più.

La promessa che il marchio fa al gruppo target può essere sintetizzata così: vivi la simbiosi ricca di contrasti tra elementi alpini e mediterranei, natura e cultura, spontaneità e affidabilità (essenza del marchio, 2015/2003).

Alla campagna di marchio si aggancia la promozione della landing page www.wasunsbewegt.com ossia www.storiedavivere.it, creata per riflettere il mondo dei valori dell'Alto Adige in maniera autentica e credibile.

Campagna stagionale (campagna di promozione) sui temi di viaggio

La campagna stagionale si basa direttamente sul marchio Alto Adige, concentrandosi però su un obiettivo in particolare: la comunicazione dei temi legati alle vacanze e quindi delle relative offerte presentate al cliente (ospite) in Alto Adige: esperienze, eventi, alloggi.

Una landing page che, come suedtirol.info/balance, raggruppi tutte queste proposte costituisce inoltre, proprio come una vetrina, un elemento chiave per le vendite. La campagna stagionale stessa NON è, però, un'iniziativa di vendita.

Il gruppo target al quale si rivolge la campagna è completato da persone con affinità per un determinato tema (ad esempio la campagna Balance) o viene definito a priori (ad esempio gli appassionati di sci per la campagna Skiexperience). Nei mercati in espansione (B, NL, UK, F, CZ, PL) vengono lanciate campagne estive e/o invernali che uniscono entrambe le impostazioni a cui abbiamo appena fatto riferimento.

Obiettivo: creazione di awareness per l'Alto Adige in combinazione con un'attraente offerta vacanza, estiva e/o invernale.

Iniziative di promozione della vendita da parte delle DME

Per iniziative di vendita si intendono tutte le attività di marketing finalizzate a canalizzare e concretizzare la domanda turistica sotto forma di richieste di informazioni e/o prenotazioni. Gli indicatori chiave di prestazione (KPI) nella

Kundenverhalten unter dem Gesichtspunkt der Anfrage bzw. der Buchung abbilden.

Hier wurden Marketingmodelle für die DMEs ausgearbeitet, die demnächst in die Feinplanung und Umsetzung gehen.

Aufgabenteilungen:

Markenkampagne: Planung und Umsetzung sowie Finanzierung erfolgen durch IDM.

Saisonale Kampagnen erfolgen gemeinsam mit den DMEs (Finanzierung und Planung).

Weitere Werbeinitiativen:

Verlagskooperationen mit renommierten Verlagen unter Einbindung der Partner, damit die Reisetemen Südtirols kapillar und spezifisch bearbeitet werden können (Content Marketing). Ergänzend werden SEA-Initiativen (Search Engine Advertising) durchgeführt. Ebenso ergänzend können Co-Marketing-Aktionen durchgeführt werden, bei verfügbaren Geldern. (Budget TBD, momentan nicht verfügbar).

Märkte:

10 (+2)

Kernmärkte: Deutschland, Italien, Schweiz, Österreich

Aufbaumärkte: Belgien, Niederlande, Vereinigtes Königreich, Frankreich, Polen, Tschechien (Russland, Dänemark bzw. USA)

Als übergreifende Maßnahme zählt dazu auch der jährliche Auftritt auf der ITB Berlin, wo mit einem Gesamtbudget von 150.000 Euro sowohl Imageaufbau (PR) als auch konkrete Vermarktung (Sales Tourism) betrieben werden.

Ergebnisse/Leistungsindikatoren:

Ziele sind:

- Steigerung von Marken-Awareness und ungestützter Bekanntheit. Dazu wird ein Kampagnentracking herangezogen, um die Effekte der Kampagne zu messen. (Steigerung bezogen auf die Nullmessung).
- Performancesteigerung auf den Landingpages
- Generierung von buchungsrelevanten Aktionen (Anfragen/Buchungen – KPIs TBD – DMEs)

valutazione dell'iniziativa sono i valori che riflettono il comportamento del cliente in relazione alla richiesta/prenotazione.

Abbiamo elaborato modelli di marketing per le DME che verranno a breve messi a punto e in seguito attuati.

Assegnazione dei compiti:

Campagna di marchio: pianificazione, realizzazione e finanziamento avvengono tramite IDM.

Le campagne stagionali vengono realizzate in collaborazione con le DME (finanziamento e pianificazione).

Altre iniziative di marketing:

Cooperazioni editoriali con rinomate case editrici con il coinvolgimento dei partner per fare sì che i temi di viaggio dell'Alto Adige siano trattati in modo capillare e specifico (content marketing). A complemento vengono condotte iniziative SEA (Search Engine Advertising) ed eventualmente iniziative di co-marketing in base alle risorse disponibili. (Budget non ancora definito, al momento non disponibile).

Mercati:

10 (+2)

Mercati principali: Germania, Italia, Svizzera, Austria

Mercati in espansione: Belgio, Paesi Bassi, Gran Bretagna, Francia, Polonia, Repubblica ceca (Russia, Danimarca e USA)

Un'ulteriore iniziativa trasversale è rappresentata dalla partecipazione annuale alla ITB Berlin presso la quale, con un budget complessivo di 150.000 euro, vengono attuate cura dell'immagine (PR) e misure concrete di commercializzazione (Sales Tourism).

Risultati/Indicatori di prestazione:

Obiettivi:

- Incremento dell'awareness del marchio, notorietà spontanea. A tal fine vengono impiegati strumenti di tracking per misurare gli effetti della campagna (crescita in rapporto alla misura di riferimento).
- Incremento della performance sulle landing pages.
- Generazione di azioni rilevanti al fine della prenotazione (richieste/prenotazioni – KPI da definire – DME).

Anmerkung: Da mit Einführung der DMEs eine bessere Abstimmung erfolgen kann, ist es sinnvoll, den Budgetmix neu zu definieren im Sinne einer Verlagerung Richtung Aufbau- und eventuell neue Märkte. Die DMEs decken stärker die Kernmärkte ab. IDM Bozen sorgt für ein Markengrundrauschen auf den Kernmärkten und für die Bautätigkeit in neuen Märkten.

SALES TOURISM

Am Markt:

Im organisierten Reisemarkt werden, auf den jeweiligen Markt abgestimmt, folgende Maßnahmen ergriffen.

In Großbritannien, den Niederlanden, Tschechien, Polen und Russland werden bestehende Partner weiterhin bearbeitet. Dort gilt es jetzt mit den gewonnenen Kontakten das Reiseangebot nach Südtirol auszubauen und diese über gemeinsame Marketingkooperationen zu bewerben.

In den USA, Frankreich, den skandinavischen Märkten und Belgien wird der Bereich Sales Tourism auf die Akquise neuer Partner setzen und über sogenannte Sales Calls vor Ort Südtirol potenziellen Tour Operators präsentieren.

Im Hauptmarkt Deutschland wird neben der Betreuung bestehender Partner vermehrt auf Kooperationen mit Verlagen gesetzt, um Leserreisen zu platzieren. Ziel ist es, im passenden Kontext Südtirol mit einem konkreten Reiseangebot zu präsentieren.

Italien ist kein klassischer Tour-Operator-Markt für Südtirol, hat jedoch eine Vielzahl an Reisebüros, die das Produkt „Berg“ verkaufen möchten. Der Bereich Sales Tourism setzt die im Jahr 2017 begonnene Selektion von Partnern fort.

2018 wird der Bereich Sales Tourism zudem erstmals ein Pilotprojekt im Incentive-Bereich starten. Marktforschungen haben ergeben, dass Potenzial besteht. Neben einer Unterseite zum Thema Incentive auf www.suedtirol.info/b2b wird

Nota: dal momento che l'introduzione delle DME rappresenta un elemento di armonizzazione, può essere utile ridefinire la suddivisione del budget, spostando risorse a vantaggio dei mercati in espansione ed eventualmente dei nuovi mercati. Le DME coprono soprattutto i mercati principali. IDM Bolzano garantisce una "presenza di sottofondo" del marchio nei mercati principali e l'attività di espansione nei nuovi mercati

SALES TOURISM

Sul mercato:

Nel settore dei viaggi organizzati vengono attuate le seguenti misure in linea con le caratteristiche dei singoli mercati.

In Gran Bretagna, nei Paesi Bassi, nella Rep. Ceca, in Polonia e Russia continueremo a curare i rapporti con i partner esistenti. Obiettivo è sfruttare i contatti già acquisiti per ampliare l'offerta di viaggi in Alto Adige, promuovendola tramite cooperazioni comuni di marketing.

Negli USA, in Francia, nei Paesi scandinavi e in Belgio il reparto Sales Tourism punterà all'acquisizione di nuovi partner e a presentare, nell'ambito di cosiddette sales calls, l'Alto Adige ai potenziali tour operator direttamente sul luogo.

Nel mercato principale, la Germania, alla cura dei rapporti con i partner esistenti si affiancherà la cooperazione con diverse case editrici al fine di organizzare viaggi rivolti specificamente ai lettori. Obiettivo è presentare l'Alto Adige in un contesto adeguato tramite una concreta proposta di viaggio.

L'Italia non è per l'Alto Adige un mercato caratterizzato da una forte presenza di tour operator, anche se numerose agenzie di viaggi segnalano interesse al prodotto "montagna". Il reparto Sales Tourism proseguirà la selezione di partner già avviata nel 2017.

Il reparto Sales Tourism avvierà inoltre nel 2018 il primo progetto pilota nel campo dell'incentive. Ricerche di mercato evidenziano potenzialità in tale ambito. Oltre a una sottopagina dedicata al tema "incentive" su suedtirol.info/b2b, stiamo valutando

eine Onlinebewerbung auf beruflichen Netzwerken wie LinkedIn angedacht.

In Südtirol:

- Sales-Offensive mit den DMEs erarbeiten und gemeinsam umsetzen
- Schulungen zu den Themen organisierter Reisemarkt sowie Direktbuchung
- B2B-Workshops in Südtirol
- Netzwerkarbeit mit allen Tourismus-Stakeholdern

Herausforderungen:

Aufgrund der Neuorganisation der aktuellen Tourismusverbände stellt im Jahr 2018 die Koordination und Absprache der Aufgaben zwischen der Zentrale in Bozen und den drei DMEs eine besondere Herausforderung dar. Dies auch deshalb, da der Bereich Sales in den DMEs von neuen Mitarbeitern besetzt wird und deren Arbeitsbeginn zum Teil erst Mitte 2018 sein wird.

Auf Marktebene sind die politischen und wirtschaftlichen Situationen in den verschiedenen internationalen Märkten wie Großbritannien, Russland etc. für das Jahr 2018 wieder eine Herausforderung.

Mit dem Pilotprojekt Corporate/Incentive Travel besetzt der Bereich Sales Tourism ein neues Thema. Die Herausforderung liegt darin, passende Partner am Markt findig zu machen und diese mit den passenden Dienstleistern in Südtirol zusammenzuführen.

Betreffend das Thema Erreichbarkeit wird die Herausforderung die Abstimmung mit den Stakeholdern in Südtirol und am Markt sein.

Der Bereich Sales Tourism beschäftigt sich seit einigen Monaten verstärkt mit dem Thema Direktvertrieb. Um die Bedeutung dieses Vertriebskanals bei Südtirols Beherbergungsbetrieben zu stärken, sind eine gute Abstimmung und die Zusammenarbeit aller Interessensvertreter im Lande nötig. Die Herausforderung besteht im übergreifenden Denken der Interessensvertreter in Bezug auf alle Beherbergungsbetriebe und Tourismusorganisationen.

inserzioni in piattaforme online di profilo professionale come ad es. LinkedIn.

In Alto Adige:

- elaborare e attuare una campagna di vendite insieme alle DME
- corsi su temi legati al mercato dei viaggi organizzati e alle prenotazioni dirette
- workshop B2B in Alto Adige
- lavoro in rete con tutti gli stakeholder del settore turistico

Sfide:

Nel 2018, in seguito al riassetto delle attuali associazioni turistiche, una prima sfida è rappresentata dal coordinamento e dalla distribuzione dei compiti tra la sede di Bolzano e le tre DME. Ciò è dovuto anche al fatto che il reparto Sales all'interno delle DME verrà affidato a nuovi collaboratori che saranno in parte operativi appena a metà 2018.

A livello di mercati la sfida per il 2018 è rappresentata dalla situazione politica ed economica nei diversi mercati internazionali tra cui Gran Bretagna, Russia ecc.

Con il progetto pilota Corporate/Incentive Travel il reparto Sales Tourism fa proprio un nuovo tema. La sfida è rappresentata dalla necessità di trovare i partner ideali sul mercato associando loro i fornitori di servizi più adatti in Alto Adige.

Per quanto riguarda il tema raggiungibilità la sfida è posta dal coordinamento tra stakeholder altoatesini e stakeholder presenti sul mercato.

Da alcuni mesi il reparto Sales Tourism ha iniziato a occuparsi intensamente del tema della vendita diretta. Il consolidamento di tale canale di vendite per le strutture ricettive dell'Alto Adige richiede l'accordo e la collaborazione dei rappresentanti di tutti i gruppi di interesse locali. La sfida è rappresentata dalla necessità di giungere, da parte dei portatori di interessi, a posizioni comprensive di tutte le strutture alberghiere e organizzazioni turistiche.

3.3 Dienstleistungen

3.3 Servizi

Nr. BSC	Indikatoren / Indicatori	2017		Jahresplan 2018
		Jahresplan	Voraussicht am 31.12.17	
	Product Management (gesamte Aktivitäten)	28	28	24
	Viaggio studio / Studienreise	1	1	1
	Sviluppo prodotti / Entwicklung Produkte	9	9	6
	Gruppi di lavoro temi turistici / Arbeitsgruppe Reisethemen	3	3	6
	Treffen/Info-Veranstaltungen mit Leistungsträgern	12	12	8
	Eventberatung und -management	3	3	3
	Public Relation & Social Media (gesamte Aktivitäten)	220	230	187
	Eventi per i media / Media-Events	30	30	30
	Viaggi stampa / Pressereisen	100	110	67
	Comunicati stampa / Pressemitteilungen	90	90	90
	Content, Digital & Production (gesamte Aktivitäten)	162	113	246
	Storytelling	17	17	20
	Newsletter	136	n.d.	110
	Sviluppo siti web / Entwicklung Webseiten	9	96	116
	Market Communication (gesamte Aktivitäten)	76	57	38
	Kampagnen Kernmärkte	36	32	19
	Kampagnen Aufbaumärkte	23	23	17
	Kampagnen Südtirol	17	2	2
	Sales Tourism (gesamte Aktivitäten)	295	295	230
	Fam Trip	50	50	40
	B2B Newsletter	24	24	24
	Workshop B2B in Alto Adige / B2B Workshops in Südtirol	25	25	2
	Eventi B2B sul mercato / B2B Events am Markt	25	25	12
	Rete di distribuzione / Vertriebsnetz	25	25	/
	Cooperazioni marketing con Tour Operator / Marketingkooperationen mit Tour Operator	18	18	20
	HGV & IDM Formazione / HGV & IDM Schulung	3	3	2
	Richieste Tour Operator nazionali e internazionali / Anfragen Tour Operator	150	150	130
20	Attività Turismo Marketing	781	723	725

Zusätzliche Indikatoren				
21	Anzahl der bearbeiteten Märkte	11	11	11
22	Anteil Gäste ausserhalb DACH1 (%) (e) (f)	11,2%	---	15%
23	Anzahl der Nächtigungen (Mio.) (a) (b) (c)	29	---	29
24	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (Nächte) (b) (c)		---	4,5
25	Auslastungsquote (%) (a) (c)	>36%	---	36,7%
26	Attraktivität Südtirol (%) (b)		64,86%**	70,0%
27	Auswirkung der Kampagnen (gestützte Bekanntheit Südtirol %)		70,22%**	75,0%
28	% Anteil Privatfinanzierung Tourismus		---	15,9%
29	Kundenzufriedenheit (Tourismusvereine und Hotel)	80%	---	80%

Anmerkungen:

(a) Performance - Plan der Südtiroler Landesverwaltung 2016-2018 (Autonome Provinz Bozen Südtirol)

(b) Key Performance Indicator (KPI) Handelskammer

(c) Indikatoren mit Bezug auf die Provinz, ASTAT/WIFO Quelle

(d) Daten des Jahres x+1

(e) Daten 2016 "Touristische Zahlen und Fakten"

(f) 15% sind das Ziel des Jahres 2019

** Daten von Marktstudie 2015 (Marketmind)

--- Daten des Jahres x + 1

3.4 Tätigkeitsprogramm

3.4 Programma di attività

Themen	Ausgaben 2017
Tourismusmarketing	
Markt Management	€ 6.652.000
Sales Tourism	€ 418.000
Public Relation & Social Media	€ 1.694.000
Content, Digital & Production	€ 1.170.000
Product Management	€ 963.000
Brand Management	€ 97.500
Ausgaben Tourismusmarketing	€ 10.994.500
Ausgaben DME	€ 8.116.405

4. AGRAR- MARKETING

4.1 Ziele

Die Ziele für das Agrarmarketing sind in erster Linie die Stärkung des Qualitätszeichens „Qualität Südtirol“, der geschützten Ursprungsbezeichnungen (g.U.) und der verschiedenen „geschützten geografischen Angaben“ (g.g.A.). Dadurch sollen Wettbewerbsvorteile zu Eigenmarken des LEH entstehen und durch den Ausbau der Kooperationsprojekte Synergien mit dem Tourismus genutzt werden. Des Weiteren müssen wir uns auf Profilierung konzentrieren, indem wir die Konsortien bei der Profilierung ihrer Produkte im Wettbewerb unterstützen. Zur Erreichung dieser Ziele werden in Zusammenarbeit mit den einzelnen Sektoren die „Strategischen 3-Jahrespläne“ überarbeitet und aktualisiert. In Folge wird dann zur besseren Übersicht für jeden betreuten Sektor ein spezifischer Detail-Plan der Marketingaktivitäten 2018 erstellt und in Zusammenarbeit mit den Konsortien abgearbeitet.

Die Vision für das Agrarmarketing der IDM Südtirols landwirtschaftliche Qualitätsprodukte kommen aus dem Lebensraum, der zum begehrtesten Europas werden soll und diese werden nach traditionellen, mit Land und Leuten eng verwurzelten Methoden, hergestellt und profitieren vom günstigen Klima auf der Südseite der Alpen. Die einzigartige Verbindung von Land, Menschen und Produkte schafft einzigartige Lebensmittel, die trotz hoher Produktionskosten und immer stärkerer Konkurrenz auch in Zukunft eine ausreichende Wertschöpfung garantieren.

Die Mission für das Agrarmarketing der IDM

4. MARKETING AGROALIMEN- TARE

4.1 Obiettivi

Gli obiettivi del marketing agricolo sono in prima linea il rafforzamento del Marchio di Qualità Alto Adige con denominazione di “Origine Protetta (DOP)” e dell’“Indicazione Geografica Protetta (IGP)” come un vantaggio competitivo rispetto ai marchi propri delle catene di vendita alimentare al dettaglio, così come le sinergie con il turismo attraverso lo sviluppo di progetti di cooperazione. Inoltre dobbiamo concentrarci sul profilo da dare, sostenendo i consorzi nel differenziare i loro prodotti rispetto alla concorrenza.

Per il raggiungimento di questi obiettivi in collaborazione con i singoli settori verrà redatto e aggiornato il “Piano strategico triennale”.

Per una migliore visione d’insieme, successivamente, verrà realizzato e concluso in collaborazione con i consorzi uno specifico piano dettagliato delle attività di marketing 2018 per ogni settore curato.

La visione del marketing agricolo di IDM

L’Alto Adige deve diventare il territorio più desiderabile d’Europa. I prodotti agroalimentari di qualità dell’Alto Adige provengono da questo territorio, sono prodotti secondo metodi tradizionali legati al territorio e alle persone e traggono profitto dal clima favorevole del sud delle Alpi.

La combinazione unica tra terra, persone e prodotti crea prodotti alimentari straordinari, che nonostante gli alti costi di produzione e la concorrenza sempre più forte, garantiscono anche in futuro una sufficiente creazione di valore aggiunto.

La missione del marketing agricolo di IDM

Gemäß der Vision und der Mission stärkt IDM die Wettbewerbsfähigkeit der Südtiroler Unternehmer und zeigt sich mitverantwortlich für die Vermarktung Südtirols und seiner Produkte. Dafür unterstützt IDM die Agrarsektoren in der Erstellung und der Ausführung der jeweiligen Jahresprogramme. Daneben erarbeitet IDM gemeinsam mit den Konsortien übergreifende Projekte, die den Absender Südtirol in seiner Gesamtheit in den Vordergrund stellt und auch die Destination miteinschließen. Zudem unterstützt IDM die Konsortien in der Akquise von EU Fördermitteln und in der Durchführung von entsprechenden Projekten.

Außerdem kann IDM durch die Betreuung der verschiedenen Agrarsektoren einen wertvollen Beitrag zum Knowhow-Transfer zwischen den Sektoren leisten.

Damit Südtirol zum begehrtesten Lebensraum Europas wird, sind neben einem qualitativ hochwertigen touristischen Angebot auch intakte Lebens- und Kulturräume nötig. Diese können nur durch eine funktionierende, in der Bevölkerung verwurzelte und von der Bevölkerung getragene Landwirtschaft garantiert werden.

Die Zielgruppe des IDM Agrarmarketings

Die Zielgruppe des Agrarmarketings ist nicht für alle Produkte dieselbe, deckt sich aber zumindest teilweise mit der Zielgruppe der Destination Südtirol, den sogenannten LOHAS (Lifestyle of health and sustainability): LOHAS sind Menschen, die sich für Natur, Kultur und Aktivitäten in der Natur interessieren. Sie bezeichnen sich als Genussmenschen, die nicht nur im kulinarischen Sinne, sondern in allen Bereichen (Reisen, Wandern, Freizeit) bewusst genießen. Nachhaltigkeit und gesunde Ernährung ist ihnen wichtig. Sie legen hohen Wert auf Qualität und sind auch bereit, dafür mehr zu zahlen.

Der zunehmenden Bedeutung des Lebensmittelkonsums als Ausdruck des Lifestyles trägt der Begriff „Foodies“ Rechnung. Damit wird eine Verbrauchergruppe beschrieben, die mit ihrer kulinarischen Begeisterungsfähigkeit die Entwicklungen im Food-Markt vorantreibt. In Deutschland geht man davon aus, dass ca. 10% der Bevölkerung als Foodies und weitere 20% als Light-Foodies bezeichnet werden können. Foodies zeichnen sich durch ein

Conformemente alla sua visione e alla sua missione, IDM rafforza la competitività degli imprenditori dell'Alto Adige ed è corresponsabile per la commercializzazione dell'Alto Adige e dei suoi prodotti.

Inoltre, occupandosi dei diversi settori agricoli, IDM dà un contributo significativo al trasferimento di know-how tra i diversi campi.

Per far sì che l'Alto Adige sia il territorio più desiderabile d'Europa, accanto a un'offerta turistica di alta qualità sono necessarie anche ambienti economici, culturali e di vita intatti. Questi possono essere garantiti solo da un'agricoltura funzionante radicata e sostenuta dalla popolazione.

I destinatari del marketing agricolo di IDM

I destinatari del marketing agricolo coincidono con quelli della destinazione Alto Adige: i LOHAS (Lifestyle of health and sustainability) sono persone, che si interessano alla natura, alla cultura e alle attività nella natura. Si definiscono edonisti, non solo nel senso culinario, ma in tutti i settori (viaggio, escursionismo, tempo libero). Per loro sono importanti la sostenibilità ambientale e l'alimentazione sana. Attribuiscono grande valore alla qualità e, per averla, sono anche disposti a pagare di più.

Il termine "Foodies" tiene conto della crescente importanza del consumo del prodotto alimentare come espressione dello stile di vita. Con questo termine si descrive un gruppo di consumatori che, con il loro entusiasmo culinario, stanno accelerando lo sviluppo del mercato alimentare. In Germania si suppone che circa il 10% della popolazione possa essere definita "Foodies" e il 20% "Light-Foodies". I "Foodies" sono caratterizzati da un reddito superiore alla media, dalla passione per la cucina, dalla consapevolezza della qualità, dal cibo come fattore di stile di vita, dalla prontezza all'innovazione e dalla

überdurchschnittliches Einkommen, Kochleidenschaft, Qualitätsbewusstsein, Essen als Lifestylefaktor, Innovationsbereitschaft und Teilnahme an kulinarischen Events aus. Dadurch nehmen Foodies eine meinungsführende Rolle ein und tragen dazu bei, dass der Trend sich auch in anderen, momentan weniger involvierten Gruppen fortsetzt und so das Foodie-Segment wächst. Bei den Foodies nimmt der Genuss eine zentrale Rolle ein. Durch ihr grundsätzlich großes Interesse an Nachhaltigkeit, Regionalität und Qualität sind sie für die Südtiroler handwerklichen Nischenprodukte von großem Interesse.

4.2 Maßnahmen

IDM plant und führt gemeinsam mit den Konsortien die erarbeiteten Programme aus. Um sich mit den Produkten identifizieren zu können und entsprechende Kampagnen zu erarbeiten und umsetzen zu können, ist ein fundiertes Wissen über das Produkt eine der Grundvoraussetzungen. Die dafür verantwortlichen Mitarbeiter in der IDM haben das entsprechende Knowhow und bilden sich auch entsprechend weiter. Die Abstimmung der Programme erfolgt in enger Abstimmung mit den Konsortien, zudem beteiligt sich IDM bereits in der Planungsphase und nimmt an den Sitzungen der einzelnen Fachgruppen teil.

PRODUCT MANAGEMENT

IDM Südtirol hat für die Destination Südtirol sechs Reisetemen definiert, die in den nächsten Jahren in der Produktentwicklung und im Marketing eine wichtige Rolle spielen:

- Wohlfühlen & Wellness
- Essen & Trinken
- Städte & Kultur
- Ski & Winter
- Radfahren & -wandern
- Wandern & Bergsteigen

Das ReisetHEMA „Essen & Trinken“ ist naturgemäß sehr eng mit den Agrarprodukten verbunden. Hier ist ein intensiver Austausch zwischen dem Produktentwickler und den Ansprechpartnern der

partecipazione a eventi culinari. Di conseguenza, i “Foodies” hanno un ruolo di opinion leader e contribuiscono a far diffondere la tendenza anche in altri gruppi, ora meno coinvolti, e a far crescere, di conseguenza, il segmento “Foodie”. Nei “Foodies” il gusto svolge un ruolo centrale. Il loro interesse fondamentale per la sostenibilità, per la regionalità e la qualità, li porta a essere particolarmente interessanti per i prodotti artigianali di nicchia dell’Alto Adige.

4.2 Attività

PRODUCT MANAGEMENT

IDM Alto Adige ha definito per la destinazione Alto Adige sei temi di viaggio che nei prossimi anni giocheranno un ruolo importante negli ambiti sviluppo del prodotto e marketing:

- Relax & Benessere
- Mangiare & Bere
- Piccole città & Cultura
- Sci & Inverno
- Bike & Cicloturismo
- Escursionismo & Alpinismo

Il tema di viaggio “Mangiare & Bere” presenta, come è ovvio, uno stretto legame con i prodotti agroalimentari. In questo campo è assolutamente necessario instaurare, per ciascun prodotto di

jeweiligen Qualitätsprodukte unbedingt notwendig.

Auch alle anderen Reisetemen sind ohne Südtiroler Qualitätsprodukte undenkbar. Schließlich positioniert sich Südtirol als Genussregion, in der sich die aktiven Reisetemen ideal mit Kulinarik verbinden lassen.

CONTENT, DIGITAL & PRODUCTION

Dem Kunden sollen relevante und hochwertige Informationen zu den Produkten und Veranstaltungen für die Südtiroler Qualitätsprodukte und die Produkte mit dem Qualitätszeichen vermittelt werden. Die verschiedenen Werbemittel werden textlich, bildlich und technisch so konzipiert und umgesetzt, dass sie ein ansprechendes und zeitgemäßes Bild der Produkte vermitteln, das in Einklang mit den Kernwerten der Dachmarke Südtirol steht.

Aufgabe ist es, Medien und Werbemittel, die IDM für das Agrarmarketing herausgibt, zu produzieren und weiterzuentwickeln. Dazu zählen Printmaterialien, Werbematerialien und die Onlinewelt mit verschiedenen Websites und Landingpages.

Gearbeitet wird auch an der Konzeption eines sektorenübergreifenden Projektes (Arbeitstitel „Genussland Südtirol“).

Im Content-Bereich werden wir 2018 durch eine Ausschreibung eine Agentur ermitteln, die webbasiert arbeitet und uns dabei unterstützt, definierte Wordings für das Tourismus- und Agrarmarketing einzuhalten.

SALES FOOD

Ziel des Sales Food ist es, mittels Trade-Marketing-Aktivitäten das Image der Südtiroler Qualitätsprodukte zu stärken und deren Absatz zu steigern. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet das Sales Food in Südtirol eng mit den Konsortien/Produzenten und am Markt mit den Handelspartnern (Lebensmitteleinzelhandel) zusammen.

qualität, un intenso scambio tra gli sviluppatori dei prodotti turistici e gli interlocutori responsabili dei singoli prodotti di qualità.

Anche gli altri temi di viaggio sono impensabili senza i prodotti di qualità dell'Alto Adige. L'Alto Adige si posiziona infatti come regione dei sapori nella quale i temi di viaggio propongono una combinazione ideale di vacanza attiva e piaceri gastronomici.

CONTENT, DIGITAL & PRODUCTION

Al cliente devono essere trasmesse informazioni valide e rilevanti sui prodotti e le manifestazioni legate ai prodotti di qualità dell'Alto Adige e ai prodotti contrassegnati dal Marchio di Qualità. I diversi strumenti pubblicitari vengono ideati e realizzati dal punto di vista del testo, delle immagini e degli aspetti tecnici in modo tale da trasmettere un'immagine interessante e contemporanea dei prodotti, in linea con i valori di fondo del marchio ombrello Alto Adige.

Compito del reparto è di produrre e continuare a sviluppare i media e gli strumenti pubblicitari che IDM realizza per il marketing agroalimentare. Ne fanno parte materiali stampati, materiali pubblicitari e la comunicazione online dell'Alto Adige, ovvero siti web e landing pages.

Stiamo lavorando all'elaborazione di un progetto trasversale rispetto ai singoli settori (nome provvisorio: terra del Gusto Alto Adige.)

Per quanto riguarda il reparto Content, nel 2018 ingaggeremo tramite bando di concorso un'agenzia che, operando online, ci assista nella pubblicazione di contenuti coerenti con i wording predefiniti per il marketing agroalimentare e del turismo.

SALES FOOD

Obiettivo del reparto Sales Food è di rafforzare l'immagine dei prodotti di qualità dell'Alto Adige e di incrementarne le vendite tramite attività di trade marketing. Per raggiungere tale obiettivo, il reparto Sales Food opera a stretto contatto in Alto Adige con i consorzi/produttori e, sul mercato, con i partner commerciali (distribuzione alimentare al dettaglio).

Das Leistungsangebot umfasst die Durchführung von Aktivitäten am Verkaufspunkt, Schulungen, Hausmessen und Delegationsreisen im B2B-Bereich. Der Schwerpunkt wird auf vier Elemente gelegt: Schulen (Verkaufspersonal, Agenturen, Produzenten), Positionieren (der Produkte im Verkaufspunkt und bei Entscheidungsträgern), Promoten und Verkaufen (am Verkaufspunkt).

Im Jahr 2017 hat das Sales Food begonnen, im deutschen und italienischen Markt auf produktübergreifende Aktionen zu setzen, sogenannte Cross Promotions. Aufgrund der sehr positiven Resonanz auf Markt- und Produzentenseite wird 2018 der Fokus weiterhin darauf liegen. Im Sinne der Dachmarkenstrategie, in der Destination und Produkte konzertiert auftreten, werden 2018 zudem die Produkte noch stärker in Kombination mit der Destination Südtirol kommuniziert. Im Lebensmitteleinzelhandel werden so Markenkontaktpunkte geschaffen: Der Endkunde, ein potenzieller Urlauber, kommt mit einem Südtiroler Apfel oder einem Joghurt aus Südtirol in Berührung und zeitgleich wird ihm Südtirol als eines seiner nächsten Urlaubsziele präsentiert. Die abgestimmte Kommunikation lädt die Produkte sowie die Destination positiv auf und Südtirols bedeutendste Wirtschaftszweige, der Tourismus und die Landwirtschaft, können davon profitieren, indem der Absatz der Produkte gesteigert wird und neue Gäste für Südtirol akquiriert werden.

Mit produktübergreifenden Aktivitäten, bei denen das Urlaubsland Südtirol mitkommuniziert wird, kann ein Mehrwert für Südtirols Qualitätsprodukte am Markt geschaffen werden, indem:

- die Herkunft der Produkte stark kommuniziert wird, ein für Konsumenten immer wichtiger werdender Aspekt;
- eine stärkere Verschränkung der Urlaubsdestination mit den Produkten geschaffen wird, was wiederum Streuverluste in der Kommunikation in der Südtirol-Zielgruppe minimiert;
- ein USP gegenüber der Konkurrenz im Lebensmittelbereich erzeugt wird und somit Südtirols Produkte sich als Premiumpartner für den Handel etablieren können.

L'offerta comprende lo svolgimento di attività presso il punto vendita, corsi di formazione, eventi "open house" e viaggi di delegazione in ambito B2B. Il focus è rappresentato da quattro elementi: formazione (personale addetto alle vendite, agenzie, produttori), posizionamento (dei prodotti nel punto vendita e presso i decisori), promozione e vendita (nel punto vendita).

Nel 2017 Sales Food ha avviato nel mercato tedesco e italiano iniziative trasversali rispetto al prodotto, le cosiddette cross-promotions. Le iniziative hanno ottenuto un riscontro molto positivo sul mercato e presso i produttori e rappresenteranno pertanto uno dei temi centrali anche nel 2018. Inoltre, in linea con la strategia del marchio ombrello Alto Adige che prevede la presentazione comune di destinazione e prodotti, nel 2018 incrementeremo la comunicazione combinata di prodotti agrari e destinazione turistica. Nel settore della distribuzione al dettaglio si vengono a creare punti di contatto con il marchio: al cliente, e potenziale turista, che entra in contatto con una mela o uno yogurt dell'Alto Adige viene presentato contemporaneamente anche l'Alto Adige come possibile meta delle prossime vacanze. La comunicazione coordinata di prodotti e destinazione conferisce valore a entrambi gli elementi. I due rami principali dell'economia altoatesina, turismo e agricoltura, beneficiano dunque entrambi dell'iniziativa: all'incremento nelle vendite si affianca infatti la possibilità di acquisire nuovi ospiti per l'Alto Adige.

Le attività trasversali, nelle quali il prodotto viene presentato in combinazione con la destinazione turistica Alto Adige, sono in grado di generare plusvalore per i prodotti di qualità dell'Alto Adige dal momento che:

- pongono l'accento sull'origine dei prodotti, aspetto quest'ultimo di crescente importanza per il cliente
- rafforzano il legame tra prodotti e destinazione turistica e riducono di conseguenza al minimo la dispersione nella comunicazione rivolta al gruppo target dell'Alto Adige
- creano una USP rispetto alla concorrenza del settore alimentare e contribuiscono quindi a posizionare i prodotti dell'Alto Adige come partner commerciali privilegiati

Maßnahmen nach Märkten:

Deutschland

Produktspezifisch: Dem Jahresprogramm des Sektors Apfel entsprechend werden in Deutschland Aktionsprogramme mit ausgewählten Handelspartnern aus dem LEH geplant und durchgeführt. Diese Programme setzten sich aus folgenden Aktivitäten zusammen: Promotionen am Verkaufspunkt, Anzeigenschaltungen, Auftritten auf Hausmessen, Events, Schulungen und Delegationsreisen.

Produktübergreifend: Für das Jahr 2018 werden in Deutschland Cross Promotions geplant.

Italien

Produktübergreifend: 2018 sind in Italien Cross Promotions im LEH geplant. Darüber hinaus werden neue Kooperationen mit Key Partners wie Eataly, Despar und Autogrill angestrebt.

Südtirol

Produktübergreifend: 2018 wird die im Jahr 2017 erfolgreiche Aktion „Entdecke die Schätze Südtirols“ mit inhabergeführten Verkaufspunkten erweitert und auf das gesamte Jahr verteilt.

USA

Produktübergreifend: 2018 sind Cross Promotions in Kombination mit der Kommunikation der Destination geplant. Ziel wäre es, ein „Tourism meets Trade“-Projekt (nach dem Modell von Meinl am Graben im Jahr 2017) zu realisieren. Das Produkterlebnis im LEH kann für den Endkunden durch eine Südtirol-Reise, die über einen US-Tour-Operator verkauft wird, zum Produkterlebnis in Südtirol werden.

Norwegen

Produktspezifisch: In Norwegen werden im Rahmen des EU-Drittlandprojektes Aktivitäten am Verkaufspunkt für den Sektor Apfel durchgeführt, zudem wird ein Sportevent gesponsert.

Schweden

Produktspezifisch: In Schweden werden für den Sektor Apfel Aktivitäten am Verkaufspunkt mit

Iniziative per i singoli mercati:

Germania

Misure rivolte a un prodotto specifico: in linea con il programma annuale del settore Mela, per il mercato tedesco è prevista l'ideazione e realizzazione di diverse iniziative in collaborazione con partner scelti del settore al dettaglio. I programmi comprendono le seguenti attività: promozioni presso il punto di vendita, inserzioni pubblicitarie, partecipazione a eventi "open house", manifestazioni, corsi di formazione e viaggi di delegazione.

Misure trasversali: per il 2018 sono previste in Germania iniziative di cross-promotion.

Italia

Misure trasversali: nel 2018 sono previste in Italia iniziative di cross-promotion nel settore al dettaglio. Puntiamo inoltre a stabilire nuove cooperazioni con partner chiave quali Eataly, Despar e Autogrill.

Alto Adige

Misure trasversali: l'iniziativa "Scopri i tesori dell'Alto Adige", avviata con successo nel 2017 in punti vendita gestiti dal proprietario, verrà ampliata ed estesa all'intero 2018.

USA

Misure trasversali: nel 2018 sono previste iniziative di cross-promotion associate a misure di marketing della destinazione. L'obiettivo a cui puntiamo è la realizzazione di un progetto "Tourism meets Trade" (in base al modello sperimentato da Meinl am Graben nel 2017). L'esperienza del prodotto che ha inizio presso il punto vendita può trasformarsi in esperienza diretta sul luogo qualora il cliente prenoti un viaggio in Alto Adige tramite un tour operator americano.

Norvegia

Misure rivolte a un prodotto specifico: in Norvegia, nell'ambito dei progetti rivolti ai Paesi extraeuropei, sono previste attività per il settore Mela presso i punti vendita e la sponsorizzazione di un evento sportivo.

Svezia

Misure rivolte a un prodotto specifico: in Svezia sono previste attività per il settore Mela presso i punti

ausgewählten Handelspartnern durchgeführt und Anzeigen in Handelsmedien geplant.

Israel und Marokko

Produktspezifisch: In Israel werden im Rahmen des EU-Drittlandprojektes Aktivitäten am Verkaufspunkt für den Sektor Apfel durchgeführt, zudem wird ein Sportevent gesponsert.

vendita con partner scelti nonché inserzioni in media di settore.

Israele & Marocco

Misure rivolte a un prodotto specifico: nell'ambito dei progetti rivolti ai Paesi extraeuropei, sono previste attività per il settore Mela presso i punti vendita e la sponsorizzazione di un evento sportivo.

MARKET & BRAND MANAGEMENT

Projektbetreuung EU-Förderprogramme:

IDM unterstützt die Konsortien in der Erarbeitung und Durchführung von Promotionskampagnen, die mit EU-Fördermitteln co-finanziert werden. Insbesondere sind dies Projekte zur Absatzförderung von europäischen Wein in Ländern außerhalb der EU (Reg. CE 555/2008) und Projekte zu Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für landwirtschaftliche Erzeugnisse im Binnenmarkt (Reg. CE 1144/2014). 2018 werden dabei Projekte in Höhe von ca. 3 Mio. Euro abgewickelt.

Mit ihrem umfassenden Knowhow nimmt IDM dabei eine zentrale Rolle ein. Sie ist Mittler zwischen Konsortien, Projektagenturen und Behörden auf der einen Seite und Agenturen/Durchführungsstellen auf der anderen Seite.

Teilweise betreffen die Maßnahmen das Trade Marketing, abhängig von Märkten und Produkten sind es vielfach auch jedoch B2B Aktivitäten.

B2B Maßnahmen nach Märkten:

Japan

Produktspezifisch: In Japan werden im Rahmen eines EU-Drittlandprojektes B2B Aktivitäten für den Sektor Wein durchgeführt.

USA

Produktspezifisch: In den USA werden im Rahmen eines EU-Drittlandprojektes Aktivitäten für den Sektor Wein und den Sektor Speck durchgeführt

Kanada

Produktspezifisch: In Kanada werden im Rahmen eines EU-Drittlandprojektes Aktivitäten für den Sektor Speck durchgeführt

MARKET & BRAND MANAGEMENT

Russland

Produktspezifisch: In Russland werden im Rahmen eines EU-Drittlandprojektes B2B Aktivitäten für den Sektor Wein durchgeführt.

Schweiz

Produktspezifisch: In der Schweiz werden im Rahmen eines EU-Drittlandprojektes B2B Aktivitäten für den Sektor Wein durchgeführt.

Darüber hinaus wird 2018 aller Voraussicht nach ein neues EU-Projekt für die g.g.A. & g.U.-Produkte in den Märkten Deutschland, Italien, Niederlande und Schweden starten. Für die Umsetzung dieses Projektes, auch der Sales-Aktivitäten, ist eine international tätige Agentur, Sopexa, vorgesehen. Der Bereich Trade Marketing Food wird bei Bedarf beratend zur Seite stehen und den regelmäßigen Austausch mit der Agentur bzw. dem EU-Team innerhalb IDM pflegen. Ziel ist es, auch wenn unabhängig voneinander, abgestimmt beim LEH am Markt aufzutreten.

Nel 2018 è inoltre molto probabile l'avvio di un nuovo progetto europeo per i prodotti IGP e DOP nei seguenti mercati: Germania, Italia, Paesi Bassi e Svezia. Si prevede di affidare la realizzazione del progetto, comprese le attività di vendita, alla Sopexa, un'agenzia operante a livello internazionale. Il reparto Trade Marketing Food fornirà su richiesta servizi di consulenza e curerà uno scambio continuo con l'agenzia e con il team UE all'interno di IDM. Obiettivo è organizzare la presenza nel settore al dettaglio in modo coordinato, pur agendo separatamente.

Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen mit EU-Fonds für Agrarprodukte und Wein:

Die Europäische Kommission führt seit Jahren verschiedene Absatzförderungsprogramme durch, um die europäischen Gütesiegel im Binnenmarkt und darüber hinaus bekannt zu machen und die geschützten Produkte zu bewerben.

Im Rahmen der EU Weinmarktordnung werden Absatzförderungsmaßnahmen für den europäischen Wein in Ländern außerhalb der EU unterstützt (Reg. CE 555/2008); das Konsortium Südtirol Wein kann somit seine gesamten Marketingaktivitäten für den Südtiroler Wein in diesen Märkten im Rahmen dieser Finanzierungslinie abwickeln.

Daneben werden Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für landwirtschaftliche Erzeugnisse im Binnenmarkt und außerhalb der EU gefördert (Reg. CE 1144/2014), somit können die EU-geschützten Produkte Südtiroler Apfel g.g.A., Südtiroler Speck g.g.A., Südtiroler Wein DOC und Stilsfer Käse g.U. durch diese Finanzierungsmittel Gemeinschaftsprojekte in den Zielmärkten abwickeln - diese ergänzen bzw. ersetzen somit die weiteren Werbeaktivitäten dieser 4 Produkte in diesen Märkten.

Finanzierungslinie Reg. CE 555/2008 –
Absatzförderungsmaßnahmen für den Südtiroler
Wein in Drittländer:

Im Rahmen der genehmigten und laufenden Projekte USA-Russland PRORUS und JAWIN Japan unterstützt der zuständige IDM Bereich für das EU Agrarmarketing im Jahre 2018 aktiv die Trägerorganisation Konsortium Südtirol Wein; bei der Werbekampagne in der Schweiz (Projekt ProSwiss) ist die IDM Südtirol 2018 der Projektträger.

Die IDM übernimmt das Project Management dieser Programme; beauftragte Agenturen in diesen 4 Märkten sind verantwortlich für die Umsetzung der vorgesehenen Marketingaktivitäten für den Südtiroler Wein (Public Relations, Socialmedia, Web, Paidmedia, Workshops, Seminare, Incoming, Verkostungen usw.); die IDM überwacht diese Agenturen und unterstützt diese mit eigener Marketingexpertise organisatorisch bei Bedarf. Das Project Management sieht zudem vor, dass die IDM als zentrale Koordinationsstelle, alle Projektteilnehmer koordiniert und diese bei der Durchführung aller Projektphasen aktiv unterstützt, weiteres übernimmt die IDM das Controlling der Ausgaben und betreut die Vorbereitung und Einreichung von eventuellen notwendigen Korrekturmaßnahmen der Aktivitäten und des Budgets. Das vorgesehene Gesamtbudget dieser Programme liegt 2018 bei ca. 851.000,00 €.

Zudem wird im Frühjahr 2018 die IDM die Projekterstellung der Werbekampagnen des Südtirol Wein in den Märkten USA/Russland/Japan/Schweiz 2019-2021 übernehmen, die Aktivitäten und Kostenpläne ausarbeiten und die Vorbereitung der erforderlichen Dokumente für die Einreichung des EU Projektes im Sommer 2018 mitbetreuen. Bei erfolgter Genehmigung dieses Projektes wird ab Herbst 2018 die IDM Südtirol das Project Management dieser Werbekampagnen übernehmen, Projektträger wird das Konsortium Südtirol Wein sein. Das dreijährige EU Projekt „Südtirol Wein“ in USA/Russland/Japan/Schweiz wird ein Gesamtbudget von ca. ca. 2.200.000,00 € - 2.500.000,00 € haben;

Durch die Tätigkeit des Projektmanagements der laufenden Projekte für das Jahr 2018 erhält die

IDM Südtirol vom Konsortium Südtirol Wein
Honorare in Höhe von ca. 43.000,00 €.

Finanzierungslinie Reg. CE 1144/2014 -
Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen
für landwirtschaftliche Erzeugnisse im
Binnenmarkt und außerhalb der EU:

Die genehmigten Informationskampagnen für das Jahr 2018 sind das Projekt „PROPASEU – Südtiroler Speck g.g.A. – Asiago g.U. – Pecorino Romano g.U.“ und die Kampagne „Discover the European Lifestyle – Apfel und Kiwi aus Europa“. Der zuständige IDM Bereich für das EU Agrarmarketing wird im Jahre 2018 weiterhin, wie schon im Jahre 2017, das Project Management des Projektes „PROPASEU – Südtiroler Speck g.g.A. – Asiago g.U. – Pecorino Romano g.U.“ übernehmen; diese Informationskampagne sieht eine dreijährige Gemeinschaftskampagne der drei Produkte in USA und Canada vor (Public Relations, Socialmedia, Web, Paidmedia, Workshops, Seminare, Incoming, Verkostungen im LEH usw.).

Die IDM überwacht die korrekte Umsetzung der vorgesehenen Marketingaktivitäten von Seiten der beauftragten Durchführungsstelle vor Ort und unterstützt diese mit Ihrer Marketingexpertise, auch organisatorisch bei Bedarf; die IDM ist zudem die zentrale Koordinationsstelle aller Projektteilnehmer und unterstützt diese bei allen Projektphasen; die IDM übernimmt das Controlling der Ausgaben und betreut die Vorbereitung und Einreichung von eventuellen notwendigen Korrekturmaßnahmen der Aktivitäten und des Budgets in Zusammenarbeit mit den Projektteilnehmer. Der Projektträger ist der Consorzio di Tutela Formaggio Asiago und die Co-Träger sind das Konsortium Südtiroler Speck und der Consorzio di Tutela Pecorino Romano. Die Durchführungsstelle ist Ponte PR mit Sitz in USA. Das vorgesehene Gesamtbudget diese Kampagne für 2018 liegt bei ca. 764.000,00 €. Die Informationskampagne endet am 30.03.2020.

Mit Juni 2018 endet der dreijährige Auftrag an die IDM Südtirol von Seiten der Durchführungsstelle Sopexa Italien für die Umsetzung einiger Aktivitäten des Projektes „Discover the European Lifestyle – Apfel und Kiwi aus Europa“. Die Trägerorganisation dieses Projektes ist Assomela.

Im Rahmen dieses Projektes hat die IDM Südtirol ausschließlich den Auftrag die Verkostungsaktivitäten des Südtiroler Apfel im LEH und bei Sportveranstaltungen in den Märkten Norwegen, Israel und Marokko durchzuführen. Der zuständige IDM Bereich für das EU Agrarmarketing ist die zentrale Koordinationsstelle zwischen Durchführungsstelle Sopexa und dem IDM Bereich Sales Food und ist zuständig für die Koordination der Maßnahmen, die Kostenplanung und die Überwachung der korrekten Durchführung der Aktivitäten laut den vorgesehenen Richtlinien; zudem werden auch die notwendigen Dokumentationen und Reports erstellt; der Bereich Sales Food der IDM setzt die vorgesehenen Trade Marketing Aktivitäten um und ist die zentrale Koordinationsstelle zwischen den beteiligten Südtiroler Obstverbänden VOG & VIP und den Promotionsagenturen/Ketten vor Ort. Das Gesamtbudget der Maßnahmen in diesen Märkten für das Jahr 2018 beträgt 147.000,00 €.

Die IDM Südtirol erhält für das Project Management dieser Kampagnen/Tätigkeiten im Jahre 2018 Honorare in Höhe von insgesamt ca. 40.000,00 €.

Wir erwarten innerhalb Ende des Jahres eine mögliche Genehmigung der Gemeinschaftskampagne „4EU – Südtiroler Apfel g.g.A-Südtiroler Speck g.g.A.-Stilfser Käse g.U.-Südtiroler Wein DOC“. Zurzeit steht die Kampagne laut einer „inoffiziellen Liste“ an erster Stelle der genehmigten Reserveprojekte. Sollte diese Informationskampagne genehmigt werden, wird die IDM Südtirol ab 2018 bis 2021 das Project Management dieser Gemeinschaftskampagne der vier Südtiroler Produkte mit europäischer Herkunftsbezeichnung in den Märkten Deutschland, Italien, Schweden und Holland übernehmen.

Der zuständige IDM Bereich für das EU Agrarmarketing übernimmt das Project Management der dreijährigen Kampagne, überwacht die korrekte Umsetzung der vorgesehenen Marketingaktivitäten von Seiten der beauftragten Durchführungsstelle und unterstützt diese durch eigene Marketingexpertise; in der operativen Umsetzung

einiger Aktivitäten werden weitere Bereiche der IDM Abteilungen Marketing und Sales (Sales Food) einbezogen; diese Bereiche initiieren bzw. unterstützen teilweise Aktivitäten um die Synergien mit den weiteren Agrarmarketingmaßnahmen der Südtiroler Produkte in diesen Märkten zu gewähren; die Umsetzung aller Aktivitäten liegt im alleinigen Aufgabenbereich der Durchführungsstelle des Projektes.

Der zuständige IDM Bereich für das EU Agrarmarketing ist zudem die zentrale Koordinationsstelle aller Projektteilnehmer (Konsortien, Durchführungsstelle, technische Agentur) und den beteiligten Bereichen der IDM und unterstützt diese bei allen Projektphasen; der zuständige IDM Bereich für das EU Agrarmarketing übernimmt das Controlling der Ausgaben und betreut die Vorbereitung und Einreichung von eventuellen notwendigen Korrekturmaßnahmen der Aktivitäten und des Budgets in Zusammenarbeit mit den Projektteilnehmern.

Der Projektträger ist das Südtiroler Apfelkonsortium, die Co-Träger sind das Konsortium Südtiroler Speck, Konsortium Stilsfer Käse und Konsortium Südtiroler Wein. Die Durchführungsstelle, die mit der Umsetzung aller Marketingaktivitäten beauftragt wäre, ist Sopexa Deutschland.

Das Gesamtbudget der Dreijahreskampagne beträgt 3.500.000,00 €, die Ausgabenplan für das erste Kampagnenjahr (Start 2018) sieht ein Budget von 1.367.000,00 € vor. Das erste Kampagnenjahr könnte mit Mitte 2018 starten.

Das Honorar der IDM Südtirol für das Project Management dieses Projektes beträgt für das erste Kampagnenjahr 26.400,00 €.

4.3 Dienstleistungen

4.3 Servizi

Nr. BSC	Indikatoren / Indicatori	2017		Jahresplan 2018
		Jahresplan	Voraussicht am 31.12.17	
Product Management (gesamte Aktivitäten)				
	Treffen/Info-Veranstaltungen mit Leistungsträgern	12	n.d	2
	Eventberatung und -management	18	n.d	3
Public Relation & Social Media (gesamte Aktivitäten)				
	Eventi per i media / Media-Events	26	26	26
	Viaggi stampa / Pressereisen	25	25	25
	Comunicati stampa / Pressemitteilungen	20	20	20
Content, Digital & Production (gesamte Aktivitäten)				
	Newsletter	136	26	26
	Sviluppo siti web / Entwicklung Webseiten	9	6	n.d
Market Communication (gesamte Aktivitäten)				
	Kampagnen Kernmärkte	36	5	n.d
	Kampagnen Aufbaumärkte	23	3	n.d
	Kampagnen Südtirol	17	15	n.d
	Campagne UE prodotti agricoli / EU Kampagnen Agrarprodukte	5	5	6
	Sponsoring prodotti marchio qualità / Sponsoring Q-Produkte	28	n.d	n.d
	Formazione prodotti marchio qualità / Weiterbildung Q-Produkte	17	n.d	n.d
Sales Food (gesamte Aktivitäten)				
	Formazione e Workshop B2B Trade / Schulungen und Workshops B2B Trade	1	1	2
	Fiere e eventi B2B Trade / Messen & Events B2B Trade	9	9	10
	Visita partner GDO / LEH Kundenbesuche	25	25	12
	Viaggi di delegazione e convegni Trade / Delegationsreisen und Tagungen Trade	3	3	4
	Media B2B e Materiale PDV/ B2B Medien & POS Material	18	18	14
	Promozione vendita, promozione vendita al punto vendita / Verkaufsförderung & Verkaufsförderung am Verkaufspunkt	22	22	22
30	Aktivitäten Agrarmarketing	450	209	172

Zusätzliche Indikatoren				
31	Anzahl der Märkte	15	15	15
32	Auswirkung der Kampagnen auf dem Markt (Quelle Konsortien)		---	---
33	Verkostungstage (Point of Sales action)	1.159	1.160	750
34	Anzahl beteiligte Produzenten		91	60
35	Anzahl Handelspartner (Handelsketten/GDO)		58	43
36	Umsatz Export Agrarprodukte (b) (c)		---	n.d
37	Kundenzufriedenheit (Konsortien+Fachgruppen)	80%	---	80%

Anmerkungen:

(a) Performance - Plan der Südtiroler Landesverwaltung 2016-2018 (Autonome Provinz Bozen Südtirol)

(b) Key Performance Indicator (KPI) Handelskammer

(c) Indikatoren mit Bezug auf die Provinz, ASTAT/WIFO Quelle

--- Daten des Jahres x + 1

4.4 Tätigkeitsprogramm

4.4 Programma di attività

Tätigkeiten	Ausgaben 2018
Agrarmarketing	
Wein	€ 636.000
Apfel	€ 616.000
Speck	€ 625.000
Milch	€ 720.000
Qualitätszeichen	€ 336.000
Sonderprojekte Speck	€ 600.000
Genussfestival	€ 200.000
EU-Projekte Agrarmarketing	€ 150.000
Produktfeste	€ 100.000
Sopexa Projekt	€ 150.000
Ausgaben Agrarmarketing	€ 4.133.000

5. EXPORT- FÖRDERUNG

5.1 Ziele

Nach außen:

- Südtiroler Betriebe zum Export sensibilisieren und die Anzahl exportierender Betriebe erhöhen.
- Die Internationalisierung der Südtiroler Unternehmen durch eine Reihe von Dienstleistungen und Maßnahmen für den Markteintritt sowie die Marktkonsolidierung unterstützen.
- Die Exportquote in Relation zu unseren Nachbarregionen erhöhen.

Nach innen:

Die Zufriedenheit des Kunden zu ermitteln und Kundenfeedback nach innen zu tragen, um so eine abgestimmte und kundenorientierte Ausrichtung von IDM zu garantieren.

5.2 Maßnahmen

CUSTOMER CONSULTING EXPORT & INNOVATION

Hauptthema des Teams bleibt es, Südtiroler Unternehmen zu allen IDM-Dienstleistungen zu informieren und zu beraten. Es geht also darum,

- bestehende Kunden kontinuierlich zu betreuen;
- die Anzahl der Kontakte mit (potenziellen) Kunden noch weiter zu erhöhen;
- die fachliche Kompetenz im Team u. a. durch Teilnahme an IDM-Themenveranstaltungen zu erhöhen.

Besonders wertvoll sind zudem strategische Besuche bei Südtiroler Unternehmen in Begleitung des IDM-Managements, um im Austausch mit den Unternehmern

5. SUPPORTO ALL'EXPORT

5.1 Obiettivi

Verso l'esterno:

- Sensibilizzare le aziende altoatesine all'export e accrescere il numero delle aziende esportatrici
- Sostenere le imprese altoatesine nel processo di internazionalizzazione attraverso una serie di servizi e misure finalizzate all'ingresso nel mercato e al consolidamento dello stesso
- Incrementare la quota esportata rispetto alle regioni confinanti

Verso l'interno:

Rilevare il livello di soddisfazione del cliente e valutarne internamente il feedback per permettere a IDM di agire in modo coordinato e orientato alle esigenze del cliente.

5.2 Attività

CUSTOMER CONSULTING EXPORT & INNOVATION

Il compito principale del team rimane quello di fornire informazioni e consulenza alle imprese altoatesine relativamente ai servizi di IDM. L'impegno è volto a:

- curare i rapporti con i clienti già acquisiti;
- aumentare ulteriormente il numero di contatti con (potenziali) clienti;
- accrescere le competenze professionali all'interno del team, ad es. attraverso la partecipazione agli eventi a tema organizzati da IDM.

Particolarmente costruttive risultano inoltre le visite strategiche effettuate presso le imprese altoatesine in presenza del management IDM e finalizzate all'individuazione, insieme agli

zukunftsweisende Themen und aufkommende Bedürfnisse rechtzeitig zu ermitteln. Zielführend haben sich ebenso gemeinsame Kundentermine mit Koordinatoren der einzelnen Ecosystems erwiesen, diese werden demnach im Jahr 2018 weitergeführt. In einem einzigen Termin werden so Kunden zu für sie interessanten Dienstleistungen beraten und können zeitgleich einzelne Themen auf technischer Ebene vertiefen. Neben den persönlichen Terminen werden Unternehmen durch gezielte Kampagnen auf das Serviceangebot von IDM aufmerksam gemacht.

Zusätzlich führt das Team wie bereits im Vorjahr selbst Dienstleistungen für Innovation und Internationalisierung aus. Eine detaillierte Aufstellung unserer Dienstleistungen findet sich im Anhang.

Dienstleistungen für Innovation:

Bewährte Dienstleistungen:

Private Funding: Verstärkt sich durch den Ausbau des Investorennetzwerkes sowie durch Maßnahmen, um das professionelle Aufeinandertreffen zwischen innovativen Projekten und Investoren zu fördern.

Neue Dienstleistungen:

Public Funding: Die Beratung von Südtiroler Unternehmen hinsichtlich öffentlicher Finanzierungen (mehrheitlich für Innovation) geht von der Abteilung Administration auf den Bereich Kundenberatung über. Öffentliche und private Finanzierungen sind sehr eng miteinander verbunden und kommen bei denselben Projekten und meist gleichzeitig zum Tragen. Die Beratungsleistung zu öffentlichen und privaten Finanzierungen wird deshalb zusammengeführt.

Dienstleistungen für Internationalisierung:

Bewährte Dienstleistungen:

Export Helpdesk, Exportseminare und Informationsveranstaltungen, Export-Coach und Firmenpools: 2018 werden laufende Firmenpools des 2. und 3. Jahres der Branchen Bauzulieferung, Handwerk und Lebensmittel in den Märkten Deutschland und Schweiz weiterbetreut. Daneben ist die Gründung neuer Pools angestrebt. Dabei geht es grundsätzlich um die

Imprenditori, di potenziali temi ed esigenze future. Anche gli appuntamenti con i clienti a cui partecipano i coordinatori dei singoli Ecosystem si sono rivelati produttivi e proseguiranno pertanto nel 2018. Nel corso di un unico incontro, i clienti ottengono consulenza su servizi di loro interesse e possono inoltre approfondire singoli temi dal punto di vista tecnico.

Accanto ai colloqui individuali, le imprese ricevono informazioni sulla gamma di servizi offerti da IDM anche nell'ambito di campagne ad hoc.

Come nel 2017, il team continuerà inoltre a gestire direttamente servizi all'innovazione e all'internazionalizzazione. L'elenco completo dei nostri servizi si trova in appendice.

Servizi all'innovazione:

Servizi consolidati:

Private Funding

Il servizio verrà ulteriormente rafforzato tramite l'ampliamento della rete di investitori e tramite misure mirate a incentivare la cooperazione tra investitori e progetti innovativi.

Nuovi servizi:

Public Funding

I servizi di consulenza alle imprese altoatesine in materia di finanziamenti pubblici (rivolti prevalentemente all'innovazione) passa dal dipartimento Amministrazione al reparto Consulenza clienti. Finanziamenti pubblici e finanziamenti privati sono strettamente connessi e vengono generalmente accordati, il più delle volte in contemporanea, agli stessi progetti. Di qui la decisione di accorpate in un unico reparto la consulenza relativa a entrambe le tipologie di finanziamento.

Servizi all'internazionalizzazione:

Servizi consolidati:

Export Helpdesk, seminari ed eventi informativi su temi legati all'export, *Export Coach e pool di imprese.* Nel 2018 prosegue l'assistenza, nel mercato tedesco e svizzero, ai pool d'impresa già costituiti al secondo e terzo anno di attività e appartenenti ai settori forniture edili, artigianato e generi alimentari. Puntiamo inoltre alla costituzione di nuovi pool. Aspetti centrali sono la definizione degli

Ermittlung von gemeinsamen Interessen der Unternehmer, um die Zusammenstellung geeigneter Firmen zu Firmenpools, um das Aufzeigen von Marktpotenzialen, Marktöglichkeiten und Risiken, um die Recherche und die Präsentation von möglichen Promotern oder Vermittlern im neuen Markt sowie um die Erarbeitung einer gemeinsamen Strategie für den Markteinstieg mit abgestimmter Vorgangsweise. Firmenpools der Wintertechnologiebranche für China und des Sektors Spezialitäten/Lebensmittel für Deutschland sind im Aufbau begriffen.

Neue Dienstleistungen:

Exportversicherung: Begleitung von Südtiroler Unternehmen auf der Suche nach geeigneten Möglichkeiten, um die eigenen Exporte zu versichern (bereits 2017 gestartet).

Export-Coach: Ausweitung auf das Coaching für Südtiroler Unternehmen, um den eigenen Vertrieb professionell aufzustellen, als Grundvoraussetzung für den Export.

Beratungen zu internationalem Recht: Der Dienst wurde in der Vergangenheit bereits angeboten, wird jedoch 2017 und vor allem 2018 neu ausgerichtet. Neu ist dabei ein „Check“, der Firmen Aufschluss darüber gibt, ob auf rechtlicher/vertraglicher Ebene Handlungsbedarf besteht, der gegebenenfalls durch gezielte Beratungen gedeckt werden kann.

GO INTERNATIONAL

Der Bereich Go International sensibilisiert und unterstützt Südtiroler Unternehmen zu und bei ihren ersten Schritten in neue und etablierte Märkte. Dafür werden weltweit passende Veranstaltungen wie Messen, Unternehmerreisen o. Ä. angeboten.

Das Programm des Bereichs wird jedes Jahr neu überdacht und in enger Absprache mit den lokalen Wirtschaftsakteuren und Experten aus dem Ausland erstellt.

Angebotene Dienstleistungen

- Organisation von *Gemeinschaftsständen* auf internationalen Messen;

interessi comuni delle imprese, la scelta delle aziende nella formazione del pool, l'identificazione di potenziali di mercato, opportunità e rischi, la ricerca e presentazione dei possibili promoter o mediatori nel nuovo mercato e l'elaborazione di una strategia di marketing e di un approccio comuni. Due pool di aziende sono in fase di costituzione, il primo formato da imprese del settore Tecnologie invernali per il mercato cinese e il secondo riservato al settore Specialità/Alimentari per il mercato tedesco.

Nuovi servizi:

Assicurazione per l'export: consulenza alle imprese altoatesine nella ricerca di soluzioni assicurative adeguate per le proprie attività di export (servizio avviato nel 2017).

Export Coach: ampliamento dei servizi di coaching offerti alle imprese altoatesine e mirati alla professionalizzazione della propria attività di vendita, premessa indispensabile per l'avvio di attività di export.

Consulenza in materia di diritto internazionale: tale servizio, offerto già in passato, è stato in parte ridefinito nel 2017 e lo sarà in modo ancora più approfondito nel 2018. La novità è rappresentata da un "check" con lo scopo di informare le aziende tramite consulenza mirata sull'opportunità di un'azione a livello legale o contrattuale e, nell'eventualità, sul tipo di intervento da perseguire.

GO INTERNATIONAL

Il reparto Go International sensibilizza le imprese altoatesine all'export e offre loro assistenza nella fase di ingresso in mercati nuovi e consolidati. L'offerta comprende la partecipazione a eventi internazionali rilevanti quali fiere, viaggi imprenditoriali e simili.

Il programma del reparto viene sottoposto ogni anno a revisione e viene ridefinito in accordo con gli attori economici locali ed esperti internazionali.

Servizi offerti

- Organizzazione di *stand collettivi* a fiere internazionali;

- Organisation von branchenfokussierten *Unternehmerreisen* ins Ausland;
 - Organisation von *Delegationsreisen* mit Entscheidungsträgern, Einkäufern, Geschäftspartnern oder Fach-Journalisten nach Südtirol;
 - Maßgeschneiderte *Exportprojekte* zum Markteintritt oder zur Marktexpansion;
 - *Informationsveranstaltungen* zu Exportthemen oder bestimmten Märkten;
 - *Export-Coach, Export-Helpdesk, Export-Seminare sowie Firmenpools* über die Kundenberatung.
- organizzazione di *viaggi imprenditoriali* di settore all'estero;
 - organizzazione di *viaggi di delegazione* in Alto Adige con decisori, responsabili degli acquisti, partner commerciali o giornalisti specializzati;
 - *progetti di export* mirati all'ingresso o all'espansione in diversi mercati;
 - *eventi informativi* su temi legati all'export o a determinati mercati;
 - *Export Coach, Export Helpdesk, seminari sull'export e pool di imprese* tramite la Consulenza clienti

Kommunikation: Angebote besser vermitteln

Jedes Jahr werden Aktivitäten für Unternehmen jeglicher Branche und Größe angeboten, welche noch besser, schneller und gezielter zu kommunizieren sind. 2018 soll dies in enger Absprache und Kooperation mit der Kundenberatung mittels Schwerpunktaktionen im Fokus stehen.

Fit für den Markt: flexibles, kundenorientiertes Jahresprogramm und neue Dienstleistungen

Durch ein Jahresprogramm werden die Unternehmen auf ausgewählte Märkte aufmerksam gemacht und dorthin begleitet. Aber man ist so flexibel, dass neue Aktivitäten im Laufe des Jahres hinzugefügt werden können, die der aktuellen Wirtschaftslage entsprechen oder den Bedürfnissen einer Branche gerecht werden. Durch einen regelmäßigen Austausch mit dem Bereich Kundenberatung Export & Innovation werden zudem mögliche neue Formate und Dienstleistungen konzipiert, wie etwa der „Vertriebs-Coach“ für das Jahr 2018.

Kontakte: Partnernetzwerk im Ausland verstärken

Unser internationales Partnernetzwerk ist eine wichtige Stütze, wenn es darum geht, Chancen und Risiken eines Exportprojektes zu erkennen und dazu zu beraten. Jedes Jahr suchen wir nach neuen, gut vernetzten Partnern im Ausland, die uns diese Unterstützung bieten können.

Comunicazione: pubblicizzare l'offerta in modo più efficace

Le attività organizzate ogni anno per imprese di ogni settore e dimensione devono essere comunicate in modo più efficace, rapido e mirato. Tale obiettivo rappresenta il focus per il 2018 e deve essere raggiunto tramite iniziative mirate in accordo e in stretta collaborazione con la Consulenza clienti.

Pronti per il mercato: programma annuale flessibile e orientato al cliente e nuovi servizi

Il programma elaborato annualmente presenta alle imprese mercati selezionati affiancandole nella fase di ingresso nei mercati stessi. L'impostazione flessibile del programma permette l'inserimento, nel corso dell'anno, di nuove attività in linea con gli sviluppi del mercato internazionale e le esigenze dei singoli settori. Lo scambio costante con il reparto Consulenza clienti Export & Innovazione permette inoltre di definire nuovi format e servizi, come il programma "Coach di vendita" la cui introduzione è prevista per il 2018.

Contatti: consolidare la rete di contatti con partner esteri

La nostra rete di contatti con partner internazionali rappresenta un importante sostegno per le imprese, aiutandole a identificare potenzialità e rischi dei progetti di export e fornendo loro un servizio di consulenza. Ogni anno individuiamo nuovi partner internazionali dotati di un'ampia rete di contatti e pertanto in grado di fornirci il supporto necessario.

Know-how: Wertvolle Impulse anbieten

Durch Informationsveranstaltungen bzw. Beratertage werden Unternehmen für ein mögliches Exportgeschäft sensibilisiert und gleichzeitig über Chancen und Strategien informiert. So sollten exportwillige Betriebe die richtigen Entscheidungen treffen können.

Zusammen stark: Gemeinschaftsauftritte

Im Rahmen der von IDM organisierten Gemeinschaftsauftritte präsentieren sich mehrere Unternehmen aus Südtirol unter dem Dach des Südtiroler Gemeinschaftsstandes. Jährlich werden über 40 Messebeteiligungen angeboten, für 2018 sind insgesamt 41 Leitmessen der verschiedensten Branchen geplant, darunter vier neue Messen (Alimentaria in Spanien, Bio Süd in Deutschland, Saudi Build in Saudi-Arabien und Internorga in Deutschland).

Auf geht's: Lager und Logistik

Das IDM-Lager in Eppan wurde im Laufe des Jahres 2017 dem Bereich Go International zugewiesen, um die Organisation und die Logistik der Messestandplanung zu verbessern. Dank eines neuen EDV-Lagerprogrammes werden die Abläufe vereinfacht, um das breitgefächerte Messeprogramm besser stemmen zu können. Eine kontinuierliche Suche nach innovativen Lösungen für die eingesetzten Materialien und das Austauschen der in die Jahre gekommenen Möbel und Strukturen liegt auch immer wieder im Fokus. So können jedes Jahr moderne, gut überdachte, schlüsselfertige Lösungen sowie ein einheitliches Standdesign garantiert werden.

Know how: offrire impulsi produttivi

Tramite eventi informativi e giornate di consulenza sensibilizziamo le imprese su possibili attività di export, informandole nel contempo su opportunità e strategie. Obiettivo è sostenere le aziende che intendono avviare attività di export e aiutarle a prendere le decisioni giuste.

L'unione fa la forza: partecipazioni collettive

IDM organizza partecipazioni collettive a eventi fieristici permettendo a numerose imprese altoatesine di presentare i propri prodotti nell'ambito di stand Alto Adige collettivi. L'offerta annua comprende la partecipazione a oltre 40 fiere diverse; per il 2018 sono in programma 41 fiere leader in svariati settori, tra cui 4 nuovi eventi fieristici (Alimentaria in Spagna, Bio Süd in Germania, Saudi Build in Arabia Saudita e Internorga in Germania).

Si parte: Warehouse & Logistics

Il magazzino IDM di Appiano è stato assegnato nel corso del 2017 al reparto Go International al fine di ottimizzare organizzazione e logistica delle partecipazioni fieristiche. Il nuovo programma di gestione elettronica del magazzino permette di semplificare i processi, agevolando la conduzione dell'ampio programma fieristico. La ricerca continua di soluzioni innovative per i materiali impiegati e la sostituzione di arredi e strutture non più attuali sono altri due aspetti ai quali dedichiamo sempre attenzione. Ciò ci permette di offrire ogni anno soluzioni moderne, intelligenti e pronte all'uso e di garantire uniformità di design ai nostri stand.

MESSEPROGRAMM 2018 –PROGRAMMA FIERE 2018

Messeveranstaltung	Stadt	Ausgaben
ITB Berlin	Berlin	€ 0
Swissbau	Basel	€ 150.000
Nordbygg	Stockholm	€ 30.000
Gulfood	Dubai	€ 60.000
Alimentaria	Barcelona	€ 40.000
IFH	Nürnberg	€ 45.000
GaLaBau	Nürnberg	€ 60.000
Klimahouse Toscana	Florenz	€ 50.000
BIG 5	Dubai	€ 120.000
Swisstech	Basel	€ 40.000
Intergastra	Stuttgart	€ 80.000
Combau	Dornbirn	€ 35.000
Bio Süd	Augsburg	€ 30.000
Internorga	Hamburg	€ 70.000
Interbad	Stuttgart	€ 50.000
Alles für den Gast	Salzburg	€ 90.000
IHM	München	€ 100.000
Garten	München	€ 35.000
Heim & Handwerk	München	€ 110.000
Artigiano in Fiera	Mailand	€ 320.000
International Wine S.	Bozen	€ 130.000

Messeveranstaltung	Stadt	Ausgaben
Fruit Logistica	Berlin	€ 320.000
Biofach	Nürnberg	€ 100.000
Foodex	China	€ 30.000
Pro Wein	Düsseldorf	€ 230.000
Vinitaly	Verona	€ 500.000
CIBUS	Parma	€ 75.000
PLMA	Amsterdam	€ 35.000
Vie Vinum	Wien	€ 20.000
Asia Fruit Logistica	Hong Kong	€ 50.000
Sana	Bologna	€ 50.000
Saudi Build	Riyadh	€ 50.000
Sial	Paris	€ 80.000
Food & Life	München	€ 40.000
Fruchtwelt	Friedrichshafen	€ 100.000
Interpoma	Bozen	€ 50.000
Intervitis/fructa	Stuttgart	€ 80.000
Beauty Forum	München	€ 0
Industriemesse	Hannover	€ 70.000
Gustav	Dornbirn	€ 25.000
Anuga Food Tec	Köln	€ 50.000
Insgesamt		€ 3.600.000

5.3 Dienstleistungen

5.3 Servizi

Nr. BSC	Indikatoren / Indicatori	2017		Jahresplan 2018
		Jahresplan	Voraussicht am 31.12.17	
Customer Consulting (gesamte Aktivitäten)				
	Consulenza clienti / Kundenberatung	210	210	280
	Seminari Export e Eventi informativi / Export Seminare und Informationsveranstaltungen	13	13	13
	Export Helpdesk	200	200	220
	Progetti di consulenza in diritto internazionale / Beratungen zu Internationalem Recht	10	10	14
	Export-Coach	6	6	6
	Assicurazioni Export / Exportversicherungen	5	5	5
	Vertriebs-Coach / Coaching Commerciale	n.d	n.d	5
	Pool di imprese / Firmenpool **	4	4	4
	Private Funding	8	8	10
	Public Funding	n.d	n.d	25
Go International (gesamte Aktivitäten)				
	Giornate di consulenza / Beratertage	3	6	4
	Progetti Export / Export Projekte **	25	25	29
	Viaggi imprenditoriali internazionalizzazione / Unternehmerreisen Internationalisierung **	3	3	4
	Viaggi di delegazioni internazionalizzazione / Delegationsreisen Internationalisierung **	3	2	3
	Experts for export	5	5	/
	Fiere / Messen **	47	31	42
38	Aktivität, Workshop und Seminar Exportförderung	542	528	664
Zusätzliche Indikatoren				
39	Anzahl Länder mit Dienstleistungen am Markt	35	35	35
40	Anzahl Exportmissionen (b)	82	65	83
41	Teilnehmende Unternehmen Exportförderungsprogramme (b)		970	1.045
42	% Teilnehmende Unternehmen im Vergleich zur Vorjahr (b)			7,7%
43	Neukunde Exportförderung		---	10
44	Umsatz Export Provinz (Mio.) (a) (b) (c)	4.490	---	4.580
45	% Anteil Privatfinanzierung Exportförderung			36,2%
46	Kundenzufriedenheit (Unternehmen)	80%	---	80%

Anmerkungen:

(a) Performance - Plan der Südtiroler Landesverwaltung 2016-2018 (Autonome Provinz Bozen Südtirol)

(b) Key Performance Indicator (KPI) Handelskammer

(c) Indikatoren mit Bezug auf die Provinz, ASTAT/WIFO Quelle

** Dienstleistungen des Indikators Nr. 40 der BSC

--- Daten des Jahres x + 1

5.4 Tätigkeitsprogramm

Tätigkeiten	Ausgaben 2018
Internationalisierung	
Veranstaltungen	€ 122.162
Exportprojekte	€ 500.000
Unternehmerreisen	€ 162.500
Delegationsreisen	€ 130.000
Auslandsnetzwerk	€ 60.000
Kundenberatung	€ 285.000
Exportseminare & Informationsveranstaltungen	€ 30.000
Firmenpools	€ 365.000
Export & Vertriebs-Coach	€ 300.000
Messeprogramm	€ 3.600.000
Südtirol-Auftritte	€ 313.000
Verwaltung Messestand	€ 720.000
Ausgaben Internationalisierung	€ 6.587.662

5.4 Programma di attività

TEIL C:
MANAGEMENT & ADMINISTRATION

1. MANAGEMENT

1.1 Maßnahmen

STRATEGY&TRENDS

Im Bereich Strategie werden Themen bearbeitet, die von strategischer Bedeutung für Südtirol sind und IDM als Klammer dienen, um dem „Großen Ganzen“ gerecht zu werden. Insofern dient diese Stabstelle dazu, vorwiegend das IDM-Management mit Konzepten und Ideen im Sinne des Standortes Südtirol zu unterstützen.

Im Rahmen der Trendforschung geht es vor allem um die Beobachtung und Beschreibung von gesellschaftlichen Veränderungen, die Auswirkungen auf die IDM-Aktivitäten sowie auf die Entwicklung Südtirols haben.

Themen werden so aufgearbeitet und beschrieben, dass sie für Orientierung und bessere Handlungsableitungen sorgen.

Im Rahmen dieser Tätigkeit werden an dieser Stelle auch folgende Projekte betreut:

- alle strategischen Treffen der IDM-Beiräte
- Die Studie „Zukunft Tourismus 2030“ soll in einen konkreten Maßnahmenkatalog geführt werden. Koordination des Themas unter Einbezug von IDM (Thomas Aichner) und Eurac Research (Harald Pechlaner)
- Realisierung eines UNWTO Observatory für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Südtirol (in Zusammenarbeit mit Eurac Research) und Ableitung der Ergebnisse im Rahmen der Trendforschung
- Konzepterstellung eines jährlichen Eventformats für Südtirol (vergleichbar mit dem Forum Alpbach in Tirol)

1. MANAGEMENT

1.1 Attività

STRATEGY&TRENDS

Il reparto Strategia si dedica a temi di importanza strategica per l'Alto Adige che, fungendo da collante, permettono a IDM di affrontare al meglio la "visione d'insieme". Compito dell'unità è pertanto di sostenere, in particolare, il management di IDM con idee e proposte di progetti a vantaggio della location altoatesina.

Temi principali nell'ambito della Ricerca di Trend sono l'osservazione e descrizione delle trasformazioni sociali e del loro impatto sulle attività di IDM e sullo sviluppo dell'Alto Adige.

I temi vengono elaborati e presentati in modo tale da fornire un orientamento e migliori indicazioni per la prassi.

Nell'ambito di questa attività l'unità si occupa anche dei seguenti progetti:

- Tutti gli incontri strategici dei comitati consultivi di IDM
- Lo studio "Il futuro del turismo in Alto Adige 2030" deve confluire in un catalogo di misure concrete. Coordinamento del tema con il coinvolgimento di IDM (Thomas Aichner) e dell'EURAC (Harald Pechlaner)
- Costituzione di un Osservatorio UNWTO (World Tourism Organization) per lo sviluppo sostenibile del turismo in Alto Adige (in collaborazione con l'EURAC) ed elaborazione dei risultati nell'ambito dell'analisi delle tendenze
- Definizione del format per un evento annuale dedicato all'Alto Adige (analogo al Forum Alpbach in Tirolo)

HUMAN RESOURCES

Das Jahresprogramm des Bereichs Human Resources sieht folgende Schwerpunkte vor:

Stärkung der Kernkompetenzen und Implementierung von Qualitätsstandards

- Stärkung der Kernkompetenzen von IDM durch spezifische interne und externe Weiterbildungsprogramme und Personalentwicklungsmaßnahmen
- Festlegung von Qualitätsstandards im Rahmen von Workshops mit den Führungskräften und deren Vermittlung an die Mitarbeiter im Sinne einer einheitlichen Organisationsentwicklung (zum Thema Mitarbeiterführung, Zusammenarbeit und Auftritt)

Teambuilding und Integration der DM-Mitarbeiter

Fortsetzung von Maßnahmen zur Stärkung des Teams mit besonderem Augenmerk auf der Integration der 48 neuen Destination-Management-Mitarbeiter:

- Vermittlung des Unternehmensleitbildes und der Unternehmenskultur an die neuen Mitarbeiter (Projekt „Wir werden ein Team 2“)
- Organisation von Teambuilding-Maßnahmen (durch die Arbeitsgruppe ENJOY)
- Weiterführung von Maßnahmen zur Verbesserung der internen Kommunikation und bereichsübergeordneten Zusammenarbeit

Einheitliche Struktur und effizientere Abläufe

- fortführende Implementierung einer einheitlichen Personalstruktur durch ein ausgeglichenes Gehaltsgefüge, einheitliche Rollen und Verantwortlichkeiten (inkl. Einführung der Fachkarriere)
- ständige Verbesserung der internen Workflows, v. a. bei bereichsübergeordneten Abläufen wie

HUMAN RESOURCES

Il programma annuale del reparto Human Resources ruota intorno ai seguenti temi:

Consolidamento delle competenze di fondo e implementazione di standard qualitativi

- consolidamento delle competenze di fondo di IDM tramite programmi di formazione condotti internamente ed esternamente e tramite misure di sviluppo del personale
- definizione di standard qualitativi nell'ambito di workshop rivolti ai dirigenti e comunicazione dei risultati ai collaboratori al fine di garantire lo sviluppo omogeneo dell'organizzazione (temi: gestione del personale, forme di collaborazione, immagine).

Team building e integrazione dei collaboratori DME

Prosecuzione delle misure a rafforzamento del team con particolare riguardo all'integrazione dei 48 nuovi collaboratori assegnati al Destination Management:

- introduzione dei nuovi collaboratori alla filosofia e alla cultura aziendali ("Wir werden ein Team 2")
- organizzazione di iniziative di team building (tramite il gruppo di lavoro ENJOY)
- continuazione delle misure volte al miglioramento della comunicazione interna e alla collaborazione tra reparti

Struttura unitaria e processi più efficienti

- a prosecuzione del lavoro già svolto, creazione di una struttura unitaria del personale tramite un quadro retributivo equilibrato, ruoli e responsabilità omogenei (compresa l'introduzione della carriera specialistica)
- miglioramento costante dei flussi di lavoro interni, in particolare relativamente ai processi trasversali quali

der Personalauswahl und -einstellung, Mitarbeiterneueinstellung, Weiterbildung usw.

- Einführung eines Datenmanagementsystems für die genauere Erfassung und Bearbeitung der Personaldaten (260 Mitarbeiter plus Praktikanten) und für die daraus folgende Ableitung von HR-Maßnahmen

Effizienter Personaleinsatz und Reduzierung neuer Einstellungen

Die Erfassung der Mitarbeiterkompetenzen (Projekt „Kompetenz-Mapping“) verbessert den Einsatz geeigneter Mitarbeiter/-innen, erleichtert die Organisation der internen Mobilität, unterstützt ein professionelles Know-how-Management und reduziert neue Einstellungen.

QUALITY MANAGEMENT & CONTROLLING

Der Bereich Quality Management & Controlling wird sich 2018 an folgenden Zielen orientieren:

- Informatisierung der Dienstleistungen der IDM Südtirol für externe und interne Kunden;
- Entwicklung Qualitätsstandards;
- Entwicklung Performance Measurement System.

Informatisierung Dienstleistungen IDM

Der Bereich wird mit der Entwicklung des Dynamics 365 Systems die Informatisierung der angebotenen Dienstleistungen für interne und externe Kunden vervollständigen. Das System, welches eine Software des Customer Relationship Management (CRM) verwendet, wurde 2017 eingeführt und für alle Dienstleistungen der IDM genutzt. Somit hat das System die bisherigen, zahlreichen Datenbanken in einer einzigen vereinigt.

Die erwarteten Ergebnisse 2018 sind:

- Die komplette Informatisierung der betrieblichen Dienstleistungen für interne und externe Kunden.
- Die Integration der Softwares Outlook und SharePoint in das Customer Relationship Management (CRM) für ein

il reclutamento e l'assunzione di personale, la gestione e formazione del personale ecc.

Introduzione di un sistema di gestione dati che consenta una maggiore precisione nella raccolta ed elaborazione dei dati relativi al personale (260 dipendenti più stagisti) e agevoli quindi l'identificazione delle misure più opportune nel reparto HR

Maggiore efficienza nell'impiego del personale e riduzione delle nuove assunzioni

La mappatura delle competenze dei collaboratori (Progetto Competence Mapping) ottimizza l'impiego dei collaboratori/collaboratrici, agevola l'organizzazione della mobilità interna, sostiene la gestione professionale del know how e riduce il numero delle nuove assunzioni.

QUALITY MANAGEMENT & CONTROLLING

Il reparto Quality Management & Controlling nel corso del 2018, si orienterà nei seguenti tre obiettivi:

- L'informatizzazione dei servizi IDM Südtirol per i clienti esterni ed interni;
- lo sviluppo di standard di qualità;
- sviluppo del Performance Measurement System.

Informatizzazione dei servizi IDM

Il reparto, completerà l'informatizzazione dei servizi IDM orientati ai clienti esterni ed interni attraverso lo sviluppo del Sistema Dynamics 365 IDM. Il Sistema, che utilizza un prodotto software di Customer Relationship Management (CRM), è stato introdotto nel 2017 ed è stato applicato a tutti i servizi di IDM Alto Adige per i clienti esterni ed ha unificato le numerose banche dati esistenti in un'unica banca dati aziendale. I risultati attesi, nel 2018, sono:

- la completa informatizzazione dei servizi IDM rivolti al cliente esterno e interno.
- L'integrazione dei sistemi informatici Customer Relationship Management (CRM) con il software di posta elettronica Outlook e con il prodotto SharePoint per

EDV-Management der betrieblichen Dokumente.

Das Budget 2018 wurde deshalb in zwei Teile aufgeteilt, wobei ein Teil für die Assistenz und Entwicklung bezüglich des oben genannten Systems verwendet wird und der andere für die Einführung eines Dynamics 365 Systems für das Personalmanagement der IDM.

Entwicklung Qualitätsstandards

2018 werden die Firmenprozesse im Zusammenhang mit den Performance- bzw. Qualitätskennzahlen und den Auswirkungen auf das Gebiet genau definiert. Weiters wird, auch mittels des Customer Relationship Management (CRM), die Erhebung der Kundenzufriedenheit verbessert. Diese Maßnahmen garantieren nicht nur die Transparenz gegenüber Dritten, sondern erlauben es auch die derzeitigen Qualitätsindizes zu erhöhen, um IDM so auf eine Zertifizierung nach internationalen Standards vorzubereiten.

Entwicklung Performance Measurement System

Das Performance Measurement System umfasst eine Reihe von Sammlungs-, Analyse- und Reportingprozessen. Diese beinhalten alle Informationen und Daten, die Tätigkeiten der IDM Südtirol betreffen und liefern die Grundlage für Managemententscheidungen.

2018 werden weiterhin Quartalsberichte für die Management Review und den Verwaltungsrat erstellt, um den Fortschritt der gesetzten Ziele und die wirtschaftliche Entwicklung zu überwachen. Aus diesen Berichten werden dann eventuelle korrigierende Entwicklungsstrategien für die gesamte Organisation abgeleitet.

Weiters erlaubt es die Datensammlung die erbrachten Leistungen im Hinblick auf die jährlichen Prämien (MBO) zu bewerten.

CORPORATE COMMUNICATION & PRESS

Die Unternehmenskommunikation von IDM Südtirol setzt sich für 2018 ein zentrales Ziel: Das kommunikationstechnische Auseinanderbrechen von IDM soll verhindert werden.

Dazu müssen drei wesentliche Unterziele verfolgt werden:

la gestione informatizzata dei documenti aziendali.

Il Budget 2018 è stato pertanto suddiviso in una parte relativa all'assistenza e sviluppo del Sistema Dynamics 365 IDM e un'altra relativa all'introduzione di un software per la gestione delle attività del personale IDM.

Sviluppo standard qualità

Nel corso del 2018 verranno maggiormente definiti i processi aziendali correlati a indicatori di efficienza / qualità e di impatto sul territorio e si miglioreranno le modalità di rilevazione della soddisfazione del cliente, anche attraverso il Customer Relationship Management (CRM). Queste attività, oltre a garantire la trasparenza nei confronti di terzi, permetterà di elevare gli attuali indici di qualità dei servizi IDM per preparare l'azienda secondo le certificazioni standard internazionali.

Sviluppo del Performance Measurement System

Performance Measurement System è un insieme dei processi di raccolta, analisi e reporting delle informazioni che riguardano le attività della IDM Alto Adige con lo scopo di offrire le informazioni ed i dati per le decisioni del Management. Nel 2018 proseguirà la redazione di report trimestrali per la Management Review e per il Consiglio d'Amministrazione, con l'obiettivo di monitorare l'avanzamento degli obiettivi aziendali e l'andamento economico e conseguentemente di individuare strategie correttive e di sviluppo per l'intera organizzazione. Inoltre, la raccolta dei dati consente di valutare le prestazioni ai fini dell'erogazione del premio annuale (MBO) per il management.

CORPORATE COMMUNICATION & PRESS

I responsabili della comunicazione di IDM Alto Adige si sono posti un obiettivo centrale per il 2018: è necessario impedire la frammentazione di IDM a livello di comunicazione. A tal fine dobbiamo perseguire i seguenti obiettivi secondari di fondamentale importanza:

- Die interne Kommunikation muss intensiviert und verbessert werden.
- Die Außenwahrnehmung von IDM muss verbessert werden.
- Das IDM-Angebot für Unternehmen muss besser vermitteln werden.
- Die Marken, die von IDM Südtirol geführt werden, müssen in eine klare und von allen geteilte Systematik gebracht werden.

Intensivieren der internen Kommunikation

Bereits zum 1. Jänner 2018 werden die Außenstellen von IDM operativ. Das bedeutet, dass 48 neue Mitarbeiter integriert werden müssen. Vorbereitende Maßnahmen wurden bereits getroffen. So wurde 2017 etwa ein Welcome Package entwickelt, das neuen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt wird.

Für 2018 gilt es aber, in enger Abstimmung mit dem Bereich Human Resources den Mitarbeitern einen zentralen internen Kommunikationskanal zur Verfügung zu stellen und diesen kontinuierlich zu befüllen. Gleichzeitig muss gemeinsam mit dem Bereich IT & Facility Management und Corporate IT ein zentrales Ablagesystem/Archiv entwickelt werden, in dem Mitarbeiter alle für sie relevanten Dokumente und Unterlagen finden. Erste Schritte wurden hier bereits 2017 gesetzt. Da Corporate Communication erst seit Juni 2017 operativ ist, bedarf es hier noch intensiver Bemühungen.

Verbesserung der Außenwahrnehmung von IDM
IDM Südtirol hat Probleme in der Außendarstellung, da die Tätigkeitsfelder sehr unterschiedlich sind und die Mitarbeiter sich mehr mit den Abteilungen als mit IDM identifizieren. Daher ist es erforderlich, über die Außendarstellung von IDM die Corporate Identity nach außen zu transportieren. Gleichzeitig muss Corporate Communication sicherstellen, dass die nach außen getragene Identität auch nach innen widerhallt.

Angebote besser vermitteln

Jedes Jahr werden Aktivitäten für Unternehmen jeglicher Branche und Größe angeboten, die noch besser, schneller und gezielter zu kommunizieren sind. 2018 soll dies in enger Absprache und

- intensivieren und verbessern die interne Kommunikation
- verbessern die Außenwahrnehmung von IDM
- verbessern die Kommunikation der Angebote von IDM an Unternehmen
- den Marken, die von IDM Südtirol geführt werden, eine klare und von allen geteilte Systematik geben

Intensivierung der Kommunikation intern

Ab dem 1. Januar 2018 werden die Außenstellen von IDM operativ. Dies bedeutet, dass 48 neue Mitarbeiter integriert werden müssen. Vorbereitende Maßnahmen wurden bereits getroffen. So wurde 2017 etwa ein Welcome Package entwickelt, das neuen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt wird.

Das Ziel für 2018 ist es jedoch, in enger Abstimmung mit dem Bereich Human Resources den Mitarbeitern einen zentralen internen Kommunikationskanal zur Verfügung zu stellen und diesen kontinuierlich zu befüllen. Gleichzeitig muss gemeinsam mit dem Bereich IT & Facility Management und Corporate IT ein zentrales Ablagesystem/Archiv entwickelt werden, in dem Mitarbeiter alle für sie relevanten Dokumente und Unterlagen finden. Erste Schritte wurden hier bereits 2017 gesetzt. Da Corporate Communication erst seit Juni 2017 operativ ist, bedarf es hier noch intensiver Bemühungen.

Verbesserung der Außenwahrnehmung von IDM

IDM Alto Adige hat Probleme in der Außendarstellung, da die Tätigkeitsfelder sehr unterschiedlich sind und die Mitarbeiter sich mehr mit den Abteilungen als mit IDM identifizieren. Daher ist es erforderlich, über die Außendarstellung von IDM die Corporate Identity nach außen zu transportieren. Gleichzeitig muss Corporate Communication sicherstellen, dass die nach außen getragene Identität auch nach innen widerhallt.

Angebote besser vermitteln

Jedes Jahr werden Aktivitäten für Unternehmen jeglicher Branche und Größe angeboten, die noch besser, schneller und gezielter zu kommunizieren sind. 2018 soll dies in enger Absprache und

Kooperation mit den Abteilungen Sales und Development mittels Schwerpunkttaktionen im Fokus stehen.

Dazu ist es erforderlich, dass Corporate Communication:

- die Produktion von IDM-Kommunikationsmitteln sicherstellt und die Vereinbarkeit mit der Corporate Identity von IDM garantiert
- eine intensive, strategisch ausgerichtete Pressearbeit verfolgt (Presse-Jahresprogramm)
- selbst Maßnahmen initiiert, die auf die Marke IDM positiv einzuwirken (Überarbeitung der Website, Einführung und Bespielen neuer Social-Media-Kanäle wie z. B. LinkedIn usw.)
- visuelle Medien stärker nutzt als in der Vergangenheit. Dazu wird stark auf Motion Graphics, Videos und Fotos gesetzt, die Außenstehenden einen immer aktuellen Einblick in die Tätigkeiten von IDM gewährleisten sollen. Zudem wird es IDM über diese Maßnahmen gelingen, frischer, dynamischer und sympathischer zu wirken. Diese Frische, Dynamik und Sympathie wird auch auf die interne Kommunikation einwirken.

Klare und geteilte Markensystematik

Alle oben genannten Maßnahmen bleiben operatives Handeln ohne übergeordnete Strategie, wenn sich IDM Südtirol 2018 nicht die folgenden – vielleicht schmerzhaften – Fragen stellt und diese beantwortet:

- Gibt es eine klare Ordnung für alle Marken, die von IDM geführt werden, und welche Rolle spielt die Marke IDM in diesem Kontext?
- Werden die Rollen der einzelnen Marken und ihre Beziehungen unter- bzw. zueinander klar definiert? (Wie verhält sich die Südtirol-Marke beispielsweise zur Marke NOI und was bedeutet dies für das Handeln auf den Ebenen Agrarmarketing, Tourismusmarketing und Investment Promotion/Business Location?)

stretto accordo e collaborazione con i dipartimenti Sales e Development attraverso iniziative mirate.

A tal fine è necessario che Corporate Communication

- garantisca la produzione di strumenti di comunicazione in linea con la corporate identity di IDM
- curi un'intensa attività di ufficio stampa dal forte orientamento strategico (programma annuale di relazioni con la stampa)
- avvii iniziative proprie che abbiano un impatto positivo sul brand IDM [ristrutturazione del sito, introduzione e cura di nuovi canali social (ad es. LinkedIn) ecc.]
- incrementi, rispetto al passato, l'utilizzo di materiali visuali (in particolare motion graphics, video e foto) capaci di trasmettere all'esterno immagini sempre attuali delle attività di IDM. L'impiego di tali strumenti conferirà inoltre a IDM un'immagine più fresca, simpatica e dinamica. Freschezza, simpatia e dinamismo avranno ripercussioni positive anche a livello di comunicazione interna.

Marchi: classificazione chiara e condivisa

Tutte le misure sopra esposte descrivono aspetti puramente operativi e privi di una strategia di fondo se IDM Alto Adige non sarà disposta, nel 2018, a porsi le seguenti (e forse dolenti) domande e a trovare risposte convincenti:

- Esiste un ordine chiaro per tutti i marchi gestiti da IDM e qual è il ruolo del marchio IDM in tale contesto?
- I ruoli dei singoli marchi e i loro rapporti interni/reciproci sono definiti chiaramente? (Ad esempio, che rapporto sussiste tra il marchio Alto Adige e il marchio NOI, e che significato riveste tale legame per le attività svolte a livello di Marketing agroalimentare, Marketing del turismo e Investment Promotion/Business Location?)

- Gibt es eine klare Systematik der Markenintegration für alle zukünftigen Entwicklungen (Stichwort Außenstellen NOI Techpark)?

Nur wenn wir diese zentralen Fragen klären und die IDM-Markenwelt ganzheitlich ordnen, können wir Identifikation und Orientierung für Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen schaffen. Dazu benötigt IDM professionelle Unterstützung durch eine Agentur. Da in puncto Positionierung, Werte etc. bereits wertvolle Vorarbeit geleistet wurde, kann hier gemeinsam mit einer noch auszuwählenden Agentur eine positive Entwicklung angestoßen werden, die anfangs sicher mühevoll, dann aber absolut zielführend ist.

BRAND MANAGEMENT “DACHMARKE SÜDTIROL”

Neben der Verwaltung und Abwicklung von Anfragen für die Nutzung der Dachmarke Südtirol wird auch an der konstanten Weiterentwicklung und strategischen Ausrichtung der Dachmarke gearbeitet. Dabei ist es uns ein Anliegen, die Kernbotschaften der Marke und ihre Profilierung sauber zu halten, sie von Verwässerung zu schützen und ihre erworbene Strahlkraft in die Zukunft zu tragen. Für 2018 stehen daher folgende Themen im Fokus:

- Implementierung der Markenarchitektur für Erlebnisräume und Regionalmarken
- Überarbeitung Corporate Design Südtirol (Handbuch)
- Betreuung der neuen Anwendergruppen Handwerk und Naturkosmetik
- Betreuung der Ableitung „Südtiroler Apfel“
- Betreuung der Website www.dachmarke-suedtirol.it
- Umsetzung von Produktlizenzverträgen sowie des Vertriebsnetzes für Südtirol-Gadgets

- È riconoscibile una strategia per l'integrazione dei marchi in rapporto a tutti gli sviluppi futuri (ad esempio sedi esterne NOI Techpark)?

Solo se sapremo trovare risposte a queste domande fondamentali e sapremo inserire i marchi IDM in una struttura ordinata, daremo a clienti e collaboratori la possibilità di orientarsi e identificarsi con il mondo IDM. A tal fine IDM necessita di assistenza professionale da parte di un'agenzia. Considerato l'ottimo lavoro preparatorio già svolto in materia di posizionamento, valori ecc. e con il supporto di un'agenzia ancora da selezionarsi sarà possibile innescare uno sviluppo positivo, inizialmente di sicuro difficoltoso ma in seguito assolutamente proficuo.

BRAND MANAGEMENT “MARCHIO OMBRELLO ALTO ADIGE”

Oltre all'amministrazione e al disbrigo delle richieste sull'utilizzo del marchio ombrello, lavoriamo costantemente allo sviluppo e al posizionamento strategico del marchio ombrello Alto Adige. In tale contesto riteniamo fondamentale mantenere intatti i messaggi centrali e il profilo del marchio, proteggerli da attenuazioni e preservarne la forza acquisita anche in futuro. Nel 2018 pertanto saranno fondamentali i seguenti temi:

- Nel 2018 l'attenzione è rivolta all'implementazione dell'architettura del marchio per le aree esperienziali e i marchi regionali
- revisione del corporate design Alto Adige (manuale)
- assistenza ai nuovi gruppi di utenti Artigianato e Cosmesi naturale
- cura del marchio derivato “Mela Alto Adige”
- cura del sito www.marchioombrello-altoadige.it
- attuazione dei contratti di licenza del prodotto e della rete di vendita per i gadget Alto Adige

1.2 Tätigkeitsprogramm

1.2 Programma di attività

Tätigkeiten	Ausgaben 2018
Management	
Corporate Communication	349.200 €
Geschaeftsleitung	145.000 €
Human Resources	244.000 €
Quality Mgmt & Controlling	146.400 €
Strategy	75.000 €
Ausgaben Management	959.600 €

2. ADMINIS- TRATION

2.1 Maßnahmen

FINANZBUCHHALTUNG UND PERSONALVERWALTUNG

Der Bereich ist für die Erstellung des Budgets, für die Führung der zivilrechtlichen Buchhaltung und der Kostenbuchhaltung sowie für das monatliche Reporting an die Geschäftsleitung zur laufenden Budgetsituation zuständig. Er sorgt für die termingerechte Verbuchung der Lieferantenrechnungen und Ausstellung der Kundenrechnungen sowie für die Zahlung der entsprechenden Verbindlichkeiten und das Einholen der Forderungen. Zudem werden die Beziehungen zum Kollegium der Rechnungsprüfer gepflegt. Als Highlights des Jahres 2018 werden folgende Maßnahmen umgesetzt:

Lohnbuchhaltung

Nachdem die gesamte Vorarbeit und Berechnung der Löhne mangels Möglichkeit einer effizienten und funktionierenden Auslagerung bereits im Haus durchgeführt wird, planen wir, ab 01.01.2018 auch den letzten Schritt im Workflow – die Ausarbeitung und das Ausdrucken der Lohnstreifen – intern abzuwickeln. Somit werden Synergieeffekte und Kosteneinsparungen erzielt.

Betriebsabkommen

Aufgrund der Abschaffung der Lohngutscheine für gelegentliche Mitarbeiter (Voucher) ist ein Betriebsabkommen mit den Gewerkschaften abzuschließen, um die befristete Aufnahme von gelegentlichen Mitarbeitern (z. B. Standpersonal für Messeveranstaltungen) zu ermöglichen.

Aufbau des CRM-Moduls für die Verwaltung der Personalakte

In Zusammenarbeit mit dem Bereich QM & Controlling wird ein neues Modul innerhalb des

2. ADMINIS- TRATION

2.1 Attività

CONTABILITÀ E AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

Il reparto è responsabile della definizione del budget, della contabilità civilistica, della contabilità analitica e della relazione di bilancio mensile stilata per la Direzione. Garantisce inoltre la contabilizzazione entro i termini prefissati delle fatture di fornitura e l'emissione di fatture per i servizi forniti, così come il pagamento dei debiti e la riscossione di crediti. Il reparto cura i rapporti con il Collegio dei revisori dei conti. I temi principali del 2018 saranno:

Contabilità salariale

Dal momento che, in assenza di una valida ed efficiente alternativa esterna, l'intero lavoro preliminare e il calcolo delle retribuzioni viene già ora svolto internamente, a partire dal 1° gennaio 2018 prevediamo di eseguire internamente anche l'ultimo passaggio del work flow, ovvero l'elaborazione e la stampa delle buste paga. L'operazione produrrà effetti di sinergia e una riduzione dei costi.

Accordo aziendale

In seguito all'abolizione dei voucher per collaboratori occasionali si rende necessario concludere un accordo con i sindacati per stabilire i termini dell'assunzione a tempo determinato di collaboratori occasionali (ad es. personale per gli stand durante gli eventi fieristici).

Realizzazione del modulo CRM per l'amministrazione degli atti di gestione del personale

CRM von IDM entwickelt, das die Personalverwaltung optimieren wird.

DMEs (Destinationsmanagementeinheiten)
Einbindung der neuen Strukturen in die IDM-Verwaltung (Bestellwesen, Freigabe von Lieferantenrechnungen, Präsenzerfassung, Freigabe von Urlauben durch Vorgesetzte, Außendienstregelungen und -abrechnungen).

Verwaltung des Südtiroler Gästecard-Systems
Der Bereich wird die monatliche Rechnungsstellung des Nächtigungsbeitrages von 0,80 Euro + MwSt. pro Gast pro Nacht zu Lasten der Südtiroler Beherbergungsbetriebe übernehmen und die Einnahmen über ein SEPA-Lastschrift-Mandat verwalten. Dies geschieht vorwiegend durch die Verrechnung in gebündelter Form über die Tourismusvereine vor Ort.

Digitale Dokumentenverwaltung
Der Bereich wird sich weiterhin für eine informatische Anpassung der Dokumentenverwaltungssysteme von IDM bemühen. Als konkreter Schritt in diese Richtung wird ein digitales Protokollierungs- und Archivierungssystem für die steuerrechtlichen Dokumente sowie für die Unterlagen in Zusammenhang mit der Verwaltung der bezuschussten Dienstleistungen von IDM (DL, die eine öffentliche Beihilfe beinhalten) eingeführt.

RECHTSANGELEGENHEITEN UND VERTRÄGE

Der Bereich unterstützt die Geschäftsleitung sowie die einzelnen Bereiche bei der Erstellung von Verträgen und Akten. Er ist für die Abwicklung von Ausschreibungen für Lieferungen und Dienstleistungen sowie für die Auswahlverfahren für das Personal zuständig. Er sorgt für die Umsetzung der gesetzlichen Bestimmungen zur Transparenten Verwaltung, zur Vorbeugung der Korruption, zum Datenschutz und zur Arbeitssicherheit. Der Bereich unterstützt die IDM-Gremien sowie die Führungskräfte bei der Erstellung der

In collaborazione con il reparto QM & Controlling è previsto lo sviluppo di un nuovo modulo all'interno del CRM di IDM finalizzato all'ottimizzazione della gestione del personale.

DME: Unità di management della destinazione
Integrazione delle nuove strutture all'interno dell'Amministrazione di IDM (ordini, approvazione delle fatture di fornitura, rilevazione presenze, approvazione di ferie da parte del diretto superiore, regolamento e note spese per i servizi fuori sede).

Gestione del sistema "Card per gli ospiti" dell'Alto Adige
Il reparto si occuperà dell'emissione mensile delle fatture a carico delle strutture ricettive per la tassa di soggiorno, pari a 0,80 € + IVA per persona a notte e gestirà inoltre le entrate tramite mandato per addebito diretto SEPA. Ciò avviene principalmente attraverso fatturazione congiunta tramite le associazioni turistiche sul luogo.

Gestione digitale della documentazione
Il reparto proseguirà gli sforzi intrapresi di adeguamento informatico dei sistemi di gestione della documentazione di IDM. Un passo concreto in questa direzione è rappresentato dall'introduzione di un sistema di protocollo e archiviazione digitale della documentazione fiscale e della documentazione relativa alla gestione dei servizi sovvenzionati di IDM (servizi che includono un finanziamento pubblico).

QUESTIONI LEGALI E CONTRATTI

Il reparto fornisce assistenza alla Direzione e ai singoli reparti nella redazione di atti e contratti. Esso è inoltre responsabile della gestione dei bandi per forniture e servizi e delle procedure di selezione del personale. Il reparto garantisce la corretta attuazione delle norme in materia di trasparenza amministrativa, prevenzione della corruzione, tutela della privacy e sicurezza sul lavoro e fornisce inoltre assistenza agli organi interni e alla dirigenza di IDM nell'esecuzione di misure amministrative. I temi principali del 2018 saranno:

Verwaltungsmaßnahmen. Als Highlights des Jahres 2018 werden folgende Maßnahmen umgesetzt:

Beilegung von Streitfällen und Klärung der Rechtsnatur von IDM

IDM hat 2017 eine hierarchische Beschwerde beim Verwaltungsrat des NISF (INPS) eingereicht, die die von Amts wegen vorgenommene Änderung der fürsorgerechtlichen Einstufung von IDM betrifft. Der Bereich wird sich weiterhin um eine schnelle Beilegung des Streitfalls bemühen. IDM wird in Zusammenhang mit steuer-, vergabe-, beihilfe- und fürsorgerechtlichen sowie verwaltungstechnischen Fragen von den zuständigen Behörden nicht immer einheitlich eingestuft: IDM wird jeweils einer rein privaten Körperschaft (wie eine AG), einer Einrichtung des öffentlichen Rechts (wie z. B. die Sonderbetriebe der Handelskammern und der Regionen) oder einer rein öffentlichen Behörde (wie z. B. das Land oder die Handelskammer) gleichgestellt. Der Bereich wird sich für eine definitive Klärung der Rechtsnatur von IDM einsetzen.

Ausschreibungen

Neben den laufenden Ausschreibungen für Dienstleistungen und Lieferungen wird der Bereich im Jahr 2018 in Zusammenarbeit mit der Abteilung Marketing insbesondere die Ausschreibungen für die Kreativ-, Media- und PR-Agenturen planen und veröffentlichen, wobei eine optimale Gliederung nach Themen, Gebieten (für ganz Südtirol bzw. für einzelne Regionen Südtirols) und Destinationen angestrebt wird.

Zudem wird der Bereich die Abteilung Sales bei der Erstellung der technischen Unterlagen (Dienstleistungsbeschreibung, Qualitätskriterien und deren Gewichtung) für die Ausschreibung zum Messestandbau unterstützen und diese Ausschreibung über die Vergabeagentur des Landes veröffentlichen.

Conciliazione di controversie e chiarimento della natura giuridica di IDM

Nel 2017 IDM ha presentato un ricorso gerarchico presso il Consiglio di amministrazione dell'INPS in relazione alla modifica d'ufficio dell'inquadramento previdenziale di IDM. Il reparto proseguirà i propri sforzi volti a una rapida conciliazione della controversia.

IDM non viene sempre inquadrata, da parte delle autorità competenti, in modo omogeneo rispetto a questioni di diritto tributario, di diritto amministrativo (appalti e sovvenzioni) e previdenziale o a questioni di natura tecnico-amministrativa. In particolare IDM viene equiparata alternativamente a un ente esclusivamente privato (analogo a una SpA), a un ente di diritto pubblico (analogo alle aziende speciali delle Camere di commercio e delle regioni) o a un ente pubblico in senso stretto (analogo all'Amministrazione provinciale o alla Camera di Commercio). Il reparto si adopererà affinché si giunga a un chiarimento definitivo della natura giuridica di IDM.

Bandi di concorso

Oltre ai bandi in corso per servizi e forniture, nel 2018 il reparto definirà e pubblicherà, in collaborazione con il dipartimento Marketing, i bandi di concorso per le agenzie creative, pubblicitarie e di PR. In tale contesto puntiamo a una strutturazione ottimale basata per temi, ambiti (l'intero Alto Adige o le singole aree) e mercati di destinazione.

Il reparto fornirà inoltre assistenza al dipartimento Sales nella preparazione della documentazione tecnica (descrizione del servizio, criteri di qualità e relativa importanza) per i bandi nel campo delle infrastrutture fieristiche e pubblicherà il bando stesso tramite l'Agenzia per i contratti pubblici della Provincia.

ICT & FACILITY-MANAGEMENT

Der Bereich ist für die Verwaltung der Hardware- und Softwareinfrastruktur sowie für die Verwaltung der Betriebssitze und Anlagen zuständig. Zu diesen Themen wird auch der interne Helpdesk-Dienst gewährleistet. Als Highlights des Jahres 2018 werden folgende Maßnahmen umgesetzt:

Neues IDM Virtual Data Center (Serverinfrastruktur)

IDM wird eine neue Serverinfrastruktur anmieten, auf der die gesamten IT-Dienstleistungen des Sonderbetriebes laufen werden. Diese Infrastruktur wird die derzeitige veraltete physische Infrastruktur ersetzen.

Disaster Recovery System

Im Zuge der Einführung der neuen Serverinfrastruktur wird aus Sicherheitsgründen (Daten) auch ein neues Disaster Recovery System aufgebaut.

VDI Virtual-Desktop-Infrastruktur

Um die Mobilität der IDM-Mitarbeiter zu unterstützen und das Prinzip „Das Büro folgt dem Mitarbeiter“ zu gewährleisten, wird ein VDI-System eingeführt. Dieses wird den Zugriff auf die gesamten Betriebsdaten vereinfachen.

IT Privacy

Der Bereich wird die ICT-Infrastruktur an die neuen Privacy-Bestimmungen 2018 anpassen. Diese Maßnahme wird in enger Zusammenarbeit mit dem Bereich für Rechtsangelegenheit umgesetzt.

Erweiterung der Facility-Management-Systeme auf die neuen IDM-Sitze (DMEs und NOI Techpark)

Die neuen Sitze von IDM, die aus der Übernahme der DMEs und dem Betreiben des NOI Techpark resultieren, werden in die Facility-Management-Systeme eingegliedert, um ein einheitliches Vermögensmanagement sowie Gebäudesicherheitssystem zu gewährleisten.

ICT & FACILITY MANAGEMENT

Il reparto è incaricato della gestione dell'infrastruttura informatica (hardware e software), nonché delle sedi e degli impianti aziendali. In questo campo viene offerto anche un servizio interno di helpdesk. Nel 2018 il focus è rappresentato dall'attuazione delle seguenti misure:

Nuovo Virtual Data Center (infrastruttura server) di IDM

IDM affitterà una nuova infrastruttura server che verrà utilizzata per processare tutti i servizi di IT dell'azienda. Il nuovo server andrà a sostituire l'infrastruttura fisica attuale, ormai datata.

Disaster Recovery System

Per motivi di sicurezza (dati), l'introduzione della nuova infrastruttura server sarà affiancata dall'implementazione di un nuovo Disaster Recovery System.

VDI Virtual Desktop Infrastructure

Al fine di promuovere la mobilità dei collaboratori IDM e in linea con il principio "l'ufficio segue il collaboratore" è prevista l'introduzione di un sistema VDI. Il nuovo sistema agevolerà l'accesso all'intera banca dati aziendale.

IT Privacy

Il reparto assicurerà l'adeguamento dell'infrastruttura ICT alle nuove disposizioni in materia di tutela della privacy. L'attuazione di questa misura avverrà in stretta collaborazione con il reparto legale.

Ampliamento del sistema di Facility Management alle nuove sedi IDM (DME e NOI Techpark)

Le nuove sedi IDM, createsi a partire dall'incorporazione delle DME e dalla gestione del NOI Techpark, verranno integrate nel sistema di Facility Management esistente al fine di garantire la gestione unitaria del patrimonio e del sistema di sicurezza degli edifici.

STRUKTURKOSTEN – COSTI DI STRUTTURA

Strukturkosten	2018
Administration	6.181.886 €
Facility Management	2.362.750 €
Allgemein	78.324 €
DME Mitte	91.060 €
DME West	96.708 €
DME Ost	146.561 €
Handelskammer	578.628 €
Max Valier	116.000 €
NOI TechPark (Gründerzentrum)	303.869 €
NOI TechPark (Development)	951.600 €
FIBU	120.000 €
Arbeitsrechtsberater/Lohnbuchhaltung	15.000 €
Software WKI (Lohnbuchhaltung, Steuererklärungen)	10.000 €
Steuervertreter DE	5.000 €
Wirtschaftsberater	30.000 €
Buchhaltungsprogramm (inkl. VDI)	52.000 €
Schulungen und Personalisierungen Buchhaltungsprogramm	8.000 €
Rechtsangelegenheiten	230.000 €
Assicurazioni	150.000 €
Consulenze	30.000 €
Patrocinio Legale	50.000 €
Verwaltung - Gemeinkosten	2.125.400 €
Abschreibungen	300.000 €
Abwertung Kundenforderungen	30.000 €
Aktive Zinsen	-50.000 €
Außendienste	670.000 €
außerordentliche Spesen	30.000 €
Bankspesen	15.000 €
Bueromaterial	25.000 €
Datenbanken (Geschäftsinformationen)	10.000 €
Direkte Steuern (IRES, IRAP)	500.000 €
Fee's Reiseplanung	20.000 €
gelegentliche Mitarbeiter	10.000 €
indirekte Steuern und Gebuehren	30.000 €
Mensadienst	250.000 €
Post- & Kurierdienst	30.000 €
Reserveposten für Risiken	0 €
Software	5.000 €
Übersetzungen	5.000 €
Wechselkurs Verluste	5.000 €
Fuhrpark IDM	88.000 €
Fuhrpark DME	90.000 €
Kraftstoff Fuhrpark IDM	22.400 €
Kraftstoff Fuhrpark DME	40.000 €
Funding Programmes & EU Projects	15.000 €
Consulenze	15.000 €
ICT	1.328.736 €
IDM Zental	1.075.986 €
IDM Außensitze	252.750 €

Strukturkosten	2018
Management	959.600 €
Corporate Communication	349.200 €
Audiovisuelle PMS	87.500 €
Dienste von Dritte	74.700 €
Gadget	12.500 €
Homepage	64.900 €
IDM Print	33.100 €
Inserate & Werbung	51.500 €
Mediamonitoring	25.000 €
Geschaeftsleitung	145.000 €
Aufsichtsrat	50.000 €
Rapäsentationsspesen	10.000 €
sonstige Gremien	5.000 €
Verwaltungsrat	80.000 €
Human Resources	244.000 €
Weiterbildung	158.600 €
Personalauswahl & -einstellung	40.260 €
Teamevents & Sonderprojekte	45.140 €
Quality Mgmt & Controlling	146.400 €
Assistenza e nuovo progetto CRM	146.400 €
Strategy	75.000 €
sonstige DL	75.000 €
Gesamtergebnis	7.141.486 €

2.2 Tätigkeitsprogramm

2.2 Programma di attività

Tätigkeiten	Ausgaben 2018
Administration	
Facility Management	2.362.750 €
FIBU	120.000 €
Rechtsangelegenheiten	230.000 €
Verwaltung - Gemeinkosten	2.125.400 €
Funding Programmes & EU Projects	15.000 €
ICT	1.328.736 €
Ausgaben Administration	6.181.886 €

ANHÄNGE

Anhang 1 – Allegato 1

IDM-Dienstleistungen EXPORTFÖRDERUNG**Richtlinien zu den Dienstleistungen der IDM Südtirol – Alto Adige im Bereich der Internationalisierung (genehmigt mit Beschluss des Verwaltungsrates Nr. 034 vom 23.02.2017)****1. Prämisse**

Die IDM Südtirol – Alto Adige (nachfolgend IDM) beabsichtigt die Gewährung von Beihilfen an einheimische Unternehmen in Form von begünstigten Dienstleistungen zu reglementieren, wie in der Vergangenheit bereits von der EOS vorgenommen.

Die vorliegenden Richtlinien regeln die Zugangskriterien zu den im Bereich Internationalisierung angebotenen Dienstleistungen der IDM an die lokalen Unternehmen und sehen in diesem Zusammenhang Beihilfen im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 1407/2013 der Kommission vom 18. Dezember 2013 in Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union bzgl. „de minimis“-Beihilfen sowie im Rahmen der allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 651/2014 der Kommission vom 17. Juli 2014 vor.

Für all jene Aspekte, die nicht ausdrücklich in den vorliegenden Richtlinien geregelt sind, wird auf die oben genannten Verordnungen verwiesen. Auf jeden Fall kann keine Bestimmung der vorliegenden Richtlinien im Widerspruch mit den genannten Verordnungen ausgelegt werden.

Die Beihilfen werden innerhalb der Verfügbarkeit der finanziellen Mittel der IDM vergeben.

2. Ziel

Die IDM setzt sich zum Ziel, die internationale Ausrichtung der Südtiroler Betriebe zu steigern, wobei der Fokus insbesondere auf KMUs gesetzt wird. Durch das Angebot von gezielten Dienstleistungen sollen die Bestrebungen von Unternehmen unterstützt werden, die die Aufnahme oder die Neuorientierung von Geschäftsbeziehungen im nationalen und inter-

Linee guida ai servizi di Internazionalizzazione offerti da IDM Südtirol – Alto Adige (approvate con deliberazione del Consiglio di amministrazione dd. 23.02.2017, n. 034)**1. Premessa**

IDM Suedtirol - Alto Adige (qui di seguito IDM) intende regolamentare la concessione di aiuti alle imprese del territorio sotto forma di servizi agevolati in materia di internazionalizzazione, come già realizzato da EOS in passato.

Le presenti linee guida disciplinano pertanto le modalità di accesso ai servizi in materia di internazionalizzazione offerti da IDM alle imprese locali e prevedono in tale contesto aiuti ai sensi del Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013 relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea agli aiuti d'importanza minore («de minimis») nonché ai sensi del Regolamento generale di esenzione per categoria n. 651/2014 della Commissione del 17 luglio 2014.

Per quanto non previsto dalle presenti linee guida si rimanda ai regolamenti suddetti. In ogni caso nessuna disposizione dalle presenti linee guida può essere interpretata in maniera difforme da quanto stabilito da tali regolamenti.

Gli aiuti vengono concessi fino all'esaurimento delle risorse disponibili di IDM.

2. Obiettivo

IDM ha quale obiettivo l'incremento dell'internazionalizzazione delle aziende altoatesine in generale e in particolare delle imprese medio - piccole. Attraverso l'offerta di servizi mirati, IDM contribuisce al perseguimento degli obiettivi delle imprese. I servizi offerti hanno per oggetto l'acquisizione o il reindirizzamento di relazioni commerciali in ambito nazionale ed internazionale. Le aziende

nationalen Rahmen zum Ziel haben. Die Unternehmen werden bei der Planung sowie Umsetzung ihres Internationalisierungskonzeptes unterstützt und zielorientiert und nachhaltig in Zielmärkte begleitet.

3. Allgemeine Kriterien

Zu den Dienstleistungen der IDM zugelassen sind:

- in jeder beliebigen Form gegründete Unternehmen mit Rechtssitz und zudem zumindest einer Betriebsstätte in Südtirol, vorausgesetzt, sie sind ordnungsgemäß im Handelsregister der Handelskammer Bozen eingetragen und haben die Jahresgebühr ordnungsgemäß entrichtet;
- in Südtirol ansässige Freiberufler, welche zu MwSt.-Zwecken in Italien erfasst und in einem Berufsverzeichnis der Autonomen Provinz Bozen eingetragen sind.

Beide Kategorien werden in den Richtlinien allgemein als „Unternehmen“ bezeichnet.

Nicht zu den Dienstleistungen der IDM zugelassen sind Rechtssubjekte, die Zahlungsverzögerungen bei der IDM aufweisen (Toleranz: 30 Tage ab Rechnungsdatum).

Zu den Dienstleistungen der IDM, welche eine Beihilfe im Sinne der allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 651/2014 der Kommission vom 17. Juli 2014 mit sich bringen, sind nicht zugelassen:

- a) Rechtssubjekte, die sich in Auflösung oder in freiwilliger Liquidation befinden oder Insolvenzverfahren unterworfen sind, wie Konkurs, Zwangsliquidation im Verwaltungsweg, Ausgleich, Geschäftsaufsicht oder außerordentliche Verwaltung; sowie „Unternehmen in Schwierigkeiten“ wie in der allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 651/2014 der Kommission vom 17. Juli 2014 definiert werden;
- b) die einer Rückforderungsentscheidung aufgrund einer vorhergehenden Kommissionsentscheidung bezüglich Rechtswidrigkeit und Unvereinbarkeit einer Beihilfe mit dem gemeinsamen Markt nicht Folge geleistet haben oder

ricevono sostegno sia nella fase di pianificazione sia all'atto di implementare il loro concetto di internazionalizzazione e sono seguite costantemente e in maniera mirata nel loro ingresso nei mercati di interesse.

3. Criteri generali

Possono accedere ai servizi offerti dall'IDM:

- imprese, in qualsiasi forma costituite, con sede legale ed inoltre almeno una sede operativa in Provincia di Bolzano, purché regolarmente iscritte nel registro delle imprese della Camera di commercio di Bolzano ed in regola con il pagamento del diritto annuale;
- liberi professionisti residenti in Alto Adige, registrati ai fini IVA in Italia e iscritti in un albo professionale della Provincia Autonoma di Bolzano.

Entrambe le categorie vengono genericamente indicate nelle presenti linee guida con il termine di “imprese”.

Non possono accedere ai servizi offerti da IDM i soggetti con fatture scadute nei confronti di IDM (tolleranza: 30 giorni da data fattura).

Ai servizi offerti da IDM, che comportano un'agevolazione ai sensi del Regolamento generale di esenzione per categoria n. 651/2014 della Commissione del 17 luglio 2014, non possono accedere:

- a) i soggetti in stato di scioglimento o liquidazione volontaria o sottoposti a procedure concorsuali, quali fallimento, liquidazione coatta amministrativa, concordato preventivo, amministrazione controllata o straordinaria; nonché le “imprese in difficoltà” così come definite nel Regolamento generale di esenzione per categoria N. 651/2014 della Commissione del 17 Luglio 2014;
- b) le imprese destinatarie di un ordine di recupero pendente a seguito di una precedente decisione della Commissione che dichiara un aiuto illegale e incompatibile con il mercato comune o che non hanno

die die Beihilfen nicht zurückbezahlt oder nicht auf einem geschlossenen Konto deponiert haben;

depositato in un conto bloccato gli importi soggetti a restituzione;

Die IDM behält sich das Recht vor, die erforderlichen Anforderungen der Betriebsstätte zu überprüfen und demzufolge die Beihilfe nicht zu gewähren bzw. zu widerrufen.

IDM si riserva il diritto di verificare che la sede operativa abbia i requisiti richiesti e, di conseguenza, di non concedere o revocare l'aiuto all'impresa richiedente.

Unternehmen in der Anfangsphase (sogenannte Start-ups) oder Unternehmen, welche noch keinen Sitz in Südtirol haben, dies aber beabsichtigen, müssen die Anforderung des Rechtssitzes bzw. der Betriebsstätte in der Autonomen Provinz Bozen (sowie die Eintragung im Handelsregister der Handelskammer Bozen und die Zahlung der Jahresgebühr) innerhalb von 60 Tagen ab Anfrage auf Beihilfe und in jedem Fall vor Auszahlung der Beihilfe erfüllen, welche von derselben Anforderung abhängig ist.

Per le imprese in fase di avviamento (cosiddette start-up) o per le imprese non ancora insediate in Alto Adige ma che intendono farlo, il requisito della sede legale o sede operativa in Provincia Autonoma di Bolzano (così come l'iscrizione nel registro delle imprese della Camera di commercio di Bolzano ed il regolare pagamento del diritto annuale) deve essere posseduto entro 60 gg. dalla richiesta di agevolazione e comunque prima della data di erogazione dell'agevolazione, la quale è a questo subordinata.

Die von der IDM erbrachte Dienstleistung muss dabei direkt die Tätigkeit des Betriebes betreffen, welcher die oben genannten Voraussetzungen erfüllt.

I servizi offerti da IDM devono essere attinenti all'attività dell'azienda e quest'ultima deve possedere i requisiti di accesso ai servizi di cui sopra.

Für die Klassifizierung der Wirtschaftstätigkeiten gilt die am 1. Jänner 2008 in Kraft getretene ATECO-Klassifikation 2007.

Per la classificazione delle attività economiche si fa riferimento alla classificazione delle attività economiche ATECO 2007, entrata in vigore il 1° gennaio 2008.

Die von der IDM angebotenen Dienstleistungen sind an alle Unternehmen gerichtet, sind aber insbesondere für KMUs gedacht. Sind KMUs, die Unternehmen sowie in der Anlage I der allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 651/2014 der Kommission vom 17. Juli 2014 definiert werden. Dies sind beispielsweise:

I servizi offerti da IDM sono diretti a tutte le imprese ma in particolare alle piccole e medie imprese (PMI). Sono PMI quelle così definite dall'Allegato I al Regolamento generale di esenzione per categoria N. 651/2014 della Commissione del 17 Luglio 2014, al quale si fa rinvio. A titolo indicativo sono:

- Kleinstunternehmen: Unternehmen, die weniger als zehn Mitarbeiter und einen Jahresumsatz oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens zwei Mio. Euro haben.
- Kleine Unternehmen: Unternehmen, die weniger als 50 Mitarbeiter und einen Jahresumsatz oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens zehn Mio. Euro haben;
- Mittlere Unternehmen: Unternehmen, die weniger als 250 Mitarbeiter und einen Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. Euro oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens 43 Mio. Euro haben.

- microimprese: aziende il cui organico sia inferiore a dieci persone e il cui fatturato o il totale di bilancio annuale non superi due milioni di euro.
- piccole imprese: aziende il cui organico sia inferiore a 50 persone e il cui fatturato o il totale del bilancio annuale non superi dieci milioni di euro;
- medie imprese, aziende il cui organico sia inferiore a 250 persone e il cui fatturato non superi 50 milioni di euro o il cui totale di bilancio annuale non sia superiore a 43 milioni di euro.

Bei der Erbringung von Dienstleistungen durch die IDM kann es zu einer indirekten Förderung der betroffenen Unternehmen kommen.

Das vorliegende Reglement wurde unter Berücksichtigung der Landesgesetze der Autonomen Provinz Bozen Nr. 4 vom 13.02.1997 sowie der entsprechenden Anwendungsrichtlinien verfasst, mit dem Ziel der Koordinierung und Durchführung zusätzlicher Maßnahmen zur Förderung der Internationalisierung.

Die IDM behält sich auf jeden Fall das Recht vor, die in diesen Richtlinien vorgesehenen Förderungen nicht zu gewähren, falls diese auf Grund einer Änderung der einschlägigen Bestimmungen nicht mehr zulässig sein sollten und übernimmt in diesem Zusammenhang keine Verantwortung.

Bei Erbringung von Dienstleistungen zu Gunsten öffentlicher Institutionen sowie zu Gunsten von Betrieben und Anstalten, die von öffentlichen Institutionen abhängen, wird immer eine volle Verrechnung der anfallenden externen Kosten vorgenommen.

Interessierte Unternehmen müssen zwecks Inanspruchnahme einer von der IDM angebotenen Dienstleistung die entsprechende Teilnahmeerklärung/Verträge ausfüllen und unterzeichnen. Die Teilnahmeerklärung beinhaltet die genaue Beschreibung der Dienstleistung sowie die Angabe der anfallenden Kosten und der möglichen Förderungen. Die Teilnahmeerklärung muss vor dem Anfang der Tätigkeiten abgegeben werden.

Die Überprüfung erfolgt auch auf der Grundlage von Eigenerklärungen.

La fornitura di servizi da parte di IDM può assumere i connotati di un'agevolazione indiretta nei confronti delle aziende richiedenti.

Nella stesura del presente regolamento si è tenuto presente quanto previsto dalle Leggi provinciali della Provincia Autonoma di Bolzano n. 4 del 13.02.1997 e dai relativi criteri applicativi, con l'obiettivo di coordinare e mettere in atto misure complementari di promozione dell'internazionalizzazione.

L'IDM si riserva in ogni caso la facoltà di non concedere le agevolazioni previste dalle presenti linee guida e non assume al riguardo alcuna responsabilità, qualora la concessione delle medesime agevolazioni non dovesse più essere consentita in seguito a modifiche della normativa applicabile.

Per i servizi a favore di istituzioni pubbliche oppure aziende o enti che dipendono da istituzioni pubbliche, i costi esterni sostenuti in relazione ai progetti saranno sempre fatturati per intero.

Per poter usufruire di uno dei servizi offerti dall'IDM, le aziende interessate devono compilare e firmare i relativi moduli di partecipazione/contratti. I moduli di partecipazione contengono una descrizione puntuale del servizio offerto e i relativi costi nonché le differenti possibilità di agevolazione. La domanda di partecipazione dovrà essere presentata prima dell'avvio dell'attività oggetto dell'agevolazione stessa.

La verifica dei requisiti richiesti è effettuata anche sulla base di autodichiarazioni.

4. Dienstleistungen

Die IDM bietet den Unternehmen folgende Dienstleistungen an:

4.1 Export Helpdesk (Information und Desk Research)

Der Export Helpdesk ist die zentrale Anlaufstelle für Fragen zum Thema Export. Hier werden vor allem Fragen zur Exportabwicklung beantwortet. Den Mitarbeitern steht dazu ein externer Expertenpool zur Seite.

Die **Informations- und Beratungsmaßnahmen** umfassen insbesondere folgende Themen:

- Zölle, Import- und Exportbestimmungen, Normen und Standards, Zahlungsverkehr, internationale Transporte und Speditionen
- Internationale Steuern und Recht (mit Unterstützung von Experten)
- Transportversicherung und Finanzen
- Länder- und Branchenberichte, Messeinformationen, Leitfäden zu Verträgen, Merkblätter und Adressen von Speditoren und Transporteuren sowie Übersetzern und Dolmetschern können angefragt werden, da die IDM Zugang zu verschiedenen Publikationen und Veröffentlichungen hat
- Desk-Recherchen: Die IDM führt einleitende Studien und Sekundär-Marktforschung durch Markt- und oder Brancheninformationen in Märkten außerhalb Italiens.

Falls im Rahmen der Informations- und Beratungstätigkeiten keine unmittelbar mit der erbrachten Dienstleistung zusammenhängenden Kosten entstehen (z.B. Informationen aus bereits bestehenden Datenbanken), wird die Dienstleistung den Unternehmen unentgeltlich angeboten und stellt keine im Sinne der „de minimis“-Verordnung Nr. 1407/2013 und der AGVO Nr. 651/2014 relevante Beihilfe dar.

4. Servizi

IDM offre alle imprese i seguenti servizi:

4.1 Export Helpdesk (informazione e Desk Research)

L'Export Helpdesk rappresenta il punto centrale per tutte le questioni in tema di export. Il servizio fornisce risposte a tutte le domande in tema di export. I collaboratori dell'Export Helpdesk sono anche affiancati da un pool di esperti esterni.

Le **iniziative di informazione e consulenza** riguardano in particolar modo i seguenti temi:

- Dogane, prescrizioni in materia di importazioni ed esportazioni, normative e standard, pagamenti, trasporti internazionali e spedizioni
- Imposte e diritto internazionale (con il supporto di esperti)
- Assicurazione delle merci da trasportare e finanze
- Relazioni per settori o paesi, informazioni su fiere, linee guida per contratti, opuscoli e indirizzi di spedizionieri e trasportatori nonché interpreti e traduttori. Tutto ciò grazie all'accesso a diverse riviste e pubblicazioni di settore
- Desk-Research: IDM esegue studi e ricerche preliminari di mercato utilizzando fonti secondarie. Oggetto della ricerca sono informazioni attuali e attendibili su mercati o settori al di fuori dell'Italia.

Nel caso in cui nell'ambito delle attività di informazione e consulenza non emergano costi connessi con il servizio fornito (ad es. informazioni presenti in banche dati già esistenti), il servizio è reso all'azienda in forma gratuita e non costituisce agevolazione rilevante ai fini del Regolamento "de minimis" n. 1407/2013 e del Regolamento generale di esenzione per categoria N. 651/2014.

Falls hingegen für die IDM direkte Kosten entstehen (z.B. für externe Berater, usw.), erfolgt eine Verrechnung zu Lasten des Unternehmens in Höhe von 30% der angefallenen Kosten, wobei im Jahr maximal Kosten in Höhe von 5.000 Euro pro Unternehmen zugelassen werden, was einer indirekten Förderung von 3.500 Euro entspricht. Hier fallen insbesondere Beratungen an, welche auf die Vermarktung von neuen oder schon vorhandenen Produkten bzw. auf die Bestimmung neuer Verkaufs- und Kooperationsmöglichkeiten gerichtet sind sowie Beratungen in Zusammenhang mit dem Abschluss von Verträgen mit Vertriebspartnern oder zur Anpassung der allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Förderung ist „de minimis“ relevant.

KMU's können alternativ zu einer „de minimis“ relevanten Förderung für eine Förderung in Anwendung von Artikel n. 18 der AGVO Nr. 651/2014 optieren: beihilfefähig sind in diesem Fall nur die Kosten der Beratungsleistung, wobei die Beihilfeintensität nicht 50% der förderungsfähigen Kosten überschreiten darf.

Die IDM organisiert in Zusammenarbeit mit dem WIFI der Handelskammer Bozen **Exportseminare**. Diese werden nur im Falle einer Mindestteilnehmerzahl durchgeführt und vermitteln Führungskräften und Mitarbeitern Südtiroler Unternehmen das notwendige Knowhow zum erfolgreichen Export.

Die Seminare werden den Teilnehmern kostendeckend verrechnet.

Die Teilnahme an Seminaren stellt keine im Sinne der „de minimis“-Verordnung Nr. 1407/2013 und der AGVO Nr. 651/2014 relevante Beihilfe dar.

4.2 Veranstaltungen

Die IDM organisiert Themen- und Länderveranstaltungen, welche der Wissensvermittlung und zur Förderung des Erfahrungsaustausches zwischen Südtiroler Exporteuren und Experten dienen. Sie helfen außerdem, Projekte und Dienste der IDM zu bewerben und stellen somit auch Kundenbindungsmaßnahmen dar.

In der Regel werden die von der IDM organisierten Veranstaltungen unentgeltlich angeboten, bei größeren Veranstaltungen kann auch

Nel caso in cui, al contrario, emergano per IDM costi direttamente riconducibili al servizio reso (ad es. consulenti esterni), questi sono imputati nella misura del 30% a carico dell'azienda richiedente con un limite annuo massimo di 5.000 euro per azienda, il che corrisponde a un'agevolazione pari a euro 3.500. Ciò avviene soprattutto nel caso di consulenze orientate a promuovere la commercializzazione di prodotti nuovi o già esistenti o ad individuare nuove possibilità di vendita e di cooperazione nonché nel caso di consulenze finalizzate alla sottoscrizione di contratti con partner commerciali o all'adeguamento alle condizioni generali di contratto. L'agevolazione ricade nel regime "de minimis".

In alternativa ad un'agevolazione a titolo "de minimis", le **PMI** possono optare per un'agevolazione in applicazione dell'art.18 del Regolamento N. 651/2014: in tal caso le uniche spese ammissibili ai fini dell'agevolazione sono quelle per il servizio di consulenza. L'intensità dell'agevolazione non può superare il 50% dei costi agevolabili.

IDM organizza dei **seminari export**, in collaborazione con il WIFI della Camera di commercio di Bolzano. Queste iniziative hanno luogo solo in presenza di un numero minimo di partecipanti, sono rivolti ai dirigenti e ai collaboratori delle aziende altoatesine e sono finalizzati a trasmettere il know-how necessario per un export di successo.

Ai partecipanti viene richiesto un importo a copertura dei costi.

La partecipazione ai seminari non costituisce un'agevolazione rilevante ai fini del Regolamento "de minimis" n. 1407/2013 e del Regolamento N. 651/2014.

4.2 Manifestazioni

L'IDM organizza manifestazioni a tema e informative allo scopo di trasferire le conoscenze del settore e promuovere gli scambi di esperienze tra esportatori altoatesini ed esperti. Tali iniziative hanno per effetto la promozione di progetti e servizi offerti da IDM e la fidelizzazione dei clienti.

Di regola le manifestazioni organizzate da IDM hanno carattere gratuito. Tuttavia nelle iniziative di maggiore rilevanza può essere

eine Teilnahmegebühr verrechnet werden. Angemeldeten und nicht erschienenen Teilnehmern wird auch im Falle von unentgeltlichen Veranstaltungen eine Gebühr verrechnet.

Die Teilnahme an Themen- und Länderveranstaltungen stellt keine im Sinne der „de minimis“-Verordnung Nr. 1407/2013 und der AGVO Nr. 651/2014 relevante Beihilfe dar.

4.3 Exportprojekte

Exportprojekte sind individuell auf ein Unternehmen abgestimmte und maßgeschneiderte Markteinstiegsprogramme. Marktsondierung bzw. -analyse, Geschäftspartnersuche und Vorbereitung bzw. Begleitung bei der Geschäftsreise sind Bestandteil dieser Projekte, die in Zusammenarbeit mit IDM-Partnern weltweit ausgearbeitet werden.

Von der IDM werden ausschließlich die Kosten für den externen Dienstleister (Honorar und Reisespesen) übernommen und dem beteiligten Unternehmen zum Teil verrechnet, was eine indirekte Förderung durch die IDM mit sich bringt. Reise- und Verpflegungskosten des beteiligten Unternehmens, sowie eventuelle Marketingspesen (z.B. Kataloge und Werbeanzeigen) müssen von diesem in vollem Maße selbst übernommen werden.

Die IDM arbeitet hierbei in der Regel mit ausländischen Dienstleistern aus dem eigenen Partnernetzwerk bzw. mit ausländischen Dienstleistern, die von den beteiligten Unternehmen vorgeschlagen werden können.

Exportprojekte können sich über eine maximale Dauer von 3 Jahren erstrecken, wobei die Kosten für den ausländischen Dienstleister pro Kalenderjahr und bezogen auf ein und dasselbe Land nicht den Gesamtbetrag von 20.000 Euro überschreiten dürfen. Die indirekte Förderung durch die IDM hat einen degressiven Charakter und endet spätestens nach einer Unterstützung über drei Kalenderjahre. Dabei werden dem beteiligten Unternehmen im ersten Jahr 30% (indirekte Förderung im Ausmaß von 70%), im zweiten Jahr 50% (indirekte Förderung im Ausmaß von 50%) und im dritten Jahr 70% (indirekte Förderung im Ausmaß von 30%) der Kosten verrechnet. Die Intensität der Beihilfe ist abnehmend und darf keinesfalls einen dauerhaften oder periodischen Charakter haben.

richiesto un contributo di partecipazione. Un contributo è richiesto anche a coloro i quali pur essendosi iscritti ad iniziative gratuite, non vi hanno preso parte.

La partecipazione a manifestazioni a tema e su differenti paesi non costituisce agevolazione rilevante ai fini del Regolamento “de minimis” n. 1407/2013 e del Regolamento N. 651/2014.

4.3 Progetti export

I progetti export sono finalizzati all'ingresso nel mercato e sono tagliati su misura in base alle esigenze dell'azienda richiedente. Il servizio comprende sondaggi e analisi di mercato, ricerca di partner commerciali, preparazione e accompagnamento durante il viaggio. I programmi sono realizzati in collaborazione con i partner di IDM presenti in tutto il mondo.

IDM provvede ai costi del fornitore esterno (onorario e spese di viaggio) e ne addebita una parte alle imprese partecipanti, il che corrisponde a un'agevolazione indiretta attraverso IDM. Le spese di viaggio e di vitto dell'impresa partecipante così come le spese relative al marketing (ad es. cataloghi e inserzioni pubblicitarie) sono interamente a carico della stessa.

IDM lavora di regola con fornitori esteri appartenenti alla propria rete di partner o proposti dalle aziende partecipanti.

I progetti export possono protrarsi per un massimo di tre anni e i costi relativi al fornitore estero non possono superare l'ammontare di euro 20.000 per lo stesso paese/anno solare. L'agevolazione indiretta tramite IDM ha carattere decrescente e cessa al più tardi al termine di un affiancamento superiore ai tre anni solari. I costi sono quindi fatturati alle imprese partecipanti nella misura del 30% per il primo anno (agevolazione indiretta pari al 70%), del 50% nel secondo anno (agevolazione indiretta del 50%) e del 70% per il terzo anno (agevolazione indiretta del 30%). L'agevolazione è decrescente ed in nessun caso si può trattare di consulenze continuative o periodiche.

Im Jahr werden Kosten in Höhe von maximal 40.000 Euro pro Unternehmen zugelassen.

Die im Rahmen eines Exportprojektes für das beteiligte Unternehmen zustande kommende indirekte Förderung durch die IDM ist „de minimis“ relevant.

KMU's können alternativ zu einer „de minimis“ relevanten Förderung für eine Förderung in Anwendung von Artikel n. 18 der AGVO Nr. 651/2014 optieren: beihilfefähig sind in diesem Fall nur die Kosten der Beratungsleistung, wobei die Beihilfeintensität nicht 50% der förderungsfähigen Kosten überschreiten darf.

4.4 Unternehmerreisen

Bei den Unternehmerreisen wird eine Gruppe von Südtiroler Unternehmen ins Ausland oder zielführend in anderen Regionen Italiens begleitet. Anlass ist immer die Anbahnung von Geschäftskontakten, die auch im Rahmen einer Messe oder Konferenz erfolgen kann.

Die teilnehmenden Südtiroler Unternehmen müssen sich zur Förderung der gegenseitigen Kommunikation und Kooperation an die von der IDM festgelegten Konditionen anpassen (vorgegebener Zeitplan, gemeinsame Reise, Unterkunft im selben Hotel usw.).

Es handelt sich um Gemeinschafts- und Gruppenprojekte, an denen jeweils mindestens drei Südtiroler Unternehmen teilnehmen müssen.

Den teilnehmenden Unternehmen werden die Kosten in Höhe von 30% verrechnet, wobei auch die Reise-, Unterkunft- und Verpflegungskosten der teilnehmenden Unternehmen berücksichtigt werden. Dies gilt immer nur für eine Person pro teilnehmendes Unternehmen.

Bei zweimaligen Unternehmerreisen (z.B. selbe Länder oder selbe Sektoren) werden 50% der Kosten verrechnet.

Es wird kein jährlicher Maximalbetrag pro Unternehmen festgelegt.

Die im Rahmen der Unternehmerreisen zustande kommenden indirekten Förderungen zu Gunsten der beteiligten Unternehmen sind „de minimis“ relevant.

Sono ammessi costi per un massimo di euro 40.000 all'anno per ciascun'impresa partecipante.

La conseguente agevolazione indiretta a favore delle imprese partecipanti al progetto export ricade nel regime “de minimis”.

In alternativa ad un'agevolazione a titolo “de minimis”, le **PMI** possono optare per un'agevolazione in applicazione dell'art.18 del Regolamento N. 651/2014: in tal caso le uniche spese ammissibili ai fini dell'agevolazione sono quelle per il servizio di consulenza. L'intensità dell'agevolazione non può superare il 50% dei costi agevolabili.

4.4 Viaggi imprenditoriali

I viaggi imprenditoriali prevedono l'accompagnamento di un gruppo di imprese altoatesine all'estero o in altre regioni Italiane. Alla base dei viaggi imprenditoriali vi è sempre l'avvio di nuovi contatti commerciali che possono anche avvenire nell'ambito di fiere o conferenze.

Ai fini di una maggiore riuscita dell'iniziativa, le aziende partecipanti devono attenersi alle condizioni stabilite dall'IDM e improntate alla cooperazione e reciproca comunicazione (programma pattuito, viaggio in gruppo, pernottamento nello stesso hotel ecc.).

Questo tipo di progetti collettivi e di gruppo prevedono una partecipazione di minimo tre imprese altoatesine.

Le imprese partecipanti concorrono ai costi nella misura del 30%. Rientrano nel conteggio dei costi anche le spese di viaggio, vitto e alloggio delle imprese partecipanti. Quanto sopra si applica per massimo una persona per impresa partecipante.

Nel caso di imprese alla seconda partecipazione alla stessa missione (ad es. stesso Paese o stesso settore) sarà imputato il 50% delle spese.

Per questo tipo di iniziative non è previsto alcun tetto massimo per azienda.

Le agevolazioni indirette derivanti dai viaggi imprenditoriali e a favore delle imprese partecipanti sono rilevanti ai fini “de minimis”.

KMU's können alternativ zu einer de minimis relevanten Förderung für eine Förderung in Anwendung von Artikel n. 18 der AGVO Nr. 651/2014 optieren: beihilfefähig sind in diesem Fall nur die Kosten für die Vertriebspartnerrecherche & Organisation der B2B Gespräche (Beratungsleistungen), wobei die Beihilfeintensität nicht 50% der förderungsfähigen Kosten überschreiten darf.

4.5 Delegationsbesuche

Bei Delegationsbesuche werden potentielle Kunden, Importeure oder auch Journalisten nach Südtirol eingeladen. Somit bietet sich die Möglichkeit für die teilnehmenden Südtiroler Unternehmen, ihren Betrieb und ihre Produkte zu präsentieren.

Es handelt sich um Gemeinschafts- und Gruppenprojekte, an denen jeweils mindestens drei Südtiroler Unternehmen teilnehmen müssen.

Den teilnehmenden Unternehmen werden die Kosten in Höhe von 30% verrechnet. Bei zweimaligen Delegationen (z.B. selbe Länder oder selbe Sektoren) werden 50% der Kosten verrechnet.

Es wird kein jährlicher Maximalbetrag pro Betrieb festgelegt.

Die im Rahmen der Delegationsbesuche zustande kommenden indirekten Förderungen zu Gunsten der beteiligten Unternehmen sind „de minimis“ relevant.

KMU's können alternativ zu einer de minimis relevanten Förderung für eine Förderung in Anwendung von Artikels n. 18 der AGVO Nr. 651/2014 optieren: beihilfefähig sind in diesem Fall nur die Kosten für die Vertriebspartnerrecherche & Organisation der B2B Gespräche (Beratungsleistungen), wobei die Beihilfeintensität nicht 50% der förderungsfähigen Kosten überschreiten darf.

4.6 Firmenpool

Damit ein Firmenpool zustande kommt, müssen sich mindestens drei Südtiroler Unternehmen zwecks gemeinsamer Erschließung eines neuen Marktes zusammenschließen.

Unter der Moderation der IDM teilen sich die beteiligten Unternehmen im ausgewählten Ziel-

In alternativa ad un'agevolazione a titolo "de minimis", le **PMI** possono optare per un'agevolazione in applicazione dell'art. 18 del Regolamento N. 651/2014: in tal caso le uniche spese ammissibili ai fini dell'agevolazione sono quelle per la ricerca di partner commerciali e per l'organizzazione di colloqui B2B (servizi di consulenza). L'intensità dell'agevolazione non può superare il 50% dei costi agevolabili.

4.5 Delegazioni provenienti dall'estero

Tramite le delegazioni estere si invitano in Alto Adige potenziali clienti, importatori o anche giornalisti. In questo modo si offre la possibilità alle imprese altoatesine di presentare la propria azienda e i propri prodotti.

Si tratta di progetti collettivi o di gruppo per i quali è previsto un minimo di tre imprese altoatesine partecipanti.

Alle imprese partecipanti è addebitato il 30% dei costi. Nel caso di delegazioni che hanno luogo per la seconda volta per la stessa impresa (ad es. stesso Paese o stesso settore) sarà imputato il 50% delle spese.

Per questo tipo di iniziative non è previsto alcun tetto annuo massimo per azienda.

Le agevolazioni indirette a favore delle aziende partecipanti alle delegazioni sono rilevanti ai fini "de minimis".

In alternativa ad un'agevolazione a titolo "de minimis", le **PMI** possono optare per un'agevolazione in applicazione dell'art.18 de Regolamento N. 651/2014: in tal caso le uniche spese ammissibili ai fini dell'agevolazione sono quelle per consulenze volte alla ricerca di partner commerciali e per l'organizzazione di colloqui B2B (servizi di consulenza). L'intensità dell'agevolazione non può superare il 50% dei costi agevolabili.

4.6 Pool di imprese

Un pool di imprese nasce in presenza di almeno tre imprese altoatesine con l'intento di entrare congiuntamente in un nuovo mercato.

Sotto la guida di IDM, le imprese partecipanti condividono un medesimo consulente e proccacciatore d'affari nel mercato di riferimento,

markt einen gemeinsamen Berater und Geschäftsvermittler, erarbeiten dort gemeinsame Strategien und setzen Schwerpunkte.

Die maximale Dauer der Firmenpools beträgt drei Jahre, wobei die entsprechenden Verträge auf Jahresbasis abgeschlossen werden.

Die IDM übernimmt bei diesen Projekten ausschließlich die Kosten für den externen Dienstleister (Honorar und Reisespesen), welche den beteiligten Unternehmen zum Teil verrechnet werden. Alle anderen anfallenden Kosten, wie z.B. Marketingspesen, müssen von den beteiligten Unternehmen direkt und in vollem Maße übernommen werden.

Die Verrechnung durch die IDM erfolgt auf progressive Weise, wobei den beteiligten Unternehmen in der Regel im ersten Jahr insgesamt 30% der Kosten angelastet werden, mit dem Ziel, im zweiten und im dritten Jahr die Kosten jeweils in Höhe von 50% und 70% zu verrechnen. Die beteiligten Unternehmen zahlen dabei einen Basisbetrag, der für jeden gleich ist, sowie einen variablen Betrag, der vom Erfolg (Auftragsvolumen) des einzelnen Unternehmens abhängt. Der Restbetrag wird nach einem zwischen den Unternehmen vereinbarten Schlüssel aufgeteilt. Bei gleichem Auftragsvolumen aller beteiligten Unternehmen wird der variable Betrag ebenfalls zu gleichen Teilen aufgeteilt.

Das Gesamtbudget wird je nach Projekt festgelegt.

Die im Rahmen eines Firmenpools zustande kommenden indirekten Förderungen zu Gunsten der beteiligten Unternehmen sind „de minimis“ relevant.

definendo strategie comuni e priorità all'interno del nuovo mercato.

I pool di imprese hanno una durata massima di tre anni, mentre i contratti sono sottoscritti su base annuale.

Per questi progetti IDM provvede ai costi per il prestatore d'opera (onorario e spese di viaggio) e li fattura a sua volta alle aziende nella misura corrispondente. Ogni ulteriore costo come ad es. le spese per il marketing è interamente a carico delle imprese partecipanti.

La fatturazione dei costi da parte dell'IDM avviene in maniera progressiva: di regola il primo anno ai partecipanti si addebita il 30% dei costi, mentre per il secondo e il terzo anno si calcola rispettivamente il 50% e il 70% dei costi. Le aziende partecipanti pagano un importo base uguale per tutti e una quota individuale variabile a seconda del successo dell'iniziativa per l'azienda (in termini di volume ordinativi). Nel caso in cui il volume degli ordinativi risulti uguale per tutte le aziende partecipanti, la quota variabile sarà ripartita in maniera analoga tra tutti i partecipanti.

Il budget complessivo è attribuito sulla base del singolo progetto.

Le agevolazioni indirette derivanti da pool di aziende e a favore delle imprese partecipanti sono rilevanti ai fini "de minimis".

4.7 Export-Coach

Im Rahmen dieser Dienstleistung werden Exporteure über die IDM bei den ersten Schritten in neue Märkte von erfahrenen Export-Managern auf Zeit fachkundig begleitet und unterstützt.

Die Dauer der einzelnen Projekte beträgt ein Jahr mit Option auf ein weiteres Jahr und unterteilt sich in zwei Phasen:

- In der ersten Phase wird für das betroffene Unternehmen ein Export-Check durchgeführt und ein Internationalisierungsplan erstellt. In dieser Phase übernimmt die IDM maximal 3.000 Euro an Kosten, welche im Ausmaß von 30% dem Unternehmen verrechnet werden.
- In der zweiten Phase erfolgt eine kontinuierliche und konkrete Begleitung des Unternehmers durch den Export-Coach, welcher dem Unternehmen für maximal zwei Tage im Monat zur Verfügung steht (ein halber Tag pro Woche bzw. ein Tag jede zweite Woche). In dieser Phase übernimmt die IDM maximal 20.000 Euro Kosten pro Jahr, welche dem Unternehmen im Ausmaß von 30% im ersten Jahr und von 50% im zweiten Jahr verrechnet werden.

Die im Rahmen dieses Servicebereiches zustande kommenden indirekten Förderungen zu Gunsten der beteiligten Unternehmen sind „de minimis“ relevant.

Alternativ zu einer „de minimis“ relevanten Förderung können KMU's auch eine Förderung im Sinne von Artikel n. 18 der AGVO Nr. 651/2014 in Anspruch nehmen; die Beihilfeintensität beträgt in diesem Fall maximal 50% und betrifft nur Kosten für externe Berater.

Die Intensität der Beihilfe ist abnehmend und darf keinesfalls einen dauerhaften oder periodischen Charakter haben.

4.8 Durchführung von Messeveranstaltungen

Die IDM führt eine Reihe von Messeveranstaltungen im In- und Ausland durch, bei denen Südtiroler Unternehmen aus den verschiedenen Wirtschaftsbereichen teilnehmen können. Die organisierten Gemeinschaftsmessen, an denen

4.7 Export-Coach

Il servizio prevede l'affiancamento temporaneo di manager esperti nell'export, i quali seguono e forniscono il loro supporto a quelle aziende che intendono iniziare ad esportare o sono alle prime armi nei nuovi mercati.

I singoli progetti durano un anno con possibilità di proroga per un ulteriore anno e sono strutturati in due fasi:

- Nella prima fase, si esegue un export-check dell'azienda interessata e si prepara un piano di internazionalizzazione. In questa fase IDM copre i costi fino a un massimo 3.000 euro, di cui il 30% è fatturato alle aziende.
- Nella seconda fase vi è un affiancamento costante e concreto dell'azienda attraverso l'Export-Coach, il quale viene messo a disposizione dell'azienda per massimo due giorni al mese (½ giornata a settimana o 1 giorno ogni due settimane); in questa fase IDM copre i costi fino a un importo massimo di euro 20.000 all'anno, i quali sono fatturati alle aziende nella misura del 30% nel primo anno e del 50% nel secondo anno.

Le agevolazioni indirette nell'ambito di questo servizio e a favore delle aziende aderenti sono rilevanti ai fini "de minimis".

In alternativa, le sole PMI possono optare per una agevolazione in regime di esenzione, ai sensi dell'art. 18 del Regolamento N. 651/2014; in questo caso l'intensità massima di agevolazione è del 50% e sono ammissibili soltanto i costi della consulenza esterna.

L'agevolazione è decrescente ed in nessun caso si può trattare di consulenze continuative o periodiche.

4.8 Partecipazione a manifestazioni fieristiche

L'IDM organizza una serie di manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero, alle quali possono aderire le aziende altoatesine dei diversi settori economici. Per le fiere a partecipazione collettiva è previsto un minimo di tre imprese

jeweils mindestens drei Südtiroler Unternehmen auf einem Gemeinschaftstand teilnehmen müssen, können auch einen institutionellen Charakter haben, falls sie zur allgemeinen Bewerbung des Landes im Rahmen eines stimmigen Südtirol-Auftrittes dienen.

Die IDM entscheidet, in Absprache mit der Autonomen Provinz Bozen, bei welchen Messeveranstaltungen ein Südtirol-Auftritt zweckbringend ist.

Die IDM behält sich in Ausführung der einzelnen Initiativen, in Absprache mit den Veranstaltern, das Recht vor, die zugelassenen Branchen, die zulässigen Produkttypologien, technische Eigenschaften, maximale Anzahl der teilnehmenden Unternehmen sowie spezifische Teilnahmebedingungen zu definieren.

Die Zuteilung der Standplätze und Flächen wird von der IDM unter Berücksichtigung organisatorischer, funktioneller, technischer und projektspezifischer Anforderungen vorgenommen. Die IDM behält sich das Recht vor, die Lage und/oder Maße der zugewiesenen Flächen jederzeit verändern bzw. verringern zu können, sofern die Anforderungen und/oder Umstände es erfordern, wobei der Aussteller keinerlei Recht auf Entschädigung oder Rückzahlungen hat.

Die Verrechnung zu Lasten der teilnehmenden Unternehmen erfolgt in Höhe von 50% der anfallenden Kosten. Wird anlässlich einer Messe ein Südtirol-Auftritt organisiert, werden die direkt mit dem Südtirol-Auftritt zusammenhängenden Ausgaben bei der Verrechnung zu Lasten der teilnehmenden Unternehmen nicht berücksichtigt und in vollem Maße durch Eigenmittel der IDM gedeckt, da diese Ausgaben im Interesse der IDM und nicht im Auftrag der beteiligten Unternehmen getätigt werden.

Die im Rahmen der Durchführung von Messeveranstaltungen zustande kommenden indirekten Förderungen zu Gunsten der teilnehmenden Südtiroler Unternehmen sind „de minimis“ relevant.

KMU's können, alternativ zu einer „de minimis“ relevanten Förderung, für eine Förderung in Anwendung von Artikel n. 19 der AGVO Nr. 651/2014 optieren: beihilfefähig sind in

altoatesine partecipanti allo stand collettivo. Dette fiere possono avere anche carattere istituzionale, nel caso in cui promuovano la provincia all'interno di un concetto espositivo dell'Alto Adige prestabilito.

IDM definisce, in accordo con la Provincia autonoma di Bolzano, in quali manifestazioni fieristiche risulti opportuna una presentazione a carattere istituzionale dell'Alto Adige.

Nell'ambito di ciascuna iniziativa IDM si riserva la facoltà di selezionare, di comune accordo con gli Enti organizzatori, i settori ammessi, la tipologia di prodotti ammissibili, le caratteristiche tecniche, il numero massimo delle imprese partecipanti nonché specifiche condizioni di partecipazione.

L'assegnazione delle aree e degli stand viene decisa da IDM tenuto conto delle esigenze organizzative, funzionali, tecniche e progettuali dell'iniziativa. IDM si riserva la facoltà di modificare, ridurre o cambiare in qualsiasi momento l'ubicazione e/o le dimensioni dell'area assegnata, qualora le esigenze e/o le circostanze lo richiedessero senza diritto alcuno da parte dell'espositore ad indennità o risarcimenti.

L'imputazione dei costi a carico delle aziende partecipanti avviene nella misura del 50% delle spese. Qualora in occasione di una manifestazione fieristica venga organizzata una presentazione dell'Alto Adige le spese direttamente riconducibili a tale presentazione non vengono considerate ai fini dell'imputazione a carico delle aziende partecipanti e la loro completa copertura avviene tramite mezzi propri di IDM, in quanto rientranti nell'interesse di quest'ultima e non in quello delle aziende partecipanti.

Le agevolazioni indirette nell'ambito di partecipazioni fieristiche a favore delle aziende aderenti sono rilevanti ai fini “de minimis”.

In alternativa ad un'agevolazione a titolo “de minimis”, le **PMI** possono optare per un'agevolazione in applicazione dell'art. 19 al Regolamento n. 651/2014: in tal caso le uniche spese ammissibili ai fini dell'agevolazione sono

diesem Falle nur die Kosten für Miete, Aufbau und Betrieb des Messestandes.

5. Kontrollen

Um die ordnungsgemäße Durchführung des geförderten Vorhabens und die Richtigkeit der Erklärungen des Begünstigten zu überprüfen, können jederzeit, auch stichprobenartig, Inspektionen und Kontrollen durchgeführt werden.

6. Kumulierung mit anderen Förderungen

Die von den vorliegenden Richtlinien vorgesehenen Beihilfen sind, für die gleichen Ausgaben, mit Staatsbeihilfen kumulierbar, soweit die höchste zulässige Beihilfeintensität bzw. die maximalen festgelegten Beträge pro Beihilfentypologie laut Freistellungsverordnung oder einer Bestimmung der EU-Kommission nicht überschritten werden. Beihilfen sind, unabhängig von den förderfähigen Kosten, bis zu einem maximalen Betrag von 200.000 € (100.000 € im Falle von Unternehmen, die im gewerblichen Straßengüterverkehr tätig sind) im Zeitraum von drei Jahren kumulierbar.

7. Verpflichtungen

Die Begünstigten sind verpflichtet, die lokalen und nationalen Kollektivverträge, die geltenden Bestimmungen über Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz sowie die vorsorgerechtlichen Bestimmungen einzuhalten. Sie müssen außerdem die Rentenbeiträge auch für alle mitarbeitenden Familienmitglieder einzahlen, die nicht anderweitig rentenversichert sind.

8. Wirksamkeit

Die vorliegenden Richtlinien gelten für jene Anträge, die ab dem Tag nach Veröffentlichung der Richtlinien auf der Website der IDM, Sektion Transparente Verwaltung und bis zum 31.12.2018 eingereicht werden.

quelle per l'affitto, il montaggio e il funzionamento dello stand fieristico.

5. Controlli

Al fine di verificare la regolare realizzazione delle iniziative ammesse ad agevolazione e la veridicità delle dichiarazioni del beneficiario, possono essere effettuati in qualsiasi momento ispezioni e controlli, anche a campione.

6. Cumulo con altre agevolazioni

Le agevolazioni previste dalle presenti Linee Guida sono cumulabili, per gli stessi costi ammissibili, con aiuti di Stato se l'aiuto cumulato non supera le intensità o gli importi massimi stabiliti per ciascuna tipologia di aiuto da un regolamento di esenzione o da un'autorizzazione della Commissione europea. Sono cumulabili, a prescindere dai costi ammissibili, con altri aiuti "de minimis" nel limite triennale di 200.000 € (100.000 €, nel caso di imprese attive nel settore del trasporto merci su strada conto terzi).

7. Obblighi

I beneficiari delle agevolazioni sono tenuti a rispettare i contratti collettivi di lavoro locali e nazionali, le normative vigenti in materia di sicurezza e tutela della salute sul posto di lavoro nonché le norme in materia di previdenza. Essi devono inoltre versare i contributi previdenziali per tutti i familiari che collaborano nell'azienda e che sono privi di altra assicurazione pensionistica.

8. Validità

Le presenti Linee Guida entrano in vigore e trovano applicazione per le domande che vengono presentate a partire dal giorno successivo a quello della loro pubblicazione sul sito web IDM, sezione Amministrazione Trasparente e fino al 31.12.2018.

Anhang 2 – Allegato 2

IDM-Dienstleistungen INNOVATION

Richtlinien zu den Dienstleistungen der IDM
Südtirol - Alto Adige
(genehmigt mit Beschluss des
Verwaltungsrates n.035 vom 23.02.2017)

Linee guida ai servizi di INNOVAZIONE
offerti da IDM Südtirol - Alto Adige
(approvate con deliberazione del Consiglio
di amministrazione n. 035 del 23.02.2017)

Vorbemerkungen

IDM Südtirol - Alto Adige (im Folgenden IDM) möchte die Gewährung von Beihilfen an heimische Unternehmen in Form von bezuschussten Dienstleistungen im Bereich Innovation reglementieren.

Diese Richtlinien regeln deshalb die Modalitäten für den Zugang zu den Dienstleistungen im Bereich Innovation, die IDM den heimischen Unternehmen bietet. In diesem Rahmen sind Beihilfen im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 1407/2013 der Kommission vom 18. Dezember 2013 (sogenannte De-minimis-Regelung) vorgesehen.

Für sämtliche Aspekte, die von den vorliegenden Richtlinien nicht ausdrücklich geregelt werden, wird auf die besagte Verordnung verwiesen; auf jeden Fall darf keine der Bestimmungen im Widerspruch zu o.g. Verordnung ausgelegt werden.

Die Beihilfen werden gewährt, solange die verfügbaren Mittel der IDM reichen.

1. Ziel

Zu den Zielen der IDM gehört die Förderung der Innovation für Südtiroler Unternehmen, insbesondere für Kleinst-, kleine und mittlere Unternehmen. Diese Aufgabe wird durch das Angebot gezielter Dienstleistungen erfüllt, die den Wissens- und Technologietransfer, die Förderung der Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen sowie zwischen Unternehmen und Forschungszentren und schließlich die Ausarbeitung von Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsprojekten zum Gegenstand haben.

Premesse

IDM Südtirol - Alto Adige (qui di seguito IDM) intende regolamentare la concessione di aiuti alle imprese locali sotto forma di servizi agevolati in materia di innovazione.

Le presenti Linee Guida disciplinano pertanto le modalità di accesso ai servizi in materia di innovazione offerti da IDM alle imprese locali e prevedono in tale contesto aiuti ai sensi del Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013 (cosiddetto Regolamento "De minimis").

Per quanto non previsto dalle presenti Linee Guida si rimanda al regolamento suddetto ed in ogni caso nessuna disposizione può essere interpretata in maniera difforme da quanto stabilito da tale regolamento.

Gli aiuti vengono concessi fino all'esaurimento delle risorse disponibili di IDM.

1. Obiettivo

IDM ha tra i suoi obiettivi l'incremento dell'innovazione delle aziende altoatesine, in particolare di quelle micro, piccole e medie. Questo compito viene svolto attraverso l'offerta di servizi mirati che hanno per oggetto il trasferimento di conoscenze e tecnologie, la promozione della cooperazione tra le imprese e tra imprese e centri di ricerca, lo sviluppo di progetti di ricerca sviluppo e innovazione.

2. Begriffsbestimmungen

1. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU): KMU sind Unternehmen, die der Definition im Anhang I der Allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 651/2014 der Kommission vom 17. Juli 2014 entsprechen, auf die verwiesen wird. Nur zur Information:

- Kleinstunternehmen: Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten und einem Jahresumsatz oder einer Jahresbilanzsumme von höchstens zwei Millionen Euro;
- kleine Unternehmen: Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten und einem Jahresumsatz oder einer Jahresbilanzsumme von höchstens zehn Millionen Euro;
- mittlere Unternehmen: Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von höchstens 50 Millionen Euro oder einer Jahresbilanzsumme von höchstens 43 Millionen Euro.

2. Startup-Unternehmen: Unternehmensneugründungen gemäß Definition in Art.22 der Verordnung (EU) Nr. 651/2014, d.h. nicht börsennotierte kleine Unternehmen, deren Eintragung ins Handelsregister höchstens fünf Jahre zurückliegt, die noch keine Gewinne ausgeschüttet haben und die nicht durch einen Zusammenschluss gegründet wurden. Bei beihilfefähigen Unternehmen, die nicht zur Eintragung in das Handelsregister verpflichtet sind, kann der Zeitpunkt, zu dem das Unternehmen seine Wirtschaftstätigkeit aufnimmt oder für seine Tätigkeit steuerpflichtig wird, als Beginn des beihilfefähigen Fünfjahreszeitraums erachtet werden.

3. Durchführbarkeitsstudie für die Innovation: Bewertung und Analyse des Potenzials eines Projekts mit dem Ziel, die Entscheidungsfindung durch objektive und rationale Darlegung seiner Stärken und Schwächen sowie der mit ihm verbundenen Chancen und Risiken zu erleichtern und festzustellen, welche Ressourcen für seine Durchführung erforderlich sind und welche Erfolgsaussichten es hat .

4. De-minimis-Beihilfen: Beihilfen von geringer Bedeutung in Anwendung der Verordnung (EU)

2. Definizioni

1. Piccole e Medie Imprese (PMI): sono PMI quelle così definite dall'Allegato I al Regolamento generale di esenzione per categoria N. 651/2014 della Commissione del 17 Luglio 2014, al quale si fa rinvio. A titolo indicativo sono:

- microimprese: aziende il cui organico sia inferiore a dieci persone e il cui fatturato o il totale di bilancio annuale non superi due milioni di euro.
- piccole imprese: aziende il cui organico sia inferiore a 50 persone e il cui fatturato o il totale del bilancio annuale non superi dieci milioni di euro;
- medie imprese, aziende il cui organico sia inferiore a 250 persone e il cui fatturato non superi 50 milioni di euro o il cui totale di bilancio annuale non sia superiore a 43 milioni di euro.

2. Imprese start-up: impresa in fase di avviamento così come definite dall'art.22 del Regolamento europeo N. 651/2014, ovvero le piccole imprese non quotate fino a cinque anni dalla loro iscrizione al registro delle imprese che non hanno ancora distribuito utili e che non sono state costituite a seguito di fusione. Per le imprese ammissibili non soggette all'obbligo di iscrizione al registro delle imprese, il periodo di ammissibilità di cinque anni può essere considerato a partire dal momento in cui l'impresa avvia la sua attività economica o è soggetta a imposta per tale attività.

3. Studio di fattibilità per l'innovazione: la valutazione e l'analisi del potenziale di un progetto, finalizzate a sostenere il processo decisionale individuando in modo obiettivo e razionale i suoi punti di forza e di debolezza, le opportunità e i rischi, nonché a individuare le risorse necessarie per l'attuazione del progetto e, in ultima analisi, le sue prospettive di successo.

4. Aiuti in regime De minimis: aiuti di importanza minore, in applicazione del

Nr. 1407/2013 der Kommission vom 18. Dezember 2013; man versteht darunter die einem Unternehmen innerhalb eines Zeitraumes von drei Steuerjahren gewährten Förderungen, welche die Gesamtsumme von 200.000 Euro (100.000 Euro bei Unternehmen des Straßengüterverkehrssektors) nicht überschreiten und demzufolge den Handel zwischen den EU-Mitgliedsstaaten nicht beeinflussen und die Konkurrenz weder verfälschen noch zu verfälschen drohen.

3. Allgemeine Kriterien

Zugelassen zu den von IDM angebotenen Dienstleistungen sind:

in jeder beliebigen Form gegründete Unternehmen mit zumindest einer Produktionseinheit in der Autonomen Provinz Bozen, sofern sie ordnungsgemäß im Handelsregister der Handelskammer Bozen eingetragen sind und die entsprechende Jahresgebühr ordnungsgemäß entrichtet haben. Unter Produktionseinheit versteht man: jede Einheit, die ordnungsgemäß im Handelsregister der Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer Bozen eingetragen ist und über die Voraussetzungen verfügt, um die Maßnahme laut Antrag umzusetzen. Ferner muss die Produktionseinheit über alle Instrumente zur Ausübung einer Produktions-, Dienstleistungs- oder Handelstätigkeit in geeigneten Räumlichkeiten verfügen.

IDM behält sich das Recht vor nachzuprüfen, dass die Produktionseinheit die verlangten Voraussetzungen besitzt. Demzufolge kann sie die Beihilfe an das Unternehmen nicht gewähren oder widerrufen.

Unternehmensneugründungen müssen die Voraussetzung der Produktionseinheit in der Autonomen Provinz Bozen (wie auch die der Eintragung ins Handelsregister der Handelskammer Bozen und die der ordnungsgemäßen Entrichtung der Jahresgebühr) binnen 60 Tagen ab dem Förderungsantrag und jedenfalls vor dem Auszahlungsdatum der Förderung erfüllen; die Förderung hängt von der Erfüllung dieser Voraussetzungen ab.

Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013, si intendono quelli non eccedenti un massimale di 200.000 Euro (100.000 Euro, nel caso di imprese attive nel trasporto merci su strada conto terzi), concessi alla medesima impresa in un periodo di tre esercizi finanziari, e che di conseguenza non incidono sugli scambi tra gli Stati membri dell'UE e non falsano né minacciano di falsare la concorrenza.

3. Criteri generali

Possono accedere ai servizi offerti da IDM:

imprese, in qualsiasi forma costituite, con almeno una unità produttiva in Provincia Autonoma di Bolzano, purché regolarmente iscritte nel registro delle imprese della Camera di commercio di Bolzano ed in regola con il pagamento del diritto annuale. Per unità produttiva si intende: ogni struttura regolarmente iscritta presso il registro delle imprese della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Bolzano, idonea alla realizzazione dell'iniziativa oggetto della domanda e dotata di tutti gli strumenti necessari allo svolgimento di un'attività produttiva, di servizi o commerciale in locali appropriati.

IDM si riserva il diritto di verificare che l'unità produttiva abbia i requisiti richiesti e, di conseguenza, di non concedere o revocare l'aiuto all'impresa richiedente.

Per le imprese in fase di avviamento, il requisito dell'unità produttiva in Provincia Autonoma di Bolzano (così come l'iscrizione nel registro delle imprese della Camera di commercio di Bolzano ed il regolare pagamento del diritto annuale) deve essere posseduto entro 60 gg dalla richiesta di agevolazione e comunque prima della data di erogazione dell'agevolazione, la quale è a questo subordinata.

Nicht zugelassen zu den von IDM angebotenen Dienstleistungen sind Rechtssubjekte, die offene Rechnungen bei IDM haben (Toleranzfrist: 60 Tage nach Rechnungsdatum).

Die von IDM angebotenen Dienstleistungen richten sich an alle Unternehmen und in erster Linie an kleine und mittlere Unternehmen (**KMU**).

Bei der Erbringung von Dienstleistungen durch IDM kann es zu einer indirekten Förderung der betroffenen Unternehmen kommen. Diese Förderung wird im Rahmen der Bestimmungen der Verordnung (EG) Nr. 1407/2013 der Kommission vom 18. Dezember 2013 über die Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf De-minimis-Beihilfen gewährt.

Bei der Erstellung dieser Richtlinien berücksichtigte man u.a. das Landesgesetz Nr. 14 vom 13.12.2006 der Autonomen Provinz Bozen sowie die entsprechenden Anwendungskriterien.

IDM behält sich auf jeden Fall das Recht vor, die in diesen Richtlinien vorgesehenen Förderungen nicht zu gewähren, falls diese auf Grund einer Änderung der einschlägigen Bestimmungen nicht mehr zulässig sein sollten, und übernimmt in diesem Zusammenhang keine Verantwortung.

IDM behält es sich außerdem vor, bezuschusste Dienstleistungen nicht zu erbringen bzw. dem antragstellenden Unternehmen andere zuständige Organe für die Gewährung von Förderungen zu nennen, falls keine angemessenen Bedingungen für die Erbringung der begünstigten Dienstleistung durch IDM vorliegen oder falls die Anträge des Begünstigten besser durch andere Förderungsmittel und -maßnahmen erfüllt werden.

Interessierte Unternehmen müssen zur Inanspruchnahme einer von der IDM angebotenen Dienstleistung die entsprechende Teilnahmeerklärung ausfüllen und unterzeichnen. Die Teilnahmeerklärung beinhaltet neben den Daten des antragstellenden Unternehmens eine genaue Beschreibung der angebotenen Dienstleistung mit Angabe der anfallenden Kosten. Die Bearbeitung der Anträge erfolgt

Non possono accedere ai servizi offerti da IDM i soggetti con fatture scadute nei confronti di IDM (tolleranza: 60 giorni da data fattura).

I servizi offerti da IDM sono diretti a tutte le imprese ed in particolare alle piccole e medie imprese (**PMI**).

La fornitura di servizi da parte di IDM può assumere i connotati di un'agevolazione indiretta nei confronti delle aziende richiedenti. L'agevolazione è concessa secondo quanto disposto dal Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013 relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea agli aiuti d'importanza minore («De minimis»).

Nella stesura delle presenti Linee Guida si è tenuto presente, tra l'altro, quanto previsto dalla Legge provinciale della Provincia Autonoma di Bolzano n.14 del 13.12.2006 e dai relativi criteri applicativi.

IDM si riserva in ogni caso la facoltà di non concedere le agevolazioni previste dalle presenti linee guida e non assume al riguardo alcuna responsabilità, qualora la concessione delle medesime agevolazioni non dovesse più essere consentita in seguito a modifiche della normativa applicabile.

IDM si riserva inoltre di non erogare il servizio agevolato ovvero di indicare alle imprese richiedenti altri organi competenti per l'erogazione di agevolazioni qualora non ci siano le condizioni adeguate per l'erogazione del servizio agevolato da parte di IDM o qualora le richieste del beneficiario siano meglio assolte da altri strumenti e misure di agevolazione.

Per poter usufruire di uno dei servizi offerti da IDM, le aziende interessate devono compilare e firmare i relativi moduli di partecipazione. I moduli di partecipazione contengono, oltre ai dati dell'impresa richiedente, una descrizione puntuale del servizio offerto e i relativi costi. L'elaborazione delle richieste segue il criterio cronologico, fermo restando la completezza

chronologisch und setzt die Vollständigkeit der vom Begünstigten eingereichten Unterlagen voraus.

della documentazione presentata dal beneficiario.

Die Überprüfung der geforderten Voraussetzungen erfolgt auch auf der Grundlage von Eigenerklärungen.

La verifica dei requisiti richiesti è effettuata anche sulla base di autodichiarazioni.

4. Dienstleistungen im Bereich Innovation

IDM bietet den Unternehmen folgende Dienstleistungen:

4.1 Informationsveranstaltungen

IDM organisiert Veranstaltungen, Seminare und Workshops zu für die Südtiroler Wirtschaftsstruktur relevanten Themen, mit dem Ziel, Know-how an die Unternehmen und an alle interessierte Subjekte weiterzugeben. Auf diese Weise will man die Kultur der Innovation fördern sowie Wissen und Technologien aus der ganzen Welt nach Südtirol transferieren.

Die von IDM organisierten Veranstaltungen sind entweder unentgeltlich oder sehen eine Teilnahmegebühr vor. Im Falle von unentgeltlichen Veranstaltungen kann auch von angemeldeten und nicht erschienenen Teilnehmern eine Gebühr verlangt werden.

Die Teilnahme an diesen Veranstaltungen stellt keine für staatliche Beihilfen relevante Förderung dar.

4.2 Unternehmerreisen

Bei den Unternehmerreisen wird eine Gruppe von Südtiroler Unternehmen ins Ausland oder in andere Regionen Italiens begleitet.

Anlass ist immer die Anbahnung von Kooperationskontakten im Bereich Technologie, Forschung, Entwicklung und Innovation.

Die Unternehmen profitieren somit von Kontakten und Informationen über innovative Projekte und Technologien seitens Unternehmen und Forschungsinstituten anderer Regionen oder anderer Länder.

Im Sinne des bestmöglichen Gelingens der Initiative müssen sich die teilnehmenden Südtiroler Unternehmen an die von IDM zur

4. Servizi in ambito Innovazione

IDM offre alle imprese i seguenti servizi:

4.1 Eventi informativi

IDM organizza eventi, seminari e workshop sui temi rilevanti per il tessuto economico altoatesino con l'obiettivo di portare know-how alle imprese e a tutti i soggetti interessati. Si intende così promuovere cultura dell'innovazione e trasferire conoscenze e tecnologie da tutto il mondo al territorio altoatesino.

Gli eventi organizzati da IDM possono avere carattere gratuito oppure prevedere un contributo di partecipazione. Un contributo può essere richiesto anche a coloro i quali, pur essendosi iscritti ad iniziative gratuite, non vi hanno preso parte.

La partecipazione a questi eventi non costituisce agevolazione rilevante ai fini degli aiuti di stato.

4.2 Viaggi imprenditoriali

I viaggi imprenditoriali prevedono l'accompagnamento di un gruppo di imprese altoatesine all'estero o in altre regioni italiane.

Alla base dei viaggi imprenditoriali vi è sempre l'avvio di nuovi contatti di cooperazione in campo tecnologico, di ricerca, sviluppo e innovazione.

Le imprese beneficiano così di contatti e informazioni su progetti e tecnologie innovative da parte di aziende e istituti di ricerca di altre regioni o altri Paesi.

Ai fini di una maggiore riuscita dell'iniziativa, le aziende partecipanti devono attenersi alle condizioni stabilite da IDM e improntate alla

Förderung der gegenseitigen Kommunikation und Kooperation festgelegten Konditionen halten (vorgegebener Zeitplan, gemeinsame Reise, Unterkunft im selben Hotel usw.).

Es handelt sich um Gemeinschafts- und Gruppenprojekte, an denen jeweils mindestens drei Südtiroler Unternehmen teilnehmen müssen.

Den teilnehmenden Unternehmen werden die Kosten in Höhe von 50 % verrechnet. Unter die Kostenrechnung fallen auch Reise-, Unterkunft- und Verpflegungskosten der teilnehmenden Unternehmen. Dies gilt immer nur für höchstens eine Person pro teilnehmendes Unternehmen. Die zulässige Mindestausgabe pro Unternehmen beträgt 500 Euro.

Die im Rahmen der Unternehmerreisen zustande kommenden indirekten Förderungen zugunsten der teilnehmenden Unternehmen sind De-minimis-relevant.

4.3 Delegationen aus dem Ausland

Bei Delegationen aus dem Ausland werden Unternehmen, Forschungsinstitute und Branchenexperten nach Südtirol eingeladen, um den Südtiroler Unternehmen die Möglichkeit zu geben, internationale Kooperationen im Bereich F&E und Innovation anzubahnen.

Es handelt sich um Gemeinschafts- und Gruppenprojekte, an denen jeweils mindestens drei Südtiroler Unternehmen teilnehmen müssen.

Den teilnehmenden Unternehmen werden die Kosten in Höhe von 50 % verrechnet. Die indirekten Förderungen zugunsten der Unternehmen, die diese Dienstleistung in Anspruch nehmen, sind De-minimis-relevant. Die zulässige Mindestausgabe pro Unternehmen beträgt 500 Euro.

4.4 Ecosystems

Die „Ecosystems“ der IDM fördern die Kooperation zwischen Unternehmen, öffentlichen wie privaten Einrichtungen, Forschungszentren und Fachverbänden. Sie schaffen strategische sektorspezifische

cooperazione e reciproca comunicazione (programma pattuito, viaggio in gruppo, pernottamento nello stesso hotel ecc.).

Questo tipo di progetti collettivi e di gruppo prevedono una partecipazione di minimo tre imprese altoatesine.

Le imprese partecipanti concorrono ai costi nella misura del 50%. Rientrano nel conteggio dei costi anche le spese di viaggio, vitto e alloggio delle imprese partecipanti. Quanto sopra si applica per massimo una persona per impresa partecipante. Il limite minimo di spesa ammessa per impresa è di 500 euro.

Le agevolazioni indirette derivanti dai viaggi imprenditoriali e a favore delle imprese partecipanti sono rilevanti ai fini “De minimis”.

4.3 Delegazioni provenienti dall'estero

Tramite le delegazioni estere si invitano in Alto Adige imprese, enti di ricerca ed esperti del settore al fine di offrire la possibilità alle imprese altoatesine di avviare cooperazioni internazionali in materia di R&S ed innovazione.

Si tratta di progetti collettivi o di gruppo per i quali è previsto un minimo di tre imprese altoatesine partecipanti.

Alle imprese partecipanti è addebitato il 50% dei costi. Le agevolazioni indirette a favore delle aziende beneficiarie del servizio sono rilevanti ai fini “De minimis”. Il limite minimo di spesa ammessa per impresa è di 500 euro.

4.4 Ecosystems

Gli “Ecosystems” di IDM promuovono la cooperazione tra le imprese, istituzioni pubbliche e private e centri di Ricerca associazioni professionali. Gli Ecosystems creano reti settoriali strategiche, con l'obiettivo di sviluppare la

Netzwerke mit dem Ziel, durch die Förderung von Kooperationsprojekten die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu steigern. Die Ecosystems sind also offene Plattformen zur sektorspezifischen Vernetzung.

Die in den Ecosystems behandelten Sektoren und Themen entsprechen den von den Landesentwicklungspolitiken und insbesondere von der RIS3 (Regional Smart Specialization Strategy) der autonomen Provinz Bozen angegebenen. Diese kann unter folgender Internetadresse eingesehen werden: <http://www.provincia.bz.it/europa/it/finanziamenti-ue/documenti-normativa.asp>.

Die Ecosystems erheben außerdem die Anforderungen und Bedürfnisse des Ökosystems der Innovation des Territoriums und bringen sie den zuständigen Institutionen und Behörden zur Kenntnis.

IDM ist in folgenden Bereichen tätig: Energie & Umwelt, Bau, Holz, Sport- & Wintertechnologien, Zivilschutz & Alpine Sicherheit, Lebensmittel, Gesundheit & Wellness, ICT & Automation, Automotiv, Kultur- und Kreativwirtschaft.

Die Teilnahme an den Ecosystems ist frei und für staatliche Beihilfen nicht relevant.

4.5 Arbeitsgruppen

IDM bildet und koordiniert themenorientierte Arbeitsgruppen zur Förderung der Kooperation im Rahmen spezifischer Innovationsthemen. An den Arbeitsgruppen können Unternehmen, Institutionen, Forschungseinrichtungen und Verbände teilnehmen. Damit sollen Initiativen von gemeinsamem Interesse für den spezifischen Sektor ins Leben gerufen und Kooperationsprojekte zur Entwicklung von innovativen Produkten, Dienstleistungen oder Marktstrategien aufgebaut werden. Die Arbeitsgruppen sind also offene, strategische Plattformen zur themenspezifischen Vernetzung.

Die Teilnahme an den Arbeitsgruppen ist unentgeltlich. Für bestimmte Initiativen in Bezug auf spezifische Projekte kann jedoch eine Teilnahmegebühr erhoben werden.

competitività del settore, promuovendo progetti in cooperazione. Gli Ecosystems sono quindi delle piattaforme aperte di tipo settoriale.

I settori ed i temi trattati negli Ecosystems sono quelli indicati dalle politiche di sviluppo provinciali ed in particolare dalla RIS3 (Regional Smart Specialization Strategy) della Provincia Autonoma di Bolzano, reperibile al seguente indirizzo internet: <http://www.provincia.bz.it/europa/it/finanziamenti-ue/documenti-normativa.asp>.

Gli Ecosystems raccolgono inoltre le richieste e i fabbisogni dell'ecosistema dell'innovazione del territorio e le portano a conoscenza delle istituzioni e delle autorità competenti.

Gli ambiti in cui IDM opera sono i seguenti: Energia e Ambiente, Costruzioni, Legno, Sports & Wintertech, Protezione civile e sicurezza alpina, Food, Salute & wellness, ICT & Automation, Automotive, Creative Industries.

La partecipazione agli Ecosystems è libera e non rileva ai fini degli aiuti di stato.

4.5 Gruppi di lavoro

Al fine di promuovere la cooperazione su temi specifici di innovazione IDM istituisce e coordina gruppi di lavoro tematici.

Ai gruppi di lavoro possono partecipare imprese, istituzioni, enti di ricerca ed associazioni, con l'obiettivo di attivare iniziative di comune interesse per il settore specifico, e strutturare progetti di cooperazione per innovare prodotti, servizi o strategie di mercato. I gruppi di lavoro sono quindi delle piattaforme strategiche aperte di tipo tematico.

I gruppi di lavoro hanno carattere gratuito. Tuttavia per alcune iniziative può essere richiesto un contributo di partecipazione, relativo a progetti specifici.

Die Teilnahme an den Arbeitsgruppen ist frei und für staatliche Beihilfen nicht relevant.

La partecipazione ai gruppi di lavoro è libera e non rilevante ai fini degli aiuti di stato.

4.6 Suche nach wissenschaftlichen und technologischen Partnerschaften

Für die Innovationsentwicklung in Unternehmen, vor allem in den KMU, müssen Kooperationen mit Partnern aus anderen Regionen oder Ländern angebahnt werden, deren Kompetenzen und Kenntnisse der Innovationsentwicklung im Unternehmen dienen.

Die Unternehmen werden deshalb bei der Auswahl potenzieller wissenschaftlicher und technologischer Partner unterstützt, die für die Entwicklung der eigenen Projekte nützlich sind. Getreu ihrer Mission, die Kooperation und den Wissensaustausch zwischen den Unternehmen und den Forschungseinrichtungen zu fördern, bietet IDM eine Unterstützung bei der Erstellung eines Profils bzw. einer Präsentation des Unternehmens oder der erforderlichen Technologie sowie bei der Organisation eventueller Begegnungen mit ermittelten Partnern.

Zu diesem Zweck stellt IDM allen Unternehmen ihr eigenes internationales Kontaktnetzwerk zur Verfügung.

Sind die Informations- und Unterstützungstätigkeiten der IDM nicht mit Kosten verbunden, ist die entsprechende Dienstleistung für das Unternehmen unentgeltlich und stellt keine für staatliche Beihilfen relevante Förderung dar.

Entstehen der IDM durch die erbrachte Dienstleistung hingegen Kosten (z.B. für externe Berater), werden diese dem antragstellenden Unternehmen in folgender Höhe verrechnet:

- 35 % bei kleinen Unternehmen für die Beratungskosten;
- 40 % bei mittleren Unternehmen für die Beratungskosten;
- 50 % bei großen Unternehmen für die Beratungskosten.

Die Förderung ist im Sinne der De-minimis-Regelung Nr. 1407/2013 relevant.

4.6 Ricerca partnership scientifiche e tecnologiche

Per lo sviluppo dell'innovazione nell'impresa, soprattutto per le PMI, è necessario attivare cooperazioni con partner provenienti da regioni o Paesi diversi che hanno competenze e conoscenze utili allo sviluppo dell'innovazione nell'impresa.

L'azienda viene pertanto supportata nell'individuazione di potenziali partner scientifici e tecnologici utili allo sviluppo dei propri progetti. IDM, seguendo la sua missione di promuovere la cooperazione e lo scambio di conoscenza tra le imprese e i soggetti della ricerca, supporta nell'elaborazione di un profilo/presentazione dell'azienda o della tecnologia necessaria e nell'organizzazione di eventuali incontri con partner individuati.

A tale scopo IDM mette a disposizione di tutte le imprese la propria rete di contatti a livello internazionale.

Nel caso in cui nell'ambito delle attività di informazione e supporto di IDM non emergano costi connessi con il servizio fornito, il servizio è reso all'azienda in forma gratuita e non costituisce agevolazione rilevante ai fini degli aiuti di stato.

Nel caso in cui, al contrario, emergano per IDM costi connessi al servizio reso (ad es. costi per consulenti esterni), questi sono imputati all'azienda richiedente nel modo seguente:

- 35% alle Piccole Imprese per i costi di consulenza;
- 40% alle Medie Imprese per i costi di consulenza;
- 50% alle Grandi imprese per i costi di consulenza.

L'agevolazione è rilevante ai sensi del Regolamento "De minimis" n. 1407/2013.

4.7 Suche nach Materialien und Technologien¹

Die Dienstleistung in Bezug auf die Suche nach Materialien und Technologien wird auf einen spezifischen Antrag eines Unternehmens erbracht, das eine Produkt- oder Prozessinnovation entwickeln möchte und für diesen Zweck geeignete Materialien und Technologien in Erfahrung bringen muss.

Im Rahmen dieser Dienstleistung werden alle Fragen rund um das Thema Materialien und Technologien beantwortet. Den Mitarbeitern der IDM können auch externe Fachexperten zur Seite stehen.

Sind die Informations- und Unterstützungstätigkeiten der IDM nicht mit Kosten verbunden, ist diese Dienstleistung für das Unternehmen unentgeltlich und stellt keine für staatliche Beihilfen relevante Förderung dar.

Entstehen der IDM durch die erbrachte Dienstleistung hingegen Kosten, werden diese dem antragstellenden Unternehmen in folgender Höhe verrechnet:

- 35 % bei kleinen Unternehmen für die Beratungskosten;
- 40 % bei mittleren Unternehmen für die Beratungskosten;
- 50 % bei großen Unternehmen für die Beratungskosten.

Die Förderung ist im Sinne der De-minimis-Regelung Nr. 1407/2013 relevant.

4.8 Beratung im Bereich Normen und Zertifizierungen³

Das Unternehmen erhält Informationen und Unterstützung in Bezug auf technische Normen.

IDM bietet dem Unternehmen zunächst einen unentgeltlichen Zugang zu allgemeinen

4.7 Ricerca di materiali e tecnologie³

Il servizio di ricerca materiali e tecnologie si attiva a seguito di una richiesta specifica di una impresa che intende sviluppare una innovazione di prodotto o di processo e necessita di conoscere nuovi materiali e tecnologie adeguate al proprio scopo.

Il servizio fornisce risposte a tutte le domande in tema materiali e tecnologie. I collaboratori di IDM possono anche essere affiancati da esperti esterni.

Nel caso in cui nell'ambito delle attività di informazione e supporto di IDM non emergano costi connessi con il servizio fornito, il servizio è reso all'azienda in forma gratuita e non costituisce agevolazione rilevante ai fini degli aiuti di stato.

Nel caso in cui, al contrario, emergano per IDM costi connessi al servizio reso, questi sono imputati all'azienda richiedente nel modo seguente:

- 35% alle Piccole Imprese per i costi di consulenza;
- 40% alle Medie Imprese per i costi di consulenza;
- 50% alle Grandi imprese per i costi di consulenza.

L'agevolazione è rilevante ai sensi del Regolamento "De minimis" n. 1407/2013.

4.8 Consulenza in materia di norme e certificazioni³

L'impresa riceve informazioni e supporto sulle norme tecniche.

IDM fornisce un primo supporto informativo generale gratuito per l'impresa. Nel caso in cui

¹ In corso di definizione

Informationen. Sind die Informations- und Unterstützungstätigkeiten der IDM nicht mit Kosten verbunden, ist diese Dienstleistung für das Unternehmen unentgeltlich und stellt keine für staatliche Beihilfen relevante Förderung dar.

Entstehen der IDM durch die erbrachte Dienstleistung hingegen Kosten (z.B. durch den Zugriff auf zahlungspflichtige Datenbanken), können diese ganz an das antragstellende Unternehmen verrechnet werden.

Die Dienstleistung ist für staatliche Beihilfen nicht relevant.

4.9 Digitale Fertigung und Nutzung der Fablab Werkstatt (Makerspace)²

Unternehmen können eine Beratung und konkrete Unterstützung im Bereich digitaler Fertigung (z.B. 3D-Druck, Rapid Prototyping, Simulationen) erhalten. Diese Dienstleistung besteht aus einer Erstberatung mit Informationen über die Nutzung der Fablab Werkstatt und der darin vorhandenen Geräte wie der 3D-Drucker.

Sind die Informations- und Unterstützungstätigkeiten der IDM nicht mit Kosten verbunden, ist diese Dienstleistung für das Unternehmen unentgeltlich und stellt keine für staatliche Beihilfen relevante Förderung dar.

Entstehen der IDM durch die erbrachte Dienstleistung hingegen Kosten (z.B. durch Druckermaterialien oder den Zugriff auf zahlungspflichtige Datenbanken), werden diese ganz an das antragstellende Unternehmen verrechnet.

Die Dienstleistung ist für staatliche Beihilfen nicht relevant.

4.10 Marktforschungen zur Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen⁴

Unternehmen können eine Beratung und Unterstützung im Bereich Marktanalyse und Marktforschung erhalten. Die Marktforschung muss auf die Markteinführung neuer Produkte

nell'ambito delle attività di informazione e supporto di IDM non emergano costi connessi con il servizio fornito, il servizio è reso all'azienda in forma gratuita e non costituisce agevolazione rilevante ai fini degli aiuti di stato.

Nel caso in cui, al contrario, emergano per IDM costi connessi al servizio reso (ad es. accesso a database a pagamento), questi possono interamente imputati all'azienda richiedente.

Il servizio non è rilevante ai fini degli aiuti di stato.

4.9 Fabbricazione Digitale e utilizzo laboratorio Fablab (Makerspace)⁴

Le imprese ricevono consulenza e supporto concreto nell'ambito della fabbricazione digitale (z.b. 3D-Druck, Rapid Prototyping, Simulationen). Il servizio consiste in una consulenza informativa iniziale e nell'utilizzo del laboratorio Fablab e delle attrezzature in esso presenti quali la Stampante 3D.

Nel caso in cui nell'ambito delle attività di informazione e supporto di IDM non emergano costi connessi con il servizio fornito, il servizio è reso all'azienda in forma gratuita e non costituisce agevolazione rilevante ai fini degli aiuti di stato.

Nel caso in cui, al contrario, emergano per IDM costi connessi al servizio reso (ad es. materiali della stampante, accesso a database a pagamento), questi sono interamente imputati all'azienda richiedente.

Il servizio non rileva ai fini degli aiuti di stato.

4.10 Ricerche di mercato volte all'introduzione di nuovi prodotti e servizi⁴

Le imprese possono ricevere consulenza e supporto nell'analisi/ricerca di mercato. La ricerca di mercato deve essere finalizzata all'introduzione di nuovi prodotti o servizi sul mercato. Non sono

² In corso di definizione

oder Dienstleistungen ausgerichtet sein. Erhebungen, Studien, Analysen und Forschungen allgemeiner Art oder für rein strategisch-organisatorische Zwecke oder für die Marktpositionierung eines bereits existierenden Produkts sind nicht zulässig.

Die Kosten für externe Berater werden den Unternehmen in folgender Höhe verrechnet:

- 35 % bei kleinen Unternehmen für die Beratungskosten;
- 40 % bei mittleren Unternehmen für die Beratungskosten;
- 50 % bei großen Unternehmen für die Beratungskosten.

Die Förderung ist im Sinne der De-minimis-Regelung Nr. 1407/2013 relevant.

ammissibili rilevazioni, studi, analisi e ricerche a carattere generale o a meri fini strategico-organizzativi né riguardanti il posizionamento sul mercato di prodotti già esistenti.

I costi relativi al consulente esterno sono quindi fatturati alle imprese nella misura del:

- 35% alle Piccole Imprese per i costi di consulenza;
- 40% alle Medie Imprese per i costi di consulenza;
- 50% alle Grandi imprese per i costi di consulenza.

L'agevolazione è rilevante ai sensi del Regolamento "De minimis" n. 1407/2013.

4.11 Analyse des Innovationspotenzials³

Unternehmen können eine Beratung und Unterstützung in Bezug auf die Analyse des eigenen Innovationspotenzials (Prozesse, Dienstleistungen, Produkte und Technologien) erhalten. Erhebungen, Studien, Analysen und Forschungen allgemeiner Art oder für rein organisatorische Zwecke sind nicht zulässig.

IDM übernimmt die Kosten des externen Beraters (Honorar und Reisekosten) und verrechnet dem antragstellenden Unternehmen einen Teil davon; dies entspricht einer indirekten Förderung durch die IDM.

Für die Beratungstätigkeiten ist eine Dauer von höchstens 1 Jahr vorgesehen. Die Kosten für externe Berater werden den teilnehmenden Unternehmen in folgender Höhe verrechnet:

- 35 % bei kleinen Unternehmen für die Kosten externer Fachexperten;
- 40 % bei mittleren Unternehmen für die Kosten externer Fachexperten;
- 50 % bei großen Unternehmen für die Kosten externer Fachexperten;

Die Förderung ist im Sinne der De-minimis-Regelung Nr. 1407/2013 relevant.

4.11 Analisi del potenziale di innovazione⁵

Le imprese possono ricevere consulenza e supporto nell'analisi del proprio potenziale di innovazione (processi, servizi, prodotti e tecnologie). Non sono ammissibili rilevazioni, studi, analisi e ricerche a carattere generale o a fini meramente organizzativi.

IDM provvede ai costi del fornitore esterno (onorario e spese di viaggio) e ne addebita una parte all'impresa richiedente, il che corrisponde ad un'agevolazione indiretta attraverso IDM.

Le attività di consulenza possono protrarsi per un massimo di 1 anno. I costi relativi al consulente esterno sono quindi fatturati alle imprese partecipanti nella misura del:

- 35% alle Piccole Imprese per i costi di esperti esterni;
- 40% alle Medie Imprese per i costi di esperti esterni;
- 50% alle Grandi imprese per i costi di esperti esterni.

L'agevolazione è rilevante ai sensi del Regolamento "De minimis" n. 1407/2013.

³ In corso di definizione

4.12 Beratung im Bereich Innovationsmanagement⁶

Im Rahmen dieser Dienstleistung werden jene Unternehmen, die ein Innovationsmanagementsystem im eigenen Unternehmen einführen wollen um strukturiert Produkt-, Dienstleistungs- oder Prozessinnovationen zu entwickeln, von Fachexperten im Bereich Innovationsmanagement auf Zeit fachkundig begleitet und unterstützt.

Eine Erstanalyse wird in der Regel durch Mitarbeiter der IDM durchgeführt. Für spezifische und längerfristige Beratungen zum Aufbau eines betrieblichen Innovationsmanagementsystems werden hingegen Fachexperten hinzugezogen. Die Dauer der einzelnen Projekte beträgt max. ein Jahr, mit Option der Verlängerung auf ein weiteres Jahr. Das Unternehmen und die Fachexperten vereinbaren ein Tätigkeitsprogramm, das eine strukturierte und mit einem klar identifizierbaren Projekt verbundene Zusammenarbeit voraussetzt.

Die Kosten für externe Berater werden den teilnehmenden Unternehmen in folgender Höhe verrechnet:

- 35 % bei kleinen Unternehmen für die Kosten externer Fachexperten;
- 40 % bei mittleren Unternehmen für die Kosten externer Fachexperten;
- 50 % bei großen Unternehmen für die Kosten externer Fachexperten;

Die Förderung ist im Sinne der De-minimis-Regelung Nr. 1407/2013 relevant.

4.13 Durchführbarkeitsstudien für die Innovation⁴

Diese Dienstleistung umfasst eine tiefgehende Analyse der technisch-wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Durchführbarkeit eines Projekts mit dem Ziel, die Entscheidungsfindung durch objektive und rationale Darlegung seiner Stärken und Schwächen sowie der mit ihm verbundenen Chancen und Risiken zu erleichtern und festzustellen, welche

4.12 Consulenza in materia di management dell'innovazione – Innovation Management⁶

Il servizio prevede l'affiancamento temporaneo di esperti nell'innovation management, i quali seguono e forniscono il loro supporto a quelle aziende che intendono sviluppare ed introdurre un sistema di Management dell'innovazione che li aiuta in maniera strutturata di implementare innovazione di prodotto, servizio o di processo nella propria impresa.

Una prima analisi delle necessità dell'azienda verrà fatta da collaboratori IDM. Per consulenze specifiche ed approfondite al fine di introdurre un sistema di management dell'innovazione verranno invece coinvolti esperti esterni. I singoli progetti possono durare al massimo fino ad un anno con possibilità di proroga per un ulteriore anno. L'impresa e l'esperto concordano un piano di attività che deve prevedere una collaborazione strutturata e connessa ad un progetto di innovazione ben identificabile.

I costi relativi al consulente esterno sono quindi fatturati alle imprese partecipanti nella misura del:

- 35% alle Piccole Imprese per i costi di esperti esterni;
- 40% alle Medie Imprese per i costi di esperti esterni;
- 50% alle Grandi imprese per i costi di esperti esterni.

L'agevolazione è rilevante ai sensi del Regolamento "De minimis" n. 1407/2013.

4.13 Studi di fattibilità per l'innovazione⁶

Il servizio consiste nell'analisi approfondita della fattibilità tecnico/scientifica ed economica di un progetto, volta a sostenere il processo decisionale individuando in modo obiettivo e razionale i suoi punti di forza e debolezza, le opportunità ed i rischi, nonché ad individuare le risorse necessarie per l'attuazione del progetto e, in ultima analisi, le sue prospettive di successo. Per la definizione di

⁴ In corso di definizione

Ressourcen für seine Durchführung erforderlich sind und welche Erfolgsaussichten es hat. Für die Definition von Durchführbarkeitsstudien für die Innovation, siehe Art. 2 Absatz 3 dieser Richtlinien.

Beihilfefähig sind lediglich die externen Kosten zur Vorbereitung der Durchführbarkeitsstudie. Die Kosten für externe Berater werden den teilnehmenden Unternehmen in folgender Höhe verrechnet:

- 35 % bei kleinen Unternehmen für die Beratungskosten;
- 40 % bei mittleren Unternehmen für die Beratungskosten;
- 50 % bei großen Unternehmen für die Beratungskosten.

Für die Beratungstätigkeiten ist eine Dauer von höchstens 2 Jahren vorgesehen.

Die Förderung ist im Sinne der De-minimis-Regelung Nr. 1407/2013 relevant.

4.14 Beratung im Bereich öffentlicher Förderungen

IDM bietet einen Informations- und Orientierungsservice im Bereich öffentlicher Förderungen für Unternehmen. Der Service umfasst: allgemeine Veranstaltungen und Informationen über landes- und europaweite Förderungen; erste Gespräche über Projekte der Unternehmensinnovation oder Unternehmensinvestition; Erläuterung der Formulare und der formalen Aspekte der Beihilfeanträge; Unterstützung bei der Lösung von Problemen im Rahmen der Projektumsetzung, Kontaktvermittlung zu Fachexperten des eigenen Netzwerkes. Die bereitgestellten Informationen sind nicht bindend in Bezug auf das Verfahren zur Beurteilung und Genehmigung der Förderungen, das der gewährenden Körperschaft vorbehalten ist.

IDM bietet einen unentgeltlichen, frei zugänglichen Informations- und Orientierungsservice, der für staatliche Beihilfen nicht relevant ist.

4.15 Private funding

studi di fattibilità per l'innovazione si veda l'art.2 comma 3 delle presenti Linee Guida.

I costi ammissibili si riferiscono ai soli costi esterni per la predisposizione dello studio di fattibilità. I costi relativi al consulente esterno sono quindi fatturati alle imprese partecipanti nella misura del:

- 35% alle Piccole Imprese per i costi di consulenza;
- 40% alle Medie Imprese per i costi di consulenza;
- 50% alle Grandi imprese per i costi di consulenza.

Le attività di consulenza possono protrarsi per un massimo di 2 anni.

L'agevolazione è rilevante ai sensi del Regolamento "De minimis" n. 1407/2013.

4.14 Consulenza in materia di agevolazioni pubbliche

IDM fornisce informazione e orientamento in materia di agevolazioni pubbliche per le imprese. Il servizio prevede: eventi e informazioni generali sulle agevolazioni provinciali ed europee; colloqui iniziali su progetti di innovazione o di investimento aziendale; supporto alla comprensione dei formulari e degli aspetti formali delle domande di contributo; supporto alla soluzione di problemi sorti durante la realizzazione dei progetti, messa in contatto con esperti della propria rete. Le informazioni fornite non sono vincolanti ai fini della procedura di valutazione e approvazione delle agevolazioni, che rimane competenza dell'ente concedente.

IDM fornisce un servizio informativo e di orientamento aperto a tutti che è gratuito e non rileva ai fini degli aiuti di stato.

4.15 Private funding

Privatfinanzierungen erleichtern Unternehmen und in erster Linie Startups den Markteintritt und beschleunigen den Expansionsprozess.

Die Informations- und Orientierungsmaßnahmen der IDM betreffen insbesondere folgende Themen: Informationen über den Ablauf privater Finanzierungen für Unternehmen (vor allem für Startup-Unternehmen) und Bereitstellung eines Netzwerkes von Investoren (Business Angel und Venture Capital), Unternehmen und externen Fachexperten.

IDM unterstützt Unternehmen bei der Ermittlung der bestgeeigneten Möglichkeiten privater Finanzierung und begleitet sie auf dem Weg zur Umsetzung des Unternehmenskonzepts. Mit ihrem Netz externer Fachexperten bietet IDM Betreuung im Investment-Readiness-Bereich, angefangen von der Erstellung der für das Unternehmen notwendigen Unterlagen für die erste Begegnung mit einem potenziellen Investor, über die Ausarbeitung spezifischer Verträge bis zum Coaching für den Pitch.

Sind die Informations- und Unterstützungstätigkeiten der IDM nicht mit Kosten (z.B. für externe Berater) verbunden, ist diese Dienstleistung für das Unternehmen unentgeltlich und stellt keine für staatliche Beihilfen relevante Förderung dar.

Entstehen der IDM durch die erbrachte Dienstleistung hingegen Kosten, werden diese dem antragstellenden Unternehmen zu 50 % verrechnet. Die Förderung ist im Sinne der De-minimis-Regelung Nr. 1407/2013 relevant.

4.16 Dienstleistungen für die Prä-Inkubation von Unternehmen

Die Unterstützung und Betreuung im Rahmen der Prä-Inkubation sind an natürliche Personen oder an Startup-Unternehmen gerichtet. Die unternehmerischen Ideen müssen bestimmte Kriterien, wie Innovationsgrad, Marktpotenzial, Finanzierbarkeit und Teambesetzung erfüllen.

Es sind folgende Dienstleistungen vorgesehen: Bereitstellung eines zeitlich befristeten Arbeitsplatzes (Coworking Space), Gespräche

I finanziamenti privati aiutano le imprese, ed in particolare le startup, a pianificare l'ingresso nel mercato e ad accelerare il processo di espansione.

Le iniziative di informazione e orientamento di IDM riguardano in particolar modo i seguenti temi: informazioni relative al funzionamento dei finanziamenti privati per le imprese (soprattutto imprese start-up) e la messa a disposizione di una rete di investitori (Business Angel e venture capital), di imprese e di esperti esterni.

IDM supporta le imprese nell'identificazione delle opportunità di finanziamento privato più adatte e le segue in tutto il percorso di lancio del progetto aziendale. Con la sua rete di esperti esterni, inoltre, IDM fornisce assistenza in materia di investment readiness, dalla stesura dei documenti necessari all'impresa per il primo incontro con un potenziale investitore alla contrattualistica specifica fino al coaching per il pitch.

Nel caso in cui nell'ambito delle attività di informazione e supporto di IDM non emergano costi connessi con il servizio fornito (ad es. consulenti esterni), il servizio è reso all'azienda in forma gratuita e non costituisce agevolazione rilevante ai fini degli aiuti di stato.

Nel caso in cui, al contrario, emergano per IDM costi connessi al servizio reso, questi sono imputati all'azienda richiedente nella misura del 50%. L'agevolazione è rilevante ai sensi del Regolamento "De minimis" n. 1407/2013.

4.16 Servizi di pre-incubazione di impresa

Il supporto e l'affiancamento nell'ambito del servizio di pre-incubazione sono rivolti a persone fisiche oppure ad imprese start-up. Le idee imprenditoriali devono soddisfare criteri quali il grado di innovazione, il potenziale di mercato, la finanziabilità e la composizione del team.

I servizi consistono in: messa a disposizione di una postazione temporanea di lavoro (Coworking Space), colloqui con esperti, informazione e

mit Fachexperten, Information und Beratung zur Entwicklung der Unternehmensstrategie.

IDM bietet unentgeltliche Informations- und Unterstützungstätigkeiten. Den Unternehmen werden die eventuell anfallenden Kosten für die Miete der Arbeitsplätze und ggf. andere damit verbundenen Kosten verrechnet.

Die Dienstleistung ist für staatliche Beihilfen nicht relevant.

Falls die Dienstleistungen an Personen oder Gruppen von Personen erbracht werden, die kein Unternehmen darstellen, sind sie hingegen für staatliche Beihilfen nicht relevant und werden unentgeltlich erbracht.

4.17 Dienstleistungen für die Unternehmensinkubation

Der IDM Inkubator bietet eine ideale Umgebung für Startups des Alpengebiets.

Die Dienstleistungen des Inkubators sind an alle Startup-Unternehmen gerichtet, die die Zulassungskriterien erfüllen und insbesondere an jene, die nach einer Auswahl durch eine Kommission in den Inkubator aufgenommen werden.

Für die Zulassung zum Inkubator wird die Präsentation einer schlüssigen Unternehmensidee und eines gründlichen Businessplans verlangt. Die Beurteilung der sich bewerbenden Unternehmen erfolgt auf Basis folgender Kriterien: Innovationsgrad und Originalität der Unternehmensidee, Konkretheit des Produkts und der Dienstleistungen, Vorliegen einer realistischen Finanzierungsstrategie, Marktpotenzial, Unternehmergeist, Teamkompetenz.

Die Kriterien und das Verfahren der Auswahl werden auf der IDM Website veröffentlicht.

Die Dienstleistungen des Inkubators umfassen: Bereitstellung von Büroräumen, Werkstätten, Konferenz- und Versammlungsräumen, Organisation von Gesprächen mit Fachexperten, Suche nach Geschäftspartnern, Information und Beratung zur Entwicklung der Unternehmensstrategie.

consulenza al fine di sviluppare la strategia imprenditoriale.

IDM offre attività di informazione e supporto gratuiti. Alle aziende vengono imputati i costi eventuali dell'affitto delle postazioni di lavoro ed eventuali altri costi connessi.

Il servizio non rileva ai fini degli aiuti di stato .

Qualora i servizi vengano erogati a persone o gruppi di persone che non costituiscono impresa non sono invece rilevanti ai fini degli aiuti di stato e vengono erogati gratuitamente.

4.17 Servizi di incubazione di impresa

L'incubatore di impresa di IDM offre l'ambiente ideale per startup dell'area alpina.

I servizi dell'incubatore sono rivolti a tutte le imprese start-up che soddisfano i criteri di ammissione ed in particolare a quelle che vengono accettate all'interno dell'incubatore a seguito di una selezione da parte di una apposita commissione.

Per l'ammissione all'incubatore di impresa è richiesta la presentazione di un'idea imprenditoriale solida e di un business plan approfondito. La valutazione delle imprese candidate avviene in base ai seguenti criteri: grado di innovazione e originalità dell'idea imprenditoriale, concretezza del prodotto e dei servizi, presenza di una strategia realistica di finanziamento, potenziale di mercato, spirito imprenditoriale, competenze del team.

I criteri e la procedura di selezione vengono pubblicati sul sito di IDM.

I servizi previsti dall'incubatore sono i seguenti: messa a disposizione di uffici, laboratori, sale per conferenze e riunioni, organizzazione di colloqui con esperti, ricerca partner, informazione e consulenza al fine di sviluppare la strategia imprenditoriale.

IDM bietet Informations- und Unterstützungstätigkeiten. Den Unternehmen werden die Kosten für die Miete der Arbeitsplätze, die damit verbundenen Nebenkosten (IT, Telefon, Heizung) sowie eine auf der Grundlage der im Inkubator beanspruchten Quadratmeter berechnete Servicegebühr verrechnet, die den inkubierten Unternehmen die Nutzung der Beratungsdienste ermöglicht.

Die Dienstleistung ist für staatliche Beihilfen nicht relevant.

4.18 Projektinkubation-Dienstleistungen

Die Projektinkubation richtet sich an Unternehmen, die die Realisierung eines Innovationsprojekts planen. Die Unternehmen können sich für die gesamte Dauer des Projekts im Inkubator niederlassen und ein auf sie zugeschnittenes Dienstleistungspaket in Anspruch nehmen. Zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen für die Projektinkubation müssen das Unternehmen und das Projekt folgende Kriterien erfüllen: Nachhaltigkeit, Innovationsgrad, Marktpotenzial, Managementpotenzial, Synergien mit der lokalen Wirtschaft.

Die Kriterien und das Verfahren der Auswahl werden auf der IDM Website veröffentlicht.

IDM bietet Information und Beratung und vernetzt Unternehmen mit der öffentlichen Verwaltung, mit Investoren und mit bedeutenden Geschäftspartnern. Die IDM-internen Fachexperten in den Stärkefeldern Südtirols und die zahlreichen bereits angesiedelten Unternehmen bieten das ideale Umfeld für die Realisierung der Innovationsprojekte.

Sind die Informations- und Unterstützungstätigkeiten der IDM nicht mit Kosten verbunden, ist diese Dienstleistung für das Unternehmen unentgeltlich und stellt keine für staatliche Beihilfen relevante Förderung dar.

Entstehen der IDM durch die erbrachte Dienstleistung hingegen Kosten (z.B. Kosten für

IDM offre attività di informazione e supporto. Alle aziende vengono imputati i costi dell'affitto delle postazioni di lavoro, costi per servizi accessori connessi (IT, telefono, riscaldamento) nonché una service fee calcolata in base ai metri quadri utilizzati nell'incubatore, a fronte della quale le aziende incubate possono usufruire di servizi di consulenza.

Il servizio non rileva ai fini degli aiuti di stato.

4.18 Servizi di incubazione di progetto

L'incubazione di progetto si rivolge a imprese che pianificano di realizzare un progetto di innovazione. Le imprese possono insediarsi per l'intera durata del progetto all'interno dell'incubatore d'impresa e usufruire di un pacchetto di servizi su misura. Per accedere ai servizi di incubazione di progetto è necessario che l'impresa e il progetto soddisfino i seguenti criteri: sostenibilità, grado di innovazione, potenziale di mercato, potenziale manageriale del management, presenza di sinergie con l'economia locale.

I criteri e la procedura di selezione vengono pubblicati sul sito di IDM.

IDM offre informazione e consulenza e mette in rete le aziende con l'amministrazione pubblica, con investitori e con partner di rilievo. Gli esperti interni ad IDM nei settori di punta dell'Alto Adige, e le numerose imprese già insediate offrono il contesto ideale per la realizzazione dei progetti di innovazione.

Nel caso in cui nell'ambito delle attività di informazione e consulenza di IDM non emergano costi connessi con il servizio fornito, il servizio è reso all'azienda in forma gratuita e non costituisce agevolazione rilevante ai fini degli aiuti di stato.

Nel caso in cui, al contrario, emergano per IDM costi connessi al servizio reso (ad es. costi per

die Nutzung von Büros, Werkstätten), werden diese den antragstellenden Unternehmen auf der Grundlage der für die spezifische Dienstleistung vorgesehenen Bedingungen verrechnet. Eine Liste der IDM-Dienstleistungen mit den jeweiligen Bedingungen für die Inanspruchnahme ist in den auf der IDM Website veröffentlichten Richtlinien für Innovations-Dienstleistungen, Bereich Transparente Verwaltung, enthalten.

4.19 Liegenschaftsportal für Unternehmen

Im IDM Portal werden verschiedene Arten von Liegenschaften angeboten: von Baugrundstücken über bereits bestehende Liegenschaften (Büros, Lager, kleine und große Industriehallen), bis zur Möglichkeit, nur einen Hallenteil zu kaufen oder zu mieten.

Für Unternehmen, die für eine befristete Zeit Büros oder Räumlichkeiten suchen, um ein Startup aufzubauen und somit sofort operativ zu sein, bietet IDM Informationen über diverse Coworking-Bereiche in bereits eingerichteten Büros in der Zone Bozen Süd. Dank der engen Zusammenarbeit mit der Südtiroler Maklervereinigung kann man im IDM Portal auch die Angebote der Makler finden.

Unternehmen können unentgeltlich eine Liegenschaft zum Verkauf oder zur Vermietung in die IDM Datenbank eingeben.

IDM bietet einen unentgeltlichen Informations- und Orientierungsservice, der für staatliche Beihilfen nicht relevant ist.

4.20 Dienstleistungen und Beratungen im Bereich Unternehmensansiedlung

IDM fördert die Ansiedlung von Unternehmen in Südtirol.

IDM bietet Information und Unterstützung und vernetzt Unternehmen mit der öffentlichen Verwaltung, mit Investoren und mit bedeutenden Geschäftspartnern. Die IDM-internen Fachexperten in den Stärkefeldern

l'utilizzo di uffici, laboratori), questi sono imputati alle imprese richiedenti in base alle condizioni previste dallo specifico servizio erogato. Un elenco dei servizi erogati da IDM con le rispettive condizioni di accesso è contenuto nelle presenti Linee Guida per i servizi di innovazione pubblicate sul sito di IDM, sezione Amministrazione Trasparente.

4.19 Portale dei beni immobili per le imprese

Le tipologie di immobili disponibili nel portale di IDM sono diversificate: dai terreni edificabili a immobili già esistenti (uffici, magazzini, piccoli e grandi capannoni industriali) fino alla possibilità di acquistare o di prendere in affitto solo una parte di capannone.

Per le imprese che cercano degli uffici o dei locali temporanei per avviare una start-up ed essere così subito operativi, IDM offre informazioni su diversi spazi di co-working in uffici già arredati nella zona di Bolzano Sud. Grazie alla stretta collaborazione con l'Associazione dei Mediatori dell'Alto Adige, nel portale IDM è possibile trovare anche le offerte di quest'ultimi.

Le aziende possono inoltre inserire gratuitamente nella banca dati di IDM un immobile che intendono vendere o affittare.

IDM fornisce un servizio informativo e di orientamento che è gratuito e non rileva ai fini degli aiuti di stato.

4.20 Servizi e consulenze in materia di insediamento di impresa

IDM promuove l'insediamento di imprese in Alto Adige.

IDM offre informazione e supporto e mette in rete le aziende con l'amministrazione pubblica, con investitori e con partner di rilievo. Gli esperti interni ad IDM nei settori di punta dell'Alto Adige e la conoscenza approfondita del territorio

Südtirols und die gute Kenntnis des Territoriums ermöglichen es IDM, den antragstellenden Unternehmen eine alle Aspekte der Ansiedlung abdeckende Unterstützung zu bieten.

IDM bietet einen unentgeltlichen, frei zugänglichen Informations- und Orientierungsservice, der für staatliche Beihilfen nicht relevant ist.

Entstehen der IDM durch die erbrachte Dienstleistung Kosten (z.B. Kosten für externe Berater), werden diese den antragstellenden Unternehmen in voller Höhe verrechnet.

consentono ad IDM di supportare l'impresa richiedente in tutti gli aspetti legati all'insediamento.

IDM fornisce un servizio informativo e di orientamento aperto a tutti che è gratuito e non rileva ai fini degli aiuti di stato.

Nel caso in cui emergano per IDM costi direttamente riconducibili al servizio reso (ad es. costi per consulenti esterni), questi sono interamente imputati alle imprese richiedenti.

5. Schwellen und Grenzen

1. Für die Dienstleistungen gemäß Punkt 4.10 Marktforschungen zur Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen, 4.11 Analyse des Innovationspotenzials, 4.12 Beratung im Bereich Innovationsmanagement und 4.15 Private Funding dürfen die gewährten Förderungen kumulativ pro Empfänger nicht mehr als jährlich 20.000 Euro betragen.

2. Für die Dienstleistungen gemäß Punkt 4.13 Durchführbarkeitsstudien für die Innovation dürfen die auf jährlicher Basis gewährten Förderungen für alle Unternehmensgruppen nicht mehr als 20.000 Euro betragen.

3. In keinem Fall können jährlich einem einzelnen Unternehmen Förderungen in Höhe von mehr als 40.000 Euro gewährt werden.

6. Kontrollen

Um die ordnungsgemäße Durchführung des geförderten Vorhabens und die Richtigkeit der Erklärungen des Begünstigten zu überprüfen, können jederzeit, auch stichprobenartig, Inspektionen und Kontrollen durchgeführt werden.

7. Kumulierung mit anderen Förderungen

Die in diesen Richtlinien vorgesehenen Förderungen sind für die gleichen beihilfefähigen Kosten mit staatlichen Beihilfen kumulierbar, wenn die kumulierte Beihilfe nicht die für jeden Beihilfetyp von einer Freistellungsverordnung oder von einer Ermächtigung der Europäischen Kommission

5. Soglie e limiti

1. Per i servizi di cui ai punti 4.10 Ricerche di mercato volte all'introduzione di nuovi prodotti e servizi, 4.11 Analisi del potenziale di innovazione, 4.12 Consulenze in materia di Innovation Management e 4.15 Private Funding, le agevolazioni concesse non possono cumulativamente superare, per beneficiario, l'importo di 20.000 Euro all'anno.

2. Per i servizi di cui al punto 4.13 Studi di fattibilità per l'innovazione, le agevolazioni concesse su base annuale non possono superare, per tutte le categorie di impresa, l'importo di 20.000 Euro all'anno;

3. In nessun caso ad una singola impresa possono essere concesse agevolazioni per un importo totale annuo superiore a 40.000 euro.

6. Controlli

Al fine di verificare la regolare realizzazione delle iniziative ammesse ad agevolazione e la veridicità delle dichiarazioni del beneficiario, possono essere effettuati in qualsiasi momento ispezioni e controlli, anche a campione.

7. Cumulo con altre agevolazioni

Le agevolazioni previste dalle presenti Linee Guida sono cumulabili, per gli stessi costi ammissibili, con aiuti di Stato se l'aiuto cumulato non supera le intensità o gli importi massimi stabiliti per ciascuna tipologia di aiuto da un regolamento di esenzione o da un'autorizzazione della Commissione europea. Sono cumulabili, a

festgesetzten Intensitäten oder Höchstbeträge übersteigt. Abgesehen von den beihilfefähigen Kosten sind sie hingegen mit anderen De-minimis-Beihilfen innerhalb eines dreijährigen Betrags von 200.000 Euro (100.000 Euro bei Unternehmen des Straßengüterverkehrssektors) kumulierbar.

8. Pflichten

Die Beihilfeempfänger müssen die staatlichen und die Landeskollektivverträge sowie die geltenden Bestimmungen im Bereich Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz und im Bereich Sozialversicherung beachten. Sie müssen außerdem die Sozialversicherungsbeiträge für alle im Unternehmen mitarbeitenden Familienmitglieder, die keine andere Rentenversicherung haben, einzahlen.

9. Gültigkeit

Diese Richtlinien treten in Kraft und finden Anwendung für die Anträge, die ab dem Tag nach ihrer Veröffentlichung auf der IDM Website, Bereich Transparente Verwaltung, bis zum 31.12.2018 eingereicht werden.

prescindere dai costi ammissibili, con altri aiuti “de minimis” nel limite triennale di 200.000 € (100.000, nel caso di imprese attive nel settore del trasporto merci su strada conto terzi).

8. Obblighi

I beneficiari delle agevolazioni sono tenuti a rispettare i contratti collettivi di lavoro locali e nazionali, le normative vigenti in materia di sicurezza e tutela della salute sul posto di lavoro nonché le norme in materia di previdenza. Essi devono inoltre versare i contributi previdenziali per tutti i familiari che collaborano nell'azienda e che sono privi di altra assicurazione pensionistica.

9. Validità

Le presenti Linee Guida entrano in vigore e trovano applicazione per le domande che vengono presentate a partire dal giorno successivo a quello della loro pubblicazione sul sito web IDM, sezione Amministrazione Trasparente e fino al 31.12.2018.