

# IL NOSTRO 2017

Relazione attività





## SOMMARIO

Editoriale	5
3 domande a...	7
Il nostro team e i nostri valori	8
Dati aziendali	10
Organigramma	11
Dati e fatti	12
IDM Alto Adige si presenta	14
Consulenza per l'export e l'innovazione	15
NOI Techpark: Natura e innovazione	16
Futuro Turismo: Pronti per il turismo di domani	18

## SVILUPPO DEL TERRITORIO

<b>ASSICURARE IL FUTURO DELL'ALTO ADIGE</b>	20
Progetti per lo sviluppo territoriale: Obiettivo: far crescere il territorio	22
Business Location: La terra dell'innovazione	24
Film Fund & Commission: L'Alto Adige al cinema	28

## INNOVAZIONE

<b>DOVE CRESCONO LE IDEE</b>	30
Ecosystem: L'unione fa... l'innovazione	32
Servizi all'innovazione: Dritti alla meta	36
Incubatore d'impresre: La fabbrica delle idee	38

## SOSTEGNO ALL'EXPORT

<b>IL MONDO A PORTATA DI MANO</b>	40
Consulenza & formazione: Preparazione perfetta	42
Fiere: Una vetrina per l'Alto Adige	44
Viaggi imprenditoriali & visite di delegazioni: Ospiti nel mondo e dal mondo	46
Accesso e consolidamento sul mercato: Contatti e know-how	48
Export Coach: Coaching: Chi ben comincia...	50

## MARKETING AGROALIMENTARE

<b>IL GUSTO DELL'ALTO ADIGE</b>	52
Mela: Mela a tutto tondo	54
Speck: Speck per tutti i gusti	56
Vino: Un palcoscenico per vini di eccellenza	58
Latte: L'oro bianco	60
Prodotti con il Marchio di Qualità Alto Adige: Marketing con gusto	62
Trade Marketing: Il mondo dei sapori	64

## MARKETING DEL TURISMO

<b>LE EMOZIONI DELL'ALTO ADIGE</b>	66
Campagne di immagine: Da dove parte il viaggio	68
Campagne promozionali: Stimolare gli ospiti	70
Public Relations: Grande attenzione ai media	72
La comunicazione online: L'Alto Adige in rete	74
Co-marketing: Marchi forti	76
Internazionalizzazione delle vendite turistiche: Ospiti da tutto il mondo	78
Sviluppo di prodotto: Un'ampia offerta	80







## EDITORIALE

Il 2017 è stato il primo anno in cui IDM Alto Adige si è dotata di un vero e proprio programma, che ha tradotto in azioni concrete il nuovo orientamento di IDM. Nel 2016 era infatti stato necessario portare a termine i programmi ancora in corso delle quattro organizzazioni precedenti, compito che è stato svolto in modo del tutto soddisfacente. Parallelamente già nel 2016 era stato formulato un programma strategico triennale che ora ha preso il via. In questo programma sono stati riproposti alcuni formati portati al successo dalle organizzazioni precedenti ma allo stesso tempo è stato dato un nuovo assetto ad alcuni ambiti fondamentali che tiene conto anche degli input e delle richieste dei partner del mondo economico.

I risultati e le cifre dell'esercizio 2017 ormai concluso lo dimostrano: la fusione ha portato organizzazioni con visioni in precedenza eterogenee a una linea e a una strategia comuni, che ha già prodotto le prime sinergie tra diverse aree tematiche. Questo nuovo orientamento è stato percepito anche dai partner e dalle aziende che IDM ha supportato con i propri servizi nel 2017.

Le nuove priorità "NOI Techpark" e "Futuro Turismo" hanno però anche aumentato la complessità dei compiti di IDM. L'organizzazione ha fatto del suo meglio per padroneggiare queste nuove sfide ma ci sono ancora indubbe potenzialità di miglioramento. Per questo è stato avviato un procedimento di valutazione al fine di analizzare lo stato dell'arte due anni dopo la fusione. Le imprese e gli stakeholder intervistati hanno giudicato il lavoro di IDM assegnando un punteggio complessivo di otto punti su dieci, un risultato dunque positivo. I sondaggi e le analisi degli esperti che hanno condotto la valutazione hanno però fornito anche informazioni utili sull'approccio da adottare per ottimizzare la struttura organizzativa.

Queste informazioni consentiranno di sviluppare ulteriormente l'attività di IDM come azienda speciale per l'economia. Il riassetto, a cui si sta lavorando con grande impegno, tiene conto degli sviluppi più recenti nel campo della riorganizzazione degli enti turistici e della crescita del NOI Techpark. Per questi nuovi compiti è indispensabile poter contare sulla migliore struttura organizzativa possibile: solo così IDM potrà centrare l'obiettivo di fare da facilitatore per lo sviluppo economico dell'Alto Adige, di rendere le sue imprese più competitive, contribuendo così a fare di questa provincia il territorio più ambito d'Europa.

**Arno Kompatscher** | Presidente della Provincia di Bolzano

**Michl Ebner** | Presidente della Camera di commercio di Bolzano

IDM FUNGE DA  
FACILITATORE DELLO  
**SVILUPPO ECONOMICO**  
DELL'ALTO ADIGE E RAFFORZA  
LA **COMPETITIVITÀ** DELLE  
**AZIENDE ALTOATESINE**  
PER FAR DIVENTARE  
L'ALTO ADIGE IL TERRITORIO  
PIÙ AMBITO D'EUROPA.

## 3 DOMANDE A...

**HANSI PICHLER**, PRESIDENTE DI IDM  
**HANSJÖRG PRAST**, DIRETTORE DI IDM



### Quali sono stati i traguardi più importanti per IDM Alto Adige nel 2017?

Un grande passo è stato sicuramente l'inaugurazione del NOI Techpark con il trasferimento del nostro dipartimento Development negli spazi del nuovo Parco tecnologico. Ora i collaboratori del dipartimento sono più vicini – nel vero senso della parola – agli istituti di ricerca, alle imprese innovative e alle startup insediate lì. Di conseguenza possono lavorare ancora meglio all'ampliamento del networking per l'innovazione. Il riassetto delle organizzazioni turistiche è stata la seconda grande sfida dello scorso anno. Questo non solo dal punto di vista strategico e dei contenuti ma anche sotto l'aspetto organizzativo, dato che abbiamo dovuto predisporre le nuove sedi di IDM in tempo per l'inizio ufficiale dell'attività nel gennaio del 2018. Un terzo importante obiettivo raggiunto ha riguardato la produzione 4.0, un tema trasversale a vari reparti. Per questo ambito è stata svolta una campagna di sensibilizzazione all'interno dei vari Ecosystem e nel reparto Consulenza clienti export e innovazione, per informare le imprese e coinvolgerle nel processo.

### Quali sono i progetti più significativi previsti per il 2018?

A gennaio 2018 è diventato operativo il reparto Destination Management di IDM, che lavora a stretto contatto con le organizzazioni turistiche in tutto l'Alto Adige; la suddivisione dei compiti tra loro è chiara e strategicamente definita. In secondo luogo la digitalizzazione sta diventando sempre più importante. Questo tema da una parte si riflette nel supporto, trasversale ai vari Ecosystem, che IDM sta già fornendo alle imprese altoatesine nel loro percorso verso una produzione 4.0, dall'altra gioca un ruolo sempre più decisivo anche nel settore del turismo. Perciò IDM ha lanciato il progetto digitale Alto Adige, mediante il quale tutti i dati rilevanti dal punto di vista turistico saranno in futuro disponibili in alta qualità. I dati saranno aggregati e resi accessibili tramite un data hub centrale, il cosiddetto OpenDataHub Südtirol – Alto Adige.

Un altro tema strategico per il 2018 sarà la "talent attraction", processo continuo e attivo volto a rendere l'Alto Adige e le sue imprese attrattivi per i talenti provenienti dal resto d'Italia e da altri Paesi. A questo scopo è già stato formulato un pacchetto di misure che ora sarà applicato operativamente.

### Infine, quali sfide attendono IDM nel 2018?

Acquisiti i risultati del processo di valutazione su IDM abbiamo colto questa sfida organizzativa cercando di sfruttare al meglio quest'occasione per IDM e per la location economica Alto Adige. Questo per noi vuol dire apportare varie modifiche organizzative alla struttura e individuare, insieme agli enti proprietari, ai partner e a tutti i collaboratori, la miglior costellazione possibile per il futuro.









OFFENHEIT  
LEIDENSCHAF  
RESPEKT  
VERTRAUEN  
OFFENHEIT  
RISPETTO  
APERTURA  
PROFESSIONALITÄT  
RESPEKT  
FIDUCIA  
PROFESSIONALITÀ  
PASSIONE  
OFFENHEIT  
LEIDENSCHAF  
RESPEKT

# DATI AZIENDALI

## OPERATIVA DAL

1° gennaio 2016

## FORMA GIURIDICA

Azienda speciale della Provincia Autonoma di Bolzano e della Camera di commercio di Bolzano

## AMBITI DI ATTIVITÀ

Sviluppo territoriale, supporto all'innovazione, supporto all'export, marketing agro-alimentare, marketing del turismo

## NUMERO DI COLLABORATORI

207 (dal 2018: 265)

## BUDGET

43,9 milioni di euro

## 3 SEDI

- > Piazza della Parrocchia, 11 – Bolzano
- > Via Alto Adige, 60 – Bolzano
- > Via A. Volta, 13A – Bolzano

## ORGANI

### ASSEMBLEA DEGLI ENTI PROPRIETARI

Provincia Autonoma di Bolzano, Camera di commercio di Bolzano

### CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE

Presidente: Johann (Hansi) Pichler; membri: Federico Giudiceandrea, Annemarie Kaser, Gert Lanz, Cristina Larcher, Markus Rabanser

### COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI

Peter Glier, Sandra Lando, Philipp Oberrauch

### COMITATO CONSULTIVO EXPORT & INNOVATION

Roberto Biasi, Marlene Lobis, Sandra Kainz, Flora Kröss, Kurt Matzler, Philipp Moser, Gabriele Paglialonga, Sonia Pirone, Gianni Sarti, Helmut Tauber, Werner Waldböth, Josef Wielander

### COMITATO CONSULTIVO MARKETING

Marina Crazzolara, Gerhard Dichgans, Ingrid Gartner, Barbara Passarella, Lothar Delucca, Uli Rubner, Andreas Sanoner, Gottfried Schgaguler, Hubert Unterwenger, Mario Viganò, Thomas Walch, Werner Waldböth

## MANAGEMENT

### DIRETTORE

Hansjörg Prast

### DIRETTORI DI DIPARTIMENTI

Administration: Andrea Zabini

Development: Hubert Hofer

Marketing: Thomas Aichner

Sales: Bettina Schmid

Dati aggiornati al 31.12.2017

# ORGANIGRAMMA



# DATI E FATTI

## LE NOSTRE ATTIVITÀ

27.654.259 €

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



4.379.388 €

importo complessivo dei 17 progetti europei in corso



200

imprese locali partecipanti

### Servizi per le imprese

3.373.096 €

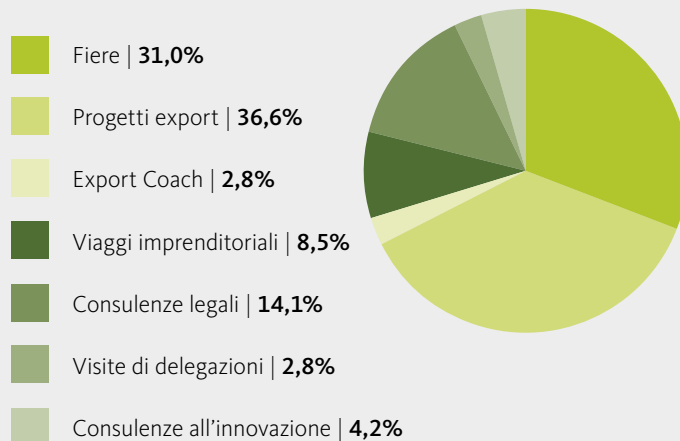
importo totale

291

imprese del territorio supportate

### SERVIZI EROGATI ALLE IMPRESE CON SOSTEGNO FINANZIARIO

Suddivisione percentuale per tipologia di progetto



### FINANZIAMENTO DEI SERVIZI





## IL NOSTRO FINANZIAMENTO

43.957.032 €  
budget per finanziare le attività di IDM

### FONTI DEL BUDGET

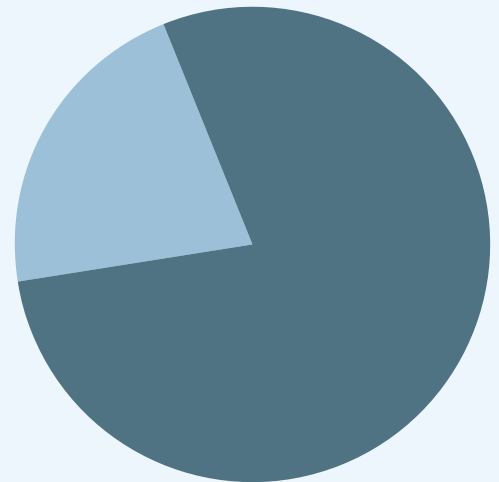
Finanziamenti pubblici | 83%  
Contributi progetti UE | 2%  
Introiti da servizi erogati e altri introiti | 15%

## LE NOSTRE RISORSE

12.732.364 €  
costi complessivi del personale

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

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

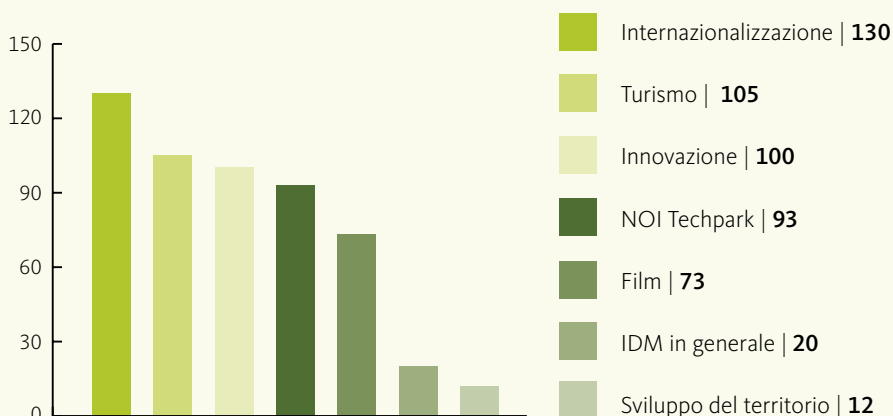


## IL RISCONTRO SUL TERRITORIO

533  
articoli e servizi nei media  
sulle attività di IDM

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

### ARGOMENTI DEGLI ARTICOLI/SERVIZI SU IDM NEI MEDIA LOCALI



# IDM ALTO ADIGE SI PRESENTA

IDM opera per conto della Provincia e della Camera di commercio di Bolzano allo scopo di rendere l'Alto Adige il territorio più ambito d'Europa, un luogo che offra le condizioni ideali per lavorare e fare impresa oltre a una qualità di vita eccellente.

IDM, acronimo di Innovation, Development e Marketing, nasce nel 2016 dalla fusione delle quattro organizzazioni preesistenti BLS (marketing territoriale e Film Commission), EOS (supporto all'export), SMG (marketing del turismo) e TIS (supporto all'innovazione). Il nostro obiettivo è rafforzare il marchio Alto Adige e assumere un ruolo di guida nello sviluppo sostenibile della nostra provincia come territorio economico. Per questo assistiamo le imprese altoatesine fornendo servizi nel campo dell'export e dell'innovazione utili a incrementare la loro competitività, sosteniamo i professionisti del settore cinematografico nella realizzazione dei loro progetti, ci proponiamo come primo punto di contatto per le imprese che intendono investire sul territorio e promuoviamo la destinazione turistica Alto Adige e i suoi prodotti.



## SERVIZI PER LE IMPRESE

IDM assiste l'economia altoatesina con un'ampia gamma di servizi indirizzati al contesto locale, soprattutto alle piccole e medie imprese. Ad esempio con i servizi per l'export, dalla consulenza al coaching fino alle partecipazioni collettive alle fiere e alla ricerca di partner commerciali esteri. Inoltre IDM supporta le imprese che desiderano accedere all'innovazione procurando know-how, capitali e partner adeguati. Le startup innovative sono affiancate nei primi anni di vita, mentre i filmmaker trovano sostegno grazie al Fondo provinciale per le produzioni cinematografiche e televisive e a diversi servizi su misura.



## SVILUPPO TERRITORIALE

IDM contribuisce a far sì che l'Alto Adige continui a essere una location economica competitiva e attrattiva, a favorirne lo sviluppo sostenibile e a fare in modo che offra un'immagine forte e positiva anche oltre i suoi confini. Una situazione di cui beneficiano le imprese altoatesine e che attira verso il nostro territorio aziende innovative e nuovi talenti. La cooperazione tra imprese locali ed estere dà impulso all'economia e contribuisce a fare dell'Alto Adige un luogo in cui sia interessante vivere e lavorare.



## MARKETING AGROALIMENTARE E DEL TURISMO

IDM cura il posizionamento dell'Alto Adige in dieci mercati europei, presentandolo come una delle destinazioni più ambite del continente, e supporta lo sviluppo di prodotti turistici moderni e sostenibili. In linea con il carattere del marchio ombrello Alto Adige, IDM comunica non solo quanto di buono il nostro territorio ha da offrire ma anche e soprattutto i valori che esso rappresenta. Inoltre IDM supporta il marketing dei prodotti agricoli altoatesini con denominazione d'origine protetta europea, oltre che con il Marchio di Qualità Alto Adige. La comunicazione, incentrata sui concetti chiave di qualità e origine, ha come target tutti gli amanti del buon cibo in Italia e all'estero.

# CONSULENZA PER L'EXPORT E L'INNOVAZIONE

Dallo sviluppo di nuovi prodotti all'ampliamento del raggio d'azione oltre i confini del territorio: IDM offre servizi su misura per supportare le imprese altoatesine soprattutto in materia di innovazione e di internazionalizzazione.

Il team di consulenti di IDM rappresenta il primo punto di contatto per tutte le richieste riguardanti l'export e l'innovazione. Aiuta le imprese a sfruttare a pieno le proprie potenzialità per internazionalizzare la propria attività ed è il partner a cui rivolgersi per sviluppare nuovi prodotti che puntino ad avere successo sul mercato e a incrementare la competitività delle singole imprese. In questo modo le aziende possono ottenere rapidamente e senza costrizioni burocratiche il servizio più adatto a loro, beneficiando in seguito di un'assistenza diretta e continuativa.

## SERVIZI ALL'EXPORT PER LE IMPRESE

- > Trasferimento del know-how necessario per esportare con successo
- > Consulenza e affiancamento alle imprese da parte di esperti del settore export
- > Networking con i partner di IDM e organizzazione di incontri B2B direttamente nei potenziali nuovi mercati
- > Costituzione di pool di aziende dell'Alto Adige e assistenza continuativa per l'accesso collettivo a nuovi mercati
- > Contatto con nuovi mercati e nuove opportunità commerciali direttamente sul posto
- > Supporto all'acquisizione di nuovi clienti tramite visite di delegazioni di imprenditori oppure giornalisti stranieri
- > Organizzazione di stand collettivi dell'Alto Adige alle fiere
- > Consulenza assicurativa per le esportazioni nei paesi extra UE
- > Consulenza su una grande varietà di questioni giuridiche relative all'export
- > Helpdesk per le questioni pratiche relative all'export

## SERVIZI ALL'INNOVAZIONE PER LE IMPRESE

- > Consulenza per la ricerca di immobili produttivi
- > Consulenza e affiancamento nel reperimento di capitali tramite investimenti privati e incentivi pubblici
- > Incubatore d'impresе per idee imprenditoriali innovative
- > Accesso a nuovi settori commerciali
- > Progettazione e realizzazione di prototipi
- > Networking tra imprese di singoli settori negli Ecosystem di IDM
- > Svolgimento di test sui consumatori
- > Supporto nella progettazione e implementazione delle innovazioni
- > Trasferimento di know-how e supporto in materia di normative
- > Affiancamento e consulenza dall'idea al lancio del prodotto sul mercato
- > Definizione strategica e supporto nella realizzazione di progetti di R&S
- > Supporto alle startup

## NOI TECHPARK

# NATURA E INNOVAZIONE

L'Alto Adige punta su innovazione e know-how per sviluppare il territorio in modo sostenibile. Uno strumento chiave per garantire tutto ciò è rappresentato dal NOI Techpark di Bolzano: nel nuovo Parco tecnologico dell'Alto Adige ricercatori, imprenditori e startup creano insieme innovazione nelle aree di eccellenza Green, Alpine, Food e Automation.

A ottobre 2017 è stato inaugurato il NOI Techpark. La struttura sorge su un'area di 12 ettari, un tempo occupata dalla fabbrica di alluminio "Aluminia", a Bolzano sud. La cerimonia ufficiale di apertura, accompagnata da una performance artistica, si è svolta in presenza di numerosi rappresentanti del mondo economico e istituzionale, tra i quali la Sottosegretaria alla Presidenza del Consiglio Maria Elena Boschi. A riprova del grande interesse degli altoatesini per l'innovazione e la ricerca, ben 6.000 visitatori hanno approfittato della giornata delle porte aperte per scoprire il nuovo Parco tecnologico.

L'acronimo NOI sta per "Nature of Innovation", un richiamo al particolare approccio all'innovazione, fortemente ispirato alla capacità di adattamento della natura, che l'Alto Adige ha scelto di seguire con il Par-

co tecnologico. NOI è sinonimo di un progetto sostenibile e orientato alle esigenze delle imprese.

All'interno del NOI Techpark, Eurac Research, la Libera Università di Bolzano, il Centro di sperimentazione Laimburg, l'istituto Fraunhofer Italia, l'agenzia per l'Energia Alto Adige – CasaClima, startup e imprese lavorano a stretto contatto per elaborare strategie di sviluppo per i quattro campi tecnologici Green Technologies, Alpine Technologies, Food Technologies e ICT & Automation, portando a un nuovo livello le attività di innovazione e ricerca in Alto Adige.

A inizio ottobre anche i collaboratori del dipartimento Development di IDM si sono trasferiti nei nuovi uffici ospitati all'interno del NOI Techpark. Lo scambio costante con gli istituti di ricerca permette loro di svilup-

pare continuamente i servizi di IDM per le imprese, mentre l'attività di networking del dipartimento mette ogni impresa in contatto con l'istituto di ricerca più adatto alle sue esigenze.

All'interno del NOI Techpark IDM gestisce inoltre l'Idea Space, un luogo di scambio creativo riservato alle startup, e il Maker Space, un laboratorio high-tech per la realizzazione di prototipi.

Il NOI Techpark è un centro di innovazione con grandi potenzialità per il futuro. Entro il 2021 sorgeranno altri laboratori e spazi per nuove imprese. L'intero comprensorio si presenta come un Innovation District, ovvero un quartiere cittadino capace di ispirare e attrarre talenti altamente qualificati e nuove imprese, rafforzando ulteriormente la location economica altoatesina.



**Il 21 ottobre il NOI Techpark ha aperto le porte alla popolazione: circa 6.000 altoatesini ne hanno approfittato per esplorare ogni angolo del Parco tecnologico appena inaugurato (pag. accanto). A sin. gli uffici del dipartimento Development di IDM.**



1 Incubatore d'impresa  
moderno e sostenibile

40  
imprese tecnologiche

40  
startup

1  
Idea Space

1  
Maker Space



5  
istituti di ricerca

4  
aree tecnologiche

48  
collaboratori  
di IDM nel  
NOI Techpark

12  
ettari di  
superficie

6.000  
visitatori all'Open Day



## FUTURO TURISMO

# PRONTI PER IL TURISMO DI DOMANI

Dal progetto “Futuro Turismo” al riassetto organizzativo e del personale delle nuove unità di Destination Management: è questo il percorso compiuto nel 2017 da IDM insieme alle organizzazioni turistiche del territorio con l’obiettivo di unire le forze del settore e gettare le basi per costruire nei prossimi anni un marketing turistico orientato al futuro.

IDM ha una visione aziendale: fare dell’Alto Adige una delle aree più attraenti d’Europa. La forza del marchio ombrello, le competenze dei gestori di strutture ricettive del territorio e dei fornitori locali di servizi per il tempo libero e l’elevata qualità dei prodotti turistici sono presupposti essenziali al raggiungimento di tale prospettiva. Obiettivi primari sono al momento incrementare la visibilità del marchio ombrello, consolidare i punti di forza della destinazione e affrontare insieme le sfide future.

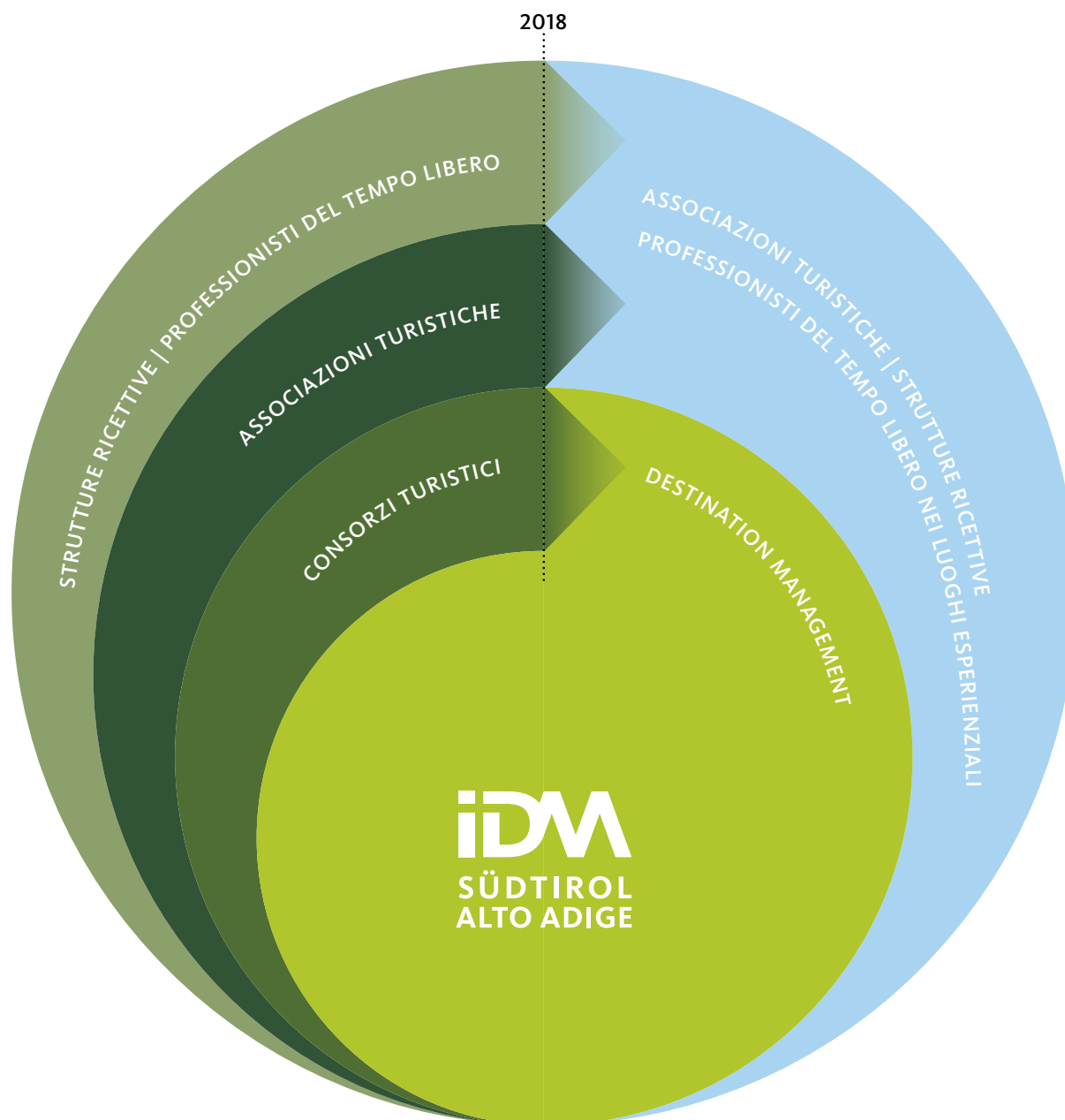
Il progetto “Futuro Turismo” ha portato al riassetto delle organizzazioni turistiche, attuato da IDM nel corso degli ultimi anni in collaborazione con le associazioni e i consorzi turistici, fornitori di servizi per il tempo libero, gestori e istituzioni quali l’Unione albergatori (HGV), l’Associazione provinciale delle organizzazioni turistiche (LTS), l’Associazione degli affittacamere privati (VPS), il consorzio agriturismo Gallo Rosso (UaB) e l’Associazione esercenti funiviari. Il reparto Destination Management di IDM, con sedi locali a Glorenza, Merano, Bolzano, Bressanone, Brunico e Santa Cristina, operativo dal 1° gennaio 2018, rafforza lo scambio e

la collaborazione tra IDM, comunità locali e operatori turistici.

Nel 2017 sono stati selezionati, a partire da 250 candidati, 48 nuovi collaboratori per il reparto Destination Management. Sono stati definiti inoltre i comitati. A fine novembre, nell’ambito di un evento tenutosi al NOI Techpark, IDM ha dato il benvenuto nell’azienda ai nuovi colleghi, entrati in servizio il 1° gennaio 2018.

Nel 2017, in vista della costituzione del reparto Destination Management, IDM si è dedicata con grande impegno all’individuazione di temi di viaggio, prodotti e luoghi esperienziali e all’elaborazione di prodotti turistici e misure di marketing. A ciò si sono aggiunte la pianificazione e presentazione delle campagne pubblicitarie per la primavera, l’estate e l’autunno 2018, con offerte di cooperazione nei mercati DACH (Germania, Austria e Svizzera) e italiano. Per garantire un’attività di PR professionale e coordinata, IDM ha infine selezionato alcune agenzie e definito la relativa suddivisione di compiti e funzioni.

[www.idm-suedtirol.com/futuroturismo](http://www.idm-suedtirol.com/futuroturismo)



### NUOVA SUDDIVISIONE DEI COMPITI

Il reparto Destination Management di IDM, costituitosi a partire da IDM e dai dieci consorzi turistici, cura le misure di marketing (dal sito web alle attività di PR) e ha assunto i compiti di consulenza e coordinamento delle associazioni turistiche relativamente allo sviluppo del prodotto.

Alle 78 associazioni turistiche e aziende di cura sono invece affidati lo sviluppo del prodotto a livello locale, l'assistenza degli ospiti e i rapporti con gli operatori locali (strutture ricettive, fornitori di servizi per il tempo libero, impianti di risalita e operatori economico-commerciali).

## SVILUPPO DEL TERRITORIO

# ASSICURARE IL FUTURO DELL'ALTO ADIGE

Fare dell'Alto Adige un ambiente economico e di vita orientato al futuro e attraente per professionisti e imprese di tutta Europa: per realizzare questa visione aziendale, IDM persegue una strategia di sviluppo del territorio capace di coniugare crescita economica e sostenibilità, ovvero di rafforzare le imprese dell'Alto Adige tutelando nel contempo il nostro ambiente naturale. In che modo? Incentivando l'innovazione, in particolare nelle aree di eccellenza che si sono costituite a partire dalle caratteristiche naturali del territorio: ad esempio le Tecnologie alpine e le Energie rinnovabili. Ma anche attirando in Alto Adige professionisti altamente qualificati e imprese innovative, mettendoli in contatto con gli attori locali. Perché uno sviluppo del territorio orientato al futuro significa soprattutto cooperazione.

### LE TAPPE PRINCIPALI DELLA NOSTRA ATTIVITÀ NEL 2017

- > Comunicazione verso l'esterno delle aree di eccellenza dell'Alto Adige per stabilire contatti tra l'Alto Adige e imprese scelte, facendo leva su ricerca e sviluppo (piattaforma "Vertical Innovation")
- > Elaborazione di un programma strategico per attirare talenti e professionisti in provincia
- > Proseguimento della strategia di sviluppo economico nel settore creativo tramite l'estensione dei finanziamenti per il cinema ai cortometraggi e l'incremento dell'"effetto territoriale"

### I NOSTRI OBIETTIVI PER I PROSSIMI ANNI

- > Sostegno all'innovazione tramite networking e cooperazioni
- > Il NOI Techpark come motore per la ricerca e l'innovazione
- > Digitalizzazione: creazione di un "OpenDataHub" (GeoBank) largamente accessibile
- > Mobilità e raggiungibilità: miglioramento dei flussi di traffico





## PROGETTI PER LO SVILUPPO TERRITORIALE

# OBIETTIVO: FAR CRESCERE IL TERRITORIO

Una piattaforma per l'innovativo settore del legno, una banca dati centrale per gli indicatori economici, una campagna a sostegno del settore invernale e un think tank che dia nuovi impulsi all'area industriale di Bolzano Sud: quattro interessanti progetti per un approccio creativo allo sviluppo dell'economia altoatesina.



## **OPENDATAHUB: LA BANCA DATI PER L'ALTO ADIGE**

Nel 2017 il progetto di IDM “GeoBank Alto Adige” è proseguito con il nuovo nome di “OpenDataHub”. Obiettivo è, in sintesi, lo sviluppo di un'interfaccia centralizzata a partire dalla quale sia possibile accedere a tutti i dati rilevanti per l'economia altoatesina, ad esempio dei settori turismo, mobilità, cultura, commercio, agricoltura e artigianato. I dati sull'Alto Adige raccolti e conservati sulla piattaforma saranno di facile accesso e a disposizione di tutti quanti desiderino impiegarli per realizzare progetti digitali (ad esempio una startup altoatesina che voglia sviluppare una app innovativa, o anche player come IDM che intendano ottimizzare l'offerta informativa nel settore turistico).

Il portale suedtirol.info e la “Südtirol Mobile Guide App”, ad esempio, sono connessi all'OpenDataHub e possono estrarne direttamente i dati di cui necessitano. Gli ospiti possono inoltre registrarsi come utenti e salvare ad esempio un piano di viaggio personalizzato all'interno dell'OpenDataHub per avere l'itinerario sempre disponibile sia su suedtirol.info che nella app. Un altro esempio: IDM ha siglato accordi con gestori di colonnine di ricarica per veicoli elettrici come Alperia, Drive o Route220; i relativi dati vengono pubblicati tramite l'OpenDataHub e possono essere visualizzati su emobility.merano.eu.

## **PRORAMUS: PASSIONE PER IL LEGNO**

Il settore altoatesino del legno genera un valore di produzione annuo di circa 1,5 miliardi di euro e, grazie all'elevato know-how acquisito, è all'avanguardia a livello internazionale nella lavorazione e nello sviluppo del prodotto. Nel 2017 il comparto, coordinato dall'Ecosystem Wood & Agricultural Technologies di IDM, ha compiuto un passo importante: a settembre è stata infatti lanciata la nuova piattaforma online ProRamus, che offre un'interessante panoramica dell'economia forestale e del

legno in Alto Adige. Il portale propone brevi interviste con imprenditori del settore, esempi creativi di edifici e oggetti in legno, nonché una banca dati con informazioni su aziende, ricerca e sviluppo. Uno dei focus della piattaforma è la sensibilizzazione dei giovani sulle opportunità lavorative offerte da questo settore: il marchio “ProRamus Young” illustra ai più giovani le possibilità professionali e formative del comparto forestale e del legno. Al progetto ProRamus partecipano, oltre a IDM, anche rappresentanti della Provincia, dell'Unione agricoltori Alto Adige, della Confartigianato Imprese (lvh.apa), della Assoimprenditori e dell'Unione Energia (SEV).

[www.proramus.com](http://www.proramus.com)

## **#MYMOUNTAINS: LE TUE MONTAGNE**

A dicembre 2017 IDM e l'Associazione esercenti funiviari dell'Alto Adige hanno lanciato la campagna “#mymountains – Vivi la montagna con le funivie dell'Alto Adige”, destinata agli altoatesini stessi. Obiettivo dell'iniziativa era di stimolare la popolazione a un utilizzo più frequente delle funivie locali per varie attività in montagna, tra sci, slittino, escursioni e relax, per far sì che queste strutture così importanti per il territorio continuino a esistere in modo autentico e sostenibile. La campagna è stata diffusa tramite pubblicazioni su carta stampata e online, nonché interviste e spot dedicati al tempo libero sulle stazioni radiofoniche in lingua tedesca e italiana. Cartelloni nelle stazioni delle funivie invitavano i passeggeri a condividere le loro esperienze con l'hashtag #mymountains; anche influencer altoatesini e il team social media di IDM hanno utilizzato l'hashtag per postare su Instagram e Facebook. L'immagine più bella della settimana veniva premiata con biglietti giornalieri per le aree sciistiche dell'Alto Adige.

## **THINK TANK SUD: NUOVA VITA PER LA “ZONA”**

Nell'area industriale di Bolzano fino a pochi decenni fa sibilavano ancora le fornaci e risuonavano le catene di montaggio. Oggi le fabbriche erette in epoca fascista sono quasi completamente scomparse e i terreni sono stati risanati. Il vasto comprensorio, che gli abitanti di Bolzano chiamano semplicemente “la zona”, ha beneficiato del boom edilizio degli ultimi anni e oggi ospita – oltre a imprese produttive, aziende commerciali e di servizi, uffici e ristoranti – anche il nuovo cuore dell'innovazione altoatesina: il NOI Techpark. Bolzano Sud è oggi un'area multiculturale e multilingue, nella quale lavorano creativi e innovatori. In questo contesto è nato un progetto che intende stimolare e accelerare lo sviluppo di Bolzano Sud: il Think Tank Sud, ospitato da IDM all'interno del NOI Techpark. Si tratta di un gruppo di interesse composto da rappresentanti dei mondi economico, scientifico e della cultura, che vogliono fare di Bolzano Sud un ambiente di lavoro attraente per i giovani e una fucina di idee per l'intero Alto Adige. In tale ottica il think tank tratta diverse tematiche, tra cui il miglioramento della mobilità e la riqualificazione dell'area con più superfici verdi. Il progetto ha importanza strategica anche per IDM, non da ultimo per il fatto che la “zona” rappresenta per i visitatori la porta di ingresso meridionale della città.

## BUSINESS LOCATION

# LA TERRA DELL'INNOVAZIONE

Direttamente dal NOI Techpark, il cuore dell'innovazione in Alto Adige, il reparto Business Location intende presentare il territorio come location attraente per imprese e professionisti stranieri e di altre province italiane. La parola d'ordine è "Vertical Innovation": crescita sostenibile.

### EMOZIONE E INFORMAZIONE

"Vertical Innovation" è lo strumento con cui il reparto Business Location di IDM dà visibilità all'ecosistema dell'innovazione altoatesina e consolida l'immagine dell'Alto Adige come territorio interessante per imprese provenienti da altre province italiane oltre che da Germania, Austria e Svizzera. La piattaforma online Vertical Innovation veicola emozioni e presenta informazioni su eventi di rilievo e sui successi ottenuti nei settori ricerca, sviluppo e innovazione in Alto Adige. Gli obiettivi perseguiti da IDM sono tre: insediare imprese innovative in Alto Adige, creare nuove opportunità di cooperazione per aziende e istituti di ricerca altoatesini e attirare professionisti altamente qualificati.

### PERCHÉ VERTICAL INNOVATION?

In molte parti del mondo la crescita economica è sinonimo di sfruttamento delle persone e delle risorse naturali, occupazione di immense superfici e distruzione ambientale. L'Alto Adige non punta a una crescita meramente quantitativa e non sostenibile ma preferisce investire – in armonia con le caratteristiche naturali del territorio e la strategia di specializzazione RIS3 – sulle eccellenze e la ricerca ai massimi livelli, ovvero su una crescita verticale prodotta dall'innovazione. Un ambiente favorevole all'innovazione genera

a sua volta incentivi interessanti per imprese, investitori e professionisti esteri.

### ONLINE E OFFLINE

Il reparto Business Location impiega due strumenti per trasmettere all'esterno un'immagine dell'Alto Adige come location economica innovativa. Il primo è la piattaforma online **verticalinnovation.it**. Il portale fornisce informazioni tramite ritratti di imprese, reportage e notizie su temi legati all'innovazione e alle eccellenze economiche dell'Alto Adige. Per favorire la massima diffusione, l'attività redazionale è integrata da una forte presenza sui social media e da eventi organizzati al di fuori dell'Alto Adige. Il secondo canale di comunicazione relativo al tema dell'innovazione in Alto Adige fa riferimento al NOI Techpark. Le conferenze stampa del 2017 a Roma, Milano e Zurigo in occasione dell'inaugurazione del Techpark, alla presenza del presidente della Provincia Arno Kompatscher e del direttore del Dipartimento Economia della Provincia Ulrich Stofner, hanno avuto grande risonanza sulla stampa nazionale e internazionale, rafforzando l'immagine dell'Alto Adige come territorio di innovazione. L'organizzazione di ulteriori eventi dedicati al tema Vertical Innovation permette inoltre a IDM di creare piattaforme per il networking tra imprese, ricercatori e professionisti altamente qualificati.





17 eventi

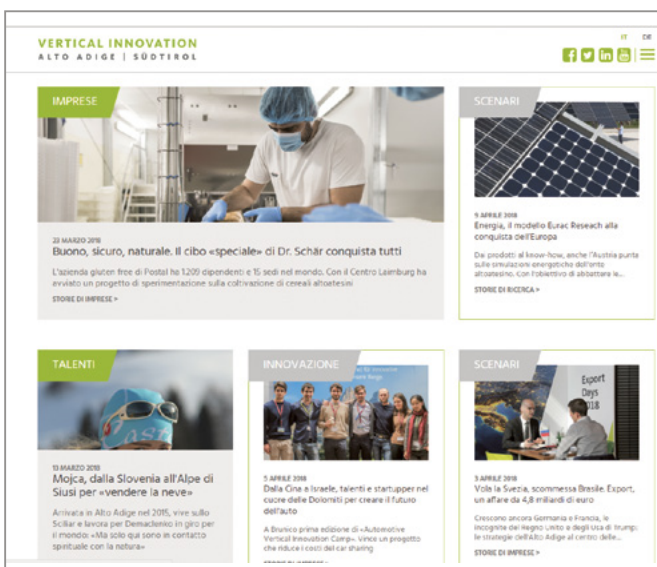
52.093 utenti sul sito

578 partecipanti

917.478 visualizzazioni nei canali social

37.748 interazioni nei canali social

127 pubblicazioni inerenti al NOI Techpark sulla stampa nazionale e internazionale



La conferenza stampa a Roma per l'inaugurazione del NOI Techpark ha suscitato grande interesse mediatico (in alto). Il portale verticalinnovation.it (a sin.) racconta le eccellenze economiche e dell'innovazione in Alto Adige.

## VERTICAL INNOVATION È ANCHE UN LIBRO

Nel 2017 è uscito *Vertical Innovation. La vera natura dell'innovazione* (Guerini Next, 208 pp.), un volume dedicato al progetto di sviluppo territoriale dell'Alto Adige. Il libro illustra i diversi aspetti della tematica e include, tra gli altri, contributi scientifici di economisti come Stefano Micelli e Giancarlo Corò (Università Ca' Foscari di Venezia) e uno studio sull'Industria 4.0 di Marco Bettiol ed Eleonora Di Maria (Università di Padova). Il volume comprende inoltre contributi di Paolo Lugli (rettore dell'Università di Bolzano), Dominik Matt (Fraunhofer Italia), Hubert Hofer (IDM) e del presidente della Provincia Arno Kompatscher, nonché esempi di best practice tratti da imprese altoatesine.



Un libro pubblicato nel 2017 illustra l'innovativa strategia di sviluppo dell'Alto Adige dal punto di vista sia scientifico, sia imprenditoriale.

## IL LUOGO GIUSTO PER I TALENTI

Vertical Innovation offre la piattaforma ideale per un posizionamento dell'Alto Adige come "Best Place for Talents". Il sito web è stato ampliato con l'inserimento delle sezioni "Vivere e lavorare" e "Storie di talenti" che forniscono informazioni utili al gruppo target di professionisti italiani ed esteri. IDM, forte dei risultati di un benchmarking internazionale condotto da un'agenzia di consulenza nonché dello scambio di idee con le associazioni e le imprese altoatesine, ha sviluppato una strategia e ha posto le basi per un programma di ampio respiro, finalizzato a posizionare l'Alto Adige sul lungo periodo come territorio attraente per professionisti qualificati.

In autunno IDM ha preso parte, insieme a cinque imprese altoatesine, a fiere a Innsbruck e Monaco dedicate al recruiting, avviando in tale contesto il Vertical Innovation Camp "Co-create the Future of Mobility", che nel corso del 2018 porterà giovani talenti selezionati in Alto Adige.

2 fiere dedicate al recruiting  
850 partecipanti

## NEW ENTRY

Nel 2017, con il supporto di IDM, si sono insediate in Alto Adige undici nuove imprese. Tra queste ci sono nomi noti come Reusch e Huawei e innovatori di nicchia come Exida Engineering (settore automotive), Cibolab (settore alimentare), HBI (tecnologie ambientali), Dibop (musica e servizi online) e Cine Chromatix (post-produzione cinematografica e VFX). L'impegno del reparto Business Location e degli Ecosystem ha favorito inoltre la nascita di una partico-

lare cooperazione imprenditoriale, quella tra la Nutri-Re, che riunisce le imprese altoatesine Lyopharm e Laboratori Clodia, e le grandi imprese italiane del settore alimentare Ecam Ricert, Salix, Bionap e Naturalia Ingredients. La cooperazione è finalizzata alla ricerca nell'ambito del cibo funzionale.

76 progetti di consulenza per imprese estere

11 nuovi insediamenti

## CHI CERCA TROVA

Il reparto Business Location gestisce il portale altoatesino per gli immobili a uso produttivo, dove le aziende locali e le imprese che intendono insediarsi in provincia possono trovare terreni commerciali, capannoni e uffici da acquistare o affittare. Un ulteriore effetto positivo di questa banca dati è la riutilizzazione delle strutture esistenti e la riduzione degli immobili sfitti. Il portale, che presenta 510 offerte (dato del 31.12.2017), è stato rinnovato nel 2017 per rendere la ricerca ancora più semplice e immediata.

IDM sostiene le imprese alla ricerca di una sede non soltanto online ma anche offline: il reparto Business Location ha condotto nel 2017 oltre 120 consulenze relative a immobili a uso produttivo. Sono particolarmente richiesti gli insediamenti nell'ambiente innovativo del NOI Techpark: i consulenti di IDM hanno sostenuto circa 70 colloqui con persone e imprese interessate e hanno fornito assistenza nella presentazione di 15 domande di ammissione da presentare alla commissione interna del NOI Techpark.

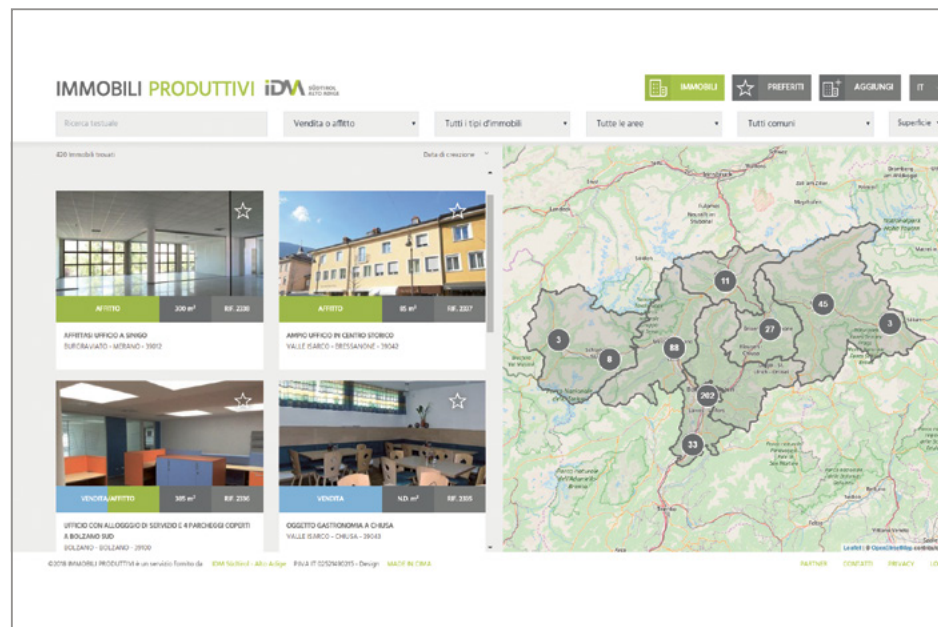
[immobili-produttivi.idm-suedtirol.com](http://immobili-produttivi.idm-suedtirol.com)

domande di ammissione al NOI Techpark **15**

**70** consulenze per l'insediamento all'interno del NOI Techpark

**122** consulenze immobiliari

**510** immobili a uso produttivo nella banca dati



Il portale IDM per gli immobili produttivi è stato rinnovato nel 2017 (in alto). L'azienda Reusch è una delle undici nuove imprese insediate in Alto Adige nel 2017, dopo aver riunito le varie filiali in un'unica sede a Bolzano (in basso).





## FILM FUND & COMMISSION

# L'ALTO ADIGE AL CINEMA

Il 2017 è stato un anno importante per il reparto Film Fund & Commission di IDM, con varie misure di consolidamento dell'intero settore audiovisivo e un massimo storico raggiunto dall'“effetto territoriale” grazie alle numerose produzioni italiane ed estere girate sul territorio e presentate con successo nei festival di tutto il mondo.



L'impegno per il territorio e per la promozione della location cinematografica nel 2017 è reso visibile dalle produzioni girate in Alto Adige: dall'alto a sin. in senso orario *The Holy Mountain*, *Burg Schreckenstein 2*, *Iceman*, *Manaslu*, *Hexe Lilli rettet Weihnachten*, *Il premio*, *La ragazza nella nebbia* e *Il paese sommerso*.



## L'IMPEGNO PER IL TERRITORIO CONVIENE

Una cifra descrive meglio di qualsiasi altra il 2017 della Film Fund & Commission di IDM: 200%. È la percentuale raggiunta dall'effetto territoriale, ovvero il rapporto tra le spese sostenute sul territorio dalle produzioni cinematografiche italiane ed estere e i finanziamenti a esse accordati da parte di IDM. In altre parole: a ogni euro con il quale IDM ha sostenuto le produzioni del 2017 corrispondono due euro spesi da esse in Alto Adige. Rientrano in tale voce i compensi per i professionisti locali del settore cinematografico e degli ambiti contigui (dalla costruzione di set al noleggio di elicotteri) ma i benefici si estendono anche ad altri rami dell'economia altoatesina. Dietro alla cifra, già di per sé significativa, si nascondono molte attività della Film Commission per lo sviluppo del territorio, dalle costanti iniziative di formazione per i professionisti locali a manifestazioni di settore, a un'intensa promozione della location altoatesina in Italia e all'estero. In stretta collaborazione con la Film Commission lavora anche l'Ecosystem Film & Creative Industries, costituito nel 2017, che ha come obiettivo l'ulteriore rafforzamento dell'industria cinematografica e creativa dell'Alto Adige.

## TALENTI DIETRO ALLA CINEPRESA

La crescita della location cinematografica è strettamente legata al sostegno offerto ai professionisti locali. Proprio per questo IDM Film Fund & Commission ha dato vita anche nel 2017 a numerose iniziative di formazione riunite nel programma "MOVIE IT!" e che prevedevano, tra l'altro, programmi di mentoring in scenografia e costume. IDM ha inoltre messo a disposizione sei borse di studio per corsi di formazione. Altre importanti iniziative di sostegno ai giovani talenti sono state RACCONTI Local Talent #2, un programma riservato a sceneggiatori locali, e la seconda edizione del programma FINAL TOUCH, nel quale un team di esperti aiuta i filmmaker a dare il "tocco finale" a progetti in fase avanzata di elaborazione. Un altro momento clou dell'anno è stato l'"Alpenländischer Produktionsworkshop", riservato ai futuri produttori. L'evento, organizzato da IDM in collaborazione con le Scuole di cinema di Zurigo, Monaco, Vienna e Bolzano, si è tenuto nel 2017 per la prima volta a Bolzano.

[www.movie-it.info](http://www.movie-it.info)

## IL DEBUTTO DI ÖTZI SUL GRANDE SCHERMO

I legami con l'Alto Adige di *Iceman*, film di Felix Randau con Jürgen Vogel nel ruolo di Ötzi, vanno ben oltre la figura del protagonista. Il lungometraggio è stato infatti realizzato in quattro settimane di riprese in Val Passiria, Val Senales e Val di Vize ed è una coproduzione della casa bolzanina Echo Film. Il progetto ha visto il coinvolgimento di numerosi attori e professionisti del settore cinematografico locale, oltre a diversi fornitori di servizi e ai collaboratori del Museo archeologico di Bolzano. Il film ha ottenuto inoltre un finanziamento da parte di IDM. I successi già raccolti dalla pellicola sono dunque motivo di particolare soddisfazione: il film ha debuttato al rinomato Festival del cinema di Locarno ed è stato inserito nella long list del Deutscher Filmpreis 2018, proprio come *Die Einsiedler* del regista altoatesino Ronny Trocker, girato anch'esso in Alto Adige.

## UN LOCATION TOUR IN TERRA LADINA

Nel 2017 la Film Fund & Commission ha organizzato il sesto location tour PLACES. L'iniziativa è rivolta a produttori e cineasti che desiderano visitare le location dell'Alto Adige e scoprire potenziali ambientazioni per i loro film. Il tour del 2017 era dedicato alla Val Gardena. PLACES #6 ha offerto inoltre ai partecipanti l'opportunità di conoscere e stabilire contatti con professionisti e fornitori di servizi locali.

## INCONTRO DI SETTORE IN ALTO ADIGE

Nel 2017 si è tenuta la settima edizione della conferenza cinematografica INCONTRI, organizzata da IDM. A fine aprile sull'altopiano del Renon si sono dati appuntamento 70 partecipanti tra produttori e responsabili televisivi, rappresentanti di piattaforme di video on demand e di case di distribuzione e film commission provenienti da Italia, Germania, Austria e Svizzera. Durante il convegno, della durata di due giorni, si è discusso delle prospettive future del settore.

22 produzioni girate in Alto Adige

403 giorni di riprese in Alto Adige

28 progetti sostenuti

200% effetto territoriale

33 iniziative di formazione e aggiornamento professionale

17 premi ottenuti a festival o concorsi cinematografici

270 menzioni nei media di lingua tedesca

292 menzioni nei media italiani

## INNOVAZIONE

# DOVE CRESCONO LE IDEE

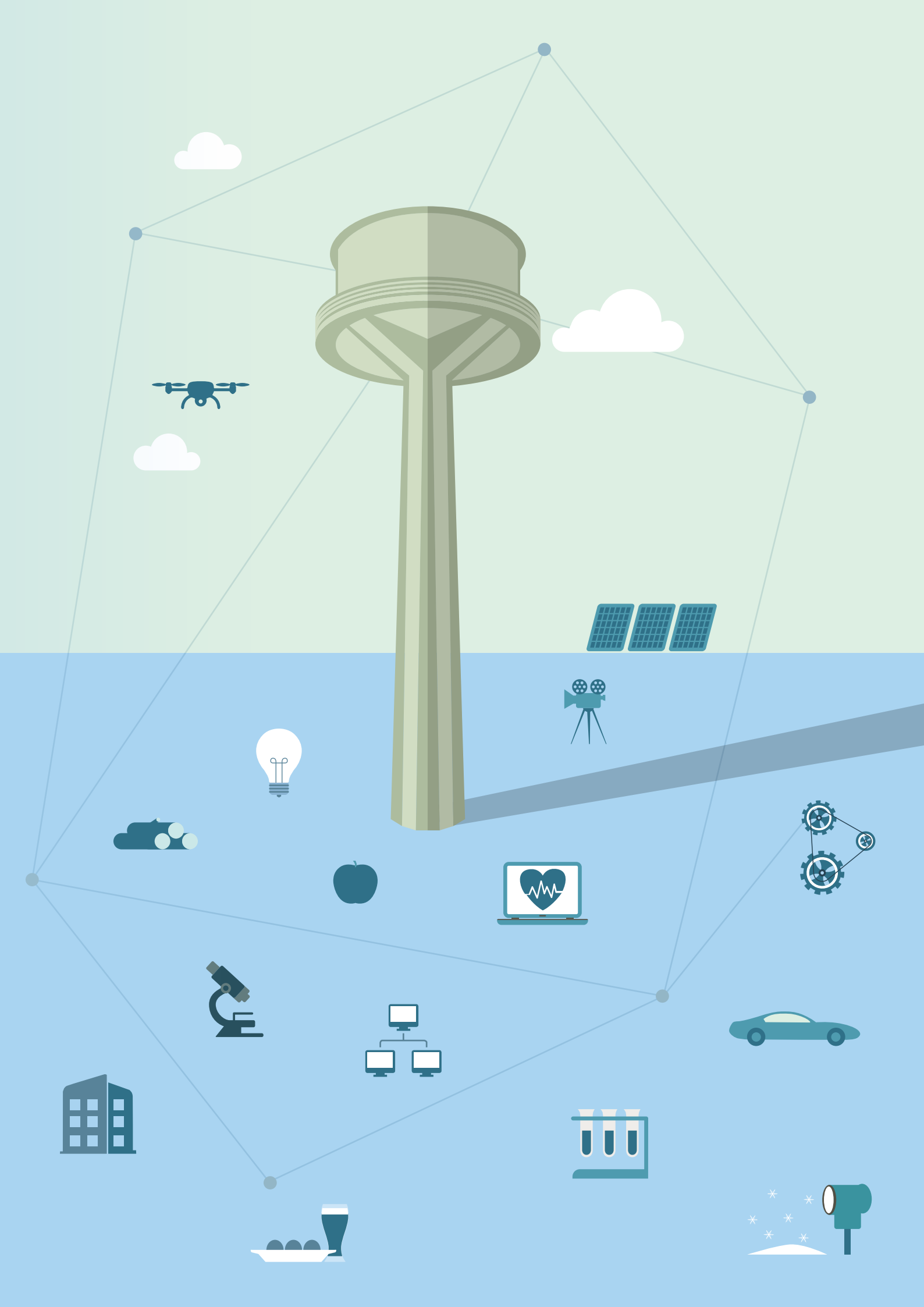
Per incrementare la loro competitività le imprese dell'Alto Adige devono puntare sull'innovazione. IDM sostiene con forza soprattutto le piccole e medie imprese a questo fine: nella ricerca di investitori, nello sviluppo del prodotto o nell'immissione nel mercato. All'interno degli Ecosystem di IDM mettiamo in contatto imprese e startup con ricercatori e investitori, permettendo loro di sfruttare le cooperazioni per accrescere il proprio livello di innovazione e garantendo la continua crescita dei settori di eccellenza dell'Alto Adige. L'Incubatore d'impresa dà inoltre ad aziende tecnologiche (le cosiddette Tech Companies) e a startup la possibilità di sperimentare e perfezionare le proprie idee innovative per far nascere nuovi prodotti, servizi o imprese.

### LE TAPPE PRINCIPALI DELLA NOSTRA ATTIVITÀ NEL 2017

- › 200 consulenze sul tema produzione 4.0
- › Assistenza a imprese di varie dimensioni nell'ambito di circa 70 progetti di sviluppo
- › Affiancamento e sostegno nello sviluppo di 327 nuovi progetti
- › Ammissione di nove nuove aziende all'interno dell'Incubatore d'impresa

### I NOSTRI OBIETTIVI NEI PROSSIMI ANNI

- › Espansione e sviluppo continuo delle aree di eccellenza dell'Alto Adige tramite gli Ecosystem IDM
- › Sostegno all'innovazione di prodotto nelle aziende altoatesine
- › Sostegno all'innovazione dei processi, con particolare attenzione alle sfide poste dalla digitalizzazione (produzione 4.0)
- › Incremento della produttività e della competitività delle imprese altoatesine
- › Ulteriore aumento delle cooperazioni tra imprese e istituti di ricerca



## ECOSYSTEM

# L'UNIONE FA... L'INNOVAZIONE

Mettere in rete imprese, startup, istituti di ricerca, università e investitori per generare innovazione e crescita in un determinato comparto, contribuendo così allo sviluppo di un intero settore economico: questa è, in estrema sintesi, la missione degli Ecosystem di IDM.

### IN RETE

IDM gestisce gli Ecosystem: nove reti strategiche settoriali, al cui interno gruppi di lavoro affrontano sfide comuni, ricercatori e startup collaborano a progetti internazionali di innovazione e diversi esperti mettono le proprie competenze a disposizione delle imprese altoatesine per agevolare lo sviluppo e la commercializzazione di nuovi prodotti e servizi. Innovazione, cooperazione e scambio di conoscenze: così cresce l'economia dell'Alto Adige.

### SPECIALIZZAZIONE "SMART"

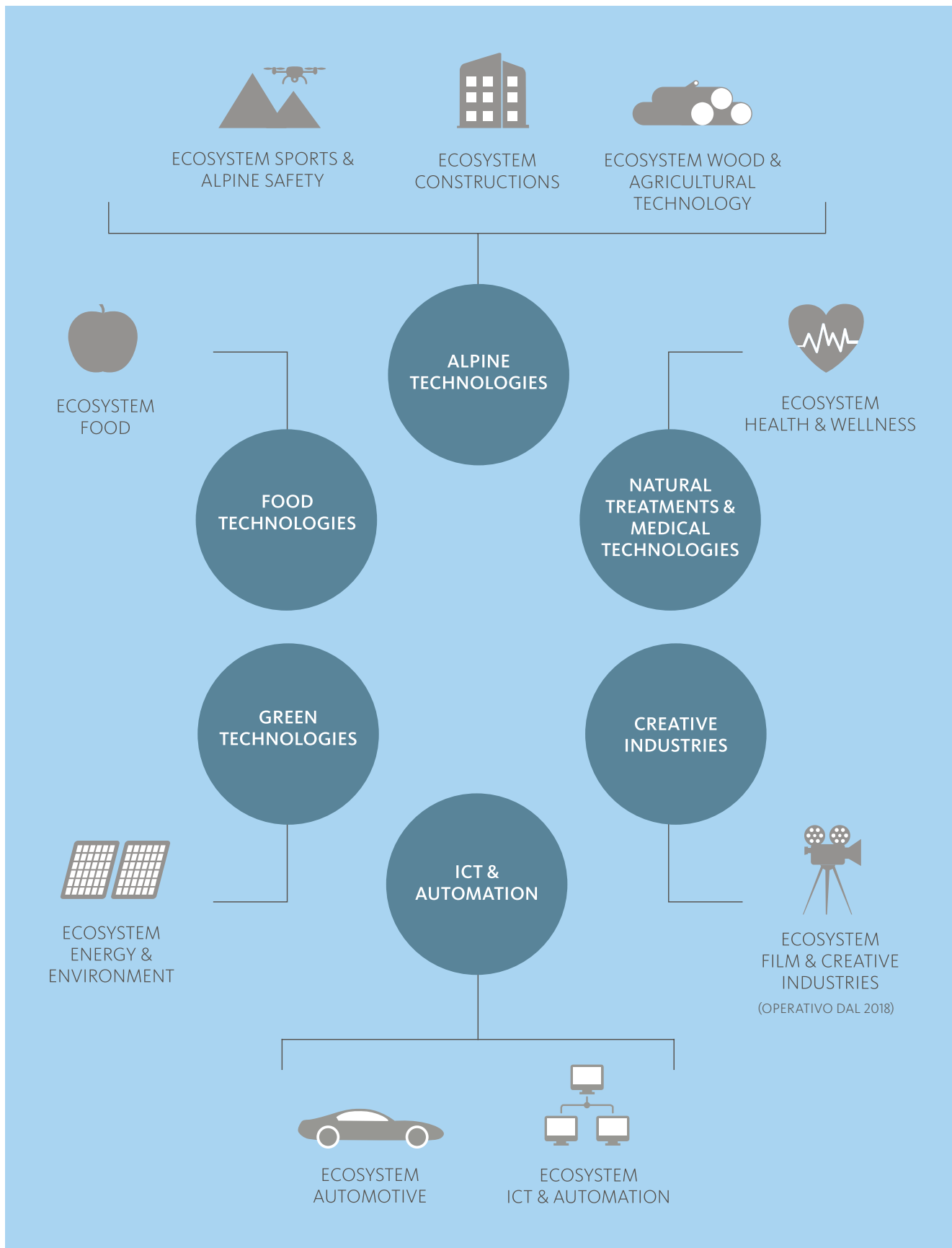
Gli Ecosystem di IDM sono reti strategiche che riuniscono attori provenienti da uno o più settori e si fondano sulle cosiddette aree di eccellenza dell'economia altoatesina, ovvero sui settori nei quali l'Alto Adige è già all'avanguardia o presenta un potenziale promettente. Con il modello degli Ecosystem la Provincia aderisce alle linee guida dell'Unione europea: con l'agenda "Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation" (in breve RIS3) l'UE persegue infatti una strategia di specializzazione dei singoli Paesi e regioni nelle aree identificate come punti di forza. È inoltre prevista un'incentivazione di ricerca e sviluppo tramite la creazione di network intelligenti per sfruttare in modo più efficace le opportunità di finanziamento e accrescere le sinergie tra

investitori pubblici e privati. In tale contesto l'Unione europea ha affidato ai singoli Paesi e alle regioni l'incarico di individuare le proprie aree di eccellenza. L'Alto Adige ha attuato la strategia definendo sei aree di eccellenza: Alpine Technologies, Green Technologies, Food Technologies, ICT & Automation, Natural Treatments & Medical Technologies e Creative Industries.

### I SERVIZI DEGLI ECOSYSTEM PER LE IMPRESE

#### Gli Ecosystem di IDM...

- › informano le imprese sulle tendenze del settore e trasferiscono loro il know-how più recente
- › consentono la partecipazione a gruppi di lavoro e a progetti di cooperazione con altre imprese e/o con il coinvolgimento di centri di ricerca
- › agevolano l'accesso al mercato (internazionale)
- › sostengono le imprese nell'accesso a finanziamenti riservati a innovazione e R&S
- › forniscono, in generale, assistenza alle imprese nei loro progetti di innovazione e sviluppo
- › rafforzano l'economia altoatesina promuovendo le competenze e le eccellenze dei settori e delle singole imprese



I nove Ecosystem sono organizzati seguendo la logica delle sei aree di eccellenza definite da IDM.

## SOGNI D'ORO IN HOTEL

“Under Construction” è il nome del metodo elaborato congiuntamente dall'Ecosystem Constructions di IDM e da Eurac Research per accelerare il trasferimento tecnologico e di innovazione dalla ricerca alle imprese: i risultati dell'attività di ricerca trovano applicazione immediata all'interno delle aziende. La sesta edizione del progetto, nel 2017, era incentrata sul tema “Comfort e qualità dell'aria e dell'ambiente interno agli hotel”. Alberghi, imprese e due istituti di ricerca hanno collaborato a stretto contatto: tre team formati complessivamente da 12 giovani ingegneri e architetti provenienti da tutta Italia hanno elaborato progetti innovativi per migliorare il comfort ambientale di tre hotel altoatesini. Sei aziende altoatesine selezionate da IDM hanno quindi sviluppato soluzioni concrete che verranno sottoposte a studi di fattibilità nel corso del 2018.

## DRONI IN AZIONE

L'Ecosystem Sports & Alpine Safety è nato nel 2017 dalla fusione degli Ecosystem CivilProtection & Alpine Safety e Sports & WinterTech. I notevoli vantaggi di una collaborazione tra due settori all'interno di un unico network sono evidenti per esempio in una tematica che l'anno scorso è stata oggetto di numerosi progetti: i droni. Nell'ambito dell'iniziativa “Drones-4-Safety”, ad esempio, nell'estate 2017 alcune unità professionali RPAS (unità formate da drone e pilota) hanno fornito assistenza nel corso di circa 20 interventi di vigili del fuoco e soccorso alpino; nell'ambito del progetto DAIDALOS tre imprese altoatesine hanno sviluppato congiuntamente un sistema che permette di effettuare riprese del territorio tramite l'impiego di droni.

Ancora più marcatamente transettoriale è il progetto “Droni nelle Alpi”, frutto della stretta cooperazione tra l'ambito cinematografico e quello della protezione civile. A febbraio 2017, 14 relatori internazionali, 14 esperti altoatesini e 112 partecipanti provenienti da Italia, Svizzera, Austria e Germania si sono dati appuntamento a Bolzano con l'obiettivo di illustrare la versatilità dei droni e motivare la popolazione e gli imprenditori locali all'impiego di tale tecnologia.

## RETE CREATIVA

L'Ecosystem Film & Creative Industries è stato creato nel 2017 per poter essere operativo già all'inizio del 2018. Il nuovo Ecosystem persegue l'obiettivo di rafforzare l'economia creativa locale e di incrementarne la competitività. Gruppi di lavoro tematici affrontano e discutono argomenti e tendenze rilevanti per il settore. Le imprese si mettono in rete con i creativi per dare vita a idee, prodotti e servizi innovativi. L'economia creativa dell'Alto Adige possiede un grande potenziale economico e di innovazione ancora inespresso; l'Ecosystem intende sfruttare tale potenziale anche per creare sinergie con altri ambiti economici.

## EFFICIENZA ENERGETICA ON TOUR

A gennaio 2017, nell'ambito della fiera KlimaHouse, l'Ecosystem Energy & Environment ha nuovamente organizzato gli enertour, visite guidate a edifici riservate ad architetti e progettisti, molto apprezzate nelle edizioni precedenti e incentrate nel 2017 sui temi dell'efficienza energetica e del comfort abitativo. IDM ha organizzato le visite guidate in 22 edifici dell'Alto Adige particolarmente rilevanti dal punto di vista della gestione energetica. Ai 17 tour, tra i quali un nuovo Virtual Reality Tour, hanno aderito 380 partecipanti provenienti da tutta Italia: un biglietto da visita importante per l'Alto Adige e il suo ruolo pionieristico nel settore energetico.

## SVEGLIA!

L'evento principale organizzato nel 2017 dall'Ecosystem Food è stata, a luglio, la conferenza “WakeUp. Oggi e domani, successo nel settore alimentare”. Per i circa 110 partecipanti, tutti imprenditori del settore alimentare, la manifestazione è stata un'occasione per acquisire nuove conoscenze sulle tendenze globali e i loro effetti sulla produzione alimentare, nonché su temi legati a comunicazione e social media. Il programma comprendeva inoltre relazioni su esempi di best practice e, collateralmente, dei workshop accolti con interesse dal pubblico e dedicati a temi quali commercializzazione, marketing e sviluppo del prodotto.



Gli Ecosystem di IDM nel 2017 hanno organizzato attività incentrate su vari argomenti, come ad esempio la conferenza “WakeUp” per il settore alimentare (a sin.) oppure gli apprezzatissimi enertour, anche in forma virtuale (in alto a destra), o ancora una serie di progetti sui droni (in basso a destra).

## GLI EFFETTI TERAPEUTICI DEL BOSCO

Combattere lo stress e vivere più a lungo, ma come? Attraverso il contatto con la natura. Alla Wellness Conference Alto Adige 2017, organizzata a maggio dall'Ecosystem Health & Wellness, hanno preso parte relatori di livello internazionale con interventi sulle nuove tendenze del settore wellness, quali la medicina anti-aging e la foresta-terapia. Su quest'ultima, studi giapponesi hanno dimostrato che il numero delle cosiddette “cellule killer” presenti nel sangue e in grado di sconfiggere cellule tumorali e virus aumenta del 40% dopo un solo giorno trascorso nel bosco. L'effetto può durare fino a sette giorni. Altri effetti positivi: la riduzione della pressione sanguigna e del livello degli “ormoni dello stress” cortisolo, adrenalina e noradrenalina.

## ALLEANZA DIGITALE

La AlpineBits Alliance è un gruppo di lavoro coordinato dall'Ecosystem ICT & Automation, del quale fanno parte 20 imprese dell'area alpina specializzate nelle tecnologie digitali per il turismo. Obiettivo di AlpineBits è lo sviluppo di uno standard di comunicazione in grado di collegare tra loro diversi portali turistici. Nel 2017, al termine di un'intensa fase di programmazione, il gruppo di lavoro ha presentato ufficialmente la nuova versione dello standard AlpineBits. Le nuove funzioni permettono alle imprese di perfezionare i propri prodotti e di inserire nuovi servizi nei portali turistici da esse gestiti.

## LA PRODUZIONE DI DOMANI

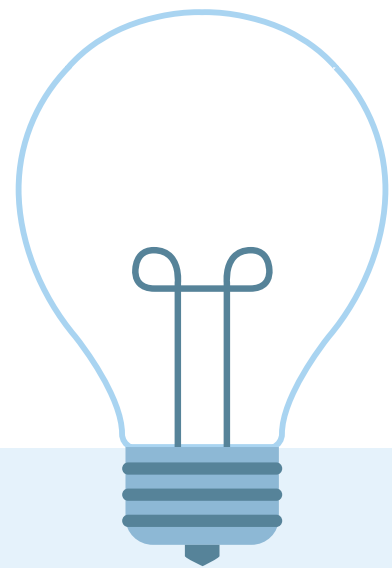
Il tema Industria 4.0 è decisivo per lo sviluppo economico futuro non solo in Alto

Adige ma anche a livello italiano ed europeo. A livello locale, IDM, nella funzione di Digital Innovation Hub, ha ricevuto l'incarico di elaborare un piano di misure in linea con il “Piano nazionale Industria 4.0”, con l'obiettivo di accelerare la digitalizzazione delle imprese altoatesine. La tematica è trasversale all'attività di diversi Ecosystem ma è particolarmente rilevante per l'Ecosystem Automotive. Nel 2017 l'Ecosystem ha organizzato una prima serie di manifestazioni dedicate al tema “Produzione 4.0 nelle imprese altoatesine”, con quattro appuntamenti e complessivamente 173 partecipanti. All'interno del progetto “3DCentral – Digitalizzazione nelle imprese produttive” l'Ecosystem coordina undici organizzazioni partner provenienti da sei diversi Paesi e gestisce un budget di progetto di oltre 1,5 milioni di euro. L'obiettivo è facilitare l'accesso delle PMI alle tecnologie più innovative, a interessanti partner di cooperazione e a nuovi mercati.

## SERVIZI ALL'INNOVAZIONE

# DRITTI ALLA META

IDM sostiene le imprese altoatesine nella realizzazione di progetti ambiziosi con servizi sia nuovi che di provata efficacia – riorganizzati nel 2017 – che spaziano dallo sviluppo del prodotto alla ricerca del finanziamento. Tali servizi all'innovazione sono svolti dagli Ecosystem e dalla Consulenza clienti di IDM.



## SERVIZI ALL'INNOVAZIONE

I servizi all'innovazione, forniti con l'obiettivo di accelerare la realizzazione dei progetti innovativi delle imprese altoatesine, stanno suscitando grande interesse presso le aziende della provincia.

### Informare e ispirare

- › Trasferimento di know-how: eventi informativi e workshop dedicati alle tecnologie più attuali, ai nuovi mercati e a temi legati all'innovazione
- › Study Visits: viaggi imprenditoriali con focus tecnologico per le imprese altoatesine
- › Delegazioni incoming: visite in Alto Adige riservate a imprese ed esperti provenienti da Paesi esteri

### Connettere e cooperare

- › Cooperazione: networking con istituzioni pubbliche, istituti di ricerca e altre imprese, anche tramite i nostri Ecosystem
- › Partner tecnologici: ricerca dei partner adatti per realizzare con successo progetti di innovazione
- › Gruppi di lavoro composti da più imprese oppure da imprese e istituti di ricerca per trovare nuove soluzioni alle sfide del proprio settore

### Sviluppare e innovare

- › Ricerche su materiali e tecnologie nell'ambito dell'innovazione di prodotto o dei processi
- › Consulenza e affiancamento nell'innovazione dei modelli di business

vazione dei modelli di business

- › Consulenza su normative di prodotto, omologazione e certificazioni CE e sostegno concreto durante il processo di certificazione
- › Consulenza rapida e aiuto concreto nella produzione digitale (ad esempio stampa 3D, Rapid Prototyping e simulazioni digitali)
- › Sostegno nella ricerca di mercato precedente l'introduzione di nuovi prodotti, servizi o tecnologie
- › Consulenza su Ricerca & Sviluppo per garantire ai progetti di innovazione maggiori possibilità di successo
- › Studi di fattibilità condotti dagli esperti di IDM per i progetti di innovazione



## SI ACCENDONO LE LUCI SUL MAKER SPACE

Soluzioni di illuminotecnica intelligenti e su misura sono la specialità di led-tec. L'azienda altoatesina si è rivolta a IDM con una richiesta non semplice: come fornitore nell'ambito di un progetto di grandi dimensioni per un'impresa specializzata nell'allestimento di locali commerciali, led-tec doveva combinare profili e rivestimenti per luci LED di diversi produttori. Data l'irreperibilità sul mercato di un elemento necessario per le estremità dei profili, led-tec voleva farlo fabbricare ad hoc. IDM ha messo a disposizione il Maker Space al NOI Techpark per i primi esperimenti: uno schizzo del pezzo necessario presentato dall'impresa si è trasformato in un disegno CAD e quindi, tramite stampa 3D, in un prototipo. L'esito positivo dei test ha convinto l'impresa a stampare il giorno stesso una serie ridotta di dieci pezzi per un primo collaudo con il cliente. Sulla base dei dati CAD, led-tec ha infine potuto commissionare un numero maggiore di pezzi, realizzati tramite stampaggio a iniezione. L'impresa ha usufruito dell'intero servizio gratuitamente nell'ambito del progetto "DAVINCI".

## CAPITALE PER LE IDEE

La disponibilità di capitale è essenziale alla realizzazione di progetti di innovazione: per questo IDM fornisce alle imprese un fondamentale servizio di consulenza sui finanziamenti. Gli esperti di IDM offrono infatti consulenza relativamente ai finanziamenti pubblici (dalla valutazione delle diverse opzioni alla presentazione della domanda). Poiché molti progetti richiedono una soluzione mista di finanziamento, IDM sostiene le imprese anche nella ricerca di capitale di rischio fornito da investitori privati e business angels.

105  
affiancamenti nella  
presentazione di domande  
di finanziamento pubblico

154 consulenze

165  
servizi di  
networking

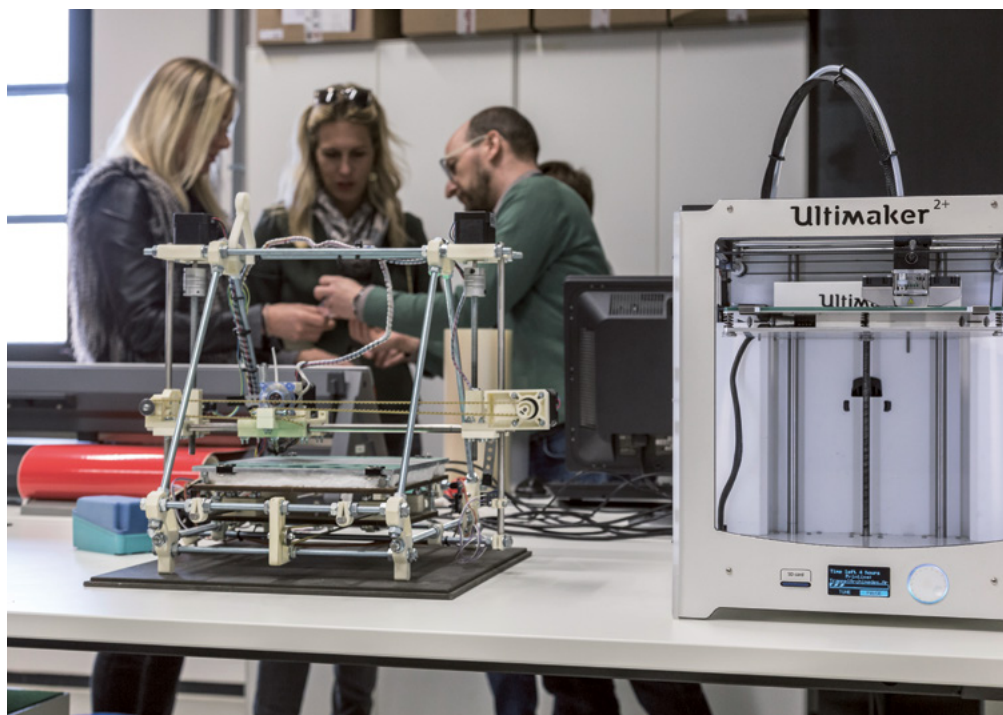
291  
servizi per lo  
sviluppo del prodotto

>1  
milione

di euro di finanziamenti accordati dalla Provincia

18

imprese, soprattutto startup, sostenute nella ricerca di investitori



I servizi all'innovazione di IDM comprendono anche l'assistenza fornita alle imprese nella fabbricazione rapida di prototipi, realizzati nel Maker Space all'interno del NOI Techpark.



## INCUBATORE D'IMPRESE

# LA FABBRICA DELLE IDEE

Accompagnare le idee dalla prima intuizione al successo imprenditoriale, valutare la qualità dei nuovi prodotti e servizi e lanciarli sul mercato grazie all'appoggio di esperti e investitori: questo è l'Incubatore d'impresе di IDM. Nel 2017 l'incubatore si è insediato all'interno del NOI Techpark e ospita 57 tra startup e imprese.

### LA SCINTILLA DEI CREATIVI

A novembre 2017, in seguito al trasferimento dell'Incubatore d'impresе di IDM all'interno del NOI Techpark, è stato inaugurato ufficialmente l'Idea Space, che mette a disposizione delle future startup spazi di lavoro flessibili e sale riunioni. L'Idea Space non è soltanto un luogo fisico di collaborazione ma offre diversi servizi per la fase di incubazione delle startup, tra i quali la creazione di contatti con potenziali partner e il sostegno nello sviluppo del modello di business e della strategia di finanziamento, nonché un ampio programma di corsi, training e workshop che intendono fornire una solida preparazione ai futuri imprenditori. I primi workshop, ad esempio, sono stati incentrati sui temi della commercializzazione e dello sviluppo del prodotto. In occasione dell'inaugurazione dell'Idea Space, Tal Cartran, guru e grande esperto di startup di Tel Aviv, ha tenuto una relazione fornendo ai circa 50 partecipanti una panoramica internazionale sulle startup. I primi "utenti" dell'Idea Space hanno quindi ricevuto una "startup box" con strumenti utili per mettere su carta le loro idee imprenditoriali.

progetti assistiti  
nell'Idea Space

12

31 startup assistite

aziende  
tecnologiche affiancate

26

nuove startup  
ammesse

9

5 nuove aziende  
tecnologiche ammesse

# Idea Space



## LA SALUTE PASSA PER LE MOLECOLE DI FRUTTA

Mirnagreen, una startup del settore Food & Health, ha sviluppato un metodo unico al mondo per estrarre microRNA da frutta e verdura. Queste piccole molecole di RNA hanno effetti antinfiammatori sull'organismo umano, aiutando a prevenire patologie come il diabete e il cancro. Le molecole vengono utilizzate come additivi in alimenti e cosmetici. La startup, che ha già raggiunto grande visibilità a livello nazionale (ne ha parlato, tra gli altri, *Il Sole 24 Ore*), si è insediata nel 2017 all'interno del NOI Techpark e sta valutando le offerte di diversi investitori.

## NUOVE AMMISSIONI NEL 2017

Nel 2017 sono state 14 le startup e aziende tecnologiche che si sono insediate all'interno dell'Incubatore d'impresе, portandovi nuovi cervelli e nuove idee, dall'innovativo trasporto merci urbano in bici alla pizza completamente automatizzata. Eccone alcuni esempi:

CiboLabs sta sviluppando, nell'ambito di un progetto di Ricerca & Sviluppo, un distributore completamente automatizzato in grado di produrre un'autentica pizza napoletana secondo i gusti del cliente.

La multinazionale Huawei intende creare in Alto Adige un innovation hub per le attività di Ricerca & Sviluppo, con particolare attenzione alle tematiche Internet of Things e Industria 4.0.

La startup Kerr è attiva nel settore della microelettronica e sviluppa, tra l'altro, innovative soluzioni di illuminotecnica.

L'impresa International Living Future Institute (ILFI) sviluppa all'interno del NOI Techpark scenari futuri e nuovi standard per architettura e edilizia.

La startup 4Peak ha sviluppato una nuova rete social per gli appassionati di sport invernali e un servizio interattivo di comunicazione e marketing diretto per i fornitori del settore.

Connex ha ideato una rete che connette gli spazi pubblici e offre soluzioni e servizi innovativi in tempo reale.

## BENVENUTI NEL CLUB

IDM ha organizzato nel 2017 numerosi eventi rivolti ai fondatori di startup con l'obiettivo di promuovere la cultura delle startup in Alto Adige, di stabilire una rete di contatti all'interno della community e, non da ultimo, di accrescere la notorietà dell'Incubatore d'impresе e dei suoi servizi. A ottobre, ad esempio, lo Start-up Club Alto Adige ha organizzato un evento al NOI Techpark al quale hanno preso parte 80 tra fondatori di startup, investitori, mentori e amici del mondo delle startup altoatesine. Prima di Natale si è tenuto un secondo incontro all'insegna del motto "Pitch & Punch", nel corso del quale i 60 partecipanti hanno colto l'occasione per presentare in modo innovativo i propri progetti.

**Luogo d'incontro per chi fa innovazione in Alto Adige: IDM gestisce l'Idea Space per futuri fondatori di startup all'interno del NOI Techpark (a sin.) e organizza diversi eventi incentrati sull'innovazione, come ad esempio un incontro dello Start-up Club Alto Adige a ottobre (a destra).**



## SOSTEGNO ALL'EXPORT

# IL MONDO A PORTATA DI MANO

In Alto Adige ci sono imprese straordinarie che riescono ad affermarsi nella concorrenza globale, spesso apportando particolari innovazioni o andando a occupare nicchie di mercato. Una solida attività di export è fondamentale non soltanto per queste aziende ma anche per l'intero territorio e il suo sviluppo economico. Nel 2016 l'Alto Adige ha esportato merci per un totale di 4,4 miliardi di euro. Nel 2017 il volume delle esportazioni è ulteriormente cresciuto nonostante la forte domanda interna.

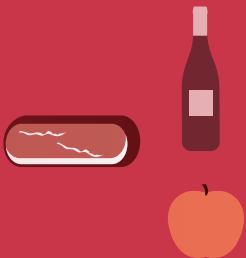
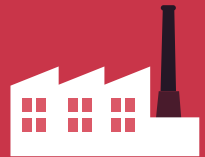
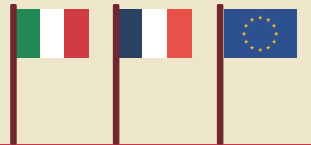
È qui che entra in gioco IDM con la sua ampia offerta di servizi per l'export. Sosteniamo le imprese tramite consulenza, corsi di formazione e coaching dedicati, ad esempio, alle opportunità o ai cambiamenti nei Paesi target: nel 2017 abbiamo affrontato temi quali le nuove sfide nei mercati dei Paesi DACH o i potenziali cambiamenti causati dalla Brexit e dalla presidenza Trump negli USA. Gli esperti di IDM sostengono inoltre le imprese nella pianificazione e attuazione di progetti di export e organizzano viaggi imprenditoriali, pool di aziende e partecipazioni collettive a eventi fieristici. Nel 2017, oltre alle tradizionali fiere, abbiamo intensificato la ricerca di piattaforme che agevolino la creazione di contatti B2B mirati, partecipando ad esempio a eventi di matchmaking in Francia e Croazia.

### LE TAPPE PRINCIPALI DELLA NOSTRA ATTIVITÀ NEL 2017

- > Evento informativo "Export Days" con 16 consulenti, rappresentanze di 31 Paesi e 172 colloqui individuali
- > Partecipazione a 33 fiere in 8 Paesi (Germania, Austria, Svizzera, Italia, Francia, Paesi Bassi, Emirati Arabi Uniti, Cina) con l'adesione di 426 aziende
- > 50 progetti individuali di ingresso e consolidamento sul mercato in 19 Paesi e quattro cooperazioni per l'export, in corso in Svizzera e Germania, che coinvolgono 28 imprese
- > Viaggio imprenditoriale in Cina per aziende altoatesine con la partecipazione del presidente della Provincia Arno Kompatscher: una tappa importante soprattutto per il settore delle tecnologie invernali in vista delle Olimpiadi invernali di Pechino del 2022

### I NOSTRI OBIETTIVI PER I PROSSIMI ANNI

- > Incremento del numero delle aziende altoatesine che esportano i loro prodotti
- > Apertura di nuovi mercati e ulteriore sviluppo dei classici mercati target
- > Ampliamento dei servizi all'export forniti da IDM alle imprese altoatesine



## CONSULENZA & FORMAZIONE

# PREPARAZIONE PERFETTA

L'export nei mercati internazionali non richiede soltanto lungimiranza e un'ottima preparazione ma spesso anche un know-how approfondito e conoscenze specialistiche aggiornate, perché le condizioni a livello internazionale possono cambiare continuamente. Attraverso i suoi servizi di consulenza sull'export IDM avvia le aziende altoatesine al successo nei mercati esteri.

### USA: BUSINESS AS USUAL?

Con un volume di esportazione di oltre 200 milioni di euro, gli Stati Uniti rappresentano uno dei cinque mercati principali per l'export altoatesino. In risposta alle numerose richieste da parte delle imprese locali, relative soprattutto alle possibili implicazioni della politica di governo del presidente Trump, IDM ha organizzato una giornata di consulenza sugli USA. All'evento, tenutosi alla Camera di commercio di Bolzano il 26 e 27 settembre, hanno preso parte 71 partecipanti di 36 imprese. Il programma prevedeva relazioni specialistiche di esperti locali e internazionali su aspetti di diritto e logistica e in generale sul clima economico negli USA ma anche colloqui individuali gratuiti con 7 professionisti del settore, un'opportunità colta da 31 partecipanti. Tutti gli imprenditori presenti hanno giudicato la manifestazione "buona" o "molto buona" e hanno dichiarato che la consiglierebbero ad altri.

**71**  
partecipanti all'evento  
informativo sugli USA

**36**  
imprese

**31**  
colloqui individuali

### LUCI PUNTATE SUI PAESI GERMANOFONI

I cosiddetti Paesi DACH (Germania, Austria e Svizzera) rappresentano il cuore dell'export altoatesino. La vicinanza geografica e l'affinità culturale con questi mercati non devono tuttavia trarre in inganno sull'importanza di un aggiornamento costante sulle relative condizioni per l'export. Di quest'avviso erano i 50 partecipanti provenienti da 39 imprese che nel corso della giornata di consulenza DACH hanno ottenuto informazioni utili sulle opportunità di mercato nei Paesi confinanti di lingua tedesca e anche su novità rilevanti per l'export quali, ad esempio, la riforma dell'IVA attuata in Svizzera.

partecipanti  
alla giornata  
di consulenza  
DACH **50**

**39**  
imprese

### MEGLIO NON RISCHIARE

A giugno 22 partecipanti provenienti da 12 imprese hanno preso parte all'evento informativo sulle assicurazioni per l'export, che è stato giudicato in modo molto positivo: i partecipanti hanno dichiarato quasi senza eccezione di avere ricevuto input preziosi per le proprie attività.

### BREXIT – E ORA?

Di tutti i cambiamenti politici del 2017 pochi hanno creato insicurezza nel mercato delle esportazioni quanto la Brexit. Ogni anno le imprese altoatesine esportano nel Regno Unito merci per un valore complessivo di 127 milioni di euro (dato del 2016), una cifra che fa del Regno Unito il settimo mercato d'esportazione dall'Alto Adige. Di qui l'urgenza, per gli esportatori altoatesini, di comprendere i prossimi passi e le ripercussioni concrete della Brexit. A giugno IDM ha organizzato un evento informativo dedicato a questo tema, durante il quale Walter Obwexer, professore dell'Università di Innsbruck, ha parlato delle implicazioni giuridiche della Brexit per imprese e cittadini dell'Alto Adige. Il consulente commerciale britannico Anthony Fowler, invece, ha fornito informazioni di carattere generale, rendendosi poi disponibile per brevi consulenze individuali.

### SEMINARI SULL'EXPORT

In collaborazione con il WIFI – Formazione della Camera di commercio di Bolzano, IDM elabora ogni anno un programma di seminari dedicati all'export. Nel 2017 si sono svolti 9 seminari sui temi dell'export e del commercio internazionale con oltre 90 partecipanti; oltre il 90% dei partecipanti ha giudicato la manifestazione a cui ha preso parte "molto buona" o "eccellente".





Alla giornata di consulenza sugli USA, tenutasi a settembre, le imprese altoatesine hanno ottenuto informazioni utili sul mercato statunitense attraverso relazioni specialistiche e colloqui individuali.

seminari  
sull'export (in  
collaborazio-  
ne con il WIFI  
della Camera  
di commercio  
di Bolzano)

9

### EXPORT HELPDESK

L'Export Helpdesk di IDM fornisce risposte rapide e gratuite a domande specifiche delle imprese altoatesine che intendono avviare o consolidare le proprie attività di export o desiderano inserirsi in un nuovo mercato. I quesiti, relativi ad aspetti di diritto doganale, operazioni di pagamento o gestione dei trasporti, possono essere posti in modo semplice e non burocratico tramite e-mail, telefono o di persona. Il servizio è particolarmente apprezzato soprattutto dalle imprese di piccole e medie dimensioni: nel 2017 l'Helpdesk ha trattato 216 richieste su temi legati all'export.

216  
richieste  
all'Helpdesk

**FIERE**

# UNA VETRINA PER L'ALTO ADIGE

Un importante servizio offerto da IDM alle imprese altoatesine è rappresentato dall'organizzazione e dalla gestione di presenze fieristiche sotto forma di stand collettivi. Oltre a prodotti innovativi di qualità elevata, infatti, a determinare il successo dell'export di un'azienda sono soprattutto i contatti stabiliti tramite fiere e piattaforme di importanza strategica – ad esempio nel settore alimentare.

**GUSTO ALPINO NEL  
MEDIO ORIENTE**

In seguito alle numerose richieste da parte delle imprese altoatesine e dopo aver lavorato intensamente per accordarsi con gli organizzatori dell'evento, IDM ha allestito nel 2017 il primo stand collettivo altoatesino alla Gulfood di Dubai, la fiera per i settori gastronomia e catering più rinomata dei Paesi mediorientali. La manifestazione si è chiusa con piena soddisfazione degli espositori e ha aperto nuove prospettive ai prodotti altoatesini in Medio Oriente.

**ANUGA: SEMPRE ATTUALE,  
ANCHE DOPO 20 ANNI**

Anche la fiera Anuga di Colonia ha visto la partecipazione collettiva di alcune imprese altoatesine. L'esposizione, dedicata al settore agroalimentare e delle bevande, si svolge dal 1919 ed è la fiera specialistica del commercio e l'industria alimentare più grande al mondo.

IDM ovvero le precedenti organizzazioni sono presenti alla fiera da 20 anni. Il prestigio di cui la manifestazione continua a godere presso i produttori del settore

alimentare altoatesino è ben dimostrato dall'ampia adesione registrata: nel 2017 IDM è stata presente in quattro degli undici padiglioni tematici (surgelati, pane e prodotti da forno, carne e latticini), allestendo stand collettivi per undici imprese.

**FAN ELVETICI**

I generi alimentari altoatesini sono molto apprezzati in Svizzera: nel periodo 2015-16 le importazioni di prodotti altoatesini da parte della Confederazione Elvetica hanno registrato un incremento di quasi 5 milioni di euro. Questo trend positivo ha portato nel 2017 alla partecipazione di sei imprese altoatesine del settore alimentare, alberghiero e della gastronomia ai due stand collettivi allestiti da IDM alla IGEHO di Basilea, da oltre 50 anni la fiera leader del settore in Svizzera.

33 fiere, di cui

12 nel settore  
alimenti e  
bevande

4 nel settore alberghiero  
e gastronomico

7 nel settore edile

4 nell'artigianato

3 nel  
settore agricolo

3 in altri settori  
(turismo, industria  
e design)

Paesi 8

426 aziende aderenti





I generi alimentari altoatesini sono molto apprezzati in Svizzera, ad esempio alla IGEHO di Basilea (in alto). IDM ha organizzato uno stand collettivo anche alla tradizionale fiera Anuga di Colonia (sotto).

## VIAGGI IMPRENDITORIALI & VISITE DI DELEGAZIONI

# OSPITI NEL MONDO E DAL MONDO

Il viaggio è un momento di formazione: un'affermazione che vale anche nell'export. IDM organizza regolarmente viaggi imprenditoriali per permettere alle imprese di conoscere in modo approfondito i mercati esteri. Le visite di delegazioni incoming consentono invece di presentare al meglio le aziende e i punti di forza dell'Alto Adige giocando in casa. Tra gli eventi principali del programma 2017 ci sono stati un viaggio imprenditoriale in Cina e la visita di una delegazione di importatori di vini dagli USA.

### CINA: UN MERCATO INTERESSANTE PER LE TECNOLOGIE INVERNALI

Ad agosto il presidente della Provincia Arno Kompatscher ha accompagnato in Cina una delegazione di dieci imprenditori altoatesini, la maggior parte dei quali attiva nel settore delle tecnologie invernali. Al viaggio, incentrato sulla ricerca di partner commerciali, hanno preso parte anche rappresentanti di Fiera Bolzano nonché il presidente e il direttore di IDM. Il programma prevedeva incontri con funzionari ed esponenti politici di primo piano: in mercati come quello cinese, appuntamenti di questo tipo rivestono particolare importanza, generando opportunità di affari e nuove commesse. Il viaggio si è focalizzato sulle opportunità per le imprese del settore delle tecnologie invernali in vista delle Olimpiadi invernali del 2022 a Pechino ma anche sulle possibili cooperazioni in altri settori.

Le aziende coinvolte hanno valutato il viaggio molto positivamente e in seguito hanno potuto coltivare e sfruttare i contatti stabiliti. Un ulteriore risultato ottenuto è stata la proposta di cooperazione tra l'Innovation Technology Park Changping e il NOI Techpark.

### ACCESSO AL MERCATO STATUNITENSE DEI VINI

Per dare ai produttori vinicoli dell'Alto Adige la possibilità di stabilire nuovi contatti con potenziali partner commerciali, a maggio IDM ha organizzato un viaggio di delegazione per alcuni importatori statunitensi di vini. L'obiettivo era quello di entusiasmare gli ospiti non solo per il prodotto ma anche per l'Alto Adige come regione vinicola. L'invito è stato accolto da otto importatori di vini e liquori. Sette tra cantine e distillerie locali ne hanno approfittato per presentarsi ai potenziali partner commerciali americani con degustazioni, visite in azienda e nei vigneti. Durante l'ultima giornata, dedicata alle possibilità di cooperazione, gli importatori statunitensi hanno condotto colloqui individuali con i produttori altoatesini per loro più interessanti e discusso i dettagli delle possibili collaborazioni.





## APPUNTAMENTI B2B A PARIGI

La fiera WABEL di Parigi, con numerosi eventi finalizzati al networking, è una piattaforma particolarmente interessante per il settore alimentare e delle bevande. Importatori e buyer provenienti da tutto il mondo ne approfittano per organizzare colloqui B2B con produttori e gestori di grandi marchi, mentre il programma collaterale di conferenze e workshop offre ai partecipanti un'importante occasione di aggiornamento. La WABEL si articola in sette edizioni con focus diversi; il "Frozen Summit" è ad esempio incentrato sui surgelati, mentre il "Drinks Summit" è riservato alle bevande. A novembre IDM ha organizzato per la prima volta un viaggio imprenditoriale al "Grocery Summit" della WABEL, incentrato su prodotti quali aperitivi, snack, minestre e salse, prodotti da forno e alimenti per neonati. All'evento hanno partecipato 120 buyer, tra i quali anche leader di mercato globali come Metro, Edeka, Carrefour, Spar International, Walmart, Tesco, Amazon e Alibaba. Tre imprese altoatesine si sono avventurate a Parigi per presentare i propri prodotti ai diversi responsabili acquisti in incontri di 30 minuti. L'iniziativa ha avuto successo: i buyer internazionali sono rimasti entusiasti dei prodotti altoatesini e ne hanno apprezzato il carattere regionale e genuino.

7 viaggi imprenditoriali

29

aziende aderenti



Il momento clou del 2017 è stato il viaggio imprenditoriale in Cina organizzato da IDM con la partecipazione del direttore di IDM Hansjörg Prast, del presidente di IDM Hansi Pichler e del presidente della Provincia Arno Kompatscher (sopra). L'Alto Adige ha invece accolto una delegazione di importatori di vini dagli USA (sotto e al centro).

## ACCESSO E CONSOLIDAMENTO SUL MERCATO

# CONTATTI E KNOW-HOW

Per conquistare nuovi mercati servono prodotti eccellenti. Ma anche una conoscenza approfondita dei Paesi esteri, una strategia efficace e soprattutto un'ampia rete di contatti. È qui che si inserisce il servizio di consulenza per l'export di IDM, fornendo il know-how necessario e sostenendo i progetti di export delle aziende altoatesine tramite reti di partner, pool di aziende e contatti individuali.

### EXPORT DAYS

A marzo si sono tenuti gli Export Days, l'evento informativo più importante in ambito export. L'idea dietro quest'iniziativa è che il primo passo verso un export di successo sia l'acquisizione di conoscenze approfondite sulle peculiarità del mercato target. Gli Export Days di IDM rappresentano per le imprese altoatesine un'occasione ideale – e gratuita – per ottenere da parte di esperti internazionali informazioni in forma concentrata e consigli utili ad agevolare l'ingresso nel mercato scelto. Nel 2017 l'offerta comprendeva mercati vicini come Germania e Austria, altri mercati europei come Francia, Spagna e Polonia, mercati in crescita dell'Europa sudorientale e altri più esotici come Giappone e Argentina. A rivestire un ruolo particolarmente importante sono stati anche nel 2017 i colloqui individuali di consulenza, durante i quali gli esperti hanno illustrato alle aziende le opportunità di vendita nei diversi Paesi. Da questi colloqui possono avviarsi progetti di export concreti, per i quali le imprese possono usufruire del sostegno dei collaboratori di IDM.





## I CONTATTI SONO TUTTO

Con il servizio "Accesso e consolidamento sul mercato" IDM sostiene le imprese altoatesine che non hanno ancora contatti in un determinato mercato di sbocco o che desiderano ampliare la propria rete di contatti, agevolando l'accesso a nuovi mercati o un'espansione delle loro attività. A tale scopo IDM mette a disposizione delle aziende un'ampia rete di partner stranieri: in una prima fase, IDM analizza insieme alle organizzazioni partner presenti sul luogo le prospettive, i rischi e i possibili canali di vendita di un determinato prodotto, individuando inoltre possibili nuovi clienti e partner commerciali per l'impresa. L'organizzazione contatta quindi i potenziali clienti o partner, fissa colloqui individuali B2B in loco e affianca l'azienda durante gli stessi. 50 imprese hanno usufruito di questi servizi nel 2017, approfittandone per tastare il terreno in 19 Paesi e ampliare la rete di contatti esistente, ad esempio in Germania, Spagna, Francia, Norvegia, nei Paesi balcanici ma anche negli USA, in Gran Bretagna, Marocco, Azerbaijan o negli Emirati Arabi Uniti.

50 progetti individuali di accesso e consolidamento sul mercato

19 Paesi

Durante gli Export Days, l'evento informativo più importante del reparto nel 2017, le imprese altoatesine hanno ricevuto da esperti internazionali consigli utili per accedere a oltre 30 mercati esteri, da Germania e Austria a Giappone e Argentina.

## UNIRE LE FORZE

Per "pool di aziende" si intende la cooperazione commerciale tra almeno quattro aziende altoatesine dello stesso settore che producono prodotti diversi. Le imprese, affiancate da un consulente del luogo, sviluppano per un periodo di tre anni un nuovo mercato estero. IDM organizza e fornisce assistenza ai pool di imprese in mercati esteri di importanza strategica e sostiene le aziende nell'individuazione di obiettivi di vendita e di un programma comuni.

Al mercato svizzero punta per esempio uno dei pool avviati da IDM, composto da otto imprese altoatesine del settore alimentare. Il pool di imprese ha individuato in Pur Alps, la succursale svizzera di Pur Südtirol, il partner per l'export più adatto e nel 2017 era presente a St. Moritz in occasione della Coppa del mondo di sci. Al "Mercato dei sapori" di Pur Alps nel grande centro sciistico svizzero atleti e pubblico hanno potuto degustare – a due passi dal traguardo della gara – i prodotti degli otto membri del pool, dal succo di mela al pane biologico, allo speck.

Anche un altro pool di aziende sostenuto da IDM si rivolge al mercato svizzero ed è composto da sette imprese di forniture edili. Un pool di aziende artigiane punta a inserirsi invece nell'importante mercato bavarese.

pool di aziende 4  
28 imprese



## EXPORT COACH

# COACHING: CHI BEN COMINCIA...

Nell'ambito del programma Export Coach di IDM diversi consulenti sostengono le imprese nei loro concreti progetti di internazionalizzazione. I coach aiutano le aziende ad avviare un proprio percorso, elaborando insieme a loro una strategia efficace per le attività di commercio estero.

## CONSULENZA E SOSTEGNO

L'apertura di nuovi mercati e l'avvio di attività di export rappresentano un obiettivo interessante e spesso di importanza addirittura vitale per le piccole e medie imprese, che comporta un notevole dispendio di risorse economiche e di personale. In questa fase è utile affidarsi alle conoscenze e all'esperienza di un esperto. È proprio quello che offre il servizio Export Coach di IDM. Ex manager e professionisti dell'export con una pluriennale esperienza nelle esportazioni forniscono consulenza e sostegno all'impresa nell'elaborazione di un piano d'esportazione individualizzato. I coach affiancano l'azienda nelle scelte strategiche, motivano lo staff interno dell'azienda, trasmettono know-how, aiutano nella ricerca dei mercati target e forniscono consigli su eventuali modifiche del prodotto.

## IN TRE STEP VERSO IL MERCATO TARGET

1

### Primo colloquio e ricerca del coach

I collaboratori di IDM conducono un primo colloquio per analizzare le esigenze dell'impresa, individuano quindi il coach più adatto e organizzano un incontro conoscitivo al quale partecipano insieme all'azienda. Se quest'ultima valuta positivamente il coach, si passa alla fase successiva.

2

### Export Check

Il coach, affiancato da un collaboratore di IDM, verifica nella sede dell'impresa la fattibilità del progetto di internazionalizzazione. Insieme a un team interno all'azienda, il coach elabora quindi un piano individuale e le prime misure per l'ingresso nel nuovo mercato.

3

### Attuazione/coaching

Il coach è presente all'interno dell'azienda per un anno, fino a un massimo di due giorni al mese, per definire e realizzare il piano di internazionalizzazione insieme ai collaboratori dell'impresa. Il coach si assicura che l'azienda raggiunga gli obiettivi prefissati, trasmettendo know-how, identificando soluzioni e ricoprendo il ruolo di consulente e "motivatore".



### SU ROTAIA VERSO IL BRASILE

La M2 Railgroup con sede a La Valle, specializzata nella manutenzione di infrastrutture ferroviarie, ha preparato con cura l'ingresso in un nuovo mercato. Dopo avere individuato nel Brasile un nuovo mercato target, l'azienda ha deciso di usufruire dell'Export Coach di IDM. «Insieme all'esperto abbiamo fissato i nostri obiettivi, realizzando inoltre delle analisi di mercato e definendo una strategia concreta, supportata anche dalla sua esperienza pluriennale nel settore export. Abbiamo quindi optato, come suggerito, per una presenza diretta nel mercato brasiliano tramite un rappresentante», spiega Max Nagler, CIO dell'impresa.

### SULLA VIA DELLE SPEZIE

Anche l'impresa altoatesina SiGusto è stata affiancata da un consulente nell'avvio della sua attività di export. «Tutto è iniziato con l'idea di diffondere i nostri mix di spezie anche all'estero», spiega Matthias Wieser della SiGusto. L'impresa non aveva però ancora individuato né il mercato su cui affacciarsi né il percorso da seguire. Durante gli incontri con l'Export Coach l'impresa ha condotto un'analisi del prodotto, discutendo eventuali modifiche e definendo una strategia. A processo avviato, l'impresa ha identificato nella Germania e nella Repubblica Ceca i mercati ideali per i propri prodotti.

# 6

export coaching

# 100

giornate  
di coaching

## MARKETING AGROALIMENTARE

# IL GUSTO DELL'ALTO ADIGE

Molti prodotti agroalimentari dell'Alto Adige sono contrassegnati dai marchi europei d'origine DOP (Denominazione di origine protetta) e IGP (Indicazione geografica protetta), nonché dal Marchio di Qualità Alto Adige. Su incarico delle rispettive organizzazioni di settore, IDM cura il marketing dei seguenti prodotti in Alto Adige, in Italia e all'estero: mela, vino, speck, latte e prodotti con il Marchio di Qualità. La comunicazione è incentrata soprattutto su qualità e origine: mettiamo in rilievo i pregi e il valore dei prodotti ma anche l'ambiente e le persone che li producono. Ogni prodotto dell'Alto Adige trasmette in tal modo anche delle emozioni, si arricchisce di una dimensione esperienziale per il consumatore e rafforza il rapporto di fiducia con il cliente.

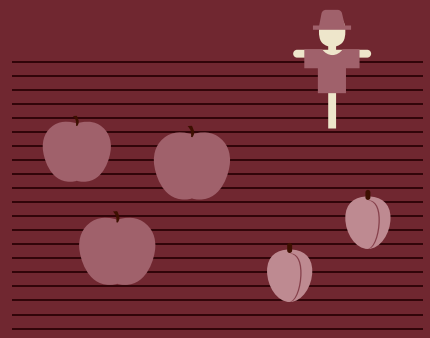
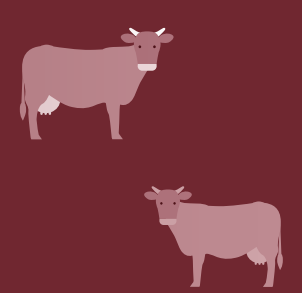
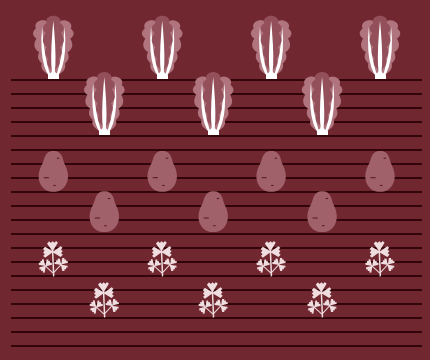
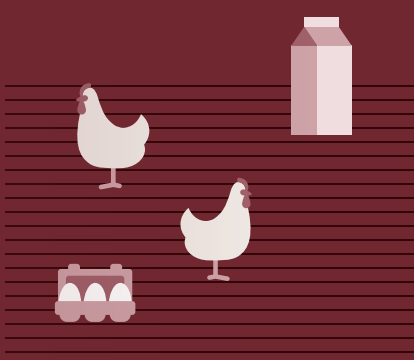
A tale scopo IDM organizza, ad esempio, viaggi per giornalisti ed eventi dedicati ai prodotti e lavora affinché i prodotti di qualità dell'Alto Adige si posizionino bene nella distribuzione al dettaglio e siano usati nella gastronomia. Attività di marketing con partner commerciali selezionati consolidano l'immagine dei prodotti sul lungo periodo e incrementano le vendite. Promozioni presso i punti vendita, corsi di formazione ed eventi B2B per il personale nonché inserzioni pubblicitarie sui media di settore contribuiscono ad accrescere il prestigio dei prodotti altoatesini sul mercato e presso il consumatore. IDM attua infine progetti di marketing (in parte a livello interregionale) sostenuti dall'UE e finalizzati alla promozione dei prodotti europei in Paesi terzi.

### LE TAPPE PRINCIPALI DELLA NOSTRA ATTIVITÀ NEL 2017

- > Campagna nazionale multiprodotto "Una spesa che cambia la vita"
- > "Wine Summit Alto Adige" con oltre 100 giornalisti provenienti da tutto il mondo
- > Numerose manifestazioni dedicate ai prodotti con il Marchio di Qualità Alto Adige

### I NOSTRI OBIETTIVI NEI PROSSIMI ANNI

- > Consolidare ulteriormente l'immagine e la notorietà dei prodotti di qualità dell'Alto Adige nei mercati di riferimento, focalizzandosi su qualità e origine del prodotto
- > Incrementare la presenza dei prodotti di qualità dell'Alto Adige nel segmento di fascia alta della distribuzione al dettaglio
- > Puntare ulteriormente su presentazioni comuni dei prodotti come parte di un "universo del gusto altoatesino", generando plusvalore per i prodotti altoatesini







## MELA

# MELA A TUTTO TONDO

Con campagne marketing e di sensibilizzazione, eventi per la stampa, visite guidate nei frutteti dell'Alto Adige, degustazioni nelle scuole elementari e promozioni in Germania, Scandinavia, Marocco e Israele, la Mela Alto Adige IGP ha alle spalle un anno intenso.

### LA MELA FA SCUOLA

Grazie al progetto Mela, avviato da IDM e rivolto alle scuole elementari, da ormai molti anni i bambini dell'Alto Adige imparano a conoscere e apprezzare la mela come alimento sano e gustoso. Nell'ultima edizione 18 ambasciatori della mela appositamente formati hanno fatto visita agli alunni delle quarte elementari fornendo loro informazioni interessanti sulla mela durante un'ora di lezione stimolante.

254 classi

alunne e alunni 3.500

### IL MUSEO ALL'ARIA APERTA NEL FRUTTETO

Mai come nel 2017 è stato forte l'interesse per le visite guidate alla scoperta delle mele, organizzate da IDM. Nell'ambito dell'iniziativa, che si è svolta da metà marzo a fine ottobre, esperti locali hanno accompagnato gli ospiti attraverso i frutteti e le cooperative ortofrutticole. Circa 4.500 persone hanno partecipato a oltre 350 visite in 21 località apprendendo notizie interessanti sulla mela, la regione di coltivazione Alto Adige, la coltivazione biologica e integrata e le diverse varietà del frutto. Le visite sono terminate con una degustazione delle varietà di mele coltivate in loco.

350 visite alla scoperta della mela

partecipanti  
4.500



La Mela Alto Adige è stata protagonista di diverse iniziative di IDM, ad esempio nei punti vendita (a destra) o nell'ambito del progetto Mela per le scuole (a sin.), condotto da ambasciatori della mela appositamente formati.

## UN RACCOLTO VIRTUALE

A marzo i clienti di una catena svedese di supermercati hanno partecipato alla raccolta delle mele in Alto Adige – indossando dei visori Virtual Reality durante una degustazione interattiva di mele dell'Alto Adige. Iniziative analoghe si sono tenute nel 2017 anche a Vienna e in alcune città della Germania, permettendo agli amanti della mela di immergersi nel mondo del gusto altoatesino.

## L'ORA DELLA MELA

Il 2017 è stato un anno di successi anche per la collaborazione tra il marketing agroalimentare e il marketing del turismo di IDM: protagonista assoluta dell'evento PR "Apple Hour", tenutosi a giugno ad Amburgo, è stata la Mela Alto Adige IGP, presentata nelle sue varie sfaccettature a 20 giornalisti selezionati. Un ambasciatore della mela ha fornito informazioni sulla coltivazione in Alto Adige, i giornalisti hanno assaggiato il "Green Sapple", un drink alla mela creato per l'occasione, e uno chef altoatesino ha servito piatti creativi a base di mela.



## MELE IN VIAGGIO

"Discover the European Lifestyle" è lo slogan di un progetto UE rivolto ai Paesi terzi e finalizzato alla promozione dei prodotti agroalimentari europei. La mela vi gioca un ruolo importante. Nell'ambito del progetto, IDM ha organizzato iniziative di marketing in Marocco, Israele e Norvegia.

L'Africa settentrionale e il Medio Oriente rappresentano mercati in crescita per la Mela Alto Adige. In Israele sono state organizzate 40 giornate di degustazione, mentre alla maratona di Tel Aviv i partecipanti hanno potuto gustare un croccante frutto dell'Alto Adige direttamente al traguardo. In Marocco, dove i consumatori si stanno orientando verso i punti vendita al dettaglio in alternativa ai classici mercati all'aperto e dove i prodotti internazionali sono sempre più richiesti, la Mela Alto Adige ha raggiunto circa 8.000 clienti nel corso di degustazioni in cinque centri commerciali delle principali città. Per l'occasione ben 4 tonnellate di mele si sono messe in viaggio per Casablanca, Rabat, Tangeri e Marrakech. In Norvegia si sono tenute degustazioni in 90 punti vendita; una nota gara di sci di fondo a Lillehammer è stata inoltre sponsorizzata e accompagnata da una distribuzione di mele tra gli oltre 15.000 partecipanti.

30.000  
consumatori raggiunti  
in Norvegia

40.000  
consumatori raggiunti  
in Israele

8.000  
consumatori raggiunti  
in Marocco

## SPECK

SPECK PER  
TUTTI I GUSTI

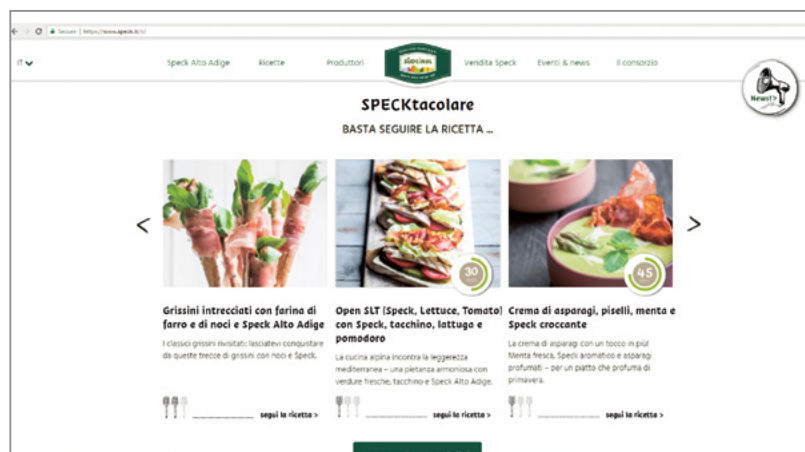
Giovane e di tendenza durante l'aperitivo, creativo e interessante sui portali di ricette, tradizionale alla Festa dello speck e specialità italiana negli USA: lo Speck Alto Adige IGP si è mostrato in tutta la sua versatilità nelle iniziative di marketing promosse da IDM nel 2017.

## APERITIVO CON #MEINSPECK

Metti una serata di inizio estate, un aperitivo con gli amici in un locale altoatesino alla moda... e del saporito finger food a base di speck: l'iniziativa SpeckAperitivo, svoltasi a maggio, puntava a presentare lo Speck Alto Adige IGP come prodotto attraente anche per il pubblico più giovane. Ogni giovedì sera gli ospiti di cinque locali di Bolzano, Merano, Bressanone e Brunico hanno potuto gustare lo speck dell'Alto Adige in tutta la sua versatilità. Inoltre, tra quanti hanno postato su Facebook o Instagram una foto della serata con gli amici accompagnata dall'hashtag #meinspeck è stato estratto un cesto regalo con speck e altri prodotti di Qualità dell'Alto Adige. Altri cinque vincitori si sono aggiudicati un buono per un secondo aperitivo a base di speck per quattro persone, messo in palio dai locali che hanno preso parte all'iniziativa.

## NUOVO LOOK PER SPECK.IT

Il sito [www.speck.it](http://www.speck.it) è stato aggiornato e a settembre 2017 si è presentato in una veste completamente rinnovata. Il sito è visitato ogni anno da migliaia di utenti alla ricerca di raffinate ricette e informazioni utili sullo Speck Alto Adige. Il nuovo sito, al pari del precedente, fornisce risposte alle principali domande relative alla specialità, ad esempio su come viene prodotto lo Speck Alto Adige oppure su come conservarlo e affettarlo correttamente. Inoltre sono state



Lo speck in rete: il portale [www.speck.it](http://www.speck.it) è stato rilanciato nel 2017 (in alto). Blogger selezionati hanno creato nuovi piatti con lo Speck Alto Adige IGP nell'ambito di una campagna con GialloZafferano (più in basso).





portate in primo piano due rubriche già molto apprezzate. Ora le ricette sono presentate in modo ancora più accattivante, grazie a idee e videoricette pensate per ispirare gli amanti della cucina, mentre un'altra sezione del sito, dedicata ai produttori di speck, intende far conoscere ai consumatori in modo trasparente i volti e le storie dietro al prodotto.

### IDEE CON LO SPECK SU GIALLOZAFFERANO

La promozione dello Speck Alto Adige nel mercato italiano è stata al centro di una campagna online su giallozafferano.it, il più noto portale italiano di cucina. Sei blogger italiani selezionati hanno ricevuto in regalo un cesto di Speck Alto Adige, che hanno utilizzato per creare gustose ricette, dalla classica focaccia con speck e rucola al risotto con speck, zucca e finferli. Le ricette sono state pubblicate in una sezione dedicata su giallozafferano.it, accompagnate da video realizzati per l'occasione. Agli utenti sono state inoltre fornite, in una veste grafica particolarmente curata, informazioni utili (ad esempio sull'origine dello speck) e consigli sulla conservazione e sull'utilizzo del prodotto.

### ANNIVERSARIO A FUNES

Il fine settimana del 1° ottobre, a Santa Maddalena di Funes si è tenuta la 15ª edizione della Festa dello Speck Alto Adige. I

visitatori giunti ai piedi delle Odle hanno potuto conoscere informazioni e curiosità sullo Speck Alto Adige; naturalmente hanno potuto anche degustare la specialità, servita affettata sui tradizionali taglieri o in creazioni più originali come una vellutata di zucca con fette di speck. In occasione dell'anniversario anche il programma collaterale è stato particolarmente ricco, con workshop di cucina, esperienze di virtual reality, un mercato contadino, musica e balli.

**Un momento saliente di un anno molto intenso per il marketing dello speck è stata, a ottobre, la 15ª edizione della Festa dello Speck a Funes.**

73  
ricette su  
speck.it

45.000  
visitatori in media al mese



### CONFEZIONE TRIPLA PER L'AMERICA DEL NORD

Lo Speck Alto Adige IGP conquista Stati Uniti e Canada insieme al formaggio Asiago DOP e al Pecorino Romano DOP. Le tre specialità italiane si presentano insieme nell'ambito della campagna pubblicitaria triennale "Uncommon Flavors of Europe", avviata nella primavera del 2017 sul mercato nordamericano. Alle iniziative con media partner selezionati e alle promozioni online e sui canali social si è affiancata una serie di degustazioni nelle grandi città. La campagna, dotata di un budget di 2,5 milioni di euro, è stata finanziata per l'80% dall'UE nell'ambito del progetto "Enjoy, it's from Europe", finalizzato ad accrescere la notorietà dei prodotti agroalimentari europei nei Paesi terzi.

## VINO

# UN PALCOSCENICO PER VINI DI ECCELLENZA

Per i Vini Alto Adige il momento clou del 2017 è stato, a settembre, il primo Wine Summit Alto Adige. L'Alto Adige si è fatto conoscere come regione vinicola anche con offerte formative per sommelier, festival, un tour italiano e degustazioni che hanno portato i vini altoatesini addirittura in Giappone e negli Stati Uniti.

## AL VERTICE DELLA QUALITÀ

A settembre, al Centro congressi della Fiera di Bolzano, si è tenuta la prima edizione della nuova manifestazione principale per la promozione dei Vini Alto Adige: il Wine Summit Alto Adige, lanciato dal Consorzio Vini Alto Adige e organizzato da IDM. La prima giornata della manifestazione, intitolata "Anteprima", ha offerto a 55 produttori altoatesini la possibilità di incontrare sommelier, rivenditori e ristoratori nell'ambito di esclusive degustazioni di vini non ancora disponibili in commercio. Il secondo giorno la manifestazione è stata aperta anche al pubblico non specializzato: diverse "Wine Stories" hanno accompagnato gli appassionati di vini lungo un percorso di degustazioni di grande effetto; nel programma non sono mancate le sorprese, come degustazioni alla cieca e degustazioni verticali (di diverse annate di uno stesso vino). Oltre agli amanti del vino, il Wine Summit ha portato in Alto Adige anche 110 giornalisti da 15 Paesi, tra i quali USA, Giappone, Svizzera e Russia. I giornalisti, divisi in 13 gruppi, hanno potuto scoprire la regione vinicola Alto Adige grazie a itinerari concepiti su misura che prevedevano visite a cantine, workshop gastronomici e un evento conclusivo sull'Alpe di Siusi.

## VINI IN TOURNÉE

In primavera e in autunno i Vini Alto Adige hanno girato le città italiane nell'ambito di un tour che prevedeva due presentazioni (a Roma e Milano) e otto seminari (a Bari,

75  
produttori vinicoli

110  
giornalisti

Venezia, Torino, Roma, Milano, Genova, Firenze e Bologna) incentrati sulla viticoltura a diverse altitudini in Alto Adige. Gli eventi hanno accolto complessivamente 1.839 partecipanti tra sommelier, esperti, giornalisti e appassionati di vini. La serie di eventi è stata organizzata in collaborazione con l' AIS (Associazione Italiana Sommelier) e con la FIS (Federazione Italiana Sommelier). I seminari sono stati condotti dall'ambasciatore del marchio Pierluigi Gorgoni.

## IL VINO IN CATTEDRA

Nel 2017 il vino altoatesino è stato protagonista di sei corsi tenuti in scuole di enologia e per sommelier tedesche: gli ambasciatori del marchio Vini Alto Adige in Germania hanno destato grande interesse per i vini dell'Alto Adige in circa 100 futuri

sommelier. Anche in occasione del Sommelier Summit di Deidesheim si è tenuto un workshop dedicato all'Alto Adige con gli 80 migliori sommelier tedeschi. In Austria sono stati offerti corsi in diversi istituti alberghieri del Tirolo, a cui hanno partecipato tra i 20 e i 35 studenti per volta. In collaborazione con l'Associazione sommelier del Tirolo (Tiroler Sommelier Verein) sono stati infine organizzati due viaggi studio in Alto Adige per permettere ad aspiranti sommelier di conoscere vini e aziende direttamente in loco.

6 corsi sui vini  
dell'Alto Adige  
presso scuole per  
sommelier in Germania

100  
futuri sommelier tedeschi

## SERATA DI GALA

A marzo 2017 l'Alto Adige è stato per la terza volta l'ospite d'onore al celebre Rheingau Gourmet & Wein Festival, che si tiene da 21 anni con cadenza annuale. I circa 1.000 visitatori della manifestazione hanno potuto degustare i migliori vini dell'Alto Adige insieme ai migliori Riesling tedeschi, prodotti dalle aziende riunite nell'associa-



zione VDP Rheingau. Alla serata di gala dedicata all'Alto Adige i nostri vini hanno dato il meglio – insieme alla grappa, al succo di mela, allo speck e ai formaggi dell'Alto Adige. Il cuoco stellato tedesco-nipponico Tohru Nakamura ha integrato con grande maestria i prodotti altoatesini in piatti giapponesi, sorprendendo i gourmet presenti alla serata con combinazioni audaci ma molto riuscite.



Un nuovo momento centrale per la promozione dei Vini Alto Adige: a settembre si è svolta a Bolzano la prima edizione del Wine Summit Alto Adige.



## SULLA SCENA INTERNAZIONALE

Durante l'intero anno il marketing agroalimentare di IDM ha sostenuto il Consorzio Vini Alto Adige nella promozione dei vini altoatesini al di fuori dell'UE con articolate attività di marketing in USA, Russia, Giappone e Svizzera. Tra gli eventi clou in programma, i dieci workshop organizzati insieme alla nuova ambasciatrice del marchio negli Stati Uniti e rivolti a 200 tra ristoratori e rivenditori dell'area di New York. All'inizio del 2017, le annuali presentazioni dei vini altoatesini a Nagoya (Giappone) e Mosca hanno riscosso grande successo, accogliendo rispettivamente 200 e 600 ospiti. Quanto al mercato svizzero, si sono tenute degustazioni a Basilea e Zurigo con circa 300 ospiti del settore. Le attività di marketing per i Paesi terzi dispongono di un budget di 800.000 euro e sono finanziate per il 50% dall'UE.

25 eventi in USA, Russia, Svizzera e Giappone

partecipanti 300 in Svizzera

600 partecipanti in Russia

200 partecipanti negli USA

200 partecipanti in Giappone

400 articoli su carta stampata e media online negli USA





## LATTE

# L'ORO BIANCO

Nel 2017 le iniziative di promozione dei latticini dell'Alto Adige si sono rivolte ai food blogger italiani e ai loro fan, ai clienti dei supermercati e al pubblico televisivo, ma anche agli alunni particolarmente curiosi delle scuole elementari altoatesine.

### BAFFI DA LATTE

Anche l'anno scorso IDM ha realizzato il progetto "Latte nelle scuole" coinvolgendo oltre 3.000 bambini di 208 classi altoatesine. 18 ambasciatrici del latte hanno avvicinato gli alunni all'affascinante mondo dei prodotti lattiero-caseari dell'Alto Adige, adottando un approccio ludico e interattivo e collegando strettamente il tema con le esperienze quotidiane dei bambini. Non c'è bambino, ad esempio, che non abbia visto traboccare il latte sul fornello o che non conosca il formaggio con i buchi. Le ambasciatrici partono da queste conoscenze per stimolare i bambini ponendo loro diverse domande: cosa accade lungo il percorso che porta dall'erba al latte? Come lavora una latteria? Materiali illustrativi come fieno profumato o un abbeveratoio per vitelli, oltre naturalmente al latte da assaggiare, hanno facilitato la comprensione delle informazioni ricevute. Al termine dell'incontro i bambini hanno ricevuto in regalo uno yogurt e una sacca da palestra realizzata con la tipica stoffa blu dei grembiuli dei contadini altoatesini.

ambasciatrici del latte **18**

**208** classi scolastiche

**3.000** bambini

**7** videoricette realizzate

**30.703** partecipanti al concorso





Nel 2017 i latticini dell'Alto Adige hanno nuovamente fatto visita nelle scuole con le ambasciatrici del latte (foto a sin.) e si sono presentati a un vasto pubblico grazie a diversi spot televisivi incentrati sulle ricette innovative create da un food blogger (a destra).

## BLOGGER IN VISITA

La promozione dei prodotti di qualità dell'Alto Adige prevede la stretta collaborazione tra IDM e diversi blogger, che hanno un ampio seguito proprio nel settore food. A ottobre, nell'ambito dell'iniziativa "Una giornata al maso", quattro food blogger italiani hanno fatto visita a un'azienda agricola altoatesina. Gli ospiti hanno fatto scoperte interessanti sulla produzione dei latticini e sulla vita in un maso e hanno potuto assistere al lavoro del contadino in stalla. Poi si è passati in cucina, dove i blogger hanno preparato insieme alla padrona di casa e alla figlia la tipica "Melchermuas" (mosa al latte) altoatesina. La seconda giornata è iniziata prestissimo con la battitura del burro fresco per la colazione ed è proseguita con la preparazione, insieme alla contadina, di tre diversi tipi di canederli.

## LE BIANCHE STAR DELLA TV

A ottobre i latticini dell'Alto Adige hanno debuttato in grande stile sul piccolo schermo. Insieme al food blogger altoatesino Stefano Cavada, IDM ha girato sette ricette video, tre delle quali (in tedesco, italiano e inglese) destinate al pubblico dei canali so-

cial. Gli altri quattro video, girati solo in italiano, sono stati utilizzati come brevi spot televisivi nell'ambito di una collaborazione con l'emittente "Food Network". Tre di questi erano dedicati ad altrettante ricette realizzate con formaggio, yogurt e mozzarella, mentre il quarto presentava tutti i prodotti lattiero-caseari. Gli spot sono stati trasmessi complessivamente 244 volte in fasce orarie diverse.

## LA QUALITÀ PREMIA

Da fine dicembre 2017 a metà gennaio 2018 si è svolto un concorso a premi online con l'obiettivo di far conoscere più in dettaglio ai consumatori le caratteristiche del latte e dei latticini con il Marchio di Qualità Alto Adige. Tra tutti i partecipanti che hanno risposto correttamente a cinque domande sul latte e i latticini dell'Alto Adige sono stati estratti una settimana di vacanza e un fine settimana in un maso Gallo Rosso nonché buoni per l'acquisto di prodotti.

## EVVIVA IL LATTE

Il 1° giugno, Giornata internazionale del latte, le latterie dell'Alto Adige hanno pre-

sentato i loro prodotti di qualità nell'ambito di degustazioni gratuite. Ogni punto vendita aderente ha presentato un prodotto lattiero-caseario altoatesino con il Marchio di Qualità Alto Adige. Le ambasciatrici del latte hanno accolto i visitatori e hanno fornito loro informazioni sui prodotti; a conclusione della visita tutti gli ospiti hanno ricevuto un piccolo gustoso regalo in sacchetti di stoffa bianchi confezionati per l'evento.

## CONFERENZA STAMPA A MILANO

Il 17 maggio cinque latterie dell'Alto Adige – Latte Montagna Alto Adige, Brimi, Vipiteno, Merano e Tre Cime – hanno presentato i loro prodotti più innovativi nel corso di una conferenza stampa a Milano. I circa 50 rappresentanti dei media presenti all'evento hanno potuto assaggiare una selezione completa di latticini dell'Alto Adige: varietà speciali di yogurt, deliziose mozzarelle di latte fieno e ricotte, e non potevano mancare naturalmente nuove varietà di formaggi. Lo chef Tobias Pardeller dell'hotel ristorante Pardeller di Nova Levante ha creato per questa occasione squisiti assaggi a base di prodotti lattiero-caseari con il Marchio di Qualità Alto Adige.

## PRODOTTI CON IL MARCHIO DI QUALITÀ ALTO ADIGE

# MARKETING CON GUSTO

Come avvicinare un vasto pubblico ai prodotti con il Marchio di Qualità Alto Adige? Coinvolgendolo e proponendo ricette gustose che utilizzano i prodotti. È questa la strategia di promozione dei prodotti con il Marchio di Qualità Alto Adige perseguita da IDM con eventi, giochi a premi, collaborazioni con i media e videoricette.

### IL MONDO DEL PANE

Per tutti fuorché per i seguaci della dieta low carb: al Mercato del pane e dello strudel, che si è tenuto il primo fine settimana di ottobre in piazza del Duomo a Bressanone, 18 panifici e pasticcerie hanno offerto pane e strudel di mele con il Marchio di Qualità Alto Adige e molte altre specialità regionali. Tra un boccone e l'altro, il percorso storico "Dal grano al pane" ha portato visitatori e classi scolastiche alla scoperta delle tecniche tradizionali di preparazione del pane e dei prodotti da forno, mentre nei corsi di panificazione i partecipanti hanno potuto mettere le mani in pasta. Il mercato organizzato da IDM ha festeggiato anche un importante anniversario: nel 2017 ha tagliato infatti il traguardo delle 15 edizioni.

### CACCIA AL TESORO AL SUPERMERCATO

Per la campagna "Scopri i tesori dell'Alto Adige" si è svolto per la prima volta un road show in 12 supermercati altoatesini. Gli obiettivi dell'iniziativa erano accrescere la consapevolezza verso i prodotti regionali di qualità e consolidare il Marchio di Qualità Alto Adige sul territorio. A maggio, giugno

e luglio, i punti vendita aderenti hanno dedicato a turno un fine settimana all'iniziativa: i clienti sono potuti andare alla ricerca e acquistare prodotti come uova, succo di mela, frutta, verdura ma anche latticini, carne, pane e birra. La ricerca era facilitata dai cartellini collocati negli scaffali e da una mappa del tesoro distribuita ai partecipanti. L'iniziativa ha premiato le scelte dei consumatori: in base al numero di prodotti con il marchio di qualità acquistati, hanno ricevuto in omaggio oggetti utili come un libro di ricette, un cucchiaino da cucina o un grembiule. Il road show è stato affiancato da una campagna pubblicitaria su diversi canali come Facebook, radio e maxi cartelloni. Alla caccia al tesoro hanno preso parte, ogni fine settimana, fino a 300 clienti per punto vendita. L'iniziativa ha portato all'inserimento di 26 prodotti altoatesini nell'offerta dei supermercati aderenti e all'aumento della visibilità del Marchio di Qualità Alto Adige.

### UN PARADISO PER I CICLISTI

Nel 2017 IDM ha avviato, in collaborazione con i birrifici dell'Alto Adige, l'iniziativa "Giri ciclistici Birrifici dell'Alto Adige", con l'obiettivo di promuovere la birra artigianale

Nel 2017 IDM ha organizzato per la quindicesima volta il Mercato del pane e dello strudel a Bressanone, i cui visitatori hanno potuto gustare specialità locali (in alto a sin. e a destra). Anche l'iniziativa "Scopri i tesori dell'Alto Adige" era volta alla sensibilizzazione della popolazione locale sui prodotti con il Marchio di Qualità Alto Adige.



con il Marchio di Qualità Alto Adige. Un dépliant ha presentato cinque giri ciclistici che, attraversando la provincia, collegano tra loro i dieci birrifici altoatesini. La birra, bevanda isotonica ricca di minerali preziosi, forma un'accoppiata perfetta con le attività sportive anche dal punto di vista della promozione. Chi sale in sella e visita entro un anno tutti i birrifici aderenti riceve una piccola sorpresa.

### UNO SHOW CULINARIO PER L'ALTO ADIGE

IDM ha prodotto il suo primo cooking show dedicato ai prodotti di qualità dell'Alto Adige: "Astuto's Kitchen". Manuel Astuto, chef di talento del ristorante ospitato nel rinomato Parkhotel Laurin di Bolzano, presenta in brevi video alcune ricette preparate con i prodotti di qualità altoatesini. Nel 2017 l'iniziativa si è svolta in collaborazione con l'emittente locale Video33/SDF, che ha trasmesso i dieci video di ricette. Tra le creazioni di Astuto troviamo i ravioli alle rape rosse con ripieno di ricotta e perle di miele oppure una tartare di manzo dell'Alto Adige. L'iniziativa illustra, in un formato accessibile al pubblico, la varietà e gli elevati standard dei prodotti di qualità dell'Alto Adige.

15<sup>a</sup> edizione del Mercato del pane e dello strudel

tra panifici e pasticcerie 18

road show in 12 supermercati

3.600 contatti con clienti finali nel punto vendita durante la campagna "Scopri i tesori dell'Alto Adige"





**TRADE MARKETING**

# IL MONDO DEI SAPORI

Obiettivo di IDM nel 2017 è stato il rafforzamento delle sinergie tra il marketing del turismo e dei prodotti di qualità dell'Alto Adige. I consumatori prestano sempre più attenzione all'origine dei prodotti, mentre i prodotti agroalimentari di qualità del territorio diventano a loro volta efficaci ambasciatori della destinazione turistica Alto Adige.

**PARTNER B2B NEL COMMERCIO**

In collaborazione con partner selezionati del commercio al dettaglio, il reparto Trade Marketing Food ha rafforzato le principali reti di vendita esistenti e ha raggiunto il gruppo target: consumatori attenti a qualità e origine dei prodotti che apprezzano lo stile di vita altoatesino.

**DIECI ANNI DI VACANZE  
GRAZIE AI PRODOTTI  
DI QUALITÀ ALTO ADIGE**

Nel 2017 il progetto di punta della collaborazione tra il marketing agroalimentare e il marketing del turismo di IDM è stata l'iniziativa "Una spesa che cambia la vita", rivolta al mercato italiano. Il progetto prevedeva iniziative mirate di trade marketing associate a un gioco a premi in sette regioni italiane. Era incentrato sui punti di forza della destinazione turistica Alto Adige e sui suoi prodotti di qualità: mele e succo di mela, speck, vino, latticini (yogurt, mozzarella), pane, fragole, lamponi, marmellata e miele. La campagna "Una spesa che cambia la vita" prevedeva un packaging uniforme nei punti vendita: da agosto a dicembre ogni confezione ha riportato un codice numerico con il quale i consumatori potevano vincere premi immediati legati all'Alto Adige sul sito [www.unaspesachecambialavita.it](http://www.unaspesachecambialavita.it). I codici valevano inoltre per l'estrazione finale di un primo premio insolito e particolarmente ambito: una vacanza per quattro persone all'insegna del gusto nei Vinum Hotels dell'Alto Adige... per ben dieci anni! L'iniziativa è stata accompagnata da

un'estesa campagna di comunicazione sia all'interno dei supermercati che nelle principali emittenti televisive e radiofoniche e sulla stampa nazionale.

173.000

contatti con i clienti presso i punti vendita

18

produttori coinvolti

81

prodotti

17

inserzioni su testate commerciali B2B

8

grandi catene di supermercati

105

supermercati

600

giorni di degustazioni

266.000

partecipanti al concorso a premi



## UNA SERATA DEDICATA AL GUSTO NEL CUORE DI VIENNA

Le sinergie tra turismo e prodotti di qualità dell'Alto Adige sono state anche al centro di un'iniziativa promossa da IDM presso Julius Meinl am Graben, il famoso negozio di specialità gastronomiche che è un'istituzione a Vienna. In collaborazione con il tour operator viennese Die Reiserei, IDM ha ideato un pacchetto vacanze in Alto Adige per gli amanti del cibo attenti alla qualità, elaborando un itinerario gourmet dedicato al gusto e ai prodotti di qualità dell'Alto Adige. Nell'estate 2017 IDM ha invitato in Alto Adige i partner Meinl e Reiserei per simulare il viaggio successivamente offerto alla clientela.

A ottobre si è tenuta da Meinl am Graben una serata dedicata all'Alto Adige, nel corso della quale i clienti hanno potuto degustare mele, speck, vini e latticini dell'Alto Adige, ricevendo inoltre informazioni sull'origine e la qualità dei prodotti: ad esempio un'esperta ha spiegato agli ospiti come si produce lo speck. Durante la serata gourmet, che ha registrato il tutto esaurito, i clienti si sono inoltre immersi nell'offerta turistica "Geheime Genussverstecke in Südtirol" (I gusti nascosti dell'Alto Adige), indossando dei visori VR.

## IL TRIO DEL GUSTO IN GERMANIA

A ottobre e novembre 2017 i tre prodotti di qualità altoatesini mela, speck e formaggio si sono presentati ai consumatori nell'ambito di un'iniziativa comune che ha interessato alcuni punti vendita in tutta la Germania. La Germania continua a essere uno dei principali mercati d'esportazione per la Mela IGP, lo Speck IGP e i latticini con il Marchio di Qualità Alto Adige. In circa 130 supermercati di grandi catene tedesche si sono tenute delle cross-promotion per promuovere l'immagine e incentivare le vendite di questi prodotti. I clienti hanno potuto degustare i tre prodotti, ricevendo da promoter appositamente formati informazioni sulla destinazione Alto Adige e sui suoi prodotti di qualità ma anche ricette e consigli sull'uso dei prodotti. L'iniziativa ha ottenuto un ottimo riscontro da parte dei commercianti, con commenti che andavano da "promozione molto riuscita, da ripetere!" a "prodotti in offerta completamente esauriti".

2 grandi catene di supermercati

8 produttori coinvolti

50.000 contatti con i clienti finali

130 supermercati

230 giornate di degustazioni

L'iniziativa "Una spesa che cambia la vita" ha generato preziosi contatti con commercianti e consumatori italiani (a sin. e a destra). A ottobre i clienti di Meinl am Graben a Vienna hanno potuto degustare prodotti altoatesini e scoprire i "nascondigli del gusto" indossando i visori VR (al centro).



## MARKETING DEL TURISMO

# LE EMOZIONI DELL'ALTO ADIGE

IDM posiziona l'Alto Adige in dieci mercati europei come una delle destinazioni più ambite d'Europa, comunicando non soltanto l'offerta del territorio ma anche i valori che esso rappresenta. Inoltre IDM sostiene la promozione delle vendite avviando cooperazioni con tour operator di tutto il mondo e sviluppa prodotti turistici di grande autenticità.

Negli ultimi anni sono emerse nuove priorità nella pianificazione dei viaggi: molti turisti non scelgono più la destinazione a partire da una determinata regione o località ma si orientano piuttosto in base alle attività ed esperienze che la vacanza deve offrire, cercando soltanto in un secondo momento la destinazione in grado di soddisfare tali esigenze. IDM ha identificato, insieme a diversi partner del comparto turistico e basandosi su indagini di mercato e sulla propria esperienza, sei temi di viaggio: "escursionismo & alpinismo", "relax & benessere", "mangiare & bere", "sci & inverno", "piccole città & cultura", "bike & cicloturismo". Nei prossimi anni questi temi avranno un ruolo centrale nello sviluppo del prodotto e nella comunicazione, anche in relazione alla riorganizzazione del marketing di destinazione.

### LE TAPPE PRINCIPALI DELLA NOSTRA ATTIVITÀ NEL 2017

- > Nuove campagne di immagine e di promozione con un nuovo stile fotografico e il claim "L'Alto Adige cerca..."
- > Avvio dell'innovativo Progetto digitale Alto Adige
- > Pianificazione e costituzione del nuovo reparto Destination Management
- > Elaborazione dei documenti di riferimento per i temi di viaggio "escursionismo & alpinismo", "sci & inverno" e "bike & cicloturismo"

### I NOSTRI OBIETTIVI NEI PROSSIMI ANNI

- > Rafforzare il posizionamento della destinazione Alto Adige nei dieci mercati trattati
- > Preservare l'elevata attrattività dell'Alto Adige e accrescerne la notorietà
- > Raggiungere più ospiti al di fuori dei classici mercati di riferimento Germania, Austria, Svizzera e Italia
- > Destagionalizzare la destinazione Alto Adige tramite nuove iniziative per la primavera e l'autunno
- > Orientare lo sviluppo del prodotto verso temi e aree esperienziali
- > Accelerare l'innovazione nello sviluppo di prodotti e nei sistemi digitali di informazione





## CAMPAGNE DI IMMAGINE

# DA DOVE PARTE IL VIAGGIO

Per consolidare la notorietà della destinazione Alto Adige nei mercati principali e accrescerla in quelli emergenti, IDM realizza delle campagne di immagine. Video, pubblicità esterna e cooperazioni con gruppi editoriali comunicano ai potenziali ospiti l'attrattiva dell'Alto Adige come destinazione turistica e rappresentano la prima tappa del cosiddetto "customer journey", che si conclude con la prenotazione del soggiorno.

### CIAK, SI GIRA!

Sui sei temi di viaggio individuati dal marketing del turismo di IDM nel quadro della riorganizzazione del settore, ovvero "escursionismo & alpinismo", "relax & benessere", "sci & inverno", "piccole città & cultura", "mangiare & bere" e "bike & cicloturismo", nell'estate del 2017 sono stati prodotti diversi contenuti video. I video verranno utilizzati nel corso del 2018 principalmente su YouTube e nei canali social dei mercati emergenti. Al momento i video sono più visti delle immagini statiche, in particolare su Facebook ma sempre più spesso anche su Instagram.



### L'ALTO ADIGE CERCA NUOVI FAN

La campagna di immagine "L'Alto Adige cerca..." sottolinea i valori dell'Alto Adige e punta ad accrescere la brand awareness (notorietà del marchio) nei mercati principali, vale a dirsi in Germania, Austria, Svizzera e Italia. Il momento clou del 2017 è stata una campagna di immagine che ha presentato l'Alto Adige in alcune aree urbane della







Svizzera (Zurigo) e della Germania (grandi città come Berlino, Amburgo, Francoforte, Lipsia, Dresda, Stoccarda e Monaco). Due nuovi soggetti sono stati usati per le campagne del 2017: l'Alpe di Siusi e il Messner Mountain Museum MMM Corones, progettato da Zaha Hadid e situato a Plan de Corones. Più della metà del budget per le campagne è stata impiegata per pubblicità esterne (ad esempio cartelloni), circa il 30% per inserzioni su carta stampata e circa il 20% per messaggi pubblicitari online.

### OFFENSIVA D'IMMAGINE NEI NUOVI MERCATI

Nel 2017 IDM ha lanciato un'offensiva d'immagine in Belgio e nei Paesi Bassi. L'obiettivo: generare awareness, ovvero consapevolezza verso il marchio Alto Adige, nel gruppo target nei due importanti mercati emergenti (altri mercati emergenti sono Gran Bretagna, Francia, Polonia e Repubblica Ceca). Il focus era rappresentato da una forte presenza di pubblicità esterne con soggetti legati sia al paesaggio che ai prodotti dell'Alto Adige.

### L'ALTO ADIGE DA LEGGERE

Le cooperazioni con prestigiosi gruppi editoriali si sono dimostrate uno strumento efficace per promuovere l'immagine dell'Alto Adige tramite contenuti redazionali di qualità. In tale contesto, case editrici italiane, tedesche, austriache e svizzere inviano i propri giornalisti in Alto Adige per permettere loro di effettuare ricerche sul posto e trasmettere un ritratto autentico del territorio. Queste partnership prevedono inoltre la possibilità per le aziende altoatesine del settore turistico di pubblicare inserzioni all'interno di iniziative editoriali dedicate all'Alto Adige. Nel 2017 sono usciti dei numeri speciali ricchi di informazioni e graficamente curati di *Falstaff* (la "bibbia" austriaca del gusto) e delle riviste tedesche *GEO* e *Bergwelten*, nonché supplementi della *Neue Zürcher Zeitung* e delle riviste italiane specializzate *Cyclist* e *Sale e Pepe*.

Le campagne di immagine "L'Alto Adige cerca..." hanno presentato la destinazione in Italia e nei paesi DACH ma anche in Belgio, Polonia, nei Paesi Bassi e in altri mercati emergenti (pagina a sin.). Nell'estate del 2017 sono stati prodotti nuovi video di grande impatto visivo (pagina a destra), ad esempio sui temi di viaggio "bike & cicloturismo" o "escursionismo & alpinismo".

## CAMPAGNE PROMOZIONALI

# STIMOLARE GLI OSPITI

Mentre le campagne d'immagine puntano ad accrescere la notorietà dell'Alto Adige, le campagne di promozione sono incentrate sulle offerte del territorio ai suoi ospiti: quali esperienze enogastronomiche attendono gli amanti della buona tavola e dove praticare gli sport più adrenalinici? Quali sono i principali eventi culturali dell'Alto Adige e quali le offerte più adatte alle famiglie? A queste domande IDM ha risposto nel 2017 con campagne dedicate a temi specifici quali "Alto Adige Balance" e "Sciatori con gusto" e i Mercatini Originali dell'Alto Adige.

### EQUILIBRIO PERFETTO

Come la maggior parte delle campagne promozionali di IDM, anche "Alto Adige Balance" ha avuto un'impostazione stagionale e ha puntato a veicolare un tema di viaggio specifico collegandolo concretamente a esperienze, eventi e strutture ricettive in Alto Adige. "Alto Adige Balance" riunisce le proposte legate ai temi della primavera e dell'equilibrio interiore: wellness, sport, salute e gusto. La landing page [suedtirol.info/balance](http://suedtirol.info/balance), lanciata all'inizio del 2017, raggruppa queste offerte ed è una vetrina pensata per guidare l'utente verso la prenotazione. In tale contesto IDM ha condotto tra febbraio e maggio un'intensa attività promozionale nei mercati DACH e nel mercato italiano, che prevedeva attività di marketing online, e-mail, inserzioni pubblicitarie e campagne sui canali social.

### CAMPAGNA "ALTO ADIGE BALANCE" SUL MERCATO TEDESCO

1.660.000

contatti tramite inserzioni pubblicitarie

800.000

visualizzazioni video

60.000

sessioni sulla landing page

[www.suedtirol.info/balance](http://www.suedtirol.info/balance)



Le campagne promozionali nei diversi mercati sono state dedicate a temi specifici come i Mercatini Originali di Natale e "Alto Adige Balance" (da sin.) nonché "Sciatori con gusto" (pagina accanto).

## SCI E PIACERI DEL PALATO

In inverno le campagne promozionali di IDM hanno raggiunto l'apice con la campagna "Sciatori con gusto". Oltre alle attività sciistiche, la comunicazione è stata incentrata su proposte ed esperienze enogastronomiche nelle baite dell'Alto Adige. I piaceri del palato, anche a bordo pista, rivestono infatti un'importanza crescente per gli ospiti. È in quest'ottica che le baite del territorio si stanno impegnando a variare e migliorare la propria offerta culinaria. La landing page [suedtirol.info/skigenuss](http://suedtirol.info/skigenuss) associa esperienze ed eventi alla presentazione di baite e comprensori sciistici.

## OGNI ANNO UN APPUNTAMENTO FISSO

IDM sostiene i cinque Mercatini di Natale Originali dell'Alto Adige (Bolzano, Merano, Bressanone, Brunico e Vipiteno) nella loro attività di comunicazione e nello sviluppo del prodotto turistico. Anche nel 2017 si è svolta la campagna "Mercatini Originali Alto Adige Südtirol", rivolta ai mercati italiano e tedesco e resa più incisiva dalla creazione di una pagina dedicata sul portale [suedtirol.info](http://suedtirol.info) e dalla realizzazione di servizi fotografici e video.

## IN COLLABORAZIONE CON TRADE MARKETING

## UNA SPESA CHE CAMBIA LA VITA

Nel 2017 una delle principali iniziative pubblicitarie rivolte al mercato italiano è stata la campagna collegata al vasto progetto "Una spesa che cambia la vita", condotta in collaborazione dal marketing del turismo e dal marketing agroalimentare di IDM. All'iniziativa, svoltasi tra agosto e dicembre, hanno preso parte 18 produttori altoatesini con 81 prodotti alimentari e sei grandi catene italiane del settore: i clienti di 119 supermercati hanno potuto degustare e acquistare prodotti di qualità come speck, mele, latticini e vino, promossi anche tramite un concorso a premi. In palio c'erano diversi prodotti legati all'Alto Adige, mentre al vincitore del primo premio è andato un soggiorno in Alto Adige della durata di una

## CAMPAGNA "SCIATORI CON GUSTO" SUL MERCATO ITALIANO

# 3.836.000

reach e interazioni tramite post su Facebook

# 170.000

sessioni sulla landing page

[www.suedtirol.info/sciatoricongusto](http://www.suedtirol.info/sciatoricongusto)

# 26.000

outlink sui siti dei comprensori sciistici



# 852.000

interazioni

settimana all'anno per dieci anni, messo a disposizione dai Vinum Hotels.

IDM ha suscitato interesse verso l'iniziativa con un'intensa campagna pubblicitaria: le principali emittenti televisive (Rai, La7, Sky, Paramount, Discovery) hanno trasmesso spot della durata di 20 secondi, mentre spot radiofonici sono andati in onda su cinque grandi emittenti nazionali (tra cui RTL 102.5 e Radio DeeJay). La campagna online era incentrata su video pre-roll di 15 secondi, trasmessi su Facebook e su un canale dedicato all'interno del portale Cucina Moderna, i cui articoli hanno totalizzato quattro milioni di visualizzazioni.



# 2 milioni

di visualizzazioni dei video pre-roll

# 1.422

passaggi televisivi degli spot

# 50.000

visualizzazioni dei post video su Facebook

# 819

passaggi radiofonici degli spot



PUBLIC RELATIONS

# GRANDE ATTEZIONE AI MEDIA

Per far conoscere in modo autentico ai lettori di testate giornalistiche e media online la destinazione Alto Adige con il suo particolare stile di vita e per posizionare specifici temi di viaggio, IDM coordina numerose attività di PR nei mercati target. Nel 2017 si sono svolte, ad esempio, un’iniziativa su Instagram, viaggi per la stampa ed eventi per i media in Alto Adige, a Londra e ad Anversa.

**PATITI DI BICI A PLAN DE CORONES**

Il 2017 ha visto un’intensa cooperazione con la più importante fiera internazionale dedicata alle due ruote, la Eurobike di Friedrichshafen. Durante la fiera, svoltasi a inizio settembre, IDM ha invitato 26 giornalisti selezionati a una colazione per la stampa a base di prodotti tipici dell’Alto Adige: in un’atmosfera informale si è parlato della regione ciclistica Alto Adige e di possibili cooperazioni con media e aziende del settore. Già a giugno circa 200 giornalisti appassionati di due ruote provenienti da 30 Paesi si sono dati appuntamento a Plan de Corones per testare le novità dal mondo della bicicletta nella tre giorni “Eurobike Media Days”. Durante una serata all’insegna dei prodotti tipici, IDM ha infine presentato agli ospiti la regione ciclistica Alto Adige.

**INSTA-ALTO ADIGE**

Un momento saliente nelle relazioni con gli influencer nel 2017 è stata l’iniziativa “Connect 2 create”, che ha promosso la collaborazione con celebri instagrammer attivi a livello mondiale sotto il motto: il collettivo Instagram “German Roamers” incontra degli amici in Alto Adige. Oltre alle Dolomiti, gli instagrammer hanno visitato la Val d’Ultimo e luoghi di interesse come chiese e castelli, postando quotidianamente su Instagram le loro impressioni insieme a storie e resoconti live. Sono stati realizzati anche degli scatti per cooperazioni con Huawei Mobile, Falke, Sigma e Danner come pure numerosi video. Nell’ambito di un progetto collaterale sono stati pubblicati dei video su YouTube e dei post sulla pagina Facebook della rivista *Walden* e sul blog di Sigma.

**INIZIATIVA “CONNECT 2 CREATE”**

46  
post su Instagram

3  
milioni di follower

>1  
milione di like



Tra i progetti di public relations, un’iniziativa con il collettivo di Instagram “German Roamers” (a sin.), gli “Eurobike Media Days” a Plan de Corones (accanto) e manifestazioni riservate ai giornalisti nei mercati emergenti come l’elegante evento PR “Natural Wellbeing” a Londra (pag. a destra).



## TAPPETO ROSSO PER ÖTZI

In occasione della prima di *Iceman*, il film di Felix Randau girato in Alto Adige con Jürgen Vogel nel ruolo di Ötzi, IDM ha invitato in Alto Adige noti blogger e giornalisti tedeschi, austriaci e svizzeri per un viaggio stampa. Inoltre, in occasione della prima tedesca del film a Monaco di Baviera circa 35 giornalisti sono stati invitati a un evento dedicato all'Alto Adige.

## BENESSERE A LONDRA, ARCHITETTURA AD ANVERSA

I responsabili PR di IDM hanno svolto diverse attività nei mercati emergenti di Gran Bretagna e Belgio per promuovere la destinazione Alto Adige attraverso temi specifici. 20 giornalisti hanno accolto l'invito di IDM all'evento PR dedicato all'Alto Adige "Natural Wellbeing", che si è svolto a Londra e ha visto la partecipazione di un coach altoatesino di "forest bathing", dello chef stellato Egon Heiss – che ha creato per l'occasione un raffinato menu di tre portate – e di Gregor Wenter dell'azienda Trehs. All'evento

erano presenti rappresentanti di celebri testate come *Telegraph Luxury*, *Monocle*, *The Times* e *Independent*.

L'evento in Belgio era dedicato al binomio "Architettura & Gusto". Alla "Port House" di Anversa, progettata da Zaha Hadid, circa 20 giornalisti – tra cui collaboratori di *De Morgen Magazine* ed *Elle* – hanno gustato le specialità degli chef del ristorante Brix 0.1 di Bressanone, mentre l'architetto altoatesino Peter Pichler, formatosi nello studio di Hadid, ha presentato agli ospiti alcune punte di diamante dell'architettura altoatesina: il MMM Corones, il rifugio Oberholz di Obereggen e le Mirror Houses nei pressi di Bolzano.

## NATALE SUGLI SCI E GOURMET FRANCESI

Per i mercati emergenti di Francia, Polonia, Repubblica Ceca, Gran Bretagna, Paesi Bassi e Belgio IDM ha organizzato dei viaggi stampa. A dicembre un gruppo composto da otto giornalisti cechi e polacchi, quattro olandesi e due belgi ha preso parte all'itinerario "Natale & sci Drei Zinnen" in Alta Pu-

steria, un tema di viaggio che ha suscitato grande interesse in tutti i mercati. L'itinerario prevedeva escursioni a Prato Piazza e al lago di Braies, un menu natalizio con vista sulle Dolomiti e molto tempo per sciare nel comprensorio sciistico Tre Cime Dolomiti. A settembre l'Alto Adige ha accolto il celebre critico gastronomico francese Gilles Pudlowski che ha fatto visita tra gli altri agli chef stellati Herbert Hintner, Anna Matscher e Heinrich Schneider, al ristorante Unterkränzerhof di Sarentino e all'azienda vinicola Lageder. A ottobre l'emittente francese France 5 ha girato a Bolzano, sull'Alpe di Siusi, sul Renon e alla miniera di Monteneve in Val Ridanna un reportage dal titolo "Cinque buoni motivi per visitare l'Alto Adige".





## LA COMUNICAZIONE ONLINE

# L'ALTO ADIGE IN RETE

Dalle informazioni del portale principale suedtiroi.info alle newsletter creative, dai canali social agli appassionanti ritratti di *Storie da vivere*: IDM sfrutta tutte le possibilità offerte dalla comunicazione online per promuovere la destinazione Alto Adige e trasmetterne le emozioni.

### CLIC, PRENOTATO

Il portale suedtiroi.info è da anni il riferimento online più importante per i potenziali visitatori alla ricerca di informazioni sull'Alto Adige (località turistiche, attività, alberghi). Uno degli obiettivi principali di IDM era di riuscire a permettere ai visitatori di prenotare l'alloggio desiderato direttamente sul sito. Nel 2017 l'obiettivo si è realizzato: IDM è riuscita a integrare nel portale un processo di prenotazione, che è stato lanciato alla fine di aprile al termine di un'intensa fase di verifiche. Il servizio ha riscosso grande successo, generando in pochi mesi, dal momento del lancio a fine giugno, un fatturato di ben 130.000 euro.

### NEWS CON... BRIO

Un autunno particolarmente mite e assolato, la prima neve o un idilliaco fine settimana d'Avvento: dall'inverno 2017 la newsletter ufficiale di IDM destinata a chi trascorre la sua vacanza in Alto Adige è stata affiancata dalle cosiddette DEM, ovvero newsletter brevi e incisive che trattano di volta in volta un solo argomento e attirano l'attenzione del destinatario su eventi o tematiche particolari. Questo strumento permette di organizzare in tempi brevi la comunicazione di contenuti attuali e specifici per un determinato mercato.

### IMMAGINI ED EMOZIONI

Anche nel 2017 IDM ha prodotto contenuti redazionali di qualità (testi, immagini e video) per l'apprezzato portale di storytelling *Storie da vivere*. Il sito intende presentare l'Alto Adige attraverso storie e volti locali ma anche trasmettere emozioni e illustrare la varietà e l'elevata qualità di vita della provincia. Nel 2017 la versione italiana si è arricchita di 15 nuove storie, mentre alla versione tedesca (*Was uns bewegt*) se ne sono aggiunte 17 e a quella inglese (*Stories from South Tyrol*) 12. IDM utilizza misure di marketing online per dare visibilità alle storie in rete e sui canali social, assicurando così al sito un flusso costante di visitatori.

Sia nella versione italiana che in quella tedesca la storia di maggior successo del 2017 è stata, con 72.000 visitatori unici, "La principessa delle nevi", dedicata a una giovane gattista affermatasi in una realtà prettamente maschile. Anche altre due tra le storie più cliccate del 2017 hanno per protagoniste delle "donne forti": nella top 5 si trovano infatti i ritratti della chef stellata Anna Matscher e della scalatrice estrema Tamara Lunger. Per quanto riguarda i video, il più popolare tra i visitatori italiani è stato, ancora una volta, "La principessa delle nevi", ovvero la gattista Martina Blaas, con 13.800 visualizzazioni, mentre nella versione tedesca il video più cliccato è stato il ritratto del grande cantautore folk della Val Passiria Herbert Pixner (25.900 visualizzazioni).

17  
storie TED

15  
storie ITA

12  
storie ING

628.000  
sessioni sul sito nel 2017



**FACEBOOK**  
**SÜDTIROL BEWEGT –**  
**ALTO ADIGE DA VIVERE**

Fans: 289.744  
Reach: 81.868.324  
Impressions: 127.148.270



**INSTAGRAM**  
**@VISITSOUTH TYROL**

Followers: 54.473  
Interactions: 251.976



**TWITTER**  
**SÜDTIROL BEWEGT (DE, IT, EN)**

Followers: 27.294  
Retweets: 9.176  
Impressions: 2.664.100



**YOUTUBE**  
**SÜDTIROL BEWEGT/**  
**ALTO ADIGE DA VIVERE**

Subscribers: 5.392  
Views: 4.851.371  
Shares: 6.144

**IL METEO DI IDM**

Un'ulteriore novità di suedtiroi.info è rappresentata dalla ristrutturazione della pagina riservata al meteo. Le previsioni per l'Alto Adige si presentano in una veste grafica rinnovata e gradevole per i visitatori, mentre gli operatori del settore turistico possono ora stampare le previsioni attuali in formato PDF in lingua tedesca, italiana o inglese: un'interessante alternativa al servizio meteo ufficiale della Provincia autonoma di Bolzano.

**L'ALTO ADIGE È SOCIAL**

Nell'ambito dei social media IDM gestisce canali su Facebook, Twitter, Instagram e YouTube. Agenzie incaricate seguono inoltre gli account Facebook per i seguenti mercati: Repubblica Ceca, Gran Bretagna, Polonia, Paesi Bassi, Belgio, Francia e Russia. Nel 2017 per quanto riguarda i canali gestiti direttamente IDM ha puntato soprattutto sui contenuti video, sui contenuti generati dagli utenti e sull'interazione con i fan.



Tra le attività web nel 2017 troviamo nuove *Storie da vivere* (in alto a sin.), il nuovo portale meteo su suedtiroi.info (in alto a destra), uno strumento per le prenotazioni (in basso a sin.), oltre al lavoro sui canali social come Instagram (in basso a destra).

## CO-MARKETING

## MARCHI FORTI

IDM avvia ogni anno cooperazioni con altri marchi. Le cosiddette brand partnership permettono ai marchi coinvolti di consolidare la propria immagine, a condizione tuttavia che sussista un'affinità tra i marchi stessi e l'Alto Adige. Una condizione soddisfatta sia dalle cooperazioni alberghiere di lunga data (Familienhotels, Vitalpina, Vinum Hotels) che dalle altre cooperazioni del 2017, dalla Coppa del mondo di sci al progetto di sostenibilità ambientale #Dolomitesvives e alla gara "Tour of the Alps".

## LE DOLOMITI DA VIVERE

Scoprire il fascino delle Dolomiti in modo responsabile, ecologico e sostenibile: è questa la sfida raccolta da Trentino e Alto Adige, che nel 2017 – proclamato dalle Nazioni Unite "Anno internazionale del turismo sostenibile" – hanno dato vita al progetto #Dolomitesvives, ideato per valorizzare e tutelare il territorio delle Dolomiti, Patrimonio dell'umanità UNESCO. In estate, ad esempio, è stata promossa un'iniziativa di sensibilizzazione riguardo al tema della mobilità sostenibile: ogni mercoledì il passo Sella era raggiungibile soltanto a piedi, in bici o tramite impianti di risalita, veicoli elettrici e mezzi pubblici. Il programma prevedeva inoltre eventi musicali e gastronomici ed escursioni guidate sulle Dolomiti. Al progetto – in collaborazione con la Fondazione Dolomiti UNESCO – hanno preso parte, oltre alle Province di Trento e Bolzano, anche i marchi Südtirol, Trentino, Dolomiti, Val Gardena, Val di Fassa e Alta Badia.

## LA "NOSTRA" COPPA DEL MONDO DI SCI

Grazie al "Südtirol Ski Trophy" anche l'Alto Adige ha, dalla stagione invernale 2016/17, un suo trofeo all'interno della Coppa del mondo di sci: le quattro competizioni maschili che si sono svolte in dicembre in Val Gardena e Alta Badia sono state riunite in un'unica gara a punti che prevedeva per il vincitore un premio di 20.000 euro. Per la prima volta nella storia della Coppa del mondo è stato creato un premio dedicato alle gare di un'unica regione. L'iniziativa, nata da un'idea del presidente della Provincia Arno Kompatscher, è stata poi sviluppata da IDM in collaborazione con la Federazione sciistica FIS. Vincitore dell'edizione 2017 è stato il norvegese Aleksander Aamodt Kilde. Proprio come Kjetil Jansrud, vincitore nel 2016, anche Kilde riceverà, oltre al premio in denaro, un busto in legno che verrà esposto nella Hall of Fame della pista Saslong, inaugurata ufficialmente a dicembre 2017. Se il vincitore 2016 aveva creato per l'occasione un piatto insieme allo chef stellato altoatesino Norbert Niederkofler, Kilde si mette ai fornelli con Anna Matscher. Il "Südtirol Ski Trophy" promuove con efficacia i punti di forza della destinazione turistica Alto Adige: competenze in ambito sciistico, gastronomia e naturalmente la bellezza delle Dolomiti. L'iniziativa di marketing è stata affiancata da un'intensa attività a livello mediatico e social.

## IL "GIRO" DELL'ALTO ADIGE

Ad aprile, grazie alla diretta televisiva e via streaming del giro ciclistico internazionale Euregio "Tour of the Alps", imponenti paesaggi altoatesini come le Tre Cime di Lavaredo, la Val di Funes e l'Alpe di Rodengo sono entrati nelle case degli spettatori di oltre 70 Paesi, dalla Cina agli Stati Uniti e ad alcune nazioni africane, raggiungendo così milioni di potenziali ospiti. 139 ciclisti professionisti si sono sfidati su un percorso snodatosi attraverso Tirolo, Alto Adige e Trentino; 110 di loro hanno raggiunto il traguardo a Trento. IDM si è fatta carico dell'organizzazione delle tappe altoatesine e del coordinamento dei partner sul luogo. Il "Tour of the Alps" raccoglie il testimone, dopo quaranta edizioni, del "Giro del Trentino" ed è un'iniziativa Euregio con il patrocinio dei presidenti provinciali Arno Kompatscher e Ugo Rossi e del governatore del Tirolo Günther Platter.

**Tra i progetti di cooperazione di maggior successo del 2017, l'iniziativa #Dolomitesvives che ha permesso di scoprire le Dolomiti a piedi e grazie alla mobilità sostenibile (in alto e al centro), oppure "Südtirol Ski Trophy" (in basso), un trofeo di Coppa del mondo di sci tutto altoatesino, il cui vincitore è immortalato con un busto in legno.**







## INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE VENDITE TURISTICHE

# OSPITI DA TUTTO IL MONDO

Per raggiungere una maggiore internazionalizzazione dei flussi turistici, IDM collabora con operatori turistici di diversi paesi e li mette in contatto con i gestori di strutture ricettive locali. I tour operator danno visibilità all'Alto Adige anche in mercati lontani, mentre cooperazioni con operatori di nicchia permettono di rafforzare il posizionamento in segmenti come il turismo di lusso e il cicloturismo. Il focus è posto su mercati internazionali quali Gran Bretagna, Stati Uniti e Russia e su operatori di fascia alta nonché operatori adatti al posizionamento dell'Alto Adige.

### ALTO ADIGE GOES USA

Nel 2017 sono state avviate per la prima volta delle misure rivolte al mercato degli operatori turistici USA. 40 operatori turistici statunitensi hanno visitato l'Alto Adige; di questi, 16 già proponevano destinazioni nella penisola ma desideravano far conoscere ai propri clienti una nuova regione italiana e hanno pertanto accolto l'invito a partecipare ai "Group Fam Trip" organizzati nei mesi di settembre e dicembre. Gli altri cinque operatori hanno sfruttato l'opportunità di scoprire l'Alto Adige e valutarne l'inserimento nella propria programmazione. L'iniziativa ha avuto successo: i professionisti americani hanno individuato notevoli potenzialità soprattutto nei pacchetti invernali con visite ai mercatini di Natale e nei programmi di turismo attivo per la stagione estiva.

### CHE COSA SONO I FAM TRIP?

"Fam" sta per "familiarization", cioè "familiarizzazione". Durante un Fam Trip, o viaggio di familiarizzazione, i responsabili vendite di operatori turistici provenienti da diversi Paesi scoprono l'Alto Adige facendo un'esperienza diretta di attività quali escursioni e proposte enogastronomiche. In tal modo entrano in contatto con il territorio, ne conoscono i pregi e creano le basi per i colloqui di vendita con i propri clienti.

**Grazie alla stretta collaborazione con tour operator di tutto il mondo e a iniziative come i Fam Trip – nella foto a destra un gruppo davanti al Sassolungo nelle Dolomiti – IDM favorisce l'inserimento di pacchetti vacanze in Alto Adige nell'offerta delle agenzie viaggi.**





## VISITA IN RUSSIA

La Russia rappresenta un mercato complesso ma sicuramente interessante. IDM ha individuato potenzialità soprattutto nei segmenti di fascia alta e luxury. Di qui la decisione di concentrare alcune attività nel corso del 2017 su questo mercato in crescita. A ottobre l'Alto Adige ha preso parte per la prima volta al workshop B2B "LTM - Luxury Travel Mart", tenutosi a Mosca. All'evento, durante il quale IDM ha potuto stabilire numerosi nuovi contatti, erano presenti rappresentanti del settore del turismo di lusso provenienti dalla Russia e dai paesi dell'ex Unione Sovietica. Il giorno successivo, 40 operatori turistici russi hanno accolto l'invito di IDM prendendo parte al sales event "South Tyrol with all senses", che si è svolto in un caffè della piazza Rossa. Durante la serata dedicata all'Alto Adige gli operatori turistici hanno assistito a una presentazione della provincia e di Dolomiti Superski e hanno potuto scoprire i pregiati vini dell'Alto Adige in una degustazione interattiva. Lo scambio professionale con la Russia è proseguito a dicembre sui monti dell'Alto Adige: nell'ambito di un fam trip dedicato al tema "Luxury South Tyrol", un gruppo di nove tour operator ha visitato diversi hotel nelle aree turistiche Alta Badia, Val Gardena e Valle Isarco. Gli ospiti hanno potuto conoscere da vicino le piste delle Dolomiti e assistere a una gara di Coppa del mondo di sci. Il viaggio si è concluso con una visita al mercatino di Natale di Bressanone.

## ESTATE NELLE DOLOMITI

I workshop B2B rappresentano uno strumento particolarmente efficace per fornire ai tour operator informazioni sull'offerta turistica in Alto Adige, mettendoli inoltre in contatto con le strutture ricettive locali. A settembre IDM ha organizzato un workshop B2B comprensivo di educational tour incentrato sul tema "Estate in Alto Adige". L'evento, al quale hanno aderito 12 operatori turistici provenienti da Stati Uniti, Gran Bretagna, Paesi Bassi, Rep. Ceca e Russia, ha permesso ai partecipanti di scoprire l'ampia offerta di vacanze attive nell'area delle Dolomiti; in un evento serale di "speed dating", inoltre, i professionisti hanno potuto conoscere 40 strutture alberghiere e stabilire nuovi contatti. Il feedback dei partecipanti è stato ampiamente positivo: ben il 96% ha dichiarato che consiglierebbe la manifestazione.

*"Thank you for organizing such a superb educational. I had an amazing time experiencing beautiful South Tyrol. The wining and dining was exceptional and the workshop plus personalised hotel visits worked out really well. I have certainly got at least four hotels that I would definitely like to move forward with plus lots more to think about for the future."*

Commento di una partecipante inglese al workshop B2B tenutosi nelle Dolomiti

## PRONTI PER IL MERCATO ORGANIZZATO

Le cooperazioni con gli agenti di viaggio richiedono una preparazione accurata ed è per questo che IDM collabora a stretto contatto con gli operatori turistici locali. A settembre si è tenuta la sesta edizione del corso "Fit für den Reisemarkt", organizzata da IDM insieme all'Unione Albergatori e Pubblici esercenti (HGV) e alle associazioni turistiche delle Dolomiti. L'invito è stato accolto da circa 30 tra albergatori e gestori di altre strutture ricettive, interessati alle opportunità di cooperazione con i tour operator. Nell'ambito dell'incontro, impostato in base al modello "speed dating", alcuni esperti hanno risposto a quesiti relativi ad aspetti giuridici, costi, marketing e prodotti. Dalle valutazioni raccolte è emersa la piena soddisfazione dei partecipanti rispetto a organizzazione e scelta dei relatori; la manifestazione è stata giudicata da tutti "buona", "molto buona" o "eccellente".

230 domande da parte di operatori turistici

familiarization trip

25

workshop B2B ed eventi Sales sul mercato e in Alto Adige

50

## SVILUPPO DI PRODOTTO

# UN'AMPIA OFFERTA

IDM promuove insieme ai partner turistici lo sviluppo di prodotto nel comparto turistico altoatesino. L'obiettivo è di raggiungere nuovi gruppi target proponendo temi legati al lifestyle e offerte mirate a rendere più appetibili i periodi di bassa stagione. Tra i progetti attuati a tale scopo figurano "Törggelen originale", "Alto Adige Balance", "Sciatori con gusto" e le "Giornate dell'architettura". Lo sviluppo di prodotto si baserà nei prossimi anni sui temi di viaggio definiti da IDM: uno di questi è "bike & cicloturismo", per il quale nel 2017 è stato elaborato un documento di riferimento.

### IN SELLA ALLA SCOPERTA DELL'ALTO ADIGE

IDM ha individuato nel tema "bike & cicloturismo" un grande potenziale per l'Alto Adige. Il relativo documento di riferimento è stato messo a punto nel 2017. L'attività ciclistica è una delle motivazioni principali che spinge i nostri ospiti a viaggiare, perché sempre più forte è il desiderio di muoversi nella natura, soprattutto tra quanti vivono nelle grandi città. Dalle analisi di mercato emerge, ad esempio, che i cicloturisti prenotano online più della media e sono ospiti "multi-optional", ovvero non si limitano a praticare il ciclismo ma ricercano un'ampia offerta, comprendente anche cultura, escursioni o balneazione.

I cicloturisti si suddividono sempre, secondo la segmentazione classica, in ospiti che preferiscono la bici da trekking, la mountain bike e la bicicletta da corsa. In base alle stime fornite dai Bike Hotels dell'Alto Adige, dei turisti che scelgono l'Alto Adige per una vacanza su due ruote l'80% circa utilizza la mountain bike, il 10% si muove su biciclette da corsa e un altro 10% su bici da trekking. Tali discipline, molto diverse tra loro, generano altrettanti gruppi target, di qui la necessità di diversificare l'offerta. Le aree che intendono specializzarsi nel turismo della mountain bike (MTB), ad esempio, dovranno organizzare in autonomia la relativa offerta e soddisfare le molteplici e spesso contrastanti esigenze del territorio. Il gruppo di lavoro MTB di IDM ha formulato le seguenti linee guida.



Il numero dei trail ufficiali per MTB, di lunghezza complessiva pari a circa 1.976 km, va notevolmente accresciuto, sfruttando per quanto possibile i percorsi esistenti.



Le aree turistiche che intendono offrire itinerari per MTB dovranno sviluppare una catena di servizi completa (customer journey) per gli ospiti in MTB.



È necessario definire un piano di comunicazione e informazione coerente incentrato sul tema MTB.

## I DOCUMENTI DI RIFERIMENTO

Nel 2017 sono stati elaborati alcuni documenti di riferimento relativi ai temi di viaggio "escursionismo & alpinismo", "sci & inverno" e "bike & cicloturismo", che vanno ad aggiungersi ai testi analoghi messi a punto nel 2016 sui temi "relax & benessere", "mangiare & bere" e "piccole città & cultura". I documenti si basano su analisi di mercato e tendenze; nel corso di workshop, ai quali hanno preso parte esperti e operatori del settore, si è cercato di comprendere le attuali esigenze degli ospiti e di individuare i fattori decisivi per il futuro. I sei testi, uno per ogni tema di viaggio definito da IDM, forniscono ai partner locali e agli operatori turistici e del tempo libero le linee guida per lo sviluppo di nuovi prodotti e saranno integrati e ampliati a distanza di qualche anno.

I documenti di riferimento sui diversi temi di viaggio si trovano alla pagina:

[www.idm.suedtirol.com/temi-viaggio](http://www.idm.suedtirol.com/temi-viaggio)

## TEMI DI VIAGGIO



SCI & INVERNO



ESCURSIONISMO & ALPINISMO



BIKE & CICLOTURISMO



RELAX & BENESSERE



MANGIARE & BERE



PICCOLE CITTÀ & CULTURA

### AUTENTICITÀ SENZA COMPROMESSI

Il Törggelen soltanto dove cresce l'uva e si raccolgono le castagne: è questo il nucleo dell'iniziativa "Törggelen originale". Le osterie contadine che vi prendono parte fanno conoscere questa usanza locale nel pieno rispetto della tradizione. Anche nel 2017 l'iniziativa è stata aperta con una festa a inizio ottobre; nei mesi precedenti il progetto era stato in parte ridefinito per incrementarne ulteriormente la qualità. Obiettivo dell'iniziativa, promossa da IDM in collaborazione con l'Unione Agricoltori dell'Alto Adige, è di offrire alla popolazione locale e agli ospiti l'atmosfera del vero Törggelen in Buschenschänke (osterie contadine) certificate.



### INSIEME PER BALANCE

Il progetto "Alto Adige Balance" illustra al meglio l'efficacia della collaborazione tra diversi dipartimenti di IDM, consorzi e associazioni turistiche, strutture alberghiere e industria del tempo libero relativamente allo sviluppo di prodotto. Nel 2017 IDM ha organizzato colloqui mirati con associazioni turistiche e due incontri "Balance fit" durante i quali sono stati presentati ai partecipanti, tra cui specialisti interessati e aziende del comparto, i requisiti che il prodotto deve soddisfare per rientrare nel progetto "Balance" e alcuni video con esempi di best practice. I circa 100 partecipanti hanno quindi ricevuto un manuale dedicato al tema. "Alto Adige Balance", questa l'idea, può avere successo solo se tutte le organizzazioni, i partner e le strutture ricettive coinvolte conoscono il prodotto in modo approfondito e sono in grado di comunicarlo ai loro ospiti.



IDM ha sviluppato un key visual per ciascuno dei sei temi di viaggio.









**IDM Alto Adige**

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