

# Merano

RELAZIONE ANNUALE 2015





**Ingrid Hofer**  
La presidente



**Daniela Zadra**  
La direttrice

## PREMESSA

Guardarsi indietro per guardare avanti. Nelle pagine che vi accingete a sfogliare trovate un concentrato delle attività svolte dall'Azienda di Soggiorno nel corso del 2015: ne filtra una fotografia variegata, che documenta come l'impegno dell'ente si orienti in varie direzioni. Pur focalizzandosi, per ovvie ragioni, sul comparto turistico, l'Azienda di Soggiorno è un attore/motore dello sviluppo cittadino nel suo significato più ampio.

Fra le varie cifre, la più appariscente è il superamento del milione di pernottamenti per la quinta volta negli ultimi sei anni. Ma dietro a essa vi sono tanti numeri e informazioni su scelte strategiche e organizzazione eventi che testimoniano un lavoro quotidiano, al servizio della città tutta, e della volontà di creare rete con i vari partner, pubblici e privati. Il tutto, in una strategia di relazioni virtuose fra chi realizza e fornisce il prodotto – l'Azienda di Soggiorno – e chi ne cura la promozione a livello nazionale e internazionale – Merano Marketing e IDM Alto Adige.

Buona lettura!

---

## INDICE

Il nostro team	4
Merano in cifre	6
Trasparenza	10
Sviluppo prodotto	12
Organizzazione eventi	13
Congressi ed eventi-MICE	18
Comunicazione	19
Comunicazione digitale	22
Assistenza all'ospite	24
Campeggio Merano	26
Strategia 2016	27

## IL NOSTRO TEAM



d.s.a.d.  
Pino Maccaroni  
Ulrike Pertoll  
Roberta Creazzo  
Walter Haller  
Isabella Konrad  
Mirjam Veith  
Patrizia Zanon  
Daniela Zadra  
Gerhard Spanel  
Antonella Trevisan  
Cristina Burchiellaro  
Tamara Scarselletta  
Manuela Rungg  
Melanie Mader  
Simone Facchini  
Chantal Redavid  
Sandy Kirchlechner  
Carlo Gadenz  
Jonas Benedikter  
Julia Sanin  
Judith Ladurner

## MERANO IN CIFRE 2015



**€ 121.850.482**  
INDOTTO  
1.038.174 x € 117,37

**€ 117,37\***  
SPESA MEDIA  
PRO CAPITE

**298.505**  
ARRIVI

**102**  
ESERCIZI  
ALBERGHIERI

**67**  
ESERCIZI  
EXTRA-ALBERGHIERI

**26,33 km<sup>2</sup>**  
SUPERFICIE

**39.462\*\***  
NUMERO DEGLI ABITANTI

**48%**  
UOMINI

**52%**  
DONNE

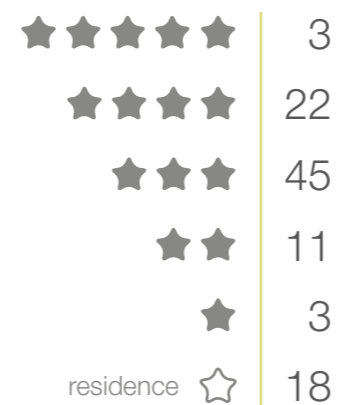
\* ASTAT indagine sul turismo 2012/2013 / \*\* Comune di Merano - status al 31/12/2015

## MERANO IN CIFRE

### DATI STATISTICI 2015

Il 2015 a Merano si connota per risultati importanti sul piano della crescita turistica. A conforto dell'affermazione vi sono dati che fanno segnare progressioni significative sia sul piano dei pernottamenti, tornati a oltrepassare la soglia del milione, sia degli arrivi. Sono stati quasi **299 mila gli ospiti giunti in città, equivalenti al 7,83% in più del 2014, per un totale di 1.038.174 pernottamenti, equivalenti a un aumento su base annua del 6,77%**. Sostanzialmente inalterata, dunque, la permanenza media confermata a 3,5 notti per soggiorno. Eccetto il 2014, è dal 2010 che il numero di pernottamenti supera la quota di un milione.

#### ESERCIZI ALBERGHIERI



#### ESERCIZI EXTRA-ALBERGHIERI



**169**  
ESERCIZI ALBERGHIERI

**6.229**  
LETTI

**1.029.797** →  
PERNOTTAMENTI DA NOVEMBRE  
2014 A OTTOBRE 2015

**744.322**  
MAGGIO 2015 A  
OTTOBRE 2015

**285.475**  
NOVEMBRE 2014  
A APRILE 2015

**27,72%**  
INVERNO

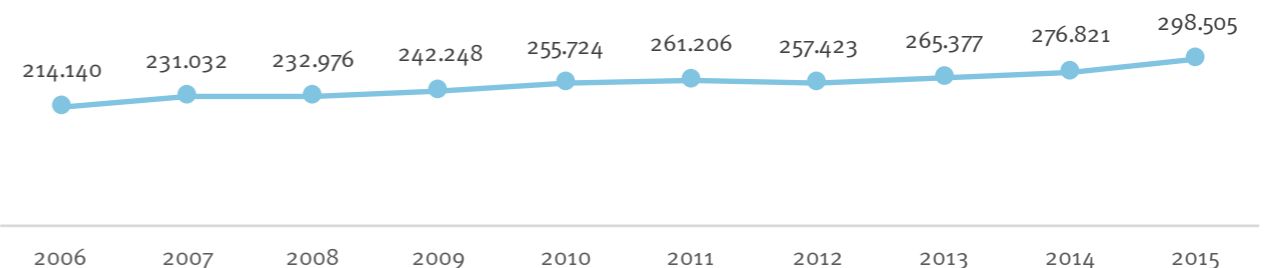
**10.272** →  
ARRIVI MERCATO ITALIANO DAL  
15 GENNAIO AL 15 MARZO

**+27,81%**  
IN RELAZIONE  
ALL'ANNO 2013

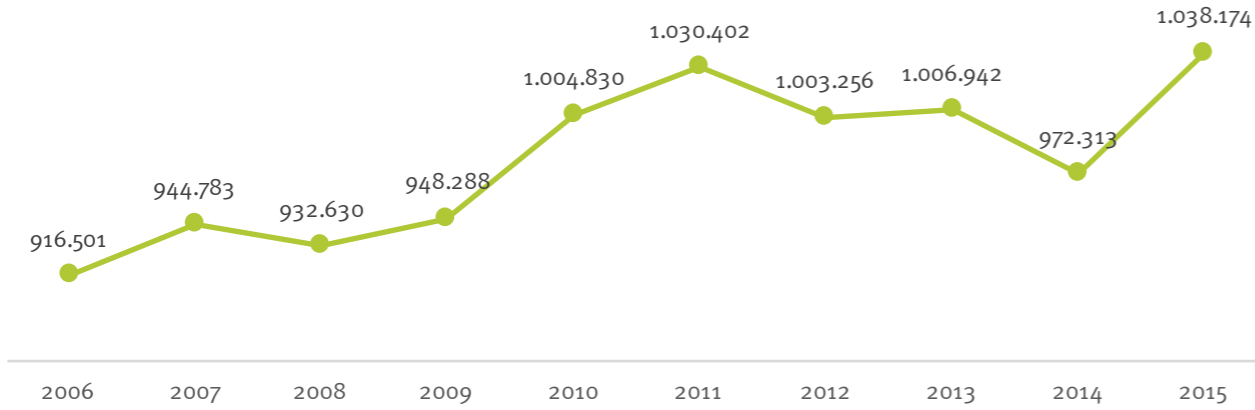
**+10,89%**  
IN RELAZIONE  
ALL'ANNO 2014

**72,28%**  
ESTATE

>> SVILUPPO DEGLI ARRIVI  
2006 - 2015



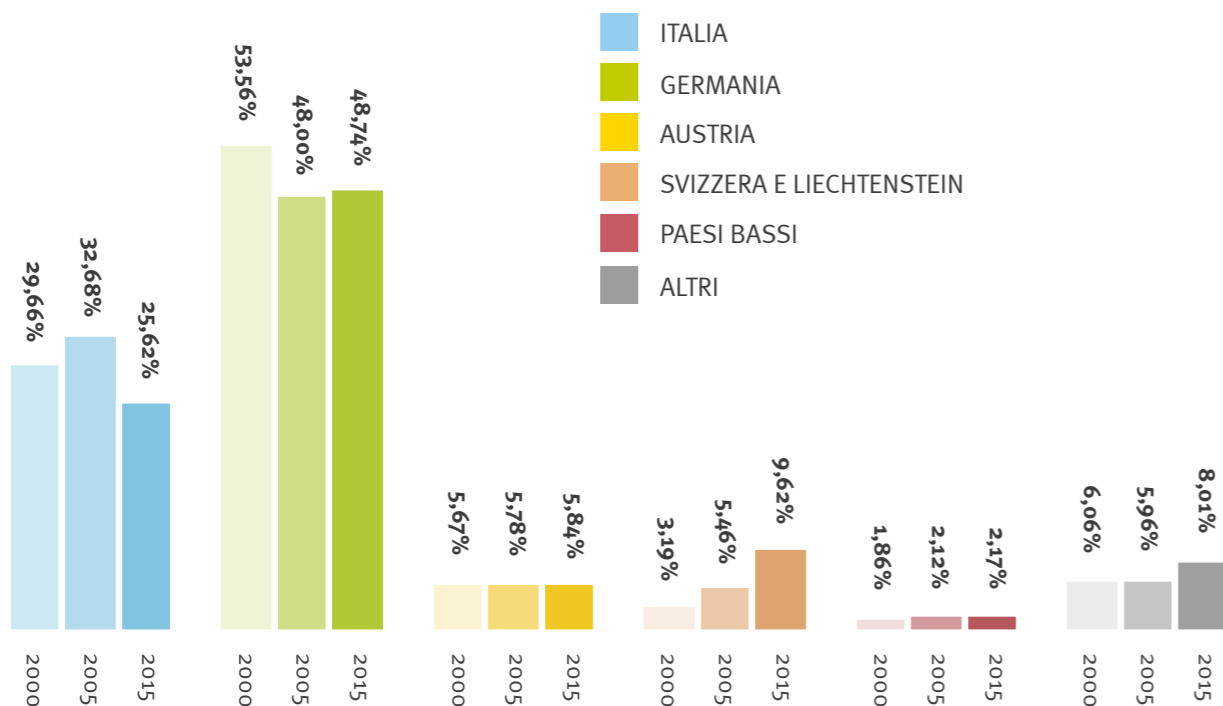
>> SVILUPPO DEI PERNOTTAMENTI  
2006 - 2015



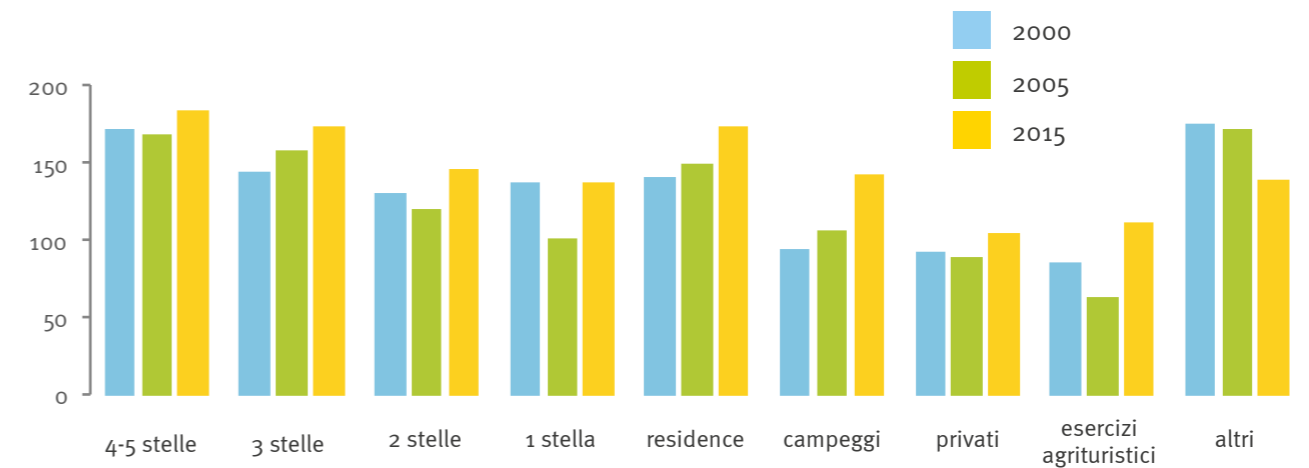
>> SVILUPPO DEI PERNOTTAMENTI PER NAZIONE  
2000 - 2005 - 2015

Circa il 50% dei pernottamenti è di provenienza germanica (+8,50% rispetto all'anno precedente). Ma dopo anni difficili, imputabili per lo più alla crisi economica, anche il mercato italiano è tornato a crescere: +7,03%, corrispondente a una quota sul totale pari al 25%. Positivi pure i trend di Svizzera e Austria, in particolare la prima ha aumentato il suo contributo di pernottamenti del 9,59%.

Merita menzione anche il fatto che, nel 2015, gli ospiti provenienti da Germania, Austria e Svizzera che hanno prenotato le loro vacanze attraverso il portale Booking Alto Adige, per il 33% abbia scelto come meta Merano e dintorni, destinazione preferita in Alto Adige. Secondo la stessa statistica, Meranerland in vetta alla lista anche per quanto riguarda i turisti italiani, con il 17% di preferenze.

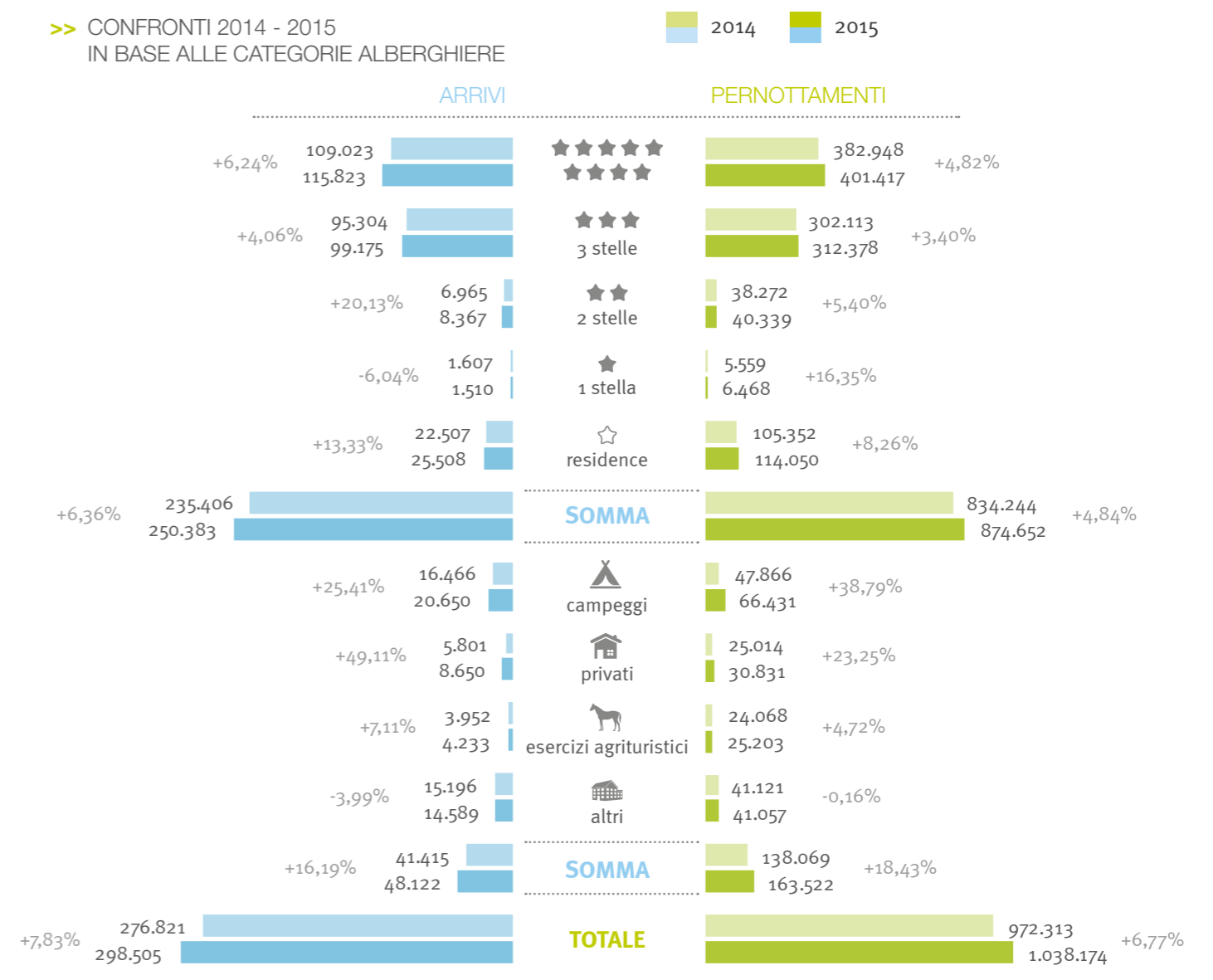


>> OCCUPAZIONE DEI POSTI LETTO  
2000-2005-2015 | 167 GIORNI



L'occupazione dei posti letto - in aumento per alcune categorie - è da intendersi lorda, i 167 giorni sono riferiti all'anno intero.

>> CONFRONTI 2014 - 2015  
IN BASE ALLE CATEGORIE ALBERGHIERE



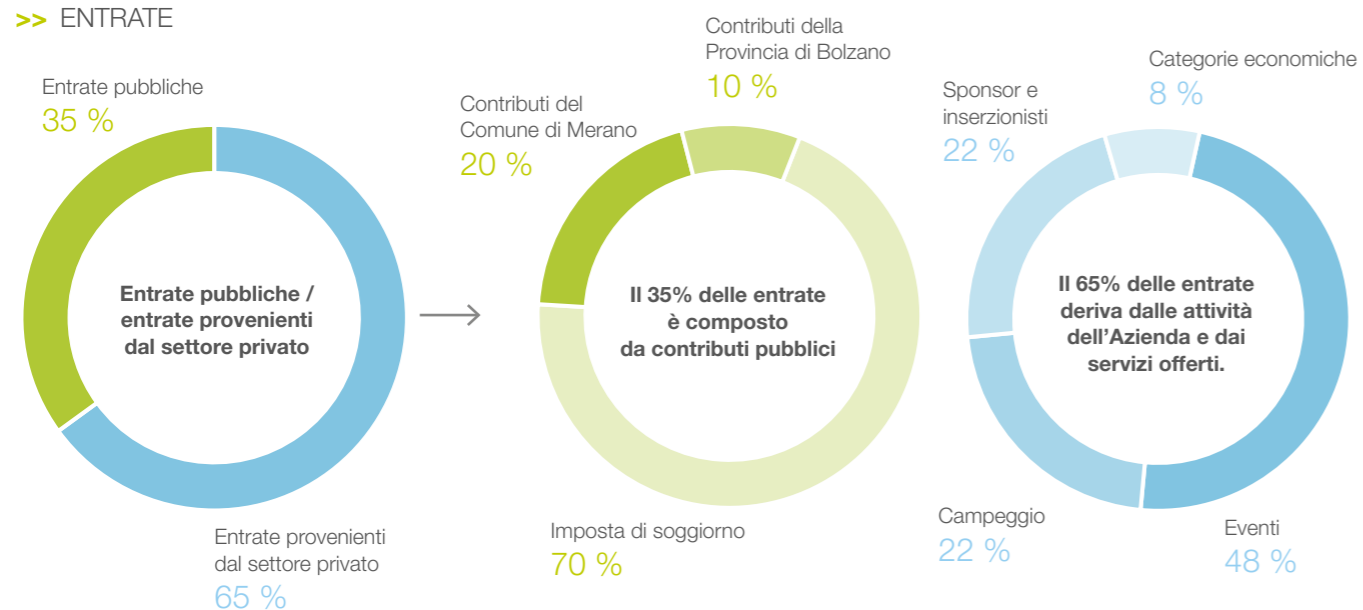
## TRASPARENZA

Per ottemperare alle norme di legge legate alla trasparenza dell'operato delle strutture pubbliche, l'Azienda di Soggiorno nel 2015 ha lanciato il sito [trasparenza.meran.eu](http://trasparenza.meran.eu), sul quale sono reperibili tutte le informazioni e la documentazione relativa agli organi decisionali, ai vari procedimenti amministrativi e alla strategia aziendale.

### >> SITUAZIONE ECONOMICA

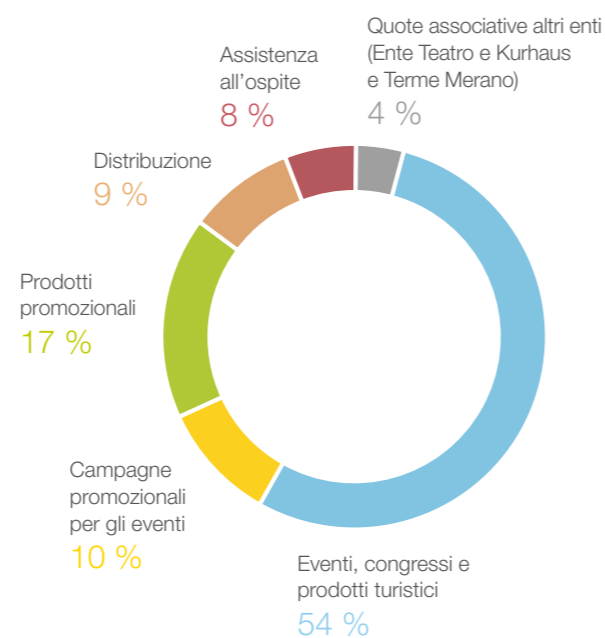
Dal 2014 l'Azienda di Soggiorno può contare sulle entrate derivanti dall'imposta di soggiorno che rappresentano una parte importante del finanziamento pubblico. Per finanziare la propria attività, l'ente ha comunque continuato a lavorare con inserzionisti e sponsor, pur senza perdere la propria natura di fornitrice di servizi pubblici, impostando il proprio lavoro in un'ottica più commerciale. Questo principio vale anche per gli eventi, i cui sponsor si sono rivelati utili a generare nuove entrate. Tutte le entrate prodotte dall'Azienda di Soggiorno vengono reinvestite nell'attività e nella struttura.

### >> ENTRATE



### >> USCITE

La voce più cospicua tra le uscite è data dall'organizzazione di eventi e congressi, una delle competenze principali dell'Azienda di Soggiorno. Questo capitolo comprende anche i costi del personale impegnato nella stessa attività. Per quanto concerne i prodotti commerciali, essi rappresentano un importante strumento per generare introiti. La distribuzione e la comunicazione comprendono tutti i costi relativi alla comunicazione d'impresa e alla distribuzione di materiale informativo. La voce "assistenza agli ospiti" comprende i costi di personale per svolgere detta competenza, mentre la voce relativa alle quote associative c/o altri enti include i costi per il Consiglio di amministrazione dell'Azienda di Soggiorno, per la partecipazione all'Ente Gestione Teatro e Kurhaus e al consorzio turistico Merano Marketing. I costi del personale (21%) e i costi fissi della struttura sono suddivisi nei singoli centri di costo, in base alla ripartizione delle competenze.



## SVILUPPO DI PRODOTTO

### >> PRIMAVERA MERANESE

Nel 2014 l'Azienda di Soggiorno e il Comune di Merano hanno formato un gruppo di lavoro – comprendente Merano Arte, Giardini di Castel Trauttmansdorff, Merano Marketing, l'Unità speciale marketing cittadino e le Giardinerie comunali - che si è impegnato a fondo per lo sviluppo della stagione primaverile. L'obiettivo del progetto è la valorizzazione del profilo di Merano, dando un'interpretazione innovativa del patrimonio verde meranese, delle passeggiate e dei percorsi all'aria aperta. Da questo lavoro è nato un festival internazionale, la "Primavera Meranese" (nel 2016, dal 24 marzo al 5 giugno, si svolge la seconda edizione): è un progetto sfaccettato che fa dialogare tra loro la natura e la cultura (in particolar modo l'arte contemporanea). L'obiettivo è la valorizzazione di Merano, del suo patrimonio e delle sue attrazioni storico-culturali, nonché paesaggistiche, attraverso principalmente due progetti tematici ("Art & Nature 2016 - Walking with Senses" e "Luca al museo"). Oltre a Merano, installazioni sono ospitate a Scena, Naturno e Tirolo. Varie opere, realizzate da artisti selezionati di caratura internazionale, sono fortemente legate ai contesti dove vengono installate. Altro evento di spicco legato a questo periodo è il Mercato Meranese (ogni sabato dal 19 marzo). Diverse altre iniziative e proposte animano il festival. Per valorizzare ulteriormente la manifestazione e il patrimonio verde della città, ma anche per stimolare l'ospite al movimento all'aria aperta, in collaborazione con il TIS Innovation Park nel portale bus.merano.eu è stato implementato il servizio "A piedi".

### >> IL NUOVO MERCATO MERANESE

Il nuovo Mercato Meranese, avviato contestualmente al festival Primavera Meranese, è stato inaugurato il 28 marzo 2015. La sua stagione si è protratta fino al 17 ottobre, con allestimento ogni sabato dalle ore 9 alle 13 nel tratto superiore di corso Libertà, presso piazza della Rena.

La caratteristica principale consiste nell'offerta di prodotti, agroalimentari e artigianali, esclusivamente altoatesini. Dei 22 espositori, una parte è stata presente per tutta la stagione mentre una quota è stata riservata all'avvicendamento dei produttori. La selezione è avvenuta per tutti attraverso una gara pubblica.

Il Mercato Meranese si è posto come un punto d'incontro per residenti e ospiti, con l'obiettivo di animare il tratto pedonale di corso Libertà. Malgrado un interesse affievolito durante il periodo estivo, nel complesso l'iniziativa ha ottenuto un buon riscontro da parte dei visitatori. Agli espositori, il mercato ha principalmente offerto la possibilità di entrare in contatto diretto con i consumatori.

La progettazione degli stand è stato curato da Martino Gamper, designer di valore internazionale (Icon Awards Designer of the Year 2014). La manifestazione è stata organizzata dall'Azienda di Soggiorno di Merano, che per l'ideazione, la pianificazione e la realizzazione del progetto ha collaborato con l'agenzia Origamo di Lana. Il Mercato Meranese si svolge anche nel 2016.

### >> INIZIATIVE GASTRONOMICHE

Da qualche anno l'Azienda di Soggiorno promuove azioni volte a dare visibilità alla cultura gastronomica, alla tradizione e all'offerta culinaria locale, autentica ricchezza da valorizzare. Nel 2015 si sono svolte le iniziative "Aphrodisiac Food" per il sostegno del periodo di febbraio (seconda edizione), "Viaggio nel Mondo delle erbe aromatiche altoatesine" in giugno (sesta edizione) in occasione delle quali i ristoranti aderenti si sono impegnati nella preparazione di menù all'insegna delle erbe, e i "Sapori dell'Autunno Meranese" (sesta edizione, in collaborazione con Mgm/Merano Marketing), rassegna dedicata ai prodotti della stagione autunnale. Per il quinto anno, in occasione dell'evento "Merano in Yoga", vari ristoranti hanno proposto le "Vegetarian Weeks" (aprile-maggio). Inoltre sono state organizzate le seguenti settimane per la prima volta: Chocolate Weeks da metà marzo a metà aprile, "Aperitivo Lungo" da metà giugno a metà agosto e "Varietà di canederli" da metà novembre a fine dicembre. Nel 2016 tutte le settimane gastronomiche si tengono dal 1° al 14 del mese. A quelle già avviate in passato ne vengono affiancate delle nuove: "Spicy Weeks" (febbraio), "Strudel Weeks" (marzo), "Alpin-Mediterranean Weeks" (maggio) e le "Settimane dei funghi" (agosto).

### >> MERANO INVERNO

Un altro periodo su cui l'Azienda di Soggiorno da diversi anni investe energie e risorse è quello invernale, con il chiaro obiettivo di rafforzare le potenzialità turistiche della stagione. L'ente turistico si adopera innanzitutto per coordinare l'offerta del territorio, puntando in particolare – ma non solo – sulla valorizzazione delle località sciistiche e dell'offerta termale. Concretamente, per il settimo anno è stata pubblicata una brochure, progressivamente ampliata e razionalizzata, contenente le numerose opportunità turistiche della città e dei suoi dintorni. Nell'ultima stagione hanno partecipato gli uffici turistici di Lagundo, Lana e dintorni, Tirolo, Scena, Avelengo-Verano-Merano 2000, fornendo contenuti e finanziamenti a sostegno del progetto. Onde rafforzare l'immagine della Merano invernale, nella stagione 2014/15 si è dato il via al progetto "Merano inverno slow" (p. 19).

Al fine di far conoscere l'inverno meranese a livello nazionale, l'Azienda di Soggiorno ha potuto coinvolgere un media partner importante per la promozione di San Valentino e del Capodanno a Merano. Si tratta di Radio 105, la seconda emittente radiofonica più popolare d'Italia con 5 milioni di ascoltatori al giorno.

## ORGANIZZAZIONE DI EVENTI 2015

È evidente il ruolo di fondamentale importanza che per Merano rivestono i suoi eventi. Dalla prospettiva dell'ospite, essi sono volti sia al suo richiamo nel momento della scelta della destinazione sia al suo intrattenimento nel momento in cui soggiorna in città. Fungono inoltre da efficace veicolo per la promozione di Merano e della sua immagine.

In questo ambito Merano vanta una tradizione straordinaria. Su un impianto di manifestazioni che affondano le radici nella storia dello sviluppo turistico del luogo, come le Corse dei cavalli Haflinger e la Festa dell'Uva, le cui origini risalgono al 1800, si innestano nuovi eventi che dialogano con il profilo della città, evolvendolo. Le caratteristiche del paesaggio e lo stile di vita dei meranesi hanno favorito lo sviluppo di nuove manifestazioni legate allo yoga, al flair estivo e al pianeta-gourmet. Non da ultimi, i Mercatini di Natale che vantano oltre due decenni di tradizione, rappresentano ogni anno un appuntamento imperdibile per varie decine di migliaia di persone.

L'Azienda di Soggiorno è organizzatore primario o partner principale in diverse manifestazioni, di seguito elencate. In altri casi riveste ruolo di accompagnamento e supporto di carattere organizzativo, logistico, promozionale etc., nonché di riferimento per le realtà locali che si impegnano nell'allestimento di iniziative.

### EVENTO

#### >> CORSE DEI CAVALLI HAFLINGER

Tantissimi gli ospiti, il 6 aprile 2015, durante il corteo mattutino in centro città ed anche durante le corse pomeridiane. Una manifestazione fortemente tradizionale.



#### >> CONCERTI DOMENICALI

Da marzo a fine ottobre il Kursaal ha ospitato 8 concerti domenicali di bande tradizionali provenienti da diverse località dell'Alto Adige. Gli appuntamenti continuano a raccogliere numeri confortanti in termini di spettatori, compresi in una forbice tra le 250 e 400 unità.

### IN CIFRE



**numerosi visitatori**  
in città durante  
il corteo



**Ca. 3.500-4.000**  
spettatori  
all'ippodromo



**8 concerti**



**250-400**  
persone/media  
per concerto

### >> YOGA MEETING – MERANO IN YOGA

Alla sua quinta edizione (9-10 maggio 2015), ha registrato un totale di 3.400 visitatori. L'evento si armonizza nel quadro di un turismo ispirato al benessere e alla cura di corpo e spirito. Ampio il programma in larga parte sviluppatosi al Kurhaus, ma esteso anche ad altri punti della città (Terme e Passeggiate). Il tema speciale dell'anno, "Visioni", è stato sviluppato nei vari seminari dai maestri e dai conferenzieri.



2 giorni di  
yoga-teoria  
e pratica



3.400 visitatori

300  
partecipanti ai  
seminari

980 partecipanti  
alle open class

### >> MARTEDÌ SERA

La decima edizione dell'evento (che fino al 2013 era conosciuto con il nome "Martedì Lungo") si è articolata in otto serate tra il 30 giugno il 18 agosto. La rassegna è ormai un evento portante dell'estate meranese: stimata la presenza di circa 5.000 persone per data. Diversamente dagli anni precedenti, le serate non sono state ispirate a un titolo preciso ma sono comunque state ispirate a un tema, variamente interpretato. Per il decennale, la serie si è conclusa con un appuntamento "Special Edition" coinciso con il preopening delle 30e Settimane Musicali Meranesi (organizzazione in partnership).



Ca. 35  
partner coinvolti



8 serate



5.000 persone  
stimate per serata

### >> MERANO UNA SERA D'ESTATE

Cinque spettacoli serali, fra il 30 luglio ed il 19 agosto, di elevata qualità artistica, capaci di radunare ciascuno 800-900 persone, contribuendo ad animare il dopo-cena in centro durante le serate estive. Evento clou il concerto dei Ricchi e Poveri (la sera di Ferragosto) che ha visto riempirsi piazza Terme con tantissimi fan.

Altre rassegne estive come il "Kallmünz Festival" e "Appuntamento a Merano" (24 luglio-10 settembre) hanno portato a Merano personaggi di spicco del calibro di Erri De Luca, Dario Vergassola, Lella Costa, Lilli Gruber.



5 serate



800 - 900  
persone stimate per data

### >> MERANO FASHION

Il 25 settembre il Kursaal è diventato il palcoscenico per firme illustri della moda: alla sfilata Merano Fashion hanno partecipato prestigiose boutique meranesi e griffe internazionali. Modelle e modelli hanno presentato collezioni per donne e uomini in passerella. Ospiti d'onore della serata: Rocío Muñoz Morales, Daniela Scarlatti, Roberto Farnesi, Deborah Müller, Benedikt Blaskovic e le atlete Carol Bressanutti e Laura Letrari. L'ingresso all'evento era su invito. L'Azienda di Soggiorno è stata organizzatore unico della serata.



9 griffe di  
moda coinvolte



10 negozi  
coinvolti



Ca. 800 spettatori



12 partner



>> RADUNO BANDISTICO|FESTA DELL'UVA

La Festa dell'Uva, che quest'anno ha fatto da cornice al quinquennale Raduno Bandistico, ha ottenuto grande riscontro di pubblico già il venerdì e il sabato (16 e 17 ottobre), giornate in cui sono stati proposti concerti, spettacoli e musica tradizionale di bande locali e ospiti (quasi 5.000 musicisti). I numeri si confermano notevoli: circa 50.000 visitatori in tre giorni, 28.000 nella sola domenica (18 ottobre), e 8.400 paganti. Si consolida l'apprezzamento del Mercatino della Festa dell'Uva con gastronomia altoatesina (6 stand), prodotti tipici e artigianato (10 stand). Alto gradimento per l'Uwo, aperitivo nato per dare all'evento un tocco di flair mediterraneo e proposto da dieci locali meranesi. Non da ultimo, nel 2015 la Festa dell'Uva è stata certificata GreenEvent, il che ha portato con sé tutta una serie di misure per la sostenibilità dell'evento.



**50.000** visitatori stimati in città nel corso delle 3 giornate

**8.400** visitatori nella zona a pagamento domenica



**4.950** musicisti partecipanti



**16** stand al Mercatino della Festa dell'Uva

>> MERCATINI DI NATALE DI MERANO

Ottimo successo in termini di visitatori per la manifestazione invernale (27 novembre 2015-6 gennaio 2016) per eccellenza, giunta ormai alla sua ventitreesima edizione (la quarta organizzata interamente dall'Azienda di Soggiorno). Gli espositori presenti sono stati 82, dei quali 9 nell'ambito della gastronomia e 73 del commercio-artigianato, dislocati nelle due location principali: Passeggiata Lungo Passirio, cuore classico del Mercatino, e piazza Terme, il cui tema principale rimane quello della famiglia con la pista di pattinaggio e la ristorazione nelle grandi "Kugln". In piazza della Rena sono state sistemate la Casetta di Goldy, la mascotte dedicata ai bambini, al cui interno si è svolto l'intero programma di animazione (76 corsi in totale) e, novità 2015, il "castelletto medievale" (offerta gastronomica) di Roman Perfler e lo stand della Croce Rossa Italiana (presidio medico e azione di beneficenza). Inoltre la Casetta della Solidarietà sulla Promenade ha ospitato nove diverse associazioni e onlus per la raccolta di fondi a scopo solidaristico. È stato poi realizzato, in collaborazione con Giulio Graglia, noto scenografo e regista italiano, il videomapping "Luci d'Inverno", un multivision-show proiettato sulle mura del Castello Princesco. Lo scopo è stato quello di valorizzare una zona del centro storico di Merano solitamente meno frequentata, per tutto il periodo dei Mercatini di Natale. La proiezione è andata in onda tutti i giorni dal 27 novembre 2015 al 6



**3** location – Passeggiate, piazza Terme e piazza della Rena



**12** artigiani per l'artigianato dal vivo



**82** espositori di commercio, artigianato e gastronomia



Ca. **150** eventi di contorno (eventi per bambini, concerti, visite guidate, ecc.)

gennaio 2016 dalle 17 alle 18.30 ogni 10 minuti.

Sul piano della promozione dell'evento in Italia e all'estero sono state realizzate diverse campagne di concerto con SMG e MGM. L'Azienda stessa ha provveduto a pubblicizzare i Mercatini di Natale, soprattutto sul mercato italiano, attraverso redazionali, spot radiofonici e la costante comunicazione delle iniziative alla rete locale dei mass-media. La risonanza è stata elevata e numerosi servizi dedicati ai Mercatini di Merano sono stati trasmessi dalle tv, dalle radio e soprattutto comunicati sul web.



>> SAN SILVESTRO A MERANO

Decima edizione gestita dall'Azienda di Soggiorno, congiuntamente a numerosi partner. Nel pomeriggio programma per famiglie e concerti in piazza Terme, sulla Passeggiata Lungo Passirio e in corso Libertà. La sera dalle 22 e fino alle 2 del mattino, grande folla nei quattro punti della festa: musica dal vivo in piazza della Rena e Passeggiata Lungo Passirio, i Dj Spyne e Fabiola di Radio 105 (seconda emittente più popolare d'Italia con 5 milioni di ascoltatori al giorno) in piazza Teatro, Video Dj Oskar in piazza Terme.



**180** foto postate su Instagram con il hashtag "xmasmerano"



**2.090** camper



**76** corsi per bambini



**100** pullman in media durante i week-end

top 4-8 dicembre:  
**370** pullman il week-end



**9** associazioni a scopo benefico



**9** visite guidate con le lanterne



Ca. **20** partner coinvolti



**10.000** persone stimate in città per gli spettacoli



**9** band musica live e dj

## CONGRESSI E EVENTI MICE

### >> EVENTI MICE

Nel 2015 è stata adottata un'azione strategica nel settore MICE (Meetings Incentives Conventions Events). Allo scopo di stimolare il comparto sono state visitate varie strutture alberghiere con potenziale per ospitare seminari, valutandone la capacità ricettiva e l'interesse. All'opera di contatto svolta dall'Azienda di Soggiorno con gli hotel e alla costruzione di un rapporto di partnership con gli stessi è stata data una struttura e proseguirà nei prossimi anni.

Le azioni finalizzate alla vendita si sono concretizzate principalmente nella partecipazione a due workshop e all'organizzazione di un fam trip. Il workshop italiano si è tenuto nel mese di giugno a Milano Marittima: due giorni articolati in 26 discussioni tecniche con agenzie e manager di eventi di note aziende italiane che in precedenza avevano manifestato interesse a Merano come location per le loro iniziative.

In autunno sei tra gli interlocutori più interessanti sono stati invitati a Merano per conoscere direttamente la destinazione e le possibilità nel settore MICE: sono stati visitati due centri congressi e alcune tra le attrazioni principali della città, come i Giardini di Castel Trauttmansdorff e Merano 2000.

Quanto al mercato dei paesi germanofoni, risale a dicembre la partecipazione al MICE & Business Travel Meeting Place a Monaco di Baviera, fiera di settore con 180 espositori e 1.000 visitatori operanti nel comparto eventi tedesco.

L'Azienda di Soggiorno è stata inoltre presente con un proprio stand informativo all'Holzbau Forum di Garmisch, altra fiera di settore con 1.600 visitatori di varia provenienza, per lo più dell'area germanica.

Nelle diverse manifestazioni è stato rilevato che, sebbene per la maggior parte delle persone contattate Merano possa rappresentare una destinazione turistica, è tuttavia relativamente sconosciuta come potenziale meta MICE. Esiste dunque in questo settore la necessità di un'opera di comunicazione e di vendita sia nel mercato italiano sia su quello tedesco.

### >> CONGRESSO PHARMACON

Per la 53ª volta (31 maggio - 5 giugno 2015) l'Unione dei farmacisti tedeschi ha scelto il Kurhaus come sede del suo annuale congresso, a testimonianza dell'alto gradimento nei confronti dell'ospitalità meranese. Il discorso inaugurale è stato tenuto dal Dr. Karlheinz Steinmüller, direttore scientifico dell'impresa di ricerca sulle tendenze future Z\_punkt *The Foresight Company*. Il 2015 è stato caratterizzato da una progressione del numero di partecipanti. Oltre 800 convegnisti hanno soggiornato per un'intera settimana in città usufruendo della ShoppingCard (incentivo allo shopping, realizzata dall'Azienda di Soggiorno). Tale card, alla quale hanno aderito diversi negozianti del centro storico, negli ultimi quattro anni è stata estesa anche agli altri congressi e al Merano WineFestival.



5 giorni di programma specifico



Oltre 800 partecipanti

### >> MERANO VINCITRICE DEL GOLD AWARD AL CONCORSO ENTENTE FLORALE EUROPE 2015

Il 18 settembre a Bristol in Inghilterra, sede delle premiazioni di Entente Florale Europe 2015, Merano ha conseguito il Gold Award, il riconoscimento più prestigioso del concorso internazionale. Il giorno successivo alla cerimonia, la città – rappresentata da collaboratori dell'Azienda di Soggiorno e delle Giardinerie comunali – ha avuto l'occasione di presentarsi al pubblico con un proprio stand informativo nel centro urbano della località inglese.

Il concorso Entente Florale Europe mette a confronto città e paesi del continente con l'obiettivo di migliorarne il paesaggio e la qualità della vita.

La partecipazione di Merano in rappresentanza dell'Italia al premio, organizzato dall'Association Européenne du Fleurissement et du Paysage (AEFP), è figlia del successo della città, nel 2014, del concorso Comuni Fioriti – a cura di AsProFlor, Associazione Produttori Florovivaisti - nella categoria “comuni turistici”.

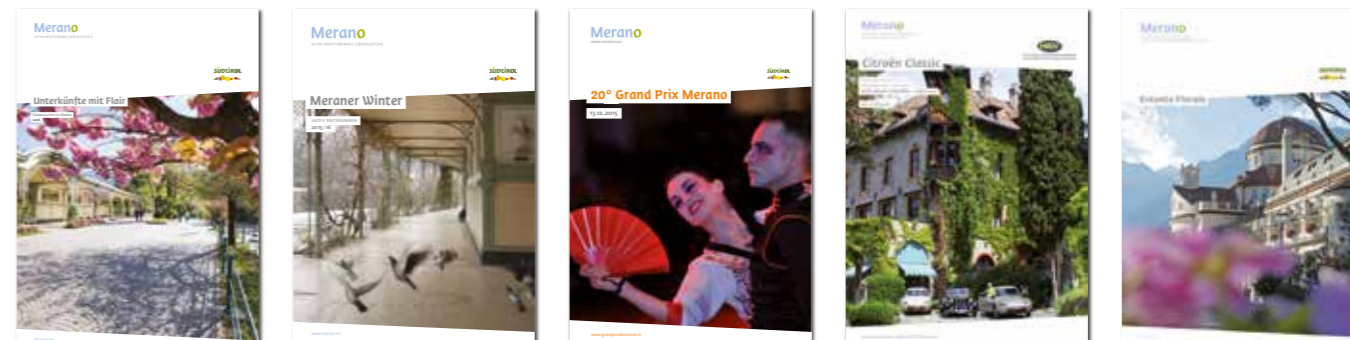
Decisiva per il conseguimento del Gold Award è stata una visita a Merano di due giorni, a inizio luglio, della giuria dell'AEFP. I suoi componenti sono stati assistiti e accompagnati dall'Azienda di Soggiorno e dalle Giardinerie comunali. Per la valutazione sono stati presi in considerazione numerosi fattori, per esempio le politiche per la qualità dell'aria e per la riduzione dei rifiuti, la cura del patrimonio verde, le azioni di sensibilizzazione in tema ambientale.

Il giudizio positivo ha consentito a Merano di ottenere il significativo successo.

## COMUNICAZIONE

### >> STAMPATI | PRODOTTI PROMOZIONALI

In occasione dei diversi eventi/stagioni, l'Azienda di Soggiorno ha continuato a produrre autonomamente (con il sostegno economico di inserzionisti) dettagliate brochure/pieghevoli informativi: Primavera Meranese, Martedìsera, Merano una sera d'estate, Raduno Bandistico/Festa dell'Uva, Inverno Meranese, Mercatini di Natale Merano (due versioni, una estiva e una invernale). Inoltre è stata aggiornata e ulteriormente ampliata la Guida alla città (quasi 200 pagine ricche di informazioni, suggerimenti, shopping, ristoranti, alberghi). Altro materiale più “agile” è stato stampato e distribuito per altre iniziative. Nel 2015 il corporate design di Merano e dintorni è stato applicato a tutti gli stampati.



### >> ATTIVITÀ PROMOZIONALE

Nel 2014 per la prima volta l'Azienda di Soggiorno è stata incaricata per lo svolgimento di attività promozionale della città in collaborazione con Merano Marketing (dal 2007 era esclusiva competenza di MGM). A tal fine è stato investito assieme al consorzio Meran Tourismus Hgv un budget pari a € 120.000 lordi.

Con tale budget si è lavorato sia con i media classici come ad esempio “Living & More” (rivista di lifestyle germanica), Neue Zürcher Zeitung (il quotidiano più rinomato della Svizzera) oppure “Bell'Italia”, sia attraverso i canali online: Google Adwords, Facebook promoted posts e redazionali che sono stati pubblicati su portali mirati (come ad esempio sueddeutsche.de, viaggi.corriere.it, Yahoo! Lifestyle, ecc.) nelle sezioni gourmet, viaggi e stile di vita; i temi trattati sono stati quelli principali di Merano. In questo modo si sono potuti promuovere i punti di forza, nonché gli eventi della città. In collaborazione con Alto Adige Marketing è stata realizzata inoltre una campagna per il mercato del Benelux.

Al fine di costruire l'immagine della Merano invernale, nell'inverno 2014/2015 è stato dato il via alla prima fase del progetto “Merano inverno slow”. Quest'ultimo ha previsto un'iniziativa speciale con Cairo Editore che permette di dare visibilità alla Merano invernale su diverse testate di portata nazionale in ambito viaggi e lifestyle e l'organizzazione di un evento per redattori online e blogger. Quest'ultima operazione, resa possibile grazie alla collaborazione dei partner coinvolti (Terme, Merano 2000, consorzio HGV Turismo, hds Merano, Comitato Centro Storico di Merano, diverse strutture alberghiere e ristoranti) l'invito di undici professionisti per toccare con mano l'offerta invernale meranese, con la relativa pubblicazione sui relativi portali e blog, seguiti da diverse migliaia di utenti.

### >> COMUNICAZIONE MASS MEDIA

Un'opera costante e dinamica di pubbliche relazioni ha costituito un'importante attività dell'Azienda di Soggiorno anche nel 2015. La diffusione delle informazioni e il lavoro con la stampa si è svolto attraverso diversi mezzi di comunicazione. Nel corso dell'anno sono stati elaborati oltre 60 comunicati stampa. Alle comunicazioni che hanno preceduto e presenta-

to le varie manifestazioni, durante le rassegne più lunghe sono seguiti vari lanci con l'obiettivo di mantenere aggiornati con regolarità i mass media. Così, per esempio, è accaduto per le rassegne "Martedìsera" e "Merano una sera d'estate": dopo la presentazione complessiva, i maggiori appuntamenti sono stati raccontati con testi diffusi nell'imminenza degli stessi.

Il lavoro di pubbliche relazioni dell'Azienda di Soggiorno non si è esaurito con la diffusione di informazioni sugli eventi, ampliandosi alla cura dell'immagine e all'illustrazione delle attività svolte. Sono state realizzate comunicazioni sui processi interni e sulle decisioni, per esempio sui progetti di sviluppo, in un'ottica di maggiore apertura e trasparenza.

In determinate occasioni, per presentare manifestazioni e progetti di particolare rilevanza o innovativi, sono state organizzate delle conferenze stampa.

Attraverso newsletter cadenzate tanto i partner dell'Azienda di Soggiorno quanto gli ospiti iscritti sono stati costantemente avvisati su manifestazioni e iniziative, ma anche su promozioni e suggerimenti per la propria vacanza. Dal 2014 agli ospiti sono state indirizzate newsletter anche in lingua inglese.

---

#### >> COMUNICAZIONE D'IMPRESA

Al fine di garantire un flusso costante di informazioni ai partner dell'Azienda di Soggiorno e di promuovere gli eventi e le iniziative a ospiti potenzialmente interessati, sono state inviate newsletter informative con cadenza settimanale. In febbraio è stato organizzato un meeting informativo al quale sono stati invitati tutti gli esercizi associati per illustrare la strategia, gli eventi e i progetti multimediali previsti per il 2015. In luglio ha avuto luogo un evento informativo sui risultati dell'attività di marketing, al quale sono stati invitati inoltre svariati relatori, esperti in ambito digitale, con l'obiettivo di fornire nuovi input.

Con cadenza periodica sono stati organizzati incontri tra vertici delle strutture di interesse turistico della città, occasioni importanti di scambio di informazioni e di rafforzamento delle sinergie.



## COMUNICAZIONE DIGITALE

### >> MERANO.EU

Il sito ufficiale dell'Azienda di Soggiorno [www.merano.eu](http://www.merano.eu) per la prima volta è stato promosso contemporaneamente sui mercati Italia, Germania, Svizzera e Benelux. Il numero delle visite è aumentato del 48,64%, mentre sono diminuite il numero delle pagine visitate, la frequenza di rimbalzo (abbandono repentino del sito) e la permanenza media sul sito. Secondo i consulenti ciò è da ricondurre al fatto che gli user hanno raggiunto in modo più mirato i risultati cercati. Data la crescente importanza della prenotabilità online delle strutture ricettive, a metà dicembre 2013 sul sito è stato implementato il servizio di prenotazione online "Booking Südtirol". Il sito [merano.eu](http://merano.eu) da allora ha ottenuto prenotazioni per un valore totale che supera i 73.000 €, con un aumento pari al 65% nel 2015 rispetto al 2014. Considerato che lo user tendenzialmente prenota più sui portali di prenotazione oppure sulle pagine web degli esercizi ricettivi, il risultato è da considerarsi molto positivo.

Per una parte del 2014 e per tutto il 2015 l'Azienda di Soggiorno ha rappresentato Merano nel gruppo degli esperti nominato da Merano Marketing per la progettazione e realizzazione del nuovo portale unico regionale (di Merano e dintorni), volto ad unire le risorse al fine di raggiungere una maggiore visibilità come marchio Merano. All'interno di tale portale per ogni destinazione è previsto una propria presenza online con tutti i punti di forza rappresentativi della destinazione. Il lancio del portale è previsto per primavera 2016.



**639.560** visite  
(+48,64%)



prenotazioni per  
oltre euro **73.000**



**3,15** pagine/visita  
(-40,27%)



durata media visita:  
**2 minuti 17 secondi**  
(-10,97%)

### >> MERCATINI.MERANO.EU

Il 2015 ha visto un restyling completo del sito internet dei Mercatini di Natale di Merano. Obiettivo era quello di rendere il sito più moderno, più attraente ma anche più funzionale, interessante e quindi anche responsive. L'investimento sostenuto per lo sviluppo del nuovo sito dedicato alla manifestazione natalizia è risultato assolutamente positivo. Il cambio del portale ha creato un leggero calo delle visite, compensato però dal tempo di permanenza del visitatore sulla pagina così come il numero delle pagine visitate, segno che la nuova pagina web rende la visita piacevole all'utenza.



**205.191** visite  
(-14,86%)



**45,30%** bounce rate  
(-13,06%)



**3,03** pagine/visita  
(+19,92%)



durata media visita:  
**2 minuti, 45 secondi**  
(+9,62%)

### >> FACEBOOK MERANO

Dal 2011 l'Azienda di Soggiorno cura una pagina Facebook su Merano. Nel 2015 è stata avviata una strategia di real time-marketing, con contenuti visivi supplementari e un maggiore coinvolgimento degli utenti, con l'obiettivo di ottenere più fan e incrementare la tracciabilità del sito [www.merano.eu](http://www.merano.eu).

Grazie alla strategia, la pagina ora piace a oltre 25.000 persone (principalmente ospiti, ma anche locali). Rimane un'importante strumento di comunicazione immediata, per diffondere informazioni utili (per esempio su manifestazioni) e impressioni della città.



**25.236** fan (+56%)



**109.220** interazioni



**31%** fan tra i  
**35 e 54** anni



**58%** donne  
**42%** uomini

### >> ALTRI CANALI SOCIAL PER MERANO

Nel 2015 Merano è stata presente anche su G+, Twitter e Instagram. L'account G+ ha circa 80 follower. L'account Twitter "love\_merano" conta 255 iscritti, quello su Instagram con lo stesso nome oltre 200.



### >> FACEBOOK MERCATINI DI NATALE A MERANO E ALTRI SOCIAL NETWORK

La pagina Facebook dedicata ai Mercatini di Natale di Merano, gestita dall'Azienda di Soggiorno, anche nel 2015 ha visto incrementare notevolmente il numero di fan, raggiungendo il numero di 24.727 che corrisponde a un aumento di oltre 2.500 fan rispetto al 2014. Scopo della pagina è quello di raccontare l'evento e stimolare la curiosità e l'interazione dell'utenza. L'obiettivo è stato perseguito fornendo informazioni, foto, racconti relativi ad attività ed eventi collaterali della manifestazione, espositori e prodotti, alloggi, ristoranti, logistica, mobilità, ecc. Il coinvolgimento dei fan è stato molto soddisfacente: diversi commenti ed attività, una media di 54 "like" al giorno e oltre 200 foto condivise sull'album di foto natalizie "#xmasmerano". I Mercatini di Natale di Merano sono presenti anche su altri social network come Twitter, Instagram, Google+ dove i riscontri rimangono positivi anche se in misura minore rispetto al più frequentato Facebook. Da citare anche le 733 recensioni totali ricevute sulla piattaforma Tripadvisor. Di queste 617 sono molto buone o eccellenti, tanto da garantire alla manifestazione il "Certificato di eccellenza" di Tripadvisor.



**24.727** fan



**29%** dei fan  
tra i **25**  
e **34** anni  
**24%** dei fan  
tra i **35**  
e **44** anni



**230** von Usern  
hochgeladene Fotos



**1.616** "mi piace"  
all'album condiviso



**80%** donne  
**20%** uomini

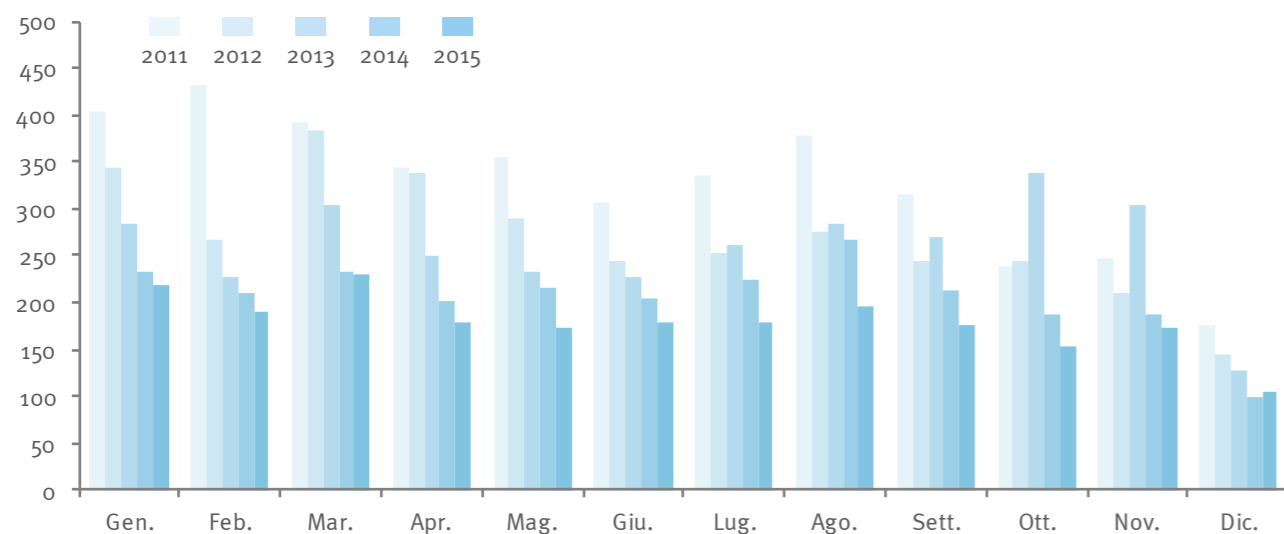
## ASSISTENZA ALL'OSPITE

Tra le competenze primarie dell'Azienda di Soggiorno vi è l'istituzione dei servizi di informazione e di assistenza turistica. Raggiunto l'obiettivo di attrarre l'ospite a Merano attraverso vari canali - come per esempio l'invio trimestrale delle newsletter che illustrano tutte le novità in materia di eventi, mostre ed iniziative - è fondamentale accompagnarlo con competenza lungo il percorso che decide di intraprendere durante il suo soggiorno. L'ufficio informazioni dell'Azienda di Soggiorno svolge questo compito con professionalità e cura, fornendo all'ospite tutte le informazioni necessarie per organizzare la propria vacanza a Merano. Nella fase di diffusione delle informazioni svolgono un ruolo importante diversi strumenti quali le e-mail, il telefono e l'accoglienza in loco. Tra i numerosi servizi atti ad agevolare il soggiorno dell'ospite si elencano i seguenti:

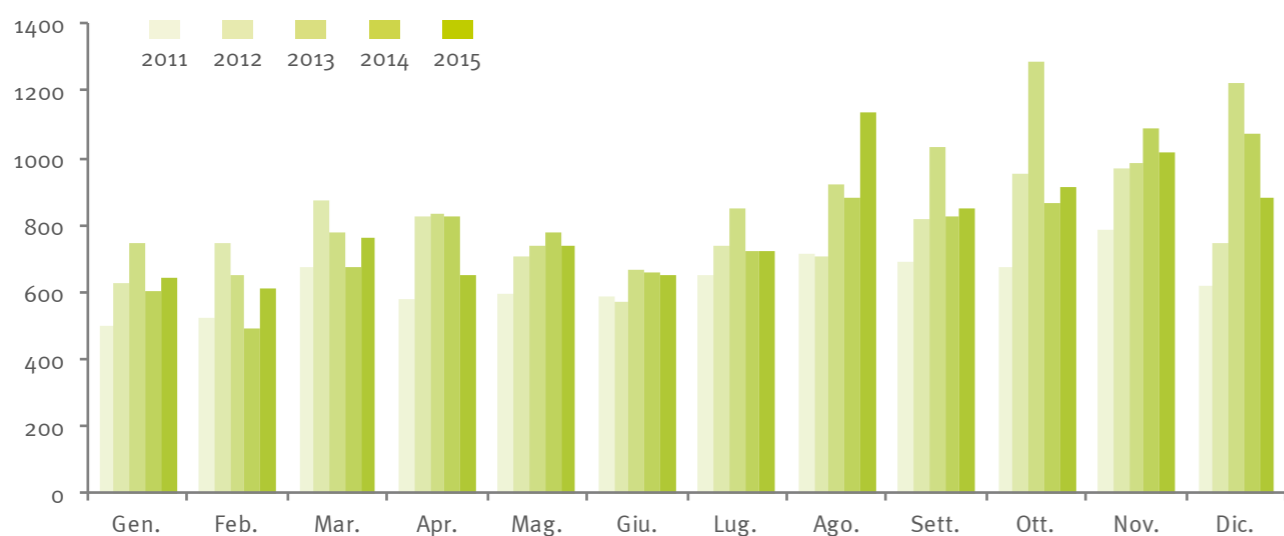
- >> ricerca delle stanze
- >> organizzazione delle visite guidate
- >> distribuzione e vendita di materiale informativo e di card vantaggio per servizi e trasporti.

Dalla primavera 2014 gli ospiti possono inoltre utilizzare a titolo gratuito la connessione WI-FI messa a disposizione dall'ufficio informazioni dell'Azienda di Soggiorno. Il servizio ha avuto un totale pari a 100 accessi. Da giugno 2015 l'area è stata inoltre dotata di un info-channel riportante le informazioni aggiornate in tempo reale.

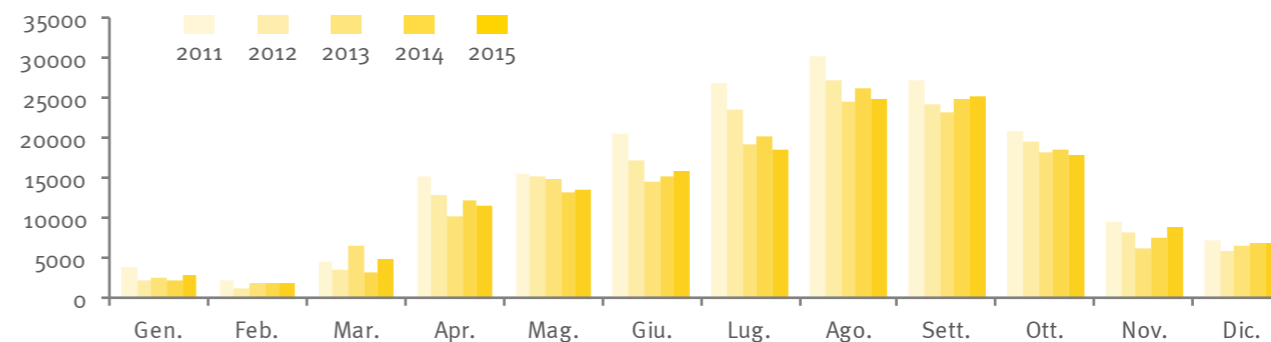
### >> RICHIESTE CATALOGHI - INVIO PER POSTA



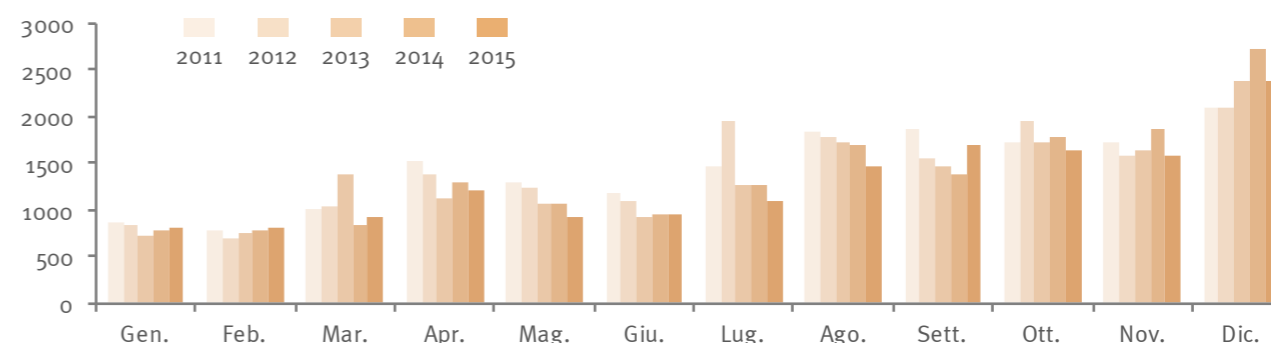
### >> EMAIL ELABORATE



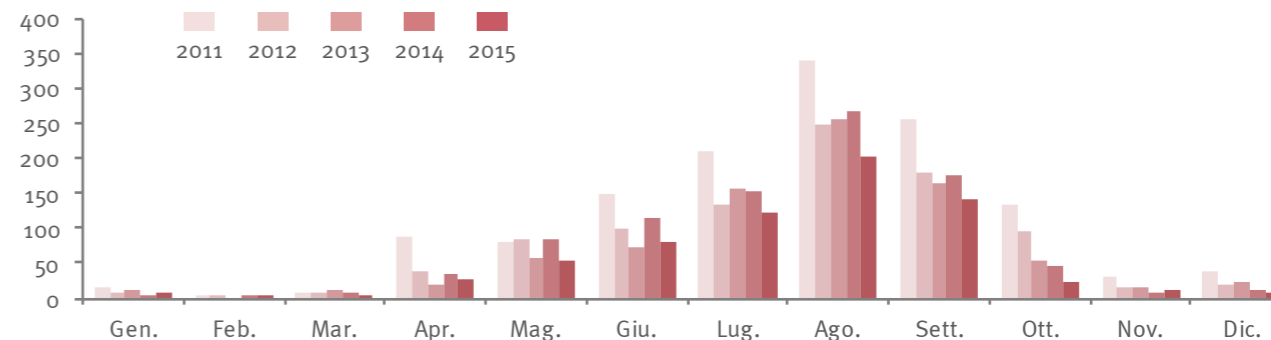
### >> OSPITI ASSISTITI



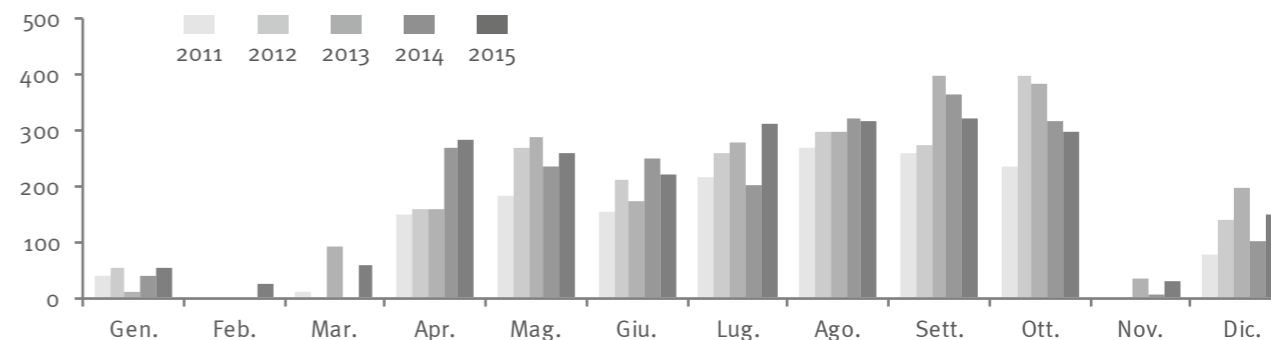
### >> TELEFONATE EVASE



### >> RICERCA STANZE



### >> VISITE GUIDATE (NUMERO PARTECIPANTI)



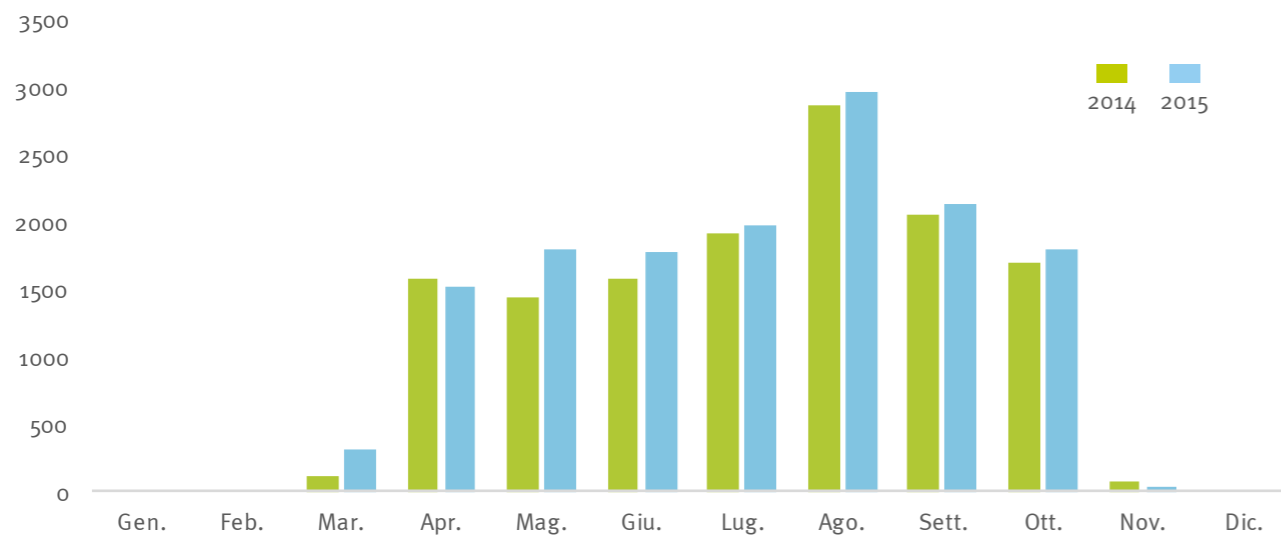
## CAMPEGGIO DI MERANO

Dalla sua costruzione, l'Azienda di Soggiorno detiene la gestione diretta del campeggio di Merano. La struttura, di proprietà comunale, è molto centrale e ben frequentata. Nel 2009 è iniziato un piano di ristrutturazione per un investimento complessivo pari a ca. € 978.460,10. Nel 2015 sono stati investiti € 82.726,62: si è lavorato all'installazione e sostituzione di colonnine elettriche, inclusa la nuova rete interrata di distribuzione, e al montaggio di crepuscolari.

Dal 2013 la struttura offre inoltre all'ospite un sistema Internet wireless gratuito. Al campeggio sono impiegati quattro collaboratori, di cui tre alla reception e un addetto alle questioni tecnico/logistiche.

La struttura è aperta dalla settimana che precede la Pasqua fino a inizio novembre. Riapre poi durante tutto il periodo dei Mercatini di Natale.

>> ARRIVI



## STRATEGIA 2016

In linea con il profilo di Merano, l'Azienda di Soggiorno lavora per tutto l'anno con i temi focus sotto indicati. "Qualità di vita con eleganza e leggerezza" rappresenta l'essenza del profilo e il messaggio che si intende veicolare agli ospiti. A sostegno di tale messaggio l'Azienda di Soggiorno punta sul benessere, la cultura e i sapori per tutto l'anno, mentre si focalizza sul verde e natura da fine marzo a metà novembre. Il Natale e Merano inverno coprono i mesi invernali, da novembre a metà marzo, e sono di forte sostegno alla strategia di profilare Merano come destinazione per tutto l'anno. I temi di nicchia sono di supporto per sviluppare alcune peculiarità della destinazione e per richiamare ulteriori potenziali ospiti.



### TEME DI NICCHIA



### IMPRESSUM

#### Azienda di Soggiorno Merano

Corso Libertà 45  
39012 Merano  
Tel. +39 0473 272016  
info@meran.eu  
www.meran.eu

#### TESTI

Jonas Benedikter, Azienda di Soggiorno Merano – PR  
Simone Facchini, Azienda di Soggiorno Merano – PR

#### ART DIRECTION

Philipp Aukenthaler, hype my limbus

#### FOTO

Alex Filz, Clorenzo Masin,  
Damian Pertoll, Fotopress Arigossi,  
Frieder Blickle, Gigi Sommesse,  
Hannes Niederkofler, Riccardo di Curti,  
Sandy Kirchlechner

L'Azienda di Soggiorno ringrazia i suoi partner per la collaborazione e gli sponsor principali per la fiducia.



# Merano

**Kurverwaltung Meran | Azienda di Soggiorno di Merano**  
Freiheitsstraße 45 Corso Libertà - 39012 Meran/o - Italia  
[www.meran.eu](http://www.meran.eu)