

Azienda di Soggiorno di Merano: orientamento strategico 2015-2018

1. Visione, incarico e compiti dell'Azienda di Soggiorno di Merano ai sensi dello statuto
2. Processo strategico dell'Azienda per Merano
 - a. Visione strategica e profilo di Merano
 - b. Punti di forza e di debolezza dell'Azienda di Soggiorno
 - c. Chance e rischi per Merano
3. Obiettivi strategici dell'Azienda di Soggiorno per il quadriennio 2015-2018
4. Piano delle misure per il 2015

1. Visione, incarico e compiti dell'Azienda di Soggiorno di Merano ai sensi dello statuto

Visione

L'Azienda di Soggiorno di Merano è una **piattaforma per gli operatori turistici di Merano**, essa favorisce la sinergie e le cooperazioni tra quest'ultimi, costituisce un **fattore trainante** per le categorie economiche del settore e una **piattaforma per potenziare lo sviluppo turistico della città**.

Compiti dell'Azienda di Soggiorno ai sensi dello statuto

L'Azienda di Soggiorno di Merano ha l'incarico di favorire e rafforzare il turismo a Merano e di sviluppare lo sviluppo della città in generale.

Essa deve svolgere i seguenti compiti particolari

- Istituire servizi di informazione e di assistenza turistica.
- Creare e migliorare impianti e servizi di interesse turistico.
- Promuovere, attuare e coordinare manifestazioni di interesse turistico.
- Valorizzare il patrimonio paesaggistico, artistico e storico.
- Provvedere ai rilevamenti statistici concernenti i pernottamenti alberghieri ed extra-alberghieri.
- Svolgere i compiti ad essa demandati dalla Provincia o dal Comune per il raggiungimento delle finalità turistiche, utilizzando i mezzi finanziari che di volta in volta detti enti metteranno a disposizione.
- Sviluppare prodotti turistici allargati e di sintesi, che contribuiscano alla promozione del territorio.
- Esercitare attività simili, affini e di pertinenza a quelle fin qui elencate, ivi comprese attività commerciali connesse alle attività sopraelencate.

2. Processo strategico dell'Azienda per Merano

La strategia dell'Azienda di Soggiorno di Merano deriva dalla visione strategica per Merano. Le tematiche e gli obiettivi si riferiscono sia alla situazione turistica di Merano che alle caratteristiche strutturali dell'Azienda di Soggiorno.

a. Visione per Merano

Merano è sinonimo di qualità di vita e vive dell'incontro tra culture diverse. Merano è luogo degno di essere vissuto per tutti (cittadini e ospiti) ed è dotata di strutture facilmente accessibili e tangibili.

b. Vivere bene fra eleganza e leggerezza – il profilo di Merano

Merano, adagiata su una trama di parchi generosi, passeggiate e ville signorili, accoglie l'ospite **con il suo clima mite** tutto l'anno e il fluire dell'acqua che riecheggia costante. Mentre dolci pendii coltivati a vite annunciano spettacolari paesaggi montani verso sud, Merano gode di un ampio orizzonte aperto.

Le Terme in pieno centro e i Giardini di Castel Trauttmansdorff favoriscono uno stile di vita mondano e votato al benessere. **Si respira** un'atmosfera originata dall'unione fra eleganza e leggerezza mediterranea, fra tradizione e vivacità culturale.

c. Punti di forza e debolezza dell'Azienda di Soggiorno di Merano

I punti di forza e debolezza si riferiscono al personale, alla situazione finanziaria, ai servizi e al servizio informativo.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none">• motivazione dei collaboratori• entrate commerciali• persona giuridica di diritto pubblico – contributi & convenzioni• approccio innovativo nello sviluppo di prodotto e negli eventi• professionalità nei servizi• lavoro PR di sensibilizzazione in Alto Adige• esperienza del personale e varietà del lavoro• buona collaborazione con i partner – Azienda quale ente propulsore• relazione tra costi struttura e costi attività	<ul style="list-style-type: none">• inflessibilità nelle assunzioni del personale• servizio informazioni remoto• servizio informazioni in loco (personale insufficiente)• gestione contenuti Internet (personale insufficiente)• impegno per la produzione degli stampati• distribuzione difettosa degli stampati• immagini: quantità e qualità scarse• organigramma superato

d. Le chance e i rischi per l'Azienda di Soggiorno e per Merano

Le chance e i rischi si riferiscono al profilo di Merano, ai mercati, alla società, alla situazione politica ed economica e ai relativi mutamenti, all'offerta per il raggiungimento della destinazione e relativa alla mobilità e alla collaborazione con i partner.

Chance	Rischi
<ul style="list-style-type: none"> • forza del marchio Merano • affinamento del profilo di Merano • struttura del gruppo-target dei NANO • concorrenza delle regioni vicine • comportamento in vacanza – megatrend sostenibilità, salute e green • nuove tecnologie di comunicazione • offerta per il raggiungimento della destinazione (Meraner Land Express, Südtirol Express, aeroporto, ecc.) • numero degli esercizi associati • destinazione per tutto l'anno • collaborazione con altre categorie (agricoltura, artigianato, commercio, ...) • rafforzamento e sviluppo turistico attraverso il masterplan 	<ul style="list-style-type: none"> • dipendenza dai mercati principali D & I • arrivi e pernottamenti (primavera & inverno) • invecchiamento demografico dell'attuale struttura degli ospiti • situazione economica attuale • tendenze nelle prenotazioni degli ospiti • offerta relativa alla mobilità in loco • finanziamento dell'Azienda di Soggiorno – decurtazione dei contributi pubblici • stabilità politica in Alto Adige • mutamento climatico • sviluppo architettonico della città di Merano

3. Obiettivi strategici dell'Azienda di Soggiorno di Merano per il quadriennio 2015-2018

Obiettivi strategici nell'ambito dello sviluppo di prodotto

- La realizzazione del progetto „Primavera Meranese“ per la stabilizzazione di Merano quale spazio vitale dalla qualità della vita elevata, attraverso la tematizzazione delle seguenti colonne: cultura, movimento all'aria aperta, alimentazione sana – km zero, innovazione nel verde, al fine di aumentare gli arrivi e i pernottamenti in primavera.
- La stabilizzazione di Merano quale destinazione per tutto l'anno attraverso l'attuazione di un piano di sviluppo di prodotto triennale, al fine di costruire l'immagine della città di Merano in inverno.
- L'analisi e lo sviluppo degli eventi ai sensi del profilo e focus sugli eventi principali.
- Rafforzamento di periodi turisticamente deboli attraverso l'attività congressuale e misure di marketing, attraverso ulteriori risorse economiche messe a disposizione, partenariati internazionali e investimenti pluriennali nella promozione di Merano quale destinazione congressuale.
- La previsione dell'innovazione tecnologica, laddove applicabile.
- Lo sviluppo della Festa dell'Uva come evento esteso ad un'intera settimana, conferendo alla festa un carattere di festival.
- Lo sviluppo dei Mercatini di Natale Merano quale sostegno per l'indotto di Merano, con maggiore accento posto sulla qualità culturale e sull'immagine in direzione *lifestyle*.

Merano

Obiettivi strategici nell'ambito della comunicazione e distribuzione

- L'ulteriore ottimizzazione del sito ufficiale di Merano merano.eu attraverso l'implementazione nel portale regionale di Merano e dintorni.
- L'utilizzo delle analisi dei mercati di Alto Adige Marketing e Merano Marketing, focus sui punti di forza di Merano e sull'offerta al fine di rivolgersi ai mercati potenziali Benelux e Russia.
- La collaborazione con il Comune di Merano per lo sviluppo di un marchio Merano sia in ambito turistico sia in ambito intersettoriale.
- L'ottimizzazione e l'innovazione (in ambito multimediale) degli stampati che rappresentano uno strumento fondamentale per l'acquisizione delle entrate commerciali.
- Il chiarimento delle competenze in ambito marketing con Merano Marketing e relativa definizione della copertura dei costi.
- Il rafforzamento dell'immagine dell'Azienda di Soggiorno di Merano, sensibilizzando le redazioni attraverso il lavoro di PR e la collaborazione con i partner, con risultati più credibili che non con inserzioni a pagamento.

Obiettivi strategici nell'ambito dell'assistenza all'ospite

- L'analisi delle iniziative proposte e consulenza per lo sviluppo dell'offerta, facendo riferimento a *best practice*.
- La collaborazione con il Comune di Merano per l'ottimizzazione delle infrastrutture a servizio dell'ospite.

Obiettivi strategici nell'ambito dell'assistenza agli esercizi associati e ai partner

- L'ulteriore professionalizzazione dei servizi e l'ottimizzazione dei tempi di reazione attraverso la formazione del personale.
- L'Azienda di Soggiorno svolge un ruolo consultivo per il miglioramento dei progetti e delle iniziative esistenti ed è un ente propulsore per i partner per la realizzazione di progetti nuovi.
- Il favorimento della prenotabilità online degli esercizi meranesi attraverso un lavoro di sensibilizzazione e relative misure formative.
- Il coinvolgimento degli esercizi associati e dei partner in gruppi di lavoro tematici per lo sviluppo di prodotto e per le campagne marketing.

Obiettivi strategici nell'ambito del personale

- Il lavoro di sensibilizzazione presso la Provincia Autonoma di Bolzano per l'innovazione dell'organigramma superato nella quantità e nella qualità dei posti di lavoro.
- L'utilizzo dell'esperienza e della struttura organizzativa flessibile del personale, nonché della varietà dei progetti.

Obiettivi strategici nell'ambito della situazione finanziaria

- Il monitoraggio del lavoro della Provincia di Bolzano relativo all'abbinamento dei contributi pubblici alle entrate commerciali.
- La riduzione dei costi fissi (esclusi i costi del personale) attraverso le convenzioni per gli enti pubblici.

4. Piano delle misure per il 2015

Misure nell'ambito dello sviluppo di prodotto

Obiettivo: La realizzazione del progetto „Primavera Meranese“ per la stabilizzazione di Merano quale spazio vitale dalla qualità della vita elevata, attraverso la tematizzazione delle seguenti colonne: cultura, movimento all'aria aperta, alimentazione sana – km zero, innovazione nel verde, al fine di aumentare gli arrivi e i pernottamenti in primavera.

Misure:

- Coordinamento del progetto e del gruppo di lavoro “Primavera Meranese” e sostegno al Marketing Cittadino, alla Giardineria di Merano e a Merano Arte nella realizzazione del progetto *land-art* sulla Passeggiata Tappeiner e sulla Gilf.
- Realizzazione del progetto “Mercato Meranese”.

Obiettivo: La stabilizzazione di Merano quale destinazione per tutto l'anno attraverso l'attuazione di un piano di sviluppo di prodotto triennale, al fine di costruire l'immagine della città di Merano in inverno.

Misure:

- Messa in opera della strategia triennale elaborata nel 2014.
- Collaborazione con associazioni fotografiche locali e incarico per un *fotoshooting* professionale.
- Controllo del risultato e relativa preparazione all'inverno 2015/2016.

Obiettivo: L'analisi e lo sviluppo degli eventi ai sensi del profilo e focus sugli eventi principali.

Misure:

- Workshop interni al fine di analizzare gli eventi propri e gli eventi di terzi.

Obiettivo: Rafforzamento di periodi turisticamente deboli attraverso l'attività congressuale e misure di marketing, attraverso ulteriori risorse economiche messe a disposizione, partenariati internazionali e investimenti pluriennali nella promozione di Merano quale destinazione congressuale.

Misure:

- Collaborazione di Alto Adige Marketing in merito allo studio relativo ai congressi.
- Sviluppo di una strategia marketing in collaborazione con l'agenzia PressWay.
- Misure print e online necessarie alla promozione di Merano quale destinazione congressuale.
- Partecipazione a fiere specialistiche (IMEX Francoforte) e *buyerevent*.
- Realizzazione di un programma per gli *ambassador*.

Obiettivo: La previsione dell'innovazione tecnologica, laddove applicabile.

Misure:

- Installazione di un *infochannel* all'ufficio informazioni.
- Implementazione del *layer* relativo ai parcheggi su bus.merano.eu (parking.merano.eu)
- Implementazione del *layer* relativo a „Merano a piedi“ su bus.merano.eu (zufuss.merano.eu – apiedi.merano.eu)

Obiettivo: Lo sviluppo della Festa dell'Uva come evento esteso ad un'intera settimana, conferendo alla festa un carattere di festival.

Misure:

- Estensione dell'iniziativa "Uwo" ad un'intera settimana oppure a tutto il mese di ottobre.
- Ricerca in merito alla Settimana della Festa dell'Uva storica e dei best practice.
- Estensione del programma di contorno ad un'intera settimana.

Obiettivo: Lo sviluppo dei Mercatini di Natale Merano quale sostegno per l'indotto di Merano, con maggiore accento posto sulla qualità culturale e sull'immagine in direzione *lifestyle*.

Misure:

- Valorizzazione qualitativa attraverso eventi ad hoc e personaggi di spicco.
- Creazione di prodotti innovativi.

Misure nell'ambito della comunicazione e distribuzione

Obiettivo: L'ulteriore ottimizzazione del sito ufficiale di Merano merano.eu attraverso l'implementazione nel portale regionale di Merano e dintorni.

Misure:

- Collaborazione con Merano Marketing nella messa in opera del progetto.

Obiettivo: L'utilizzo delle analisi dei mercati di Alto Adige Marketing e Merano Marketing, focus sui punti di forza di Merano e sull'offerta al fine di rivolgersi ai mercati potenziali Benelux e Russia.

Misure:

- Campagna marketing per l'elaborazione del mercato Benelux in collaborazione con Merano Marketing.
- Cooperazione con istituzioni russe in loco e a livello internazionale.
- Misure print e online necessarie alla promozione.

Obiettivo: La collaborazione con il Comune di Merano per lo sviluppo di un marchio Merano sia in ambito turistico sia in ambito intersettoriale.

Misure:

- Conclusione del progetto relativo all'affinamento del profilo di Merano (brochure & evento).
- Definizione del concetto delle immagini nell'ambito dell'affinamento e realizzazione del relativo materiale fotografico.

Obiettivo: L'ottimizzazione e l'innovazione (in ambito multimediale) degli stampati che rappresentano uno strumento fondamentale per l'acquisizione delle entrate commerciali.

Misure:

- Analisi e sviluppo multimediale degli stampati esistenti.

Obiettivo: Il chiarimento delle competenze in ambito marketing con Merano Marketing e relativa definizione della copertura dei costi.

Misure:

- Incontri regolari con Merano Marketing per la pianificazione e la messa in opera delle misure marketing per l'elaborazione dei mercati Germania, Italia e Benelux.
- Sostegno, assieme ai partner dell'attività marketing di Merano Marketing per l'elaborazione dei mercati, attraverso misure promozionali mirate.

- Esame dell'ingresso nel mercato Russia.

Obiettivo: Il rafforzamento dell'immagine dell'Azienda di Soggiorno di Merano, sensibilizzando le redazioni attraverso il lavoro di PR e la collaborazione con i partner, con risultati più credibili che non con inserzioni a pagamento.

Misure:

- Invio regolare di comunicati stampa relative all'attività dell'Azienda di Soggiorno.
- Coinvolgimento dei partner nei progetti.
- Presenza mediatica anticipata per tematiche rilevanti.

Misure nell'ambito dell'assistenza all'ospite

Obiettivo: La collaborazione con il Comune di Merano per l'ottimizzazione delle infrastrutture a servizio dell'ospite.

Misure:

- Sensibilizzazione dell'ospite, affinché esplori la città a piedi oppure in bicicletta.
- Sostegno del Comune di Merano nella realizzazione dell'area della stazione centrale.
- Collaborazione con il marketing cittadino di Merano nello sviluppo di una segnaletica di orientamento per la valorizzazione e la visibilità dei luoghi di interesse e delle attrazioni.

Misure nell'ambito dell'assistenza agli esercizi associati e ai partner

Obiettivo: L'ulteriore professionalizzazione dei servizi e l'ottimizzazione dei tempi di reazione attraverso la formazione del personale.

Misure:

- Fruizione di diverse offerte formative.
- Ricerca di ulteriori possibilità formative, attraverso esperienze di scambio in varie imprese.

Obiettivo: L'Azienda di Soggiorno svolge un ruolo consultivo per il miglioramento dei progetti e delle iniziative esistenti ed è un ente propulsore per i partner per la realizzazione di progetti nuovi.

Misure:

- Messa in opera del progetto "Mercato Meranese".
- Innovazione dei „MartedìSera“.
- Organizzazione della 2a edizione della sfilata di moda "Merano Fashion".
- Incontri regolari con i dirigenti delle istituzioni turistiche di rilievo di Merano, al fine di favorire lo scambio di informazioni e le sinergie.

Obiettivo: Il favorimento della prenotabilità online degli esercizi meranesi attraverso la sensibilizzazione e relative misure formative.

Misure:

- Invio regolare di informazioni sulle novità del servizio a tutti gli esercizi associati.
- Offerta di possibilità formative ai soci in collaborazione con l'Associazione Albergatori Alto Adige.
- Assistenza attraverso l'ufficio informazioni per una cura corretta del sistema.

Obiettivo: Il coinvolgimento degli esercizi associati e dei partner in gruppi di lavoro tematici per lo sviluppo di prodotto e per le campagne.

Misure:

- Continuazione del tavolo tematico con i partner dedicato alla "Primavera Meranese".

- Continuazione della task force con i partner e gli esercizi partecipanti dedicato all'inverno a Merano.

Misure nell'ambito del personale

Obiettivo: Il lavoro di sensibilizzazione presso la Provincia Autonoma di Bolzano per l'innovazione dell'organigramma superato nella quantità e nella qualità dei posti di lavoro.

Misure:

- Trattative tra il presidente, i consiglieri dell'Azienda di Soggiorno e la Provincia Autonoma di Bolzano per lo sviluppo di un organigramma nuovo.

Obiettivo: L'utilizzo dell'esperienza e della struttura organizzativa flessibile del personale, nonché della varietà dei progetti.

Misure:

- Creazione di gruppi di lavoro interni per lo sviluppo condiviso degli eventi esistenti e delle manifestazioni e prodotti nuovi (primavera, Mercato Meranese, eventi estivi, Foodie Factory, Festa dell'Uva, Mercatini di Natale Merano).

Misure nell'ambito della situazione finanziaria

Obiettivo: Il monitoraggio del lavoro della Provincia di Bolzano relativo all'abbinamento dei contributi pubblici alle entrate commerciali.

Misure:

- Scambio di informazioni regolare con i funzionari e le istituzioni di competenza.

Obiettivo: La riduzione dei costi fissi (esclusi i costi del personale) attraverso le convenzioni per gli enti pubblici.

Misure:

- Ricerca sul portale bandi-altoadige.it delle convenzioni a vantaggio del risparmio nei costi fissi.