

TÄTIGKEITSPROGRAMM UND  
VORANSCHLAG  
EXPORT ORGANISATION  
SÜDTIROL - EOS

2015

PROGRAMMA DI ATTIVITÀ E  
PREVENTIVO  
ORGANIZZAZIONE EXPORT  
ALTO ADIGE - EOS

# INHALTSVERZEICHNIS

7	Bericht des Präsidenten
9	Abstract
11	International Trade Support
15	Messeprogramm
19	Marketing Support
26	Voraussichtlicher Abschluss am 31.12.2014
28	Voranschlag 2015
31	Bericht des Kollegiums der Rechnungsprüfer



# INDICE

Relazione del Presidente	37
Abstract	39
International Trade Support	41
Programma fiere	45
Marketing Support	49
Previsione consuntivo al 31.12.2014	56
Preventivo 2015	58
Relazione del Collegio dei revisori dei conti	61







# TÄTIGKEITSPROGRAMM UND VORANSCHLAG EXPORT ORGANISATION SÜDTIROL - EOS

2015

**EOS.**



# BERICHT DES PRÄSIDENTEN

Der Verwaltungsrat hat das gründlich vorbereitete Tätigkeitsprogramm 2015 verabschiedet und kann es nun in diesem Rahmen vorstellen.

Die Tätigkeit der EOS wird 2015 wiederum vor allem im Dienste der Unternehmen stehen und durch die Arbeit in den Bereichen der Export-Unterstützung und des Marketings zahlreiche Aktivitäten zur Wirtschaftsförderung durchführen.

Die wertvolle Arbeit, die die Unternehmer im Land leisten, strahlt über die Landesgrenzen hinaus und verschafft Südtirol ein positives Image, das vor allem auf gewachsenem Qualitätsbewusstsein gründet.

Besonderes Augenmerk wird 2015 auf den Heimmarkt gerichtet, um dieses positive Image auch im eigenen Lande verstärkt ins rechte Licht zu rücken. Zum Anlass nimmt die EOS dabei das zehnjährige Bestehen des Qualitätszeichens Südtirols. Zudem wird überlegt, wie die Autobahnraststätten in Südtirol zu attraktiven Aushängeschildern Südtirols werden könnten.





# ABSTRACT

Als Dienstleistungsorganisation in der Absatzförderung und im Produktmarketing verfolgt die EOS die strategischen Ziele, die Internationalisierung der Südtiroler Unternehmen zu fördern und Image und Bekanntheit der Südtiroler Qualitätsprodukte zu erhöhen.

Der direkte Kontakt zu den Kunden ist dabei von vorrangiger Wichtigkeit: im Bereich International Trade Support soll 2015 die Anzahl der betreuten Betriebe bei 1.000 Betrieben gehalten werden. Die bewährten Angebote aus dem Dienstleistungsportfolio der EOS richten sich dabei nach den Bedürfnissen der exportorientierten Betriebe und umfassen Aktionen zu Markteintritt, Markterschließung sowie Marktkonsolidierung.

Für 2015 sind 38 internationale und nationale Messen in Planung. Außerdem findet von Mai bis Oktober der Auftritt Südtirols auf der EXPO 2015 in Mailand statt, der mit einer Vielfalt von Themen bespielt wird. Zusätzlich soll das Partnernetzwerk der EOS weiter ausgebaut werden.

Südtirols Land- und Ernährungswirtschaft hat einen bedeutenden Anteil an der Südtiroler Wertschöpfung und Beschäftigung und ist in hohem Maße exportorientiert.

Diese starke Position auf dem lokalen und nationalen Markt wird im Bereich Marketing Support 2015 durch gezielte Werbemaßnahmen verteidigt, gleichzeitig werden Marketingaktivitäten in neuen Exportmärkten forciert.

Neben sektorenspezifischen Werbekampagnen (Apfel, Speck, Wein, Produkte mit Qualitätszeichen) werden produktübergreifende Aktivitäten durchgeführt, insbesondere Online-Aktivitäten, PR-Maßnahmen, Verkaufsförderungsaktivitäten, EU-Projekte und Events.

Die detaillierten Tätigkeitsprogramme der beiden Bereiche der EOS, das Messeprogramm 2015 sowie die Budgets sind auf den folgenden Seiten ersichtlich.



# INTERNATIONAL TRADE SUPPORT

Die Exportförderung und die Unterstützung der Internationalisierung von Südtiroler Unternehmen ist Kernaufgabe der EOS. Der Bereich International Trade Support bietet den Unternehmen aus Südtirol eine Reihe von beratenden, informierenden und unterstützenden Dienstleistungen an:

## WIR BERATEN.

Mit der EOS als Partner profitieren die Südtiroler Unternehmer von der langjährigen Erfahrung und Kompetenz der Mitarbeiter. Im ständigen Austausch werden individuelle Hilfestellungen geleistet, die auch etwaige Versicherungs-, Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten umfassen. Dabei ist das internationale Partnernetzwerk eine wichtige Stütze, wenn es darum geht, Chancen und Risiken eines Export-Projektes zu erkennen.

### **Export Helpdesk: Die erste Anlaufstelle beim Start ins Auslandsgeschäft**

Über den Export Helpdesk beantwortet die EOS schnell und konkret alle Fragen rund um den Export und berät in individuellen Anliegen zu Zoll- und Außenwirtschaftsrecht, Aus- und Einfuhrbestimmungen, Exportdokumenten, internationalem Vertrags- und Steuerrecht, Transportabwicklung, Zahlungsverkehr, Auslandsinvestitionen und vielem mehr. Im Mittelpunkt steht das erfolgreiche Meistern von Hürden im Bereich Export von Waren und Dienstleistungen.

### **Exportberatung: Die EOS sucht das persönliche Gespräch vor Ort**

Der direkte Kontakt zum Kunden steht im Vordergrund. Daher suchen die EOS-Mitarbeiter das persönliche Gespräch. So wird eine noch gezieltere Beratung gewährleistet welche Initiativen, Export-Projekte, Messen, Unternehmerreisen konkret interessant sind – auch zu den Fördermöglichkeiten informiert die EOS ausführlich.

### **Partnernetzwerk im Ausland: Eine wichtige Informationsquelle für Südtiroler Unternehmen**

Durch den Vertrieb von Waren und Dienstleistungen im Ausland kommen Unternehmen in Kontakt mit anderen Lebensräumen. Dank eines Netzwerkes von Partnern aus über 60 Ländern können verschiedenartigste Informationen vermittelt werden. Dabei geht es nicht nur um das Potential der Märkte sondern auch um Bräuche und Gepflogenheiten, sowie kulturelle und sprachliche Besonderheiten, Gesetzgebung und Rechtsordnung des jeweiligen Landes.

### **Beratertage: Individuelle Gespräche auf Augenhöhe**

Regelmäßig organisiert die EOS Themen- und Länderberatungstage, bei denen ein oder mehrere Berater eines Landes oder einer Gruppe von Ländern nach Südtirol kommen. Dabei hören die Teilnehmer von den Experten des Partnernetzwerkes, welche Erfahrungen diese bisher im jeweiligen Markt gesammelt haben und informieren sich im Rahmen von individuellen Einzelgesprächen über erfolgreiche Wege und Chancen der verschiedenen Produkte im spezifischen Markt.

### **Exportversicherung und –finanzierung: Gut vorbereitet ins Ausland**

Mit dieser Dienstleistung unterstützt die EOS kleine, mittlere und große Südtiroler Unternehmen, die im Auslandsgeschäft richtig durchstarten möchten. Dabei wendet sich der exportinteressierte Unternehmer im Vorfeld des Vertragsabschlusses mit dem ausländischen Handelspartner an die EOS. Diese überprüft gemeinsam mit der OekB (Österreichische Kontrollbank) sämtliche Voraussetzungen für den Erfolg, wie Bonität des Geschäftspartners, politische Umstände, usw. Bei positivem Gutachten erhält der Unternehmer eine Exportgarantie ausgestellt, die von seiner Hausbank bei der Vergabe eines Kredites berücksichtigt wird – mit dem Ergebnis: Die Finanzierungsvorteile, die er durch die Kombination aus Exportgarantie und Refinanzierung gewinnt, kann er nun im Angebot an den ausländischen Abnehmer einbauen – welches dadurch aufgewertet wird und seine Wettbewerbsfähigkeit erhöht.

## **WIR INFORMIEREN.**

In Zeiten, in denen jeder eine überwältigende Menge an ungefilterten Informationen finden kann, hat es sich die EOS zur Aufgabe gemacht, die Südtiroler Unternehmen mit konkreten Informationen zu versorgen. Dafür werden aus globalen Datenbanken alle relevanten Fakten zu Firmen, Märkten und Branchen gefiltert – eine große Unterstützung für den Prozess der Entscheidungsfindung. Bei verschiedenen Themen- und Länderveranstaltungen wird Wissen vermittelt und der Erfahrungsaustausch zwischen Südtiroler Exporteuren und Experten gefördert.

### **Firmen- und Bonitätsauskunft: Auskünfte und Daten zu Unternehmen weltweit**

Auf der Suche nach Daten und Informationen über neue Kunden oder Geschäftspartner steht die EOS den Unternehmen zur Seite. Durch das Abonnement bei renommierten Informationsanbietern wird ein guter Überblick über Bilanzen, finanzielles Profil, Bonität und andere Informationen eines Unternehmens gewährt. Über die EOS erhalten die Südtiroler Unternehmer Zugang zu umfangreichen Datenbanken wie Euromonitor International London, Creditreform und Honyvem.

### **Markt- und Brancheninformationen: Die Grundlage für klare Ideen**

Gleich ob es sich um die Einführung eines Produktes in einen neuen Markt oder den Rückzug aus einem bestehenden Markt handelt: Gewinnbringende Entscheidungen benötigen eine fundierte Marktanalyse. Die EOS verschafft den Südtiroler Unternehmen Zugang zu aktuellen und zuverlässigen Markt- und Brancheninformationen. Dabei suchen die Mitarbeiter gezielt nach jenen Informationen, die im Vorfeld definiert werden. Die Recherche kann unter anderem diese Themenbereiche umfassen: Größe des Marktes, Marktentwicklungstendenzen, Wichtigste Mitbewerber, Marktanteile der Mitbewerber, Vertriebswege der Branche.

## **WIR UNTERSTÜTZEN.**

Gemeinsam mit dem Unternehmen erarbeitet die EOS ein auf das Unternehmen optimal zugeschnittenes Exportprojekt, weiters werden gemeinsame Messeauftritte, Unternehmer- und Delegationsreisen veranstaltet. Die EOS unterstützt die unternehmerische Tätigkeit und sorgt dafür, dass durch Förderungen Kosten gespart werden und die Internationalisierung weiter voran kommt. Dabei nutzt die EOS den Standort Südtirol als Vorteil, um auf Unternehmen aus Südtirol aufmerksam zu machen.

### **Exportprojekte: Maßgeschneiderte Erfolgsmodelle**

Das Exportprojekt bietet effektive Möglichkeiten, neue Märkte kennenzulernen und Geschäfts-

kontakte zu knüpfen. Dabei richtet es sich in der Umsetzung ganz nach den Bedürfnissen der Unternehmen. Als hilfreich erweist sich das internationale Partnernetzwerk und je nach Art des Projekts bietet die EOS individuelle Beratung oder Beratung für einen Verbund von Firmen, Prüfung von Möglichkeiten finanzieller Förderungen, Recherche erforderlicher Marktinformationen, Koordination von Vermittlung potenzieller Partner und Betreuung individueller Gespräche vor Ort. Für das Jahr 2015 sollen die Exportprojekte intensiviert werden, insbesondere in Form von Kooperationsprojekten mehrerer Unternehmen. Dabei denken wir an Firmen-Pools, gemeinsam genützte Show-Rooms und ähnliche Formen von synergetischer Zusammenarbeit zwischen interessierten Unternehmen

### **Rechtsberatung: Von Rechts wegen einwandfrei exportieren**

Wenn ein Vertrag überarbeitet oder neu ausgearbeitet werden muss, rechtliche Fragen zu exportrelevanten Themen aufkommen oder die Gründung einer ausländischen Vertriebsstätte geplant wird, kann die EOS bei den Rechtsfragen zur Seite stehen. Externe Berater, die Spezialisten auf ihrem Gebiet sind, erstellen laut den Vorgaben der Kunden und im Auftrag der EOS die passenden Vertragsunterlagen, nehmen Beratungen für die Gründung einer Vertriebsniederlassung vor oder beantworten Rechtsfragen des Exports im Detail.

### **Unternehmerreisen: Gemeinsam mehr erreichen**

Für Gruppen von mindestens drei Südtiroler Unternehmen organisiert die EOS regelmäßig Unternehmerreisen ins Ausland. Diese können für eine Branche oder branchenübergreifend auf einen gemeinsamen Zielmarkt ausgerichtet sein. Im Vorfeld werden anhand der individuellen Zielvorstellungen mithilfe des internationalen Partnernetzwerks potenzielle Kunden ermittelt und Treffen mit eventuell wichtigen Behörden, Botschaften, Vertretern aus Politik und Wirtschaft organisiert und B2B-Gespräche vereinbart. Die EOS organisiert und betreut die komplette Reise in den Zielmarkt.

### **Delegationsreisen: Offene Türen für potentielle Kundschaft**

Die Delegationsreisen haben zum Ziel das Unternehmen potentiellen Kunden vor Ort zu präsentieren und Journalisten, Vertreter der Politik oder Wirtschaft nach Südtirol zu bringen. Für Gruppen von mindestens drei Unternehmen aus Südtirol übernimmt die EOS die Organisation von Delegationsreisen nach Südtirol, während sich die teilnehmenden Unternehmen ganz auf ihre Präsentation konzentrieren können. Mit einem interessanten und abwechslungsreichen Programm, das sowohl Südtirol mit seinen landestypischen Spezialitäten als auch das Unternehmen im besten Licht zeigt, erhalten die Gäste bleibende Eindrücke.

### **Messen: National und international erfolgreich**

Messen gehören zu den wichtigsten Instrumenten im Marketing und Vertrieb der Unternehmen. In der EOS arbeiten circa 15 Mitarbeiter bereichsübergreifend an der Organisation von Gemeinschaftsmessen von mindestens drei Südtiroler Ausstellern. So werden Synergieeffekte genutzt und die Sichtbarkeit erhöht. Bei diesen Messen fördert die EOS die Teilnahme, in sie Anmeldung, Organisation, Standkonzeption und -aufbau übernehmen. Weiterhin kümmert sich die EOS um den Transport und die Betreuung während der Messe. Auf Wunsch bietet sie auch Beratung bezüglich Vor- und Nachbearbeitung und vermittelt Gespräche mit potenziellen Kunden. Die Initiativen werden durch die Exportförderung des Landes zusätzlich unterstützt.

### **Exportseminare: Gezielte Weiterbildung**

Export stellt Anforderungen an alle Mitarbeiter, nicht nur an jene im Außendienst oder den Unternehmer selbst. Durch spezifische Weiterbildung zu den verschiedensten exportrelevanten Themen

wächst das gesamte Unternehmen. Export, Zoll und Steuern, Recht und Verträge, Marketing und Vertrieb oder Transport und Logistik sind nur einige der Themen, die im umfangreichen Seminarprogramm, das zusammen mit dem WIFI erstellt wird, enthalten sind.

### **Export Coach: Der Partner für den Sprung über die Grenze.**

Sowohl für die Suche nach neuen Absatzmärkten als auch für die Umsetzung von Internationalisierungsaktivitäten kann die EOS einen professionellen und erfahrenen Manager vermitteln. Dieser steht dem Unternehmen direkt vor Ort zur Seite. Gemeinsam wird ein Plan zur Internationalisierung des Unternehmens erarbeitet. Der Exportcoach ist für mindestens ein und maximal zwei Jahre je zwei Tage im Monat im Unternehmen. Indem er die Exportpotentiale des Unternehmens aufzeigt, Know-how vermittelt und Lösungen findet, sorgt er dafür, dass die Markterschließung gelingt.

## **SCHWERPUNKTE 2015**

### **EOS-Dienstleistungen stärker kommunizieren**

- Zugang zum „Südtiroler Exportfonds“ weiter erhöhen.
- Helpdesk konsolidieren und Beratung auch vor Ort stärken.
- Die Projekt-Akquise insbesondere für Kooperationsprojekte mit kleinen und mittelständischen Unternehmen verstärkt kommunizieren und entsprechende Initiativen setzen.
- Die Kommunikation der Messen verstärken.
- Der Zugang zu weiteren interessanten Datenbanken wird geprüft.

### **Veranstaltungen**

- Die Exportweek 2015 wird im April bereits zum 4. Mal realisiert. Diese Veranstaltung wird das Thema Export in vielen Facetten den Südtiroler Unternehmern näher bringen. Wie bereits bei den vergangenen Ausgaben soll beim Treffen „Meet the world“ den Südtiroler Unternehmern das EOS-Partnernetzwerk vorgestellt werden und 15-20 Märkte weltweit durch den jeweiligen EOS-Partner „nach Südtirol gebracht werden“. Informationsworkshops und Referate bieten vielfältige Möglichkeiten des Austausches und Gelegenheit zum Networking.
- Beratertage (laufend): Regelmäßig werden Beratertage mit den EOS-Partnern aus aller Welt organisiert. Es wird dabei versucht, Partner aus mehreren Ländern gemeinsam zum Beratertag einzuladen bzw. auch zu bestimmten Themen oder Sektoren.
- Architektentreffen – Alpitecture: 2015 wird die Veranstaltung im Rahmen der „Tage der Architektur“ vom 10.-13. Juni 2015 organisiert und zusammen mit Unternehmen Besuche und ein Architekturkongress geplant.
- Business Speed Dating: Es wird eine Veranstaltung mit dem Trentino geplant bzw. auch auf der EXPO2015, sowie in den angrenzenden Nachbarmärkten.
- Während der EXPO2015 vom Mai bis Oktober sind verschiedene Veranstaltungen auf dem Südtirol-Stand geplant.

### **Märkte**

Der Schwerpunkt bleibt in den nahen Märkten (Deutschland, Österreich, Schweiz). Danach sind die sog. Heimmärkte der EU wichtig. Über die Entwicklung in Wachstumsmärkten werden die Unternehmen auf dem Laufenden gehalten. Für 2015 sind verschiedene Aktivitäten in Japan, Südafrika, Chile und USA geplant.

Messen sind nach wie vor ein wichtiges Exportinstrument für Unternehmen, um sich im Ausland

# MESSEPROGRAMM

zu präsentieren. Die Messetätigkeit bildet einen Schwerpunkt des EOS-Budgets und ist bereichsübergreifend - 15 EOS-Mitarbeiter sind für die Organisation von mindestens einer Messe zuständig, einige betreuen bis zu fünf Messen jährlich. Drei Mitarbeiter im Bereich Messen sind zudem für die Instandhaltung und Pflege des Messestandes, des Mobiliars und der Messebekleidung verantwortlich; sie koordinieren Lager und Logistik.

Für 2015 sind 38 internationale und nationale Messen in Planung. Acht davon (in kursiv) sind neue Messen. Bedeutende Leitmessen werden größer, da mehr und mehr Unternehmen sich dort präsentieren wollen. Kleinere Messen in weiter entfernten Märkten sollen eine Gelegenheit bieten, die Märkte zu erkunden. Im März 2015 konzentrieren sich einige wichtige Messen (IHM, Prowein, MADE Expo, ISH, Vinitaly, ITB, ...) und das Messeteam wird diesen Engpass frühzeitig koordinieren. Auch die EXPO2015 in Mailand könnte Kapazitäten im Messe- und Lagerbereich binden und wird frühzeitig koordiniert.

Da einige Unternehmen keine De-Minimis-Förderungen mehr in Anspruch nehmen können und wir davon ausgehen, dass die Messeförderung im Jahr 2015 wieder auf 50:50 zurückgehen wird, planen wir insgesamt mit 250.000€ weniger Messebudget für 2015.

## MESSEKALENDER 2015

N.	Messeveranstaltung	Kurzbeschreibung	Land	Ort	Datum
1	Winter Fancy Food	Nordamerikas größte Messe für Ernährung und Genussmittel	USA	San Francisco	11.-13.01.2015
2	BAU München	Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme	Deutschland	München	19.-24.01.2015
3	Tiroler Hausbaumesse	Katalogausstellung: NEUE Tiroler Hausbau & Energie Messe	Österreich	Innsbruck	29.01.-01.02.2015

N.	Messeveranstaltung	Kurzbeschreibung	Land	Ort	Datum
4	Golfmesse Zürich	Die führende Golfmesse in der Schweiz	Schweiz	Zürich	29.01.- 01.02.2015
5	Fruit Logistica	Leitmesse des Internationalen Fruchthandels	Deutschland	Berlin	4.- 6.02.2015
6	Biofach	Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel	Deutschland	Nürnberg	11.- 14.02.2015
7	HOGA	Drittgrößte deutsche Fachmesse des Gastgewerbes	Deutschland	Nürnberg	22.- 25.02.2015
8	Com.Bau	Baummesse in Vorarlberg	Österreich	Dornbirn	20.- 22.02.2015
9	Energiesparmesse Wels	Größte Energiesparmesse Österreichs	Österreich	Wels	26.02.- 1.03.2015
10	Beauty Forum	Schweizer Kosmetikfachveranstaltung	Schweiz	Zürich	28.02.- 1.03.2015
11	ISH	Weltleitmesse Erlebnisswelt Bad, Gebäude-, Energie-, Klimatechnik, Erneuerbare Energien	Deutschland	Frankfurt	10.- 14.03.2015
12	Pro Wein	Internationale Fachmesse Weine und Spirituosen	Deutschland	Düsseldorf	15.- 17.03.2015
13	IHM	Internationale Handwerksmesse	Deutschland	München	Mitte März
14	Made Expo	Milano Architettura Design Edilizia	Italien	Mailand	18.- 21.03.2015
15	Vinitaly	Internationale Ausstellung für Weine und Spirituosen	Italien	Verona	22.- 25.03.2015
16	Klimahouse Como oder Sicilia	Messe für Energieeffizienz	Italien	Como/Palermo	Frühjahr
17	Klimahouse Toscana	Messe für Energieeffizienz	Italien	Florenz	17.- 19.04.2015
18	PLMA	Private Label-Messe	Niederlande	Amsterdam	19.- 20.05.2015
19	Industriemesse Hannover	Wichtigste Industriemesse der Welt	Deutschland	Hannover	13.- 17.04.2015
20	Interschutz	Internationale Leitmesse für Brand-/ Katastrophenschutz, Rettung und Sicherheit	Deutschland	Hannover	8.- 13.06.2015
21	Summer Fancy Food	Nordamerikas größte Messe für Ernährung und Genussmittel	USA	New York	28.- 30.06.2015



N.	Messeveranstaltung	Kurzbeschreibung	Land	Ort	Datum
22	Asia Fruit Logistica	Asiens wichtigste Fachmesse für den internationalen Gemüse- und Obsthandel	China	Hong Kong	September
23	Sana	Italiens wichtigste Fachmesse für Natur- und Bio-Produkte	Italien	Bologna	September
24	Tent	Designmesse	UK	London	September
25	Anuga	Die weltweit führende Ernährungsmesse für Handel und Gastronomie/Außer-Haus-Markt	Deutschland	Köln	10.- 14.10.2015
26	Minergie EXPO/Holz-Bau-Messe	Messe für mehr Wohnkomfort und energieeffizientes Bauen	Schweiz	Bern	Herbst
27	Klimahouse Puglia	Messe für Energieeffizienz	Italien	Bari	Herbst
28	Gourmesse	Messe für Genießer	Schweiz	Zürich	Oktober
29	Expo Real	Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen	Deutschland	München	Oktober
30	Branchentag Holz	Das Branchenforum für Innovation, Begegnung, Partnerschaft	Deutschland	Köln	3.-4.11.2015
31	BIG5	Größte Baummesse im mittleren Osten	VAE	Dubai	November
32	Alles für den Gast	Internationale Fachmesse für die gesamte Gastronomie und Hotellerie	Österreich	Salzburg	November
33	Agritecnica	Die ganze Welt der Landtechnik	Deutschland	Hannover	10.- 14.11.2015
34	Igeho	Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Außer-Haus-Konsum	Schweiz	Basel	21.- 25.11.2015
35	Vinitaly Hong Kong	Internationale Wein- und Spirituosenmesse	Hong Kong	Hong Kong	November
36	Heim & Handwerk	Messe rund um die Themen Bauen, Einrichten, Wohnen	Deutschland	München	November
37	Artigiano in Fiera	Handwerksmesse in Mailand	Italien	Mailand	Dezember

### Südtirol-Auftritte

Anlässlich einiger Messen und Veranstaltungen, die für das Land Südtirol von Bedeutung sind, organisiert die EOS Auftritte, welche der Bewerbung der Wirtschaft im Allgemeinen oder einzelner Sektoren dienen. Diese Auftritte werden in Absprache mit der Autonomen Provinz Bozen beschlossen und die entsprechenden Ausgaben in vollem Maße durch Eigenmittel der EOS gedeckt. Dabei können Einnahmen aus dem Verkauf von Werbegütern zu Gunsten der EOS erzielt werden.

Südtirol-Auftritte können bei Messen auch in Zusammenhang mit einer Gemeinschaftsbeteiligung von Südtiroler Unternehmen organisiert werden.

### Südtirol-Auftritte anlässlich von Messen ohne Gemeinschaftsstand

Nr.	Messe- veranstaltung	Kurzbeschreibung	Land	Ort	Datum
1	Grüne Woche	Die weltgrößte Messe für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau.	Deutschland	Berlin	16.-25.01.2015
2	Bozner Weinkost	Bozner Weinkost	Italien	Bozen	März
3	Hotel	Internationale Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie	Italien	Bozen	Oktober
4	Herbstmesse	Internationale Herbstmesse in Bozen	Italien	Bozen	November
5	Food & Life	Messe für Gourmets und Genießer	Deutschland	München	November

### Südtirol-Auftritte anlässlich von Messen mit Gemeinschaftsstand

Nr.	Messe- veranstaltung	Kurzbeschreibung	Land	Ort	Datum
1	IHM	Internationale Handwerksmesse	Deutschland	München	Mitte März
2	Heim & Handwerk	Messe rund um die Themen Bauen, Einrichten, Wohnen	Deutschland	München	November

# MARKETING SUPPORT

Der Bereich Marketing Support der EOS führt Marketingaktivitäten für Südtiroler Qualitätslebensmittel auf traditionellen und neuen Absatzmärkten durch.

Dazu zählen folgende Produkte:

- Produkte mit einer europäischen Ursprungsbezeichnung:  
Südtiroler Apfel g.g.A.; Südtiroler Speck g.g.A.; Südtiroler Qualitätsweine;  
Stilfser Käse g.U.
- Produkte mit dem Qualitätszeichen Südtirol:  
Milch und Milchprodukte; Brot, Apfelstrudel und Zelten; Grappa; Gemüse, Kartoffeln und Spargel; Beeren und Kirschen; Apfelsaft, Trockenfrüchte, frische Apfelschnitten, Fruchtaufstriche; Honig; Kräuter und Gewürze; Rindfleisch; Freiland Eier; Bier; Speck- und Käseknödel
- Sonstige Qualitätslebensmittel aus Südtirol

Südtirols Land- und Ernährungswirtschaft hat einen bedeutenden Anteil an der Südtiroler Wertschöpfung und Beschäftigung und ist in hohem Maße exportorientiert.

Für Apfel, Speck, Wein und die Produkte mit Qualitätszeichen werden sektorenspezifische Werbekampagnen durchgeführt. Mit produktübergreifenden Aktivitäten, insbesondere Online- und PR-Maßnahmen, Verkaufsförderungsaktivitäten, EU-Projekte und Events, werden Synergien geschaffen.

Plattform der Aktivitäten sind die traditionellen Absatzmärkte Italien (einschließlich Südtirol), Deutschland, Österreich und die Schweiz, gleichzeitig werden Marketingaktionen in ausgewählten Exportmärkten (Skandinavien, UK, Benelux, Polen, Tschechien, Russland, USA, Japan) realisiert.

Grundlage aller Werbeprogramme ist ein strategischer, mittelfristiger Planungsansatz (3-Jahres-Strategie) für alle Produktbereiche.

Auftraggeber und Partner der EOS sind das Land, Konsortien, Fachverbände und Unternehmensgruppen sowie Einzelunternehmen.

Weitere Kooperationspartner sind die SMG, der HGV, der Südtiroler Köcheverband, das TIS, die Weinakademie und die Sommelierversammlung und über Südtirol hinaus die Agentur ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) und Slow Food.

Durch stetigen Informationsaustausch werden alle Marketingmaßnahmen (EOS, Land, SMG, Produktpartner) vernetzt und Synergien genutzt.

## **Ziele**

Die strategischen Ziele sind:

- Festigung und Steigerung von Image und Bekanntheitsgrad der Südtiroler Qualitätsprodukte mit Ursprungsbezeichnung auf den traditionellen Märkten (Italien, Deutschland, Österreich, Schweiz) einschließlich Südtirol;
- Aufbau, Konsolidierung und Erhöhung des Absatzes der Südtiroler Qualitätslebensmittel in den traditionellen und in neuen Absatzmärkten (Skandinavien, UK, Benelux, Polen, Tschechien, Russland, USA, Japan)

## **Schwerpunkte**

Neben klassischen imagebildenden Werbeaktivitäten werden ergänzend – insbesondere in neuen Märkten – verkaufsfördernde Maßnahmen durchgeführt.

Tätigkeitsschwerpunkte für das Jahr 2015 sind:

- Organisation der produktspezifischen Werbeaktivitäten;
- Organisation von bereichsübergreifenden Maßnahmen;
  - o Verkaufsförderungsmaßnahmen im LEH im In- und Ausland;
  - o 3. Ausgabe des Genussfestival Südtirol Ende Mai 2015;
  - o Integration der Südtiroler Qualitätsprodukte auf der EXPO 2015
  - o Veranstaltungen/Events für einzelne Produktgruppen (Weinkost in Bozen, Südtiroler Brot- und Strudelmarkt in Brixen, Südtiroler Speckfest Villnöß, etc.);
  - o Umsetzung von internationalen Förderprogrammen (EU-Projekte für den Binnenmarkt und für Drittländer für Speck, Apfel, Wein und Stilfser Käse);
  - o Online-Aktivitäten für Südtiroler Qualitätsprodukte;
  - o PR-Aktivitäten für Südtiroler Qualitätsprodukte.

## **Produktbereiche**

Organisatorisch werden die Werbemaßnahmen über die Bereiche Apfel, Speck, Wein und Produkte mit Qualitätszeichen Südtirol (Key Account Management) und die produktübergreifenden Funktionsbereiche PR, Internet, EU-Gemeinschaftsprojekte, Events und Verkaufsförderung abgewickelt. Über die Produktbereiche werden Ziele, Strategien und Werbemaßnahmen definiert, über die Funktionsbereiche gebündelte und spezifische Marketingaktivitäten organisiert und abgewickelt. Die finanziellen Mittel werden zum Teil durch die Landesverwaltung und durch die Handelskammer zur Verfügung gestellt und zum Teil von den Unternehmen selbst aufgebracht.

## **Dachmarke und Qualitätszeichen Südtirol**

Die gemeinsamen Werte der Dachmarke (Dachmarkenphilosophie) bilden die Basis aller Marketingaktivitäten.

Die Schutzmarke Südtirol, 1976 durch Landesgesetz eingeführt, wurde Ende 2005 durch das Qualitätszeichen Südtirol abgelöst (mit Landesgesetz Nr. 12/2005). Das EU-konforme Qualitätszeichen steht für die streng geprüfte Qualität der Südtiroler Qualitätsprodukte. Die neue Dachmarke Südtirol ist bereits seit dem 1. Jänner 2005 in Kraft und mit entsprechendem Reglement geregelt. Dachmarke und Qualitätsmarke sind graphisch aufeinander abgestimmt. Beide Marken nützen das positive Image und den außerordentlichen Bekanntheitsgrad Südtirols auf den Kernmärkten. Die über die eindeutige Wiedererkennbarkeit beider Marken geschaffenen Synergien erleichtern aber auch die Bearbeitung neuer Märkte.

### **Südtiroler Apfel g.g.A.**

Im Auftrag des Südtiroler Apfelkonsortiums und in Zusammenarbeit mit den Erzeugerorganisationen VOG, VI.P, Fruttunion und FOS führt die EOS die Werbekampagne der Saison 2014-15 auf Basis der vergangenen Jahre weiter. Dabei wird das aufgebaute positive Image in den Kernmärkten wie Deutschland und den skandinavischen Ländern gefestigt und in neuen Märkten aufgebaut. Die Herkunftsbezeichnung „Südtirol“ wird als Garantie für ein Premiumprodukt für alle etablierten Südtiroler Erzeugermarken und als Klammer für sämtliche Werbeaktivitäten verwendet.

Die Werbeaktivitäten in den einzelnen Märkten in der Vermarktungssaison 2014/15 sehen Verkaufsförderungsaktionen, Fachanzeigen, PR-Maßnahmen, spezifische Kooperationen, Sponsorings, Online-Aktivitäten sowie Messebeteiligungen und Events vor.

In Deutschland werden verstärkt VKF-Maßnahmen durchgeführt, um dem Russland-Embargo entgegenzuwirken.

Das eingesetzte Budget setzt sich aus Landesmitteln, EU-Geldern und Eigenleistung des Apfelsektors zusammen.

### **Südtiroler Speck g.g.A.**

Im Auftrag des Südtiroler Speck Consortiums führt die EOS Marketingaktivitäten für den Südtiroler Speck g.g.A. durch. Basis ist eine Drei-Jahres-Strategie für die Jahre 2015 bis 2017. Ziel ist die Festigung und der Ausbau des positiven Images von Südtiroler Speck g.g.A. v.a. in Italien, Deutschland und den USA, sowie der Aufbau einer „Speck-Kultur“ in Südtirol.

Schwerpunkt der Werbemaßnahmen bilden dabei PR-Aktivitäten, Verkaufsförderungsaktionen, Anzeigen, Online-Aktivitäten sowie Messebeteiligungen und Events. Dank Synergien über reichsübergreifende Kooperationsprojekte werden Budgets und Schlagkraft erhöht. Zusätzlich wird an einer grafischen Aktualisierung des Logos für den Südtiroler Speck gearbeitet.

### **Südtiroler Qualitätsweine**

Im Auftrag des Konsortiums Südtiroler Wein wird 2015 die Umsetzung des dreijährigen Strategieplanes 2015 bis 2017 in Angriff genommen.

Im Vordergrund steht dabei der Ausbau des Images Südtirols als Weißwein-Land mit herausragenden Weinen, die international mit der Spitze mithalten können sowie die Betonung der Vielfalt unter den Leitsorten und die Gesamtpräsentation des Weinlands Südtirol. Südtirol als Bergregion erfüllt zudem alle Eigenschaften, um auch in Zukunft frische, aromatische Weine zu produzieren!

Südtiroler Wein soll die erste Wahl in Südtirol bleiben und als Italiens Top-Region für Weißweine auch international etabliert werden. In diesem Zusammenhang werden Russland und Japan als neue Zielmärkte bearbeitet.

Maßnahmenswerpunkt ist die Promotion der „Südtirol-Kapsel“ als Erkennungszeichen, wodurch der regionale Bezug noch weiter gestärkt wird. Weitere Schwerpunkte sind Internet, Social Media, sowie PR-Maßnahmen. Die gemeinsamen Werbeaktivitäten dienen der Imageförderung und der Umsatzsteigerung durch zielgruppenspezifische Kommunikation und verkaufsnaher Promotion in ausgewählten Märkten.

Gegenstand der Werbemaßnahmen sind die Südtiroler D.O.C.- und I.G.T.-Weine, mit besonderem Augenmerk auf die Leitsorten. Ausgesuchte Spitzen-Weißweine sollen international für Aufsehen sorgen und so den internationalen Fokus auf Südtirol lenken.

## **Südtiroler Milch und Milchprodukte**

Der Sennereiverband Südtirol hat die EOS für das Jahr 2014 bis 2015 wiederum mit der Koordination und Abwicklung des Schulprojekts für die 3. Klassen der Grundschule beauftragt. Die Südtiroler Milchwirtschaft ist darüber hinaus in alle bereichsübergreifenden Maßnahmen, welche von der EOS durchgeführt werden, eingebunden (Genussfestival, PR-Aktivitäten in Südtirol, Medienkooperationen, Messen, ICE-Projekte, etc.).

## **Produkte mit dem Qualitätszeichen Südtirol**

Für die Produkte mit dem Qualitätszeichen Südtirol wird 2015 erstmals eine produktübergreifende Strategie ausgearbeitet. Daraus leiten sich anschließend die Eckpfeiler der Drei-Jahres-Strategiepläne der Sektoren ab, welche zusammen mit den Fachkommissionen entwickelt werden; sämtliche Werbekampagnen werden darauf abgestimmt.

Ziel ist die Steigerung des Bekanntheitsgrades und die Etablierung der Qualitätsprodukte in deren Hauptmärkten Südtirol und Italien. Weiters soll das Profil der bestehenden und neuen Produkte (Bier, Eier, Fertiggerichte) mit dem Qualitätszeichen und der Marke selber (Qualität, Herkunft Sicherheit) geschärft werden.

Die Werbemaßnahmen umfassen Veranstaltungen und Events, PR-Maßnahmen, Anzeigenkampagnen, Online-Aktivitäten, Verkaufsförderung und die Produktion von Werbematerialien. Ein weiterer Schwerpunkt ist der gemeinsame Auftritt auf dem Genussfestival zum Thema „10 Jahre Qualitätszeichen Südtirol“.

Zusätzlich zu den bereichsübergreifenden Maßnahmen sind die Produkte mit Qualitätszeichen in weitere Kooperationsprojekte (Land, HGV, SMG, etc.) und in das Messeprogramm der EOS eingebunden.

Die EOS koordiniert die Kontrolltätigkeiten für die Produkte mit Qualitätszeichen Südtirol (11), die von der unabhängigen und akkreditierten Kontrollstelle „Südtiroler Qualitätskontrolle“ aus Terlan und der CSQA aus San Michele (nur Rindfleisch) durchgeführt werden.

## **Bereichsübergreifende Aktivitäten**

Bereichsübergreifende Maßnahmen für alle Südtiroler Qualitätslebensmittel generieren zusätzliche Budgets und Synergien.

Dazu zählen Kooperationsprojekte mit dem Land Südtirol und der SMG, EU-Projekte sowie Projekte mit der Agentur ICE.

2015 stehen die dritte Ausgabe des Genussfestivals Südtirol und der Südtirolauftritt auf der Expo 2015 im Fokus.

2015 wird der Schwerpunkt weiterhin auf Verkaufsförderungsmaßnahmen im In- und Ausland, die Produktion von Werbemitteln und Fotos, PR-Arbeit, Online-Aktivitäten sowie Medienkooperationen gelegt.

Im Bereich Verkaufsförderung werden bereichsübergreifende Aktivitäten (verschiedene Produktgruppen und Dienstleistungen) mit Partnern vor Ort umgesetzt. Zudem wird ein Schwerpunkt auf die Durchführung von Dienstleistungen, welche von den einzelnen Produktsektoren direkt in Auftrag gegeben werden (z.B. VKF Maßnahmen Apfel D + Skandinavien, VKF Maßnahme für Speck, Stifiser, Apfel im Rahmen von EU Projekten etc.) gelegt. Individuelle Dienstleistungen wie Merchandising, Storechecks und Kontaktpflege mit Handelspartnern werden fortgeführt und auf weitere Südtiroler Unternehmen und Bereiche ausgedehnt.

2013 wurden 33 VKF Aktionen in Kernmärkten mit über 50 Südtiroler Unternehmen realisiert, 2014 werden es rund 50 Aktionen sein.

Die bearbeiteten Märkte sind unter anderem Deutschland, Italien, Skandinavien, USA, Polen und Israel.

Weiters wurde 2014 das erfolgreiche Gewinnspiel „Una spesa che cambia la vita“ in Italien umgesetzt, wo erstmals Südtiroler Qualitätsprodukte und die Destination Südtirol gemeinsam auftraten und beworben wurden.

2015 gilt es, die geplanten VKF Maßnahmen und bestehenden Werbeprogramme an die Bedürfnisse der Produzenten anzupassen und mit den Strategien und Botschaften der Sektoren sowie der Destination Südtirol zu verknüpfen. Der Bereich VKF fungiert als Knotenpunkt des operativen und strategischen Marketings.

Ziel ist es, eine einheitliche Botschaft von Qualität, Genuss und Lebensgefühl Südtirol zu vermitteln.

Im Bereich Internet wurde 2014 das Portal [suedtirolerspezialitäten.com](http://suedtirolerspezialitäten.com) überarbeitet und in zwei Bereiche gegliedert. Ein Bereich widmet sich allen Produkten inklusive Apfel, Speck und Wein und trägt die Dachmarke als Absender, der andere Bereich widmet sich ausschließlich den Produkten mit Qualitätszeichen. Die Internetseite wurde den neuen technischen Standards angepasst. Dank responsivem Webdesign wird sie nun auch auf Smartphones und Tablets optimal dargestellt. Die Inhalte wurden um die neuen Produktgruppen mit Qualitätszeichen Südtirol erweitert. In Südtirol wurde ein Gewinnspiel ausgerichtet.

Durch Kampagnen auf verschiedenen Kanälen konnten die Besucherzahlen gesteigert werden.

Ein monatlicher Newsletter wird an über 30.000 Empfänger verschickt. Auch dieser wurde für Smartphones und Tablets optimiert.

Die Facebookseite „Südtirol für Feinschmecker“ hat inzwischen über 50.000 Fans, die Seite „Südtirol Wein“ 16.000.

Eigene Internetseiten gibt es für die Produkte Apfel, Speck, Wein und für die Produkte mit dem Qualitätszeichen Südtirol. Insgesamt generieren sie zusammen mit dem Portal [suedtirolerspezialitäten.com](http://suedtirolerspezialitäten.com) rund 105.000 Besuche im Monat.

Der Bereich PR verfasst und versendet regelmäßig lokale Pressemitteilungen für die Südtiroler Qualitätsprodukte, organisiert Pressekonferenzen und PR-Events sowie das Reporting in enger Abstimmung mit der Kommunikationsabteilung der Handelskammer. Er koordiniert zudem Medienkooperationen im In- und Ausland und führt die interne Bilddatenbank. Er stimmt sich regelmäßig mit dem Land, der SMG und den PR-Agenturen in Italien und Deutschland ab. Der Bereich PR arbeitet eng mit der Internet-Abteilung zusammen und liefert die Themen für die Facebook-Seiten „Südtirol für Feinschmecker“ und Wein sowie für den monatlichen Newsletter über die Südtiroler Qualitätsprodukte.

Die 2013 erstmals herausgegebene Imagebroschüre gilt als neues Standardwerk der Südtiroler Qualitätsprodukte. Durch die Kombination Informationen/Rezepte wird sichergestellt, dass den kochbegeisterten Lesern auch Hintergrundwissen zu den Südtiroler Qualitätsprodukten vermittelt wird. Die Imagebroschüre wurde 2014 um die neuen Produkte mit Qualitätszeichen Südtirol (Speck- und Käseknödel, Freilandeier und Bier) erweitert und ins Englische übersetzt. Sie wird 2015 in den Sprachen deutsch und italienisch neu aufgelegt.

Im Frühjahr 2014 endete der zweite Ausbildungskurs zum „Genussbotschafter Südtirol“, welcher in Zusammenarbeit mit der Südtiroler Weinakademie realisiert wurde, gleichzeitig wurde die Plattform der Genussbotschafter auf [suedtirolerspezialitäten.com](http://suedtirolerspezialitäten.com) online gestellt, welche nun eine Direktbuchung der Genussbotschafter ermöglicht. Ständige Weiterbildungsprogramme garantieren den hohen Stand der Ausbildung und dienen der Qualitätssicherung. Zur weiteren Bekanntmachung der Dienstleistung werden in regelmäßigen Abständen Kampagnen durchgeführt.

Gemeinsame Projekte mit institutionellen Südtiroler Partnern werden fortgeführt. Dazu zählen die SMG, der HGV, der hds, Südtirols Schulen, der Köcheverband Südtirol, die Weinakademie und die Südtiroler Sommeliervereinigung.

Die EOS wurde von der Landesregierung mit der Umsetzung des Südtirol-Auftritts auf der Expo 2015 beauftragt. Ein eigens dafür eingesetztes Team koordiniert und realisiert den Südtirol-Auftritt.

### **EU-Projekte**

Das zweite Kampagnenjahr des EU-Projektes „PROdotti GARantiti D'Europa“ (PRO.GA.DE), eingereicht von den Konsortien Stilsfer Käse, Speck und Apfel, startet im Jänner 2015. Die EOS setzt die Kampagne als Durchführungsstelle in den vorgesehenen Märkten (Deutschland, Italien, Österreich, Tschechien) bis Ende 2016 um.

Über die EU Weinmarktordnung – Absatzförderungen in Drittländer, startet ab Oktober 2014 das Drei-Jahres-EU-Projekt „PROWIN in Japan“. Die Werbeaktivitäten sind bis Oktober 2018 vorgesehen.

Das über dieselbe Finanzierungslinie geförderte Projekt „PRO-VIT“ in den USA und Russland startet in das zweite Kampagnenjahr. Die umfangreichen Aktivitäten werden bis Oktober 2017 fortgesetzt.

Die Trägerorganisationen dieser beiden Drei-Jahres-Kampagnen für den Südtiroler Wein in den USA, Russland und Japan sind die EOS und das Konsortium Südtiroler Wein.

### **Events**

Die Abteilung Events organisiert 2015 die Bozner Weinkost, das dritte Genussfestival Südtirol, das Speckfest in Villnöss und den Brot- und Strudelmarkt in Brixen sowie diverse Kleinprojekte.

### **Kooperationsprojekte mit ICE**

Die Konvention, welche das Land Südtirol mit der Agentur ICE abgeschlossen hat, endet 2014.

Die geplanten Aktivitäten im Nahrungsmittelbereich in Deutschland, Schweden und den USA werden 2014 abgeschlossen. .

Die EOS wird - zusammen mit dem Land Südtirol - mit der Agentur ICE Verhandlungen über eine Erneuerung der Vereinbarung aufnehmen.





# VORAUSSICHTLICHER ABSCHLUSS AM 31.12.2014

Ausgaben / Einnahmen	2014	ITS	Wein	Apfel	Speck	Produkte mit MZ	Sektoren- übergreifende Werbe- initiativen	EU- Projekte	
<b>A) Ordentliche Erträge</b>									
1a) Einkünfte aus Dienstleistungen (von der Handelskammer Bozen)	377.459								
1b) Einkünfte aus Dienstleistungen (von anderen)	4.917.000	400.000	329.000	636.000	535.000	203.000	75.000	1.690.000	
2) Sonstige Einkünfte u. Rückerstattungen	461.000					29.000		25.000	
3) Beiträge von Einrichtungen der EU	189.000		280.000					189.000	
4a) Beiträge der Provinz Bozen (LG Nr. 12/2005 u. Nr. 79/1973)	888.000			280.000		328.000			
4b) Beiträge anderer öffentlicher Körperschaften	0								
5) Sonstige Beiträge	0								
6a) Handelskammerbeitrag (LG Nr. 7/2000)	6.377.000	1.175.000					517.000		
6b) Handelskammerbeitrag (Eigenmittel)	2.141.000								
<b>Summe (A)</b>	<b>15.350.459</b>	<b>1.575.000</b>	<b>609.000</b>	<b>916.000</b>	<b>535.000</b>	<b>560.000</b>	<b>592.000</b>	<b>1.904.000</b>	
<b>B) Strukturkosten</b>									
6) Institutionelle Organe	40.000								
7a) Personal (abgestellt von der Handelskammer)	550.000								
7b) Personal (eigene Angestellte)	2.196.000	84.000						112.000	
8a) Betrieb (von der Handelskammer verrechnet)	50.000								
8b) Betrieb (sonstige)	1.009.000							22.000	
9) Abschreibungen und Rückstellungen	270.000								
<b>Summe (B)</b>	<b>4.115.000</b>	<b>84.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>134.000</b>	
<b>C) Institutionelle Kosten</b>									
10) Ausgaben für Projekte und Initiativen	11.235.459	1.491.000	609.000	916.000	535.000	560.000	592.000	1.770.000	
<b>Summe (B) + (C)</b>	<b>15.350.459</b>	<b>1.575.000</b>	<b>609.000</b>	<b>916.000</b>	<b>535.000</b>	<b>560.000</b>	<b>592.000</b>	<b>1.904.000</b>	
		<b>1.575.000</b>							

	Genuss- festival	TV-Spot Italien	Verkaufs- förderung mit SMG	Sonstige Marketing- initiativeng	Expo 2015	Messe- programm	Südtirol Auftritte	Messestand	Kommuni- kation	Verwaltung und Personal
					377.459					
						1.049.000				
							247.000			160.000
	25.000		50.000	30.000		2.096.000	667.000	437.000	130.000	1.250.000
				76.000					15.000	2.050.000
	<b>25.000</b>		<b>50.000</b>	<b>106.000</b>	<b>377.459</b>	<b>3.145.000</b>	<b>914.000</b>	<b>437.000</b>	<b>145.000</b>	<b>3.460.000</b>
										40.000
										550.000
										2.000.000
										50.000
										780.000
										40.000
								207.000		<b>3.460.000</b>
								230.000		
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>437.000</b>	<b>0</b>	<b>3.460.000</b>
	25.000	0	50.000	106.000	377.459	3.145.000	914.000		145.000	
	<b>25.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>106.000</b>	<b>377.459</b>	<b>3.145.000</b>	<b>914.000</b>	<b>437.000</b>	<b>145.000</b>	<b>3.460.000</b>

# VORANSCHLAG 2015

Ausgaben / Einnahmen	2014*	2015	ITS	Wein	Apfel	Speck	Produkte mit MZ	Sektoren- übergreifende Werbe- initiativen	EU- Projekte	
<b>A) Ordentliche Erträge</b>										
1a) Einkünfte aus Dienstleistungen (von der Handelskammer Bozen)	377.459	622.541								
1b) Einkünfte aus Dienstleistungen (von anderen)	4.917.000	5.232.000	350.000	326.000	810.000	620.000	203.000	50.000	1.411.500	
2) Sonstige Einkünfte u. Rückerstattungen	461.000	256.500		3.000			29.000		34.000	
3) Beiträge von Einrichtungen der EU	189.000	329.500							329.500	
4a) Beiträge der Provinz Bozen (LG Nr. 12/2005 u. Nr. 79/1973)	888.000	888.000		280.000	280.000		328.000			
4b) Beiträge anderer öffentlicher Körperschaften	0	0								
5) Sonstige Beiträge	0	0								
6a) Handelskammerbeitrag (LG Nr. 7/2000)	6.377.000	6.867.000	1.050.000					517.000		
6b) Handelskammerbeitrag (Eigenmittel)	2.141.000	2.100.000								
<b>Summe (A)</b>	<b>15.350.459</b>	<b>16.295.541</b>	<b>1.400.000</b>	<b>609.000</b>	<b>1.090.000</b>	<b>620.000</b>	<b>560.000</b>	<b>567.000</b>	<b>1.775.000</b>	
<b>B) Strukturkosten</b>										
6) Institutionelle Organe	40.000	35.000								
7a) Personal (abgestellt von der Handelskammer)	550.000	530.000								
7b) Personal (eigene Angestellte)	2.196.000	2.094.000							129.000	
8a) Betrieb (von der Handelskammer verrechnet)	50.000	50.000								
8b) Betrieb (sonstige)	1.009.000	1.034.000							34.000	
9) Abschreibungen und Rückstellungen	270.000	300.000								
<b>Summe (B)</b>	<b>4.115.000</b>	<b>4.043.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>163.000</b>	
<b>C) Institutionelle Kosten</b>										
10) Ausgaben für Projekte und Initiativen	11.235.459	12.252.541	1.400.000	609.000	1.090.000	620.000	560.000	567.000	1.612.000	
<b>Summe (B) + (C)</b>	<b>15.350.459</b>	<b>16.295.541</b>	<b>1.400.000</b>	<b>609.000</b>	<b>1.090.000</b>	<b>620.000</b>	<b>560.000</b>	<b>567.000</b>	<b>1.775.000</b>	
<b>Ergebnis Geschäftsjahr</b>										

**\* Voraussichtlicher Abschluss**

	Genuss- festival	TV-Spot Italien	Verkaufs- förderung mit SMG	Sonstige Marketing- initiativeng	Expo 2015	Messe- programm	Südtirol Auftritte	Messestand	Kommuni- kation	Verwaltung und Personal
					622.541					
	60.000					1.389.500	12.000			
							160.500			30.000
	350.000		50.000			2.525.500	474.500	500.000	150.000	1.250.000
										2.100.000
	<b>410.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>622.541</b>	<b>3.915.000</b>	<b>647.000</b>	<b>500.000</b>	<b>150.000</b>	<b>3.380.000</b>
										35.000
										530.000
										1.965.000
										50.000
								240.000		760.000
								260.000		40.000
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>500.000</b>	<b>0</b>	<b>3.380.000</b>
	<b>410.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>622.541</b>	<b>3.915.000</b>	<b>647.000</b>		<b>150.000</b>	<b>3.380.000</b>
	<b>410.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>622.541</b>	<b>3.915.000</b>	<b>647.000</b>	<b>500.000</b>	<b>150.000</b>	<b>3.380.000</b>



# BERICHT DES KOLLEGIUMS DER RECHNUNGSPRÜFER

Am 22. Oktober 2014 hat sich das Kollegium der Rechnungsprüfer der EOS- Export Organi-sation Südtirol, Sonderbetrieb der Handelskammer Bozen, in einem Saal im Sitz in der Süd-tiroler Straße Nr. 60 versammelt.

Um 14.30 Uhr sind folgende Personen anwesend:

- Dr. Josef Vieider      - Präsident,
- Dr. Katrin Hofer      - Mitglied,
- Dr. Sandra Lando      - Mitglied.

Gegenstand der Sitzung ist die Überprüfung des Tätigkeitsprogramms und des Voran-schlages für das Geschäftsjahr 2015.

Das Kollegium der Rechnungsprüfer ist gemäß Artikel 9, Buchstabe d), der Satzung der Körper-schaft angehalten, eine Bewertung des Programms abzugeben, insbesondere im Hinblick auf die finanzielle Tragbarkeit desselben.

Das Dokument erläutert das Programm, welches die EOS im Laufe des kommenden Ge-schäftsjah-res über die verschiedenen Bereiche durchzuführen beabsichtigt. Der Voran-schlag wurde unter Berücksichtigung der geltenden Bestimmungen im Bereich der Vermö-gens- und Finanzverwal-tung der Sonderbetriebe der Handelskammern erstellt. (DPR 2. No-vember 2005, Nr. 254)

Die Unterlage wird durch eine detaillierte Aufstellung der für die verschiedenen Bereiche vorge-sehenen Ausgaben und Einnahmen ergänzt, wobei die Zahlen mit dem vo-raussichtli-chen Ab-schluss 2014 und mit dem Jahresabschluss 2013 verglichen werden. Die vom DPR Nr. 254/2005 vorge-sehene Struktur wurde weiter aufgeschlüsselt, um ausführlichere In-formationen zur Täti-gkeit des Sonderbetriebes zu vermitteln.

Das Programm ist zudem durch ein detailliertes Budget ergänzt, bezogen auf das durchzu-füh-rende Messe-programm und auf die geplanten Südtirol-Auftritte. Hierbei sind für die einzelnen Initia-tiven die unmittelbar zugeordneten Ausgaben und Einnahmen ersichtlich. Somit kann das Programm auch als Kontrollinstrument für das Unternehmen eingesetzt werden.

Der Bericht des Präsidenten, welcher dem Voranschlag für das Jahr 2015 beigefügt ist, er-scheint ausreichend. Die Tätigkeit kann wie folgt zusammengefasst werden:

## AUSGABEN

International Trade Support	€	1.400.000
Wein	€	609.000
Apfel	€	1.090.000

Speck	€	620.000
Produkte mit Qualitätszeichen	€	560.000
Sektorenübergreifende Werbeinitiativen	€	567.000
EU-Projekte	€	1.775.000
Genussfestival	€	410.000
Verkaufsförderung mit SMG	€	50.000
EXPO 2015	€	622.541
Messeprogramm	€	3.915.000
Südtirol-Auftritte	€	647.000
Messestand	€	240.000
Abschreibungen	€	300.000
Kommunikation	€	150.000
Verwaltung	€	845.000
Personal	€	2.495.000
<b>SUMME</b>	<b>€</b>	<b>16.295.541</b>

#### **ERTRÄGE**

Einkünfte aus Dienstleistungen (von der Handelskammer Bozen)	€	622.541
Einkünfte aus Dienstleistungen (von anderen)	€	5.232.000
sonstige Einkünfte und Rückerstattungen	€	256.500
Beiträge von Einrichtungen der EU	€	329.500
Beiträge der Provinz Bozen (LG Nr. 12/2005 u. Nr. 79/1973)	€	888.000
Handelskammerbeitrag (LG Nr. 7/2000)	€	6.867.000
Handelskammerbeitrag (Eigenmittel)	€	2.100.000
<b>SUMME</b>	<b>€</b>	<b>16.295.541</b>

Nach Überprüfung des Tätigkeitsprogramms für das kommende Geschäftsjahr stellt das Kollegium fest, dass:

- das Tätigkeitsprogramm und der Voranschlag für 2015, welche zur Genehmigung vorliegen, unter Berücksichtigung der Kürzung des Handelsbeitrages, wie von derselben am 14.10.2014 mitgeteilt, sowie der Anpassungen der geplanten Beiträge der Autonomen Provinz zur Unterstützung der Tätigkeit des Sonderbetriebes, erstellt wurden;
- die Strukturkosten sich im Ausmaß 24,81% auf die Gesamtausgaben auswirken;  
(Personalkosten 16,10% - Institutionelle Organe und Betrieb 6,87% - Abschreibungen und



Rückstellungen 1,84%)

- die öffentlichen Zuschüsse 62,50% der Einnahmen darstellen; (Handelskammer (LG Nr. 7/2000) 42,14% - Handelskammer (Eigenmittel) 12,89% - Provinz Bozen 5,45 % - EU 2,02%);

Dies vorausgeschickt

#### **äußert**

das Kollegium der Rechnungsprüfer seine Zustimmung zur Genehmigung des Tätigkeitsprogramms und Voranschlages 2015, wie vom Präsidenten der EOS vorgeschlagen.

Voraussetzung für die Durchführung des Tätigkeitsprogrammes bleibt, sowohl für den von der Handelskammer Bozen, als auch für den von der Autonomen Provinz Bozen finanzierten Anteil, eine Verpflichtung seitens der beiden Körperschaften.

Die Sitzung endet nach Abfassung und Unterzeichnung des vorliegenden Protokolls um 15.30 Uhr

DER PRÄSIDENT DES KOLLEGIUMS DER RECHNUNGSPRÜFER


(Dr. Josef Vieider)

DIE MITGLIEDER

Dr. Katrin Hofer

Dr. Sandra Lando





**PROGRAMMA DI ATTIVITÀ E  
PREVENTIVO  
ORGANIZZAZIONE EXPORT  
ALTO ADIGE – EOS**

**2015**

**EOS.**



# RELAZIONE DEL PRESIDENTE

Il programma di attività 2015 è stato esaminato nel dettaglio e infine approvato dal Consiglio amministrazione come segue.

L'EOS continuerà la propria attività al servizio delle aziende e il proprio lavoro di assistenza ai reparti export e marketing attraverso una serie di attività di sostegno all'economia.

L'alto livello dei prodotti e dei servizi delle aziende locali è noto oltre i confini provinciali e contribuisce a sviluppare un'immagine positiva dell'Alto Adige, fondata soprattutto su una qualità sviluppatasi nel corso degli anni.

Nel 2015 sarà posta particolare attenzione al mercato interno ponendo nella giusta luce l'immagine e rafforzandone la percezione positiva anche all'interno dei confini nazionali. L'EOS prenderà spunto dal 10° anniversario dalla creazione del marchio di qualità Alto Adige. In tale occasione si posizioneranno dei pannelli dell'Alto Adige in tutte le stazioni di servizio dell'autostrada.



# ABSTRACT

Quale organizzazione di servizi nell'ambito della promozione vendite e del marketing di prodotto, l'EOS ha quale fine strategico l'internazionalizzazione delle aziende altoatesine e l'aumento del grado di notorietà dei prodotti di qualità dell'Alto Adige.

Il contatto diretto con i clienti rappresenta quindi un elemento di fondamentale importanza: nel 2015, il reparto International Trade Support punta a mantenere stabile il numero di aziende assistite, attualmente a quota 1.000. Le offerte presenti nel portfolio dei servizi dell'EOS sono, infatti, basate sulle necessità delle aziende esportatrici e comprendono iniziative d'ingresso, sviluppo e consolidamento del mercato.

Nel 2015 sono in programma 38 fiere nazionali e internazionali. A ciò si aggiunge la partecipazione dell'Alto Adige all'Expo 2015 di Milano, prevista da maggio a settembre, nel corso della quale vengono presentati numerosi aspetti della provincia. La rete di partner dell'EOS sarà ulteriormente ampliata.

Il settore agroalimentare locale gioca un ruolo decisivo nella creazione di valore e nell'occupazione in Alto Adige ed è in gran parte destinato all'esportazione.

Nel 2015, il reparto Marketing Support punta a mantenere la posizione ormai consolidata dei prodotti di qualità sul mercato locale e nazionale grazie a iniziative mirate di promozione; contemporaneamente sono in programma attività di marketing in nuovi mercati di esportazione. Le campagne promozionali in specifici settori (mela, speck, vino, prodotti con marchio di qualità) sono inoltre affiancate da attività a carattere multisettoriale, come ad esempio iniziative dedicate al web, PR, promozione delle vendite, progetti UE ed eventi.

I programmi di attività dettagliati di entrambi i reparti dell'EOS, il programma fieristico e il budget sono riportati nelle pagine seguenti.





# INTERNATIONAL TRADE SUPPORT

Il compito principale dell'EOS consiste nell'incentivazione delle esportazioni e nel sostegno alle attività di internazionalizzazione. Il reparto International Trade Support offre una serie di servizi di consulenza, d'informazione e di sostegno alle aziende altoatesine:

## **FORNIAMO CONSULENZA.**

Le aziende altoatesine possono approfittare della pluriennale esperienza e della competenza dei collaboratori dell'EOS. Mediante un dialogo continuo con le singole aziende vengono predisposte soluzioni personalizzate che tengono conto anche delle eventuali opportunità in materia di assicurazioni, incentivi e finanziamenti. Il network di partner internazionali costituisce un importante pilastro ai fini dell'analisi delle opportunità e dei rischi connessi ai progetti export.

### **Export Helpdesk: Il punto di partenza per chi vuole iniziare a esportare**

L'Export Helpdesk fornisce risposte rapide e mirate a tutte le domande relative all'attività di esportazione. Questa struttura dà consigli in materia di diritto doganale e commercio estero, oltre che sulle norme di importazione e di esportazione, sui documenti export, sul diritto contrattuale e tributario internazionale, sulla gestione dei trasporti, sui sistemi di pagamento, sugli investimenti esteri e su molti altri argomenti ancora. L'obiettivo è di superare in modo efficace tutti gli ostacoli che si presentano nel corso delle attività tese all'esportazione di beni e servizi.

### **Consulenza export: L'EOS ricerca il colloquio diretto sul posto**

Il contatto diretto con il cliente è di assoluta importanza. A tal fine i collaboratori dell'EOS ricercano un contatto diretto con l'azienda. Attraverso una consulenza mirata è possibile fornire consigli sulle iniziative, sui progetti export, sulle fiere e sulle missioni imprenditoriali maggiormente adatti alla singola impresa nonché sulle possibilità di ottenere agevolazioni.

### **Rete di partner all'estero: un'importante fonte di informazioni per le aziende altoatesine**

La vendita di merci e servizi all'estero pone le imprese in contatto con altre realtà. Grazie a una rete di partner in oltre 60 paesi è possibile ricevere le informazioni più disparate: non solo sul potenziale del mercato ma anche sugli usi e costumi, sulle particolarità culturali e linguistiche nonché sulla normativa e sull'ordinamento giuridico nei singoli paesi.

### **Giornate di consulenza: colloqui individuali**

L'EOS organizza regolarmente incontri con esperti provenienti da uno o più paesi, invitandoli in Alto Adige per dare la possibilità ai partecipanti di ricevere informazioni e conoscere le esperienze fatte finora nei singoli mercati. Gli incontri con gli esperti possono essere prenotati per consulenze individuali e per ottenere informazioni sulle procedure da seguire e sulle chance commerciali dei singoli prodotti nel mercato specifico.

### **Assicurazione e finanziamento delle esportazioni: con il piede giusto all'estero**

Attraverso questo servizio l'EOS assiste le piccole e medie imprese altoatesine intenzionate a partire con il piede giusto nel commercio con l'estero. Per poter accedere a questo servizio, è necessario che prima della sottoscrizione del contratto con il partner estero, l'azienda interessata a esportare si rivolga all'EOS. Assieme alla OeKB (ente di controllo bancario austriaco) si verificano quindi tutti i presupposti ai fini del successo dell'operazione, come ad es. la solvibilità dei partner, la situazione politica ecc. In caso di parere positivo, l'azienda riceve un'assicurazione sull'export, che la banca dell'azienda deve considerare all'atto della concessione del credito. Il risultato è un vantaggio finanziario derivante dalla combinazione di assicurazione export e rifinanziamento: in questo modo è possibile elaborare un'offerta rivalutata per l'acquirente estero e aumentare così la concorrenzialità dell'azienda altoatesina.

## **DIAMO INFORMAZIONI.**

In un'epoca in cui chiunque è in grado di reperire una quantità esorbitante di informazioni non filtrate, l'EOS si è assunta l'impegno di fornire dati di effettivo rilievo per le aziende altoatesine. Dalle banche dati globali è possibile estrarre tutti quei dati su aziende, mercati e settori che sono rilevanti ai fini della decisione ottimale. Attraverso le diverse manifestazioni a tema viene trasmesso il sapere e incentivato lo scambio di esperienze tra gli esportatori altoatesini e gli esperti.

### **Informazioni e solvibilità: informazioni e dati su aziende in tutto il mondo**

L'EOS è al fianco delle aziende nella ricerca di dati e informazioni su nuovi clienti o partner commerciali. Attraverso l'abbonamento a rinomate agenzie informative è possibile avere una buona panoramica su bilanci, profilo finanziario, solvibilità e altre informazioni riguardanti un'impresa. Grazie all'EOS, le aziende altoatesine hanno accesso a banche dati come Euromonitor International London, Creditreform e Honyvem..

### **Informazioni sul mercato e sul settore: la base di partenza per avere le idee chiare**

Non importa se si tratta dell'introduzione di un nuovo prodotto in un nuovo mercato o dell'uscita da un mercato già esistente: per prendere la giusta decisione serve una scrupolosa analisi di mercato. L'EOS procura alle aziende altoatesine informazioni aggiornate e affidabili su mercati e settori. I collaboratori ricercano in maniera mirata unicamente le informazioni definite a priori. La ricerca può riguardare aspetti come la dimensione del mercato, le tendenze di sviluppo, i principali concorrenti, le quote di mercato dei concorrenti nonché i canali di vendita del settore.

## **OFFRIAMO SUPPORTO.**

Assieme alle aziende altoatesine, l'EOS elabora progetti export su misura, predispone stand collettivi alle fiere, organizza missioni aziendali e viaggi delegazioni. L'EOS fornisce supporto all'attività imprenditoriale, consente un risparmio attraverso la concessione di agevolazioni e sostiene l'internazionalizzazione delle imprese altoatesine. L'EOS sfrutta, inoltre, la notorietà dell'Alto Adige per richiamare l'attenzione sulle imprese locali.

### **Progetti export: modelli vincenti su misura**

Il progetto export offre reali possibilità di conoscere nuovi mercati e allacciare relazioni commerciali. L'attuazione di un progetto export è basata unicamente sulle esigenze delle aziende. Mediante il coinvolgimento del proprio network di partner internazionali, l'EOS è in grado di offrire

consulenza a singole aziende o a gruppi di imprese, verificare la possibilità di ottenere agevolazioni, procurare le informazioni di mercato richieste, coordinare il contatto con eventuali partner e organizzare incontri individuali sul posto.

Nel 2015 i progetti export saranno intensificati, in particolar modo sotto forma di progetti di cooperazione tra più aziende come ad es. pool aziendali, showroom collettivi ed altre forme di collaborazione che prevedono un coinvolgimento sinergico delle aziende interessate.

### **Consulenza giuridica: esportare in maniera impeccabile da un punto di vista giuridico**

L'EOS può fornire consulenza legale nel caso in cui un contratto debba essere rivisto o riscritto o se vi sono da chiarire questioni giuridiche in relazione a tematiche riguardanti le attività di esportazione o sia in programma l'apertura di una sede commerciale all'estero. Consulenti esterni, specializzati nei vari campi, predispongono gli opportuni documenti contrattuali sulla base delle indicazioni dei clienti, forniscono consulenze per aprire succursali di vendita o rispondono in modo dettagliato alle domande riguardanti l'export.

### **Viaggi imprenditoriali: insieme per ottenere risultati maggiori**

Per gruppi di almeno tre imprese altoatesine, l'EOS organizza regolarmente missioni imprenditoriali all'estero. Queste possono essere riservate a singoli settori o riguardare trasversalmente più settori ed essere incentrate su determinati mercati. Prima della missione, sulla base degli obiettivi che s'intende conseguire e con l'ausilio del network di partner internazionali dell'EOS, vengono individuati i potenziali clienti e organizzati incontri con autorità, ambasciate e rappresentanti del mondo economico e politico nonché appuntamenti per colloqui B2B. L'EOS organizza e segue l'intero viaggio nel mercato di destinazione.

### **Viaggi delegazione: porte aperte per potenziali clienti**

I viaggi delegazione sono organizzati al fine di presentare le aziende a potenziali clienti direttamente sul posto e portare in Alto Adige giornalisti, autorità politiche o esponenti del mondo economico. Per gruppi di almeno tre imprese dell'Alto Adige, l'EOS si fa carico dell'organizzazione di delegazioni estere in Alto Adige, permettendo così alle aziende altoatesine di concentrarsi sulla presentazione della propria impresa. Il programma interessante e vario, evidenzia gli aspetti migliori della provincia e dei suoi prodotti, oltre che delle aziende partecipanti, facendo sì che gli ospiti rimangano a lungo positivamente colpiti dall'Alto Adige.

### **Fiere: vincenti a livello nazionale e internazionale**

Le fiere rientrano tra gli strumenti più importanti nelle attività commerciali e di marketing delle imprese. L'EOS può contare su 15 collaboratori per l'organizzazione di stand collettivi in diversi settori. In questo modo è possibile aumentare gli effetti sinergici e la visibilità delle aziende altoatesine. In presenza di almeno tre espositori altoatesini, l'EOS organizza la partecipazione alla fiera, comprensiva di iscrizione, organizzazione, concetto espositivo, montaggio e smontaggio dello stand, trasporto e assistenza durante tutta la durata della manifestazione fieristica. A richiesta l'EOS organizza anche incontri con potenziali clienti e fornisce consulenza per la preparazione e per l'analisi ex post. Tali iniziative usufruiscono inoltre dell'agevolazione export concessa dalla Provincia.

### **Seminari export: formazione mirata**

Le esportazioni pongono di fronte a situazioni di criticità tutti i dipendenti, non solo quelli addetti alle vendite o il titolare stesso. Una specifica formazione sulle più svariate tematiche in materia di export permette all'intera azienda di svilupparsi e di crescere. Esportazioni, adempimenti doganali e diritto tributario, condizioni contrattuali, modalità di pagamento e trasporti sono solo alcune delle tematiche che vengono affrontate nell'ambito del ricco programma di seminari stilato as-

sieme a WIFI Formazione.

### **Export Coach: il partner giusto per varcare il confine.**

Sia per la ricerca di nuovi mercati di sbocco, sia per l'attuazione dei piani di internazionalizzazione l'EOS è in grado di mettere a disposizione un manager professionale ed esperto. Questo affiancherà l'azienda direttamente a domicilio. Insieme ad essa si predispone un piano per la propria internazionalizzazione. L'Export Coach trascorre in azienda due giornate al mese per almeno un anno (prorogabile a massimo due), evidenziando i potenziali dell'impresa nel campo dell'export, trasmettendole conoscenze e ricercando soluzioni volte a favorire la penetrazione nel mercato d'interesse.

## **PUNTI CHIAVE 2015**

### **Servizi EOS promossi in maniera maggiormente incisiva**

- Aumento dell'utilizzo del "Fondo per l'Esportazione Alto Adige".
- Consolidamento dell'Helpdesk e potenziamento della consulenza sul posto.
- Progetti di acquisizione, in particolar modo progetti di cooperazione che aumentino la comunicazione e le relative iniziative.
- Potenziamento della comunicazione fiere.
- Verifica accesso a ulteriori banche dati.

### **Manifestazioni**

- La Exportweek sarà organizzata per la quarta volta ad aprile 2015. Questa manifestazione ha l'obiettivo di avvicinare alle imprese altoatesine in tema di export in tutte le sue sfaccettature. Come già nelle precedenti edizioni, all'incontro "Meet the world" sarà presentata alle imprese altoatesine la rete di partner dell'EOS e 15-20 mercati di tutto il mondo saranno "portati in Alto Adige" grazie ai vari partner dell'EOS. Workshop informativi e seminari offriranno diverse possibilità di scambio e opportunità di collaborazione.
- Giornate di consulenza (periodicamente): a cadenza regolare l'EOS organizza giornate di consulenza con i propri partner di tutto il mondo. Alla giornata di consulenza partecipano congiuntamente partner provenienti da più paesi e appartenenti a diversi settori.
- Incontri di architetti – Alpitecture: nel 2015 la manifestazione sarà organizzata nell'ambito delle "Giornate dell'architettura" dal 10 al 15 giugno 2015 unitamente a visite aziendali e congressi sull'architettura.
- Business Speed Dating: per il 2015 è in programma una manifestazione in collaborazione con il Trentino, in occasione dell'EXPO 2015, nonché nei mercati limitrofi.
- Durante l'EXPO 2015, da maggio a ottobre, sono in programma diverse manifestazioni presso lo stand Alto Adige.

### **Mercati**

L'attenzione continua a essere focalizzata sui mercati vicini (Germania, Austria, Svizzera), Secondi per importanza sono i cosiddetti mercati domestici dell'UE. Le aziende sono costantemente aggiornate sull'evoluzione dei mercati in via di sviluppo. Per il 2015 sono in programma diverse attività in Giappone, Sud Africa, Cile e USA.

# PROGRAMMA FIERE

Le fiere sono da sempre un importante strumento del marketing, attraverso il quale le ditte si possono presentare all'estero. L'attività fieristica costituisce una priorità di bilancio nell'attività dell'EOS ed ha carattere plurisettoriale: 15 collaboratori EOS si occupano dell'organizzazione di almeno una fiera all'anno (alcuni ne curano fino a 5 all'anno). Tre collaboratori del settore fiere sono responsabili della manutenzione e della cura degli stand, dei mobili e dell'abbigliamento fieristico. Inoltre coordinano stoccaggio e logistica.

Per il 2015 l'EOS ha in programma 38 fiere nazionali e internazionali. Otto di queste (in corsivo) sono nuove. Le fiere leader assumono dimensioni sempre maggiori in quanto sono sempre più le aziende che vogliono essere presenti in esse. Fiere di dimensioni ridotte in paesi lontani danno la possibilità di informarsi sui vari mercati. A marzo 2015 si concentrano alcune importanti fiere (IHM, Prowein, MADE Expo, ISH, Vinitaly, ITB, ...) e il team fieristico sarà chiamato a coordinare questo passaggio obbligato per tempo. Anche l'EXPO 2015 a Milano potrebbe costituire una limitazione del settore fiera/magazzino e dovrà essere gestita con adeguato preavviso.

Poiché alcune aziende non potranno più accedere alle agevolazioni De Minimis, si tornerà a un'attribuzione 50:50 dei costi di partecipazione con una conseguente diminuzione del budget fieristico 2015 pari a 250.000 €.

## CALENDARIO FIERE 2015

N.	Manifestazione fieristica	Breve descrizione	Paese	Luogo	Data
1	Winter Fancy Food	Principale fiera dedicata agli alimenti e alle bevande nel Nord America	USA	San Francisco	11-13.01.2015
2	BAU München	Fiera leader a livello mondiale per architettura, materiali e sistemi edili	Germania	Monaco di Baviera	19-24.01.2015
3	Tiroler Hausbaumesse	Esposizione a catalogo: NEUE Tiroler Hausbau & Energie Messe	Austria	Innsbruck	29.01-01.02.2015
4	Golfmesse Zürich	Fiera leader specializzata sul golf in Svizzera	Svizzera	Zurigo	29.01-01.02.2015
5	Fruit Logistica	Fiera specialistica internazionale per il settore ortofrutticolo	Germania	Berlino	4.-6.02.2015

N.	Manifestazione fieristica	Breve descrizione	Paese	Luogo	Data
6	Biofach	Fiera leader a livello mondiale per i prodotti biologici	Germania	Norimberga	11-14.02.2015
7	HOGA	Terza fiera per importanza nel settore gastro-alimentare tedesco	Germania	Norimberga	22-25.02.2015
8	Com.Bau	Fiera edile del Vorarlberg	Austria	Dornbirn	20.-22.02.2015
9	Energiesparmesse Wels	Fiera del settore energetico austriaca	Austria	Wels	26.02-1.03.2015
10	Beauty Forum	Manifestazione di settore dedicata alla cosmesi in Svizzera	Svizzera	Zurigo	28.02-1.03.2015
11	ISH	Fiera leader a livello mondiale incentrata sul mondo del bagno, dell'edilizia, dell'energia, dell'efficienza energetica e della climatizzazione	Germania	Francoforte	10.-14.03.2015
12	Pro Wein	Fiera internazionale specializzata in vini e distillati	Germania	Düsseldorf	15-17..03.2015
13	IHM	Fiera internazionale dell'artigianato	Germania	Monaco di Baviera	metà marzo
14	Made Expo	Milano Architettura Design Edilizia	Italia	Milano	18.-21.03.2015
15	Vinitaly	Fiera internazionale specializzata in vini e distillati	Italia	Verona	22.-25.03.2015
16	Klimahouse Como o Sicilia	Fiera dedicata all'efficienza energetica	Italia	Como/Palermo	primavera
17	Klimahouse Toscana	Fiera dedicata all'efficienza energetica	Italia	Firenze	17.-19.04.2015
18	PLMA	Fiera internazionale per marchi commerciali	Niederlande	Amsterdam	19.-20.05.2015
19	Industriemesse Hannover	Maggiore fiera mondiale dedicata all'industria	Germania	Hannover	13.-17.04.2015
20	Interschutz	Principale fiera dedicata alla protezione incendi/catastrofi, salvataggio e sicurezza	Germania	Hannover	8.-13.06.2015
21	Summer Fancy Food	Maggiore fiera dedicata agli alimenti e alle bevande del Nord America	USA	New York	28.-30.06.2015

N.	Manifestazione fieristica	Breve descrizione	Paese	Luogo	Data
22	Asia Fruit Logistica	Fiera internazionale del settore ortofrutticolo in Asia	China	Hong Kong	settembre
23	Sana	Fiera internazionale specializzata in prodotti biologici e naturali	Italia	Bologna	settembre
24	Tent	Fiera dedicata al design	UK	Londra	settembre
25	Anuga	La maggiore fiera a livello mondiale dedicata al commercio, alla gastronomia e al consumo fuori casa	Germania	Colonia	10.- 14.10.2015
26	Minergie EXPO/Holz-Bau-fiera	Fiera incentrata sul comfort abitativo e l'edilizia ad efficienza energetica	Svizzera	Berna	autunno
27	Klimahouse Puglia	Fiera dedicata all'efficienza energetica	Italia	Bari	autunno
28	Gourmesse	Fiera dedicata ai buongustai	Svizzera	Zurigo	ottobre
29	Expo Real	Fiera internazionale specialistica del settore immobiliare e investimenti	Germania	Monaco di Baviera	ottobre
30	Branchentag Holz	Forum di settore dedicato all'innovazione, incontri e parternariati	Germania	Colonia	3.- 4.11.2015
31	BIG5	Maggiore fiera edile del Medio Oriente	EAU	Dubai	novembre
32	Alles für den Gast	Fiera internazionale dedicata a gastronomia e hotellerie	Austria	Salisburgo	novembre
33	Agritecnica	Il mondo della tecnologia agricola	Germania	Hannover	10.- 14.11.2015
34	Igeho	Fiera internazionale del settore alberghiero, gastronomico e del consumo fuori casa	Svizzera	Basilea	21.- 25.11.2015
35	Vinitaly Hong Kong	Fiera internazionale specializzata in vini e distillati	Hong Kong	Hong Kong	novembre
36	Heim & Handwerk	Fiera rivolta al consumatore dedicata a edilizia, arredamento e decorazione della casa	Germania	Monaco di Baviera	novembre
37	Artigiano in Fiera	Fiera dedicata all'artigianato a Milano	Italia	Milano	dicembre

### Presenza fieristica Alto Adige

Accanto ad alcune fiere e manifestazioni di particolare interesse per la Provincia di Bolzano, l'EOS organizza anche esposizioni finalizzate alla promozione dell'economia in generale o di alcuni settori in particolare. L'adesione a queste manifestazioni avviene in accordo con la Provincia autonoma di Bolzano e i costi sono interamente coperti tramite mezzi propri dell'EOS. Nel corso di queste partecipazioni fieristiche vengono venduti prodotti promozionali, il cui ricavato va all'EOS.

Possono essere organizzate presentazioni dell'Alto Adige in occasione di fiere anche in concomitanza ad una partecipazione collettiva di imprese altoatesine

### Presentazioni dell'Alto Adige in occasione di fiere senza stand collettivi

N.	Fiera	Breve descrizione	Paese	Città	Data
1	Grüne Woche	Maggiore fiera mondiale dedicata all'alimentazione, all'agricoltura e al giardinaggio	Germania	Berlino	16-25.01.2015
2	Mostra Vini Bolzano	Mostra Vini Bolzano	Italia	Bolzano	marzo
3	Hotel	Tutto per l'hotellerie e la gastronomia	Italia	Bolzano	ottobre
4	Fiera d'autunno	Fiera specializzata in prodotti di qualità a carattere regionale	Italia	Bolzano	novembre
5	Food & Life	Fiera per gourmet e buongustai	Germania	Monaco di Baviera	novembre

### Presentazioni dell'Alto Adige in occasione di fiere con stand collettivi

N.	Fiera	Breve descrizione	Paese	Città	Data
1	IHM	Fiera internazionale dell'artigianato	Germania	Monaco di Baviera	metà marzo
2	Heim & Handwerk	Fiera rivolta al consumatore dedicata a edilizia, arredamento e decorazione della casa	Germania	Monaco di Baviera	novembre



# MARKETING SUPPORT

Il reparto Marketing Support dell'EOS svolge attività di marketing in mercati di sbocco sia tradizionali che nuovi per i prodotti alimentari di qualità Alto Adige.

Ne fanno parte i seguenti prodotti:

- Prodotti con indicazione d'origine protetta (IGP):  
Mela Alto Adige IGP; Speck Alto Adige IGP; Vini di qualità Alto Adige; formaggio Stelvio DOP
- Prodotti con il marchio di qualità Alto Adige: latticini dell'Alto Adige; pane e prodotti da forno; grappa; verdura; patate e asparagi; piccoli frutti e ciliegie; succo di mela, frutta secca, spicchi di mela, composta di frutta; miele; erbe aromatiche; carne di manzo; uova da allevamento all'aperto; birra; canederli allo speck e al formaggio
- Altri prodotti alimentari tipici dell'Alto Adige

Il settore agroalimentare altoatesino gioca un ruolo importante per la creazione di valore e l'occupazione ed è in gran parte orientato all'esportazione.

Campagne promozionali settoriali vengono realizzate per mela, speck, vino e prodotti di qualità. Mediante attività multisettoriali, particolari iniziative online e di public relation, attività di promozione delle vendite, progetti UE ed eventi è possibile ottenere importanti sinergie.

Fungono da piattaforma delle iniziative i mercati tradizionali, come ad es. Italia (Alto Adige compreso), Germania, Austria e Svizzera. Contemporaneamente sono condotte attività di marketing in mercati predefiniti di esportazione (paesi scandinavi, UK, Benelux, Polonia, Repubblica Ceca, Russia, USA, Giappone).

A fondamento di tutte le campagne promozionali vi è una pianificazione strategica e a medio termine (strategia triennale) per tutti i settori.

Sono committenti e partner dell'EOS la Provincia, i consorzi, le associazioni di categoria, i gruppi d'imprenditori e le singole aziende.

Altri partner sono l'Alto Adige Marketing, l'Unione albergatori, l'Associazione Cuochi Alto Adige, il TIS, l'Accademia del vino Alto Adige e l'Associazione Sommelier dell'Alto Adige e, al di fuori dei confini provinciali, l'Agenzia ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) e la Slow Food.

Tutte le iniziative di marketing avvengono mediante uno scambio continuo di informazioni tra EOS, Provincia, Alto Adige Marketing, partner dei prodotti con conseguente sfruttamento delle sinergie che ne derivano.

## **Obiettivi**

Gli obiettivi strategici sono:

- consolidamento della quota di mercato e ulteriore aumento dell'immagine e del livello di notorietà dei prodotti di qualità altoatesini con indicazione d'origine protetta nei mercati tradizionali (Italia, Germania, Austria, Svizzera), Alto Adige incluso;
- creazione, consolidamento e aumento del fatturato di prodotti di alimentari di qualità nei mercati di sbocco tradizionali e nuovi (paesi scandinavi, UK, Benelux, Polonia, Repubblica Ceca, Russia, USA, Giappone)

## **Punti chiave**

Le classiche attività di promozione dell'immagine sono affiancate – soprattutto per i nuovi mercati – da iniziative di promozione delle vendite.

Per il 2015 i punti chiave del programma di attività sono costituiti dalle seguenti iniziative:

- organizzazione di attività promozionali specifiche per i prodotti;
- organizzazione di iniziative plurisetoriali;
  - o organizzazione di interventi per la promozione delle vendite nel commercio al dettaglio di alimentari in Italia e all'estero;
  - o 3° edizione del Festival del Gusto Alto Adige a fine maggio 2015
  - o integrazione dei prodotti di qualità Alto Adige presso l'EXPO 2015
  - o organizzazione di iniziative/eventi per singoli gruppi di prodotti (Mostra Vini di Bolzano, Mercato del Pane e dello Strudel Alto Adige a Bressanone, Speckfest Alto Adige Val di Funes);
  - o realizzazione di programmi promozionali internazionali (progetti UE per mela, speck, vino, formaggio Stelvio rivolti al mercato interno e ai paesi terzi);
  - o attività online per prodotti di qualità Alto Adige;
  - o attività PR per prodotti di qualità Alto Adige.

## **Settore prodotti**

Dal punto di vista organizzativo vengono svolti i compiti prestabiliti relativi ai settori mela, speck, vino e prodotti con il marchio di qualità Alto Adige (Key Account Management) e ai settori funzionali PR, internet, progetti UE, eventi e incentivazione delle vendite. Riguardo ai prodotti vengono definiti obiettivi, strategie e provvedimenti, mentre attraverso i settori funzionali si organizzano e svolgono le corrispondenti attività di marketing.

I mezzi finanziari saranno garantiti in parte dall'Amministrazione provinciale e dalla Camera di commercio e in parte dalle imprese stesse.

## **Marchio ombrello e marchio di qualità Alto Adige**

I valori collettivi del marchio ombrello (filosofia del marchio ombrello) sono alla base di tutte le attività di marketing.

Il marchio di tutela Alto Adige, introdotto nel 1976 con la legge provinciale, è stato sostituito alla fine del 2005 dal marchio di qualità Alto Adige (con la legge provinciale n. 12/2005). Il marchio di qualità, conforme alla normativa UE, garantisce la qualità dei prodotti Alto Adige attraverso severi controlli. Il nuovo marchio ombrello Alto Adige è entrato in vigore il 1° gennaio 2005 ed è disciplinato dal relativo regolamento.

Il marchio ombrello e il marchio di qualità presentano un corporate design armonizzato. Entrambi i marchi utilizzano l'immagine positiva e lo straordinario livello di notorietà dell'Alto Adige nei mercati più importanti. Le sinergie create grazie alla chiara riconoscibilità dei due marchi facilitano la trattazione dei nuovi mercati.

### **Mela Alto Adige IGP**

Su incarico del Consorzio Mela Alto Adige e in collaborazione con le organizzazioni dei produttori VOG, VI.P, Fruttunion e FOS, l'EOS svilupperà la campagna promozionale per la stagione 2014-2015 sulla base degli anni precedenti. Allo stesso tempo l'immagine positiva formatasi negli anni passati viene consolidata nei mercati prioritari, come la Germania e i paesi scandinavi, e costruita nei nuovi mercati. La denominazione di origine "Alto Adige" viene utilizzata come garanzia per un prodotto di eccellenza per tutti i marchi dei produttori stabiliti e come punto fermo per tutte le attività promozionali.

Le attività pubblicitarie nei singoli mercati durante il periodo di commercializzazione 2014/2015 prevedono campagne di incentivazione delle vendite, inserzioni sulla stampa specializzata, PR, cooperazioni, sponsoring, attività online, nonché partecipazioni a fiere ed eventi. In Germania sono inoltre incrementate le iniziative di promozione delle vendite al fine di contrastare gli effetti dell'embargo russo.

Il budget è composto da risorse della Provincia e comunitarie nonché da autofinanziamento assicurato dal settore mele.

### **Speck Alto Adige IGP**

L'EOS realizza attività di marketing per lo speck Alto Adige IGP su incarico del Consorzio Speck Alto Adige. Alla base di tali attività vi è la strategia triennale 2015-2017. L'obiettivo è il consolidamento e l'ampliamento dell'immagine positiva dello speck Alto Adige IGP in Italia, in Germania e negli USA nonché la costruzione di una "cultura dello speck" nella gastronomia altoatesina.

Le iniziative di promozione si basano su PR, attività di incentivazione delle vendite, annunci, attività online, nonché partecipazioni fieristiche ed eventi. Il budget e l'efficacia aumentano grazie alle sinergie sui progetti di collaborazione plurisettoriali. Si lavora inoltre a un aggiornamento grafico del logo dello speck Alto Adige.

### **Vini di qualità Alto Adige**

Su incarico del Consorzio Vini Alto Adige, nel 2015 si proseguirà con il programma strategico triennale 2015-2017.

In primo piano vi sono l'ampliamento dell'immagine dell'Alto Adige come regione del vino bianco, con vini in grado di tener testa a leader a livello internazionale, il risalto della varietà attraverso il rilievo dei vini di punta e la presentazione d'insieme della regione vinicola Alto Adige. L'Alto Adige quale regione montana ha tutte le carte in regola per continuare a produrre vini freschi e aromatici!

Il vino altoatesino deve continuare ad essere la prima scelta in Alto Adige nonché raggiungere una posizione come prima regione d'Italia e a livello internazionale per quanto riguarda il vino bianco. In tale contesto Russia e Giappone sono visti quali nuovi mercati di sbocco.

Il nodo centrale di queste misure è la promozione della "capsula Alto Adige" come elemento di riconoscimento comune che sottolinea la provenienza del vino. Altri punti importanti sono dati da internet e social media così come le public relations. Le attività promozionali collettive sono volte a un rafforzamento dell'immagine e all'aumento delle vendite attraverso una comunicazione mirata e la promozione vicina alla vendita in mercati selezionati.

Oggetto delle attività promozionali sono i vini DOC e IGT altoatesini, con un occhio di riguardo

alle varietà di punta.

Vini di punta appositamente selezionati devono attirare l'attenzione sull'Alto Adige a livello internazionale.

### **Latte e latticini dell'Alto Adige**

La Federazione Latterie Alto Adige ha incaricato l'EOS di coordinare e condurre nel 2014 e nel 2015 il progetto scolastico per le classi terze della scuola elementare. L'economia lattiero-casearia altoatesina è inoltre presente in tutte le iniziative plurisettoriali realizzate dall'EOS (Festival del Gusto, attività di public relation in Alto Adige, cooperazione con i media, fiere, progetti ICE, ecc.).

### **Prodotti con il marchio di qualità Alto Adige**

Per i prodotti con il marchio di qualità Alto Adige, nel 2015, sarà elaborata per la prima volta una strategia multisettoriale, da cui deriveranno i punti principali delle strategie triennali dei singoli settori. Le strategie saranno poi sviluppate in collaborazione con le commissioni di esperti. Tutte le campagne pubblicitarie si baseranno su tali strategie.

L'obiettivo è l'ulteriore pubblicizzazione e l'affermazione dei prodotti di qualità in Alto Adige e in Italia.

Sarà inoltre migliorato il profilo dei prodotti che già recano il marchio di qualità e di quelli che l'hanno appena acquisito (birra, uova, cibi pronti) nonché del marchio stesso (qualità, provenienza, sicurezza).

Le attività promozionali comprendono manifestazioni ed eventi, interventi di public relation, campagne annunci, attività su internet, incentivazione delle vendite e produzione di materiale pubblicitario.

Un ulteriore punto importante è dato dalla presenza congiunta al Festival del Gusto con il motto "10 anni di marchio di qualità Alto Adige".

I prodotti con marchio di qualità sono, inoltre, presenti in altri progetti di cooperazione (Provincia, Unione albergatori, Alto Adige Marketing, ecc.) e nel programma fiere dell'EOS, oltre che nelle iniziative plurisettoriali.

Nel 2015, l'EOS coordinerà l'attività di controllo per i prodotti con marchio di qualità Alto Adige (11), che verrà svolta dall'organo di controllo indipendente e accreditato "Controllo Qualità Alto Adige" di Terlano e dalla CSQA di San Michele (solo per la carne di manzo).

### **Attività plurisettoriali**

I provvedimenti plurisettoriali permettono di generare budget e sinergie aggiuntivi per tutti i prodotti alimentari di qualità Alto Adige.

Di questi fanno parte progetti di collaborazione con la Provincia Alto Adige, l'Alto Adige Marketing e progetti UE, così come progetti con l'Agenzia ICE.

Il 2015 sarà contrassegnato dalla terza edizione del Festival del Gusto Alto Adige e dall'esposizione altoatesina in occasione dell'Expo 2015.

Il 2015 sarà incentrato su iniziative di incentivazione delle vendite in Italia e all'estero, realizzazione di materiali promozionali e foto, attività PR e iniziative online nonché cooperazione con i media.

Nel settore promozione delle vendite saranno condotte attività multisettoriali (diversi gruppi di prodotti e servizi) con partner sul posto. A tal proposito sarà posta particolare attenzione alla fornitura di servizi da poter affidare direttamente ai singoli settori di prodotti (ad es. iniziative di promozione delle vendite in Germania e nei paesi scandinavi, incentivazione delle vendite per mela, speck, Stelvio nell'ambito di progetti UE, ecc.). Si proseguirà, inoltre, con gli altri servizi personalizzati quali merchandising, storecheck e gestione di contatti con i partner commerciali, cercando al contempo di espandere le aziende altoatesine e i settori coinvolti.

Nel 2013 sono state condotte 33 iniziative di promozione delle vendite nei mercati di punta in collaborazione con oltre 50 aziende altoatesine; nel 2014 saranno circa 50 le iniziative realizzate. I mercati interessati dalle iniziative di promozione sono la Germania, l'Italia, i paesi scandinavi, gli USA, la Polonia e Israele.

Nel 2014 è stato inoltre realizzato il concorso "Una spesa che cambia la vita" a livello nazionale. L'iniziativa ha avuto grande successo e ha permesso di presentare e pubblicizzare insieme per la prima volta i prodotti di qualità e la destinazione Alto Adige.

Nel 2015 l'obiettivo è di adattare maggiormente l'incentivazione delle vendite e dei programmi promozionali esistenti alle esigenze dei produttori, sfruttando in questo modo le sinergie e gli apporti dei settori e collegando il tutto alla destinazione Alto Adige.

Il settore promozione vendite funge da snodo centrale del marketing operativo e strategico. L'obiettivo è di comunicare in maniera unitaria il messaggio di qualità, gusto e modo di vivere in Alto Adige.

Per quanto riguarda il settore Internet nel 2014 è stato rimaneggiato il sito [prodottitipicaltoadige.com](http://prodottitipicaltoadige.com) il quale è stato diviso in due sezioni distinte. Una sezione è dedicata a tutti i prodotti, inclusi mela, speck e vino e ha il marchio quale punto comune; l'altra sezione è interamente dedicata ai prodotti con marchio di qualità. Il sito è stato adattato ai nuovi standard tecnici. Grazie al design webresponsive la sua visualizzazione è ora possibile anche mediante smartphone e tablet. I contenuti sono stati sviluppati mediante l'introduzione dei nuovi gruppi di prodotti con marchio di qualità. E' stato inoltre condotto un concorso a premi. Mediante campagne multicanale è stato possibile aumentare il numero di visitatori. Una newsletter mensile viene inviata a più di 30.000 destinatari. Anche questa è stata ottimizzata per la visualizzazione tramite smartphone e tablet. La pagina facebook "Prodotti tipici dell'Alto Adige" conta nel frattempo 50.000 fan, mentre la pagina "Vini Alto Adige" ne conta 16.000.

Esistono homepage specifiche per i settori mela, speck, vino e prodotti con il marchio di qualità Alto Adige. Assieme al sito [prodottitipicaltoadige.com](http://prodottitipicaltoadige.com), esse generano circa 105.000 visite al mese.

Il settore PR realizza e invia regolarmente comunicati stampa locali per i prodotti di qualità Alto Adige, organizza conferenze stampa e ed eventi nonché reporting in accordo con l'ufficio comunicazione della Camera di commercio. Esso coordina cooperazioni mediatiche a livello nazionale e all'estero e gestisce la banca dati interna delle immagini. Il settore PR si accorda regolarmente con la Provincia, l'Alto Adige Marketing e le agenzie di comunicazione in Italia e Germania. Esso lavora a stretto contatto con il settore internet e fornisce gli argomenti per le pagine facebook "Prodotti tipici dell'Alto Adige" e vino, realizzando inoltre la newsletter mensile sui prodotti di qualità Alto Adige.

La brochure d'immagine, pubblicata per la prima volta nel 2013, è ormai uno strumento usuale per la promozione dei prodotti di qualità Alto Adige. Attraverso il mix di informazioni e ricette si è riusciti a far sì che i lettori interessati alla cucina apprendano anche elementi di base sui prodotti di qualità Alto Adige. La brochure d'immagine, nel 2014, è stata ampliata, al fine di comprendere i nuovi prodotti con marchio di qualità Alto Adige (canederli allo speck e al formaggio, uova da allevamento all'aperto e birra) ed è stata inoltre tradotta in inglese. Nel 2015 è prevista una nuova edizione in lingua italiana e tedesca.

Nella primavera 2014 si è conclusa la seconda parte della formazione per "ambasciatori della cucina altoatesina" realizzata in collaborazione con l'Accademia del vino Alto Adige. Contemporaneamente è stata messa online la piattaforma dedicata agli ambasciatori del gusto sul sito [prodottitipicaltoadige.com](http://prodottitipicaltoadige.com), la quale permette la prenotazione diretta degli ambasciatori stessi. Programmi di formazione costante permettono un alto grado di preparazione e sono funzionali alla garanzia di qualità. A intervalli regolari sono inoltre condotte campagne finalizzate alla conoscenza del servizio.

Inoltre saranno realizzati progetti collettivi con partner istituzionali altoatesini. Tra questi annoveriamo l'Alto Adige Marketing, l'Unione albergatori, l'unione commercio turismo servizi, le scuole altoatesine, l'Associazione Cuochi Alto Adige, l'Accademia del vino Alto Adige e l'Associazione Sommelier dell'Alto Adige.

La Provincia ha incaricato l'EOS in merito all'organizzazione dell'esposizione altoatesina presso l'Expo 2015. Un team appositamente costituito segue l'organizzazione della presenza dell'Alto Adige.

### **Progetti UE**

Parte a gennaio 2015, il secondo anno della campagna europea denominata "PROdotti GARantiti D'Europa" (PRO.GA.DE), presentato dai consorzi formaggio Stelvio, speck e mela. L'EOS condurrà la campagna in qualità di ente esecutore nei mercati prestabiliti (Germania, Italia, Austria, Repubblica Ceca) fino a fine 2016.

Grazie al regolamento europeo sull'organizzazione comune del mercato (OCM) vitivinicolo europeo e alle misure di sostegno a favore dei paesi terzi, a ottobre 2014, partirà il progetto europeo triennale "PROWIN Giappone". Le attività promozionali continueranno fino a ottobre 2018.

Il progetto "PRO-VIT", finanziato alla stessa maniera e relativo ai mercati USA e Russia, è ormai giunto al secondo anno di campagna. Le numerose attività in esso previste continueranno fino a ottobre 2017.

L'EOS e il Consorzio Vini Alto Adige rappresentano gli enti organizzatori di entrambe le campagne triennali per il settore vino negli USA, in Russia e in Giappone.

### **Events**

Il settore Events, nel 2015, organizzerà la Mostra Vini di Bolzano, la terza edizione del Festival del Gusto, la Speckfest a Funes e il Mercato del pane e dello strudel a Bressanone, nonché alcuni altri progetti minori.

**Progetti in cooperazione con ICE**

La convenzione sottoscritta dalla Provincia con l'agenzia ICE termina nel 2014.

Le attività previste per il settore agroalimentare in Germania, Svezia e negli USA si concluderanno nel 2014.

L'EOS, in accordo con la Provincia autonoma di Bolzano, avvierà le pratiche per giungere a un rinnovo della convenzione con l'agenzia ICE.

# PREVISIONE CONSUNTIVO AL 31.12.2014

Voci di costo/ricavo	2014	ITS	Vino	Mela	Speck	Prodotti con MQ	Campagne promozionali intersettoriali	Progetti UE
<b>A) Ricavi ordinari</b>								
1a) Proventi da servizi (da Camera di commercio)	377.459							
1b) Proventi da servizi (da altri)	4.917.000	400.000	329.000	636.000	535.000	203.000	75.000	1.690.000
2) Altri proventi o rimborsi	461.000					29.000		25.000
3) Contributi da organismi comunitari	189.000		280.000					189.000
4a) Contributi provinciali (LP 12/2005 e 79/1973)	888.000			280.000		328.000		
4b) Contributi da altri enti pubblici	0							
5) Altri contributi	0							
6a) Contributo della Camera di commercio (LP 7/2000)	6.377.000	1.175.000					517.000	
6b) Contributo della Camera di commercio (mezzi propri)	2.141.000							
<b>Totale (A)</b>	<b>15.350.459</b>	<b>1.575.000</b>	<b>609.000</b>	<b>916.000</b>	<b>535.000</b>	<b>560.000</b>	<b>592.000</b>	<b>1.904.000</b>
<b>B) Costi di struttura</b>								
6) Organi istituzionali	40.000							
7a) Personale (distaccato della Camera di commercio)	550.000							
7b) Personale (dipendenti propri)	2.196.000	84.000						112.000
8a) Funzionamento (oneri addebitati dalla Camera di commercio)	50.000							
8b) Funzionamento (altri oneri)	1.009.000							22.000
9) Ammortamenti e accantonamenti	270.000							
<b>Totale (B)</b>	<b>4.115.000</b>	<b>84.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>134.000</b>
<b>C) Costi istituzionali</b>								
10) Spese per progetti e iniziative	11.235.459	1.491.000	609.000	916.000	535.000	560.000	592.000	1.770.000
<b>Totale (B) + (C)</b>	<b>15.350.459</b>	<b>1.575.000</b>	<b>609.000</b>	<b>916.000</b>	<b>535.000</b>	<b>560.000</b>	<b>592.000</b>	<b>1.904.000</b>
		<b>1.575.000</b>						



	Festival del gusto	TV-Spot Italia	Promozioni con SMG	Altre iniziative di marketing	Expo 2015	Programma fieristico	Presentazioni dell'Alto Adige	Stand fieristico	PR e fidelizzazione clienti	Amm.ne e personale
					377.459					
						1.049.000				
							247.000			160.000
	25.000		50.000	30.000		2.096.000	667.000	437.000	130.000	1.250.000
				76.000					15.000	2.050.000
	<b>25.000</b>		<b>50.000</b>	<b>106.000</b>	<b>377.459</b>	<b>3.145.000</b>	<b>914.000</b>	<b>437.000</b>	<b>145.000</b>	<b>3.460.000</b>
										40.000
										550.000
										2.000.000
										50.000
										780.000
										40.000
								207.000		<b>3.460.000</b>
								230.000		
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>437.000</b>	<b>0</b>	<b>3.460.000</b>
	25.000	0	50.000	106.000	377.459	3.145.000	914.000		145.000	
	<b>25.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>106.000</b>	<b>377.459</b>	<b>3.145.000</b>	<b>914.000</b>	<b>437.000</b>	<b>145.000</b>	<b>3.460.000</b>

# PREVENTIVO 2015

Voci di costo/ricavo	2014*	2015	ITS	Vino	Mela	Speck	Prodotti con MQ	Campagne promozionali intersettoriali	Progetti UE	
<b>A) Ricavi ordinari</b>										
1a) Proventi da servizi (da Camera di commercio)	377.459	622.541								
1b) Proventi da servizi (da altri)	4.917.000	5.232.000	350.000	326.000	810.000	620.000	203.000	50.000	1.411.500	
2) Altri proventi o rimborsi	461.000	256.500		3.000			29.000		34.000	
3) Contributi da organismi comunitari	189.000	329.500							329.500	
4a) Contributi provinciali (LP 12/2005 e 79/1973)	888.000	888.000		280.000	280.000		328.000			
4b) Contributi da altri enti pubblici	0	0								
5) Altri contributi	0	0								
6a) Contributo della Camera di commercio (LP 7/2000)	6.377.000	6.867.000	1.050.000					517.000		
6b) Contributo della Camera di commercio (mezzi propri)	2.141.000	2.100.000								
<b>Totale (A)</b>	<b>15.350.459</b>	<b>16.295.541</b>	<b>1.400.000</b>	<b>609.000</b>	<b>1.090.000</b>	<b>620.000</b>	<b>560.000</b>	<b>567.000</b>	<b>1.775.000</b>	
<b>B) Costi di struttura</b>										
6) Organi istituzionali	40.000	35.000								
7a) Personale (distaccato della Camera di commercio)	550.000	530.000								
7b) Personale (dipendenti propri)	2.196.000	2.094.000							129.000	
8a) Funzionamento (oneri addebitati dalla Camera di commercio)	50.000	50.000								
8b) Funzionamento (altri oneri)	1.009.000	1.034.000							34.000	
9) Ammortamenti e accantonamenti	270.000	300.000								
<b>Totale (B)</b>	<b>4.115.000</b>	<b>4.043.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>163.000</b>	
<b>C) Costi istituzionali</b>										
10) Spese per progetti e iniziative	11.235.459	12.252.541	1.400.000	609.000	1.090.000	620.000	560.000	567.000	1.612.000	
<b>Totale (B) + (C)</b>	<b>15.350.459</b>	<b>16.295.541</b>	<b>1.400.000</b>	<b>609.000</b>	<b>1.090.000</b>	<b>620.000</b>	<b>560.000</b>	<b>567.000</b>	<b>1.775.000</b>	
<b>Risultato d'esercizio</b>										

\* Previsione consuntivo

	Festival del gusto	TV-Spot Italia	Promozioni con SMG	Altre iniziative di marketing	Expo 2015	Programma fieristico	Presentazioni dell'Alto Adige	Stand fieristico	PR e fidelizzazione clienti	Amm.ne e personale
					622.541					
	60.000					1.389.500	12.000			
							160.500			30.000
	350.000		50.000			2.525.500	474.500	500.000	150.000	1.250.000
										2.100.000
	<b>410.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>622.541</b>	<b>3.915.000</b>	<b>647.000</b>	<b>500.000</b>	<b>150.000</b>	<b>3.380.000</b>
										35.000
										530.000
										1.965.000
										50.000
								240.000		760.000
								260.000		40.000
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>500.000</b>	<b>0</b>	<b>3.380.000</b>
	<b>410.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>622.541</b>	<b>3.915.000</b>	<b>647.000</b>		<b>150.000</b>	<b>3.380.000</b>
	<b>410.000</b>	<b>0</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>622.541</b>	<b>3.915.000</b>	<b>647.000</b>	<b>500.000</b>	<b>150.000</b>	<b>3.380.000</b>



# RELAZIONE DEL COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI

Il giorno 22 ottobre 2014 si è riunito, in una sala presso la sede in via Alto Adige n. 60, il Collegio dei revisori dei conti dell'EOS – Organizzazione Export Alto Adige, azienda speciale della Camera di commercio di Bolzano.

Alle ore 14.30 sono presenti i signori

- dott. Josef Vieider                      - presidente,
- dott.ssa Katrin Hofer                 - componente,
- dott.ssa Sandra Lando                - componente.

La riunione ha per oggetto l'esame del programma di attività e preventivo per l'esercizio 2015.

Il Collegio dei revisori dei conti è chiamato, ai sensi dell'articolo 9, comma 3, lettera d), dello Statuto dell'ente, ad esprimere le proprie valutazioni in ordine, principalmente, alla compatibilità finanziaria del programma predisposto.

Il documento illustra il programma che l'EOS intende sviluppare nel corso del futuro esercizio, nell'ambito dei diversi reparti. Il preventivo è stato redatto in conformità alle vigenti disposizioni che disciplinano la gestione patrimoniale e finanziaria delle aziende speciali camerali. (DPR n. 254 del 2 novembre 2005)

Il programma è integrato da dei prospetti di dettaglio, che riportano i costi e i ricavi previsti per ciascun settore di attività, raffrontati con i dati del presunto consuntivo 2014 e del bilancio di esercizio 2013. La struttura prevista dal DPR n. 254/2005 è stata ulteriormente suddivisa al fine di fornire maggiori informazioni sull'attività dell'azienda speciale.

Il documento è inoltre accompagnato da un budget dettagliato riferito al programma fieristico e delle presentazioni dell'Alto Adige, dal quale si rilevano i costi e i ricavi direttamente riferiti alle singole iniziative. In tal modo il programma può fungere anche da strumento di controllo per l'impresa.

La relazione del Presidente, che accompagna il preventivo per il 2015, appare esauriente. L'attività può essere riassunta come segue:

## **COSTI**

International Trade Support	€	1.400.000
Vino	€	609.000
Mela	€	1.090.000
Speck	€	620.000

Prodotti con marchio di qualità	€	560.000
Campagne promozionali intersettoriali	€	567.000
Progetti UE	€	1.775.000
Festival del Gusto	€	410.000
Promozioni con SMG	€	50.000
EXPO 2015	€	622.541
Programma fieristico	€	3.915.000
Presentazioni dell'Alto Adige	€	647.000
Stand fieristico	€	240.000
Ammortamenti	€	300.000
PR e fidelizzazione clienti	€	150.000
Amministrazione	€	845.000
Personale	€	2.495.000
<b>TOTALE</b>	<b>€</b>	<b>16.295.541</b>

#### **RICAVI**

Proventi da servizi (da Camera di commercio di Bolzano)	€	622.541
Proventi da servizi (da altri)	€	5.232.000
Altri proventi o rimborsi	€	256.500
Contributi da organismi comunitari	€	329.500
Contributi provinciali (LP n. 12/2005 e n. 79/1973)	€	888.000
Contributo della Camera di commercio (LP n. 7/2000)	€	6.867.000
Contributo della Camera di commercio (mezzi propri)	€	2.100.000
<b>TOTALE</b>	<b>€</b>	<b>16.295.541</b>

Il Collegio, dopo aver esaminato il programma di attività per il prossimo esercizio, osserva che:

- il programma di attività e preventivo per il 2015, presentato per l'approvazione, tiene in considerazione la riduzione del contributo della Camera di Commercio, come reso noto dalla stessa in data 14.10.2014 nonché degli adeguamenti dei contributi provinciali preventivati a sostegno delle attività dell'azienda speciale
- i costi di struttura incidono nella misura del 24,81% sul complessivo delle spese;  
(costi per il personale 16,10% - organi istituzionali e funzionamento 6,87% - ammortamenti e accantonamenti 1,84%)
- i finanziamenti pubblici rappresentano 62,50% delle entrate;  
(Camera di commercio (LP n. 7/2000) 42,14% - Camera di commercio (mezzi propri) 12,89% - Provincia di Bolzano 5,45 % - UE 2,02%);

Ciò permesso il Collegio dei revisori

**esprime**

parere favorevole all'approvazione del preventivo e programma di attività per l'esercizio 2015, nella versione proposta dal presidente dell'EOS.

Nell'esecuzione il programma è tuttavia subordinato, sia per la parte finanziata dalla Camera di commercio di Bolzano, sia per la parte finanziata dalla Provincia autonoma di Bolzano, all'ottenimento di idoneo impegno da parte dei due enti.

La riunione è tolta alle ore 15.30 previa redazione e sottoscrizione del presente verbale.

IL PRESIDENTE DEL COLLEGIO  
DEI REVISORI DEI CONTI  
(dott. Josef Vieider)

I COMPONENTI

dott.ssa Katrin Hofer  
dott.ssa Sandra Lando

