

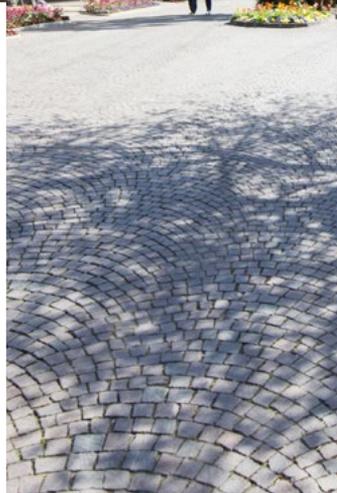


merano

20

RELAZIONE ANNUALE

24



ITALIANO



Indice

Editoriale	3
Che anno!	
I nostri indirizzi per il futuro strategia	4
Dati e cifre del 2024	6
Il marchio Merano	8
Da solide radici nascono nuovi germogli	
Sostenibilità	12
Pensiamo al domani	
Digitalizzazione	16
Un uso più smart per dare informazioni preziose	
Iniziative per i mercati	20
L'internazionalizzazione, un mezzo per differenziarsi	
Merano è tutti noi	24
Diventa anche tu parte della soluzione!	
Da parte del team	27
Il vostro contributo per Merano	

La presente pubblicazione utilizza il plurale non marcato esclusivamente ai fini di una maggiore fluidità espositiva, senza intento di esclusione o discriminazione.

Credits

Editore
Azienda di Soggiorno di Merano
Corso della Libertà 45
39012 Merano
Tel. +39 0473 272 000
info@merano.eu

Fotografie

Copertina: IDM/Alex Filz, IDM/Franziska Unterholzner, IDM/Manuel Ferrigato, IDM/Tobias Kaser. Fotografie: Azienda di Soggiorno di Merano (3), IDM/Marion Lafogler (8,16), Greti Ladurner, IDM (10,11), IDM/Martina Jaider (12), Azienda di Soggiorno di Merano/Fabio Rubini (13, 14, 19, 22, 25, 27), HGV Hoteliers- und Gastwirteverband (14), IDM/Tobias Kaser (15), Keep in Mind (17), IDM/Manuela Tessaro (20), IDM/Jessica Preuhs (24), Edvige Simoncelli (26), Elisabeth Kössler (26), FOS (26), Jordi (26), Konrad Laimer (26), Marcello Ferra (26), Markus Bauer (26), Monika Thomaser (26).



Editoriale Che anno!

Il 2024 ha portato parecchie innovazioni. E per realizzarle sono stati decisivi il coraggio e la passione di tutto il team dell'Azienda di Soggiorno di Merano.

In primo luogo come destinazione abbiamo ottenuto la certificazione Marchio di Sostenibilità Alto Adige: una conquista importante, ma anche una grande responsabilità per il futuro. Dopo due anni di intenso lavoro preliminare ha preso finalmente il via la trasformazione del marchio Merano da marchio turistico a marchio locale. È stato presentato nella primavera del 2025 e lo utilizzeremo, d'intesa con il Comune di Merano, in vari settori dell'amministrazione cittadina: dalla cultura al verde pubblico, dallo sport al turismo, ai servizi sociali.

Il nostro obiettivo è sintetizzare in questo marchio gli interessi degli ospiti e dei residenti per percepirci come una comunità che vive bene nella propria città. In questo modo mettiamo in evidenza il nostro impegno per un turismo condivisibile da tutti i nostri concittadini e diamo concretezza alla nostra promessa di garantire a Merano un'elevata qualità della vita.

Nella comunicazione abbiamo intrapreso una nuova strada verso una maggiore internazionalizzazione degli ospiti: abbiamo ampliato i nostri mercati a Belgio e Paesi Bassi realizzando varie campagne di marketing in collaborazione con IDM Alto Adige. Ma a fianco del nostro convinto sostegno all'innovazione non dimentichiamo i successi del passato. Per questo abbiamo restituito un futuro a una manifestazione che riscosse un grande successo negli anni novanta: le "Giornate meranesi dell'albero" oggi sono tornate a nuova vita. La terza edizione di questo congresso internazionale è legata a una serie di temi di importanza regionale che sono in sintonia con il contesto culturale, sociale e naturalistico della nostra città.

Nella sfera digitale abbiamo messo in connessione vari temi che riguardano la nostra comunità: per esempio abbiamo ampliato le funzioni della Merano App, per poter coinvolgere in un prossimo futuro le associazioni e facilitare la gestione quotidiana della città. Inoltre stiamo lavorando per rendere il nostro sito web più accessibile a tutti.

Grazie al lavoro preparatorio dell'anno scorso la società Marketinggesellschaft Meran (MGM) nel gennaio del 2025 ha potuto riprendere la sua attività. Partendo da condivisioni di idee che avvengono a cadenza mensile, progettiamo prodotti e offerte che riguardano la città e i suoi dintorni e li realizziamo. In questo modo si creano sinergie che ci permettono di risparmiare risorse.

Il 2024 è stato un anno in cui abbiamo preparato il terreno per molti nuovi sviluppi. Proseguiamo il nostro viaggio e siamo felici di affrontare le sfide del futuro insieme al nostro team e ai nostri partner.

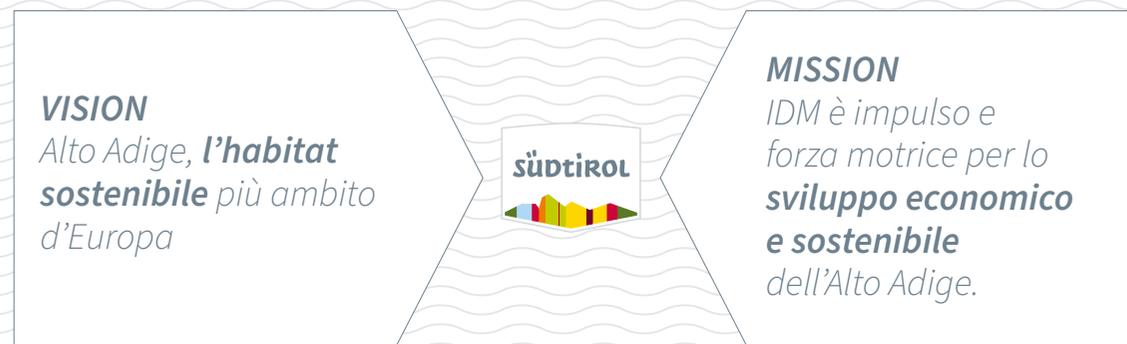
Ingrid Hofer presidente
Daniela Zadra direttrice

I nostri indirizzi per il futuro

IL NOSTRO ORIENTAMENTO

Merano è strettamente allineata alla vision e alla mission dell'Alto Adige. Questo ci permette di beneficiare della notorietà e della fiducia associate a questa destina-

zione, migliorando al contempo la nostra riconoscibilità. In questo modo rafforziamo il nostro posizionamento distinguendoci chiaramente dalla concorrenza.



LA NOSTRA REGIONE

Undici località, due valli e la città di cura Merano formano il **territorio di Merano**. Nel 2024 abbiamo compiuto vari passi preliminari per attivare l'associazione intercomunale Marketinggesellschaft Meran (MGM).



LA NOSTRA VISIONE

*L'Azienda di Soggiorno di Merano è un punto di snodo per gli operatori del turismo di Merano. Promuove le **sinergie** e le **collaborazioni** tra di loro fungendo sia da **forza motrice** per le categorie economiche di questo settore sia da **piattaforma** per lo sviluppo turistico della città.*

*Merano è sinonimo di **qualità della vita** e di incontro tra culture diverse. Per tutti – residenti e ospiti – Merano è un luogo dove vale la pena di vivere, grazie a **infrastrutture fruibili**, accessibili e facili da raggiungere.*

LE NOSTRE PRIORITÀ

Le attività dell'Azienda di Soggiorno di Merano si concentrano sui seguenti ambiti:

AMBITI	DESCRIZIONE
Marchio Merano	<i>Un'eccellenza attenta al bene di tutti: il marchio tiene conto delle esigenze dei residenti e dei turisti definendo nuovi standard di <u>qualità della vita, sostenibilità e autenticità</u>.</i>
Sostenibilità	<i>Assumersi la <u>responsabilità</u>: vogliamo dare sostanza al Marchio di Sostenibilità Alto Adige attraverso misure concrete e partecipare attivamente alla creazione di <u>una città da vivere e da amare per tutti</u>.</i>
Digitalizzazione	<i>Con il miglioramento dei servizi digitali puntiamo a <u>risparmiare risorse</u>, a semplificare la vita quotidiana, ad <u>abbattere le barriere</u> e a creare una <u>fonte di informazione digitale</u> per la popolazione.</i>
Internazionalizzazione	<i>La diversificazione già avviata ci consente, in tempi economicamente incerti come quelli attuali, di ridurre <u>la dipendenza</u> e di <u>accedere a nuovi mercati</u>.</i>
Merano è tutti noi	<i>In collaborazione con i principali attori della città di Merano elaboriamo misure per il <u>miglioramento della qualità della vita di tutti</u>.</i>

Dati e cifre del 2024

In queste due pagine presentiamo alcuni dei dati più significativi in relazione alle attività che abbiamo svolto lo scorso anno.

42.046

popolazione

26,34 km²

superficie

gruppi linguistici

51,37% italiano
48,26% tedesco
0,37% ladino

8.139

numero di posti letto totale

95

esercizi ricettivi

392

esercizi extra ricettivi

Fonte: Comune di Merano

ENTRATE

€ 3.016.000

Entrate pubbliche: imposte di soggiorno e contributi comunali e provinciali

€ 2.792.000

Entrate provenienti dal settore privato: eventi, offerte, quote associative, quota Alto Adige Guest Pass

USCITE

€ 545.000

Campagne promozionali con IDM e campagne indipendenti, più ufficio stampa IT/DE

€ 900.000

Assistenza fornita agli ospiti

€ 119.000

Quote associative per altri enti

€ 781.000

Alto Adige Guest Pass

€ 3.463.000

Eventi, prodotti, congressi

A Merano abbiamo un totale di **489 esercizi ricettivi attivi**.
Dei **267 esercizi associati** all'Azienda di Soggiorno di Merano, lo scorso anno **175** hanno aderito all'Alto Adige Guest Pass, pari al **66%** degli esercizi associati.

83.584

visitatori allo sportello informazioni dell'Azienda di Soggiorno di Merano

9.472

richieste via email

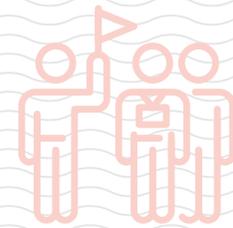


-17%

rispetto al 2023

9.376

richieste telefoniche



3.216

partecipanti a visite guidate della città

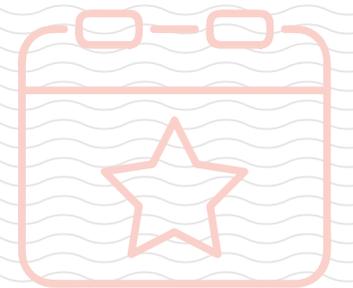
508

mese più frequentato: agosto

7

mese meno frequentato: febbraio

1.200 offerte e manifestazioni sono presenti nel sistema di gestione degli eventi dell'Azienda di Soggiorno di Merano. Degli appuntamenti inseriti il **100%** è prenotabile online.



Il marchio Merano

DA SOLIDE RADICI NASCONO NUOVI GERMOGLI

Dal 2019 il marchio Merano ha registrato una forte espansione, ampliando in modo significativo la sua notorietà. Per poter continuare a crescere è stato esteso, con i necessari adattamenti, anche ai settori sociale ed economico, ecologico, culturale e gestionale.

Il principio del *Nuovo Lusso* (vedi pagina 9) si traduce in un marchio sostenibile e autentico basato su tre pilastri: *bellezza raffinata*, *ricchezza di esperienze* e *controcorrente*. Questi concetti sono in sintonia con la strategia di sostenibilità della destinazione Merano.

Il marchio valorizza Merano anche come habitat e polo economico. Infatti la sua funzione è di creare non solo valore, ma anche apprezzamento reciproco – e può crescere solo in collaborazione con tutti gli attori coinvolti.



L'ESSENZA DEL MARCHIO. Merano incarna una "simbiosi ricca di contrasti tra mondo alpino e mediterraneo, spontaneità e affidabilità, natura e cultura"* il tutto su piccola scala e con una qualità e una concentrazione fuori dal comune. Merano vuole definire una nuova accezione di lusso: post materiale, autentico e sostenibile. Questo per noi è il *Nuovo Lusso*.

* citazione tratta dalla strategia del marchio Alto Adige

UN 2024 ALL'INSEGNA DELL'ESTENSIONE E DEL SENSO DI COMUNITÀ.

Come destinazione turistica, oltre che come habitat e polo economico, la città di Merano è in forte concorrenza con altre città dentro e fuori i confini dell'Alto Adige. La comunicazione con i vari gruppi di interesse – soprattutto cittadini, lavoratori, imprenditori, visitatori e ospiti – assume di conseguenza un peso sempre maggiore. Il marchio è stato così esteso ai servizi dell'amministrazione comunale allo scopo di soddisfare, simultaneamente e in modo armonioso, le richieste di tutte le parti coinvolte.

UN MARCHIO CON UN FUTURO E UNA FORTE IDENTITÀ.

Nel suo orientamento, il marchio Merano definisce i valori e la visione a cui puntano la città e i suoi servizi. L'obiettivo è quello di rendere Merano visibile, attraente e aperta al futuro per i suoi abitanti, gli ospiti, le imprese e gli investitori. Allo stesso tempo, il marchio mira a distinguere la città dalle altre destinazioni.

UNA GUIDA PER IL FUTURO.

Introducendo per il marchio dieci regole chiaramente definite e un regolamento d'uso, attualmente in fase di approvazione, Merano ha intrapreso inoltre un percorso verso lo sviluppo sostenibile della città. Con il focus su "MERANO – Un'eccellenza coltivata con cura per il benessere di tutti" la città sta definendo nuovi standard nei campi della qualità della vita, della sostenibilità e dell'autenticità, che costituiscono la base di ogni decisione strategica successiva.

LA MIA CITTÀ, LE NOSTRE VITE

Nel processo di creazione del marchio, l'accento posto sulla sillaba "Me" ("a me" in inglese) di Merano è un messaggio forte che ne consolida l'identità. Perché sottolinea che non si tratta di una città anonima o simile a molte altre, ma di un luogo speciale per le persone e le storie che vi abitano. Perciò Merano come marchio non viene più percepita esclusivamente sotto l'aspetto geografico, ma viene resa autentica e concreta grazie ai propri abitanti e attori. Questa nuova impostazione crea identità e rafforza il senso di responsabilità, di coinvolgimento e di comunità. Proprio come il motto: "Merano è come la viviamo". Il marchio cittadino è in corso di registrazione a livello nazionale

le ed è posseduto in quote identiche dall'Azienda di Soggiorno e dal Comune di Merano. Questo è un forte segnale di voler proseguire con determinazione sul percorso verso una città dove vale la pena di vivere. Il marchio Merano mette in evidenza l'importanza delle infrastrutture, della sanità e dei servizi sociali, dell'istruzione ma anche della manutenzione e dell'ampliamento di parchi e superfici verdi, ed è un chiaro messaggio dell'impegno dedicato all'implementazione di misure di salvaguardia del clima. In tutti questi settori, il marchio può supportare le iniziative di soggetti privati finalizzate a consolidare l'identità e il futuro sostenibile della città.



Greti Ladurner coach strategica ed esperta di marketing development



BIENVENUE!
VAN HARTE WELKOM!

Sono molti i fattori che esortano verso una maggiore internazionalizzazione degli ospiti e dunque a ridurre la dipendenza dai mercati principali. Il rinnovamento del ponte Lueg ne è un esempio. In collaborazione con IDM Alto Adige abbiamo realizzato differenti campagne di brand, content e performance nei mercati DACH, in Italia ma anche nei mercati Paesi Bassi e Belgio. L'internazionalizzazione richiede tra l'altro un miglioramento dei collegamenti ferroviari e aerei: SkyAlps ha esteso di recente i suoi voli alle città di Berlino, Düsseldorf, Amburgo, Bruxelles e Anversa. Inoltre si sta lavorando per ampliare l'offerta di treni notturni con vari operatori, per aumentare la capacità dei convogli sulla tratta Innsbruck-Merano e per istituire treni diretti sulle tratte Roma-Merano e Milano-Merano, il tutto già dal 2026.

Brand campaign per la **promozione della primavera** a Merano e dintorni

- Partner:** Azienda di Soggiorno di Merano in collaborazione con le organizzazioni turistiche di Merano e dintorni e con IDM Alto Adige reach e visibilità
- Obiettivo:** dal 5 febbraio al 30 aprile 2024
- Periodo:** Germania e Svizzera
- Mercati:**
 - posizionamenti digital out of home (schermi digitali nelle città di Monaco, Stoccarda, Norimberga, Mannheim, Colonia, Düsseldorf, Dortmund e Wiesbaden; nelle stazioni ferroviarie e nei centri storici della Svizzera tedesca)
 - pagina della destinazione su DIE ZEIT, rivista ad alta tiratura
 - integrazione nelle partnership editoriali di IDM Alto Adige (geo.de, stern.de, brigitte.de)
 - diffusione del video della campagna su Connected TV, YouTube e in modalità programmatic
 - video della branding page sulla home page di nzz.ch
- Canali:**



I dati principali del report finale sulla **Germania:**



- 606.894 **tiratura** della pagina della destinazione sulla versione cartacea di DIE ZEIT
- 32.614 **visualizzazioni di pagine e permanenza media** integrazioni nelle partnership editoriali
- 1:54
- ca. 3,5 mln **di contatti lordi*** Digital out of home
- 365.061 **completed views°** connected TV +25%
- 1.655.263 **completed views°** programmatic Video +42%

I dati principali del report finale sulla **Svizzera:**



- ca. 3 mln **di contatti lordi*** Digital out of home
- 571 **superfici e contatti lordi** pubblicità su schermo nei foyer dei cinema
- > 800.000
- 398.858 **impressions**** omnet programmatic video
- 453.949 **completed views°** YouTube +25%
- 180.225 **completed views°** NZZ Branding Page +14%

* Numero totale dei contatti raggiunti dalla campagna promozionale
° Numero di utenti che hanno visualizzato il video fino alla fine
** Numero di visualizzazioni

Sostenibilità

PENSIAMO AL DOMANI

Nell'ambito del processo di certificazione della sostenibilità (GSTC), nell'agosto del 2024 abbiamo raggiunto un primo obiettivo intermedio. Merano, infatti, è stata certificata "green destination" (con il Marchio di Sostenibilità Alto Adige) e per il futuro punta a un turismo responsabile armonizzando aspetti ecologici, economici e sociali.

Alcune iniziative esemplari della nostra strategia per la sostenibilità sono il piano di adattamento al cambiamento climatico, l'Alto Adige Guest Pass (che sarà digitalizzato nel 2025) e l'offerta di esperienze eco-compatibili come Merano Vitae o Bett & Bike. Tra le misure adottate figurano anche vari miglioramenti per rendere il soggiorno accessibile a tutti, compresa la realizzazione di testi web per ipovedenti e non vedenti e di sottotitoli per persone con disabilità uditiva nei video.

Intendiamo intensificare la collaborazione con scuole, associazioni ambientali e operatori culturali, mentre sarà ridotta l'incidenza dei materiali promozionali a stampa. Eventi come il Mercato Meranese e il Farm Food Festival mettono in risalto la provenienza regionale dei prodotti offerti.

UN PERCORSO VERSO LA SOSTENIBILITÀ.

Il progetto di certificazione della sostenibilità ha preso avvio già nel 2022. Nell'agosto del 2024 è stato raggiunto un traguardo fondamentale con la certificazione "green destination" conquistata da Merano. Si tratta di un riconoscimento che comporta delle responsabilità: Merano deve crescere in modo sostenibile sotto l'aspetto ecologico, socioeconomico e culturale, oltre che dal punto di vista gestionale. In questo processo sono coinvolti differenti settori della città, come risulta evidente dalla varietà dei membri del Green Team.



SOSTENIBILI ANCHE NEL QUOTIDIANO.

L'Azienda di Soggiorno attribuisce grande importanza ai comportamenti ecologicamente responsabili anche al suo interno: quasi tutti i dipendenti raggiungono la sede di lavoro durante tutto l'anno con i mezzi pubblici, in bicicletta o a piedi. Inoltre nel 2024 cinque collaboratori hanno partecipato all'iniziativa "L'Alto Adige pedala", classificandosi all'ottavo posto nella categoria 10-50 dipendenti.

Le montagne sono grandi maestre. Vivere nelle Alpi è un privilegio apprezzato da molti, ma va ricordato che la montagna ci insegna anche rispetto e umiltà, e ci spinge a sentirci responsabili per gli altri. Certo, nell'attività dell'Azienda di Soggiorno di Merano la drammaticità è minore rispetto a quella che si vive in montagna. Ma l'agire con responsabilità e il rispetto verso le altre persone e l'ambiente sono comunque temi importanti, che ci hanno spinto a far certificare Merano "green destination" con il Marchio di Sostenibilità Alto Adige. Vogliamo sfruttare questo riconoscimento basato sugli standard GSTC per sviluppare in futuro un turismo responsabile attraverso un equilibrio tra ecologia, economia e aspetti sociali. Questo primo traguardo intermedio ha un potenziale enorme, poiché crea un ampio spazio di azione per il benessere della comunità e ci rende consapevoli di dover compiere nuovi, coraggiosi passi verso una città per tutti da vivere e da amare.

Ulrike Pertoll sustainability, strategy & product

Come funziona la biodiversità in città? E come proteggerla? Un video spiega il progetto BiodiverCity.

» **Date un'occhiata!**



9 progetti

REALIZZATI NEL 2024 DAL COMUNE DI MERANO INSIEME ALL'AZIENDA DI SOGGIORNO DI MERANO

- » Kafka 2024 Meran/o
- » Campagna di sensibilizzazione per lo smaltimento ecologico dei mozziconi di sigaretta
- » Muoviti a Merano
- » Fair Trade Town
- » Partecipazione alla Gender Equality Ride
- » Palais Mammig Museum
- » Jazz'Inn – Open Innovation
- » Trasformazione del marchio Merano in marchio locale
- » JustNature

Per ulteriori informazioni sul progetto JustNature » **guardate questo video**



**PIÙ SOSTENIBILITÀ
NEL SETTORE DEL TURISMO**

L'ufficio di consulenza per le imprese dell'Unione Albergatori e Pubblici Esercenti (HGV) supporta, insieme al Terra Institute, strutture ricettive e ristorative con vari servizi per la sostenibilità. Un pacchetto di consulenza specifico permette alle imprese di richiedere il Marchio di Sostenibilità Alto Adige o di essere supportate nel percorso per ottenere una certificazione di sostenibilità riconosciuta a livello internazio-

nale e dal GSTC. Le imprese hanno a disposizione anche il Terra-Footprint, un tool con il quale possono calcolare la propria impronta di CO₂ e adottare misure per una maggiore efficienza nell'uso dell'energia e delle risorse. Con i pacchetti di consulenza di HGV e Terra è possibile implementare le aziende in tutti i campi della sostenibilità (ecologico, economico e sociale).

Reinhard Leitner direttore del reparto sostenibilità di HGV



L'Azienda di Soggiorno di Merano partecipa a
L'Alto Adige pedala

6.557,12 km percorsi
1.156,68 kg CO₂ risparmiati

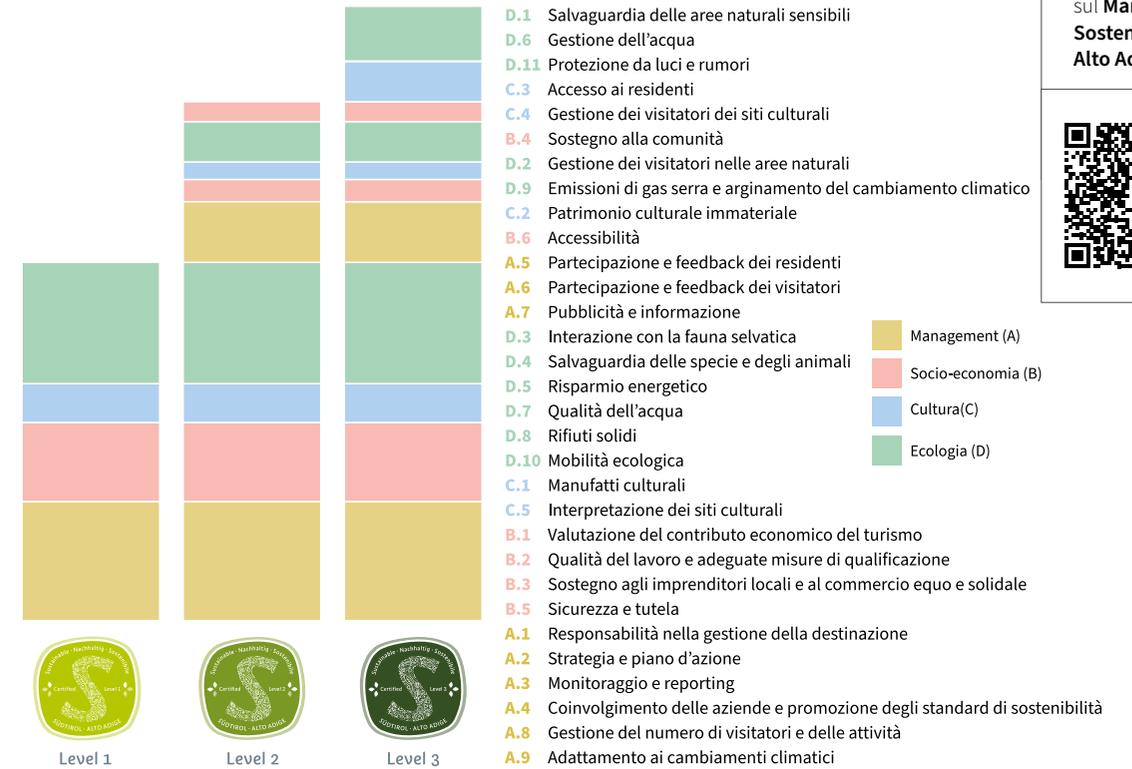


Audit per la certificazione, 19 marzo 2024. Da sinistra: Noah Pircher (Green Destinations), Katharina Zeller (vicesindaca), Dario Dal Medico (sindaco), Michaela Hölz (GSTC), Daniela Zadra (direttrice dell'Azienda di Soggiorno di Merano), Ulrike Pertoll (Sustainability, Strategy & Product, Azienda di Soggiorno di Merano), Stefanie Prieth (IDM Alto Adige), Sabine Raffeiner (Comune di Merano).

Nel campo della **sostenibilità sociale** l'Azienda di Soggiorno di Merano nel 2024 ha promosso la collaborazione con le scuole cittadine. Ne sono nati **due progetti scolastici condivisi**.



Marchio di Sostenibilità Alto Adige / Criteri obbligatori



» Per ulteriori informazioni sul **Marchio di Sostenibilità Alto Adige:**



3 strutture

A MERANO UTILIZZANO IL MARCHIO DI SOSTENIBILITÀ ALTO ADIGE LEVEL 3
 » City Hotel Merano
 » Garni Hotel Flora
 » Hotel Villa Laurus

Cos'è lo Standard GSTC?

Il Global Sustainable Tourism Council (GSTC) è un'organizzazione non profit riconosciuta dalle Nazioni Unite che stabilisce e verifica in tutto il mondo i criteri per lo sviluppo sostenibile del turismo. Il GSTC accredita sia destinazioni turistiche che singoli hotel o tour operator, e definisce il turismo sostenibile in base a quattro gruppi di criteri:

- 1 gestione della sostenibilità
- 2 impatti sociali ed economici
- 3 impatti culturali
- 4 impatti ambientali, come il consumo di risorse o la biodiversità.

Digitalizzazione

UN USO PIÙ SMART PER DARE INFORMAZIONI PREZIOSE

Le informazioni digitali sono ormai un elemento fondamentale per la pianificazione di una vacanza, oltre a rendere più piacevole il soggiorno. Per esempio con le prenotazioni online, la gestione digitale dei visitatori e la Merano App, che visualizza in diretta l'affollamento degli hotspot e dei parcheggi. Dal 2024 anche l'Alto Adige Guest Pass è disponibile in formato digitale. Inoltre offerte interattive come LiteraTour o Biodiver-CityTour permettono di vivere esperienze speciali.

Il nostro sito web ad alta accessibilità permette a tutti gli ospiti di ottenere informazioni, mentre un database di foto mette a disposizione materiale di alta qualità. La digitalizzazione riduce il ricorso agli stampati permettendo di risparmiare risorse.

L'adozione della Merano App da parte delle associazioni mira a rendere il servizio particolarmente attrattivo soprattutto per la popolazione locale. In parallelo l'Ufficio informazioni continua a essere il punto di contatto diretto, apprezzato dai turisti in un mondo sempre più digitale.

INFOPOINT DIGITALE.

La Merano App è stata lanciata nel 2023 e ampliata nel 2024. La sezione "La mia città" si rivolge in modo particolare ai meranesi con l'obiettivo, condiviso dall'Azienda di Soggiorno e dal Comune di Merano, di includere tutti gli eventi della città. Questo fa della app uno strumento di informazione digitale sulle attività quotidiane di Merano. Il servizio è in corso di ulteriore miglioramento con nuove funzioni come la gestione dei visitatori, che fornisce ad esempio informazioni sull'affollamento di siti turistici e parcheggi, e l'acquisto di biglietti online.

PRONTI PER IL FUTURO.

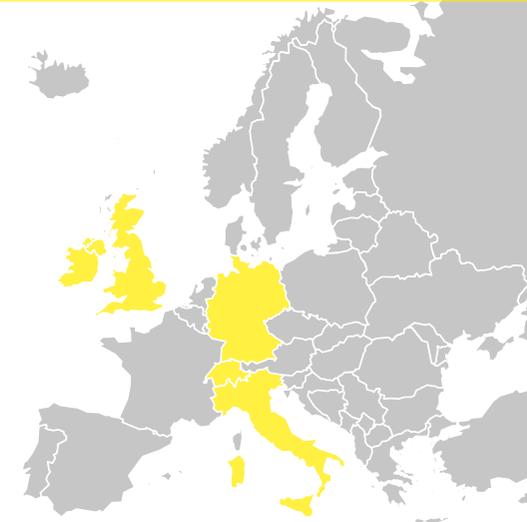
I sistemi digitali interni sono stati semplificati per rendere il lavoro dei dipendenti più efficiente e user friendly. Sono stati compiuti i primi passi per l'introduzione di software di intelligenza artificiale che supportino i processi amministrativi e ottimizzano le procedure operative. È stato sperimentato anche l'impiego dell'Open Data Hub, che mette in rete i dati e li rende più facilmente accessibili. L'Ufficio informazioni dell'Azienda di Soggiorno di Merano rimane comunque il primo punto di contatto diretto, importante sia per la popolazione sia per gli ospiti, nonostante la crescente digitalizzazione che ci circonda.



64.915 download della app

+80% rispetto al 2023

Tra maggio e dicembre del 2024 la Merano App è stata utilizzata oltre **130.000 volte**. Un dato interessante: la app viene consultata soprattutto nelle ore mattutine, **tra le 6 e le 8**.



Le sezioni della app più cliccate

1. Eventi
2. Attività
3. Meteo
4. Mobilità

Da dove provengono gli utenti

1. Italia
2. Regno Unito
3. Germania
4. Irlanda
5. Svizzera

SITO WEB

1.025.598

accessi nel 2024

+22,8% rispetto al 2023

2,14 min tempo medio di permanenza

GLI ISCRITTI ALLE NEWSLETTER

8.835 iscritti alla newsletter Merano

mensile in tre lingue
tasso di apertura: 61% DE / 45% IT / 63% EN

224 iscritti alla newsletter Green sulla sostenibilità

bimestrale in due lingue
tasso di apertura: 44% DE / 49% IT

183 iscritti alle newsletter dei nostri partner

settimanale (marzo-novembre) o ogni due settimane (dicembre-febbraio) in due lingue
tasso di apertura: 63% DE / 22% IT

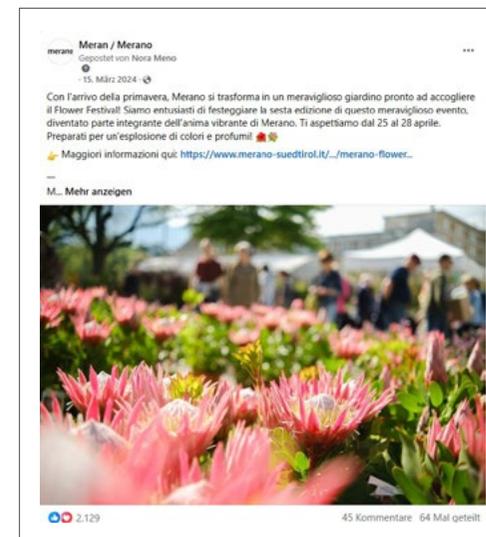
FOLLOWER

111.517 Facebook 
4,3 mln visualizzazioni35.800 Instagram 
704.195 visualizzazioni339 YouTube 
18.699 visualizzazioni387 TikTok Non perdetevi le ultime novità su Merano!
» **Iscrivetevi alle nostre newsletter:**

La digitalizzazione per me rappresenta un'opportunità, perché mi permette di raggiungere più facilmente le persone, di informarle in modo chiaro e di contribuire a un mondo più inclusivo. Il mio obiettivo è offrire ai residenti e agli ospiti sempre le migliori informazioni possibili – aggiornate, comprensibili, facilmente accessibili. I contenuti digitali, infatti, devono essere invitanti, fornire orientamento e non escludere nessuno. Passo dopo passo lavoro per abbattere le barriere e rendere le offerte digitali accessibili a tutti. Nonostante il mio entu-

siasmo per la digitalizzazione, il contatto umano per me resta fondamentale. La tecnologia può semplificare molte cose, ma non c'è nulla che possa sostituire una conversazione in presenza, un sorriso o un'esperienza condivisa. In futuro, secondo me, si dovrà trovare il giusto equilibrio, per sfruttare le innovazioni digitali senza dimenticare l'importanza del contatto umano.

Chantal Redavid
digital | communication department



Iniziative per i mercati

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE, UN MEZZO PER DIFFERENZIARSI

Uno degli obiettivi delle campagne di marketing rivolte ai mercati Belgio e Paesi Bassi che abbiamo effettuato nel 2024 è stato quello di ridurre la dipendenza dai mercati principali. A questo contribuirà anche un potenziamento significativo dei collegamenti ferroviari da nord a sud. Una tratta ferroviaria che sarà disponibile in futuro è quella notturna Bruxelles-Bolzano.

Con SkyAlps gli ospiti possono raggiungere direttamente il capoluogo dell'Alto Adige da Düsseldorf, Amburgo, Berlino e Anversa, tutte città caratterizzate da un ampio bacino d'utenza. Insieme a Lagundo, Tirolo, Scena, Parcines e Naturno abbiamo dato vita a una collaborazione pluriennale con SkyAlps, che ci consente di far conoscere la varietà e le bellezze del nostro territorio a un pubblico internazionale in crescita.

INIZIATIVE PER I MERCATI

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE È FONTE DI STABILITÀ.

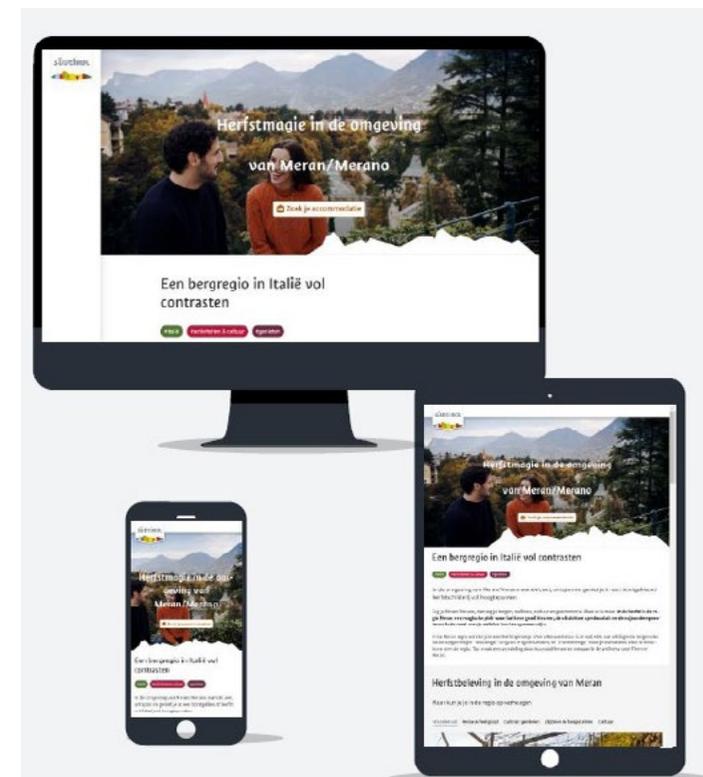
Sono molti i fattori determinanti che hanno spinto la nostra destinazione a rivolgersi a una clientela sempre più internazionale, il solo modo per ridurre la dipendenza dai mercati principali. Uno di questi fattori è il rinnovamento del ponte Lueg, che ha un impatto sul traffico a lunga percorrenza. Anche altri fattori hanno avuto la loro importanza, come il mutamento delle abitudini di viaggio, la situazione economica e le nuove opportunità offerte dai mercati internazionali. Ampliando il nostro campo d'azione e attraendo ospiti da differenti Paesi, rendiamo la nostra economia più stabile sul lungo periodo e più indipendente. Questa strategia ci aiuta ad affrontare nuove sfide e a garantirci un futuro più solido.

LE NOSTRE ATTIVITÀ SUI MERCATI.

Sono state condotte campagne di marketing nei settori brand, performance e content per l'area DACH e l'Italia, ma anche per il Belgio e i Paesi Bassi. A questo proposito risultano particolarmente importanti i collegamenti ferroviari e aerei: il nostro partner SkyAlps offre voli da Berlino, Düsseldorf, Amburgo, Bruxelles e Anversa raggiungendo molte persone nelle grandi città. Inoltre sono in programma il potenziamento dei collegamenti ferroviari verso sud, tra cui un treno notturno da Bruxelles a Bolzano, l'aumento della capacità sulla tratta Innsbruck-Merano e l'istituzione di treni diretti da Roma e Milano a Merano. Si stanno potenziando anche i servizi navetta da aeroporti e stazioni ferroviarie.

Risultati della campagna con SkyAlps

Dopo l'avvio delle campagne il **2,6%** degli intervistati indica Merano come destinazione turistica nelle Alpi, senza opzioni di scelta. Rispetto al periodo precedente alla campagna si è registrato un **incremento del 100%**. Con le opzioni di scelta, addirittura il **41%** degli intervistati conosce Merano (+7%).

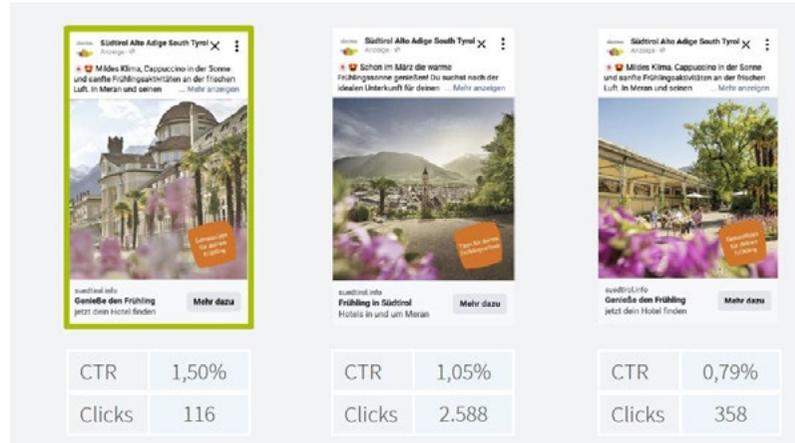


L'autunno a Merano è stato pubblicizzato sui mercati di Olanda e Belgio attraverso campagne di performance e content. Si è posto l'accento sul carattere mediterraneo e soleggiato della città di cura, oltre che sulle sue temperature miti.

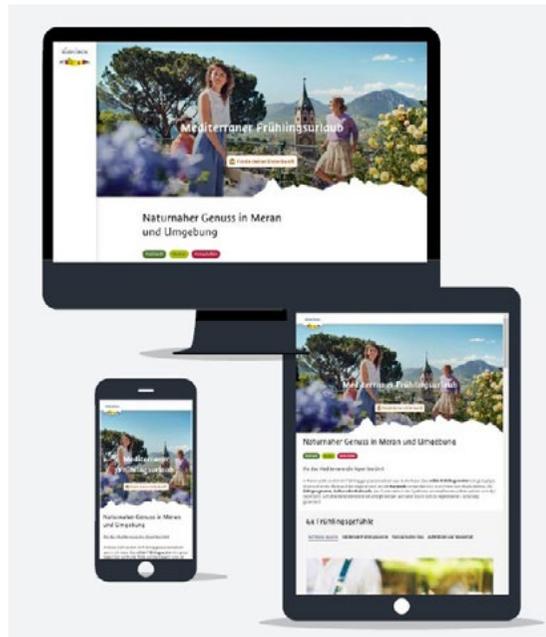


Le misure per promuovere l'internazionalizzazione sono particolarmente importanti nei periodi di incertezza economica. Tali misure supportano le nostre aziende nel ridurre le dipendenze dai singoli mercati, nella promozione di una sana diversificazione e nel consolidamento del loro sviluppo. IDM Alto Adige è un partner prezioso sia per l'identificazione di nuovi mercati che per l'attuazione di campagne pubblicitarie. Un paio di cifre significative: nel 2024 IDM ha attuato 106 progetti in 23 mercati, tra cui progetti di ingresso sui mercati, fiere e progetti di export. Insieme ai nostri partner del territorio – Lagundo, Tirolo, Scena, Parcines e Naturno – abbiamo avviato una collaborazione pluriennale con SkyAlps per la primavera. Le campagne si concentrano sul nord della Germania oltre che su Belgio e Paesi Bassi.

Karin Hofer
head of communication department



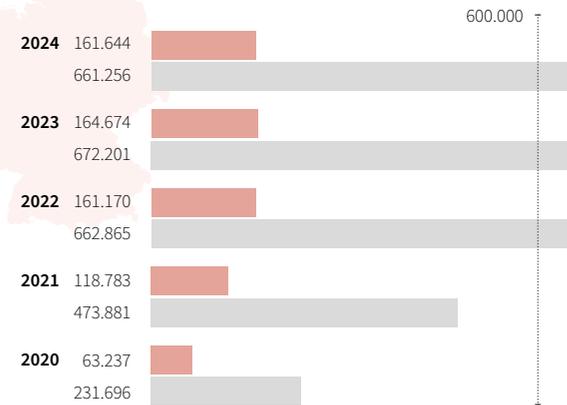
Nei mercati DACH sono state lanciate campagne di performance e content per promuovere la primavera mediterranea a Merano. Questa campagna ha ottenuto un clickthrough rate (CTR) tra lo **0,79%** e l'**1,50%**.



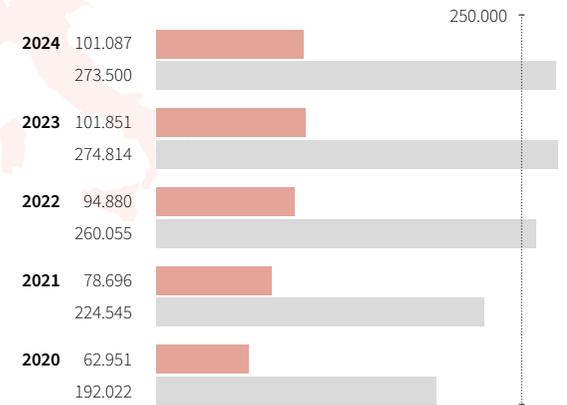
ARRIVI E PERNOTTAMENTI, DAI MERCATI PRINCIPALI E DA QUELLI EMERGENTI, NEL 2024.

Arrivi Pernottamenti

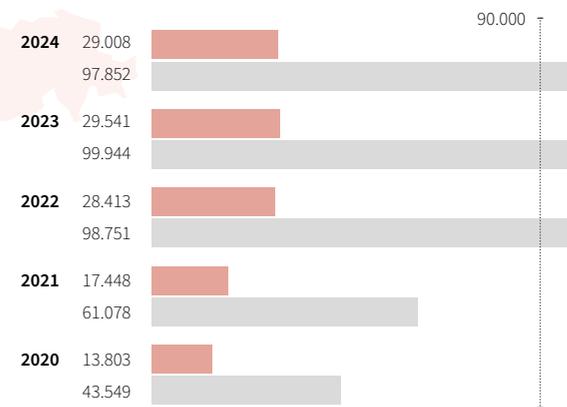
GERMANIA



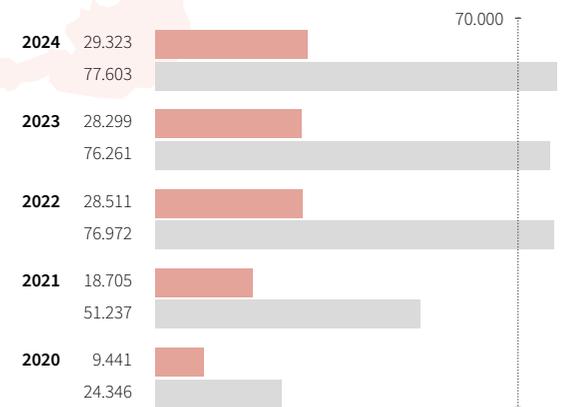
ITALIA



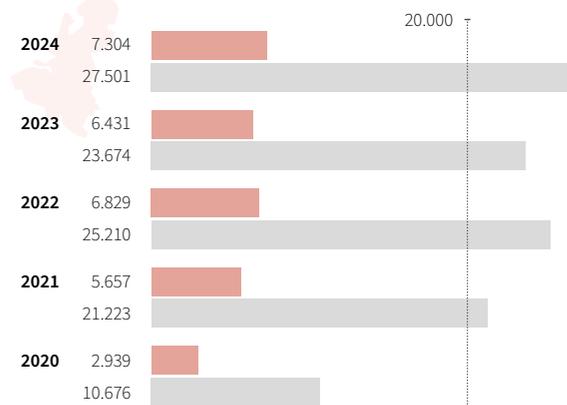
SVIZZERA



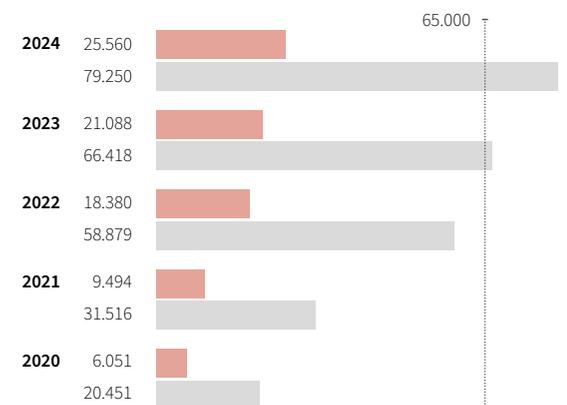
AUSTRIA



BENELUX



ALTRI



Merano è tutti noi

DIVENTA ANCHE TU PARTE DELLA SOLUZIONE!

Merano ha tanti pregi straordinari, ma in materia di qualità della vita condivide con tante altre città del mondo le sfide che nascono dall'essere un magnete turistico. Come si fa a far *vivere bene* tutti? Tutti coloro che lavorano e risiedono in città, tutte le famiglie che fanno crescere qui i propri figli? O tutti coloro che vogliono partecipare alla vita sociale, economica e culturale cittadina?

Attraverso iniziative mirate – sempre in collaborazione con altri attori della città – l'Azienda di Soggiorno di Merano nel 2024 ha compiuto nuovi passi per il miglioramento della qualità della vita.

L'obiettivo è raggiungere una convivenza armoniosa e funzionale, garantendo un'elevata qualità della vita a tutti: dai residenti agli ospiti, fino alla natura che ci circonda.



Con la trasformazione avviata nel 2024 del marchio Merano da marchio turistico a locale abbiamo raggiunto un obiettivo intermedio che ci porterà ad assicurare una buona qualità della vita a tutti, preservandola anche nel tempo. Ma cos'è la qualità della vita? Hans Magnus Enzensberger citava la buona salute, la sicurezza economica, la buona socialità, l'opportunità di crescita personale e un ambiente naturale integro. Anche

per questo cerchiamo di mantenere un dialogo continuo con i rappresentanti del mondo della cultura, della politica, della società e dell'ambiente. Per trovare soluzioni volte a far nascere un NOI condiviso è indispensabile collaborare con i settori più vari della vita sociale, culturale e politica della città di Merano.

Daniela Zadra direttrice

PUNTIAMO TUTTI ALLO STESSO OBIETTIVO.

Come è possibile ottenere un buon livello di convivenza tra ospiti e residenti in una delle località turistiche più ambite? È una domanda che ci facciamo già da molto tempo, anche se una risposta semplice non esiste. Ma come Azienda di Soggiorno di Merano vogliamo contribuire alla ricerca di una soluzione. In questo senso per noi il 2024 è stato un anno di continuo miglioramento: abbiamo ottimizzato la Merano App per le associazioni, reso visibile la disponibilità dei parcheggi e gestito i flussi dei visitatori più efficacemente.

UN'OFFERTA RIVOLTA A TUTTI.

Come Azienda di Soggiorno proponiamo un programma variegato sotto l'aspetto culturale, musicale e dell'attività sportiva, a misura tanto dei residenti che degli ospiti: per esempio con i MartedìSera, le Midsummer Night, Merano Vitae e il Mercatino di Natale. Anche i servizi gratuiti che forniamo da anni alle associazioni cittadine sono un contributo importante al benessere di tutti.

UN MARCHIO COME SIMBOLO DI QUALITÀ DELLA VITA.

Il marchio locale Merano, attualmente in corso di sviluppo, simboleggia il nostro impegno per la qualità della vita di tutti i cittadini. È stato proprio il concetto di NOI a ispirarci in modo speciale nel 2024. E nei prossimi anni speriamo di raggiungere tanti successi e soddisfazioni per questo NOI che ci unisce tutti.

2024: PERCORSI COMUNI, SOLUZIONI CONDIVISE.

Oltre a Castel Trauttmansdorff, al Museo delle Donne e a Merano Arte, nel 2024 anche il Palais Mamming Museum ha prolungato gli orari di apertura nei mesi invernali estendendo così l'accesso all'arte e alla cultura. In città ci sono numerosi eventi gratuiti che contribuiscono a dare un valore aggiunto culturale e a migliorare la qualità della vita durante tutto l'anno. Alcuni di essi sono organizzati in collaborazione con i nostri partner come il Comune di Merano o Terme Merano: Merano Flower Festival, Merano Vitae, Vivi Merano, Muoviti a Merano, Midsummer Night, MartedìSera, Mercatini di Natale e il programma per capodanno. Il Marchio di Sostenibilità Alto Adige ottenuto nell'agosto 2024 è il punto di partenza di numerose altre iniziative come il progetto JustNature.

UN DESTINO CONDIVISO.

Le nuove funzioni della Merano App attivate nel 2024 offrono a tutte le associazioni meranesi l'opportunità di presentarsi digitalmente e di gestire i propri eventi e le offerte. In questo modo l'Azienda di Soggiorno invia a tutte le associazioni cittadine un segnale chiaro di orientamento al supporto e all'inclusività. In questa direzione intende operare anche il marchio locale e cittadino in preparazione, influenzando positivamente i settori della promozione dell'economia, della cultura, della comunità e della qualità della vita. Un marchio cittadino rappresenta il raggiungimento di vari obiettivi per la collettività: per esempio consente di supportare sia finanziariamente che organizzativamente iniziative culturali e progetti per la comunità, promuovere startup e innovazioni e continuare a incentivare le misure di contrasto al cambiamento climatico.

DUE CHIACCHIERE CON...

Sono i meranesi a rendere la città ciò che è, grazie alla loro creatività, alle loro idee e al loro spirito d'iniziativa. Nel corso di oltre trenta interviste abbiamo parlato con esperti di cucina, artisti di talento e audaci innovatori per capire quali siano i loro punti di vista, i loro desideri per Merano e le loro visioni sul suo futuro. Per esempio il clown Jordi, cofondatore e promotore del festival di arte di strada Asfaltart, ci racconta cosa osserva ogni giorno come artista di strada e da dove tragga l'ispirazione per il suo lavoro. L'esperta di permacultura Elisabeth Kössler ci spiega come le varietà resistenti possano contrastare i cambiamenti climatici e quali ortaggi prosperino particolarmente bene a Quarazze. E Monika Thomaser, direttrice della cooperativa sociale Albatros, ci parla di reinserimento nel mondo del lavoro e della collaborazione con il settore turistico.



Il team dell'Azienda di Soggiorno di Merano ringrazia i propri partner della preziosa collaborazione. Spinti dal grande amore verso la nostra città, guardiamo al futuro fiduciosi continuando a impegnarci per crescere insieme, uniti e forti.



E quali sono le vostre idee per Merano? Scrivetele qui:

Four horizontal lines provided for writing ideas for Merano.

Saremo felici di ricevere le vostre idee per Merano anche via email: info@merano.eu

merano

Azienda di Cura, Soggiorno e Turismo di Merano
Corso della Libertà 45, 39012 Merano

