

**Il lavoro?**  
L'ho trovato con un click.  
[www.miojob.it](http://www.miojob.it)  
annunci, news e strumenti  
per chi cerca e offre lavoro

# ECONOMIA Bolzano

e-mail: [economia@altoadige.it](mailto:economia@altoadige.it)

## ALTO ADIGE MARKETING » NEL 2013 OLTRE 6 MILIONI DI TURISTI

di Maurizio Dallago

BOLZANO

In futuro maggiore internazionalità ed uno sviluppo di prodotto mirato alla realtà del territorio. Queste le linee-guida di Alto Adige Marketing (Smg) presentate ieri mattina nella tradizionale conferenza stampa estiva. In «soldoni», minore dipendenza dal cliente germanico e italiano, con ricerca di nuovi mercati. Kompatscher spezza una lancia a favore di «un aeroporto regionale funzionante».

«Quasi il 90% degli ospiti che oggi arrivano in Alto Adige proviene da nazioni dell'area germanofona e dall'Italia, e questa situazione comporta naturalmente una certa dipendenza nonché un fattore di rischio», afferma Uli Rubner, presidentessa di Alto Adige Marketing. Il lieve calo dei turisti italiani, fortunatamente compensato dagli ospiti germanici sebbene non in tutte le zone della provincia, lo ha dimostrato chiaramente. «Per garantire un futuro al comparto turistico è necessario poter contare su una buona occupazione delle strutture ad un prezzo adeguato, per cui appare necessario aumentare il numero delle nazionalità presenti sul nostro territorio», aggiunge Rubner.

«Lo sbarco su nuovi mercati ci permetterà non solo di crescere ma anche di renderci indipendenti», sottolinea il presidente della giunta provinciale.

Cinque anni fa la quota di pernottamenti di ospiti che non parlavano italiano o tedesco era del 10,7%. Oggi questa cifra si attesta sull'11,1 per cento e l'obiettivo «è di arrivare nel giro di tre anni al 15% investendo in nuovi mercati emergenti», così la direttrice Smg, Greti Ladurner.

Un'analisi attualmente in corso sta cercando di individuare i mercati che potrebbero essere interessanti all'Alto Adige. Le risultanze della prima fase hanno individuato in Russia, Gran Bretagna, Francia, Svezia, Norvegia, Danimarca, Usa, Cina, Giappone e Israele alcuni potenziali mercati di sviluppo. La seconda e terza fase, in corso di svolgimento, prevedono l'analisi di altre aree dell'arco alpino e,



Da sinistra Marco Pappalardo, Greti Ladurner, Uli Rubner e Arno Kompatscher



Il turismo resta trainante per l'economia altoatesina

## «Servono nuovi mercati per il turismo altoatesino»

La presidente Rubner: non dipendere solo dagli ospiti germanici ed italiani  
Kompatscher: «Necessario a Bolzano un aeroporto regionale funzionante»

### Niente crisi per il Gruppo Sel: assunto il collaboratore numero 500

Un segnale positivo in tempi di crisi: ha da poco assunto il suo incarico presso il Gruppo Sel (energia) il 500 collaboratore. Con la crescita costante della società energetica provinciale è aumentato anno dopo anno anche il numero dei dipendenti, un dato positivo specialmente in tempi di crisi economica. «In uno scenario caratterizzato dall'aumento della disoccupazione in Alto Adige ci fa particolarmente piacere poter offrire nuovi

posti di lavoro qualificati. Questo sviluppo ci dimostra che siamo sulla strada giusta», così Albert Stuflesser, direttore generale di Sel Spa. La costante crescita del personale del Gruppo Sel è anche indice delle potenzialità e del dinamismo del settore energetico, in particolare nell'ambito dell'energia rinnovabile. Il Gruppo offre posizioni qualificate e di alto profilo tecnico, tra cui anche nuovi «green job».

sempre per questi mercati, lo studio dettagliato di utilizzo dei media nonché le abitudini di viaggio e di prenotazione degli ospiti. Nella quarta fase infine l'indagine si occuperà delle modalità di sbarco sui nuovi mercati. «Questa ricerca

di mercato costituirà un'ottima base per gli investimenti da effettuare nei prossimi anni», spiega la direttrice.

«Se vogliamo essere visti come una destinazione attraente, dobbiamo lavorare costantemente allo sviluppo dell'of-

ferta. Solo grazie al valore aggiunto ed alla differenziazione potremo spuntare prezzi più alti ed evitare i confronti con le altre destinazioni», ribadisce Uli Rubner. Uno sviluppo di prodotto intelligente, inoltre, permetterebbe di ridare nuo-

va linfa ai periodi di bassa stagione. Il governatore Kompatscher ha quindi fatto notare come anche la migliore strategia sia inutile, se non è supportata dalla partecipazione convinta di tutti gli addetti ai lavori del settore turistico. «Con l'offerta "Südtirol Balance", sviluppata assieme ai consorzi turistici Val d'Isarco, Merano e dintorni, Val Venosta e Bolzano Vigneti & Dolomiti, abbiamo creato un prodotto molto interessante e valido per la comunicazione primaverile», sottolinea l'altro direttore di Smg Marco Pappalardo. Architettura ed eventi «green» sono altri pilastri per attirare turisti, in una provincia che nel 2013 ha visto l'arrivo di oltre 6 milioni di turisti per un totale di 29 milioni di pernottamenti.

DATI ASTAT

### Elettricità, consumi in calo ma aumenta la produzione

BOLZANO

L'Alto Adige produce più energia elettrica di quanta ne consumi e questo è un indicatore di quanto il territorio sia, per lo meno potenzialmente, "energeticamente autosufficiente". Così, nella pubblicazione dell'Astat «Energia elettrica e fonti rinnovabili».

Dal 2008 al 2012 la produzione di energia elettrica è in continuo aumento, rappresentando sul totale della produzione nazionale una quota stabile del 2%. Di fondamentale importanza la componente di energia idroelettrica che, nel 2012, rappresenta il 92% dell'energia elettrica prodotta in provincia di Bolzano.

Nel periodo 2008-2013 i consumi di energia elettrica hanno subito una crescita fino al 2011, mentre nel 2013, così come nel 2012, si è registrato un calo. Nel 2013, rispetto al 2012, se si esclude il lieve aumento dell'industria, sono unicamente i consumi per usi domestici a segnare un aumento. È pertanto interessante analizzare il consumo medio sia per persona sia per famiglia.

Considerando che il numero medio dei componenti per famiglia, nel periodo considerato, infatti, passa da 2,45 nel 2008 a 2,40 nel 2012 e che il numero delle famiglie è cresciuto, l'aumento del consumo medio a famiglia non è legato al numero dei componenti e al conseguente comportamento di consumo, bensì ai consumi "fissi" di cui un nucleo familiare (indipendentemente dalla sua numerosità) necessita.

Nel 2013 il 44,0% dei consumi è attribuibile al settore terziario, seguito dall'industria (28,2%), dagli usi domestici (22,2%) e dall'agricoltura (5,6 per cento).

### Birra Forst Spa affianca il mondo sportivo

Continua il supporto della Birra Forst Spa a fianco del mondo sportivo. L'azienda altoatesina è lo sponsor ufficiale della manifestazione sportiva che si svolgerà il 16 e il 17 agosto 2014 a Porto Cervo, dove avrà luogo la "Coppa Forst 1857" che vedrà sfidarsi i migliori golfisti nello splendido Pevero Golf Club, uno dei campi da golf più belli al mondo. Birra Forst darà inoltre supporto agli Internazionali di Tennis di Cortina - Atp Challenger Tour, che si svolgeranno dal 26 luglio al 3 agosto.

## Riflettori su Eurotunnel e tasse doganali

Incontro tra i presidenti delle Camere di commercio dell'Euregio: rinforzare la collaborazione



Da sinistra Jürgen Bodenseer, Adriano Dalpez e Michl Ebner

BOLZANO

Incontro dei vertici delle Camere di commercio dell'Euregio: impegno comune in materia di Eurotunnel e di tasse doganali in Svizzera.

A inizio settimana si è svolto all'hotel Stafler di Mules un incontro tra i presidenti della Camera dell'economia del Tirolo, della Camera di commercio di Trento e di quella di Bolzano, durante il quale sono stati trattati diversi temi attuali. L'incontro aveva l'obiettivo di approfondire la collaborazione tra le tre Camere dell'Euregio.

Il presidente della Camera dell'economia del Tirolo, Jürgen Bodenseer, e i presidenti delle Camere di commercio di Trento e Bolzano, Adriano Dalpez e Michl Ebner hanno concordato di incontrarsi periodicamente. «In questo modo vogliamo rinforzare la collaborazione in campo economico tra Tirolo, Alto Adige e Trentino», informano i tre presidenti.

Durante l'incontro sono stati approfonditi diversi temi di interesse comune. In particolare sono state gettate le basi per un incontro informativo

con le imprese sulla galleria di base del Brennero, che si terrà in autunno a Mules. L'obiettivo dell'iniziativa è mostrare anche alle piccole e medie imprese le possibilità che il progetto dell'Eurotunnel offre loro. Sempre in autunno è in programma anche un incontro con le imprese sul tema dell'efficienza energetica.

Anche i nuovi limiti doganali per l'importazione di carne in Svizzera, che colpiscono particolarmente le regioni confinanti, sono stati argomento all'ordine del giorno dell'incontro.