

<p><b>Consorzio turistico MGM</b></p>	<p><b>Piano strategico (2016 – 2019)</b> Pianificazione rotante</p>
<p><b>Profilo</b></p>	<p>I nostri obiettivi (da 3 a 5 frasi con i punti tematici)</p>
	<p><b>La visione:</b> La regione di Merano e dintorni è caratterizzata da una simbiosi tra elementi alpini e mediterranei che dà origine a una qualità della vita straordinaria, di cui beneficiano sia gli ospiti che gli abitanti del luogo.</p> <p><b>Qualità della vita alpina e mediterranea Il profilo della regione Merano e dintorni</b></p> <p>A Merano e dintorni lo stile di vita alpino e quello mediterraneo si incontrano in un territorio circoscritto. Il clima mite e la vegetazione alpina-mediterranea sono il tratto distintivo di questa regione. Parallelamente dalla convivenza armoniosa tra la popolazione tedesca e quella italiana nasce una particolare esperienza di vita, che si riflette in ogni aspetto della quotidianità. Con le sue passeggiate, le dimore nobiliari e gli edifici Jugendstil la cittadina di Merano costituisce l'affascinante baricentro di questa regione dall'inconfondibile carattere mediterraneo. Merano è circondata da una natura intatta e curata, da monti e valli. La vita nei paesi è tranquilla e mantiene un forte legame con la tradizione alpina. Le fortezze, i castelli e la cultura contadina imprimono alla regione un carattere unico.</p>
<p><b>Attività</b></p>	<p>Attività principali secondo i criteri di qualità (adattare al proprio consorzio e completare con punti caratteristici della regione) Attenzione: devono essere prese in considerazione tutte le categorie ricettive.</p>
	<p><b>La visione:</b> MGM è il centro di competenza per il turismo di Merano e dintorni. È il consorzio che dà impulso allo sviluppo turistico, operando con professionalità e con un atteggiamento aperto alla collaborazione.</p> <p><b>La missione:</b> La missione della Società consortile Merano Marketing (MGM) è adottare tutti i provvedimenti necessari per contribuire allo sviluppo e al consolidamento dell'economia turistica nella regione di Merano e dintorni. I risultati della sua attività sono un presupposto fondamentale per il successo di tutte le imprese del settore turistico di Merano e dintorni. Le mansioni di MGM comprendono quattro diversi ambiti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La definizione degli obiettivi quantitativi e qualitativi per lo sviluppo turistico della regione Merano e dintorni.</li> <li>2. Il proseguimento della profilazione regionale in accordo con i valori del marchio ombrello Alto Adige e l'elaborazione di prodotti che diano una veste concreta a questo profilo.</li> <li>3. Il lavoro su mercati selezionati con azioni che accrescano l'appeal della regione e agevolino la vendita di servizi.</li> <li>4. La raccolta e la trasmissione di competenze specialistiche alle istituzioni che hanno un ruolo rilevante per il turismo nella regione, oltre all'erogazione di servizi per i soci MGM.</li> </ol>

<b> Mercati</b>	Indicare in dettaglio (a quali mercati principali, secondari e desiderati sta lavorando il consorzio turistico e che obiettivi sono stati definiti per essi?)
<p>Mercati principali:</p> <p>Mercati secondari:</p> <p>Mercati da sviluppare:</p>	<p><b>Obiettivi per i mercati principali Germania, Italia e Svizzera</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Affermare Merano e dintorni come la regione dell'Alto Adige con la migliore qualità della vita e con uno stile di vita che nasce dall'incontro tra cultura alpina e cultura mediterranea.</li> <li>» Rivolgersi a nuovi clienti che corrispondono al profilo dei gruppi target.</li> <li>» Mantenere il numero di pernottamenti aumentando parallelamente il valore aggiunto.</li> <li>» Distribuire in modo più uniforme i pernottamenti nell'arco dell'anno.</li> </ul> <p><b>Obiettivi per il mercato secondario Austria</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Affermare Merano e dintorni come la regione dell'Alto Adige con la migliore qualità della vita e con uno stile di vita che nasce dall'incontro tra cultura alpina e cultura mediterranea.</li> <li>» Rivolgersi a nuovi clienti che corrispondono al profilo dei gruppi target.</li> </ul> <p><b>Obiettivi per il mercato da sviluppare Benelux</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Affermare Merano e dintorni come la regione dell'Alto Adige con la migliore qualità della vita e con uno stile di vita che nasce dall'incontro tra cultura alpina e cultura mediterranea.</li> <li>» Rivolgersi a nuovi clienti che corrispondono al profilo dei gruppi target.</li> </ul>
<b> Gruppi target</b>	A quali gruppi target – per caratteristiche sociodemografiche e psicografiche – si rivolge il consorzio turistico? Distinguere eventualmente i gruppi target per stagioni estate/inverno
	<p><b>I gruppi target</b></p> <p>L'Alto Adige, e di conseguenza anche Merano e dintorni, si rivolge a persone con interessi e atteggiamenti che in lingua tedesca possono essere sintetizzati nell'abbreviazione NANO®. Questo concetto generale racchiude i seguenti concetti specifici: Natura, Attività, Sostenibilità, Originalità (nel senso di autenticità).</p> <p>Questi attributi valgono per tutti i mercati target, cioè l'Alto Adige si rivolge in ogni paese a persone con queste preferenze. Allo stesso tempo gli interessi specifici o le attività degli ospiti provenienti dai singoli mercati sono differenti. Per esempio gli ospiti italiani vivono il tema della natura in modo diverso dagli ospiti tedeschi. Di questa circostanza si deve tenere conto con contenuti fotografici e testuali adeguati a ogni singolo mercato. Di seguito si riporta una descrizione di NANO® dal punto di vista soggettivo e la risposta corrispondente di Merano e dintorni.</p> <p>“Io, NANO®, desidero...”</p> <p>Per me è importante che i prodotti di cui usufruisco siano di alta qualità, autentici e affidabili. Apprezzo sia la buona tavola che un ambiente con elementi di pregio armonizzati tra loro. Le tecnologie moderne e la connettività (WI-FI/Internet) per me sono lo standard. Amo avere un contatto diretto con le persone e vivere la cultura quotidiana più autentica. Per me è importante un servizio di alta qualità in sintonia con</p>

	<p>le mie esigenze individuali; mi lascio viziare volentieri. Mi muovo con piacere in una natura intatta e apprezzo particolarmente quando questa è facile da raggiungere.</p> <p>“Noi, promotori turistici di Merano e dintorni, offriamo...”  La vicinanza di un centro dal carattere e clima mediterraneo al fresco delle montagne e un’offerta molto diversificata in un territorio circoscritto.  I luoghi sono curati, i sentieri ben segnalati e le malghe e i pascoli gestiti amorevolmente. L’offerta ricettiva è di alta qualità ed è caratterizzata da un particolare gusto per i dettagli. Il WI-FI è a disposizione gratuitamente sia negli esercizi che in molti luoghi pubblici.</p>
<p><b>Punti cardinali</b></p>	<p>Quali azioni sono progettate con le associazioni turistiche oppure con altri partner per rendere visibile il profilo? Elencare le attività di sviluppo della destinazione.</p>
	<p><b>Gli obiettivi strategici nell'area Sviluppo della destinazione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» MGM sensibilizza tutti i soggetti attivi nella promozione turistica (esercizi e associazioni turistiche) in relazione all’orientamento e agli obiettivi di Merano e dintorni e del marchio ombrello Alto Adige (visione e profilo).</li> <li>» MGM stimola i promotori turistici ad adattare i prodotti esistenti al profilo della regione e a sviluppare nuovi prodotti che lo rendano vivibile per tutto l’anno.</li> <li>» MGM e le associazioni turistiche si evolvono fino a diventare innovativi centri di servizi che erogano prestazioni di alta qualità per l’ospite e per i propri soci o membri.</li> <li>» MGM supporta gli esercizi che offrono ricettività e le associazioni nell’acquisizione delle competenze necessarie per il processo di internazionalizzazione sul piano dei mercati. I temi fondamentali sono la competenza linguistica e culturale, la collaborazione con gli operatori turistici e la prenotabilità online.</li> <li>» MGM sviluppa una Destinationscard valida su tutto il territorio che sostituirà tutte le carte per gli ospiti e la mobilità finora esistenti.</li> <li>» MGM partecipa attivamente al processo di pianificazione delle infrastrutture di mobilità regionali.</li> <li>» MGM crea piattaforme per lo sviluppo e la vendita di tematiche di nicchia.</li> </ul> <p><b>Gli obiettivi strategici nell'area Comunicazione d'impresa (Div. Destination Management)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» MGM basa la sua credibilità nel settore dello sviluppo turistico sulla capacità di comunicare all’esterno attività e progetti in maniera regolare, trasparente e oggettiva.</li> <li>» MGM comunica con il pubblico in modo mirato per sensibilizzare la popolazione altoatesina sulla propria attività e sull’indirizzo strategico di Merano e dintorni.</li> <li>» MGM si consolida presso il pubblico come promotore dei progetti turistici di Merano e dintorni.</li> <li>» MGM cura attivamente i contatti con i rappresentanti istituzionali per informarli sulle proprie attività e sensibilizzarli sui propri obiettivi.</li> </ul> <p><b>Gli obiettivi strategici nell'area Marketing</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>» MGM ottimizza l'integrazione di Merano e dintorni nel marchio ombrello Alto Adige per rafforzare la notorietà del marchio ombrello e a sua volta trarre beneficio da tale notorietà.</li> <li>» MGM gestisce e ottimizza il portale ombrello Merano e dintorni mantenendo gli obiettivi definiti: posizioni Top 3 di Google ranking per keywords rilevanti, un discorso emozionale e informativo, facilità d'uso (usability, user guidance, conversion), aumento delle interrogazioni del 100%, una rappresentazione chiara della regione e dei luoghi nelle home page.</li> <li>» MGM rafforza, insieme con almeno tre associazioni turistiche, il suo impegno nei mercati Olanda e Belgio, per incrementare del 3% entro il 2019 il numero di arrivi e pernottamenti da questi mercati.</li> <li>» Entro il 2019 MGM farà il suo ingresso nel mercato austriaco con una campagna pubblicitaria propria.</li> <li>» Attraverso le campagne pubblicitarie di Merano e dintorni nei mercati principali (Germania, Italia, Svizzera), MGM si rivolge in primo luogo ai nuovi clienti, allo scopo di incrementare costantemente la percentuale dei gruppi target NANO® sul volume complessivo degli ospiti aumentando di conseguenza la creazione di valore aggiunto.</li> <li>» MGM coordina tutte le attività di promozione dei propri soci all'interno dell'Alto Adige e sui vari mercati.</li> </ul>
<b>Annotazioni</b>	Ulteriori dichiarazioni
	<p><b>Il processo strategico di MGM per Merano e dintorni</b></p> <p>La strategia di MGM deriva dalla sua visione strategica per Merano e dintorni. Si tratta del piano di azione per realizzare in modo duraturo tale visione. Dietro la strategia, che copre un arco di quattro anni, si dispiega un piano di azioni annuali. Il processo strategico si articola nei campi dell'analisi, della formulazione degli obiettivi e dell'implementazione delle azioni.</p> <p>Per la finalizzazione del proprio piano strategico 2016-2019 e del proprio piano di attività 2016, MGM attende indicazioni precise o input da IDM in modo da poter operare efficacemente nel quadro di una strategia unitaria per l'Alto Adige.</p>

È obbligatorio compilare tutti i campi (tranne le annotazioni).