

TÄTIGKEITSPROGRAMM UND  
VORANSCHLAG  
EXPORT ORGANISATION  
SÜDTIROL - EOS

2014

PROGRAMMA DI ATTIVITÀ E  
PREVENTIVO  
ORGANIZZAZIONE EXPORT  
ALTO ADIGE - EOS

# INHALTSVERZEICHNIS

7	Bericht des Präsidenten
9	Abstract
11	International Trade Support
15	Messeprogramm
21	Marketing Support
26	Voraussichtlicher Abschluss am 31.12.2013
28	Voranschlag
31	Bericht des Kollegiums der Rechnungsprüfer



# INDICE

Relazione del Presidente	37
Abstract	39
International Trade Support	41
Programma fiere	45
Marketing Support	51
Previsione consuntivo al 31.12.2013	56
Preventivo	58
Relazione del Collegio dei revisori dei conti	61







# TÄTIGKEITSPROGRAMM UND VORANSCHLAG EXPORT ORGANISATION SÜDTIROL - EOS

2014

**EOS.**



# BERICHT DES PRÄSIDENTEN

Das vom Verwaltungsrat verabschiedete Tätigkeitsprogramm für 2014 kann hier, nach gründlicher Vorbereitung, vorgestellt werden.

Die Tätigkeit der EOS wird 2014 wiederum vor allem im Dienste der Unternehmen stehen und durch die Arbeit in den Sektoren der Export-Unterstützung und des Marketings zahlreiche Aktivitäten zur Wirtschaftsförderung durchführen. Darüber hinaus liegt es an der EOS und an der zuständigen Politik, die Weichen für die Südtiroler Unternehmen betreffend den Export zu stellen.

Wie bereits in den letzten Jahren begonnen, muss an besseren Bedingungen zur Exportfinanzierung gearbeitet werden, damit die Südtiroler Betriebe weiter wachsen können und so zur Gesundheit der Wirtschaft beigetragen.

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

Federico Giudiceandrea  
Präsident





# 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.

2014 wird die Aufbauarbeit der letzten Jahre fortgeführt. Der direkte Kontakt zu unseren Kunden ist dabei von vorrangiger Wichtigkeit: im Bereich International Trade Support soll 2014 die Anzahl der direkten Kontakte auf 2.000 erhöht werden, jene der betreuten Betriebe auf 1.000. 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 2014 sind 45 internationale und nationale Messen in Planung. 2014 wird ausserdem intensiv an den Vorbereitungen zum Auftritt Südtirols auf der EXPO 2015 in Mailand gearbeitet 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 2014 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 2014 sowie die Budgets sind auf den folgenden Seiten ersichtlich.



# INTERNATIONAL TRADE SUPPORT

Die Exportförderung und die Unterstützung der Internationalisierungstätigkeit der Südtiroler Unternehmen ist Kernaufgabe der EOS. Der Bereich International Trade Support bietet Unternehmen aus Südtiroler Unternehmen eine Reihe von Dienstleistungen zum Markteintritt, der Markterschließung sowie der Marktkonsolidierung.

- Der Export Helpdesk hilft bei allgemeinen Fragen zum Thema Export.
- Im Account Management werden Kunden professionell betreut.
- Im Project Management werden strategische Problemstellungen vertieft.
- Messen dienen über alle Bereiche hinweg der Unterstützung der Internationalisierungstätigkeit der Südtiroler Unternehmen.

## 1. EXPORT HELPDESK

Der Export Helpdesk ist die zentrale Anlaufstelle für Fragen zum Thema Export. Hier werden vor allem Fragen zur Exportabwicklung schnell und unbürokratisch beantwortet. Des Weiteren werden Problemstellungen der Export-Einsteiger analysiert, vertieft und entsprechend bearbeitet. Den Mitarbeitern steht dazu ein externer Expertenpool von Fachberatern zur Seite.

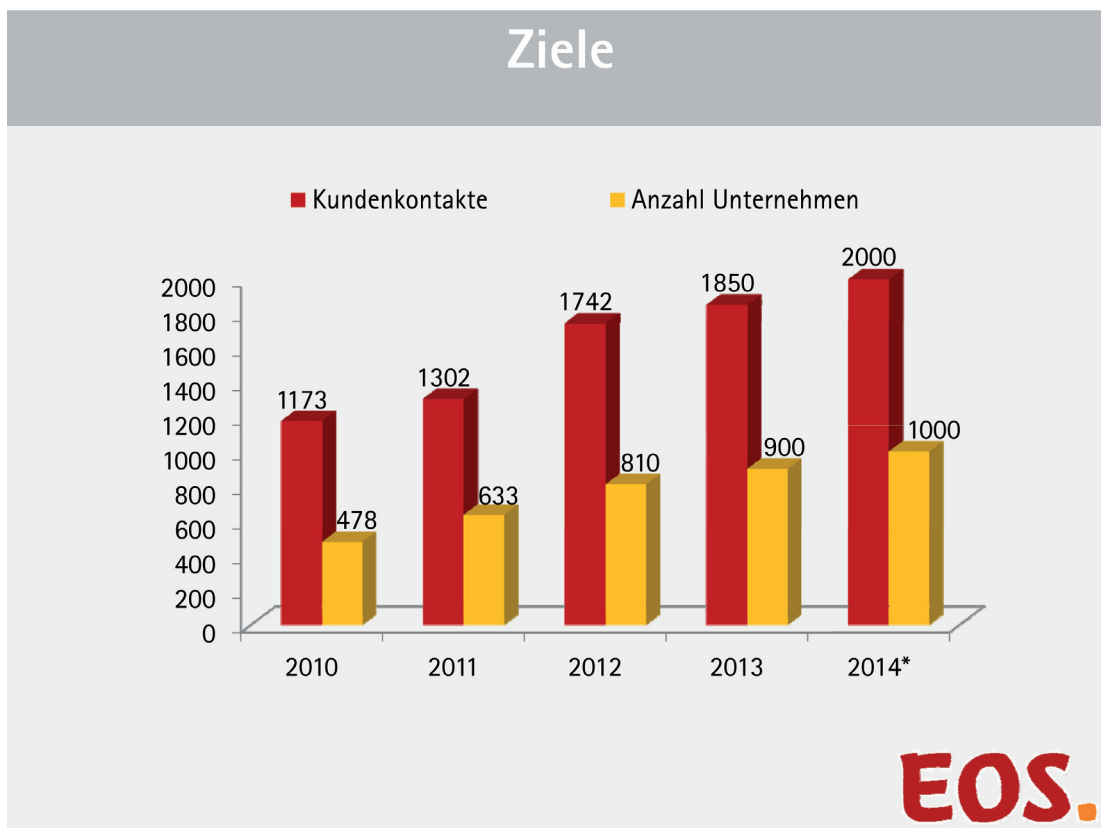
- Fragen zu Zöllen, Import- und Exportbestimmungen, Normen und Standards, Zahlungsverkehr, internationalen Transporten und Speditionen.
- Beratung zu internationalen Steuern und Recht (mit Unterstützung von Experten).
- Firmeninformationen: die EOS ist bei zahlreichen Datenbanken abonniert und vermittelt Bonitätsauskünfte, Firmenprofile und Mailinglisten.
- Zugang zu verschiedenen Publikationen und Veröffentlichungen: Länder- und Branchenberichte, Messeinformationen, Leitfäden zu Verträgen, Merkblätter und Adressen von Spediteuren und Transporteuren, sowie Übersetzern und Dolmetschern, können angefragt werden.
- Die Export-Seminare in Zusammenarbeit mit dem WIFI der Handelskammer Bozen vermitteln Führungskräften und Mitarbeitern das notwendige Knowhow zum erfolgreichen Export.
- Die Website [www.eos-export.org](http://www.eos-export.org), sowie die EOS.News (wöchentliche Newsletter) und die EOS.letter (3 Ausgaben pro Jahr) sind wichtige Teile der Kommunikation.
- Aufbau und Pflege des Online Portals [www.export.bz.it](http://www.export.bz.it)
- Bei verschiedenen Themen- und Länderveranstaltungen wird Wissen vermittelt und der Erfahrungsaustausch zwischen Südtiroler Exporteuren und Experten gefördert.

## 2. ACCOUNT & PROJECT MANAGEMENT

Als moderne Dienstleistungsorganisation stellt die EOS den Kunden ins Zentrum ihrer Tätigkeit und sucht ständig durch Kundenbesuche, persönliche Gespräche und interessante Veranstaltungen, die Möglichkeiten zum „Netzwerken“ zu bieten. Im Project Management begleitet die EOS die Südtiroler Unternehmen beim Export bzw. auf dem Weg zu neuen Kunden und Märkten.

- Marktinformationen, -studien: Beschaffung von Informationen über Märkte und Produkte, Suchen und Erwerben branchenspezifische Marktstudien und Sekundär-Marktforschung. Für einige ausgewählte strategische Märkte werden umfassende Informationen gesammelt (bisher für Brasilien, Russland, Indien, China (BRIC), USA).
- Erfolg im Ausland hängt von starken Partnern vor Ort (im jeweiligen Ausland) ab. Die EOS pflegt ein Netzwerk von über 50 Partnern in 60 Ländern weltweit. Dieses Partnernetzwerk steht Südtiroler Unternehmen zur Verfügung.
- Exportprojekte sind individuelle auf ein Unternehmen abgestimmte und maßgeschneiderte Markteinstiegsprogramme. Marktsondierung bzw. -analyse, Geschäftspartnersuche und Vorbereitung bzw. Begleitung bei der Geschäftsreise sind Bestandteil dieser Projekte, die in Zusammenarbeit mit EOS-Partnern weltweit ausgearbeitet werden.
- Bei Unternehmerreisen wird eine Gruppe von mindestens 3 interessierten Südtiroler Unternehmen ins Ausland begleitet zur Anbahnung von Geschäftskontakten - Anlass kann eine interessante Konferenz oder Messe im Ausland sein. Falls notwendig und gewünscht werden auch Vertreter aus Politik und Medienvertreter mit eingebunden.
- Bei Delegationen aus dem Ausland werden potentielle Kunden, Importeure, oder auch Journalisten nach Südtirol eingeladen. Somit bietet sich die Möglichkeit für (mindestens 3) teilnehmende Südtiroler Unternehmen ihren Betrieb, ihre Produkte und ihr Umfeld in Südtirol zu präsentieren.
- Export Coach: Exporteure werden bei den ersten Schritten in neue Märkte von erfahrenen „Export-Managern auf Zeit“ fachkundig begleitet und unterstützt.
- China-Desk: Seit einigen Jahren ist China ein Fokusmarkt der EOS. Dafür wurde ein eigener Desk mit einer chinesischen Mitarbeiterin (Teilzeit) eingerichtet.

### 3. ZIELE 2014



## 4. SCHWERPUNKTE 2014

### **Beratung und Anlaufstelle für Export-Versicherung und Export-Finanzierung**

Die EOS koordiniert Unternehmen bei Fragen/Projekten zur Exportversicherung und Zugang zum „Südtiroler Exportfonds“. Dies erfolgt in enger Zusammenarbeit mit der Provinz Bozen und unter Einbindung von nationalen und internationalen Rückversicherern (SACE) sowie Confidi/Garfidi und den lokalen Banken.

### **Export Helpdesk**

Die Rechts- und Steuerberatung soll mit weiteren externen Partnern verstärkt werden. Die Angebote für Exporteinsteiger sollen ausgeweitet und verbessert werden. Das Angebot an neuen Informationsdatenbanken wird geprüft. Das Portal [www.export.bz.it](http://www.export.bz.it) wird ausgebaut.

### **Veranstaltungen**

**Exportweek:** Diese Veranstaltung soll das Thema Export in vielen Facetten den Südtiroler Unternehmen näher bringen. Wie bereits bei den vergangenen Ausgaben soll beim Treffen „Meet the world“ den Südtiroler Unternehmen das EOS-Partnernetzwerk vorgestellt werden und 15-20 Märkte weltweit „nach Südtirol gebracht werden“ durch den jeweiligen EOS-Partner. Informationsworkshops und Referate bieten vielfältige Möglichkeiten des Austausches und Gelegenheit zum Networking.

**Beratertage (laufend):** Fast monatlich werden Beratertage mit den EOS-Partnern aus aller Welt organisiert. Es wird dabei versucht, Partner aus mehreren Ländern gemeinsam zum Beratertag einzuladen, z.B. Mittlerer Osten.

**Architektentreffen – Alpitecture:** Es wird wie 2013 versucht, mehrere Veranstaltungen im In- und Ausland zu organisieren, bei denen internationale Architekten auf Unternehmen aus Südtirol treffen.

**Business Speed Dating:** Die von 2010 bis 2013 erfolgreich durchgeführten Veranstaltungen in den Grenzgebieten (Nordtirol, Osttirol, Bayern) sollen 2014 ggf. mit neuen Themen fortgeführt werden und auf die Schweiz erweitert werden.

### **Märkte**

Auch aufgrund des schwachen italienischen Marktes liegt der Schwerpunkt in den nahen Märkten (Deutschland, Österreich, Schweiz). Danach sind die sog. Heimmärkte der EU wichtig. Darüber hinaus bieten wir Südtiroler Unternehmen Information und Unterstützung in den individuell wichtigen Zielmärkten.

### **Exportprojekte**

Die Exportprojekte sollen weiter forciert werden. Die Möglichkeiten sollen durch weitere EOS-Netzwerk-Partner verstärkt werden – insbesondere die „Exportweek“ und die laufenden Beratertage dienen als Grundlage für zahlreiche Exportprojekte.

### **Export Coach**

Exporteure werden bei den ersten Schritten in neue Märkte von erfahrenen „Export-Managern auf Zeit“ fachkundig begleitet und unterstützt. Hier werden weitere Coaches in den Pool aufgenommen und die Dienstleistung konsolidiert.

### **Unternehmerreisen ins Ausland/Delegationen aus dem Ausland**

Für verschiedenste Sektoren werden je nach Bedarf Unternehmerreisen ins Ausland organisiert, um erste Kontakte zu knüpfen oder auch bereits bestehende Geschäftskontakte zu vertiefen. Die Delegationen nach Südtirol werden meist im Zusammenhang mit einer interessanten Messe in Bozen (z.B. Klimahouse) geplant und durchgeführt.

### **Firmenpools**

Auch 2014 können Südtiroler Unternehmen die Möglichkeit nutzen, über „Firmenpools“, d.h. mit Unternehmenskooperationen und Zusammenschlüssen, neue Märkte zu erschließen.

# MESSEPROGRAMM

Messen sind nach wie vor ein wichtiges Marketinginstrument für Unternehmen, um sich im Ausland zu präsentieren. Die Messtätigkeit bildet budgettechnisch einen Schwerpunkt der EOS-Tätigkeit. Die Messtätigkeit ist bereichsübergreifend – 15 EOS-Mitarbeiter übernehmen die Organisation von zumindest einer Messe/Events pro Kopf, einige betreuen bis zu 5 Messen jährlich. 3 Mitarbeiter im Bereich Messen sind zudem für die Instandhaltung und Pflege des Messestandes, des Mobiliars und der Messebekleidung verantwortlich. Sie koordinieren Lager und Logistik, sowie die SMG und BLS-Messen.

Für 2014 sind 45 internationale und nationale Messen in Planung. 13 davon sind neue Messen. Da Messen eine lange Vorbereitungsphase erfordern, wird der erste Entwurf bereits im März des Folgejahres dem Verwaltungsrat präsentiert und nach Freigabe anschließend im Internet veröffentlicht. Ziel ist die bestmögliche Adaption an die Bedürfnisse der Unternehmen.

Eine Arbeitsgruppe, unter der Leitung der EOS und bestehend aus Vertretern von EOS, TIS und SMG, wird die notwendigen Vorbereitungen für eine Teilnahme der Provinz Bozen an der Expo2015 in Mailand treffen.

## MESSEKALENDER 2014

Nr.	Messeveranstaltung	Sektor	Kurzbeschreibung	Land	Ort	Datum
1	Golf- und Wellnessreisen	Tourismus	Führende Golfmesse in Deutschlandf	Deutschland	Stuttgart	16.- 19.01.2014
2	Swissbau	Bau	Schweizer Leitmesse der Bau und Immobilienwirtschaft	CH	Basel	21.- 25.01.2014
3	Monumento	Handwerk	Messe für Denkmalschutz und Denkmalpflege	Österreich	Salzburg	16.- 18.01.2014
4	Winter Fancy Food	Lebensmittel	Nordamerikas Fachmesse für Lebensmittel und Getränke	USA	San Francisco	19.- 21.01.2014
5	Intergastra	Hotelzulieferung	Führende Fachmesse für innovatives Gastrobusiness	Deutschland	Stuttgart	01.- 05.02.2014
6	Golfmesse Schweiz	Tourismus	Führende Golfmesse in der Schweiz	Schweiz	Zürich	30.1.- 2.2.2014

7	Fruit Logistica	Lebensmittel	Internationale Fachmesse für die Fruchthandelsbranche	Deutschland	Berlin	05.-07.02.2014
8	Biofach	Lebensmittel	Weltleitmesse für Bio-Produkte	Deutschland	Nürnberg	12.-15.02.2014
9	Gulfood	Lebensmittel	Messe für Lebensmittel und Getränke, Hotels, Kühlanlagen und Restaurant-Dienstleistungen, sowie Hotelzulieferung.	VAE	Dubai	23.-27.02.2014
10	Fruchtwelt Bodensee	Lebensmittel + landwirtschaftliche Maschinen	Internationale Fachmesse für Kernobst, Steinobst, Beeren, Hopfen und Destillation	Deutschland	Friedrichshafen	21.-23.02.2014
11	Energiesparmesse	Bau	Österreichs besucherstärkste Bau- und Energiemesse	Österreich	Wels	7.-9.03.2014
12	IHM + Garten	Handwerk	Internationale Handwerksmesse   Die Leitmesse für das Handwerk	Deutschland	München	12.-18.03.2014
13	Aahar	Lebensmittel	Größte HoReCa-Messe Indiens	Indien	Delhi	März
14	SüdTec	Handwerk	Internationale Zuliefermesse der verarbeitenden Industrie	Deutschland	Stuttgart	März
15	Pro Wein	Lebensmittel	Internationale Fachmesse für Weine und Spirituosen	Deutschland	Düsseldorf	23.-25.03.2014
16	Megavino	Lebensmittel	Internationale Fachmesse für Weine und Spirituosen	Belgien	Brüssel	März
17	Klimahouse Toscana	Bau	Fachmesse für energieeffizientes und nachhaltiges Bauen	Italien	Florenz	28.-30.03.2014
18	IBF	Bau	Größte Baummesse von internationaler Bedeutung in Mittel- und Osteuropa	Tschechei	Brünn	April
19	Klimahouse Puglia	Bau	Fachmesse für energieeffizientes und nachhaltiges Bauen	Italien	Bari	April
20	Vinitaly	Lebensmittel	Internationale Fachmesse für Weine und Spirituosen	Italien	Verona	10.-14.04.2014
21	Turkeybuild	Bau	Internationale Baummesse	Türkei	Istanbul	Mai
22	PLMA	Lebensmittel	Europas führende Messe im Bereich Private Label	Niederlande	Amsterdam	Mai
23	IFAT	Bau	Weltleitmesse Wasser-, Abwasser-, Abfall- und Rohstoffwirtschaft	Deutschland	München	5.-9.05.2014



24	Cibus	Lebensmittel	Internationale Fachmesse für Lebensmittel	Italien	Parma	5.-8.05.2014
25	VieVinum	Lebensmittel	Internationales Weinfestival	Österreich	Wien	14.-16.06.2014
26	Summer Fancy Food	Lebensmittel	Nordamerikas Fachmesse für Lebensmittel und Getränke	USA	New York	29.06.2014-01.07.2014
27	Galabau	Bau	Internationale Fachmesse Urbanes Grün und Freiräume	Deutschland	Nürnberg	17.-20.09.2014
28	Sana	Lebensmittel	Internationale Fachmesse für Bio und Naturwaren	Italien	Bologna	September
29	ASIA Fruit Logistica	Lebensmittel + landwirtschaftliche Maschinen	Internationale Fachmesse für die Fruchthandelsbranche in Asien	China	Hong Kong	03.-05.09.2014
30	Maison&Objet	Handwerk	Internationaler Branchentreff für Inneneinrichtung und Dekoration	Frankreich	Paris	September
31	Expo Real	Bau	Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen	Deutschland	München	Oktober
32	Frankfurter Buchmesse	Verlag und Buch	Weltweite Buchmesse	Deutschland	Frankfurt	Oktober
33	Interbad	Hotelzulieferung	Internationale Fachmesse für Schwimmbäder, Bädertechnik, Sauna, Physiotherapie und Wellness	Deutschland	Stuttgart	21.-24.10.2014
34	SaudiBuild	Bau	internationale Ausstellung für Bautechnologien und Baustoffe und die führende Veranstaltung ihrer Art in Saudi Arabien.	Saudi Arabien	Riyad	November
35	Swisstech	Handwerk	Europas zentrale Messe der Zulieferindustrie	Schweiz	Basel	November
36	Alles für den Gast	Hotelzulieferung	Internationale Fachmesse für die gesamte Gastronomie und Hotellerie	Österreich	Salzburg	November
37	Interpoma	Lebensmittel	Internationale Fachmesse für Anbau, Lagerung und Vermarktung des Apfels	Italien	Bozen	November
38	Heim & Handwerk	Handwerk	Verbrauchermesse rund ums Bauen, Einrichten und Wohnen	Deutschland	München	November
39	Artigiano in fiera	Handwerk	Große Besuchermesse für Handwerk und Lebensmittel	Italien	Mailand	Dezember

## SÜDTIROL-AUFTRITTE

Anlässlich einiger Messen und Veranstaltungen, die für das Land Südtirol von besonderer Bedeutung sind, organisiert die EOS Auftritte, welche der Bewerbung der Wirtschaft im allgemeinen oder einzelner Sektoren derselben 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.	Messeveranstaltung	Sektor	Kurzbeschreibung	Land	Ort	Datum
1	Grüne Woche	Landwirtschaft	Die weltgrößte Messe für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau	Deutschland	Berlin	17.-26.01.2014
2	Bozner Weinkost	Lebensmittel	Bedeutendste Veranstaltung der Südtiroler Weinwirtschaft	Italien	Bozen	Mai
3	Hotel	Hotelzulieferung und Lebensmittel	Alles für die Hotellerie und Gastronomie	Italien	Bozen	Oktober
4	Herbstmesse	Lebensmittel	Messe für regional angebaute Qualitätsprodukte	Italien	Bozen	November
5	Salone del Gusto	Lebensmittel	Slow-Food Messe	Italien	Turin	Oktober
6	Food & Life	Lebensmittel	Messe für Gourmets und Genießer	Deutschland	München	November

### Südtirol-Auftritte anlässlich von Messen mit Gemeinschaftsstand

Nr.	Messeveranstaltung	Sektor	Kurzbeschreibung	Land	Ort	Datum
1	Golf- und Wellnessreisen	Tourismus	Führende Golfmesse in Deutschlandf	Deutschland	Stuttgart	16.-19.01.2014
2	Golfmesse Schweiz	Tourismus	Führende Golfmesse in der Schweiz	Schweiz	Zürich	30.1.-2.2.2014

3	IHM + Garten	Handwerk	Internationale Handwerksmesse   Die Leitmesse für das Handwerk	Deutschland	München	12.-18.03.2014
4	Heim & Handwerk	Handwerk	Verbrauchermesse rund ums Bauen, Einrichten und Wohnen	Deutschland	München	November
5	Artigiano in Fiera	Handwerk	Große Besuchermesse für Handwerk und Lebensmittel	Italien	Mailand	Dezember



# MARKETING SUPPORT

Der Bereich Marketing Support der EOS führt Marketingaktivitäten auf traditionellen und neuen Absatzmärkten für Südtiroler Qualitätslebensmittel 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; Gemüse; Beeren und Kirschen; naturtrüber Apfelsaft, frische Apfelschnitten und Trockenfrüchte; Honig; Kräuter und Gewürze; Grappa; Rindfleisch; Speck- und Käseknödel und andere Fertiggerichte; Freilandeier
- Sonstige Qualitätslebensmittel aus Südtirol

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 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 Aktivitäten werden auf den traditionellen Absatzmärkten Italien (einschließlich Südtirol), Deutschland, Österreich, Schweiz und auf neuen Märkten (USA, Benelux, Polen, Tschechien, Russland, Skandinavien) durchgeführt.

Alle Werbeprogramme bauen auf einem strategischen, mittelfristigen Planungsansatz (3-Jahres-Strategie) auf.

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

Weitere Kooperationspartner sind die SMG, der HGV, der Südtiroler Köcheverband, das TIS, die Weinakademie und die Sommeliervereinigung und über Südtirol hinaus die Agentur ICE (Istituto per il commercio estero) und Slow Food.

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

## 5. Ziele

Die strategischen Ziele sind:

- Festigung und Erhöhung 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 (USA, Benelux, Skandinavien, Osteuropa, Russland, Japan)

## 6. SCHWERPUNKTE

Neben klassischen imagebildenden Werbeaktivitäten werden – insbesondere in neuen Märkten – verstärkt verkaufsfördernde Maßnahmen durchgeführt. Beide Aktivitäten ergänzen sich.

Tätigkeitsschwerpunkte für das Jahr 2014 sind:

- Organisation der produktspezifischen Werbeaktivitäten;
- Organisation von bereichsübergreifenden Maßnahmen;
  - o Verkaufsförderungsmaßnahmen im LEH im In- und Ausland;
  - o Veranstaltungen/Events für einzelne Produktgruppen (Weinkost in Bozen, Südtiroler Brot- und Strudelmarkt in Brixen, Südtiroler Speckfest Villnöß, Südtiroler Milchfest Fanealm, etc.);
  - o Umsetzung von internationalen Förderprogrammen (EU-Projekte für den Binnenmarkt und für Drittländer für Speck, Apfel, Wein und Stilsfer Käse);
  - o Online-Aktivitäten für Südtiroler Qualitätsprodukte;
  - o PR-Aktivitäten für Südtiroler Qualitätsprodukte.

## 7. PRODUKTBEREICHE

Organisatorisch werden die anstehenden Aufgaben über die Bereiche Apfel, Speck, Wein und Produkte mit Qualitätszeichen Südtirol (Key Account Management) und die produktübergreifenden Funktionsbereiche PR, EU- und weitere drittmittelfinanzierte Gemeinschaftsprojekte, Events, Internet und Verkaufsförderung abgewickelt.

Über die Produktbereiche werden Ziele, Strategien und Werbemaßnahmen definiert, über die Funktionsbereiche gebündelte 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 und Fruttunion führt die EOS den 3-Jahres-Strategieplan 2012–2014 weiter. Dabei wird das in den vergangenen Jahren aufgebaute positive Image in den Kernmärkten 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 2013/2014 sehen Verkaufsförderungsaktionen, Fachanzeigen, TV Sponsoring, PR, Online-Aktivitäten sowie Messebeteiligungen vor. Daneben führt die EOS den im Jahr 2012 neu entwickelten „Gesamt-Auftritt“ für die Südtiroler Apfelwirtschaft weiter. Er umfasst alle 3 aktuell geführten g.g.A. Marken (Südtiroler Apfel g.g.A., Marlene, Val Venosta/Vinschgau) und beinhaltet gemeinsame Auftritte im Web, auf Messen und bei Events in Südtirol.

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

### **Südtiroler Speck g.g.A.**

Im Auftrag des Südtiroler Speckkonsortiums führt die EOS Marketingaktivitäten für den Südtiroler Speck g.g.A. durch. Basis ist eine 3-Jahres-Strategie. Ziel ist die Festigung und der Ausbau des positiven Images von Südtiroler Speck g.g.A. im In- und Ausland und der Aufbau einer „Speck-Kultur“ in Südtirols Gastronomie.

Der Schwerpunkt der imagebildenden Maßnahmen wird auf Südtirol gelegt. Gleichzeitig wird mehr Gewicht auf Verkaufsförderungsmaßnahmen gelegt. Durch Synergien über bereichsübergreifende Kooperationsprojekte werden Budgets und die Schlagkraft erhöht.

### **Südtiroler Qualitätsweine**

Im Auftrag des Konsortiums Südtiroler Wein wird 2014 die Umsetzung des dreijährigen Strategieplanes 2012–2014 in Angriff genommen.

Im Vordergrund steht dabei der Ausbau des Images Südtirols als Weißwein-Land, die Betonung der Vielfalt bei Hervorhebung der Leitsorten und die Gesamtpräsentation des Weinlands Südtirol.

Südtiroler Wein soll erste Wahl in Südtirol werden und als Top-Region Italiens für Weißwein auch international etabliert werden.

Maßnahmenswerpunkt ist die Promotion der „Südtirol-Kapsel“ als Erkennungszeichen. Die Herkunft der Weine wird dadurch noch weiter gestärkt. Weitere Schwerpunkte sind Internet, Social Media, sowie PR-Maßnahmen. Die gemeinsamen Werbeaktivitäten dienen der Imageförderung und 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.

### **Südtiroler Milch und Milchprodukte**

Der Sennereiverband Südtirol hat die EOS für das Jahr 2014 wiederum mit der Koordination und Abwicklung des Schulprojekts für die 4. Klassen der Grundschule beauftragt. Die EOS arbeitet weiters bei der Organisation des Milchfestes mit. Die Südtiroler Milchwirtschaft ist darüber hinaus in alle bereichsübergreifenden Maßnahmen, welche von der EOS durchgeführt werden, eingebunden (PR-Aktivitäten in Südtirol, Medienkooperationen, Messen, ICE-Projekte, etc.).

### **Produkte mit dem Qualitätszeichen Südtirol**

Für die Produkte mit dem Qualitätszeichen Südtirol werden in Zusammenarbeit mit den Fach-

kommissionen die 3-Jahres-Strategie-Pläne angepasst. Sämtliche Werbekampagnen werden darauf abgestimmt.

Ziel ist die weitere Bekanntmachung und Etablierung der Qualitätsprodukte in Südtirol und in Italien.

Die Werbemaßnahmen umfassen Veranstaltungswerbung, PR-Maßnahmen, Anzeigenkampagnen, Internetaktivitäten und die Produktion von Werbematerialien.

Über die bereichsübergreifenden Maßnahmen sind die Produkte mit Qualitätszeichen außerdem 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 (9), die von der unabhängigen und akkreditierten Kontrollstelle „Südtiroler Qualitätskontrolle“ aus Terlan und der CSQA aus San Michele (nur Rindfleisch) durchgeführt werden.

## **8. BEREICHSÜBERGREIFENDE AKTIVITÄTEN**

Durch bereichsübergreifende Maßnahmen für alle Südtiroler Qualitätslebensmittel werden zusätzliche Budgets und Synergien generiert.

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

### **Kooperationsprojekte mit dem Land Südtirol**

Die gemeinsamen Aktionen mit dem Assessorat für Wirtschaft werden fortgeführt. 2014 wird der Schwerpunkt weiterhin auf Verkaufsförderungsmaßnahmen im In- und Ausland, PR-Arbeit und Online-Marketing-Aktivitäten gelegt.

Im Bereich Verkaufsförderung ist geplant, für Deutschland und Italien Aktivitäten noch besser bereichsübergreifend zu verknüpfen und mit den Partnern vor Ort umzusetzen. Zu erwähnen sind hierbei eine geplante Südtirol-Roadshow durch die wichtigsten Städte Deutschlands und Gemeinschaftsauftritte in Italien. Für Deutschland und Italien sind Store-in-Store-Konzepte, beziehungsweise Südtirol-Inseln angedacht. Individuelle Dienstleistungen wie Merchandising, Storechecks und Kontaktpflege mit Handelspartnern werden weitergeführt und auf weitere Südtiroler Unternehmen und Bereiche ausgedehnt.

2012 wurden 42 Verkaufsförderungsaktionen in 12 Märkten mit über 45 Südtiroler Firmen durchgeführt, 2013 (1. Halbjahr) bereits 29 Aktionen mit über 40 Firmen. Die bearbeiteten Märkte sind Deutschland, Italien, Österreich, Norwegen, Schweden, Finnland, USA, Polen, Tschechien und Israel.

2014 gilt es, geplante Verkaufsförderungsmaßnahmen und bestehende Werbeprogramme noch intensiver an die Wünsche der Produzenten anzupassen und mit den Strategien und Botschaften der Sektoren sowie der Destination Südtirol zu verknüpfen.

Im Bereich Internet wurden 2013 die Weinseite und die Apfelseite neu aufgesetzt. Zudem wurde den Besuchern des Genussfestivals, der Bozner Weinkost und des Gewürztraminer Symposiums erstmals die Möglichkeit geboten, Eintrittskarten online zu erwerben.

Eigene Homepages gibt es für die Bereiche Apfel, Speck, Wein und Produkte mit dem Qualitätszeichen Südtirol sowie für die EU-Projekte. Der Bereich Südtiroler Qualitätsprodukte auf Facebook hat inzwischen 35.000 Fans, der Bereich Wein 13.000. Die Produktseiten Apfel, Speck, Wein und



Produkte mit dem Qualitätszeichen weisen zusammen rund 60.000 Besuche im Monat auf.

Im Bereich PR wurde Ende 2011 eine interne Stelle geschaffen. Das Schreiben und der Versand von lokalen Pressemitteilungen für die Südtiroler Qualitätsprodukte, die Organisation von Pressekonferenzen und PR-Events sowie das Reporting erfolgen seitdem zentral und in enger Abstimmung mit der Kommunikationsabteilung der Handelskammer. Die Pressestelle koordiniert zudem einen Teil der Medienkooperationen im In- und Ausland sowie die interne Bilddatenbank und stimmt sich diesbezüglich 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 zudem die Themen für den monatlichen Newsletter über die Südtiroler Qualitätsprodukte.

Im Bereich der Werbemittel wurde 2013 erstmals eine Imagebroschüre entwickelt, die sowohl Produktinformationen als auch Rezepte enthält. Durch die Kombination Informationen/Rezepte wird sichergestellt, dass den kochbegeisterten Lesern auch Hintergrundwissen zu den Südtiroler Qualitätsprodukten vermittelt wird. Die Imagebroschüre gilt als neues Standardwerk der Südtiroler Qualitätsprodukte und wird 2014 um die neuen Produkte (Speck- und Käseknödel und andere Fertiggerichte; Freilandeier) erweitert.

Die Ausbildung „Genussbotschafter Südtirol“ wird im Herbst 2013/Frühjahr 2014 zum zweiten Mal über die Südtiroler Weinakademie angeboten. Kooperationspartner ist das WIFI der Handelskammer Bozen. Ständige Weiterbildungsprogramme garantieren den hohen Stand der Ausbildung und dienen der Qualitätssicherung. Die Genussbotschafter werden bei diversen Marketingaktivitäten eingesetzt, z.B. bei Verkostungsaktionen im Handel, bei Messen, bei Pressereisen und bei Schulungen. Die Bewerbung erfolgt über eine eigens geschaffene Plattform im Internet.

Darüber hinaus werden gemeinsame Projekte mit institutionellen Südtiroler Partnern abgewickelt. Dazu zählen die SMG, der HGV, der hds, Südtirols Schulen, der Köcheverband Südtirol, die Weinakademie und die Südtiroler Sommeliervereinigung.

### **EU-Projekte**

Das im April 2012 begonnene EU-Drittlandprojekt für den Apfel (Drei-Jahres-Projekt) wird fortgesetzt (zweites Kampagnenjahr).

Das EU-Projekt „PROdotti GARantiti D'Europa“ (PRO.GA.DE), eingereicht von den Konsortien Stilscher Käse, Speck und Apfel wird als Dreijahreskampagne mit Anfang 2014 starten. Die EOS wird als Durchführungsstelle die Kampagne laut genehmigtem Programm bis Ende 2016 in den vorgesehenen Märkten (Deutschland, Italien, Österreich, Tschechien) umsetzen.

Über die EU Weinmarktordnung – Absatzförderungen in Drittländer – startet ab Oktober 2013 das 3 Jahre EU Projekt „PROgramma Vini ITaliani in Russia e USA“ (Pro-Vit). Die umfangreichen Werbeaktivitäten in diesen zwei Drittstaaten sind bis Oktober 2016 vorgesehen. Die Trägerorganisationen dieser 3-Jahres-Kampagne des Südtiroler Weins in den USA und Russland sind die EOS – Export Organisation Südtirol und das Konsortium Südtiroler Wein.

### **Events**

Von den Mitarbeitern der Abteilung „Events“ werden 2014 die Bozner Weinkost, das Milchfest, das Speckfest Villnöss und der Brot- und Strudelmarkt in Brixen organisiert.

### **Kooperationsprojekte mit ICE**

Die Konvention, welche das Land Südtirol mit der Agentur ICE für den Zeitraum April 2011 mit Verlängerung bis Juni 2013 abgeschlossen hatte, soll neu aufgelegt werden. Geplant sind eine Reihe von Aktivitäten im Nahrungsmittelbereich in Deutschland, Schweden und den USA.

# VORAUSSICHTLICHER ABSCHLUSS AM 31.12.2013

Ausgaben/Einnahmen	2013	ITS	Wein	Apfel	Speck	Produkte mit OZ	Dachmarke	EU Projekte	
A) Ordentliche Erträge									
1) Einkünfte aus Dienstleistungen	4.503.000	425.000	282.000	800.000	535.000	174.000	75.000	945.000	
2) Sonstige Einkünfte u. Rückerstattungen	246.000								
3) Beiträge von Einrichtungen der EU	230.000							230.000	
4) Beiträge der Provinz Bozen und anderer öffentl. Körperschaften	7.552.000	850.000	300.000	300.000		281.000	423.000		
5) Sonstige Beiträge									
6) Handelskammerbeitrag	3.469.000	425.000							
<b>Summe (A)</b>	<b>16.000.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>582.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>455.000</b>	<b>498.000</b>	<b>1.175.000</b>	
B) Strukturkosten									
6) Institutionelle Organe	40.000								
7) Personal	2.508.000	18.000							
8) Betrieb	1.055.000								
9) Abschreibungen und Rückstellungen	340.000								
<b>Summe (B)</b>	<b>3.943.000</b>	<b>18.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
C) Institutionelle Kosten									
10) Ausgaben für Projekte und Initiativen	12.057.000	1.682.000	582.000	1.100.000	535.000	455.000	498.000	1.175.000	
<b>Summe (B) + (C)</b>	<b>16.000.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>582.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>455.000</b>	<b>498.000</b>	<b>1.175.000</b>	

	Genuss- festival	TV-Spot Italien	VKF mit SMG	Sonstige Initia- tiven	Expo 2015	Messe- programm	Südtirol- Auftritte	Messe- stand	Komm- nikation	Verwal- tung u. Personal
	130.000					1.137.000				
							246.000			
	486.000	300.000		55.000		2.263.000	634.000	285.000	175.000	1.200.000
		100.000	100.000	76.000		328.000		240.000		2.200.000
	<b>616.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>131.000</b>	<b>0</b>	<b>3.728.000</b>	<b>880.000</b>	<b>525.000</b>	<b>175.000</b>	<b>3.400.000</b>
										40.000
										2.490.000
								225.000		830.000
								300.000		40.000
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>525.000</b>	<b>0</b>	<b>3.400.000</b>
	616.000	400.000	100.000	131.000		3.728.000	880.000		175.000	
	<b>616.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>131.000</b>	<b>0</b>	<b>3.728.000</b>	<b>880.000</b>	<b>525.000</b>	<b>175.000</b>	<b>3.400.000</b>

# VORANSCHLAG 2014

Ausgaben/Einnahmen	2013*	2014	ITS	Wein	Apfel	Speck	Produkte mit OZ	Dachmarke	EU Projekte	
A) Ordentliche Erträge										
1) Einkünfte aus Dienstleistungen	4.503.000	4.995.000	425.000	329.000	800.000	535.000	214.000	75.000	1.510.000	
2) Sonstige Einkünfte u. Rückerstattungen	246.000	243.000								
3) Beiträge von Einrichtungen der EU	230.000	189.000							189.000	
4) Beiträge der Provinz Bozen und anderer öffentl. Körperschaften	7.552.000	8.327.000	950.000	300.000	300.000		355.000	517.000		
5) Sonstige Beiträge										
6) Handelskammerbeitrag	3.469.000	2.751.000	325.000							
<b>Summe (A)</b>	<b>16.000.000</b>	<b>16.505.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>629.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>569.000</b>	<b>592.000</b>	<b>1.699.000</b>	
<b>2013* Summe (A)</b>		<b>16.000.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>582.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>455.000</b>	<b>498.000</b>	<b>1.175.000</b>	
B) Strukturkosten										
6) Institutionelle Organe	40.000	40.000								
7) Personal	2.508.000	2.783.000	84.000						149.000	
8) Betrieb	1.055.000	1.120.000								
9) Abschreibungen und Rückstellungen	340.000	340.000								
<b>Summe (B)</b>	<b>3.943.000</b>	<b>4.283.000</b>	<b>84.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>149.000</b>	
C) Institutionelle Kosten										
10) Ausgaben für Projekte und Initiativen	12.057.000	12.222.000	1.616.000	629.000	1.100.000	535.000	569.000	592.000	1.550.000	
<b>Summe (B) + (C)</b>	<b>16.000.000</b>	<b>16.505.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>629.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>569.000</b>	<b>592.000</b>	<b>1.699.000</b>	
<b>2013* Summe (B) + (C)</b>		<b>16.000.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>582.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>455.000</b>	<b>498.000</b>	<b>1.175.000</b>	

**\* Voraussichtlicher Abschluss**

	Genuss- festival	TV-Spot Italien	VKF mit SMG	Sonstige Initiativen	Expo 2015	Messe- programm	Südtirol- Auftritte	Messe- stand	Kommu- nikation	Verwaltung u. Personal
						1.107.000				
							243.000			
	100.000	300.000	100.000	55.000	200.000	2.583.000	617.000	550.000	150.000	1.250.000
		100.000		76.000						2.250.000
	100.000	400.000	100.000	131.000	200.000	3.690.000	860.000	550.000	150.000	3.500.000
	616.000	400.000	100.000	131.000	0	3.728.000	880.000	525.000	175.000	3.400.000
										40.000
										2.550.000
								250.000		870.000
								300.000		40.000
	0	0	0	0	0	0	0	550.000	0	3.500.000
	100.000	400.000	100.000	131.000	200.000	3.690.000	860.000		150.000	
	100.000	400.000	100.000	131.000	200.000	3.690.000	860.000	550.000	150.000	3.500.000
	616.000	400.000	100.000	131.000	0	3.728.000	880.000	525.000	175.000	3.400.000



# BERICHT DES KOLLEGIUMS DER RECHNUNGSPRÜFER

Am 16. Oktober 2013 hat sich das Kollegium der Rechnungsprüfer der EOS- Export Organi-sation Südtirol, Sonderbetrieb der Handelskammer Bozen, in einem Saal im Sitz in der Südtiroler Straße Nr. 60 versammelt.

Um 17.00 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 2014.

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-schäfts-jahres über die verschiedenen Bereiche durchzuführen beabsichtigt. Der Bericht des Präsidenten, welcher dem Voranschlag für das Jahr 2014 beigefügt ist, erscheint ausreichend. Die Tätigkeit kann wie folgt zusammengefasst werden:

## AUFWENDUNGEN

International Trade Support	€	1.700.000
Wein	€	629.000
Apfel	€	1.100.000
Speck	€	535.000
Produkte mit Qualitätszeichen	€	569.000
Dachmarke	€	592.000
EU-Projekte	€	1.699.000
Genussfestival	€	100.000
TV-Spot-Italien	€	400.000
Verkaufsförderung mit SMG	€	100.000
Sonstige Initiativen	€	131.000
Expo 2015	€	200.000
Messeprogramm	€	3.690.000
Südtirol-Auftritte	€	860.000
Messestand	€	550.000

Kommunikation	€	150.000
Verwaltung und Personal	€	3.500.000
	<b>SUMME €</b>	<b>16.505.000</b>

#### **ERTRÄGE**

Einkünfte aus Dienstleistungen	€	4.995.000
sonstige Einkünfte und Rückerstattungen	€	243.000
Beiträge von Einrichtungen der EU	€	189.000
Beiträge des Landes und anderer öffentl. Körperschaften	€	8.327.000
Beiträge der Handelskammer Bozen	€	2.751.000
	<b>SUMME €</b>	<b>16.505.000</b>

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

- die Strukturkosten sich im Ausmaß von 26% auf die Gesamtausgaben auswirken (Personalkosten 16,9% - Institutionelle Organe und Betrieb 7% - Abschreibungen 2,1%);
- die öffentlichen Zuschüsse 68,3% der Einnahmen darstellen (Land und andere öffentliche Körperschaften 50,5% - Handelskammer 16,7% - EU 1,1%);

Dies vorausgeschickt

äußert

das Kollegium der Rechnungsprüfer seine Zustimmung zur Genehmigung des Tätigkeitsprogramms und Voranschlags 2014, wie vom Präsidenten der EOS vorgeschlagen.

Das Kollegium lädt den Präsidenten allerdings ein, das Programm um ein detailliertes Budget zu ergänzen, so dass den einzelnen Aktivitäten auch unmittelbar Aufwendungen und Erträge zugeordnet werden können und damit das Programm auch als Kontrollinstrument für das Unternehmen eingesetzt werden kann.

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 18.00 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**

**2014**

**EOS.**



# RELAZIONE DEL PRESIDENTE

Dopo una scrupolosa preparazione, il programma di attività approvato dal Consiglio di amministrazione per il 2014 può essere ora presentato.

Nel 2014 l'EOS continuerà a operare soprattutto per fornire servizi alle imprese, realizzando numerose attività di promozione dell'economia attraverso il lavoro nei settori del sostegno alle esportazioni e del marketing. Inoltre, all'EOS e alla classe politica competente spetterà individuare i punti deboli delle imprese altoatesine nel campo delle esportazioni.

Come negli ultimi anni, si dovrà lavorare al miglioramento delle condizioni dei finanziamenti per l'esportazione, per consentire alle aziende altoatesine di continuare a crescere e, di riflesso, per contribuire al mantenimento di un'economia sana.

Il pregevole lavoro delle aziende altoatesine va ben oltre i confini provinciali e favorisce la costruzione di un'immagine positiva del territorio, fondata soprattutto su un'accresciuta consapevolezza della qualità dei prodotti e dei servizi dell'Alto Adige.

Federico Giudiceandrea  
Presidente



# ABSTRACT

L'EOS, quale organizzazione di servizi per la promozione e il marketing di prodotti, ha tra i propri obiettivi strategici l'internazionalizzazione delle imprese altoatesine e il consolidamento delle quote di mercato, con conseguente costante miglioramento dell'immagine e della notorietà dei prodotti di qualità dell'Alto Adige.

Nel 2014 proseguirà il lavoro iniziato negli ultimi anni. Il contatto diretto con i clienti sarà, quindi, di importanza prioritaria: nel reparto International Trade Support il numero di contatti diretti dovrà essere portato a 2.000 entro il 2014, mentre il numero delle aziende seguite dovrà salire a 1.000. L'offerta ampiamente sperimentata dei servizi offerti dall'EOS è basata sui bisogni delle aziende esportatrici e riguardano l'ingresso, la valorizzazione e il consolidamento dei mercati.

Per il 2014 sono in programma 45 fiere internazionali e nazionali. In vista dell'EXPO2015 a Milano, l'EOS lavorerà intensamente per organizzare l'area espositiva dedicata all'Alto Adige.

Il settore agroalimentare altoatesino contribuisce in misura importante al valore aggiunto e all'occupazione in Alto Adige ed è contraddistinto da un forte orientamento all'export.

Nel 2014, grazie a misure pubblicitarie ad hoc, il reparto del Marketing support manterrà la posizione di spicco dei prodotti altoatesini sul mercato locale e nazionale e promuoverà contemporaneamente anche attività di marketing su nuovi mercati esteri.

Oltre alle campagne pubblicitarie dedicate a prodotti specifici (mele, speck, vino, prodotti con marchio di qualità), saranno implementate una serie di attività che coinvolgeranno tutti i prodotti. Sono previsti, in particolare, attività online, interventi di PR, attività di promozione delle vendite ed eventi.

I programmi di attività dettagliati dei due settori dell'EOS, il programma fiere 2014 e i budget sono illustrati nelle pagine che seguono.





# INTERNATIONAL TRADE SUPPORT

Il compito principale dell'EOS sono l'incentivazione delle esportazioni e il sostegno alle attività di internazionalizzazione. Il settore International Trade Support offrirà alle imprese altoatesine una serie di servizi per le fasi di ingresso, sviluppo e consolidamento dei mercati. La diffusione di informazioni aggiornate sull'export costituirà un punto centrale dell'attività di questo reparto e permetterà di intensificare la consulenza a favore delle aziende che operano in questo settore.

- L'Export Helpdesk fornisce risposte a quesiti di carattere generale riferiti alle esportazioni.
- L'Account Management offre ai clienti dell'EOS consulenza professionale.
- Il Project Management approfondisce le problematiche strategiche.
- Il settore fieristico opera in aggiunta agli altri due per sostenere le imprese altoatesine nelle loro attività di internazionalizzazione.

## 1. EXPORT HELPDESK

L'Export Helpdesk è l'interlocutore principale per i quesiti sulle esportazioni. Consente di trovare risposte veloci e informali in particolare su argomenti che riguardano le formalità per l'esportazione. Vengono inoltre analizzate, approfondite e rielaborate adeguatamente le problematiche incontrate da chi si avvicina per la prima volta a questa attività. Inoltre, i collaboratori sono affiancati da un pool esterno di consulenti esperti.

- Quesiti riguardanti dogane, normative su import/export, norme e standard, operazioni di pagamento internazionali, trasporti internazionali e spedizioni.
- Consulenza in tema di imposte e diritto internazionale (con il supporto di esperti).
- Informazioni aziendali: l'EOS è abbonato a numerose banche dati, attraverso le quali può fornire informazioni sulla solvibilità, profili aziendali e mailing-list.
- Accesso a diverse pubblicazioni: possono essere richiesti rapporti su paesi e settori, informazioni fieristiche, linee guide in materia contrattuale, schede informative e indirizzi di spedizionieri, trasportatori, traduttori e interpreti.
- I seminari sul tema "export" organizzati in collaborazione con il WIFI della Camera di commercio di Bolzano permetteranno di trasmettere a dirigenti e collaboratori il know-how necessario per avere successo nell'export.
- Il sito web [www.eos-export.otg](http://www.eos-export.otg), così come l'EOS.News (newsletter settimanale) e l'EOS.letter (tre edizioni all'anno) sono elementi importanti della comunicazione.
- Realizzazione e manutenzione del portale online [www.export.bz.it](http://www.export.bz.it).
- Il know-how viene trasmesso tramite varie manifestazioni tematiche e regionali, volte anche a incentivare lo scambio di esperienze tra esportatori altoatesini e esperti.

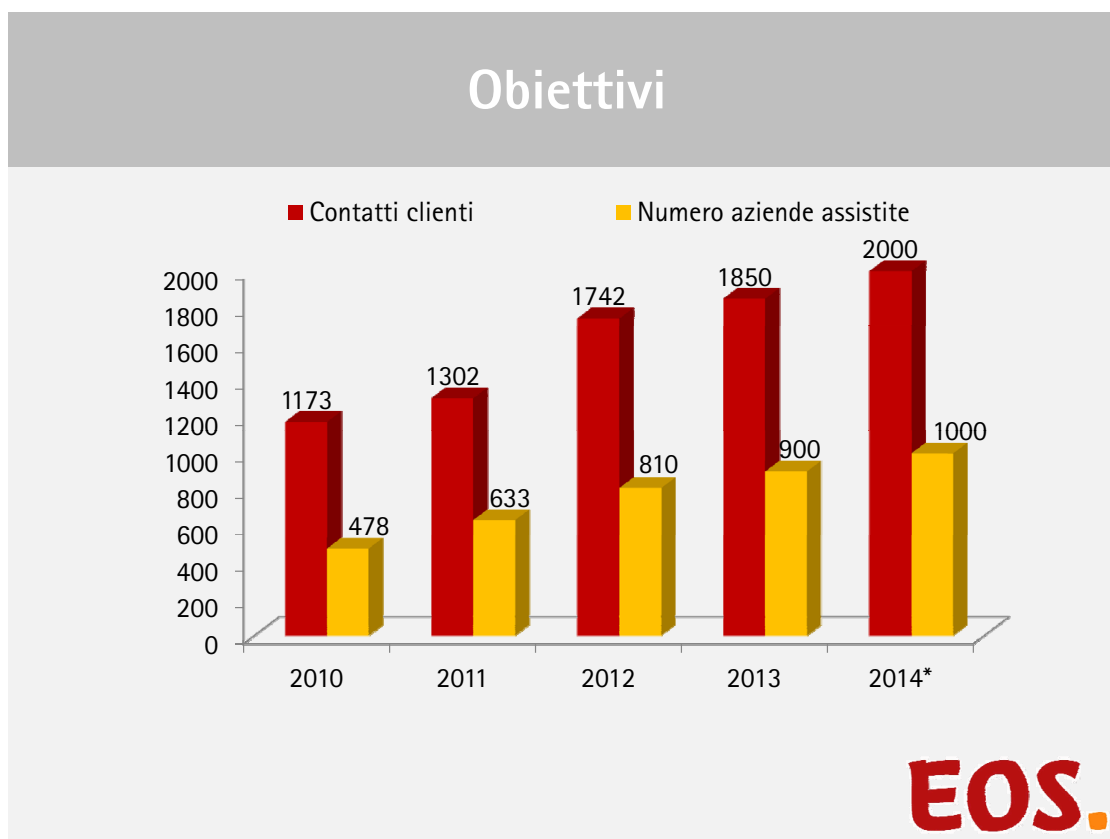
## 2. ACCOUNT & PROJECT MANAGEMENT

Come organizzazione moderna di servizi, l'EOS pone il cliente al centro della propria attività e cerca costantemente di offrire la possibilità di creare una rete di contatti attraverso visite ai clienti, colloqui personali e interessanti manifestazioni. Tramite il Project Management, l'EOS affianca le

imprese altoatesine nei processi di esportazione e/o alla ricerca di nuovi clienti e mercati.

- Informazioni e studi di mercato: reperimento di informazioni su mercati e prodotti, ricerca e acquisizione di studi di mercato specifici per settore e ricerca secondaria di mercato. Per alcuni mercati selezionati vengono raccolte informazioni più ampie (finora per Brasile, Russia, India, Cina (BRIC), USA).
- Il successo all'estero dipende dalla presenza di partner forti in loco (negli stati esteri). L'EOS si avvale di una rete di oltre 50 partner in 60 paesi di tutto il mondo. Questa rete di partner è a disposizione delle ditte altoatesine.
- I progetti export sono piani individuali di penetrazione in nuovi mercati, fatti su misura per una specifica azienda. Analisi e sondaggi di mercato, ricerca dei partner commerciali e preparazione/ accompagnamento nei viaggi imprenditoriali sono elementi di tali progetti che vengono elaborati dai partner dell'EOS in tutto il mondo.
- Gruppi di almeno tre imprese altoatesine interessate vengono accompagnati all'estero per avviare contatti commerciali. Una buona occasione per questi viaggi aziendali può essere un'interessante conferenza o fiera all'estero. Se necessario o ritenuto auspicabile, saranno coinvolti anche rappresentanti del mondo della politica e dei media.
- In occasione di delegazioni provenienti dall'estero vengono invitati in Alto Adige potenziali clienti, importatori e anche giornalisti. Così si offre alle imprese altoatesine partecipanti (minimo tre) la possibilità di presentare la loro azienda, i loro prodotti e il loro ambiente in Alto Adige.
- Export Coach: gli esportatori vengono accompagnati e sostenuti nel loro primo ingresso in nuovi mercati da esperti "manager temporanei per l'export".
- China-Desk: da alcuni anni la Cina è un mercato di interesse per l'EOS, perciò è stato allestito un desk specifico con una collaboratrice cinese (part-time).

### 3. OBIETTIVI 2014



## 4. Punti chiave 2014

### **Consulenza e sportello per assicurazione e finanziamento export**

L'EOS coordina le richieste delle aziende in merito a quesiti e progetti sull'assicurazione export nonché l'accesso al fondo di garanzia altoatesino per l'export. Il servizio è reso in stretta collaborazione con la Provincia Autonoma di Bolzano e con il coinvolgimento di assicurazioni nazionali e internazionali (SACE), della Confidi/Garfidi e delle banche locali.

### **Export Helpdesk**

La consulenza giuridica e fiscale sarà estesa ad altri partner esterni. Le offerte per i neofiti dell'export saranno ampliate e migliorate. Parallelamente sarà ampliato anche il portale [www.export.bz.it](http://www.export.bz.it) mentre andrà verificata l'offerta di nuove banche dati.

### **Manifestazioni**

**Export Week:** Questa manifestazione intende avvicinare il tema dell'export in tutte le sue sfaccettature alle imprese altoatesine. Come già nelle precedenti edizioni, all'incontro "Meet the world" sarà presentata alle imprese altoatesine la rete di partner dell'EOS, che permetterà di "portare in Alto Adige" 15-20 mercati di tutto il mondo. Workshop di informazione e relazioni offriranno diverse possibilità di scambio e opportunità di collaborazione.

**Giornate di consulenza (con cadenza periodica):** quasi ogni mese avranno luogo giornate di consulenza con i partner dell'EOS di tutto il mondo. Le manifestazioni saranno organizzate in modo da raggruppare partner provenienti da paesi diversi ma appartenenti alla stessa area geografica, ad es. Medio Oriente.

**Incontri di architetti- Alpitecture:** si cercherà come nel 2013 di organizzare diversi incontri tra architetti internazionali e imprese altoatesine in Italia e all'estero.

**Business Speed Dating:** le manifestazioni realizzate con successo dal 2010 al 2013 nelle regioni di confine (Tirolo Settentrionale e Orientale, Baviera) proseguiranno anche nel 2014 e sarà anche ampliato il numero degli argomenti trattato; sarà inoltre coinvolta la Svizzera.

### **Mercati**

Visto il perdurare della debolezza del mercato italiano, anche l'anno prossimo, l'attenzione continuerà ad essere focalizzata sui mercati vicini (Germania, Austria, Svizzera). Secondi per importanza sono i cosiddetti i mercati domestici della UE. Le aziende riceveranno sostegno ed informazioni nei singoli mercati di sbocco per loro importanti.

### **Progetti export**

Si continuerà a incentivare i progetti export. Le opportunità saranno ampliate grazie al coinvolgimento ulteriore di partner dell'EOS; in particolare fungeranno da riferimento per numerosi progetti l'Export Week e le giornate di consulenza.

### **Export Coach**

Gli esportatori, al loro primo ingresso in nuovi mercati, saranno affiancati e sostenuti da esperti "manager temporanei per l'export". Il pool sarà ampliato con nuovi coach cui si affiancherà anche un consolidamento della gamma di servizi offerti.

**Viaggi imprenditoriali all'estero/delegazioni dall'estero**

Secondo le diverse esigenze verranno organizzati viaggi imprenditoriali all'estero per allacciare i primi contatti o rafforzare i contatti commerciali già esistenti. Le delegazioni verso l'Alto Adige saranno invitate prevalentemente in concomitanza con un interessante evento fieristico a Bolzano (per es. CasaClima).

**Pool di aziende**

Anche nel 2014 le imprese altoatesine potranno usufruire dei "pool di aziende", cioè della collaborazione e del raggruppamento tra imprese, per sviluppare nuovi mercati.

# PROGRAMMA FIERE

Le fiere sono da sempre un importante strumento di marketing che permette alle aziende di presentarsi all'estero. L'attività fieristica è plurisettoriale e rappresenta una priorità per l'EOS che le dedica un'ampia parte del proprio budget: 15 collaboratori EOS si occupano dell'organizzazione di almeno una fiera/evento a testa 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, anche per le fiere organizzate direttamente da SMG -Alto Adige Marketing e BLS - Business Location Südtirol/Alto Adige.

Per il 2014 sono in programma 45 fiere internazionali e nazionali, di cui 13 nuove. In considerazione dei lunghi preparativi necessari per partecipare ad una fiera, il programma provvisorio relativo alle fiere dell'anno successivo viene sottoposto al Consiglio di amministrazione già a marzo e, una volta approvato, pubblicato sul sito internet dell'EOS. L'obiettivo è di adattare il più possibile il programma alle esigenze delle imprese.

Un gruppo di lavoro coordinato dall'EOS e composto da rappresentanti dell'EOS, del TIS e di Alto Adige Marketing provvederà ai necessari preparativi per la partecipazione della Provincia di Bolzano all'Expo2015 di Milano.

## CALENDARIO FIERE 2014

N.	Fiera	Settore	Breve descrizione	Paese	Città	Data
1	Golf- und Wellnessreisen	Turismo	Fiera leader in Germania nel settore Golf	Germania	Stoccarda	16.- 19.01.2014
2	Swissbau	Edilizia	Fiera leader in Svizzera del settore edile e immobiliare	Svizzera	Basilea	21.- 25.01.2014
3	Monumento	Artigianato	Fiera dedicata alla tutela e cura di monumenti	Austria	Salisburgo	16.- 18.01.2014
4	Winter Fancy Food	Alimentari	La fiera nordamericana specializzata in alimenti e bevande	USA	San Francisco	19.- 21.01.2014
5	Intergastra	Forniture per il settore alberghiero	Fiera leader per il business gastronomico innovativo	Germania	Stoccarda	01.- 05.02.2014
6	Golfmesse Schweiz	Turismo	Fiera leader in Svizzera nel settore Golf	Svizzera	Zurigo	30.1.- 2.2.2014

7	Fruit Logistica	Alimentari	Fiera internazionale per il commercio di frutta e verdura	Germania	Berlino	05.-07.02.2014
8	Biofach	Alimentari	Fiera leader mondiale di prodotti biologici	Germania	Norimberga	12.-15.02.2014
9	Gulfood	Alimentari	Fiera per alimentari e bevande, alberghi, impianti di refrigerazione e service per ristoranti e forniture alberghiere	VAE	Dubai	23.-27.02.2014
10	Fruchtwelt Bodensee	Alimentari + macchinari agricoli	Fiera internazionale per frutta a semi, frutta drupacea, piccoli frutti, malto e distillazione	Germania	Friedrichshafen	21.-23.02.2014
11	Energiesparmesse	Edilizia	La fiera austriaca su edilizia e energia più visitata	Austria	Wels	7.-9.03.2014
12	IHM + Garten	Artigianato	Fiera leader internazionale dell'artigianato	Germania	Monaco	12.-18.03.2014
13	Aahar	Alimentari	La più grande fiera HoReCa dell'India	India	Delhi	Marzo
14	SüdTec	Artigianato	Fiera internazionale per i fornitori dell'industria manifatturiera	Germania	Stoccarda	Marzo
15	Pro Wein	Alimentari	Fiera internazionale di vini e liquori	Germania	Düsseldorf	23.-25.03.2014
16	Megavino	Alimentari	Fiera internazionale di vini e liquori	Belgio	Bruxelles	Marzo
17	CasaClima Toscana	Edilizia	Fiera specializzata per l'edilizia a efficienza energetica e sostenibile	Italia	Firenze	28.-30.03.2014
18	IBF	Edilizia	Principale fiera sull'edilizia di portata internazionale dell'Europa centrale e orientale	Repubblica Ceca	Brno	Aprile
19	CasaClima Puglia	Edilizia	Fiera specializzata per l'edilizia a efficienza energetica e sostenibile	Italia	Bari	Aprile
20	Vinitaly	Alimentari	Fiera internazionale di vini e liquori	Italia	Verona	10.-14.04.2014
21	Turkeybuild	Edilizia	Fiera internazionale dell'edilizia	Turchia	Istanbul	Maggio
22	PLMA	Alimentari	Fiera leader in Europa nel settore private label	Paesi Bassi	Amsterdam	Maggio
23	IFAT	Edilizia	Fiera mondiale per fornitura idrica, acque nere, rifiuti e materie prime	Germania	Monaco	5.-9.05.2014

24	Cibus	Alimentari	Fiera internazionale sui prodotti alimentari	Italia	Parma	5.-8.05.2014
25	VieVinum	Alimentari	Festival internazionale del vino	Austria	Vienna	14.-16.06.2014
26	Summer Fancy Food	Alimentari	La fiera nordamericana specializzata in alimenti e bevande	USA	New York	29.06.2014-01.07.2014
27	Galabau	Edilizia	Fiera internazionale per il verde e lo spazio urbano	Germania	Norimberga	17.-20.09.2014
28	Sana	Alimentari	Fiera internazionale di prodotti biologici e naturali	Italia	Bologna	Settembre
29	ASIA Fruit Logistica	Alimentari + macchinari agricoli	Fiera internazionale per il settore frutticolo in Asia	Cina	Hong Kong	03.-05.09.2014
30	Maison&Objet	Artigianato	Appuntamento internazionale per arredamento e decorazioni	Francia	Parigi	Settembre
31	Expo Real	Edilizia	Salone internazionale degli immobili e degli investimenti immobiliari	Germania	Monaco	Ottobre
32	Frankfurter Buchmesse	Editoria e libri	Fiera mondiale del libro	Germania	Francoforte	Ottobre
33	Interbad	Forniture alberghiere	Fiera internazionale per piscine, bagni, saune, fisioterapia e wellness	Germania	Stoccarda	21.-24.10.2014
34	SaudiBuild	Edilizia	Mostra internazionale di tecnologie e materiali edili; evento leader del settore in Arabia Saudita	Arabia Saudita	Riyad	Novembre
35	Swisstech	Artigianato	Fiera principale europea delle forniture industriali	Svizzera	Basilea	Novembre
36	Alles für den Gast	Forniture alberghiere	Fiera internazionale per la gastronomia e il settore alberghiero	Austria	Salisburgo	Novembre
37	Interpoma	Alimentari	Fiera internazionale per la coltivazione, la conservazione e la distribuzione della mela	Italia	Bolzano	Novembre
38	Heim & Handwerk	Artigianato	Fiera del consumatore, per costruzioni, arredamento e abitare	Germania	Monaco	novembre
39	Artigiano in Fiera	Artigianato	Grande fiera del visitatore per l'artigianato ed il settore alimentare	Italia	Milano	dicembre

## PRESENTAZIONI DELL'ALTO ADIGE

In occasione di alcune fiere e manifestazioni di particolare importanza per l'Alto Adige, l'EOS organizza presentazioni, che assolvono la funzione di promuovere l'economia altoatesina in generale o singoli settori della stessa. Queste presentazioni vengono decise di intesa con la Provincia autonoma di Bolzano e le relative spese interamente coperte tramite mezzi propri dell'EOS. In tale ambito possono essere conseguiti ricavi derivanti dalla vendita di beni promozionali.

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	Settore	Breve descrizione	Paese	Città	Data
1	Grüne Woche	Agricoltura	Maggiore fiera mondiale per l'economia alimentare, l'agricoltura e il giardinaggio	Germania	Berlino	17.- 26.01.2014
2	Mostra Assaggio vini	Alimentari	Maggiore fiera del settore vinicolo altoatesino	Italia	Bolzano	maggio
3	Hotel	Alimentari	Tutto per il settore alberghiero e la gastronomia	Italia	Bolzano	ottobre
4	Fiera d'autunno	Alimentari	Fiera per i prodotti di qualità agroalimentari di provenienza regionale	Italia	Bolzano	novembre
5	Salone del Gusto	Alimentari	Fiera slow-food	Italia	Torino	ottobre
6	Food & Life	Alimentari	Fiera gourmets e del gusto	Germania	Monaco	novembre

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

N.	Fiera	Settore	Breve descrizione	Paese	Città	Data
1	Golf- und Wellnessreisen	Turismo	Fiera leader in Germania nel settore Golf	Germania	Stoccarda	16.- 19.01.2014
2	Golfmesse Schweiz	Turismo	Fiera leader in Svizzera nel settore Golf	Svizzera	Zurigo	30.1.- 2.2.2014
3	IHM + Garten	Artigianato	Fiera internazionale dell'artigianato   Fiera leader dell'artigianato	Germania	Monaco	12.- 18.03.2014



4	Heim & Handwerk	Artigianato	Fiera del consumatore, per costruzioni, arredamento e abitare	Germania	Monaco	novembre
5	Artigiano in Fiera	Artigianato	Grande fiera del visitatore per l'artigianato ed il settore alimentare	Italia	Milano	dicembre



# MARKETING SUPPORT

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

Le iniziative riguardano in particolare i seguenti prodotti:

- Prodotti con denominazione europea di origine:  
Mela Alto Adige IGP; Speck Alto Adige IGP; Vini Alto Adige di qualità; Formaggio Stelvio DOP
- Prodotti con marchio di qualità Alto Adige:  
latte e latticini; pane, strudel di mele e zelten; verdura; piccoli frutti e ciliegie; succo di mela naturale torbido; spicchi di mela freschi e frutta secca; miele; erbe e spezie; grappa; carne bovina; canederli di speck e di formaggio e altri prodotti pronti; uova da allevamenti liberi

L'economia agroalimentare dell'Alto Adige contribuisce in misura importante al valore aggiunto altoatesino e all'occupazione ed è caratterizzata da un forte orientamento all'export.

La posizione di spicco sul mercato locale e nazionale è mantenuta grazie a misure pubblicitarie ad hoc, promuovendo allo stesso tempo anche attività di marketing su nuovi mercati esteri.

Oltre alle campagne pubblicitarie dedicate a prodotti specifici (mele, speck, vino, prodotti con marchi di qualità), saranno svolte una serie di attività che comprenderanno tutti i prodotti. Sono previsti, in particolare, attività online, interventi di PR, attività di incentivazione delle vendite, progetti UE e eventi.

Le attività si svolgeranno nei mercati di sbocco tradizionali (Italia - Alto Adige compreso - Germania, Austria, Svizzera) e nei nuovi mercati (USA, Benelux, Polonia, Repubblica Ceca, Russia, Scandinavia).

Tutte le iniziative promozionali si basano su un programma strategico a medio termine (strategia triennale). Committenti e partner dell'EOS saranno i consorzi, le associazioni di categoria e i gruppi di imprese.

Altri partner sono l'Alto Adige Marketing SMG, l'Unione albergatori, l'Associazione Cuochi Alto Adige, il TIS, l'Accademia del vino Alto Adige e l'Associazione Sommelier dell'Alto Adige; partner extra provinciali sono l'Agenzia ICE (Istituto per il Commercio Estero) e Slow Food.

Attraverso uno scambio regolare di informazioni vengono collegate tutte le azioni di marketing (EOS, Provincia, SMG, partner prodotti), sfruttando al meglio le sinergie.

## 5. OBIETTIVI

Gli obiettivi strategici sono:

- consolidamento della quota di mercato e ulteriore rafforzamento dell'immagine e della notorietà dei prodotti di qualità altoatesini nei mercati tradizionali (Italia, Germania, Austria, Svizzera), compreso l'Alto Adige;
- creazione, consolidamento e aumento della distribuzione di prodotti alimentari di qualità

dell'Alto Adige nei mercati tradizionali e nuovi (USA, Benelux, Scandinavia, Europa dell'Est, Russia, Giappone).

## 6. PUNTI CHIAVE

Oltre alle attività tradizionali di promozione di immagine vengono realizzate e intensificate misure promozionali di vendita - in particolare sui nuovi mercati. Tali le attività si integrano a vicenda.

I punti chiave del programma di attività 2014 saranno:

- organizzazione di attività promozionali specifiche per i prodotti;
- organizzazione di azioni plurisetoriali;
  - o interventi per la promozione delle vendite nel commercio al dettaglio GDO in Italia e all'estero;
  - o iniziative/eventi per singoli gruppi di prodotti (Mostra Vini di Bolzano, Mercato del Pane e dello Strudel Alto Adige a Bressanone, Festa dello Speck Alto Adige in Val di Funes, Festa altoatesina del latte a Malga Fane, etc.);
  - o realizzazione di programmi promozionali internazionali (progetti UE per il mercato interno e per paesi terzi per speck, mela, vino e formaggio Stelvio);
  - o attività online per prodotti di qualità Alto Adige;
  - o attività PR per prodotti di qualità Alto Adige.

## 7. SETTORI DEI PRODOTTI

Dal punto di vista organizzativo i compiti da svolgere saranno affrontati con le risorse a disposizione dei settori mela, speck, vino e prodotti con il marchio di qualità Alto Adige (Key Account Management) nonché dei settori funzionali e plurisetoriali che comprendono azioni di PR, progetti UE e altri progetti collettivi finanziati con risorse di terzi, eventi, internet e incentivazione delle vendite.

Con la collaborazione dei settori specifici dei prodotti saranno definiti obiettivi, strategie e provvedimenti, mentre con la collaborazione dei settori funzionali saranno organizzate e svolte azioni di marketing collettive. Le risorse finanziarie saranno garantite 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 comuni del marchio ombrello (filosofia del marchio ombrello) formano la base di tutte le attività di marketing.

Il marchio di tutela Alto Adige, introdotto nel 1976 con legge provinciale, è stato sostituito alla fine del 2005 dal marchio di qualità Alto Adige (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 continueranno, anche in futuro, a facilitare il lavoro sui nuovi mercati.

### **Mela Alto Adige IGP**

Su incarico del Consorzio Mela Alto Adige e in collaborazione con le organizzazioni dei produttori VOG, VI.P e Fruttunion, l'EOS proseguirà con il piano strategico triennale 2012-2014. Allo stesso tempo l'immagine positiva dell'Alto Adige creata negli anni passati verrà consolidata nei mercati prioritari ovvero costruita nei nuovi mercati. La denominazione di origine "Alto Adige" servirà

come garanzia a favore dei migliori prodotti offerti dalle aziende già affermate e come piattaforma comune per tutte le attività promozionali.

Le attività pubblicitarie da organizzare nei singoli mercati durante la stagione di commercializzazione 2013/2014 comprenderanno campagne di promozione delle vendite, inserzioni sulla stampa specializzata, sponsorizzazioni televisive, PR, attività online, nonché partecipazioni a fiere. Inoltre l'EOS svilupperà ulteriormente l'immagine collettiva sviluppata nel 2012 dal settore delle mele; essa comprende i tre marchi IGP attualmente utilizzati (Mela Alto Adige IGP, Marlene, Val Venosta/Vinschgau) e prevede presenze collettive sul web, in fiera e in occasione di vari eventi in Alto Adige.

Il budget è composto da fondi della Provincia e comunitari nonché da entrate proprie del 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, basate su una strategia triennale. L'obiettivo è il consolidamento e l'ampliamento dell'immagine positiva dello Speck Alto Adige IGP in Italia e all'estero e la creazione di una "cultura dello speck" nella gastronomia altoatesina.

Le principali iniziative saranno organizzate per rafforzare l'immagine principalmente in Alto Adige. Contemporaneamente verrà dato maggiore risalto alle iniziative di promozione delle vendite. Il budget e l'efficacia saranno incrementati grazie alle sinergie che scaturiranno da progetti di collaborazione plurisettoriale.

### **Vini di qualità Alto Adige**

Su incarico del Consorzio Vini Alto Adige, nel 2014 l'EOS proseguirà con il programma strategico triennale 2012-2014.

In primo piano ci sarà il rafforzamento dell'immagine dell'Alto Adige come regione del vino bianco, ponendo l'accento sull'ampia varietà di vini e su alcune eccellenze, mantenendo, però, sempre l'immagine unitaria dell'Alto Adige come regione vitivinicola.

Il vino altoatesino deve diventare la prima scelta in Alto Adige, e il territorio dovrà diventare una delle principali regioni italiane per quanto riguarda il vino bianco.

La priorità sarà quella di promuovere la "capsula Alto Adige" come elemento di riconoscimento comune che sottolinea la provenienza del vino. Altri punti importanti sono internet e i social media così come le azioni di PR. Le attività promozionali collettive saranno dedicate al rafforzamento dell'immagine, all'incremento del fatturato attraverso mirate azioni di comunicazione verso specifici target e alla promozione delle vendite presso esercizi commerciali in mercati selezionati.

Oggetto delle attività promozionali saranno i vini DOC e IGT altoatesini, con un occhio di riguardo alle varietà leader.

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

La Federazione Latterie Alto Adige ha incaricato l'EOS di coordinare e condurre anche nel 2014 il progetto scolastico per le classi quarte della scuola elementare. L'EOS collabora inoltre di nuovo all'organizzazione della Festa del latte. L'economia lattiero-casearia altoatesina sarà presente in tutte le iniziative plurisettoriali realizzate dall'EOS (attività di public relation in Alto Adige, cooperazione con i media, fiere, progetti ICE – Istituto per il Commercio Estero, etc.).

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

Per i prodotti con il marchio di qualità Alto Adige verranno adattate, in collaborazione con le commissioni di esperti, le strategie triennali. 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.

Le attività promozionali comprendono la partecipazione a eventi, interventi di PR, campagne pubblicitarie, attività su internet e la produzione di materiale pubblicitario.

Attraverso azioni promozionali plurisettoriali i prodotti con marchio di qualità sono presenti anche in altri progetti di cooperazione (Regione, Unione albergatori, Alto Adige Marketing, ecc.) e nel programma fiere dell'EOS.

L'EOS coordinerà le attività di controllo per i nove prodotti con marchio di qualità Alto Adige, che verranno svolte dall'organo di controllo indipendente e accreditato "Controllo Qualità Alto Adige" di Terlano e dalla CSQA di San Michele (solo carne bovina).

## **8. ATTIVITÀ PLURISETTORIALI**

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

Dette iniziative comprendono sia progetti di collaborazione con la Provincia Autonoma di Bolzano e l'Alto Adige Marketing SMG e progetti UE sia progetti con l'Agenzia ICE.

### **Progetti di collaborazione con la Provincia**

Proseguiranno le attività sviluppate in collaborazione con l'Assessorato all'economia. Nel 2014 il focus sarà nuovamente rappresentato dalle iniziative di incentivazione delle vendite in Italia e all'estero, dalle attività PR e dal marketing online.

Nel settore promozione vendite si prevede di rendere ancora più coese le attività nei vari settori in Germania e Italia per realizzarli in loco con i vari partner. A tal proposito vanno menzionati lo show ciclistico Alto Adige che attraverserà le principali città tedesche e le presenze collettive in Italia. Per Germania e Italia sono previsti progetti Store-in-Store, ovvero isole dedicate all'Alto Adige. Continueranno anche i servizi individuali di merchandising, storecheck e contatti con partner commerciali che saranno estesi anche a altre imprese altoatesine già presenti nella GDO.

Nel 2012 sono state realizzate 42 iniziative di incentivazione delle vendite in 12 mercati con oltre 45 aziende altoatesine; nel 2013 (primo semestre) le iniziative sono state già 29 con oltre 40 aziende. Il target è costituito da: Germania, Italia, Austria, Norvegia, Svezia, Finlandia, USA, Polonia, Rep. Ceca e Israele.

Per il 2014 l'obiettivo è di adeguare maggiormente l'incentivazione delle vendite nei programmi promozionali esistenti alle richieste dei produttori e di collegarla a strategie e messaggi dei settori e alla destinazione Alto Adige.

Per quanto riguarda il settore Internet nel 2013 sono stati realizzati i nuovi siti del vino e della mela. Inoltre è stata offerta la possibilità ai visitatori del Festival del Gusto, della Mostra Vini Alto Adige e del Simposio sul Gewürztraminer di acquistare i biglietti online.

Esistono homepage specifiche per i settori mela, speck, vino e prodotti con il marchio di qualità Alto Adige nonché per i progetti dell'UE. La sezione prodotti di qualità Alto Adige, presente su

Facebook, conta attualmente 35.000 fan, il settore vini 13.000. Le pagine dedicate alla mela, allo speck, al vino e ai prodotti con il marchio di qualità registrano in totale 60.000 visitatori al mese.

Nel settore PR è stato creato a fine 2011 un posto interno. La redazione e la spedizione di comunicati stampa locali per i prodotti di qualità dell'Alto Adige, l'organizzazione di conferenze stampa e eventi PR nonché il reporting avvengono ora centralmente e in stretto accordo con il reparto Comunicazione della Camera di commercio. Il servizio stampa coordina inoltre parte delle cooperazioni con i media nazionali e esteri nonché la banca dati interna di immagini accordandosi in merito con la Provincia, Alto Adige Marketing SMG e le agenzie PR in Italia e Germania. Il settore PR collabora strettamente con il reparto internet e fornisce inoltre gli argomenti per le newsletter mensili sui prodotti di qualità dell'Alto Adige.

Nel settore dei mezzi pubblicitari è stata sviluppata per la prima volta nel 2013 una brochure d'immagine che contiene sia informazioni sui prodotti che ricette. Attraverso la combinazione di informazioni e ricette si garantisce che i lettori appassionati di cucina acquisiscano anche nozioni sui prodotti di qualità dell'Alto Adige. La brochure è la nuova opera standard sui prodotti di qualità dell'Alto Adige e sarà ampliata nel 2014 con nuovi prodotti (canederli di speck e formaggio e altri piatti pronti; uova da allevamenti all'aperto).

Nell'autunno 2013/primavera 2014 partirà per la seconda volta la formazione per "Ambasciatori del Gusto" tramite l'Accademia del vino Alto Adige. Il progetto vede la cooperazione del WIFI della Camera di commercio di Bolzano. Programmi di formazione permanente garantiscono l'alto livello di formazione e la qualità. Gli ambasciatori saranno presenti in occasione delle varie attività di marketing, ad esempio durante le degustazioni nel commercio, le fiere, i viaggi organizzati per la stampa e gli educational tour. La promozione viene realizzata mediante un'apposita piattaforma internet.

Inoltre saranno realizzati progetti collettivi con partner istituzionali altoatesini. Tra questi si annoverano l'Alto Adige Marketing SMG, organizzazioni turistiche, 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.

### **Progetti UE**

Proseguirà il progetto UE per paesi terzi avviato ad aprile 2012 sulla mela (progetto triennale; secondo anno di campagna).

Il progetto UE "PROdotti GARantiti D'Europa" (PRO.GA.DE), presentato dai Consorzi Formaggio Stelvio, Speck e Mela inizierà la sua campagna triennale nel 2014. L'EOS realizzerà la campagna in qualità di agenzia esecutiva nei mercati previsti (Germania, Italia, Austria, Repubblica Ceca) secondo il programma approvato fino a fine 2016.

Per l'organizzazione del mercato vitivinicolo dell'UE – promozione delle vendite in paesi terzi, a ottobre 2013 parte il progetto UE triennale "PROgramma Vini ITALiani in Russia e USA" (Pro-Vit). Le vaste attività promozionali in questi due paesi proseguiranno fino a ottobre 2016. Organismo proponente della campagna triennale per il vino dell'Alto Adige negli USA e in Russia sono l'EOS - Organizzazione Export Alto Adige e il Consorzio Vini Alto Adige.

### **Eventi**

I collaboratori del reparto "eventi" organizzeranno nel 2014 la Mostra vini di Bolzano, la Festa del latte, la Festa dello Speck a Funes e il Mercato del Pane e dello Strudel a Bressanone.

### **Progetti di cooperazione con l'ICE**

La convenzione che la Provincia Alto Adige ha stipulato con l'Agenzia ICE per il periodo aprile 2011 con proroga fino a giugno 2013 verrà rinnovata. Sono previste una serie di attività nel settore alimentare in Germania, Svezia e negli USA.

# PREVISIONE CONSUNTIVO AL 31.12.2013

Voci di costo/ricavo	2013	ITS	Vino	Mela	Speck	Prodotti con MQ	Marchio capello	Progetti UE	
A) Ricavi ordinari									
1) Proventi da servizi	4.503.000	425.000	282.000	800.000	535.000	174.000	75.000	945.000	
2) Altri proventi o rimborsi	246.000								
3) Contributi da organismi comunitari	230.000							230.000	
4) Contributi provinciali o da altri enti pubblici	7.552.000	850.000	300.000	300.000		281.000	423.000		
5) Altri contributi									
6) Contributo della Camera di commercio	3.469.000	425.000							
<b>Totale (A)</b>	<b>16.000.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>582.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>455.000</b>	<b>498.000</b>	<b>1.175.000</b>	
B) Costi di struttura									
6) Organi istituzionali	40.000								
7) Personale	2.508.000	18.000							
8) Funzionamento	1.055.000								
9) Ammortamenti e accantonamenti	340.000								
<b>Totale (B)</b>	<b>3.943.000</b>	<b>18.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
C) Costi istituzionali									
10) Spese per progetti e iniziative	12.057.000	1.682.000	582.000	1.100.000	535.000	455.000	498.000	1.175.000	
<b>Totale (B) + (C)</b>	<b>16.000.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>582.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>455.000</b>	<b>498.000</b>	<b>1.175.000</b>	



	Festival del gusto	TV-Spot Italia	Promozioni con SMG	Altre iniziative	Expo 2015	Programma fiere	Presentazioni dell'Alto Adige	Stand fieristico	PR	Amm.ne e personale
	130.000					1.137.000				
							246.000			
	486.000	300.000		55.000		2.263.000	634.000	285.000	175.000	1.200.000
		100.000	100.000	76.000		328.000		240.000		2.200.000
	<b>616.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>131.000</b>	<b>0</b>	<b>3.728.000</b>	<b>880.000</b>	<b>525.000</b>	<b>175.000</b>	<b>3.400.000</b>
										40.000
										2.490.000
								225.000		830.000
								300.000		40.000
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>525.000</b>	<b>0</b>	<b>3.400.000</b>
	616.000	400.000	100.000	131.000		3.728.000	880.000		175.000	
	<b>616.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>131.000</b>	<b>0</b>	<b>3.728.000</b>	<b>880.000</b>	<b>525.000</b>	<b>175.000</b>	<b>3.400.000</b>

# PREVENTIVO 2014

Voci di costo/ricavo	2013*	2014	ITS	Vino	Mela	Speck	Prodotti con MQ	Marchio capello	Progetti UE
A) Ricavi ordinari									
1) Proventi da servizi	4.503.000	4.995.000	425.000	329.000	800.000	535.000	214.000	75.000	1.510.000
2) Altri proventi o rimborsi	246.000	243.000							
3) Contributi da organismi comunitari	230.000	189.000							189.000
4) Contributi provinciali o da altri enti pubblici	7.552.000	8.327.000	950.000	300.000	300.000		355.000	517.000	
5) Altri contributi									
6) Contributo della Camera di commercio	3.469.000	2.751.000	325.000						
<b>Totale (A)</b>	<b>16.000.000</b>	<b>16.505.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>629.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>569.000</b>	<b>592.000</b>	<b>1.699.000</b>
<b>2013* Totale (A)</b>		<b>16.000.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>582.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>455.000</b>	<b>498.000</b>	<b>1.175.000</b>
B) Costi di struttura									
6) Organi istituzionali	40.000	40.000							
7) Personale	2.508.000	2.783.000	84.000						149.000
8) Funzionamento	1.055.000	1.120.000							
9) Ammortamenti e accantonamenti	340.000	340.000							
	<b>3.943.000</b>								
<b>Totale (B)</b>		<b>4.283.000</b>	<b>84.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>149.000</b>
C) Costi istituzionali	12.057.000								
10) Spese per progetti e iniziative	<b>16.000.000</b>	12.222.000	1.616.000	629.000	1.100.000	535.000	569.000	592.000	1.550.000
<b>Totale (B) + (C)</b>		<b>16.505.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>629.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>569.000</b>	<b>592.000</b>	<b>1.699.000</b>
<b>2013* Totale (B) + (C)</b>		<b>16.000.000</b>	<b>1.700.000</b>	<b>582.000</b>	<b>1.100.000</b>	<b>535.000</b>	<b>455.000</b>	<b>498.000</b>	<b>1.175.000</b>

\* Previsione consuntivo

	Festival del gusto	TV-Spot Italia	Promozioni con SMG	Altre iniziative	Expo 2015	Programma fiere	Presentazioni dell'Alto Adige	Stand fieristico	PR	Amm.ne e personale
						1.107.000				
							243.000			
	100.000	300.000	100.000	55.000	200.000	2.583.000	617.000	550.000	150.000	1.250.000
		100.000		76.000						2.250.000
	<b>100.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>131.000</b>	<b>200.000</b>	<b>3.690.000</b>	<b>860.000</b>	<b>550.000</b>	<b>150.000</b>	<b>3.500.000</b>
	<b>616.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>131.000</b>	<b>0</b>	<b>3.728.000</b>	<b>880.000</b>	<b>525.000</b>	<b>175.000</b>	<b>3.400.000</b>
										40.000
										2.550.000
								250.000		870.000
								300.000		40.000
	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>550.000</b>	<b>0</b>	<b>3.500.000</b>
	100.000	400.000	100.000	131.000	200.000	3.690.000	860.000		150.000	
	<b>100.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>131.000</b>	<b>200.000</b>	<b>3.690.000</b>	<b>860.000</b>	<b>550.000</b>	<b>150.000</b>	<b>3.500.000</b>
	<b>616.000</b>	<b>400.000</b>	<b>100.000</b>	<b>131.000</b>	<b>0</b>	<b>3.728.000</b>	<b>880.000</b>	<b>525.000</b>	<b>175.000</b>	<b>3.400.000</b>



# RELAZIONE DEL COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI

Il giorno 16 ottobre 2013 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 17.00 sono presenti i signori

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

Assiste alla riunione il dott. Andrea Zabini, direttore dell'ufficio Amministrazione aziende speciali della Camera di commercio.

La riunione ha per oggetto l'esame del programma di attività e preventivo per l'esercizio 2014.

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, attraverso i vari reparti, intende sviluppare nel corso del prossimo esercizio.

La relazione del Presidente, che accompagna il preventivo per il 2014, appare esauriente.

L'attività può essere riassunta come segue:

## **COSTI**

International Trade Support	€	1.700.000
Vino	€	629.000
Mela	€	1.100.000
Speck	€	535.000
Prodotti con marchio di qualità	€	569.000
Marchi capello	€	592.000
Progetti UE	€	1.699.000
Festival del Gusto	€	100.000
TV-Spot Italia	€	400.000
Promozioni con SMG	€	100.000
Altre iniziative	€	131.000
Expo 2015	€	200.000
Programma fiere	€	3.690.000

Presenrazioni dell'Alto Adige	€	860.000
Stand fieristico	€	550.000
PR	€	150.000
Amministrazione e personale	€	3.500.000
<b>TOTALE</b>	<b>€</b>	<b>16.505.000</b>
<b>RICAVI</b>		
Proventi da servizi	€	4.995.000
Altri proventi o rimborsi	€	243.000
Contributi da organismi comunitari	€	189.000
Contributi provinciali e da altri enti pubblici	€	8.327.000
Contributo della Camera di commercio	€	2.751.000
<b>TOTALE</b>	<b>€</b>	<b>16.505.000</b>

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

- i costi di struttura incidono nella misura del 26% sul complessivo delle spese; (costi per il personale 16,9% - organi istituzionali e funzionamento 7% - ammortamenti 2,1%)
- i finanziamenti pubblici rappresentano 68,3% delle entrate; (Provincia ed altri enti pubblici 50,5% - Camera di commercio 16,7% - UE 1,1%)

Ciò permesso il Collegio dei revisori

esprime

parere favorevole all'approvazione del programma di attività per l'esercizio 2014, nella versione proposta dal presidente dell'EOS.

Il Collegio invita tuttavia il Presidente ad integrare il programma con un budget dettagliato, di modo che alle singole attività possano essere direttamente attribuiti costi e ricavi ed il programma stesso possa in tal modo fungere anche da strumento di controllo per l'azienda.

Nell'esecuzione il programma è 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 18.00 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



