

## **Bilancio consuntivo 2018**

Avanzo di 133 mila euro investito in una campagna marketing straordinaria, in arredi per Ente Teatro e Kurhaus e in interventi all'ufficio informazioni

Nella sua ultima seduta il consiglio d'amministrazione dell'Azienda di Soggiorno di Merano ha approvato il bilancio consuntivo 2018.

I conti generali si assestano sui cinque milioni e mezzo di euro. Le entrate sono in linea con quelle del 2017, in lieve calo (2%) le uscite.

L'anno chiude con un avanzo di amministrazione di 133 mila euro che l'ente ha già deciso come impegnare. 50 mila euro sono destinati ad arredi per l'Ente Teatro, al quale l'Azienda di Soggiorno partecipa con il 20% di quote. Una somma analoga verrà investita in una campagna di promozione straordinaria che riguarderà il posizionamento del marchio e nello specifico il Mercatino di Natale. L'evento continua a determinare buoni risultati in termini di appeal e frequentazione, ma la proliferazione di analoghe manifestazioni impone di assicurare la massima visibilità possibile all'appuntamento meranese valorizzando soprattutto le sue specificità, le caratteristiche che lo distinguono dagli altri. In particolare, la campagna – rivolta principalmente al mercato nazionale – sarà studiata per ottimizzare l'arrivo di afflussi nei circa 40 giorni di Mercatini, invitando gli ospiti a visitare Merano e soggiornare in città nei giorni infrasettimanali o nei weekend di norma considerati più “deboli” in termini di affluenza turistica.

I rimanenti 33 mila euro verranno investiti nell'ufficio informazioni di corso Libertà, il biglietto da visita dell'Azienda di Soggiorno, allineando l'immagine a quella del nuovo marchio.

### **Entrate e uscite**

Il 62,1% delle entrate dell'Azienda di Soggiorno proviene dal settore privato. A sua volta, questa quota si suddivide in entrate derivanti da eventi (42,3%), dalla gestione del camping di via Piave (23,4%), da sponsor e inserzionisti nei diversi prodotti (19,7%) e dalle prestazioni corrisposte dagli albergatori a fronte di servizi forniti dall'Azienda di Soggiorno (14,6%).

Sul 37,9% di entrate pubbliche incidono per il 74% l'imposta di soggiorno, per il 19% i contributi del Comune e per il 7% quelli della Provincia.

Quanto alle uscite, quasi i tre quarti (74%) vengono destinati alla realizzazione di eventi, alle campagne di promozione turistica e all'attività di comunicazione d'impresa rivolta ai partner del settore – fondamentale quest'ultima per una crescita armonica del comparto turistico cittadino.

Rimangono contenute le uscite per la gestione ordinaria. La quota per il personale è del 21%. Le sue funzioni comprendono, fra le altre, l'organizzazione e lo sviluppo degli eventi propri, il supporto di varie manifestazioni (assistenza e consulenza), la gestione delle informazioni all'ospite, il ruolo di interlocuzione fra le categorie operanti nel settore turistico. Le quote associative (Ente Gestione Teatro e Kurhaus) rappresentano il 2,25% delle uscite.