

CORPORATE DESIGN

Manuale

INDICE

INTRODUZIONE	3	Microtipografia	19	Brochure DIN A4	38
Missione Valori Claim	3	Plurilinguismo	20	Foglio informativo DIN A4	39
Wording	4	COMPOSIZIONE	21	Inserzioni su carta stampata	40
Elementi del marchio	5	Tablette	21	Displays	41
LOGO	6	Infografiche	22	LAYOUT DIGITALI	42
Versioni e regole d'utilizzo	6	Mappe	23	Sito web	42
Formati	7	Pittogrammi	24	Newsletter	43
Animazione del logo	8	Illustrazioni	25	Direct mailing	44
Sub-brand	9	Texture	26	Web banner	45
Pay-off	10	Linguaggio visivo	27	Social media	46
Ragione sociale Contatti	11	Carta	28	PRODOTTI DI CANCELLERIA	47
Ragione sociale Sedi	12	TEMPLATE	29	Panoramica	47
Co-branding	13	MS Office Word	29	Carta intestata	48
COLORI	14	MS Office Powerpoint	30	Cartella stampa	
Tabella colori	14	MS Office Publisher	31	Bloc Notes Busta	49
Paletta colori MS Office	15	MS Office Outlook	32	Biglietti da visita Biglietti	50
ELEMENTO COMPOSITIVO	16	LAYOUT DI STAMPA	33	Penne e matite	51
Diagonale	16	Invito DIN A4	33	ALLESTIMENTI	52
TIPOGRAFIA	17	Brochure DIN A5 orizzontale	34	Stand fieristico	52
Font	17	Cartolina DIN A6	35		
Formato dei paragrafi	18	Brochure DIN A5 verticale	36		
		Brochure DIN A4	37		

Questo documento e i file in esso nominati sono reperibili sul server interno di IDM al seguente link:

X:\IDM_Corporate_Toolbox

I testi del manuale sono già stati redatti con il nuovo font aziendale Sans Pro.

Per domande sull'impiego e l'applicazione del Corporate Design scrivere a:

corporate@idm-suedtirol.com

INTRODUZIONE

MISSIONE | VALORI | SLOGAN

MISSIONE

IDM Alto Adige, il cui nome sta per Innovation, Development e Marketing, funge da facilitatore dello sviluppo economico in Alto Adige. IDM fornisce servizi con l'obiettivo di favorire uno sviluppo sostenibile dell'economia locale e aumentare di conseguenza la competitività delle aziende altoatesine.

IDM supporta l'innovazione e l'internazionalizzazione specialmente delle piccole e medie imprese (PMI) e favorisce gli investimenti in Alto Adige. Con il marketing del turismo rafforza invece l'Alto Adige come marchio e con il marketing agroalimentare promuove i prodotti di qualità. IDM lavora per far diventare l'Alto Adige uno degli ambienti economici e di vita più ambiti d'Europa.

VALORI

RISPETTO | FIDUCIA

APERTURA | PASSIONE

PROFESSIONALITÀ

CLAIM

Nachhaltige
Entwicklung für **Südtirol**
und Ihr Unternehmen

Sviluppo sostenibile
per **l'Alto Adige e**
per **la vostra impresa**

Sustainable
development for
South Tyrol and
your Company

INTRODUZIONE

WORDING

NOME NEI TESTI

- › nei testi in lingua tedesca: **IDM Südtirol**
- › nei testi in lingua italiana: **IDM Alto Adige**
- › nei testi in lingua inglese: **IDM Südtirol**
- › nei testi bilingui e in documenti legali:
IDM Südtirol - Alto Adige

Tra Südtirol e Alto Adige si inserisce il trattino breve (-) e uno spazio prima e dopo il trattino.

NEI TESTI IN LINGUA TEDESCA

Si utilizza IDM Südtirol nella prima citazione.
Soltanto IDM dalla seconda citazione in poi.

NEI TESTI IN LINGUA ITALIANA

Si utilizza IDM Alto Adige nella prima citazione.
Soltanto IDM dalla seconda citazione in poi.

NEI TESTI IN LINGUA INGLESE

Si utilizza IDM Südtirol nella prima citazione.
Soltanto IDM dalla seconda citazione in poi.

ARTICOLO

IDM non è mai preceduto dall'articolo. Questo vale per tutte le sue varianti, sia quando si utilizza la dicitura completa sia quando si utilizza solo l'acronimo; e ciò indipendentemente dalla posizione all'interno della frase (nel titolo, all'inizio di una frase o nel corpo del testo).

LINGUAGGIO

Il linguaggio di IDM nasce dai valori aziendali: è chiaro, diretto e preciso. Il lessico e le forme del discorso utilizzati sono semplici. Si utilizzano forme verbali al posto dello stile nominale, si evitano, se possibile, le forme passive. IDM, quale partner serio e competente dell'economia locale, utilizza un linguaggio concreto e parco di aggettivi. Nella comunicazione ufficiale si impiega la forma di cortesia del "voi" quando ci si rivolge a un pubblico più numeroso o diffuso, o del "lei" quando l'interlocutore deve essere necessariamente singolo.

INTRODUZIONE

ELEMENTI DEL MARCHIO

Il marchio IDM si contraddistingue dall'impiego del logo, dei colori IDM, di un elemento diagonale e una propria tipografia. Questi elementi compositivi rafforzano l'immagine grafica del marchio IDM nella comunicazione interna ed esterna.

LOGO



COLORI

Cmyk 30 0 100 5 Rgb 169 191 0 Hex #A9BF00						Cmyk 0 0 0 70 Rgb 112 113 115 Hex #707173					
80	60	40	20	10%	80	60	40	20	10%		
CMYK 35 5 0 0 RGB 169 205 233 Hex #A9CDE9						CMYK 50 0 90 50 RGB 80 116 47 Hex #50742F					
80	60	40	20	10%	80	60	40	20	10%		

DIAGONALE



TIPOGRAFIA

DECOR (24 – 36 PT)

Title 1 SSP Semibold 15 pt

Subtitle 1 SourceSans Light 15 pt

Teaser SourceSansPro Semibold 10 pt pt per un occhio, un sottotitolo, un'enfasi nel testo.

Testo SourceSansPro Light 10 pt, interlinea in generale 13 pt. Lorem ipsum delignimus, et vendisquid ut idit, offic to dempor as eatem cones ea natibus.

Title 2 SSP Semibold 12 pt

Testo Source Sans Pro Light 10 pt. Lorem ipsum delignimus, et vendisquid ut idit.

TITLE 3

- > simbolo: virgoletta semplice destra
SourceSansPro Bold dimensione 10 pt
- > testo rimane SourceSansPro Light 10 pt

VERSIONI E REGOLE D'UTILIZZO

Il logo è stato composto con il carattere Kievit: l'acronimo IDM con Kievit Bold, il payoff Südtirol / Alto Adige con Kievit Medium. Il logo può essere utilizzato sia nella composizione verticale (VR) che in quella orizzontale (HO) in base allo spazio disponibile. L'area di rispetto, che delimita lo spazio vuoto minimo in cui non possono comparire altri elementi grafici o testi, va sempre applicata.

	COMPOSIZIONE	AREA DI RISPETTO	DIMENSIONE MINIMA	UTILIZZO ERRATO
VERTICALE (VR)				
ORIZZONTALE (HO)				

FORMATI

Il logo è da utilizzarsi bicolore oppure nella versione bianca (WH) in caso di sfondo nero. Il logo nella versione nera (BK) si utilizza solo su stampa monocromatica.

	CMYK Stampa	RGB Digitale / web	BIANCO Bianco su fondo colorato	NERO Solo per stampa monocromatica
VERTICALE (VR)	 <p>IDM_VR_CMYK.eps IDM_VR_CMYK.jpg IDM_VR_CMYK.pdf</p>	 <p>IDM_VR_RGB.svg IDM_VR_RGB.jpg IDM_VR_RGB.pdf IDM_VR_RGB.png</p>	 <p>IDM_VR_WH.eps IDM_VR_WH.pdf IDM_VR_WH.png</p>	 <p>IDM_VR_BK.eps IDM_VR_BK.pdf</p>
ORIZZONTALE (HO)	 <p>IDM_HO_CMYK.eps IDM_HO_CMYK.jpg IDM_HO_CMYK.pdf</p>	 <p>IDM_HO_RGB.svg IDM_HO_RGB.jpg IDM_HO_RGB.pdf IDM_HO_RGB.png</p>	 <p>IDM_HO_WH.eps IDM_HO_WH.pdf IDM_HO_WH.png</p>	 <p>IDM_HO_BK.eps IDM_HO_BK.pdf</p>

LOGO

ANIMAZIONE DEL LOGO

I video di eventi, per la presentazione di servizi o altro iniziano con la composizione animata del logo (intro) e terminano con la scomposizione del logo (outro). Nelle interviste video si deve applicare il sottopancia.

**INTRO:
COMPOSIZIONE DEL LOGO**

Animazione di apertura
per video con audio

[IDM_Intro.mp4](#)


**OUTRO:
SCOMPOSIZIONE DEL LOGO**

Animazione di coda
per video con audio

[IDM_Outro.mp4](#)

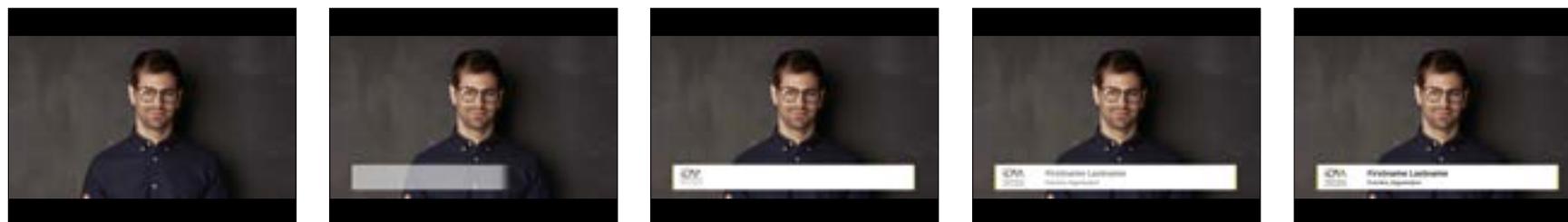


→ 1 – 2 secondi

SOTTOPANCIA

Contiene animazione del logo
+ font Source Sans Pro

[IDM_Bauchbinde_Sottopancia_OpenProject.zip](#)



SUB-BRAND

I siti web di progetti o reparti IDM che non sono ospitati all'interno del sito aziendale www.idm-suedtirol.com ricevono un proprio logotipo in accordo con il reparto Corporate Communication. L'elemento d'unione è rappresentato dai colori

primari e dal carattere Kievit Pro (Bold). Il logo è da utilizzarsi bicolore oppure nella versione bianca (WH) in caso di sfondo nero. Il logo nella versione nera (BK) si utilizza solo su stampa monocromatica.



IDM_NOMEPROGETTO_HO_CMYK.eps



IDM_NOMEPROGETTO_HO_BK.eps



IDM_NOMEPROGETTO_HO_WH.eps

AREA DI RISPETTO



IDM_NOMEPROGETTO_VR_CMYK.eps



IDM_NOMEPROGETTO_VR_BK.eps



IDM_NOMEPROGETTO_VR_WH.eps



SUB-BRAND CON

SÜDTIROL / ALTO ADIGE

Si utilizza questa versione quando IDM è partner principale ma non unico.



LOGO

PAY-OFF

Il pay-off spiega l'acronimo IDM. Può essere utilizzato in combinazione con il logo oppure anche autonomamente. Il pay-off si applica sempre con giustificazione a sinistra, su campo bianco. Si utilizza il font Kievit Medium, sempre nel colore verde chiaro.

**INNOVATION
DEVELOPMENT
MARKETING**

IDM_AKR_CMYK.eps

Kievit OT Pro Medium, spaziatura metrica, crenatura 0.
Interlinea 1:1

DISTANZA MINIMA



MISURA MINIMA DI APPLICAZIONE



Se il logo ha una larghezza minore di 16 mm oppure è separato, il pay-off deve essere ingrandito per garantirne la leggibilità.

APPLICAZIONI ERRATE



RAGIONE SOCIALE | CONTATTI

Ogni documento ufficiale di IDM deve essere corredato dalla ragione sociale. Per la ragione sociale si utilizza il font IDM, nello stile Semi Bold per il nome aziendale e nello stile Light per l'indirizzo, il numero telefonico, l'indirizzo di posta elettronica e del sito web. Non è obbligatorio inserire la partita IVA e il numero di fax.

FORMATO ORIZZONTALE

Su carta intestata, quando il testo copre l'intera larghezza della pagina.

FORMATO VERTICALE

Su carta intestata e retro di copertina.

IDM Südtirol - Alto Adige | Pfarrplatz 11 / Piazza della Parrocchia, 11 | I-39100 Bozen / Bolzano | T +39 0471 094 000
F +39 0471 094 444 | info@idm-suedtirol.com | www.idm-suedtirol.com | MwSt.-Nr. / Part. IVA / VAT. No. IT 02521490215
Steuer- und Eintragungsnr. HK / Cod. Fisc. e n. iscrizione CCIAA / Tax code and CoC registration No. 02521490215

IDM Südtirol - Alto Adige | Pfarrplatz 11 / Piazza della Parrocchia, 11 | I-39100 Bozen / Bolzano
T +39 0471 094 000 | F +39 0471 094 444 | info@idm-suedtirol.com | www.idm-suedtirol.com

DISTANZA MINIMA

BILINGUE

MONOLINGUE

CON CODICE FISCALE

CON RIFERIMENTO AL REPARTO

IDM Südtirol - Alto Adige
Pfarrplatz 11
Piazza della Parrocchia, 11
I-39100 Bozen / Bolzano
T +39 0471 094 000
info@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

IDM Südtirol
Pfarrplatz 11
I-39100 Bozen
T +39 0471 094 000
info@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

IDM Alto Adige
Piazza della Parrocchia, 11
I-39100 Bolzano
T +39 0471 094 000
info@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

IDM Südtirol - Alto Adige
Pfarrplatz 11
Piazza della Parrocchia, 11
I-39100 Bozen / Bolzano
T +39 0471 094 000
F +39 0471 094 444
info@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

MwSt.-Nr. / Part. IVA / VAT. No.
IT 02521490215
Steuer- und Eintragungsnr. HK
Cod. Fisc. e n. iscrizione CCIAA
Tax code and CoC registration No.
02521490215

IDM Südtirol - Alto Adige
Name Bereich
Nome Reparto
Pfarrplatz 11
Piazza della Parrocchia, 11
I-39100 Bozen / Bolzano
T +39 0471 094 000
info@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

RAGIONE SOCIALE | SEDI

IDM ha due sedi a Bolzano e cinque uffici a Bressanone, Brunico, Santa Cristina, Glorenza e Merano.



IDM Südtirol - Alto Adige

Südtiroler Straße 60
Via Alto Adige, 60
I-39100 Bozen / Bolzano
T +39 0471 094 000
info@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com



IDM Südtirol - Alto Adige

Pfarrplatz 11
Piazza della Parrocchia, 11
I-39100 Bozen / Bolzano
T +39 0471 094 000
info@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

DESTINATION MANAGEMENT EST



IDM Südtirol - Alto Adige

Destination Management
Michael-Pacher-Straße 11A
Via Michael Pacher, 11A
I-39031 Bruneck / Brunico
T +39 0474 553 348
east@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com



IDM Südtirol - Alto Adige

Destination Management
Dursanstraße 80C
Via Dursan, 80C
I-39031 St. Christina / S. Cristina
T +39 0474 553 348
east@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

DESTINATION MANAGEMENT CENTRO



IDM Südtirol - Alto Adige

Destination Management
Regensburger Allee 9
Viale Ratisbona, 9
I-39042 Brixen / Bressanone
T +39 0472 802 232
centre@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com



IDM Südtirol - Alto Adige

Destination Management
Südtiroler Straße 60
Via Alto Adige, 60
I-39100 Bozen / Bolzano
T +39 0471 094602
centre@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

DESTINATION MANAGEMENT OVEST



IDM Südtirol - Alto Adige

Destination Management
Gampenstraße 95
Via delle Palade, 95
I-39012 Meran / Merano
T +39 0473 200 443
west@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com



IDM Südtirol - Alto Adige

Destination Management
Laubengasse 11
Via Dei Portici, 11
I-39012 Glurns / Glorenza
T +39 0473 200 443
west@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

La regolamentazione del co-branding è in fase di elaborazione.

Autorizzazione: prima della stampa o della pubblicazione di documenti che riportano il logo IDM, i relativi layout devono essere inviati all'indirizzo corporate@idm-suedtirol.com per ottenere l'autorizzazione alla stampa.

COLORI

TABELLA COLORI

I colori IDM derivano dai colori del marchio ombrello Alto Adige. I colori dominanti sono quelli del logo, il verde e il grigio, combinabili con i colori secondari. Nel caso in cui questi quattro colori non siano sufficienti per una determinata comunicazione

(ad esempio nei diagrammi), si applicano le relative gradazioni cromatiche. I colori complementari, arancione e rosso, si impiegano soltanto in casi eccezionali e approvati. In linea di principio devono essere evitate composizioni variopinte.

COLORI PRIMARI (LOGO)

COLORI SECONDARI

1 verde chiaro					2 grigio					3 azzurro chiaro					4 verde scuro				
CMYK 30 0 100 5 RGB 169 191 0 Pantone 390 C 583 U Hex #A9BF00 NCS S2060-G70Y					CMYK 0 0 0 70 RGB 112 113 115 Pantone Cool Gray 10 C/U Hex #707173 NCS 6500 N					CMYK 35 5 0 0 RGB 169 205 233 Pantone 291 C 283 U Hex #A9CDE9					CMYK 50 0 90 50 RGB 80 116 47 Pantone 575 C 377 U Hex #50742F				
80%	60%	40%	20%	10%	80%	60%	40%	20%	10%	80%	60%	40%	20%	10%	80%	60%	40%	20%	10%
RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex
168 204 51 #BACC33	203 217 102 #CBD966	221 229 153 #DDE599	238 242 204 #EEF2CC	246 249 230 #F6F9E6	141 141 143 #8D8D8F	169 170 171 #A9A9A9	198 198 199 #C6C6C7	226 227 227 #E2E3E3	241 241 241 #F1F1F1	186 215 237 #BAD7ED	203 225 242 #CBE1F2	221 235 246 #DDEBF6	238 245 251 #EEF5FB	246 250 253 #F6FAPD	115 144 89 #739059	150 172 130 #96AC82	185 199 172 #B9C7AC	220 227 213 #DCE3D5	238 241 234 #EEF1EA

COLORI COMPLEMENTARI

5 arancione					6 rosso				
CMYK 0 60 100 0 RGB 222 112 0 Pantone 152 C 152 U Hex #DE7000					CMYK 0 100 65 15 RGB 179 25 57 Pantone 200 C 186 U Hex #B31939				
80%	60%	40%	20%	10%	80%	60%	40%	20%	10%
RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex	RGB Hex
229 141 51 #E58D33	235 169 102 #EBA966	242 198 153 #F2C699	248 226 204 #F8E2CC	252 241 230 #FCF1E6	194 71 97 #C24761	209 117 136 #D17588	225 163 176 #E1A3B0	240 209 215 #F0D1D7	247 232 235 #F7E8EB

COLORI

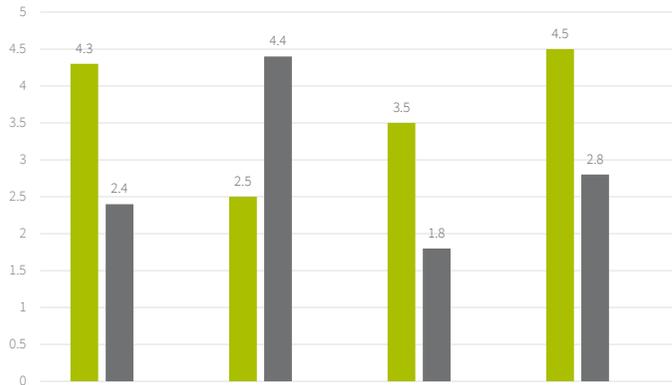
PALETTA COLORI MS OFFICE

I template IDM per i programmi MS Office contengono i valori dei colori IDM. Nei diagrammi e negli schemi illustrativi i colori devono essere utilizzati seguendo l'ordine indicato. I colori dominanti sono il verde e il grigio.

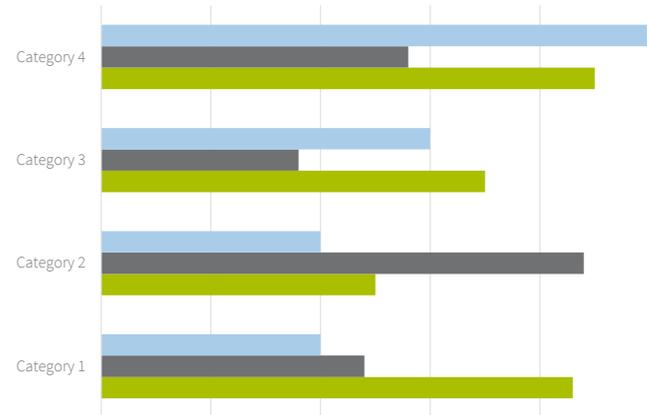
COLORI IDM PER OFFICE (RGB)



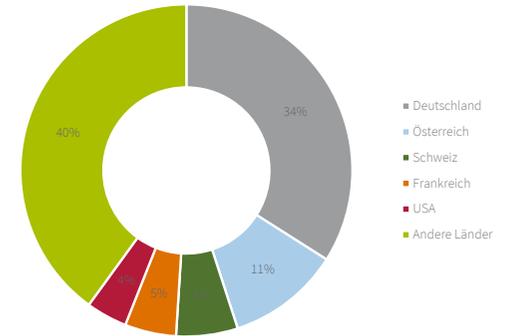
2 COLORI



3 COLORI

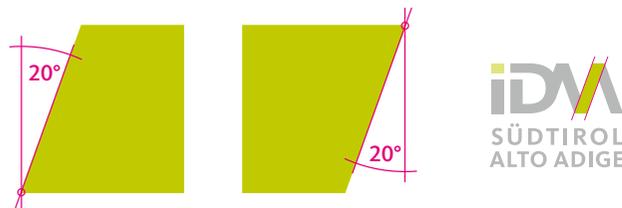


6 COLORI



ELEMENTO COMPOSITIVO DIAGONALE

L'elemento compositivo primario di IDM è la diagonale. Il grado di inclinazione si evince dalla diagonale della lettera M nel logotipo IDM. Viene utilizzata al vivo oppure delimitata con un bordo verde. Anche il taglio di uno spazio verde o di un'immagine può seguire la stessa inclinazione.

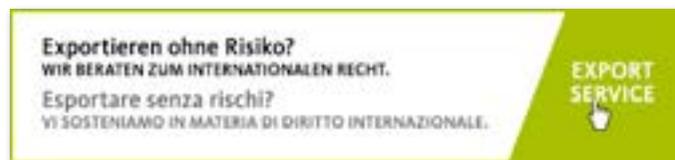


CAMPO COLORATO

CAMPO COLORATO CON GRAFICA

CAMPO COLORATO CON FOTO

FOTO



Fino alla fine del 2018 i font aziendali IDM sono stati **Kievit Pro**, con obbligo di licenza, e **Kievit Offc Pro** per i documenti Office. A partire dal 2019 su tutti i documenti viene utilizzato il font Google **Source Sans Pro**, libero da licenze. Il carattere è scaricabile al link <https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro>, che può esse-

re comunicato a partner e fornitori. I documenti Office scritti con il carattere aziendale IDM devono essere salvati come PDF per essere inviati a terzi, in modo che il font venga visualizzato correttamente. Nelle e-mail e nei documenti Office da condividere in formato aperto con i partner esterni si utilizza il **font di sistema Arial**.

**CARATTERE AZIENDALE
IDM 2018**

Transizione autunno/inverno 2018

CARATTERE AZIENDALE IDM 2019

Source Sans Pro: font libero da licenza

FONT DI SISTEMA

Arial

Kievit Pro: font con obbligo di licenza

Kievit Pro Light	Offc Pro Light	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*
Kievit Pro Regular	Offc Pro Regular	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*
Kievit Pro Medium	Offc Pro Medium	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*
Kievit Pro Bold	Offc Pro Bold	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*

Source Sans Pro Light	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*
Source Sans Pro Regular	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*
Source Sans Pro SemiBold	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*
Source Sans Pro Bold	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*

Arial Regular	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*
Arial Bold	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnop qrstuvwxyzäöü 1234567890,.-?!&%#*

FORMATO DEI PARAGRAFI

KIEVIT (OFFC) PRO

Decor:
Titolo breve del documento, light, maiuscolo, in base all'utilizzo da 24 a 36 pt

Title 1:
medium
Subtitle 1
light

Teaser:
medium
Text:
light

Title 2:
medium

Title 3:
medium, maiuscolo

Elenchi puntati:
virgoletta bassa singola medium, testo light

DECOR (24 – 36 PT)

Title 1 Kievit Medium 15 pt
Subtitle 1 Kievit Light 15 pt

Teaser Kievit Medium 10 pt per un occhio, un sottotitolo, un'enfasi nel testo.

Testo Kievit Light 10 pt, interlinea in generale 13 pt. Lorem ipsum delignimus, et vendisquid ut idit, offic to dempor as eatem cones ea natibus.

Title 2 Kievit Medium 12 pt

Testo Kievit Light 10 pt. Lorem ipsum delignimus, et vendisquid ut idit.

TITLE 3

- › simbolo: virgoletta semplice destra Kievit Medium dimensione 10 pt
- › testo rimane Kievit Light 10 pt

SOURCE SANS PRO

dal 2019

DECOR (24 – 36 PT)

Title 1 SSP Semibold 15 pt
Subtitle 1 SourceSans Light 15 pt

Teaser SourceSansPro Semibold 10 pt pt per un occhio, un sottotitolo, un'enfasi nel testo.

Testo SourceSansPro Light 10 pt, interlinea in generale 13 pt. Lorem ipsum delignimus, et vendisquid ut idit, offic to dempor as eatem cones ea natibus.

Title 2 SSP Semibold 12 pt

Testo Source Sans Pro Light 10 pt. Lorem ipsum delignimus, et vendisquid ut idit.

TITLE 3

- › simbolo: virgoletta semplice destra SourceSansPro Bold dimensione 10 pt
- › testo rimane SourceSansPro Light 10 pt

ARIAL

in generale 1 pt più piccolo del font aziendale

DECOR

Headline1 Arial Bold 14 pt
Subtitle1 Arial Regular 14 pt

Teaser Arial Bold 9 pt per un occhio, un sottotitolo, un'enfasi nel testo.

Testo Arial Regular 9 pt, interlinea in generale 13 pt. Lorem ipsum delignimus, et vendisquid ut idit, offic to dempor as eatem cones ea natibus.

Title 2 Arial Bold 11 pt

Testo Arial Regular 9 pt. Lorem ipsum delignimus, et vendisquid ut idit.

TITLE 3

- simbolo: virgoletta semplice destra Arial Bold dimensione 9 pt
- testo rimane Arial Regular 9 pt

MICROTIPOGRAFIA

CARATTERI NUMERICI

Si utilizzano soltanto caratteri numerici maiuscoli. Il numero 1 è con grazia (linea orizzontale). Sono da evitare i numeri medievali con tratto ascendente e discendente.

1234567890

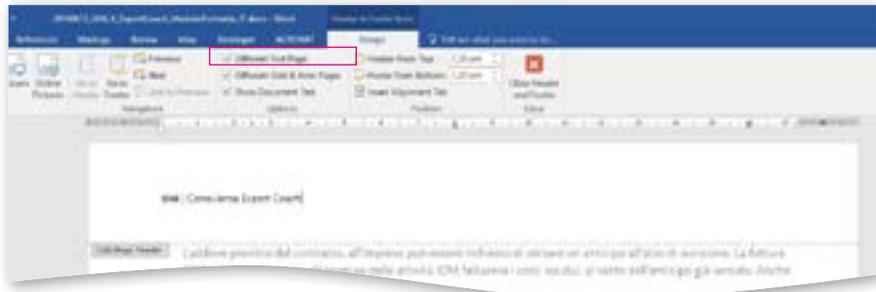
Caratteri numerici maiuscoli Tabular Lining

1234567890

Caratteri numerici medievali

NUMERO DI PAGINA

In generale il numero di pagina è sempre posizionato all'esterno a destra (single page). Nei documenti a doppia pagina (duplex) Word modifica automaticamente la posizione del numero pagina pari e dispari. Il numero di pagina è sempre all'esterno.



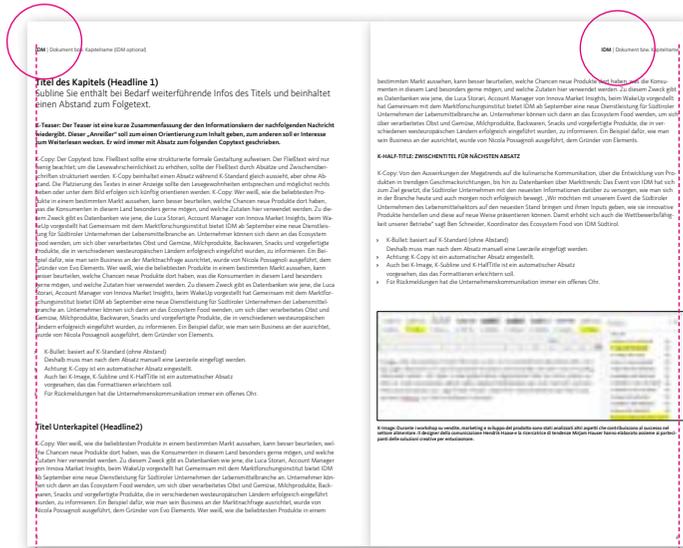
INTESTAZIONE (HEADER)

Nei documenti e nelle pubblicazioni, in base al contenuto e alla necessità, il nome aziendale (IDM) si inserisce all'esterno in alto in Semibold, il nome della pubblicazione e/o del capitolo in Light. Un tratto verticale (Light) funge da elemento divisorio.

IDM (Medium) | Light con 8,5 pt

IDM | Titolo della pubblicazione

IDM | Titolo del capitolo



Light con 8,5 pt 15

PLURILINGUISMO

Le lingue di titoli e sottotitoli bilingui si distinguono impiegando nel layout diverse percentuali di nero. Il colore standard è il nero 100% e viene affiancato al nero 70% per la lingua ulteriore.

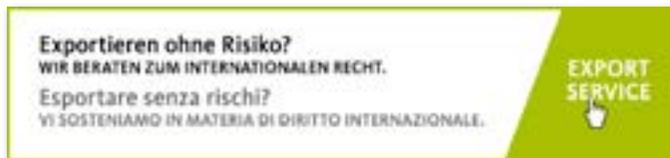
In presenza di testi lunghi oppure trilingui questa differenziazione cromatica non è efficace. In questo caso ogni lingua viene indicata dalla relativa abbreviazione (DE/IT/EN).

Überschrift Deutsch 100 % schwarz
Titolo italiano 70 % nero

Titolo italiano 100 % nero
 Sottotitolo italiano 100 % nero

Überschrift Deutsch 70 % schwarz
 Untertitel Deutsch 70 % schwarz

INDICAZIONE LINGUISTICA CON SCALA DI NERI



INDICAZIONE LINGUISTICA CON ABBREVIAZIONE

DE	IT	EN
<p>Erfahren Sie in 6 Stunden Spaß, wie man „lean“ bauen kann.</p> <p>60% der Zeit auf einer Baustelle wird mit Warten vergeudet, 30% mit dem Ausbessern von Fehlern und Nacharbeit und 10% des angelieferten Materials sind beschädigt oder falsch. Die Wahrscheinlichkeit einer fristgerechten Fertigstellung eines Bauvorhabens liegt unter 50%.</p> <p>Ausgehend von diesen Statistiken haben die wichtigsten Bauunternehmen die Effizienz der Bauphase verbessert und einfache Methoden („Lean Construction“) entwickelt, die auf Zusammenarbeit basieren.</p> <p>IDM Südtirol und EURAC Research haben im Rahmen des europäischen Projekts „CommONEnergy“, in dem 23 europäische Partner Einkaufszentren mit sehr hoher Effizienz und Komfort saniert haben, den Praxiskurs „WE_Build“ entwickelt.</p> <p>Haben wir Ihr Interesse geweckt?</p>	<p>Impara a costruire „lean“ in 6 ore di divertimento.</p> <p>Il 60% del tempo in cantiere è sprecato in attesa, il 30% nella correzione degli errori e rilavorazioni, mentre il 10% delle forniture di materiale è danneggiato o errato. La probabilità che un'attività di cantiere si concluda nei tempi previsti è inferiore al 50%.</p> <p>Partendo da queste statistiche, le più importanti imprese di costruzioni hanno migliorato l'efficienza della fase di costruzione, sviluppando metodi di gestione semplici („Lean Constructions“), basati sulla collaborazione.</p> <p>IDM Alto Adige ed EURAC Research hanno sviluppato il corso pratico „WE_Build“ nel progetto europeo „CommONEnergy“, in cui 23 partner europei hanno riqualificato centri commerciali ad altissima efficienza e comfort.</p> <p>Vuoi partecipare?</p>	<p>Learn how to build „lean“ in 6 hours of fun.</p> <p>60% of building time is wasted waiting, 30% in rework of errors while 10% of delivered materials is damaged or wrong. The probability of an activity being finished on time is just 50%.</p> <p>Based on these figures, the most important construction companies improved their building processes, by developing simple process management methods („Lean constructions“), based on collaboration.</p> <p>IDM Südtirol and EURAC Research developed the practical education course „WE_Build“ during the european project „CommONEnergy“, where 23 partners refurbished shopping malls with high-efficiency and high-comfort solutions.</p> <p>Want to give it a try?</p>
<p>FURTHER INFORMATION</p> <p> 1-minute-movie</p>		
<p>CONTACT</p> <p>Stefano Prosseda IDM Südtirol - Alto Adige Ecosystem Constructions Coordinator T +39 0471 094 227 stefano.prosseda@idm-suedtirol.com</p>		
<p>PARTNER</p> <p>    Co-funded by the European Union</p>		

COMPOSIZIONE TABELLE

Nei template IDM per i programmi MS Office le tabelle sono preimpostate in colore grigio. Se la tabella ha un carattere decorativo può essere colorata nei toni del verde chiaro.

TABELLA STANDARD

in colore grigio

	COLONNA UNO	COLONNA DUE
LOREM IPSUM	Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata	Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata
	Lorem ipsum dolor	At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd
	At vero eos et accusam et justo	Stet clita kasd gubergren, no sea takimata
	Lorem ipsum dolor	Stet clita kasd gubergren, no sea takimata
LOREM IPSUM	At vero eos et accusam et justo	Stet clita kasd gubergren, no sea takimata
	Lorem ipsum dolor	At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata

INTESTAZIONE & TITOLO COLONNA

Grigio IDM: 40%
 RGB: 198 | 198 | 199
 Hex: #C6C6C7
 Linie: 1/4 pt | Black

CELLE
 Grigio IDM: 20%
 RGB: 226 | 227 | 227
 HEX: #E2E3E3
 Linie: 1/4 pt | Black

Verde chiaro IDM: 100%
 RGB: 169 | 191 | 0
 Hex: #A9BF00
 Linea: 1/4 pt | Verde chiaro

Verde chiaro IDM: 20%
 RGB: 238 | 242 | 204
 HEX: #EE2CC
 Linea: 1/4 pt | Verde chiaro

Verde chiaro IDM: 40%
 RGB: 221 | 229 | 153
 HEX: #DDE599
 Linea: 1/4 pt | Verde chiaro

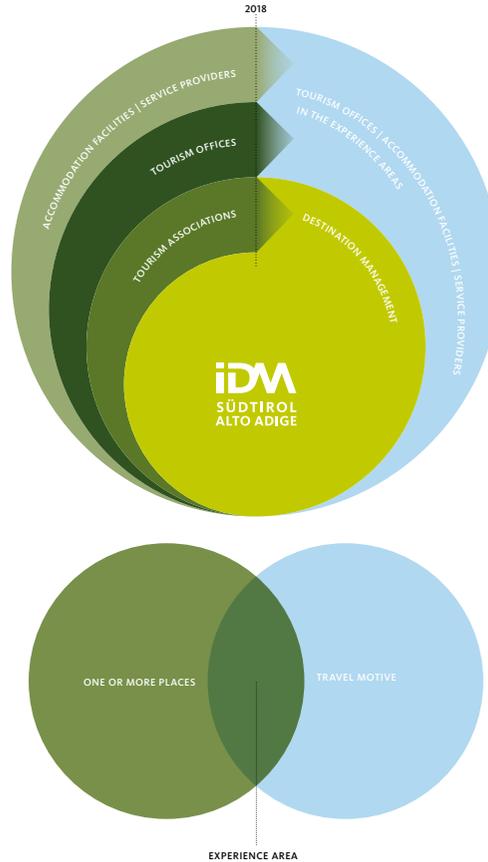
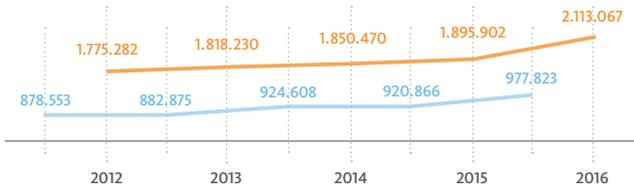
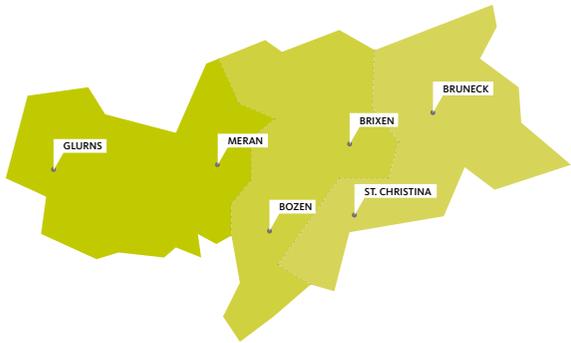
TABELLA DECORATIVA

alternativa in verde chiaro

BAU / EDILIZIA	
BAU München 14.–19.01.2019 München (D)	Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme. Salone leader a livello mondiale di architettura, materiali e sistemi.  
Com.Bau 08.–10.03.2019 Dornbirn (A)	Messe zu den Themen Bauen und Sanieren. Fiera dell'edilizia e della ristrutturazione.  
ISH 11.–15.03.2019 Frankfurt (D)	Weltleitmesse Erlebnisswelt Bad, Gebäude-, Energie-, Klimatechnik, Erneuerbare Energien. Fiera leader a livello mondiale dedicata al mondo del bagno, dell'edilizia, dell'energia, dell'efficienza energetica e della climatizzazione.  
Made Expo 13.–16.03.2019 Milano (I)	Architektur, Design, Bau. Architettura, design, edilizia.  
Swisstech & Prodex 14.–17.05.2019 Basel (CH)	Europas zentrale Messe der Zulieferindustrie. Importante fiera europea dedicata al settore dell'industria componentistica.  

COMPOSIZIONE INFOGRAFICHE

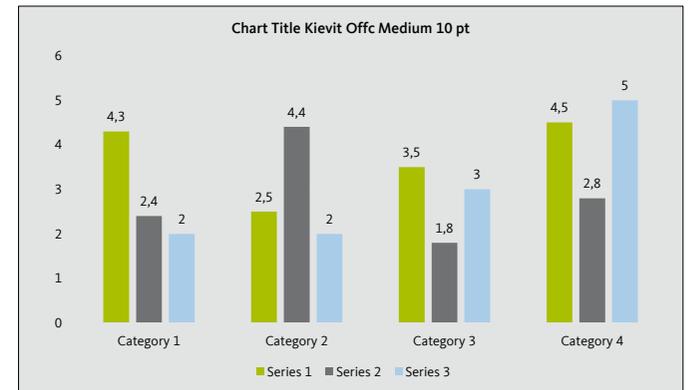
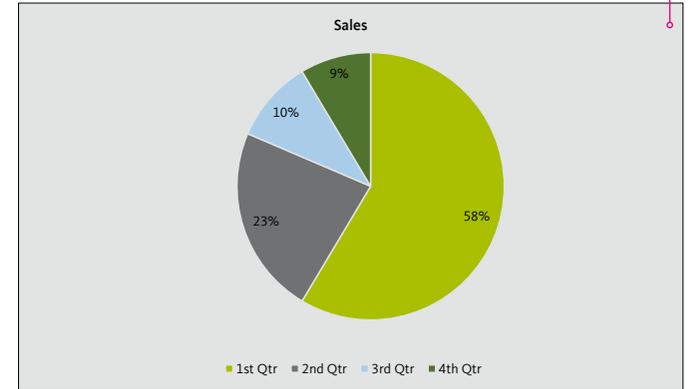
Nelle infografiche e nei diagrammi si utilizzano semplici forme geometriche e i colori primari e secondari. Nei template IDM in MS Office lo stile dei diagrammi è preimpostato. In alternativa al bianco si può utilizzare lo sfondo grigio chiaro. Non si utilizzano effetti 3D. Per differenziare i contenuti (ad esempio: estate/inverno) si possono utilizzare anche altri colori IDM nella loro gradazione cromatica e occasionalmente anche i colori complementari (arancione e rosso).



DIAGRAMMI

Template IDM in MS Office

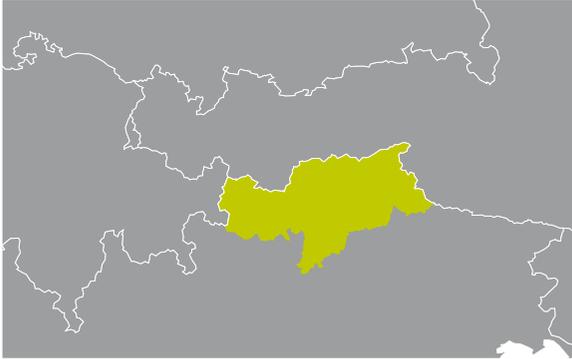
Grigio IDM: 20%
 RGB: 226 | 227 | 227
 HEX: #E2E3E3
 Linea: 1/4 pt | Black



COMPOSIZIONE MAPPE

Le mappe dell'Alto Adige, che possono essere modificate in base all'utilizzo, sono disponibili in tre diversi gradi di dettaglio.

GRADO DI DETTAGLIO PRECISO



Alto Adige + Paesi confinanti
SUED_World_L.pdf

GRADO DI DETTAGLIO MEDIO



Alto Adige + mondo
SUED_World_M.pdf

GRADO DI DETTAGLIO ASTRATTO



Alto Adige + mondo
SUED_World_S.pdf

ESEMPI APPLICATIVI



Alto Adige
indicazioni stradali
SUED_Arriva_L_210.pdf



Sedi IDM
SUED_DestinationManagement.pdf



Alto Adige in Italia + lente
d'ingrandimento
SUED_Italioutil.pdf

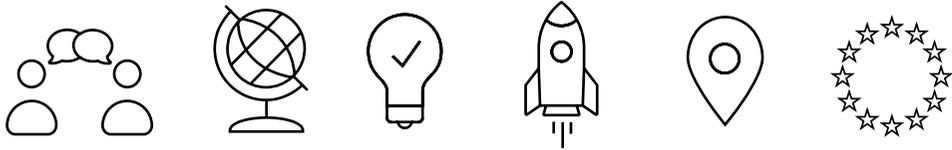


Carta d'Europa
e del mondo
per template
IDM in
PowerPoint

COMPOSIZIONE

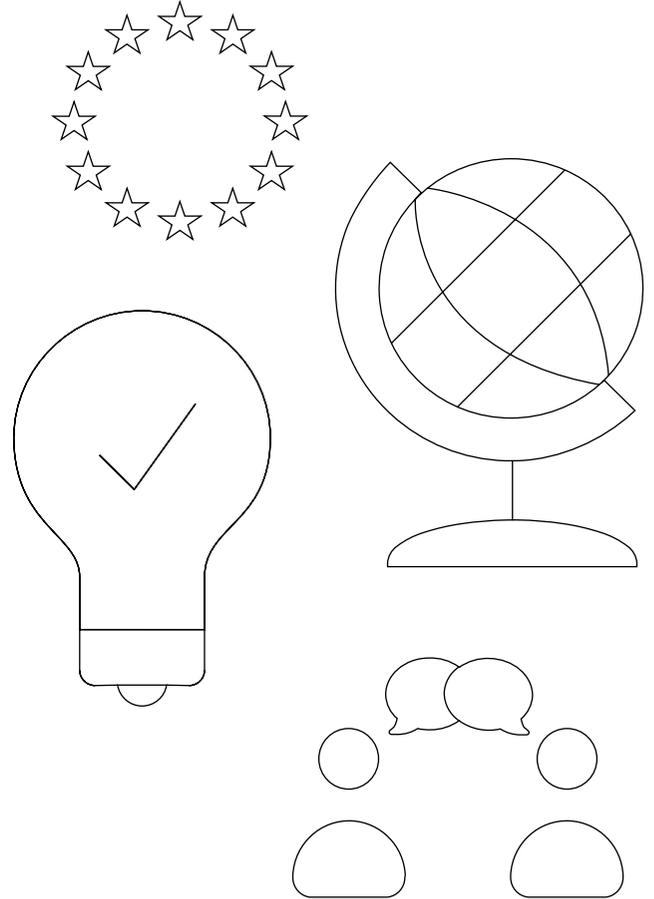
PITTOGRAMMI

I pittogrammi utilizzati per contraddistinguere le attività e i servizi di IDM sono composti da disegni lineari. Se i pittogrammi assumono un carattere decorativo (illustrazioni) possono essere realizzati a superficie piena. Lo spessore dei bordi varia in base al genere di applicazione e alle dimensioni.



EN	Customer Consulting	Export	Innovation	Business Incubator	Locate your Business	Enterprise Europe Network
DE	Kundenberatung	Export	Innovation	Gründerzentrum	Standort finden	Enterprise Europe Network
IT	Consulenza clienti	Export	Innovazione	Incubatore d'impresa	Business Location	Enterprise Europe Network

Linea + Outline-Line
[IDM_Pictogram_Services.pdf](#)

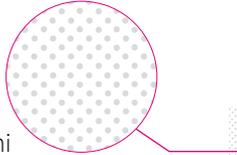


COMPOSIZIONE TEXTURE

Per la composizione grafica si può utilizzare una texture formata da punti grigi.

PUNTI

Grigio IDM: 20%
Distanza tra i punti:
109% delle dimensioni
del punto



IDM_Texture_Dots.ai

IDM | Weiterbildung Export / Formazione export

Nützlich zu wissen

INFOS
Iris Pahl
Kundenberatung Export & Innovation
IDM Südtirol
T 0471 094 510
iris.pahl@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

ANMELDUNG
WiFi, Service für Weiterbildung und
Personalentwicklung der Handelskammer
T 0471 945 666
wif@handelskammer.bz.it
www.wifi.bz.it

SEMINARMATERIALIEN
in den Preisen sind die Kosten für Seminarmaterialien
bereits enthalten.

SEMINARBESCHREIBUNGEN
Die Seminarbeschreibungen in dieser Broschüre erfolgen
in der jeweiligen Veranstaltungssprache.
Mehr Informationen und die Online-Anmeldung
finden Sie unter: www.wifi.bz.it

Utile da sapere

INFO
Iris Pahl

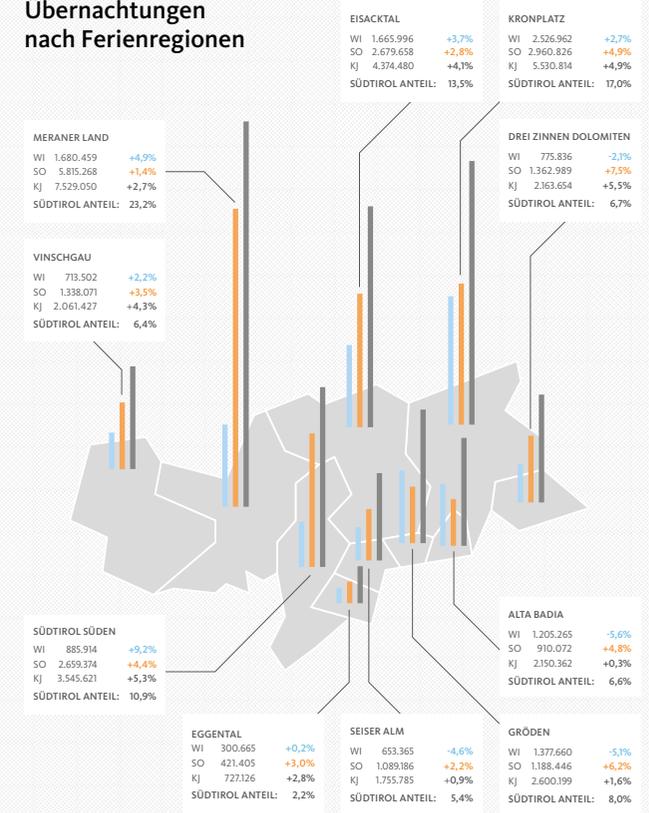
Beliebteste Auslandsreiseziele 2015



ANTEIL DER
GESAMTNÄCHTIGUNGEN
IN SÜDTIROL
48,6%

IDM | Tourismuszahlen 2017

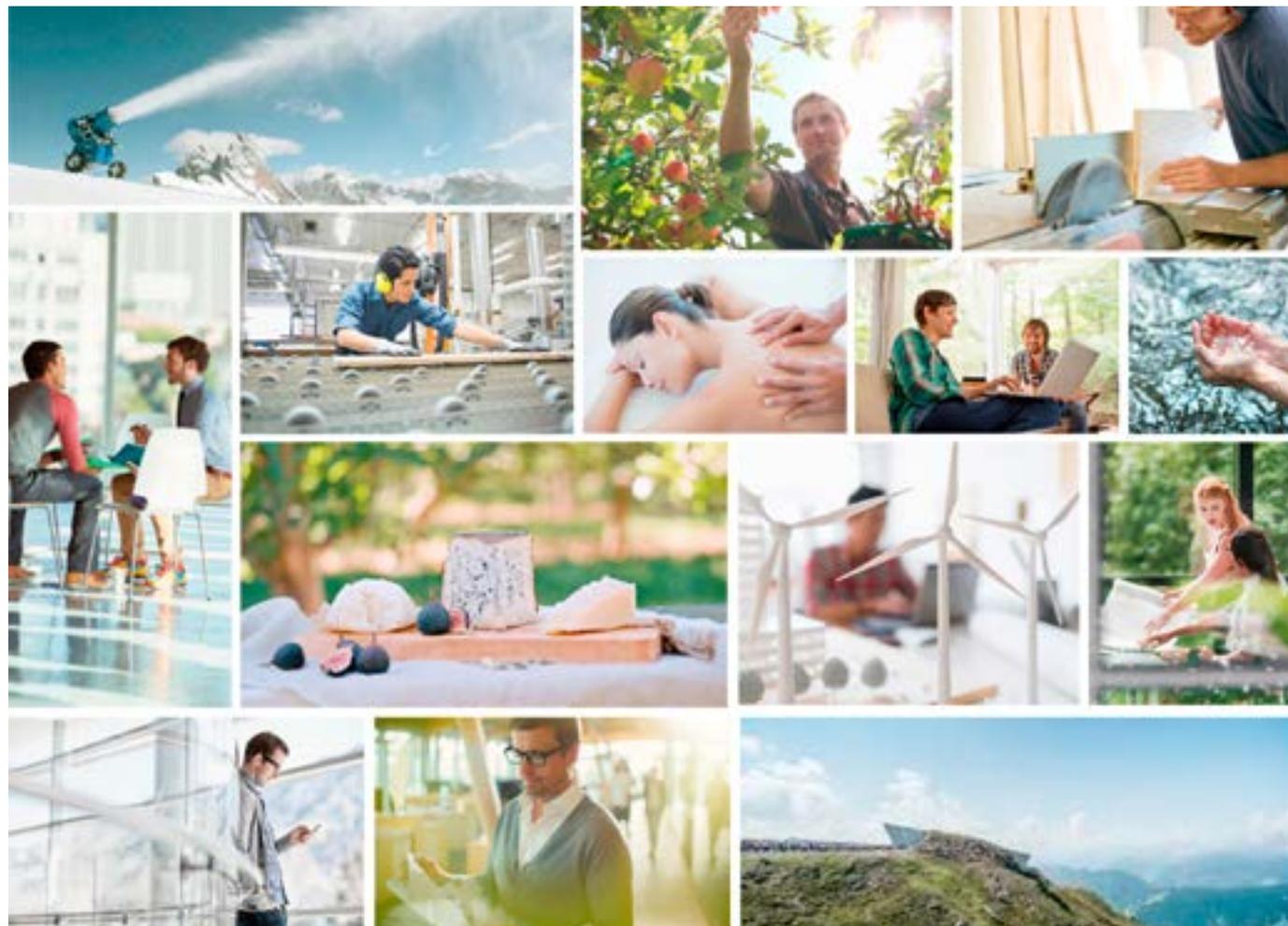
Übernachtungen nach Ferienregionen



Südtirol Anteil: Anteil der Übernachtungen in den Ferienregionen im Verhältnis zur Anzahl aller Übernachtungen in Südtirol im Kalenderjahr.

LINGUAGGIO VISIVO | MOODBOARD

Il linguaggio visivo di IDM è in fase di elaborazione.



CARTA

Per gli stampati si utilizza una carta naturale uso mano di pura cellulosa, certificata FSC®. La carta naturale non patinata spicca per la naturale piacevolezza al tatto e per l'alta qualità.

Per la stampa su carta non patinata è necessario prevedere un'ottimizzazione cromatica delle immagini, in particolare per il punto del nero (ottimizzazione del nero).

INDICE DELLE CARTE

	STAMPATO	CARTA	GRAMMATURA	
OFFSET	Brochure	Fedrigoni Arcoprint 1 E.W.	Copertina 140 - 170 g/m ²	Pagine interne 100 - 120 g/m ²
	Flyer	Fedrigoni Arcoprint 1 E.W.	170 - 200 g/m ²	
	Cartella stampa	Fedrigoni Arco Print oppure Mondri IQ Print	300 g/m ²	
	Carta intestata	Fedrigoni Arco Print oppure Mondri IQ Print	120 g/m ²	
	Busta standard	Fedrigoni Splendorgel E.W. con strap autoadesivo	120 g/m ²	
	Borsa di carta	Fedrigoni for Bags		
	Lettera breve	Fedrigoni Arcoprint 1 E.W.	250 g/m ²	
	Etichetta per indirizzo	Raflatac Vellum	70 g/m ²	
DIGITALE	Biglietto da visita	Fedrigoni Sirio white	350 g/m ²	
	Manifesto	Fedrigoin Symbol Matt Plus Premium White	150 - 200 g/m ²	

ALTERNATIVE

In base alla disponibilità del produttore e della tipografia si consigliano le seguenti varianti di carta:

Fedrigoni

- › Arco Print E. W. (elevato grado di bianco)
- › Arco Set (più economica, perché meno bianca)
- › Sirio White (per grammature più pesanti; p.e. per bigliettini da visita)
- › Splendorgel (solo per buste)

Mondi

- › IQ Print (alternativa a Fedrigoni, più economica)

Sappi

- › Magno Natural Offset

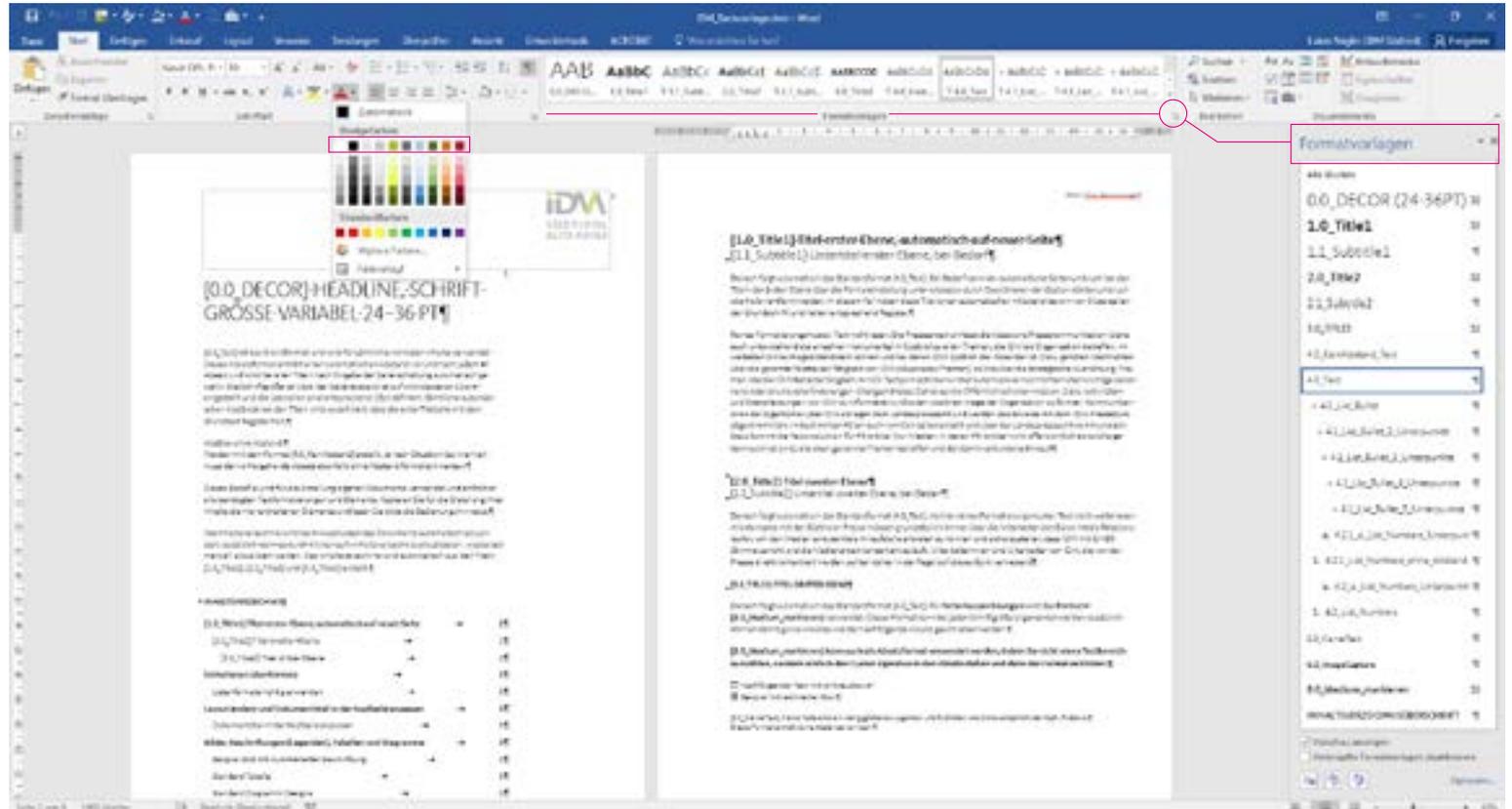
Papyrus

- › MultiOffset
- › PlanoJet hochweiß

MS OFFICE WORD

I template IDM per MS Office Word contengono la paletta colori IDM e i formati dei titoli e dei paragrafi. Il logo si trova solo sulla prima pagina all'esterno a destra, nelle pagine seguenti invece c'è l'intestazione IDM + il nome del capitolo come testo (vedi p. 20).

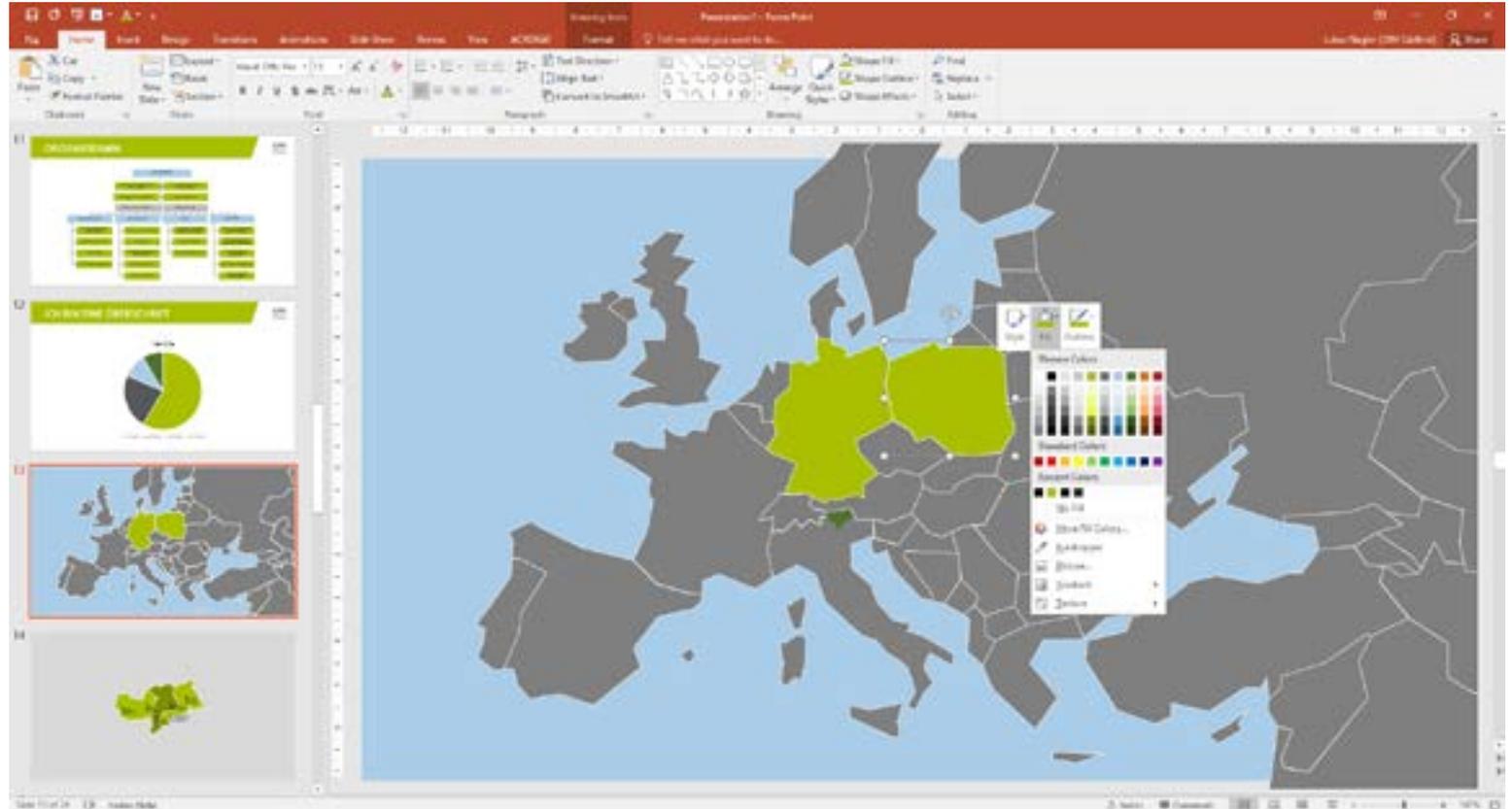
I documenti Office redatti con il carattere IDM (quindi non con Arial) devono essere sempre salvati come PDF, se vengono inviati a destinatari esterni.



IDM_K_Denominazione.docx Kievit Pro
 IDM_S_Denominazione.docx Source Sans Pro
 IDM_A_Denominazione.docx Arial

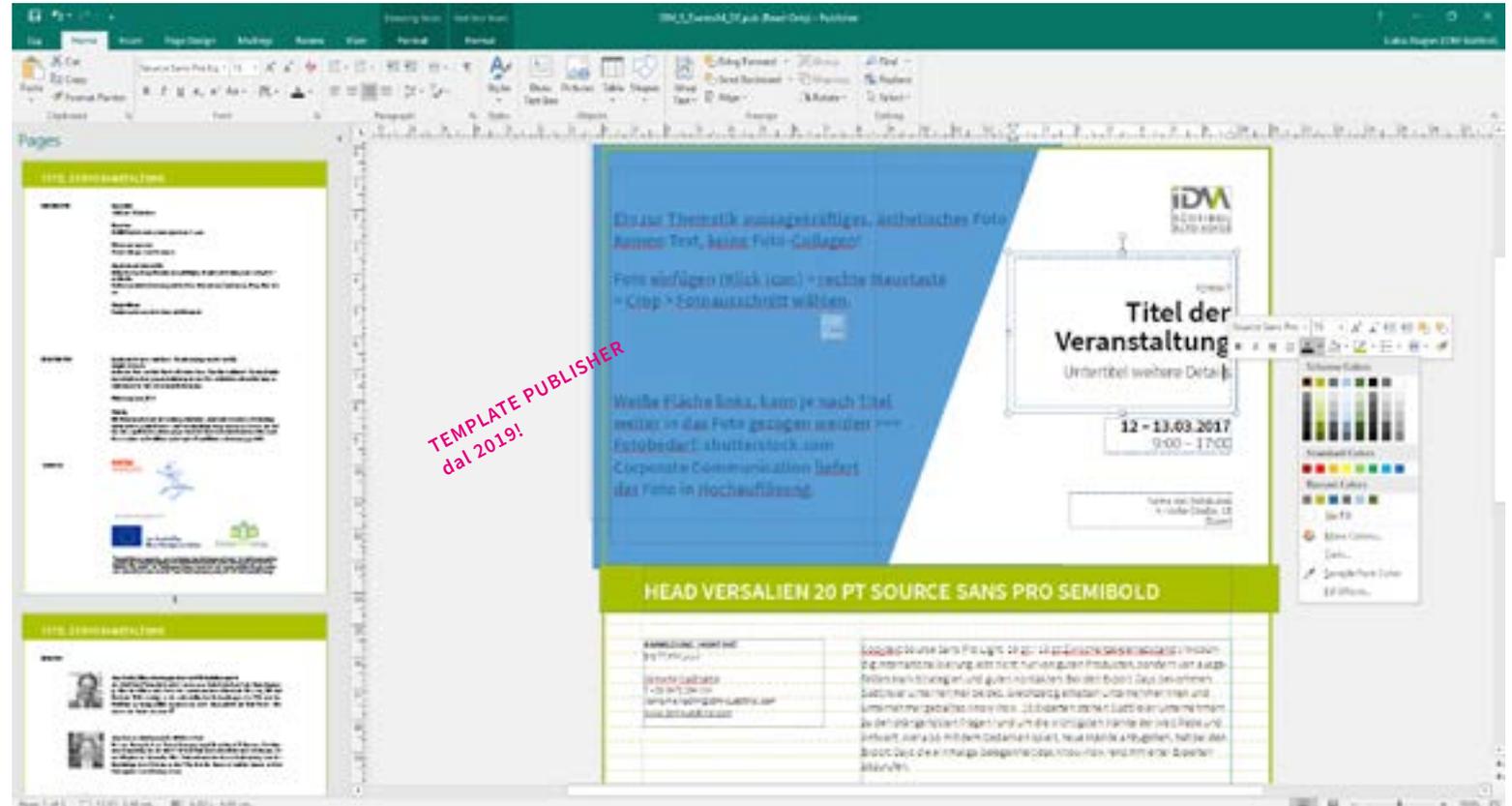
MS OFFICE POWERPOINT

I template IDM per MS Office PowerPoint contengono la paletta colori, i font e ulteriori elementi grafici per la visualizzazione delle informazioni. Gli elementi grafici si possono modificare (dimensione, colore ecc.) a seconda delle necessità.



MS OFFICE PUBLISHER

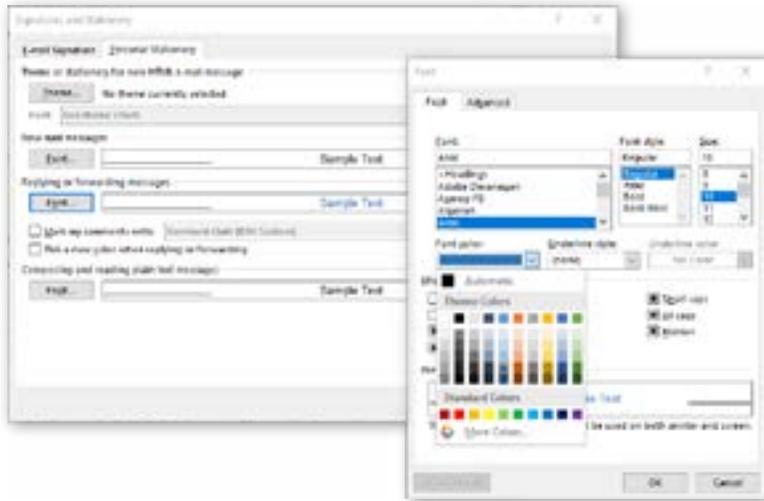
Il programma Publisher prevede più funzioni layout di Word o PowerPoint. I template IDM per questo programma saranno disponibili a partire dal 2019.



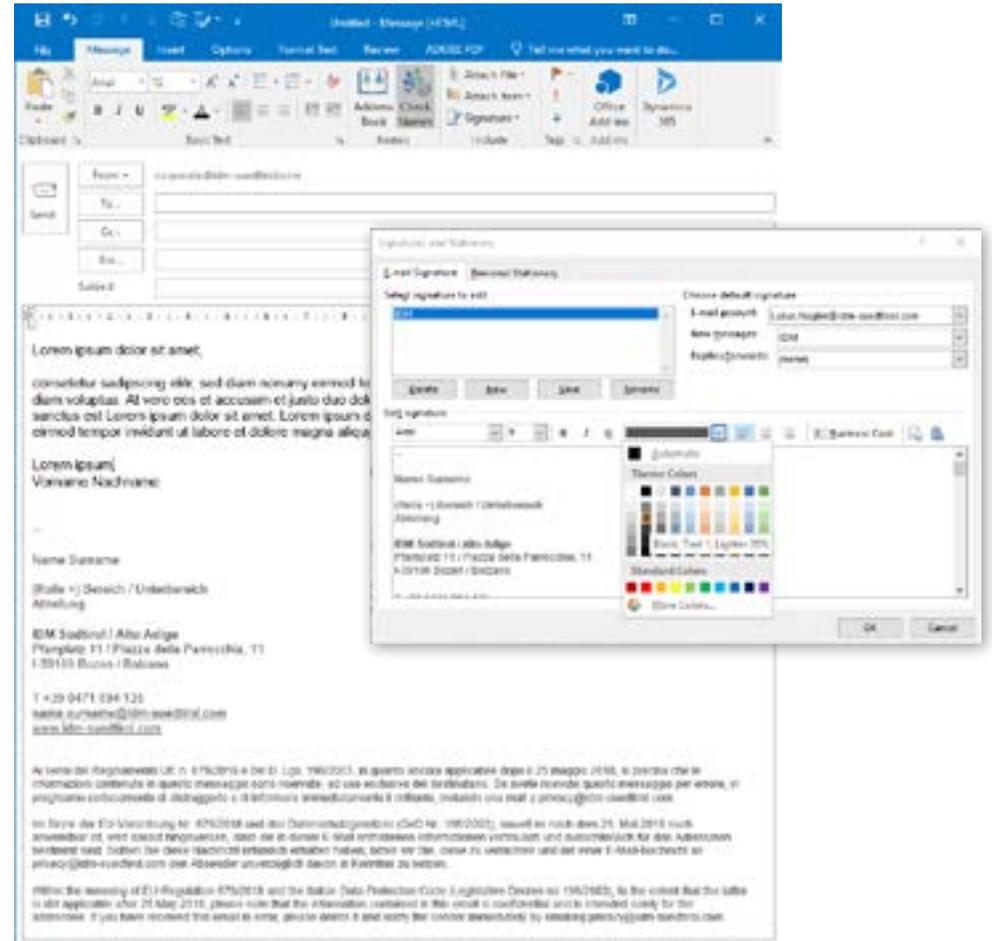
MS OFFICE OUTLOOK

In MS Office Outlook si utilizza il carattere Arial (10 pt) in nero, per le risposte in blu (standard). La firma è in Arial (9 pt), colore grigio (lighter 35%).

CARATTERE



FIRMA



Gli eventi IDM che prevedono un ampio programma possono essere comunicati con brochure di formato DIN A5 orizzontale. Il numero di pagine varia da quattro (pieghevole) a un massimo di dodici (con rilegatura).

IDM
SÜDTIROL
ALTO ADIGE

FORMAT
Titel der Veranstaltung
Untertitel weitere Details

18.04.2018
9:00 – 16:30

Name des Gebäudes
Seminarraum 1 / Sala Seminari 1
A-Volta-Straße 13A / via A. Volta, 13A
Bozen / Bolzano

IDM
SÜDTIROL
ALTO ADIGE

CONSULTANCY
Export Days
Meet the world

28. – 29.03.2017
09:00 – 18:30

Siemensstraße 19 / Via Siemens, 19
Bozen / Bolzano

IDM
SÜDTIROL
ALTO ADIGE

Südtiroler Wellness Conference Alto Adige

18.04.2018
9:00 – 16:30

NOI Techpark
Seminarraum 1 / Sala Seminari 1
A-Volta-Straße 13A / via A. Volta, 13A
Bozen / Bolzano

IDM
SÜDTIROL
ALTO ADIGE

IDM Südtirol - Alto Adige
Piazzplatz 11
Piazza della Pace/chia, 11
39100 Bozen / Bolzano
T +39 0471 094 500
F +39 0471 094 555
sales.export@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

MARKET CONSULTANTS 27.03.2018

 BALTIKUM / PAESI BALTICI Roma Rink Beratung in deutscher Sprache RB International Consulting www.rb-ic.com	 DEUTSCHLAND / GERMANIA Claus Baumer Beratung in deutscher Sprache Dr. Baumer www.drbaumer.com	 MAROKKO / MAROCCO Marco Wiedemann Beratung in deutscher Sprache AHK Marokko www.marokko.ahk.de	 SCHWEIZ / SVIZZERA Raphael Bodenmüller Beratung in deutscher Sprache Bodenmüller & Partner www.bodenmueller-partner.com
 BRASILIEN / BRASILE Ricardo Casarho Beratung in deutscher Sprache AHK Brasilien www.ahkbrasilien.com.br	 FRANKREICH / FRANCIA Wally Lindermeier Beratung in deutscher Sprache AHK Frankreich www.francoallem.com	 RUSSLAND / RUSSIA Marina Ivanova Beratung in deutscher Sprache Start&Strategy	 SPANIEN / SPAGNA Tarsilio Merino Consultancy in English Alminor International www.alminor-international.com

EXPORT DAYS

Im Laufe der vergangenen zehn Jahre hatte er verschiedene Positionen innerhalb des Kammernetzwerks inne, unter anderem als stellvertretender Geschäftsführer. Seit 2012 steht er dem Bereich Außenwirtschaft und Messen der AHK Brasilien in São Paulo vor. Seine langjährige Erfahrung macht ihn zum kompetenten Ansprechpartner für europäische Unternehmen bei Fragen rund um den Markteintritt in Brasilien. Die AHK Brasilien kann auf mehr als 100 Jahre Erfahrung zurückblicken und steht für exzellenten Service und innovative Projekte.

Seit 1984 arbeitet Frau Wally Lindermeier für die AHK Frankreich. Ihre langjährige Erfahrung auf dem französischen Markt ist die ideale Voraussetzung für einen effizienten, dauerhaften und gewinnbringenden Markteintritt. Mit praktischen Dienstleistungen, maßgeschneiderten Markteintrittsstrategien und umfangreichen Recherchen unterstützt die AHK Frankreich seit über 60 Jahren zahlreiche Unternehmen dabei, in Frankreich Fuß zu fassen und geeignete Geschäftspartner zu finden.

Nach seiner Tätigkeit als Rechtsanwalt stieg Marco Wiedemann 2001 als Geschäftsführer der AHK Kanada in das Netzwerk der Auslandshandelskammern ein. Im Jahr 2006 übernahm er die Geschäftsführung der AHK Marokko in Casablanca. Er betreut dort überwiegend mittelständische Unternehmen beim Aufbau eigener Vertretungen und bei Investitionsverhalten. Mit ihren individuellen Dienstleistungen unterstützt die AHK Marokko Unternehmen beim Markteintritt sowie bei der Suche nach potenziellen Geschäftspartnern.

Bodenmüller & Partner wurde 2011 von Herrn Raphael Bodenmüller gegründet und unterstützt hauptsächlich kleine und mittelständische Unternehmen bei der Internationalisierung. Zum Produktportfolio gehören die Geschäftspartnervermittlung, Verkaufsgespräche und der Aufbau von Zweig Niederlassungen. Zudem bietet Bodenmüller & Partner eine umfangreiche Analyse des Unternehmens und erstellt anschließend ein Konzept für den Marktaufbau oder gibt konkrete Tipps und Handlungsempfehlungen.

After holding top management positions in various listed multinational companies, Tarsilio Merino founded Alminor International in 2010. The company specializes in market entrance services and international development. Through its longstanding experience, Alminor can easily adapt to a multi-sectoral environment and numerous projects as proof of their profound knowledge in every field.

CARTOLINA DIN A6

Se necessario gli eventi IDM possono essere annunciati e pubblicizzati attraverso una cartolina postale in formato DIN A6. La cartolina può essere realizzata anche come pieghevole.



Le brochure di approfondimento specifico di temi IDM, come dossier e simili, possono essere realizzate in formato DIN A5 verticale. In questo contesto l'elemento diagonale si combina soltanto con il key visual, dato che a tutta altezza entrerebbe in conflitto con foto e testi.



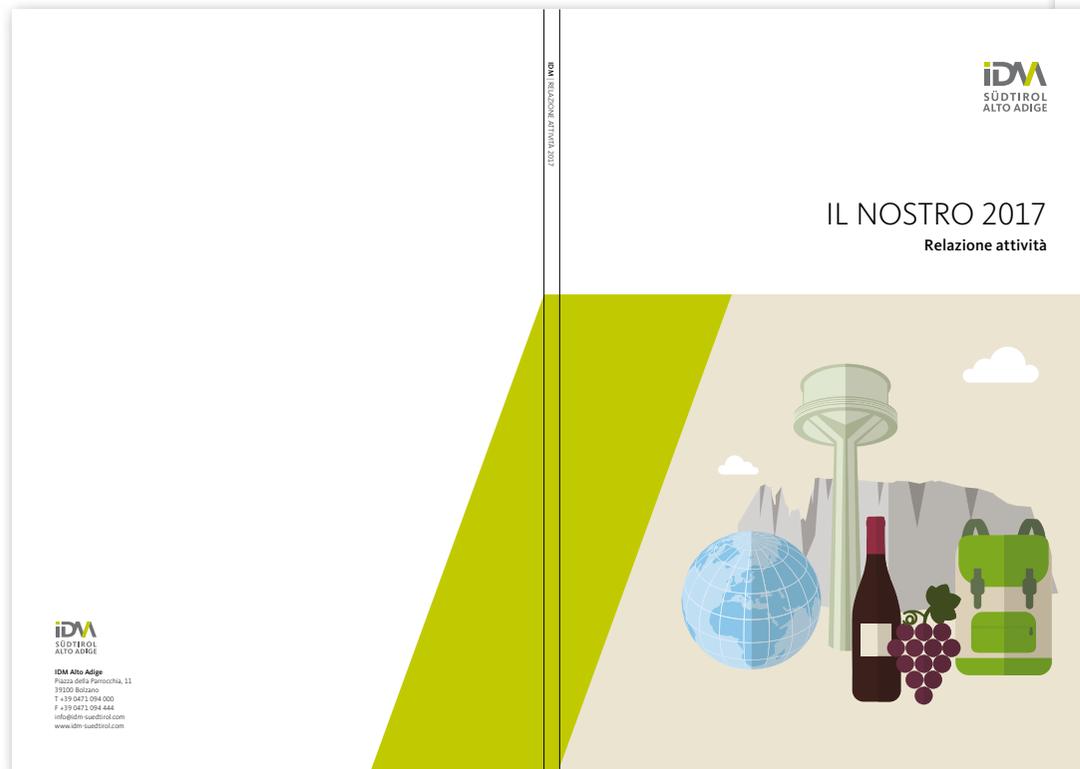
LAYOUT DI STAMPA

BROCHURE DIN A4

Le brochure in formato DIN A4 possono essere rilegate con semplice punto metallico oppure con rilegatura a colla (PUR), o filo refe. Il dorso della brossura, a partire da uno spessore minimo di 5 mm, deve riportare la seguente dicitura:

IDM | Titolo della pubblicazione.

COPERTINA MONOLINGUE



COPERTINA BILINGUE



LAYOUT DI STAMPA

BROCHURE DIN A4

L'intestazione e il piè di pagina sono elementi importanti dell'impaginazione delle pagine interne delle brochure. I formati dei paragrafi definiscono la struttura compositiva. Il layout può variare leggermente in base ai contenuti.

IDM | Targetgruppenbericht 2017

TRADE MARKETING

GENUSSWELT SÜDTIROL

IDM verfolgte im Jahr 2017 das Ziel, die Synergien zwischen dem Tourismuskonzept und den Südtiroler Qualitätsprodukten zu verstärken. Schließlich wird die Produkt Herkunft für Konsumenten immer wichtiger – und umgekehrt sind die hochwertigen Agrarprodukte das Landes wirkungsvolle Botschafter für Südtirol als Urlaubsland.

B2B-PARTNER IM HANDEL

Mit ausgewählten Partnern im Lebensmittelhandel stärkte der Bereich Trade Marketing Food bestehende und wichtige Vertriebsnetze und traf auf die gewünschte Zielgruppe. Enderbräucher, die Qualität der Herkunft der Produkte sowie das „Je-benehgefühlt Südtirol“ schätzen.

ZEHN JAHRE URLAUB DANK SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTEN

Das Vorzeigeprodukt für die Zusammenarbeit zwischen dem Agrar- und dem Tourismusmarketing von IDM war im vergangenen Jahr die Aktion „Jina spesa che cambia la vita“ auf dem italienischen Markt. Dabei handelte es sich um gezieltes Trade Marketing in sieben italienischen Regionen, das von einem Gewinnspiel umschlossen wurde und auf die Stärken Südtirols als Urlaubsland genauso setzte wie auf seine Qualitätsprodukte: Äpfel und Apfelsaft, Speck, Wein, Milchprodukte (Gehgurt, Mozzarella), Brot, Erdbeeren, Himbeeren, Marmelade und Honig. In Rahmen der Kampagne „Jina spesa che cambia la vita“ (siehe auch S. 71) wurde am Point of Sale auch das Packaging einheitslich gestaltet: Von August bis Dezember enthielt jede Verpackung einen Zahlencode, mit dem Konsumenten auf der Website www.uspasedachecambialavita.it sofort Sachpreise mit Südtirol-Bezug gewinnen konnten. Jeder Code nahm am Ende auch an der Ziehung des ungewöhnlichen und sehr begehrten Hauptpreises teil. Zu gewinnen gab es einen einwöchigen Ge-

nussurlaub in den Vinum Hotels Südtirol für vier Personen – und zwar zehn Jahre lang! Begleitet wurde die Aktion von einem breit gestreuten Kommunikationskonzept sowohl innerhalb der Supermärkte als auch in den wichtigsten TV- und Radiosendern sowie Printmedien.



173.000
Kundenkontakte
am Point of Sale

teilnehmende
Produzenten

81
Produkte

8 große
Supermärketten

17 Anzeigen in
B2B-Handelsmedien

105
Supermärkte

600
Verkostungstage

266.000
Teilnehmer am
Gewinnspiel

GOURMETNACHT IM HERZEN WIENS

Eine weitere Aktion, um Synergien zwischen dem Tourismus und den Südtiroler Qualitätsprodukten zu nutzen, initiierte IDM bei Julius Meiri am Graben, dem wohl bekanntesten und traditionsreichsten Feinkostladen Wiens. In Zusammenarbeit mit dem Wiener Rosenveranstalter Die Reiser schürnte IDM ein Südtirol-Paket für qualitätsbewusste Genießer und arbeitete dafür eine Gaumentreise aus, die Südtiroler Qualitätsprodukte und den Genuss in den Vordergrund stellt. Im Sommer 2017 lud IDM die Partner Meiri und Reiser nach Südtirol ein, um die später zum Verkauf angetragene Reise im Vorfeld durchzupfeilen. Im Oktober fand dann ein Südtirolabend direkt bei Meiri am Graben statt, wo Kunden Äpfel, Speck, Wein und Milchprodukte aus Südtirol verkosten konnten und zusätzliche Informationen über die Herkunft und die Qualität der Produkte erhielten. Eine Südtiroler Diplom-Speck-Expertin erklärte den Gästen etwa, wie Speck hergestellt wird. Bei der anschließenden Gaumentreise konnten die Kunden auch das Bewegtbild unter dem Motto „Gemeinsam Genussstecke in Südtirol“ entdecken – hautnah mithilfe einer Virtual-Reality-Brille.

IM DREIERPAK NACH DEUTSCHLAND

Gemeinsam präsentierten sich die drei Südtiroler Qualitätsprodukte Äpfel, Speck und Käse im Oktober und November 2017 direkt am Point of Sale den wohl bekanntesten und traditionsreichsten Feinkostläden Wiens. In Zusammenarbeit mit dem Wiener Rosenveranstalter Die Reiser schürnte IDM ein Südtirol-Paket für qualitätsbewusste Genießer und arbeitete dafür eine Gaumentreise aus, die Südtiroler Qualitätsprodukte und den Genuss in den Vordergrund stellt. Im Sommer 2017 lud IDM die Partner Meiri und Reiser nach Südtirol ein, um die später zum Verkauf angetragene Reise im Vorfeld durchzupfeilen. Im Oktober fand dann ein Südtirolabend direkt bei Meiri am Graben statt, wo Kunden Äpfel, Speck, Wein und Milchprodukte aus Südtirol verkosten konnten und zusätzliche Informationen über die Herkunft und die Qualität der Produkte erhielten. Eine Südtiroler Diplom-Speck-Expertin erklärte den Gästen etwa, wie Speck hergestellt wird. Bei der anschließenden Gaumentreise konnten die Kunden auch das Bewegtbild unter dem Motto „Gemeinsam Genussstecke in Südtirol“ entdecken – hautnah mithilfe einer Virtual-Reality-Brille.

2 große
Supermärketten

8 teilnehmende
Produzenten

50.000
Kundenkontakte

130
Supermärkte

230
Verkostungstage

Die Aktion „Jina spesa che cambia la vita“ generierte wertvolle Kontakte zum Handel sowie Enderbräucher in Italien (1) und 1. Bei Meiri am Graben in Wien konnten Konsumenten im Oktober Südtiroler Produkte verkosten und per Virtual Reality „Gemeinsam Genussstecke“ entdecken (Mitte).

IDM | Agrarmarketing

IDM | Weiterbildung Export / Formazione export

PORTAZIONE DI PROBLEMI

Educazione e documentazione doganale per un export senza rischi

FINANZI
sensibili e azzerati all'export, alla logistica e amministrazione

IO VANTAGGIO
tare in grado di gestire l'operatività quotidianaativa alle esportazioni e crescono intracomunitarie conoscere gli adempimenti doganali e sapere quali strumenti si debba conservare

IA ITALIANO
4.24.10.2017

ATA 1 mattina (ore 9.00-12.30)

SO WFFI - Formazione, Bolzano, via Alto-Adige 60

LINE D'ISCRIZIONE 17.10.2017

IO INVESTIMENTO € 89.000 + IVA

Le finalità dell'ufficio doganale di esportazione e di quello di uscita
Elementi dell'accertamento: qualità, quantità, origine e valore della merce
Revisione di accertamento quando è necessaria la rettifica della bolletta doganale
Revisione dell'accertamento d'ufficio e di parte
Prova di consegna per le esportazioni intracomunitarie e i beni
Caratteristiche delle operazioni di scambio intracomunitario di beni
Documentazione da conservare a garanzia della non imponibilità della fattura intracomunitaria, alla luce delle ultime interpretazioni dell'Agenzia delle Entrate e della Corte di Giustizia dell'Unione europea
Suggerimenti per evitare penali risvolti sanzionatori

ESCENTI
Massimiliano Moreasco
Esperto di fiscalità internazionale e di tematiche a essa correlate, quali dogane e IVA Intracomunitaria. Dopo la laurea in economia e commercio ha iniziato un percorso professionale presso Confindustria Venezia di sostegno alle imprese impegnate nell'attività di commercio estero, da diversi anni svolge l'attività di docente e consulente e lavora, per aziende, camere di commercio ed enti di formazione.

PROGRAMMA

La globalizzazione dell'economia richiede che le aziende siano sempre più in grado di avallarsi di tutte le risorse a loro disposizione per aumentare la competitività nei confronti delle aziende estere. In questo contesto gli aspetti fiscali e doganali assumono un ruolo determinante, sia come elemento di minimizzazione dei costi, sia come strumento per ottimizzare i flussi di merci verso l'estero. La conoscenza degli adempimenti doganali nonché degli obblighi IVA diviene, quindi, un importante fattore per incrementare la competitività. L'obiettivo del seminario è di fornire ai partecipanti le competenze base per risolvere in maniera autonoma i più frequenti problemi relativi al recupero delle prove di consegna per esportazioni e vendite UE. La mancanza di queste prove può - oltre alla perdita del beneficio della non imponibilità - sfociare in pesanti risvolti sanzionatori.

Le prove di uscita nelle esportazioni dirette, indirette e nelle triangolazioni
Il visto uscite elettronico MRM (Movement Reference Number) e quando si può ricorrere alle prove alternative di uscita
Strumenti messi a disposizione a nuovo Codice Doganale dell'Unione per superare le difficoltà del recupero delle prove di uscita nelle esportazioni franco fabbrica
Presentazione della bolletta doganale secondo le indicazioni di sistema telematico ECS (Export Control System)
Le formalità dell'ufficio doganale di esportazione e di quello di uscita
Elementi dell'accertamento: qualità, quantità, origine e valore della merce
Revisione di accertamento quando è necessaria la rettifica della bolletta doganale
Revisione dell'accertamento d'ufficio e di parte
Prova di consegna per le esportazioni intracomunitarie e i beni
Caratteristiche delle operazioni di scambio intracomunitario di beni
Documentazione da conservare a garanzia della non imponibilità della fattura intracomunitaria, alla luce delle ultime interpretazioni dell'Agenzia delle Entrate e della Corte di Giustizia dell'Unione europea
Suggerimenti per evitare penali risvolti sanzionatori

AUSLANDSENTENDUNG VON MITARBEITERINNEN UND MITARBEITERN

Arbeitsrechtliche und organisatorische Aspekte

PROGRAMMA

Unter mehr Südtiroler Unternehmen sind international tätig und entsenden Mitarbeiter/innen ins Ausland. Dies hat arbeits- und sozialversicherungsrechtliche Folgen und ist mit hohem Aufwand für Personalverantwortliche verbunden. Eine längere Auslandsentsendung stellt auch die betroffenen Fach- und Führungskräfte selbst vor große Herausforderungen. Aktualien Forschungen zufolge wird jeder dritte längere Auslandsaufenthalt vorzeitig beendet. In diesem Seminar geben Ihnen eine Expertin und ein Experte nützliche Informationen und Tipps, wie Sie eine Auslandsentsendung kompetent durchführen. Am Vormittag geht es um arbeits- und sozialversicherungsrechtliche Fragen. Am Nachmittag wird auf die wichtigsten organisatorischen und praktischen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Mitarbeiterentsendung ins Ausland eingegangen.

Arbeits- und sozialversicherungsrechtliche Aspekte von Auslandsentsendungen (Vormittag)
Arbeits- und sozialversicherungsrechtliche sowie steuerliche Aspekte
Professionelle Vorbereitung einer Entsendung; Meldepflichten im Inland bzw. Ausland
Professionelle Nachbetreuung einer Entsendung
Besonderheiten bei der Entsendung in die Schweiz und in andere Drittländer
Beantwortung von Fragen der Teilnehmer/innen
Organisatorische Aspekte: Essentials für eine erfolgreiche Mitarbeiterentsendung (Nachmittag)
Unternehmensziele versus Mitarbeiterziele
Auswahl geeigneter Mitarbeiter/innen
Optimale Vorbereitung auf die Entsendung; Herausforderungen und Chancen erkennen, Ressourcen aktivieren
Welche Unterstützung ist wichtig? Involvement
Erfolgreiche Familien, spezielle Bedürfnisse berücksichtigen
Bedeutung interkultureller Kompetenzen
Modelle zum Leben und Arbeiten im Ausland
Professionelle Betreuung während des internationalen Einsatzes, Krisen vorbeugen und managen
Maßnahmen zur Reintegration
Beantwortung von Fragen der Teilnehmer/innen

ZIELGRUPPE

Unternehmer/innen, Geschäftsführer/innen, Verantwortliche der Bereiche Personal und Verwaltung von Unternehmen, die Mitarbeiter/innen ins Ausland entsenden

HR NUTZEN
Sie kennen die arbeitsrechtlichen Aspekte, die mit einer Mitarbeiterentsendung ins Ausland verbunden sind.
Sie erfahren, welche Möglichkeiten anfallen und wie Sie diese Strafen vermeiden.
Sie wissen, wie Sie Entsendungen ins Ausland optimal vorbereiten und begleiten.

SPRACHE Deutsch

TERMIN 17.11.2017

DAUER 1 Tag (09:00-12:30 Uhr und 14:00-17:00 Uhr)

ORT WFFI - Weiterbildung Bolzano, Südtiroler Straße 60

ANMELDEFRIST 29.09.2017

IHRE INVESTITION €159,000 + MwSt.

REFERENZEN

Markus Schenk
Arbeitsrechtlicher des Studio Schenk, Vortrag und Referententätigkeit Themen des Arbeitsrechts, insbesondere zur Lohnsachbearbeitung und zur Auslandsentsendung

Martina Spadiger
Psychologin, dipl. Psychosoziale Beraterin, Personalentwicklerin und Business Coach, international tätig als freiberufliche Beraterin und Trainerin, auf Grund eigener langjähriger Auslandsaufenthalte spezialisiert auf Global Mobility Support, Transition Coaching und Counseling für Fach- und Führungskräfte, die für längere Zeit ins Ausland entsendet werden.

Per la comunicazione di dati si possono realizzare i cosiddetti fogli informativi, utilizzando i template IDM preposti MS Office. I fogli informativi possono essere stampati internamente su carta in formato DIN A4 oppure DIN A3.

IDM | Factsheet Österreich

Erfahrungsberichte

BERND KUBER

Geschäftsführer best4Best Unternehmens- & Personalentwicklung KG, Linz (Österreich)

Warum sich der Markteinstieg in Österreich lohnt

Österreich ist – gemessen am BIP pro Kopf – das zweitreichste Land der EU. Aufgrund der geringen Arbeitslosenquote ist es ein attraktiver Markt mit überdurchschnittlicher Kaufkraft der Konsumenten. Aktuell liegt Österreich dabei in der Europäischen Union auf Platz acht, wobei es innerhalb des Landes regionale Unterschiede gibt. Ober- und Niederösterreich, der Raum Graz sowie Wien und Umgebung sind die trendenden Regionen in der Wirtschaft.

Der österreichische Markt ist eng mit den Märkten der anderen EU-Mitgliedsstaaten verflochten. Freier Waren-, Personen- und Zahlungsverkehr vereinfachen viele Prozesse. Das Land verfügt über moderne Infrastrukturen, hochwertige Technologien, gut ausgebildete und hochmotivierte Fachkräfte und bietet politische, soziale und wirtschaftliche Stabilität. Weitere Vorteile sind die gemeinsame Währung, kaum sprachliche Barrieren, sowie die geografische und kulturelle Nähe zu Südtirol. Aufgrund der zentralen Lage gilt Österreich unter anderem als Tor zu Osteuropa.

Südtiroler Unternehmen haben Österreichs Potential längst erkannt: Im Jahr 2016 haben sie Waren im Wert von rund 494 Millionen Euro nach Österreich exportiert. Einen großen Anteil hatten hierbei die Aufzufäden des verarbeitenden Gewerbes, gefolgt von landwirtschaftlichen Produkten. Bevor man nach Österreich exportiert, muss man jedoch den Markt und die österreichische Mentalität und Geschäftsgeheiten genauereins beobachten und kennenlernen. Österreichische Unternehmer legen etwa viel Wert darauf, ihre Partner persönlich zu kennen und eine vertrauensvolle Beziehung aufzubauen.

Export Helpdesk

Wir geben Auskunft zu

- Zoll und Außenwirtschaftsrecht
- Aus- und Einfuhrbestimmungen
- Exportdokumenten
- internationalen Verträgen
- Transportabwicklung
- Zahlungsverkehr

Wenden Sie sich an uns!
Ino Pahn und Elisa Albertini
T +39 0471 294510
services@idm-suedtirol.com

CLAUDIA RAFFENER

Geschäftsführerin CK-ATS GmbH, Kallern

Exportieren Sie neben Österreich auch nach Deutschland oder in die Schweiz? Falls nein: Warum haben Sie sich speziell für den österreichischen Markt entschieden?

Wir exportieren hauptsächlich nach Österreich, da wir den Kunden hier noch sehr gut betreuen können und die Distanzen nicht so groß sind wie zu Deutschland und zur Schweiz. Wir sind uns allem in Hotel- und Gastronomiebereich tätig und stellen unsere Produkte dem Hotelier auch persönlich vor. Auch aufgrund der Tatsache, dass wir unsere Produkte personalisieren, ist es sehr wichtig, Kunden vor Ort beraten zu können.

Wie liegen für Sie die größten Herausforderungen bei der Bekämpfung des österreichischen Marktes?

Aus meiner Sicht ist es teilweise einfacher, im österreichischen Markt zu antreten als hier in Südtirol, da die Mentalität dort wesentlich offener ist. Ich finde, in Südtirol gibt es größere Herausforderungen zu bewältigen. Der Markt in Österreich ist neuen Produkten gegenüber viel offener und nimmt sich auch mehr Zeit, um Neues zu erkunden.

Was raten Sie Südtiroler Unternehmen, die neu im Exportgeschäft sind und nach Österreich exportieren möchten?

Mein Rat ist es, einfach authentisch zu sein, mit Überzeugung das Produkt zu vertreten. Sehr wichtig ist es auch, Termine immer einzuhalten. Nach meiner Erfahrung gewinnt man das Vertrauen österreichischer Kunden, indem man Präzision und Zuverlässigkeit zeigt, weil wir oft mit der italienischen Mentalität verglichen werden.

Stellt das „Made in Südtirol“ Ihre Produkte einen Vorteil dar? Das „Made in Südtirol“ ist bei unseren Produkten für den österreichischen Markt sicherlich wichtig, aber noch mehr zählt das handmade in Südtirol. Und: Man spricht die Sympathie, die die Österreicher aus Südtirolern entgegenbringen.

IDM Südtirol

Planplatz 11
39100 Bozen
T +39 0471 294 500
F +39 0471 294 555
E services@idm-suedtirol.com
www.idm-suedtirol.com

FACTSHEET

ÖSTERREICH



BASISDATEN

- Fläche: 83.871 km²
- Einwohner: 8,7 Mio. (2016)
- Bevölkerungsdichte (Einwohner/Km²): 103,6 (2016)
- Bevölkerungswachstum: 0,5 %
- BIP pro Kopf: 39.992 € (2016)
- Inflationsrate: 1,0 % (2016)
- Exportvolumen: 137,5 Mrd. € (2016)
- Importvolumen: 142,4 Mrd. € (2016)

Quelle: wagnerdata



Wirtschaftslage

Österreich zählt zu den wohlhabendsten Ländern der Welt. Das Land ist stark von der konjunkturellen Entwicklung der EU und vor allem seines wichtigsten Handelspartners Deutschland abhängig. Graf nach Österreich ein wichtiger Kontaktpunkt zwischen West- und Osteuropa. Für Firmen kann es dabei sinnvoll sein, ihr Headquarter oder einen regionalen Sitz in Österreich zu unterhalten, in der Tat gibt es hier mit über 300 Unternehmenszentralen deutlich mehr Headquarters als in Konkurrenzländern wie Polen, der Slowakei, Tschechien und Ungarn.

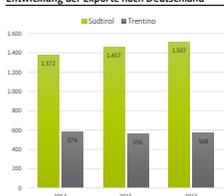
Österreich hat keine nennenswerten Rohstoffvorkommen, viele Rohstoffe und Zwischenenergie für die Produktion müssen importiert werden. Die hohe Kaufkraft der Bevölkerung hat zur Folge, dass die Nachfrage nach Dienstleistungen und Konsumgütern aus dem Ausland steigt stetig.

In Niederösterreich und Oberösterreich sind die meisten Betriebe des verarbeitenden Gewerbes angesiedelt, während sich die meisten Dienstleister in Wien befinden, wo etwa 20% der Österreicher leben. In Tirol ist der Tourismus der wichtigste Wirtschaftsfaktor; Vorarlberg hat trotz seiner geringen Größe viele Industriebetriebe.

Die Steuervorteile und guten Rahmenbedingungen für Forschung & Entwicklung tragen maßgeblich dazu bei, dass Österreich ein attraktiver Standort für Investoren ist. Allerdings sind die Lohn- und Lohnnebenkosten hoch und es ist mitunter nicht ganz einfach, Fachkräfte zu finden.

Während das produzierende Gewerbe, also Industrie und Bau, in Österreich etwa 28% des Bruttoinlandsprodukts erwirtschaftet, ist der Dienstleistungssektor mit 70% BIP-Anteil der bedeutendste Wirtschaftszweig. Besondere Relevanz hat im Vergleich zu anderen Dienstleistungssektoren der Tourismus, der mit ca. 5% am Bruttoinlandsprodukt beteiligt ist.

Entwicklung der Exporte nach Deutschland



IDM | Factsheet Österreich

• Analyse Österreich

Entscheidung über einen möglichen Markteintritt kann das Stärken-Schwächen-Profil des Standorts helfen:

STÄRKEN

- Stabiler Wirtschaftspartner (sozialpartnerschaft, wenige Streiks)
- Politische und makroökonomische Stabilität
- Ein mittel-, west- und südeuropäisches Märkte
- Verbindung zu Südtirol

UNTERSCHNITTEN (CHANCEN)

- Konjunkturelle Aufholkurve
- Öffnung des Marktes für neue Produkte
- Erweiterte Produktpalette
- Erweiterte Produktpalette
- Erweiterte Produktpalette

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

70% aller Importe Österreichs kommen aus EU-Mitgliedsstaaten und ähnlich hoch (69%) sind die Ausfuhr in dieselben Länder. Daneben wurden auch große Mengen aus der Volksrepublik China und aus den USA importiert. Mit etwa 37% aller Einfuhren ist Deutschland das wichtigste Importland für Österreich, gefolgt von Italien, China und Polen. Seit 2013 ist Russland aufgrund des EU-Embargos nicht mehr unter den zehn größten Lieferländern. Die wichtigsten Einfuhrgüter sind Maschinen, Fahrzeuge, Fertigerwaren, Chemierohstoffe, Rohstoffe und Konsumgüter. Im Export sind Deutschland (rund 30% der Ausfuhr), Italien, Frankreich, die USA und die Schweiz die wichtigsten Partner Österreichs.

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

WACHSTUMSPUNKTE

- Energie
- Energie
- Energie
- Energie
- Energie

IDM | Factsheet Österreich

Branchen im Überblick

MASCHINENBAUINDUSTRIE

Die österreichischen Maschinenbauer rechnen mit steigendem Exporten in den Jahren 2017 und 2018 und greift eine Exportquote von 80% auch mit einem deutlichen Produktionsrückgang. Das Jahr 2017 wird ein Produktionswachstum in den bereits gut laufenden Branchen Bau, Metallwaren und Chemie sowie in den industriestärksten Lebensmitteln, Elektrotechnik, Stahl und Kunststoffwaren erwartet. Eine anhaltende Zunahme der Produktion in der Wohnungsbau- und sonst indirekt ebenfalls die Nachfrage nach Baumaschinen.

BAUWIRTSCHAFT

Die Bauwirtschaft entwickelt sich sehr positiv, weshalb die Bauwirtschaft 2017 mit einem Umsatzplus von rund 1,5% rechnet. Dies lässt sich auf die verbesserten gesamtwirtschaftlichen Aussichten, den hohen Investitionsbedarf in vielen Segmenten und die niedrigen Finanzierungskosten zurückführen. 2018 starten öffentliche Wohnbauprojekte, weshalb sich der Wohnungsbau überdurchschnittlich dynamisch zeigt. Im Tiefbau werden zwar Projekte im Straßen- und Bahnbau angereizt, eine größere Dynamik ist allerdings nicht zu erwarten.

NAHRUNGSMITTELMARKT

Man erwartet 2017/2018 eine hohe Nachfrage nach hochwertigen Lebensmitteln und Getreidem. Überdurchschnittliche Wachstumsraten weisen Bio- und Convenience-Produkte auf. 2016 verzeichnete man bei Lebensmitteln erstmals Einfuhren von über 9 Milliarden Euro (+2,1%), 2017 lag der Einfuhrwert um 6,6% über dem Vorjahr.

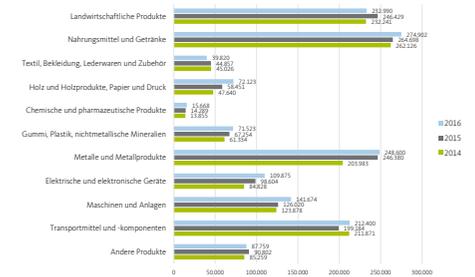
CHEMIENDRUSTRIE

Erstmals nach fünf Jahren wird 2017 für die Gesamtbranche ein deutliches Plus erwartet. Als besonders innovativ und dynamisch gilt der Bereich Life Science/Pharma, auch der Bereich Life und Chemiefasern vermelden Beschäftigungszuwachs und steigende Investitionen. Rückläufige Kunststoffpreise auf dem Weltmarkt melden die Segmente Kunststoffe/Kunststoffwaren. Gute Chancen bietet Chemie 4.0. Damit ist sowohl der Trend zu smarten Produkten mit bestimmten funktionellen Eigenschaften (auch „Smart Chemistry“ genannt) als auch die Suche nach einem Ersatz für Erdöl („Green Chemistry“) gemeint. Die Branche steht vor einer Digitalisierungswelle.

ZENTRALENERGIEWIRTSCHAFT

Zentral erzeugte Energie aus fossilen Energiequellen wird zunehmend durch dezentrale Energie aus erneuerbaren Quellen ersetzt. In den nächsten Jahren bieten die Energiegewerbe große Chancen, die sich in Österreich ähnlich wie in Deutschland an den EU-Klimaziele orientieren. Österreich bezieht rund 60% seines Stroms aus Wasserkraftwerken. Gute Geschäftschancen bieten der New „bau, Ausbau von Wasserkraftanlagen sowie Fotovoltaik und Windenergie. Dasselbe gilt für Maßnahmen der Energieeffizienz im Gebäudebau, also moderne Heizungen, Fassadendämmungen oder Isolierglasfenster und -türen, in vielen Segmenten treffen öffentliche Förderungen die Nachfrage an.

Entwicklung nach Exportgruppen



INSERZIONI SU CARTA STAMPATA

Per la promozione di eventi o per la ricerca di personale si possono pubblicare inserzioni sui mezzi stampa locali. L'impaginato deve essere bordato da una linea (1 pt) di colore verde chiaro.

INSERZIONI PER EVENTI

Nelle inserzioni quadrate o verticali si può non applicare la diagonale.

USA UNTER VERÄNDERTEN WIRTSCHAFTLICHEN RAHMENBEDINGUNGEN

IDM SÜDTIROL ALTO ADIGE

USA – Business as usual?
Event für Unternehmen, die am Markt USA interessiert sind

26. – 27.09.2017
INFORMATIONSVORANSTALTUNG
Dienstag, 26.09.2017
BERATERTAG
Mittwoch, 27.09.2017

LOCATION
Handelskammer Bozen

ANMELDUNG
bis 18.09.2017

INFOS UND PROGRAMM
T +39 0471 094 503 | services@idm-suedtirol.com | www.idm-suedtirol.com/events

INNOVATION DEVELOPMENT MARKETING

adventureX
BUSINESS MODEL
COMPETITION

Trasformate le vostre idee innovative in una start-up

ISCRIZIONE: entro il 15.03.2018
www.startupeuregio.eu

Interreg Italia-Österreich Startup.Euregio
EUROPEAN UNION

**Stiftung Suedtiroler Sparkasse
Fondazione Cassa di Risparmio**

IDM SÜDTIROL ALTO ADIGE

adventureX
BUSINESS MODEL
COMPETITION

Trasformate le vostre idee innovative in una start-up

ISCRIZIONE: entro il 15.03.2018
www.startupeuregio.eu

Interreg Italia-Österreich Startup.Euregio
EUROPEAN UNION

**Stiftung Suedtiroler Sparkasse
Fondazione Cassa di Risparmio**

IDM SÜDTIROL ALTO ADIGE

INSERZIONI PER RICERCA DI PERSONALE

Wir bieten Dienstleistungen für Innovation und Export und zeichnen verantwortlich für Standortentwicklung, Agrar- und Tourismusmarketing.



Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir einen/eine:

Mitarbeiter/in für den Bereich Ecosystem Food in der Abteilung Development

IHRE TÄTIGKEITEN

- > Betreuung von Innovationsprojekten und Arbeitsgruppen
- > Netzwerk- und Projektarbeit
- > Veranstaltungsorganisation
- > Marktrecherche
- > Betreuung Makerspace Food
- > Content-Management für Webauftritte und News

Mitarbeiter/in für den Bereich Film Fund & Commission – Standortentwicklung in der Abteilung Development

IHRE TÄTIGKEITEN

- > Mitarbeit an der Konzipierung und Umsetzung des Jahresprogramms der Standortentwicklung Film
- > Eigenverantwortliche Konzipierung und Umsetzung aller Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen der Plattform MOVIE IT!
- > Betreuung der lokalen Filmschaffenden und deren Vermittlung an Produktionsfirmen und Pflege und Ausbau der Branchendatenbank für Filmschaffende (Directory) sowie des Jobportals

Die Bewerbungen müssen bis **29.03.2018, 12.00 Uhr**, eingereicht werden.

Weitere Infos zu Stellen und Ausschreibungen finden Sie unter www.idm-suedtirol.com/jobs

**INNOVATION
DEVELOPMENT
MARKETING**

DISPLAY

Si possono utilizzare display a Roll up oppure banner a L per decorare ambienti e eventi. I vecchi Roll up possono essere riutilizzati cambiando il telo e mantenendo la struttura metallica.

CONTENUTO / GRAFICA

IDM generale: DE/IT ed EN

Con foto: titolo in campo bianco; informazioni aggiuntive nello spazio verde

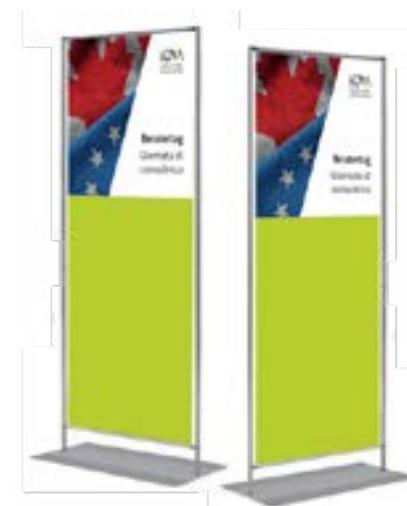


STRUTTURA

Roll up: stampa su un lato,
struttura stabile; la tipografia
si fa carico della sostituzione
(modello: Mosquito)

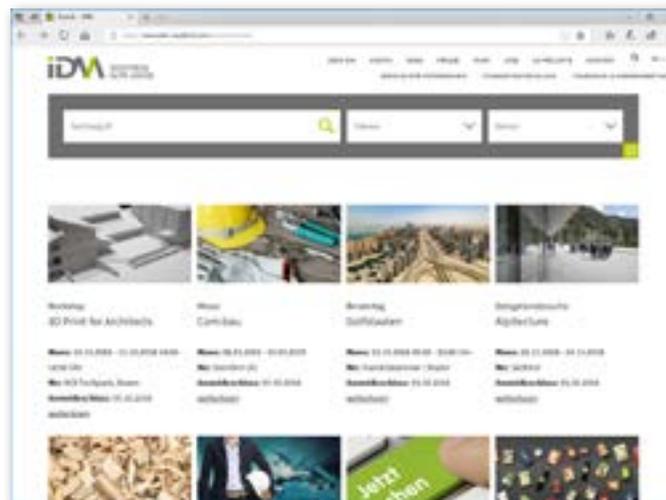


Banner a L: possibile stampa su due
lati; veloce sostituzione grazie ai
magneti (modello: Mymago)



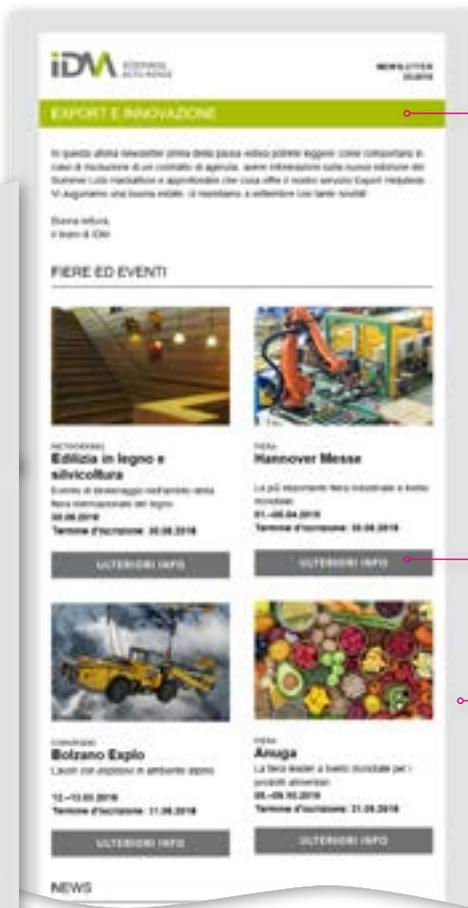
LAYOUT DIGITALI SITO WEB

Il sito web è strutturato sulla base di tre macro-aree: servizi alle imprese, sviluppo del territorio, marketing agroalimentare e del turismo. Le informazioni generali su IDM, gli eventi, le news, i comunicati stampa, il team, le offerte di lavoro, i progetti UE, i contatti e la scelta della lingua si trovano cliccando il menu di navigazione.



LAYOUT DIGITALI NEWSLETTER

Le newsletter vengono inviate a cadenza regolare in accordo con il reparto Corporate Communication. Per le newsletter vengono generati template con il programma CRM (Click Dimensions), che gestisce anche la spedizione.

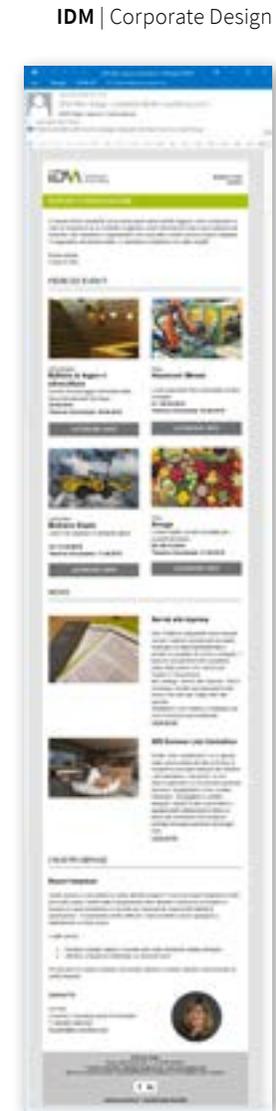


BANDA SUPERIORE
Verde chiaro IDM
RGB: 169 | 191 | 0
Hex: #A9BF00

BUTTON
Grigio IDM
RGB: 112 | 113 | 115
Hex: #707173

FONDINO
Grigio IDM: 20%
RGB: 226 | 227 | 227
HEX: #E2E3E3

FOOTER
Grigio IDM: 40%
RGB: 198 | 198 | 199
Hex: #C6C6C7



DIRECT MAILING

A partire dal 2019 i direct mailing dovranno essere redatti, impaginati e spediti attraverso il programma CRM. Nella fase di transizione si utilizza il template IDM di MS Office Outlook. Le foto, i loghi dei partner e le informazioni si possono cancellare o modificare a seconda delle necessità.

MONOLINGUE SENZA FOTO



BANDA SUPERIORE

Verde chiaro IDM
 RGB: 169 | 191 | 0
 Hex: #A9BF00

FONDINO

Grigio IDM: 20%
 RGB: 226 | 227 | 227
 HEX: #E2E3E3

FOOTER

Grigio IDM: 40%
 RGB: 198 | 198 | 199
 Hex: #C6C6C7

IDM_DirectMailing.oft

BILINGUE CON FOTO



TEMPLATE MS OFFICE



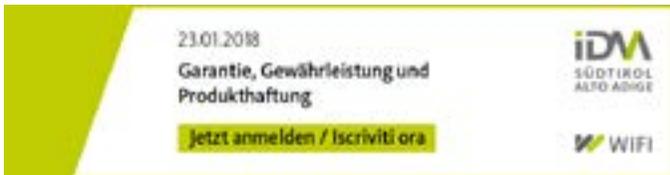
LAYOUT DIGITALI WEB BANNER

Per la promozione degli eventi IDM si possono acquistare web banner pubblicitari. L'ordine degli elementi compositivi dipende dai contenuti, dalle dimensioni del formato (pixel e dimensione documento), e dall'animazione. Il bordo del banner è una linea (1 px) di colore verde chiaro. Nei banner verticali non è necessario inserire la diagonale.

SUPERBANNER



BANNER



RECTANGLE



SKYSCRAPER



LAYOUT DIGITALI

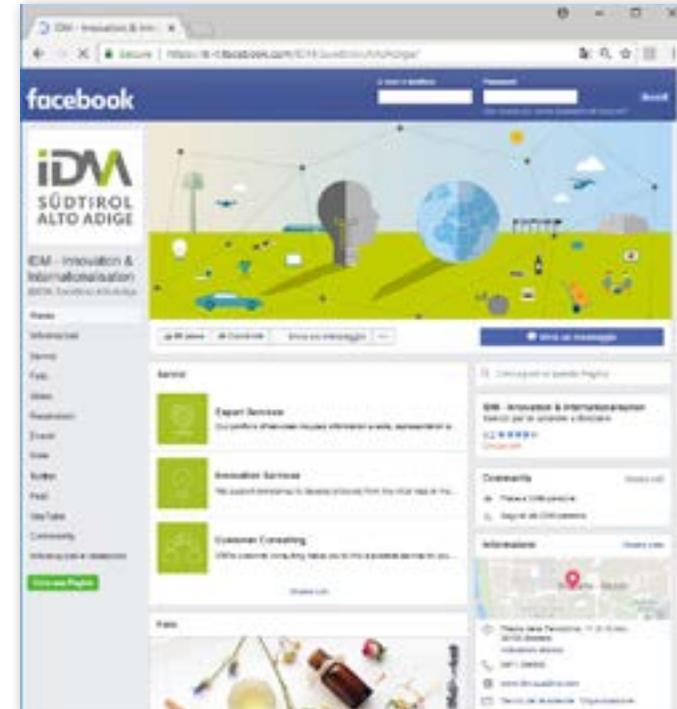
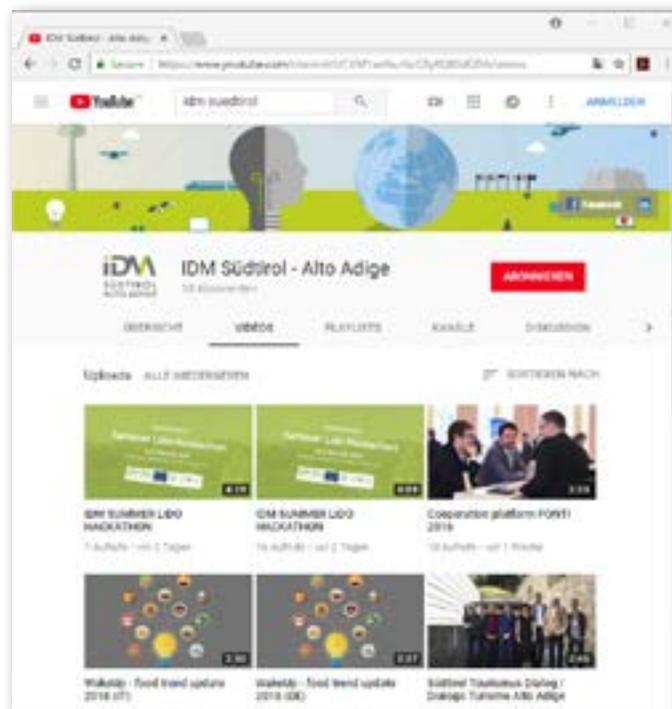
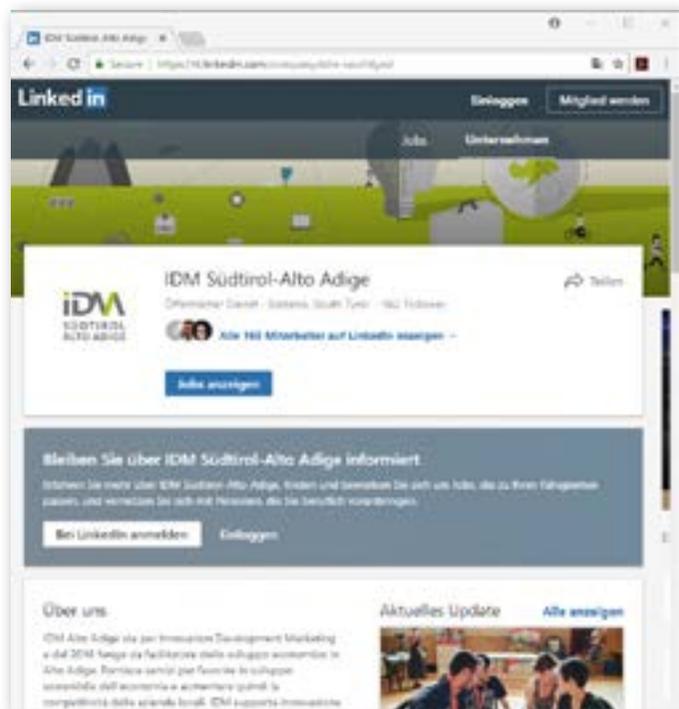
SOCIAL MEDIA

Nei social media IDM si presenta sempre con il logo nella versione in positivo. Il nome del profilo inizia con l'acronimo IDM ed è seguito dal nome del reparto o del tema.

POST SU FACEBOOK

La grafica per i post può essere realizzata con i modelli PowerPoint.

[IDM_FacebookPost_Template.potx](#)



PRODOTTI DI CANCELLERIA PANORAMICA

I colori verde chiaro, bianco e il logo caratterizzano l'immagine coordinata.

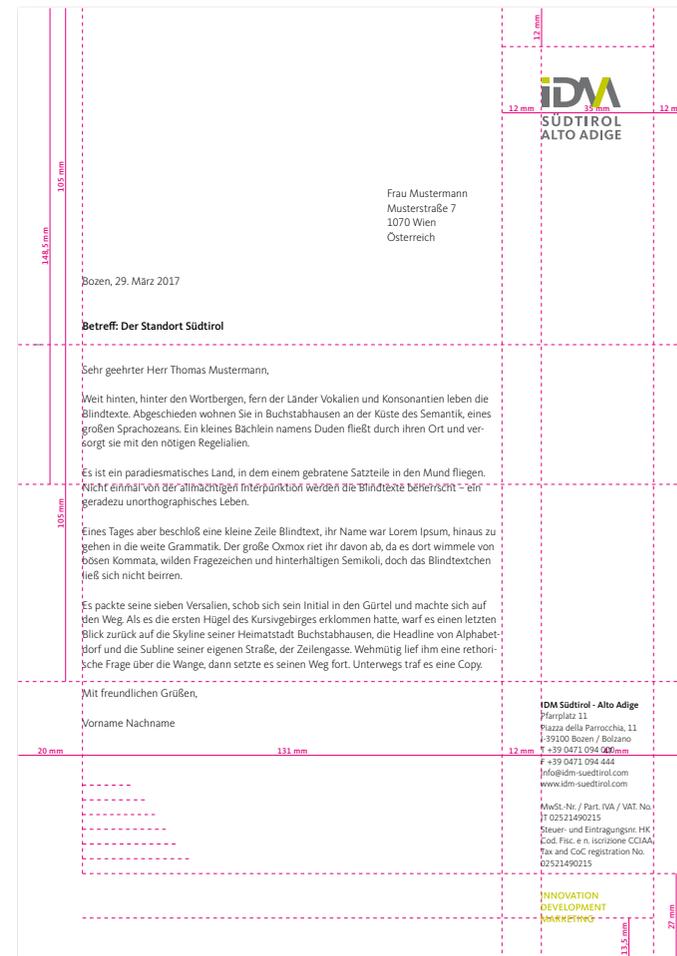


CARTA INTESTATA

Fino a fine 2018 si utilizza il carattere Kievit Offc Pro Light (e Medium per le evidenziazioni) per l'indirizzo e per il testo nelle lettere, nelle circolari, ecc. Di norma si utilizza il carattere Kievit Offc Pro Light in dimensione 10 pt con interlinea 13 pt. A partire dal 2019 si utilizzerà il carattere Source Sans Pro Light e Semibold.

Si utilizzano sempre i numeri maiuscoli con tutti gli stili e le applicazioni del carattere. Il logo compare in alto a destra con una larghezza di 25 mm.

Carta: Arcoprint EW FSC, 120 g/m²



Fino al 2019: IDM_K_Briefvorlage_CartaIntestata.dotx

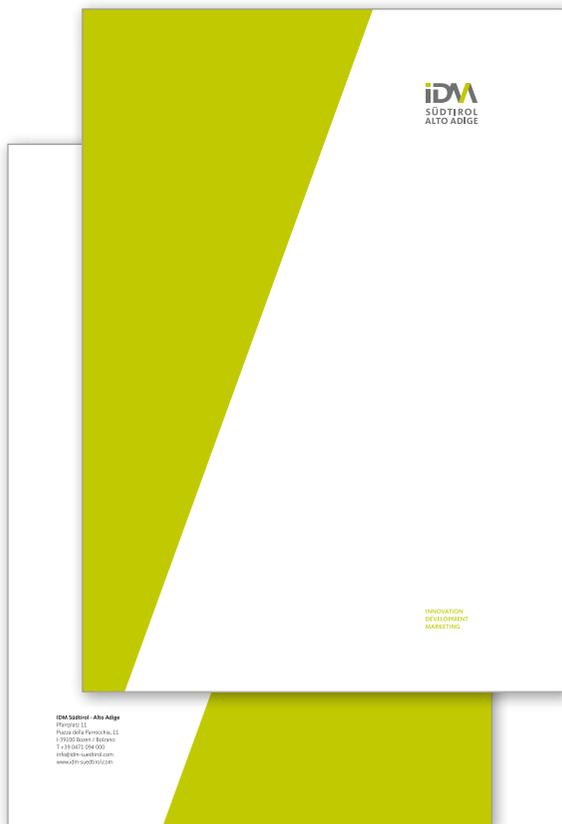
Dal 2019: IDM_S_Briefvorlage_CartaIntestata.dotx

CARTELLA STAMPA | BLOC NOTES | BUSTE

CARTELLA STAMPA

Formato: 220 x 310 mm (chiuso)

Carta: IQ Print 300 g/m²



BLOC NOTES

Formato: 210 x 255 mm | 10 fogli + rinforzo in cartone

Carta: Arcoprint EW FSC, 100 g/m²



BUSTE

Formati: C4, C5, C5/6 con e senza finestra

Carta: Splendorgel



BIGLIETTI DA VISITA | BIGLIETTI

BIGLIETTO DA VISITA

Formato: 85 x 55 mm | Carta: Fedrigoni Sirio, 350 g/m²

I biglietti da visita forniscono le informazioni e i contatti del singolo collaboratore. Il retro del biglietto riporta il pay-off del logo e l'elemento diagonale. I biglietti dei collaboratori del dipartimento Marketing possono riportare il marchio Alto Adige e ulteriori indicazioni web.



Fronte

L'indicazione del numero di telefono cellulare è facoltativa.
 Il carattere è Kievit, dal 2019 sarà Source Sans Pro.

Retro

Diagonale e pay-off (standard) oppure Marchio Alto Adige (e al massimo quattro indirizzi web)



BIGLIETTO PER MODERATORE

Formato: 210 x 255 mm | 10 fogli + cartone di rinforzo

Carta: Arcoprint EW FSC, 100 g/m²



LETTERA BREVE

Formato: 210 x 105 mm | Carta: Arcoprint EW FSC, 250 g/m²

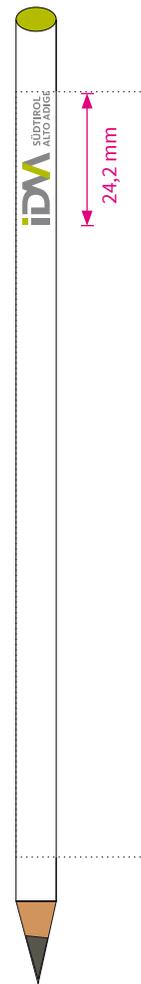
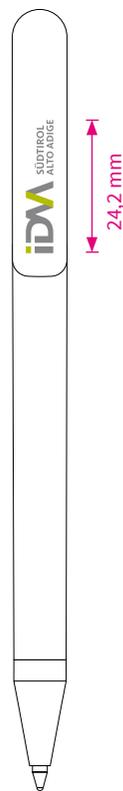


PENNE E MATITE

La penna e la matita di IDM è di colore bianco con stampa bicolore del logo. La larghezza del logo è sempre di 5 mm, la lunghezza di 24,2 mm. Un accento visivo è rappresentato da una piccola area colorata in verde chiaro IDM.

PENNA A SFERA

Produttore/modello: Prodir / DS03TPP
 Colore: superficie bianco lucido P02
 Anello: verde chiaro IDM 390C
 Ordine minimo: 5.000 pezzi
 Stampa: logo a 2 colori



MATITA

Modello: matita di qualità di legno certificato PEFC
 Dimensione: 175 mm, diametro Ø ca. 7 mm
 Colore: bianco laccato lucido
 Chiusura: verde chiaro IDM 390C
 Ordine minimo: 2.016 pezzi

STAND FIERISTICO

IDM dispone di un sistema di stand modulare, composto da 600 pannelli di un metro ciascuno. In base alle necessità lo stand può essere stampato e montato a moduli da un

montatore. L'illuminazione è composta da luci lineari oppure da una struttura a sospensione dal soffitto in alluminio con faretti (americana).

STAND MODULARE IDM



STAND DI PROMOZIONE

Modell: Prestige Magnetic





IDM Alto Adige

Piazza della Parrocchia, 11

I-39100 Bolzano

T +39 0471 094 000

info@idm-suedtirol.com

www.idm-suedtirol.com