



AUTONOME PROVINZ
BOZEN - SÜDTIROL
Abteilung Europa
ESF-Amt



PROVINCIA AUTONOMA
DI BOLZANO - ALTO ADIGE
Ripartizione Europa
Ufficio FSE

La Lunga Notte delle Imprese nella Bassa Atesina

Istituto per il Management Pubblico

La Lunga Notte delle Imprese® nella Bassa Atesina

EURAC – Istituto per il Management Pubblico

L'Istituto per il Management Pubblico dell'Accademia Europea di Bolzano (EURAC) accompagna i governi e le amministrazioni pubbliche nell'introduzione e nell'attuazione dei processi di innovazione. L'attività dell'Istituto è fortemente orientata alla prassi. I ricercatori sviluppano soluzioni concrete alle attuali esigenze della società attraverso studi, consulenze e un'offerta formativa mirata per amministratori e dirigenti.

Direzione:

Prof. Kurt Promberger / Dr. Josef Bernhart

Team di progetto/autori:

Dr. Günther Botschen

Peter Decarli, MSc

Mag. Johannes Mann

Mag. Sylvia Pinzger

Mag. Marina Tschager

Lukas Varesco, BSc

La traduzione in italiano è della dott.ssa Sara Boscolo,
ricercatrice dell'Istituto per il Management Pubblico dell'EURAC.

Si informa il lettore che la forma maschile adottata nel testo per motivi di leggibilità si riferisce ad entrambi i generi.

EURAC research

Istituto per il Management Pubblico
Viale Druso 1, 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 055410
Fax +39 0471 055499
public.management@eurac.edu
www.eurac.edu

La stampa è stata realizzata con il gentile sostegno di



Ordinabile presso:

Accademia Europea di Bolzano, Viale Druso 1, 39100 Bolzano – Italia
Tel. +39 0471 055033, Fax +39 0471 055099, e-mail: press@eurac.edu

Questa pubblicazione è stata realizzata nell’ambito del progetto FSE
“Promozione/rafforzamento della cooperazione tra comuni ed economia (Job Creation)”
(fasc. n. 2/213/2010).

È autorizzata la riproduzione parziale o totale del contenuto previa citazione della fonte (titolo ed edizione).

© 2013

ISBN 978-88-88906-87-4

Indice

Premessa del Presidente della Comunità Comprensoriale	4
Premessa dell'Assessore	5
Introduzione	6
1. Come è nata la prima Lunga Notte delle Imprese (LNdI).....	7
1.1 L'idea del progetto	7
1.2 Pianificazione e organizzazione	13
2. Come si è svolta la Lunga Notte delle Imprese	15
2.1. LNdI nei comuni di Aldino & Trodena	16
2.2. LNdI nel comune di Ora	17
2.3. LNdI nel comune di Cortaccia	18
2.4. LNdI nel comune di Magrè	19
2.5. LNdI nel comune di Montagna	20
2.6. LNdI nel comune di Salorno	21
2.7. LNdI nel comune di Termeno.....	22
3. Come è andata la Lunga Notte delle Imprese.....	24
3.1. La LNdI in cifre.....	24
3.2. Valore pubblicitario.....	29
4. Prospettive future.....	33
Bibliografia e indice delle fonti	34
Indice delle figure e delle tabelle	35

Premessa del Presidente della Comunità Comprensoriale

La cooperazione tra forze economiche e istituzioni pubbliche è essenziale, soprattutto in tempi di crisi economica. La Comunità Comprensoriale Oltradige – Bassa Atesina si considera parte di una partnership, con l'obiettivo di rinsaldare il patto tra cittadini e istituzioni e di rafforzare la rete sociale.

Perciò siamo molto orgogliosi che l'idea della “Lunga notte delle imprese” sia nata da un incontro tra rappresentanti del governo comunale e imprese locali nel comprensorio Oltradige – Bassa Atesina. Attraverso i nostri contatti con i comuni, in qualità di comunità comprensoriale, abbiamo partecipato volentieri alla realizzazione dell'iniziativa.

Senso e scopo di una simile manifestazione è anzitutto quello di presentare le imprese ai giovani interessati, in modo da favorire il loro inserimento nel mondo del lavoro. Inoltre è possibile formare e sviluppare reti tra imprese. Infine, la “Lunga Notte delle Imprese” riveste anche un'utilità sociale, in quanto occasione di aggregazione.

Alle future manifestazioni dovrebbero partecipare più imprese ancora e per questo è necessario un confronto diretto con loro. Inoltre è auspicabile che la Lunga notte delle Imprese non comprenda la sola Bassa Atesina ma si estenda anche ad altri territori, soprattutto ai comuni di Caldaro e di Appiano dell'Oltradige e alla zona di Laives e dintorni, che susciti l'entusiasmo di un maggior numero di studenti e, soprattutto, che motivi i giovani a conoscere posti di lavoro innovativi direttamente nelle nostre aziende e in un'atmosfera piacevole.

Oswald Schiefer

Presidente della Comunità Comprensoriale Oltradige – Bassa Atesina

Premessa dell'Assessore

La Lunga Notte delle Imprese nella Bassa Atesina è stata un grande successo. Mi congratulo con l'Istituto per il Management Pubblico dell'EURAC per questa iniziativa.

Attraverso la simultanea apertura al pubblico di diverse imprese, la popolazione ha potuto farsi un'idea di quale creazione di valore, di quali prodotti, di quale know how siano disponibili nelle loro immediate vicinanze e di quali possibilità occupazionali offra il territorio. Le numerose e ben organizzate manifestazioni di cornice sono state una preziosa fonte di informazione per chiunque voglia confrontarsi con le vicende economiche locali.

Un grazie va anche a tutte le aziende e imprese che dopo l'orario di lavoro si sono offerte di presentare i propri servizi e prodotti compiendo lo sforzo di avvicinare un più ampio pubblico. Anche i collaboratori hanno mostrato un grande impegno nel presentare con un certo orgoglio la "loro" azienda e nell'illustrare in cosa consiste il loro lavoro.

Fa piacere che qualcuno abbia persino trovato lavoro e che questo sia successo nelle proprie vicinanze.

Mi auguro che la "Lunga Notte delle Imprese" venga allargata anche ad altri comprensori e che questa innovativa forma di reciproco incontro tra l'economia e le persone possa proseguire e svilupparsi.

Dott. ing. Roberto Bizzo

Assessore provinciale al Lavoro e all'Innovazione e Ricerca

Introduzione

Mettere in sinergia lo spirito di innovazione degli amministratori comunali e dell'economia. Così, durante un workshop di creatività con rappresentanti del governo e dell'imprenditoria locali, è nata l'idea della Lunga Notte delle Imprese (LNdI), realizzata per la prima volta nel comprensorio altoatesino dell'Oltradige - Bassa Atesina il 31 agosto 2012.

Oltre 100 imprese in otto comuni del territorio hanno preso parte a questa iniziativa coordinata dall'EURAC e realizzata con il sostegno della ripartizione lavoro della provincia e della Comunità Comprensoriale Oltradige - Bassa Atesina e con il finanziamento del Fondo Sociale Europeo (FSE). La risonanza mediatica è stata enorme. L'attrattivo programma offerto da comuni e imprese ha consentito di oltrepassare i confini tra aziende, settori produttivi e generazioni. Tante persone sono arrivate, si sono informate e si sono scambiate impressioni, toccando con mano di cosa è capace l'economia altoatesina anche in tempi di crisi: creare spirito imprenditoriale e posti di lavoro innovativi sul territorio.

Mostrare il potenziale di innovazione, rafforzare le reti, promuovere la cooperazione per avere successo insieme sono importanti strategie per aumentare l'attrattività locale. La LNdI combina tutti questi approcci. Inoltre, la manifestazione ha offerto alle aziende una buona possibilità per presentarsi al largo pubblico o a un gruppo target selezionato. Il format della LNdI si è rivelato flessibile, efficace e sostenibile.

Con l'occasione ringraziamo il FSE, la ripartizione provinciale lavoro, la Comunità Comprensoriale Oltradige - Bassa Atesina e tutti i comuni, i coordinatori locali e le aziende partecipanti per il sostegno e la cooperazione. La collaborazione mostrata nell'organizzazione e il sostegno reciproco durante la pianificazione e la realizzazione della LNdI sono un segnale positivo per il futuro.

1. Come è nata la prima Lunga Notte delle Imprese (LNdl)

1.1 L'idea del progetto

Identificare nuovi ambiti occupazionali e rafforzare la rete tra imprese e governi locali. Questo è stato l'obiettivo del progetto del Fondo Sociale Europeo (FSE) "Promozione/rafforzamento della cooperazione tra comuni ed economia (Job Creation)", realizzato dall'Istituto per il Management Pubblico dell'Accademia Europea di Bolzano (EURAC) in collaborazione con la ripartizione lavoro della provincia autonoma di Bolzano - Alto Adige e con le comunità comprensoriali della provincia.¹ Per raggiungere questo traguardo è stato utilizzato un approccio orientato alla prassi e basato sulle acquisizioni e i metodi della letteratura di management. L'aspetto qualificante del progetto era l'orientamento alla situazione concreta e alle esigenze dell'economia e delle persone in cerca di lavoro nelle comunità comprensoriali della provincia di Bolzano.

Su una superficie di 424 km², il territorio del comprensorio Oltradige - Bassa Atesina comprende 72.803 abitanti (ASTAT, 2013), pari a oltre il 14% della popolazione totale dell'Alto Adige, distribuiti in 18 comuni.² Circa il 45% delle imprese produttive del comprensorio sono aziende agricole, tuttavia nel 2012 soltanto l'11% dei lavoratori dipendenti erano occupati nel settore agricolo. Considerando il tasso di occupazione dipendente, i principali comparti economici risultano essere il settore produttivo e il commercio (IRE, 2012). Questo mostra l'importanza del comprensorio come bacino economico e occupazionale per altri settori: diverse imprese locali e internazionali sono insediate qui e offrono posti di lavoro in svariati settori.

La tabella 1 mostra alcuni dati salienti della Comunità Comprensoriale Oltradige - Bassa Atesina in confronto con l'Alto Adige.

Progetto
"Job-Creation"

Comprensorio
Oltradige - Bassa
Atesina: dati
salienti

-
- 1 Le comunità comprensoriali sono strutture sovracomunali istituite con legge provinciale n. 7/1991 allo scopo di tutelare gli interessi del territorio e di promuovere iniziative per il suo sviluppo. Svolgono su delega del comune o della provincia una serie di compiti, soprattutto nel settore sociale e dell'ambiente. L'Alto Adige è suddiviso in sette comunità comprensoriali: Oltradige - Bassa Atesina, Salto - Sciliar, Val Venosta, Alta Valle Isarco.
 - 2 Fanno parte del comprensorio i seguenti comuni dell'Oltradige: Andriano, Appiano, Caldaro, Terlano e i seguenti comuni della Bassa Atesina: Aldino, Anterivo, Bronzolo, Cortaccia, Cortina, Egna, Laives, Magrè, Montagna, Ora, Salorno, Termeno, Trodena e Vadena.

Tabella 1: Dati salienti della Comunità Comprensoriale Oltradige – Bassa Atesina

	Oltradige – Bassa Atesina	Alto Adige	Percentuale Oltradige – Bassa Atesina
Popolazione (31.12.2011)	72.803	511.750	14 %
- di lingua tedesca	67,48 %	69,41 %	-
Imprese	9.357	58.353	16 %
- agricole	4.253	17.036	25 %
- imprese produttive	5.104	41.499	12 %
Occupati dipendenti	23.856	191.723	12 %
- nel settore agricolo	2.686	7.615	35 %
Quota di disoccupati	4,1 %	3,3 %	-
Pernottamenti (anni 2011/12)	2.041.921	28.881.809	7 %

Fonti: Istituto provinciale di statistica (ASTAT), 2013 e Istituto di ricerca economica (IRE), 2012.

L'idea del progetto è stata sviluppata di concerto dagli attori istituzionali, politici ed economici del territorio con l'aiuto di un metodo particolare.

Workshop di
creatività

Nel luglio 2011, 12 esponenti della politica, delle istituzioni e dell'economia locali hanno partecipato a un workshop di creatività presso la sede della comunità comprensoriale di Egna. La sessione di lavoro è stata aperta dal direttore della ripartizione lavoro della provincia³ che ha tracciato un quadro generale dell'attuale situazione del mercato del lavoro nel comprensorio Oltradige – Bassa Atesina. Nella tabella 2 sono elencati i partecipanti del workshop.

Tabella 2: Partecipanti al workshop di creatività di Egna

Nome	Funzione
Rappresentanti della politica e delle istituzioni locali	
Martin Fischer	Sindaco del comune di Cortaccia
Elmar Gabalin	Assessore al commercio, artigianato e industria del comune di Ora
Christoph Matzneller	Sindaco del comune di Aldino
Daniela Montagna	Assessora al sociale del comune di Trodena
Priska Pernstich Steinegger	Coordinatrice del centro di mediazione lavoro di Egna
Oswald Schiefer	Presidente della Comunità Comprensoriale Oltradige – Bassa Atesina
Birgit Vieider	Vicesindaca del comune di Andriano

³ Si tratta del dott. Helmuth Sinn.

Nome	Funzione
Dirigenti e imprenditori	
Robert Blaas	Direttore Rotho Blaas s.r.l.
Franz Gasser	Direttore tenuta Manincor
Flora Kröss	Vicepresidente ewo s.r.l.
Konrad Pomella	Presidente Ipoh s.r.l.
Andreas Roner	Seniorchef e presidente Roner s.p.a. Distillerie

Per stimolare il processo creativo è stato utilizzato il cosiddetto metodo 6-3-5, che è una variante della tecnica di brainwriting⁴. La formula 6-3-5 significa: 6 partecipanti, 3 proposte di soluzione, 5 minuti. Il metodo prevede che, di fronte a un problema da risolvere, ogni partecipante scriva su un foglio tre soluzioni. Dopo cinque minuti consegna il proprio foglio al vicino, dal quale riceve un foglio contenente tre proposte. Stimolato da queste, egli scrive altre tre idee nei cinque minuti successivi e così via. La seduta termina dopo che ogni partecipante ha ricevuto tutti i fogli, cioè dopo circa trenta minuti. In questo lasso di tempo si sono sviluppate 108 (= 6 x 3 x 6) proposte.



Figura 1: Raccolta di idee con il metodo 6-3-5 (esempi)

Fonte: ACADEMIA #Special, 2011, p. 37

Metodo 6-3-5

Questo metodo ha il vantaggio di essere molto flessibile e adattabile a seconda delle circostanze, che possono variare in relazione alle dimensioni del gruppo o alla complessità del tema (Haas, 2013).

Nel caso specifico del workshop di Egna, il metodo è stato utilizzato nella variante 4-3-5: tre gruppi di quattro persone avevano il compito di elaborare ciascuno tre idee nel giro di cinque minuti (ACADEMIA, 2011; Bernhart & Pinzger, 2011). In questo modo, nell'arco di mezz'ora sono state generate 71 idee.

Tra tutte, la proposta più promettente e al tempo stesso praticabile è risultata quella di organizzare una serata-evento nella Bassa Atesina. Era nata l'idea della prima Lunga Notte delle Imprese.

Nascita dell'idea nel workshop

Idea "Lunga Notte delle Imprese (LNdl)"

⁴ Il brainwriting è una tecnica di gruppo per stimolare nuove idee. Ogni membro del gruppo può elaborare delle idee e metterle per iscritto (VanGundy, 1984).



Figura 2:
Impressioni
dal workshop
di creatività

Foto: Josef Bernhart
(EURAC)

Il modello ispiratore è quello della “lunga notte”, in Europa già sperimentato con successo in svariati campi. Le buone pratiche che hanno orientato la progettazione della serata sono state in particolare la “Lunga notte della ricerca” (Bolzano)⁵, la “Lunga notte dei musei” (Austria, Germania, Bolzano)⁶, la “Lunga notte dell’industria” (Germania)⁷ e la “Lunga notte delle chiese” (Austria e Germania)⁸.

L’obiettivo della manifestazione era di dare visibilità alla variegata realtà produttiva del territorio portando alla luce anche le nicchie produttive meno note.

Il progetto è stato elaborato sulla base di una prima proposta del team dell’EURAC e sviluppato in accordo con la ripartizione lavoro della provincia e in collaborazione con la Comunità Comprensoriale Oltradige – Bassa Atesina, nonché con i comuni della Bassa Atesina. Considerata la quantità dei partner coinvolti nel progetto, fin da su-

5 Lunga Notte della Ricerca (Bolzano): <http://www.langenachtderforschung.it>

6 Lunga notte dei musei (Monaco): <http://www.muenchner.de/museumsnacht>
Lunga notte dei musei (Bolzano): <http://www.lunganotte.it>

7 Lunga notte dell’industria (Germania): <http://www.langenachtderindustrie.de>

8 Lunga notte delle chiese (Austria): <http://www.langenachtderkirchen.at>

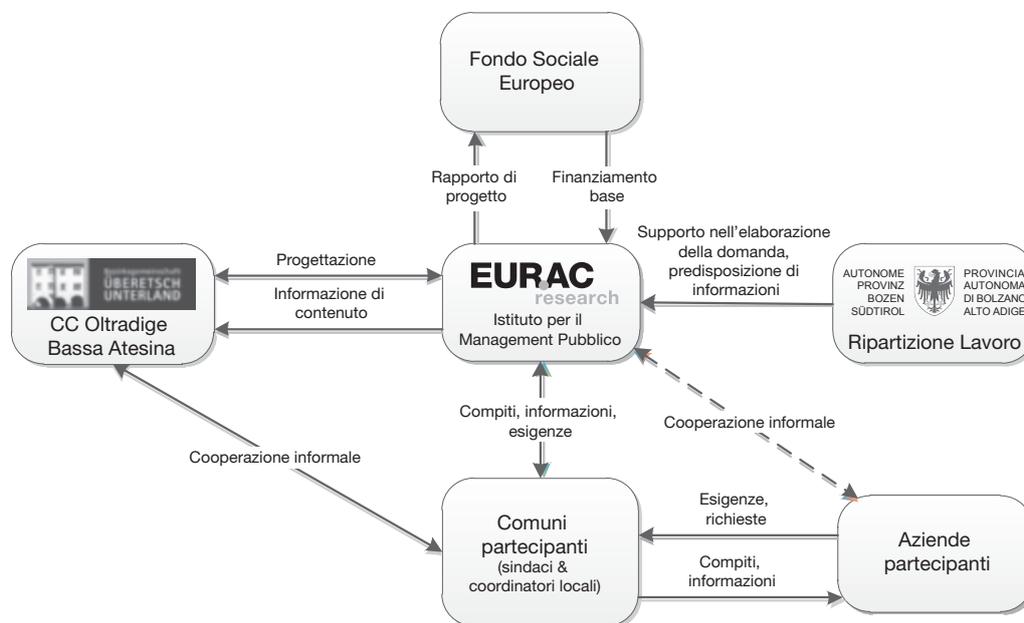
bito è stata definita una struttura di governance del progetto basata su una chiara divisione dei compiti.

Nella letteratura (Jann, 2002) un aspetto centrale della logica di governance sono le reti di relazione interorganizzativa tra politica, amministrazione, associazioni, imprese e organizzazioni non profit, con o senza partecipazione pubblica.

La figura 3 mostra la struttura di governance del progetto evidenziando i diversi partner che la compongono, le rispettive funzioni e le reti di relazione che li interconnettono.

Struttura di governance

Figura 3: Struttura di cooperazione e reti di relazione della LNdl



La figura 4 mostra la localizzazione geografica dei comuni della Bassa Atesina che hanno partecipato alla LNdl.

Nello svolgimento successivo del progetto, l'Istituto per il Management Pubblico dell'EURAC ha assunto una funzione di coordinamento e di comunicazione, cercando di garantire l'accordo e il collegamento tra i partner in tutte le fasi del progetto. Il coordinamento delle attività si è basato su incontri periodici (20 solo con i comuni) con i diversi attori, durante i quali sono stati concordati tutti gli step del progetto. A questi si è aggiunto il regolare contatto con i partner via mail o telefono. L'attuazione concreta era invece compito dei singoli comuni e aziende. I comuni si sono occupati soprattutto dell'organizzazione delle manifestazioni di contorno e del coordinamento delle aziende, queste ultime della progettazione e realizzazione della propria messa in scena alla LNdl.

Funzione di coordinamento e comunicazione

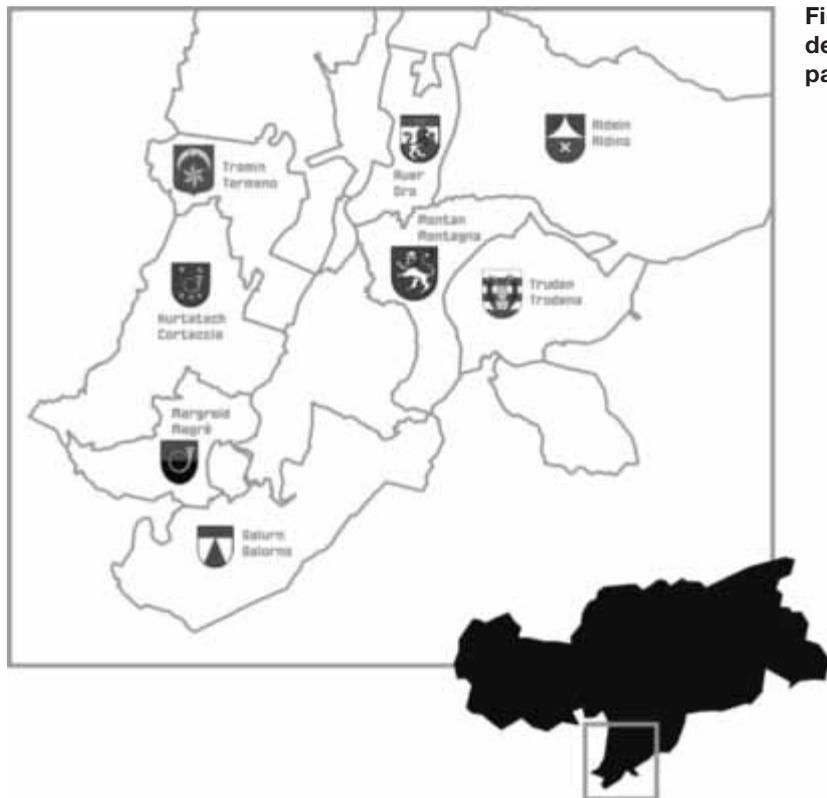


Figura 4: Mappa dei comuni partecipanti

Per ogni comune è stato nominato un coordinatore locale con funzione di interfaccia sia nei confronti dell'EURAC che delle aziende locali. Questa figura ha avuto un ruolo di primo piano sia nella fase della pianificazione che in quella dell'attuazione dell'evento. Da una parte, facendosi portavoce delle varie istanze locali, ha consentito di tenere conto delle esigenze di tutti gli attori istituzionali ed economici nella programmazione delle attività. Dall'altra, ha agito da ponte tra comuni/impreses ed EURAC, contribuendo al risultato di unire in un'unica manifestazione otto comuni e oltre 100 aziende.

L'EURAC ha assunto anche la funzione di pubbliche relazioni, che è stata realizzata con il coinvolgimento degli attori che gravitano attorno alla struttura di governance del progetto. Tra questi vi sono stati l'Associazione Provinciale Artigianato (APA), una settantina tra scuole medie e superiori della Bassa Atesina, l'Associazione degli studenti universitari sudtirolesi (asus) e l'Assoimprenditori Alto Adige.

1.2 Pianificazione e organizzazione

Una prima importante tappa per la realizzazione della LNdi è stata la partecipazione alla manifestazione “Artigianato sotto i portici”, svoltasi a Egna il 5 maggio 2012. L’EURAC era presente con un proprio stand per pubblicizzare l’iniziativa. Oltre 300 colloqui con politici, imprenditori e visitatori e nuovi spunti per la realizzazione della LNdi sono stati tra i risultati di questa azione promozionale. Un altro dato rilevante è emerso dagli scambi con alcuni rappresentanti comunali, che hanno denunciato la necessità di un maggiore dispiegamento di forze nella preparazione della LNdi in alcuni comuni, anche da parte dell’EURAC.

Un altro importante passo del progetto è stata la definizione dei programmi della manifestazione dei comuni partecipanti, contestualmente alla quale è stato elaborato un piano d’azione contenente una chiara ripartizione dei compiti tra i vari attori.

Nei mesi successivi tutti i soggetti coinvolti hanno lavorato attivamente alla realizzazione della manifestazione. L’elevata partecipazione, oltre 100 imprese in otto comuni, ha reso necessario un investimento di risorse sia finanziarie che umane superiore a quanto inizialmente previsto. Non per questo ne hanno risentito la motivazione e l’impegno. Semmai il grande interesse per l’iniziativa da parte delle forze economiche è servito da ulteriore stimolo per gli organizzatori. Oltre ai programmi comunali, in tutti i comuni sono stati definiti e concordati alcuni programmi aggiun-

“Artigianato sotto i portici”



Figura 5: Un rappresentante dell’EURAC alla manifestazione “Artigianato sotto i portici” (Egna)

Come è nata la prima Lunga Notte delle Imprese (LNdi)

tivi. Un altro importante fronte di intervento è stata la tempestiva informazione del pubblico. La seguente tabella mostra le principali attività di pubbliche relazioni svolte per la LNdi:

Attività di PR

Tabella 3: Principali attività di comunicazione e pubbliche relazioni

Lettera informativa a oltre 70 scuole medie e superiori di Bolzano, Oltradige - Bassa Atesina e dei comuni limitrofi della provincia di Trento
Pubblicazione del programma della manifestazione nei notiziari comunali della Bassa Atesina
Distribuzione di 5.000 flyer e di 500 manifesti ⁹
Pubblicità radio (<i>Südtirol 1</i>)
Pubblicità sulla stampa e nei media online locali (<i>Die Neue Südtiroler Tageszeitung, Südtirol Online</i> (http://www.stol.it))
Articoli sulla stampa locale (<i>Alto Adige, Die Weinstraße, Südtiroler Wirtschaftszeitung, Südtirol Journal (RMI), Tagesschau (Rai Sender Bozen), Südtirol Heute (ORF)</i>)

⁹ Con il sostegno della Cassa Rurale di Nova Ponente-Aldino, Oltradige, Bassa Atesina e dell'Associazione Provinciale Artigianato (APA).

2. Come si è svolta la Lunga Notte delle Imprese

La Bassa Atesina non offre solo mele e vino di qualità. Piuttosto, è una realtà produttiva dinamica e molto diversificata dal punto di vista dei settori produttivi e occupazionali. Le differenti strutture economiche e occupazionali dei comuni della Bassa Atesina che hanno preso parte alla LNdi hanno consentito di dare vita a una manifestazione ricca e variegata. Le peculiarità locali sono state attentamente considerate nell'organizzazione e nella pianificazione dell'evento, consentendo di definire programmi a misura dei singoli comuni partecipanti. La LNdi è stata concepita in modo da non generare concorrenza, bensì funzionalità reciproca tra le diverse manifestazioni proposte, con un occhio di riguardo ai differenti pubblici di riferimento. Per esempio il comune di Cortaccia, con le sue aziende multinazionali, si è rivolto principalmente a professionisti altamente qualificati e a studenti universitari. Il comune di Montagna, una realtà con numerose piccole imprese artigiane, si è invece orientato soprattutto agli studenti delle scuole superiori e professionali. Per consentire ai visitatori di prendere parte a diverse manifestazioni, le zone produttive dei vari comuni sono state servite da un bus navetta gratuito.¹⁰

Una manifestazione, tante realtà

La LNdi è stata realizzata con l'intento di offrire ai comuni e alle forze economiche dei diversi comparti produttivi del territorio la possibilità di convergere verso un obiettivo comune: presentarsi nella cornice di un progetto di cooperazione comunale.¹¹

Nelle pagine seguenti si dà una sintetica descrizione dei comuni e delle aziende¹² che hanno partecipato alla prima edizione della LNdi. Ogni scheda descrittiva riporta lo slogan scelto per rappresentare la principale attrattività economica e occupazionale locale e i dati chiave di carattere economico e demografico.

10 Il servizio è stato offerto dalla Comunità Comprensoriale Oltradige - Bassa Atesina.

11 Per approfondimenti sul tema della cooperazione intercomunale si veda: Bernhart e Promberger, 2006.

12 Per quanto riguarda le denominazioni e le descrizioni delle attività delle singole imprese produttive è stata adottata la nomenclatura del registro delle imprese della Camera di commercio di Bolzano (<http://www.hk-cciaa.bz.it>). È stato inoltre fatto un confronto con il registro dell'Associazione Provinciale Artigianato (<http://www.ilmioartigiano.apabz.it>) e con il sito web dell'impresa.

2.1. LNdi nei comuni di Aldino & Trodena

Aldino & Trodena

Ai piedi del Bletterbach, patrimonio naturale dell'UNESCO, aziende di tutti i tipi.

	Abitanti:	1.681
	Superficie:	63,19 km ²
	Aziende in totale:	203
	Aziende produttive:	116
	Abitanti:	1.022
	Superficie:	20,7 km ²
	Aziende in totale:	89
	Aziende produttive:	55

Coordinatore locale: Alfred Ventir¹³

I comuni di Aldino e Trodena, vista la vicinanza geografica e la comune zona produttiva di insediamento, hanno deciso di presentarsi insieme alla LNdi. Grazie alla collaborazione del coordinatore locale e dei sindaci di entrambi i comuni¹⁴ hanno aderito all'iniziativa 15 imprese artigiane. Nella location allestita per l'evento l'inizio della manifestazione è stato fissato per le ore 17. Si sono contati complessivamente 150 visitatori. Musica e specialità gastronomiche hanno fatto da contorno alla serata.

Imprese:

Alter Keller d. Ospanova Alia macelleria	Amplatz Helmuth conciatetti
Darocca Elmar restauratore edile	Darocca Josef carrozziere
EDER Specialità di Bosco s.a.s. d. Eder Ines & C.	Köhl Josef tecnico d'auto
Lantschner Paul & C. s.n.c. carpentiere	Lignotec s.r.l. abitare legno
MARTIN SPECK s.r.l.	Saltuari Heinrich vasaio artigianato
Schmid Martin muratore, piastrellista e posatore di pietra	Seik s.r.l. trasporto su rotaia di merci e carichi
Unterhauser s.a.s. d. Eduard Unterhauser & C. piastrelle - stufe nuove e antiche - marmo	Varesco Alberto & C. s.n.c. produttore di imballaggi
Ventir Alfred fabbro e magnano, movimento terra	

¹³ Fabbro, magnano, movimento terra, presidente locale dell'Associazione Provinciale Artigianato (APA) di Trodena.

¹⁴ Aldino: Christoph Matzneller, Südtiroler Volkspartei (SVP), sindaco dal 2010; Trodena: Edmund Lanziner, Südtiroler Volkspartei (SVP), sindaco dal 2000.

2.2. LNdl nel comune di Ora

Situate in una località economicamente tra le più attrattive della Bassa Atesina, le aziende preparano il futuro e cercano giovani per creare innovazione e nuove prospettive.

Ora

	Abitanti:	3.557
	Superficie:	11,82 km²
	Aziende in totale:	463
	Aziende produttive:	341

Coordinatore locale: Elmar Gabalin¹⁵

A Ora la LNdl ha assunto la forma di un evento fieristico in una location centrale. Il punto di ritrovo era in zona industriale presso l'area della *Alpentrans logistics s.r.l.*, una delle aziende partecipanti. La parte ufficiale della serata è stata introdotta dal sindaco del comune di Ora¹⁶ ed è proseguita con un'intervista dell'emittente radiofonica locale *Südtirol 1* al direttore della ripartizione lavoro¹⁷ della provincia di Bolzano. Nella seconda parte della serata Ora ha proposto una visita guidata alla tipografia Fotolito Varesco. A tutti i partecipanti è stata recapitata per posta l'edizione del *Neue Südtiroler Tageszeitung* del giorno dopo con un inserto sulla LNdl di Ora. Il programma di contorno comprendeva musica dal vivo, un motor-show e una mostra di Vespa, oltre a un vasto assortimento di specialità gastronomiche. La manifestazione è stata visitata da circa 400 persone.

Imprese:

Alpentrans logistics s.r.l.
servizi logistici e trasporto di merci su strada

ECOROTT s.r.l.
centro compostaggio, smaltimento e trattamento rifiuti speciali e industriali

Estfeller s.r.l.
scale e pareti divisorie

Floricoltura Messmer Kurt
società agricola semplice

Girardi s.r.l.
commercio all'ingrosso e al dettaglio di bevande

Deco Service s.n.c. d. Christian Glöggel & C.
designer multimediale

Emotion Events s.a.s. d. Bernd Schwienbacher & C.
catering & more

Falser s.a.s. d. Falser Andreas & C.
riparazione e modifiche su macchine agricole, macchine di movimento terra e camion

FOTOLITO VARESCO ALFRED s.r.l.
tipografia

Ingraf s.n.c. d. Dallapiazza Renzo & Dall'Acqua Luigino
tipografia

¹⁵ Assessore al commercio, artigianato e industria (Dorfliste Auer) del comune di Ora.

¹⁶ Roland Pichler, Dorfliste Auer, sindaco dal 2010.

¹⁷ Si tratta del dott. Helmuth Sinn.

Legnosud s.p.a.
commercio all'ingrosso e al dettaglio di legname

Möbel - Mobili Graf s.r.l.

Newtec Innovation d. Mantinger Karl
costruzione di altoparlanti

PLANIT s.r.l.
design per il bagno & creazioni su misura in Corian

Tischlerei Tiefenthaler Masoner Stephan & C. s.n.c.
falegnameria

Lona s.r.l.
dolciari e snacks

Naturapack s.r.l.
imballaggi

Nordwal s.p.a.
colori, lacche e colle

POOL MARKET RIGHI d. Righi Marilena
griglie in plastica per piscine

2.3. LNdl nel comune di Cortaccia

Cortaccia

Sole, vino e hightech - un paese tra innovazione e tradizione.



Abitanti:	2.232
Superficie:	30,56 km ²
Aziende in totale:	413
Aziende produttive:	136

Coordinatrice locale: Flora Emma Kröss¹⁸

Il comune di Cortaccia ha visto la partecipazione alla LNdl di quattro aziende leader a livello internazionale. L'highlight della serata è stata una relazione con discussione finale¹⁹ del professor Hans Hinterhuber²⁰, che ha radunato presso la sede della *ewo s.r.l.* di Cortaccia un pubblico di circa 200 persone. Hanno preso parte alla manifestazione anche il vicesindaco del comune di Cortaccia²¹ e l'assessore provinciale alla scuola e cultura ladina, ai lavori pubblici e al patrimonio.²²

La restante parte della serata è proseguita nel segno delle aziende partecipanti, che hanno intrattenuto il pubblico con visite guidate, informazioni e presentazione dei propri prodotti. Hanno visitato la kermesse di Ora anche il presidente del comprensorio-

¹⁸ Vicepresidente della *ewo s.r.l.*

¹⁹ Tema: "È possibile diventare un leader? Fattori di successo per una gestione aziendale eccellente". I contenuti dell'intervento si trovano nel libro "Die 5 Gebote für exzellente Führung: Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt" (Hinterhuber, 2010).

²⁰ Hans H. Hinterhuber è professore emerito all'Istituto di direzione strategica d'impresa dell'Università di Innsbruck, che ha diretto per anni. È chairman della *Hinterhuber & Partners* e consulente aziendale a livello internazionale nel campo della leadership e della direzione strategica.

²¹ Dott. Karl Heinz Weger, Südtiroler Volkspartei (SVP), vicesindaco dal 2005.

²² Dott. Florian Mussner, Südtiroler Volkspartei (SVP).

rio Oltradige - Bassa Atesina²³ e l'assessore provinciale al lavoro e all'innovazione e ricerca²⁴.

Imprese:	
ewo s.r.l. sistemi di illuminazione per lo spazio pubblico	ipoh s.r.l. sistemi letto
Rotho Blaas s.r.l. prodotti per la carpenteria in legno	Sto Italia s.r.l. sistemi di isolamento e rivestimenti per interni e facciate

2.4. LNdi nel comune di Magrè

Un gioiello nel Sud dell'Alto Adige, paese tipico con case e imprese tradizionali.

Magrè

	Abitanti:	1.297
	Superficie:	13,86 km²
	Aziende in totale:	199
	Aziende produttive:	61

Coordinatore locale: Werner Amegg²⁵

Le imprese di Magrè hanno utilizzato la LNdi per presentarsi alla popolazione attraverso un roadshow con consigli sul fai da te.

Il luogo prescelto era Casa Karl Anrather, nel centro del paese. Qui le 22 aziende partecipanti, compreso il comune di Magrè²⁶, hanno allestito uno stand con i propri prodotti. Magrè ha offerto ai visitatori un programma di contorno con musica e specialità culinarie.

Altre attrazioni sono state un gioco a premi e visite guidate alla cooperativa frutticoltori Kurmark-Unifrut e alla tenuta vinicola di Alois Lageder. Il roadshow è stato seguito da circa 300 persone, mentre alle cinque visite guidate all'azienda agricola e alle due visite alla tenuta vinicola hanno partecipato gruppi di circa 25 persone ciascuno.

23 Oswald Schiefer, Südtiroler Volkspartei (SVP) è presidente della Comunità Comprensoriale Oltradige - Bassa Atesina dal 2010.

24 Dott. ing. Roberto Bizzo, Partito Democratico (PD).

25 Co-proprietario della falegnameria *Amegg s.n.c.* e presidente locale dell'Associazione Provinciale Artigianato (APA) di Magrè.

26 Era presente per il comune di Magrè Theresia Degaspero Gozzi, Südtiroler Volkspartei (SVP), sindaca dal 2010.

Imprese²⁷:	
ALOIS LAGEDER s.p.a. tenuta vinicola Lageder	Amegg Johann trasportatore di merci
A.R.CO. s.a.s. d. Antonelli Luigi & C. muratore	Baldo Patrick Show Vision - event technology
Cantina Nalles-Magrè/Niclara	Carrozeria Anrather Josef & C. s.a.s. carrozziere
Casa Salute s.r.l. costruzione di case prefabbricate	Cooperativa frutticoltori Kurmark-Unifrut società agricola
Deola Theodor magnano	Elektro Team s.n.c. d. Bonora W. & Tamanini S. elettrotecnico
Elektromechanik d. Barcatta Julian elettromeccanico	Erschbaumer s.a.s. d. Erschbaumer Christian & C. fabbro e magnano
Falegnameria Amegg s.n.c. d. Amegg Peter & C.	Feldhof d. Kobler Armin azienda vitivinicola KOBLER
Gortana Rolando muratore	Gruber Andreas carpentiere, lattoniere edile ed artistico
HBM56 d. Bonora Herbert falegname	KFZ Betrieb d. Amegg Kurt tecnico d'auto
Morat Schuhwaren d. Pernstich Reinhild calzolaio	Sanin Othmar Weingut Steig
Spenglerei Walter Karl d. Walter Franz & C s.n.c. isolatore, lattoniere edile ed artistico	SYLVJ s.n.c. d. Piger S. & Pernstich K. Sylvjbad

2.5. LNdl nel comune di Montagna

Montagna

Condizioni ideali per famiglie ed economia, paesaggio mozzafiato tra vigneti e frutteti.

	Abitanti:	1.648
	Superficie:	18,90 km²
	Aziende in totale:	237
	Aziende produttive:	116

Coordinatore locale: Norbert Dallio²⁸

Nel comune di Montagna il luogo prescelto per la LNdl è la zona artigianale Doladizza. Di fatto, qui si è concentrata gran parte della manifestazione. Inoltre era possibile visitare le aziende partecipanti.

²⁷ Era inoltre presente la Cassa Rurale di Salorno - filiale di Magrè sulla Strada del Vino.

²⁸ Imprenditore edile e membro del consiglio comunale di Montagna (Südtiroler Volkspartei - SVP) dal 2010.

I circa 200 visitatori sono stati accolti dalla sindaca,²⁹ dal rappresentante locale dell'Associazione Provinciale dell'Artigianato (APA)³⁰ di Montagna e dal rappresentante APA delle categorie dell'edilizia³¹. Il vicepresidente dell'APA³² ha concluso il programma con un intervento sul tema della formazione professionale in azienda. La serata è stata allietata da un'esibizione dei vigili del fuoco volontari e dal gruppo di danza popolare, entrambi del posto.

Imprese:	
ALKA s.a.s. d. Terleth Karl & C. commercio all'ingrosso e al dettaglio di bevande	Bernard Bau s.r.l. impresa edile
Dallio Norbert impresa edile	Elektro Zwei-A d. Franzelin Andreas elettrotecnico
Haar Design Explosiv d. Terleth Sigrid parrucchiere	Häusl Christian fabbro e magnano
Innerbanklhof d. Tschöll Andreas AgroSherpa	M. Rizzolli s.n.c. d. Rizzolli Georg & C. falegnameria
Pichler Josef movimento terra	Stürz & C. s.n.c. pittore e verniciatore

2.6. LNdl nel comune di Salorno

Punto d'incontro tra le province di Trento e Bolzano, aperto a nuove iniziative.

Salorno

	Abitanti:	3.591
	Superficie:	33,2 km ²
	Aziende in totale:	495
	Aziende produttive:	244

Coordinatore locale: Roberto Amort³³

Salorno si trova all'estremo sud della provincia di Bolzano, al confine con il Trentino e ha una popolazione in maggioranza di madrelingua italiana. Questo spiega come mai la politica e l'economia locali trovino il loro principale interlocutore nel Trentino piuttosto che nella Bassa Atesina sudtirolese. A ben vedere, dunque, la partecipazione del comune di Salorno e dell'imprenditoria locale alla LNdl rappresenta un dato positivo.

Alla manifestazione, organizzata nell'area normalmente usata per le feste campestri e adibita per l'occasione ad area espositiva per le imprese partecipanti, erano pre-

29 Monika Delvai Hilber (Südtiroler Volkspartei – SVP), sindaca dal 2010.

30 Si tratta di Andreas Franzelin.

31 Si tratta di Markus Bernard.

32 Si tratta di Martin Haller.

33 Titolare dell'impresa *Electro A.R.* e presidente locale dell'Associazione Provinciale Artigianato (APA).

senti tra gli altri il sindaco di Salorno,³⁴ il presidente della Comunità Comprensoriale Oltradige - Bassa Atesina³⁵ e l'assessore provinciale al lavoro e all'innovazione e ricerca³⁶. La serata è stata animata da un sottofondo musicale e servita da un punto di ristoro. I visitatori sono stati circa 50.

Imprese³⁷:	
Alpentrans logistics s.r.l. servizi logistici e trasporto di merci su strada	Electro A.R. d. Amort Roberto elettrotecnico
Eurobeton s.r.l. prefabbricati, depurazione acque, costruzioni, progettazione	Fauri Mauro & C. s.a.s. congegnatore meccanico
G. Holler s.a.s. d. Holler Werner & C. trasporti alimentari liquidi, lavaggio cisterne, frigoriferi	Gottardi Rino & Silvano s.r.l. autotrasporti
Macelleria Magnani s.n.c. d. Ferrari Loris & Andrea	Mattedi s.n.c. d. Furlan Mauro & C. rimorchi e macchine agricole
Pasticceria Alla Fontana d. Marcolla Mariapia	Scannavini s.r.l. installatore di impianti termo-sanitari
Tecma Service s.r.l. manutenzione e riparazione di macchine edili	Wegher Maria in Perini Wegher confezioni - biancheria

2.7. LNdl nel comune di Termeno

Termeno

Sempre al passo con i tempi.

	Abitanti:	3.288
	Superficie:	19,4 km ²
	Aziende in totale:	720
	Aziende produttive:	243

Coordinatore locale: Wolfgang Oberhofer³⁸

A Termeno non è stato eletto un luogo deputato per la manifestazione. La scelta è stata piuttosto quella di offrire ai partecipanti la possibilità di visitare direttamente le imprese in tre delle cinque zone artigianali esistenti. Le zone artigianali erano collegate tra loro da un servizio di bus navetta interno. L'attrazione principale della serata è stato un gioco a premi con sorteggio dei vincitori presso il bistro *Egetmann*. Qui si è

³⁴ Dott. ing. Giorgio Giacomozzi (Impegno per Salorno), sindaco dal 2010.

³⁵ Oswald Schiefer (Südtiroler Volkspartei - SVP).

³⁶ Dott. ing. Roberto Bizzo (Partito Democratico - PD).

³⁷ Oltre alle 12 aziende citate, erano presenti alla manifestazione anche la Cassa Rurale di Salorno, i Vigili del fuoco e la Croce bianca.

³⁸ Commerciante e vicesindaco (Südtiroler Volkspartei - SVP) del comune di Termeno dal 2010.

svolta anche la parte ufficiale della serata, organizzata in collaborazione con il sindaco³⁹ e il vicesindaco di Termeno. Le visite alle imprese sono state accompagnate da un contorno musicale e culinario.

Imprese:

Agrifix d. Bertol G. & C. s.a.s.

produzione di accessori in metallo per nuovi impianti di vigneti e frutteti

Baldo Ivo

autolavaggio self service

Consorzio Agrario di Bolzano società cooperativa

punto vendita Termeno

Elektro Bachmann d. I. Bachmann & C. s.a.s.

elettrotecnica

ELSO Electric Solutions d. Walter Markus

elettrotecnico

L. PSENNER s.r.l.

distilleria

Profiklexs s.a.s. d. Bologna C. & Zelger C. & C.

pittore e verniciatore

Roner s.p.a. Distillerie

Tischlerei Fine Line d. Lotti G. &

Conci M. s.c.n.

falegnameria

Vissmark s.n.c. d. Pomella Richard &

Hugo & C.

impianti di irrigazione

Auto Pichler d. Norbert Pichler s.n.c.

tecnico d'auto

Creativ-Holz s.n.c. d. Andergassen

Othmar & C.

falegnameria, studio arredamento e cucina

Dental Studio Steiner s.n.c. d. Steiner B.

& C.

odontotecnico

Elektro W&W s.n.c.

elettrotecnica

EOFRUT - Prima società agricola cooperativa

frutticoltori Termeno

Mahlknecht Ivo

artista

Psenner & Kofler d. Kofler Kurt & C. s.a.s.

pittore e verniciatore

SIWE d. Prantl Silke / Bistro „Egetmann“

UNTERLAND FITNESS A.S.D.

Widmann Riscaldamenti s.r.l.

installazione di impianti termo-sanitari

39 Dott. Werner Dissertori (Südtiroler Volkspartei – SVP), sindaco dal 2000.

3. Come è andata la Lunga Notte delle Imprese

3.1. La LNdi in cifre

I primi colloqui avuti con i coordinatori locali e con i rappresentanti comunali a manifestazione conclusa depongono a favore del successo della Lunga Notte delle Imprese (LNdi).

Per oggettivizzare questa impressione, nelle settimane successive all'evento è stata condotta un'indagine telefonica diretta a rilevare la percezione della LNdi da parte delle imprese. All'indagine hanno partecipato 74 aziende su un totale di 102 (72,55%). Il risultato più lusinghiero è che soltanto il 5% delle aziende non prenderebbe parte a una nuova edizione della LNdi. Non sono mancate, poi, le proposte di miglioramento, soprattutto per quanto riguarda la data della manifestazione.

Nelle pagine che seguono si presentano i principali risultati dell'indagine.

Successo della LNdi

Per valutare il successo complessivo della LNdi dal punto di vista delle imprese è stata utilizzata una scala Likert ad ampiezza di scala 1-5, dove 1 corrisponde a *per niente soddisfatto* e 5 a *molto soddisfatto*.⁴⁰ L'indagine mostra differenze significative da un comune all'altro, come risulta dalla figura 6.

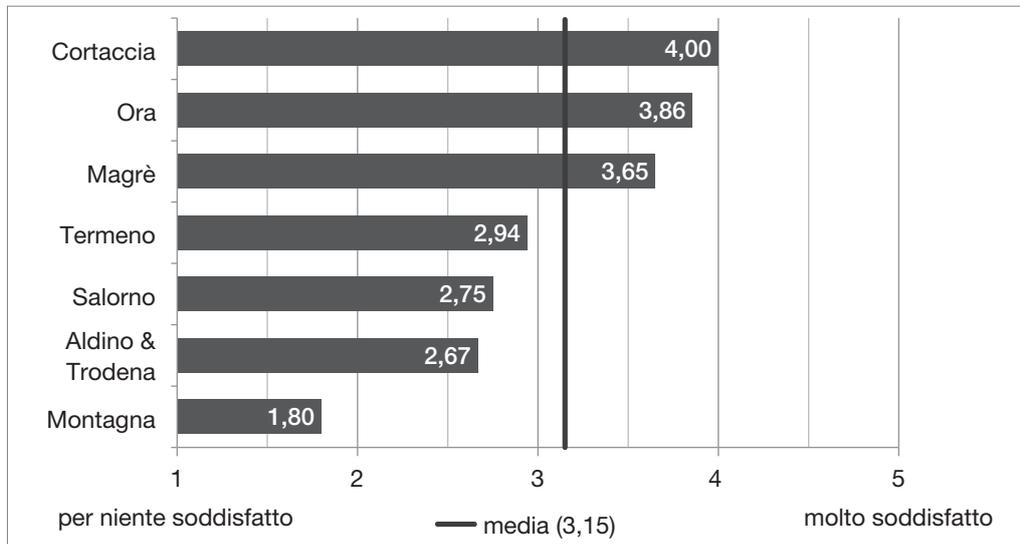
Le aziende dei comuni di Cortaccia, Ora e Magré hanno espresso un giudizio superiore alla media. Al polo opposto troviamo le aziende di Montagna, con una valutazione ampiamente sotto la media.

Un fondamentale motivo dell'insuccesso registrato nel comune di Montagna è la scarsa partecipazione alla LNdi dei giovani e degli studenti,⁴¹ che rappresentano una categoria di particolare interesse per le imprese artigiane locali alla ricerca di apprendisti. Le aziende dei restanti comuni individuano il principale motivo di successo della LNdi nella possibilità di presentarsi a un largo pubblico.

40 La questione se una scala Likert rappresenti una caratteristica ordinale o scalare è piuttosto controversa. A questo riguardo la letteratura rinuncia a una verifica empirica dell'assiomatica scalare assumendo il valore scalare delle caratteristiche indagate. In linea con questo approccio, anche per gli items del questionario sono stati calcolati i valori medi (Bortz & Döring, 2003, p. 74).

41 Questa opinione emerge da numerose interviste.

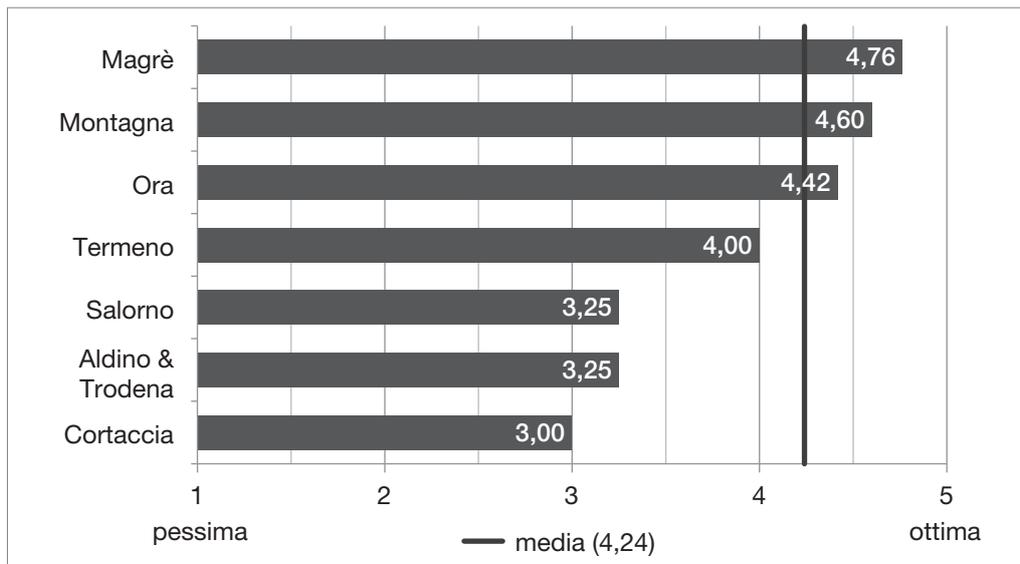
Figura 6: Secondo Lei, quale successo ha avuto la Lunga Notte delle Imprese nel suo comune?



Collaborazione con i comuni

Un altro ambito di indagine ha riguardato la collaborazione tra le imprese e il comune di appartenenza.

Figura 7: Come è stata la collaborazione con il comune?



La maggior parte delle aziende valuta in modo molto positivo la collaborazione con il proprio comune (media 4,24), come emerge dalla figura 7. A questo riguardo è da sottolineare che la dimensione di analisi della collaborazione non è direttamente corre-

lata alla dimensione del successo. Lo mostrano i due esempi opposti di Montagna e di Cortaccia. Secondo le aziende intervistate, a Montagna la collaborazione tra imprese e comune ha funzionato molto bene benché la manifestazione non abbia avuto successo. Viceversa, a Cortaccia l'iniziativa ha riscosso successo, ma la collaborazione tra imprese e comune non è stata ottimale.

Va comunque considerato che la collaborazione tra comuni e imprese e il rafforzamento del network tra i diversi attori locali rappresentano di per se stessi un elemento di successo non trascurabile.

Data della manifestazione

Uno degli aspetti più criticati della LNdi è la data della manifestazione (31 agosto 2012). Il 68% delle imprese intervistate organizzerebbe la prossima edizione della LNdi durante il periodo scolastico, contro il 23% delle aziende che invece mostrano una preferenza per il periodo estivo. Questo dato porta a concludere che secondo molte aziende il momento di maggiore afflusso di studenti e di giovani coinciderebbe con il periodo scolastico. Considerando queste aziende, il 36% ritiene più adatto il periodo tra maggio e giugno, verso la fine della scuola. Solo il 6% considera più adatto l'inizio dell'anno scolastico, tra settembre e ottobre. Resta comunque il fatto che la maggioranza (58%) è indifferente. Per quanto riguarda invece il giorno della settimana più adatto, le preferenze (54%) vanno al venerdì.

Figura 8: Secondo Lei, qual è il periodo più adatto per la prossima edizione della Lunga Notte delle Imprese?

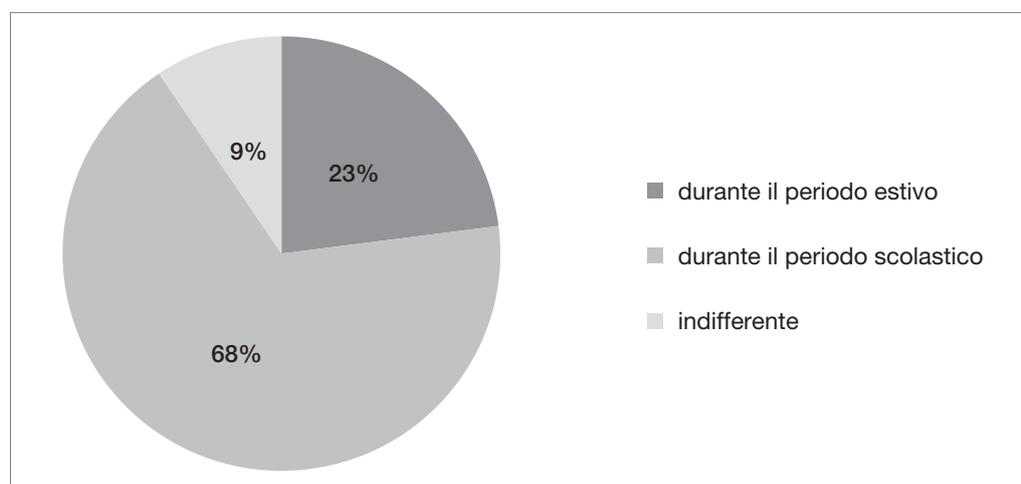
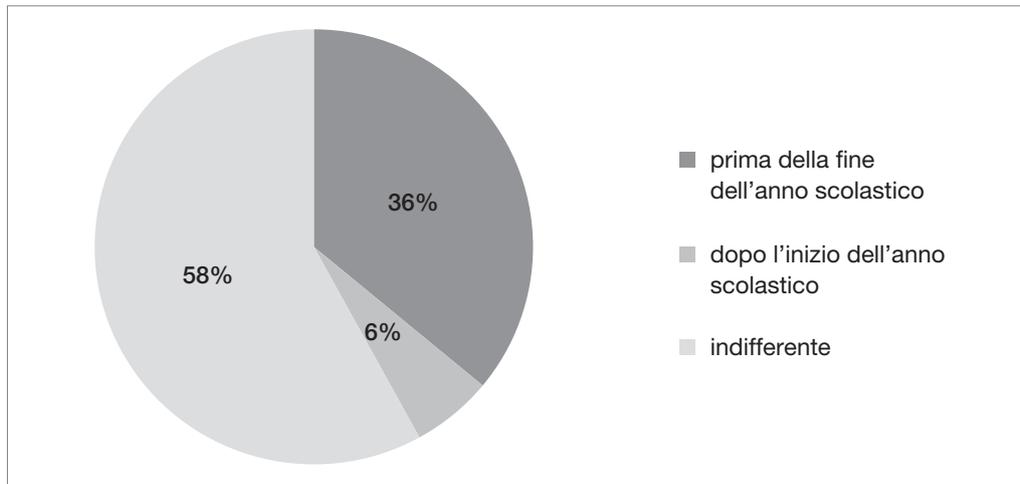


Figura 9: Se preferisce un'altra data, in quale periodo dovrebbe svolgersi la LNdi?



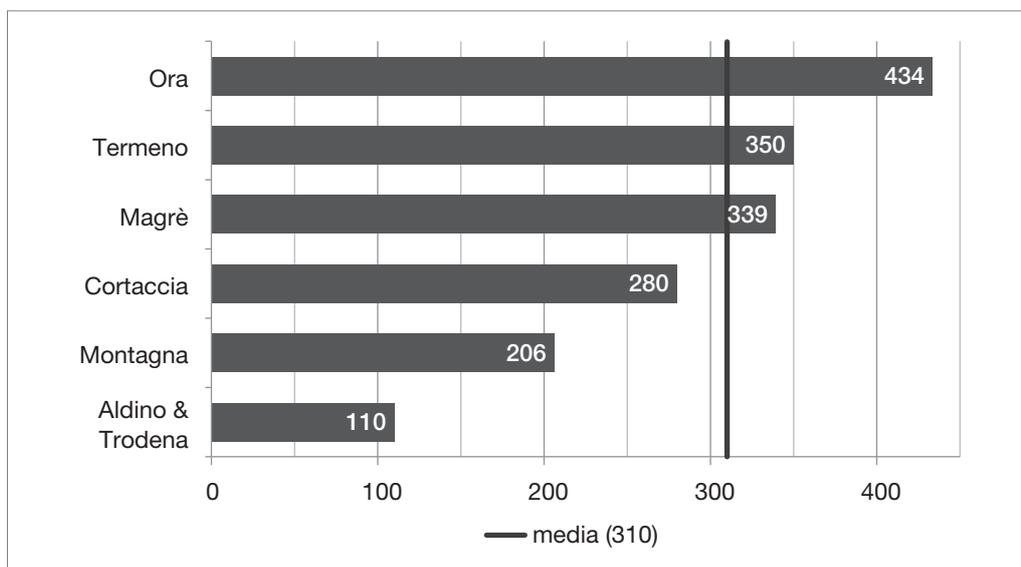
Numero di visitatori

Tra le altre domande, è stato chiesto alle imprese di stimare il numero di visitatori (figura 10).

Grosso modo le stime delle aziende concordano con quelle dei rappresentanti comunali e dei collaboratori dell'EURAC presenti sul posto. I visitatori della LNdi nei singoli comuni sono stati in media intorno a 300. Se si considerano il carattere pilota dell'evento e le pessime condizioni del tempo, questi dati testimoniano il successo dell'iniziativa.

Per quanto riguarda la tipologia dei visitatori, questi erano in maggioranza altoatesini residenti nel comune. La partecipazione dei giovani e degli studenti è stata in generale molto bassa, salvo a Cortaccia dove il numero relativamente alto di studenti presenti (30-40) è da mettere in relazione con l'intervento del professor Hinterhuber.

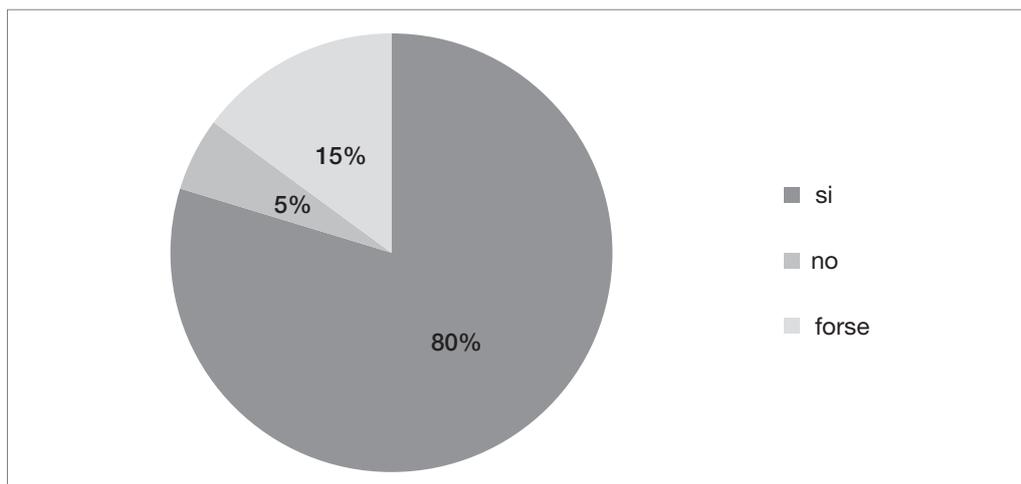
Figura 10: Quante persone hanno partecipato alla Lunga Notte delle Imprese?⁴²



Partecipazione a una nuova edizione

La maggioranza degli intervistati ha affermato di voler partecipare alla prossima edizione della LNdi. Ben il 95% delle imprese parteciperebbe nuovamente a condizione che l'evento si tenga durante il periodo scolastico.

Figura 11: Parteciperebbe ancora a un evento simile?



⁴² A causa della lacunosità dei dati forniti dalle imprese, il comune di Salorno non rientra nell'analisi. Secondo i calcoli dei rappresentanti comunali e della collaboratrice dell'EURAC presente sul posto, l'affluenza di pubblico a Salorno è stata di circa 50 persone.

3.2. Valore pubblicitario

La Lunga Notte delle Imprese (LNdI) ha avuto una grande risonanza mediatica. Questo positivo risultato è stato raggiunto grazie alla collaborazione con tutti i partner del progetto e alle relazioni con i diversi media.

Per quanto riguarda la comunicazione a mezzo stampa, una prima azione è stato l'annuncio dell'evento da parte dei comuni partecipanti nel notiziario istituzionale. Parallelamente, per aumentare la visibilità dell'evento, è stato utilizzato il canale della stampa locale (fig. 12). Nella tabella 4 è riportato l'elenco degli articoli pubblicati sulla stampa locale e il rispettivo valore pubblicitario.⁴³

Valore pubblicitario

Mezzi stampa

Tabella 4: Calcolo del valore pubblicitario della LNdi (mezzi stampa)

Data	Testata giornalistica	Titolo	Valore pubblicitario dell'articolo
1.7.12	Der Handwerker (LVH)	Lange Nacht der Betriebe	250,00 €
1.8.12	Die Weinstraße	Erste „Lange Nacht der Betriebe“	2.640,00 €
10.8.12	Südtiroler Wirtschaftszeitung	Lange Nacht der Betriebe	341,67 €
15.8.12	Alto Adige	La „Lunga Notte delle Imprese“ vetrina per le aziende della Bassa	562,50 €
30.8.12	Alto Adige	Sinergia tra le aziende contro la fuga di cervelli	421,88 €
31.8.12	Die Neue Südtiroler Tageszeitung	Lange Nacht	220,00 €
1.9.12	Dolomiten	„Aktion im Sinne der Jugend“	387,83 €
1.9.12	Die Neue Südtiroler Tageszeitung	Die Nacht ist nicht allein zum Schlafen da	1.760,00 €
5.9.12	Alto Adige	Salorno: 12 aziende in rete per combattere la crisi	281,25 €
19.9.12	Dolomiten	13 Betriebe stellen sich vor	423,55 €
			7.288,67 €

43 Il valore pubblicitario, denominato anche valore pubblicitario equivalente o analisi della risonanza mediatica, indica il costo di un'inserzione pubblicitaria in base alle dimensioni del contributo redazionale nel rispettivo media (Birnkraut, 2011; Hillmann, 2011). Per calcolare il valore pubblicitario è stata utilizzata la seguente formula:

$$CPM \times \frac{\text{ampiezza}}{1.000} \times \text{dimensione del contributo} \times \text{peso}$$

CPM: costo per mille - importo di denaro necessario affinché l'inserzione sia vista da 1.000 persone.

Ampiezza: numero di lettori del giornale.

Dimensione del contributo: dimensione dell'articolo in rapporto alla dimensione della pagina.

Peso: valutazione della dominanza del contenuto di interesse (qui: LNdi) nell'articolo (il valore è maggiore se il contenuto è citato nel titolo o se c'è il logo).

Figura 12: Selezione di contributi redazionali sulla LNdi



Spazi pubblicitari

Oltre alla stampa sono stati utilizzati anche altri media, cercando di trovare un equilibrio tra l'obiettivo di raggiungere un pubblico il più possibile ampio e le scarse risorse monetarie. Oltre alla stampa di 500 manifesti e di 5.000 flyer sono stati utilizzati i seguenti canali pubblicitari:

- spot radiofonico dell'emittente locale *Südtirol 1*:
spot pubblicitario di 30 secondi diffuso cinque volte al giorno nelle due settimane precedenti la manifestazione (20 - 31.8.2012).
- banner pubblicitario sul sito *Südtirol Online* (<http://www.stol.it>):
nelle due settimane antecedenti la LNdi sono stati posizionati due banner pubblicitari sulle pagine web del sito stol.it, "Südtirols meistgelesene Online Nachrichten" (<http://www.stol.it>) (20 - 31.8.2012).
- banner pubblicitario sul quotidiano *Die Neue Südtiroler Tageszeitung*:
il giorno della manifestazione è stato pubblicato un banner pubblicitario sulla prima pagina del giornale.

Anche le emittenti radiotelevisive locali hanno dato attenzione alla LNdi. Il giorno della manifestazione è stato trasmesso un servizio sulla LNdi in entrambe le edizioni serali (ore 20 e 22.10) del telegiornale in lingua tedesca della sede Rai di Bolzano (*Rai Sender Bozen*) e nell'ORF - Österreichischer Rundfunk - Redazione SÜDTIROL HEUTE. Il giorno seguente è andato in onda un approfondimento nel giornale radio delle 12 dell'emittente radiofonica regionale *Südtirol Journal (RMI)*.

Inoltre, per raggiungere anche un pubblico giovane è stata creata una pagina facebook dedicata. La pubblicizzazione della LNdi sul social network è stata realizzata in modo da risultare attrattiva per il pubblico target giovanile e con news e documenti sempre attuali.



Link alla pagina facebook:

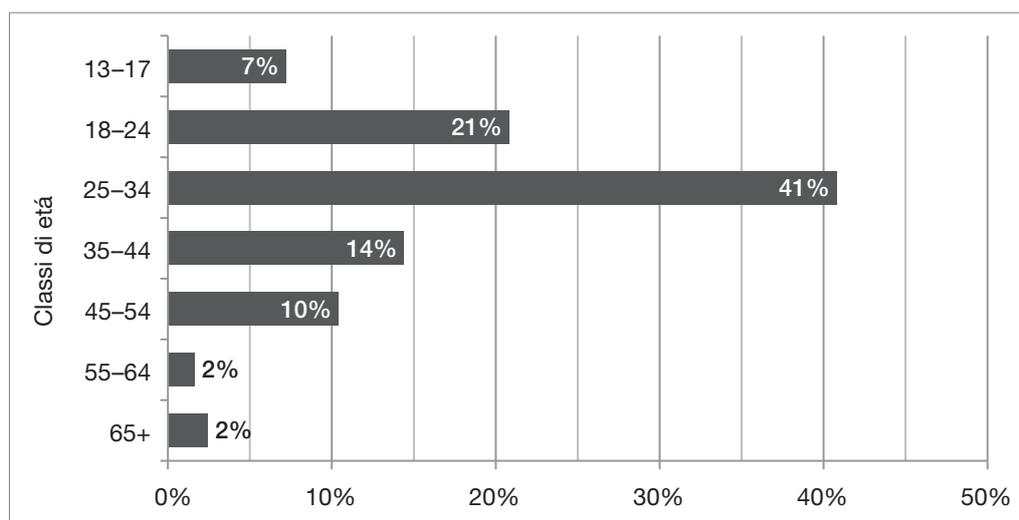
<https://www.facebook.com/LangeNachtderBetriebe>



Per favorire la diffusione della pagina facebook e aumentare di conseguenza la conoscenza della LNdi tra i giovani, tramite le applicazioni “mi piace” e “amicizia” è stato creato un collegamento con personaggi importanti, imprese e istituzioni, dalla giovane generazione della Südtiroler Volkspartei (SVP) alla Südtiroler Bauernjugend.

Inoltre è stato organizzato un gioco a premi con in palio un breve tirocinio di prova all’Istituto per il Management Pubblico dell’EURAC. Benché gli accessi alla pagina facebook siano stati al di sotto delle aspettative, è comunque stato raggiunto un certo effetto virale: a ridosso dell’evento (2.9.2013) la pagina facebook è stata visitata da 3.374 persone, in gran parte giovani. Quasi il 70% delle segnalazioni “mi piace” su facebook nel periodo 1.8.2012-30.9.2012 è infatti di persone sotto i 35 anni:

Figura 13: Facebook – indicazione di “mi piace” per classi di età



job-idee.it

www.job-idee.it Oltre alla presenza su facebook è stata creata una piattaforma di discussione online con l'obiettivo di sfruttare il potenziale di innovazione del *crowdsourcing*, dato dall'aggregazione di individui online e dal lancio di concorsi di idee basati su modelli collaborativi. Grazie a questo strumento, il pubblico interessato poteva dare il proprio contributo di idee su come creare nuovi posti di lavoro nei comprensori della provincia di Bolzano o su come realizzare la LNdi.

Video

Video Infine, è stato realizzato un video bilingue di tre minuti. Il filmato non solo documenta le fasi salienti della LNdi, ma rappresenta anche uno strumento promozionale per le future edizioni di questo format.⁴⁴ Il video è stato diffuso via YouTube, un sito web concepito per la condivisione di video tra i suoi utenti:



Link al video in lingua tedesca:

<http://www.youtube.com/watch?v=zgFvWyn8XUs>

Link al video in lingua italiana:

<http://www.youtube.com/watch?v=lWVRAZJtjbc>

⁴⁴ Con il sostegno della *TIROLER Versicherung V.a.G.*, sede secondaria in Italia.

4. Prospettive future

Pur trattandosi di una manifestazione pilota, la Lunga Notte delle Imprese (LNdI) nella Bassa Atesina ha mostrato un interessante potenziale di sviluppo. Prendendo spunto da questa esperienza, in futuro potrebbero essere realizzate manifestazioni simili anche negli altri comprensori dell'Alto Adige. Le future edizioni della LNdI potrebbero trarre grande vantaggio non solo dall'esperienza maturata e dalle conoscenze/*know how* acquisite, ma anche dal marchio "Lunga Notte delle Imprese" creato nel frattempo.⁴⁵

Il modello sperimentato nella Bassa Atesina potrebbe essere adeguato nei contenuti e nei modi alle specifiche condizioni ed esigenze territoriali. La regolare ripetizione in una data fissa e il coinvolgimento di tutte le categorie di portatori di interesse rappresentano i principali fattori di successo. L'obiettivo è di fissare la LNdI nel calendario delle manifestazioni di comuni e imprese. Non tanto per organizzare una serata di grande impatto pubblico, quanto piuttosto per rafforzare e dare maggiore continuità alla collaborazione tra politica locale e economia e favorire così lo sviluppo di un'ampia rete di attori locali.

⁴⁵ Il marchio "Lunga Notte delle Imprese" è stato registrato il 28 giugno 2012 alla Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Bolzano nella classe 41: educazione, formazione, divertimento, attività sportive e culturali.

Bibliografia e indice delle fonti

- ACADEMIA #Special Südtirol-Alto Adige // 2011*: “Neue Jobs fürs Vinschgau und Pustertal”. EURAC Accademia Europea di Bolzano, Bolzano 2011, p. 37.
- Bernhart, J., Pinzger, S.*: “Wissen schafft Arbeit – EURAC Research vernetzt Gemeinden und Wirtschaft”. In: Studien- und Forschungsmagazin Wirtschaft der FH Kärnten, Ausgabe Nr. 13/2011, pp. 16 – 17.
- Bernhart, J., Promberger, K.*: “Interkommunale Zusammenarbeit in Südtirol”. In: Biwald, P., Hack, H., Wirth, K. (Hrsg.): “Interkommunale Kooperation. Zwischen Tradition und Aufbruch”. Neuer wissenschaftlicher Verlag, Wien-Graz 2006, pp. 85 – 107.
- Birnkrant, G.*: “Evaluation im Kulturbetrieb”, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2011.
- Bortz, J., Döring, N.*: “Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler”, Springer, Berlin 2003.
- Haas, R.*: “635 Methode: Kreatives Brainwriting”. Online in Internet: URL: <http://www.rene-haas.com/635-methode-kreatives-brainwriting/#sthash.HPe4uKDy.dpuf>; [04.04.2013].
- Hillmann, M.*: “Unternehmenskommunikation kompakt”, Gabler Verlag, Wiesbaden 2011.
- Hinterhuber, H. H.*: “Die 5 Gebote für exzellente Führung: Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt”, Frankfurter Allgemeine Buch, 1. Auflage, Frankfurt am Main 2010.
- Istituto di ricerca economica (IRE), Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Bolzano (2012)*, Bassa Atesina: dati economici 2012, dati forniti su richiesta [20.03.2013].
- Istituto provinciale di statistica (ASTAT) – Autonome Provinz Bozen – Abt. 8*: “Daten online – Qlikview – Gemeindeblattdaten”. Online in Internet: URL: <http://qlikview.services.siaq.it/QvAJAZZfc/AccessPoint.aspx?open=&id=QVS@titan-a%7CGemeindedatenblatt.qvw&client=Ajax>; [04.04.2013].
- Jann, W.*: “Governance”. In: Eichhorn, P. u. a. (Hrsg.), *Verwaltungslexikon*, 3. Auflage, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2002, pp. 449 – 451.
- Rohrbach, B.*: “Kreativ nach Regeln – Methode 635, eine neue Technik zum Lösen von Problemen”. In: *Absatzwirtschaft* 12, Nr. 19. 1969.
- VanGundy, A.B.*: “Brain Writing for New Product Ideas: An Alternative to Brainstorming”, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 1, Nr. 2, 1984, pp. 67 – 74.

Indice delle figure e delle tabelle

Figura 1: Raccolta di idee con il metodo 6-3-5 (esempi)	9
Figura 2: Impressioni dal workshop di creatività.....	10
Figura 3: Struttura di cooperazione e reti di relazione della LNdi	11
Figura 4: Mappa dei comuni partecipanti.....	12
Figura 5: Un rappresentante dell'EURAC alla manifestazione "Artigianato sotto i portici" (Egna)	13
Figura 6: Secondo Lei, quale successo ha avuto la Lunga Notte delle Imprese nel suo comune?.....	25
Figura 7: Come è stata la collaborazione con il comune?	25
Figura 8: Secondo Lei, qual è il periodo più adatto per la prossima edizione della Lunga Notte delle Imprese?	26
Figura 9: Se preferisce un'altra data, in quale periodo dovrebbe svolgersi la LNdi?	27
Figura 10: Quante persone hanno partecipato alla Lunga Notte delle Imprese?.....	28
Figura 11: Parteciperebbe ancora a un evento simile?	28
Figura 12: Selezione di contributi redazionali sulla LNdi	30
Figura 13: Facebook – indicazione di "mi piace" per classi di età	31
Tabella 1: Dati salienti della Comunità Comprensoriale Oltradige – Bassa Atesina	8
Tabella 2: Partecipanti al workshop di creatività di Egna	8
Tabella 3: Principali attività di comunicazione e pubbliche relazioni.....	14
Tabella 4: Calcolo del valore pubblicitario della LNdi (mezzi stampa).....	29