



BESCHLUSS NR. 14

Schwaz, 28. Oktober 2014

betreffend **Gemeinsamer Schluß der Tirol Werbung (TW), der Agentur Südtirol Marketing (SMG) und der Azienda per la Promozione turistica del Trentino, um die EVTZ/Europaregion als Kerngebiet der Ostalpen gemeinsam zu bewerben**

- Tirol zählt mit mehr als zehn Millionen Ankünften von Gästen aus über 50 Ländern und rund 45 Millionen Übernachtungen im Tourismusjahr 2012/13 sowie 34 Regionalverbänden zu den führenden Urlaubsdestinationen der Alpen. Die Tirol Werbung GmbH mit Sitz in Innsbruck ist die Tourismusmarketing-Organisation des Landes. Laut ASTAT Bozen verzeichnete die Provinz Südtirol im Jahr 2013 29 Millionen Übernachtungen. In einer aktuellen Gegenüberstellung der Agentur Südtirol Marketing mit Zahlen von ASTAT – Bozen, dem Servizio statistica della Provincia Autonoma di Trento und der Landesstatistik Tirol basierend auf den Zahlen des Jahres 2012 ist ersichtlich, dass Südtirol 29 Millionen Übernachtungen, das Trentino 29,6 Millionen Übernachtungen und Tirol 45 Millionen Übernachtungen verzeichneten. In Summe mehr als 100 Millionen Übernachtungen.
- Die Italienische Republik und die Republik Österreich sind Mitglieder der Alpenkonvention. Das Protokoll zur Durchführung der Alpenkonvention von 1991 im Bereich Tourismus (Protokoll Tourismus) in geltender Fassung nennt

DELIBERAZIONE N. 14

Schwaz, 28 ottobre 2014

riguardante una **maggiore collaborazione tra la Tirol Werbung (TW), l'Alto Adige Marketing (SMG) e l'Azienda per la Promozione turistica del Trentino al fine di promuovere congiuntamente l'Euregio Tirolo Alto-Adige Trentino/GECT come regione nel cuore delle Alpi orientali**

- Con oltre dieci milioni di turisti provenienti da più di 50 Paesi e circa 45 milioni di pernottamenti registrati nell'anno turistico 2012/2013, nonché 34 associazioni regionali, il Tirolo è fra le principali mete di viaggio dell'area alpina. La Tirol Werbung GmbH con sede a Innsbruck è l'organizzazione di marketing turistico del Land Tirolo. Secondo l'ASTAT, nel 2013 l'Alto Adige ha registrato 29 milioni di pernottamenti. Da un prospetto comparativo elaborato dall'Alto Adige Marketing, in cui vengono riportati i dati forniti dall'ASTAT, dal Servizio statistica della Provincia autonoma di Trento e dall'Ufficio di statistica del Tirolo riferiti all'anno 2012, risulta che l'Alto Adige ha registrato 29 milioni di pernottamenti, il Trentino 29,6 milioni e il Tirolo 45 milioni. In totale si tratta di oltre 100 milioni di pernottamenti.
- L'Italia e l'Austria hanno aderito alla Convenzione delle Alpi. Il protocollo di attuazione della Convenzione delle Alpi del 1991 cita nel preambolo del protocollo Turismo, i tre principali settori che accomunano gli Stati membri firmatari e

in der Präambel drei wesentliche Bereiche, die die unterzeichnenden Mitgliedsstaaten und insbesondere, aufgrund der geographischen Lage, die Italienische Republik und die Republik Österreich verbindet. Die Alpen seien auf Grund ihrer außerordentlich großen Freizeitmöglichkeiten, des Reichtums ihrer Landschaften und der Vielfalt ihrer ökologischen Verhältnisse nach wie vor eines der großen Tourismus- und Freizeitgebiete Europas und erfordern aufgrund deren Bedeutung eine über den nationalen Rahmen hinausgehende Betrachtungsweise. Weiters wird angeführt, dass "der alpine Tourismus im öffentlichen Interesse liegt, da er zur Aufrechterhaltung einer dauerhaften Besiedlung beiträgt". Als Drittes wird in der Präambel ausgeführt, dass sich der Gebirgstourismus in zunehmender weltweiter Konkurrenz entwickle, dieser darum ein wesentlicher Beitrag zur Wirtschaftsleistung des Alpenraums ist.

- Gerade in Anbetracht dieser Zahlen muss es daher erwünscht sein, dass sich Südtirol, das Trentino und Tirol enger zusammenschließen und Kooperationen eingehen, damit die Tirol Werbung (TW), die Agentur Südtirol Marketing (SMG) und die Azienda per la Promozione turistica del Trentino gemeinsam die EVTZ/Europaregion als Kerngebiet der Ostalpen vor allem auf anderen Kontinenten bewerben können.
- Die Marke Kerngebiet der Ostalpen soll neue Gästeschichten erreichen. Sie soll Südtirol, das Trentino und Tirol als Regionen der Natur, der Kultur, des Sports und der Gesundheit und des geschichtlichen Erbes präsentieren.

DER SÜDTIROLER LANDTAG,
DER TIROLER LANDTAG UND
DER LANDTAG
DER AUTONOMEN PROVINZ TRIENT

beschließen:

"Die Landtage von Südtirol, Tirol und dem

– data la situazione geografica – in particolare l'Italia e l'Austria. "Grazie alle loro immense possibilità di attività ricreative, alla ricchezza dei paesaggi e alla diversità delle condizioni ecologiche, le Alpi rimangono uno dei più vasti spazi turistici e ricreativi d'Europa, e quindi è necessario situare le loro problematiche in un contesto più ampio di quello nazionale". Si dice, inoltre, che "il turismo alpino è d'interesse pubblico in quanto contribuisce alla permanenza della popolazione locale". Come terzo punto nel preambolo si afferma che "il turismo di montagna si sta sviluppando in un quadro concorrenziale mondializzato e contribuisce in modo significativo ai risultati economici del territorio alpino".

- Considerati i suddetti dati, è auspicabile giungere a una più stretta collaborazione fra l'Alto Adige, il Trentino e il Tirolo e avviare forme di cooperazione, affinché la Tirol Werbung (TW), l'Alto Adige Marketing (SMG) e l'Azienda per la Promozione turistica del Trentino promuovano congiuntamente, soprattutto negli altri continenti, l'Euregio Tirolo Alto-Adige Trentino/GECT in quanto regione nel cuore delle Alpi orientali.
- Il marchio "regione nel cuore delle Alpi orientali" dovrebbe raggiungere nuove categorie di turisti, e presentare l'Alto Adige, il Trentino e il Tirolo come regioni della natura, della cultura, dello sport e della salute nonché del patrimonio storico.

LE ASSEMBLEE LEGISLATIVE DELLA
PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO,
DEL LAND TIROLO E DELLA
PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

deliberano:

"Le assemblee legislative dell'Alto Adige,

Trentino fordern die jeweiligen Landesregierungen im Rahmen ihrer Zuständigkeiten auf,

1. eine Dachstruktur zu entwickeln, damit die Tirol Werbung (TW), die Agentur Südtirol Marketing (SMG) und die Azienda per la Promozione turistica del Trentino hinkünftig gemeinsam zusammenarbeiten und Südtirol, das Trentino und Tirol gemeinsam als Tourismusland, beginnend in Übersee, beworben werden;
2. einen Markenbildungsprozess einzuleiten, damit Südtirol, das Trentino und Tirol in Hinkunft als Kerngebiet der Ostalpen, als Regionen der Natur, der Kultur, des Sports und der Gesundheit und des reichen geschichtlichen Erbes, beworben werden."

del Tirolo e del Trentino invitano i rispettivi esecutivi, nell'ambito delle loro competenze,

1. a sviluppare una sovrastruttura affinché in futuro la Tirol Werbung (TW), l'Alto Adige Marketing (SMG) e l'Azienda per la Promozione turistica del Trentino possano collaborare e promuovere congiuntamente l'Alto Adige, il Trentino e il Tirolo come meta turistica, a partire dai Paesi d'oltreoceano;
2. ad avviare la creazione di un nuovo marchio che promuova in futuro l'Alto Adige, il Trentino e il Tirolo come regione nel cuore delle Alpi orientali, nonché regioni della natura, della cultura, dello sport e della salute nonché del patrimonio storico."

Es wird bekundet, dass die Landtage von Südtirol, Tirol und dem Trentino diesen Beschluss Nr. 14 in der gemeinsamen Sitzung vom 28. Oktober 2014 in Schwaz einstimmig gefasst haben.

Si attesta che le assemblee legislative della Provincia autonoma di Bolzano, del Land Tirol e della Provincia autonoma di Trento hanno adottato, nella seduta congiunta del 28 ottobre 2014 a Schwaz, la presente deliberazione n. 14 all'unanimità.

DER PRÄSIDENT
DES TIROLER LANDTAGES

IL PRESIDENTE DELLA
DIETA REGIONALE DEL TIROLO

DDr. Herwig VAN STAA



DER PRÄSIDENT
DES SÜDTIROLER LANDTAGES

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO
DELLA PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO

dott. Thomas WIDMANN



DER PRÄSIDENT
DES TRENTINER LANDTAGES

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO
DELLA PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Bruno DORIGATTI

