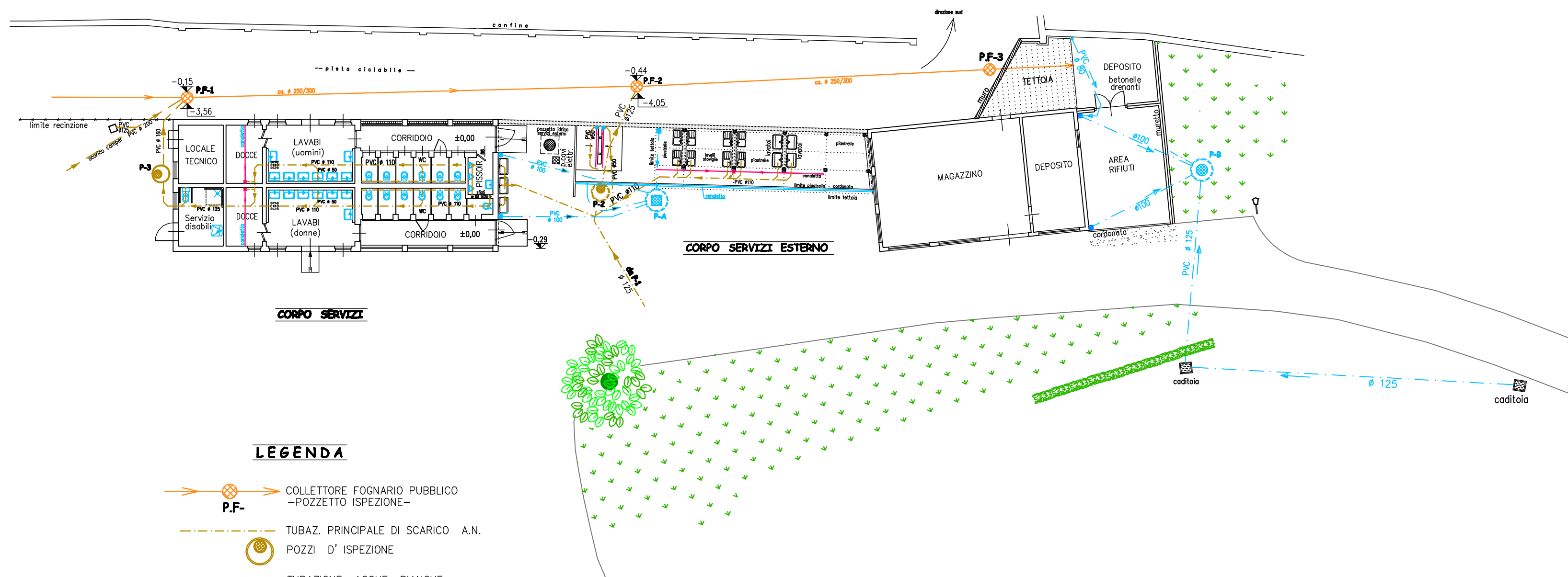


PIANO TERRENO

1 : 200



LEGENDA

- COLLETTORE FOGNARIO PUBBLICO
-POZZETTO ISPEZIONE-
- TUBAZ. PRINCIPALE DI SCARICO A.N.
- POZZI D' ISPEZIONE
- TUBAZIONE ACQUE BIANCHE
- POZZI PERDENTI
- CANALETTE CON POZZETTO DI SCARICO
- POZZETTO ACQUE BIANCHE
- QUOTA RIFERIMENTO CALPESTIO
- QUOTA DI FONDO-SCORRIMENTO

Geometra
Gianfranco Izzo

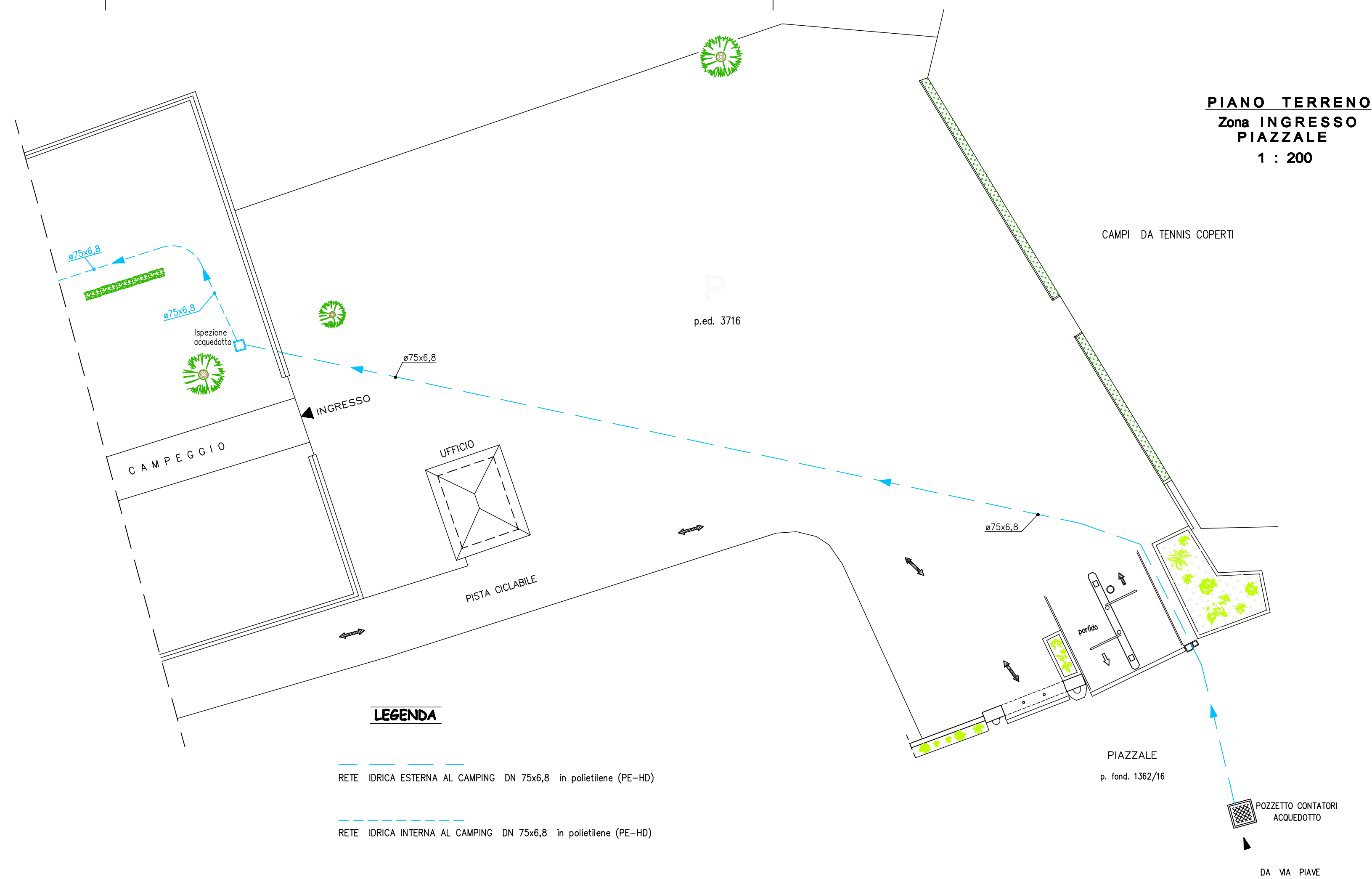
Studio Tecnico
Technisches Büro

39012 MERANO - MERAN
Via Grammayr - Str. n° 37
Telef. + Fax 0473 / 237444

COMUNE di MERANO

CAMPING MERANO Via Piave n°48
p. ed. 3717, 3720, 3721, 3722, 3723 - P.T. 611/ II - C.C. Maia

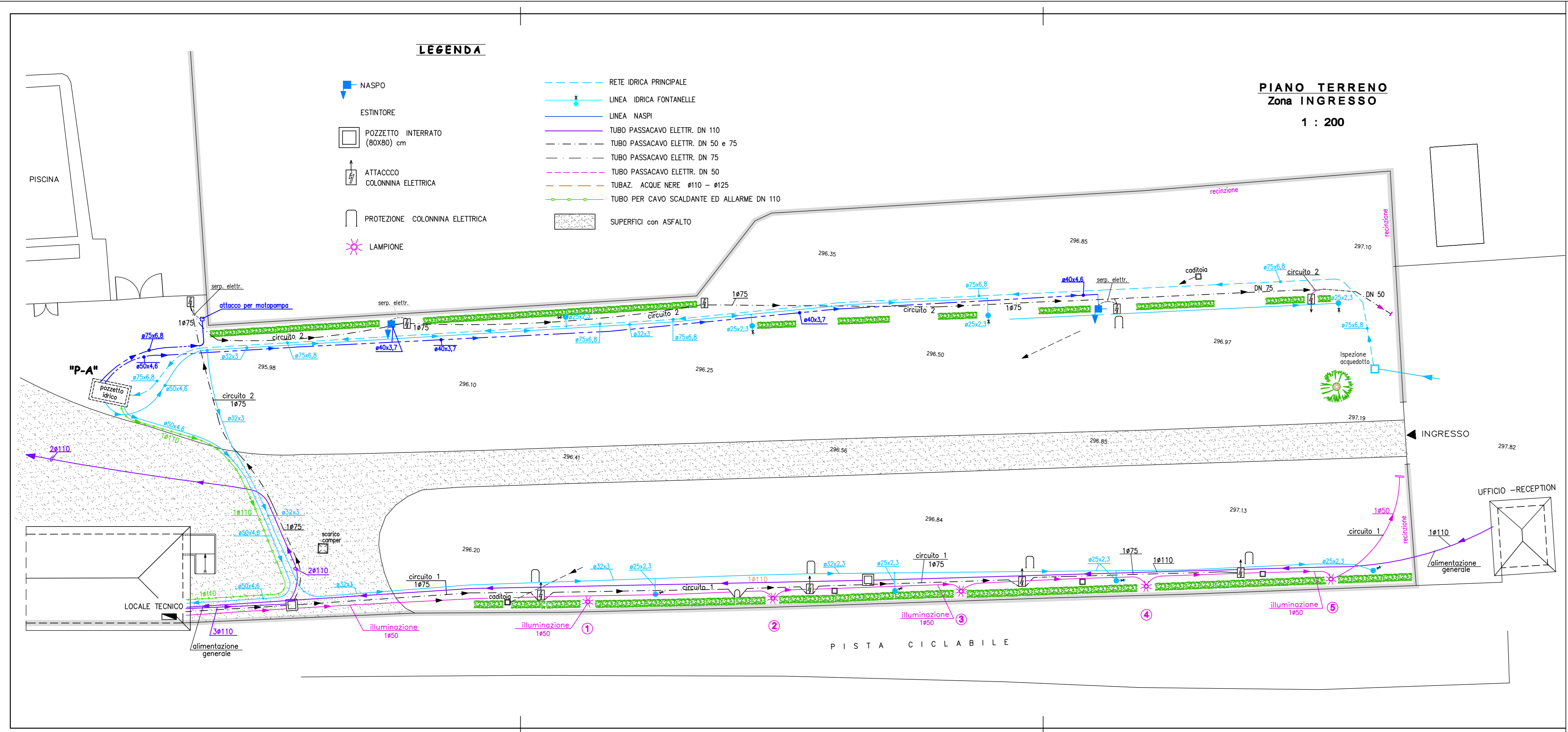
PROGETTO	PROGETTO di ALLACCIAMENTO ALLA RETE FOGNARIA PUBBLICA DISTRIBUZIONE ACQUE BIANCHE	
CONTENUTO	GRUPPO SERVIZI INTERNO / ESTERNO	Scala 1 : 200
PROPRIETARIO	COMUNE di MERANO	
RICHIEDENTE	AZIENDA di CURA, SOGGIORNO e TURISMO	
PROGETTISTA	COLLEGIO DEI GEOMETRI E GEOMETRI LAUREATI DELLA PROVINCIA DI BOLZANO Geometra GIANFRANCO IZZO Geometra 657 (Stampa e firma)	
Data	Merano, li 10-05-2010	



COMUNE di MERANO

CAMPING MERANO Via Piave-Str. nr. 48
p.ed.-B.P. 3716, 3717, p.l.-G.P. 1362/16 - C.C. Maia - K.G. Mais

<u>PROGETTO</u>	<u>SOSTITUZIONE RETE IDRICA PRNCIAPLE</u>	
<u>CONTENUTO</u>	<u>PIANTA ZONA INGRESSO</u>	Scala 1:200 Tavola 1
<u>PROPRIETARIO</u>	<u>COMUNE di MERANO</u>	
<u>RICHIEDENTE</u>	<u>AZIENDA di SOGGIORNO</u>	
<u>PROGETTISTA</u>	<p style="text-align: right;">COLLEGIO DEI GEOMETRI E GEOMETRI LAUREATI DELLA PROVINCIA DI BOLZANO</p> <p style="text-align: right;">Geometra GIANFRANCO IZZO Geometra 657</p> <p style="text-align: right;">KOLLEGIUM DER GEOMETRER UND ARCHITECTEN IN DER PROVINZ BOZEN SÜDTIROL</p>	
Data	Merano, li 20-01-2013	



COMUNE di MERANO



CAMPING MERANO Via Piave-Str. nr. 48 p.ed.-B.P. 3716, 3717, p.f.-G.P. 1362/16 - C.C. Maia - K.G. Mais	
PROGETTO	INSTALLAZIONE E SOSTITUZIONE DI COLONNINE ELETTRICHE INCLUSA NUOVA RETE INTERRATA DI DISTRIBUZIONE
CONTENUTO	PIANTA ZONA INGRESSO Scala 1:200
PROPRIETARIO	COMUNE di MERANO
RICHIEDENTE	AZIENDA di SOGGIORNO
PROGETTISTA	<div style="text-align: right;">  Geometra GIANFRANCO IZZO Geometra n° 657 </div>
Data	Merano, li 28-11-2014

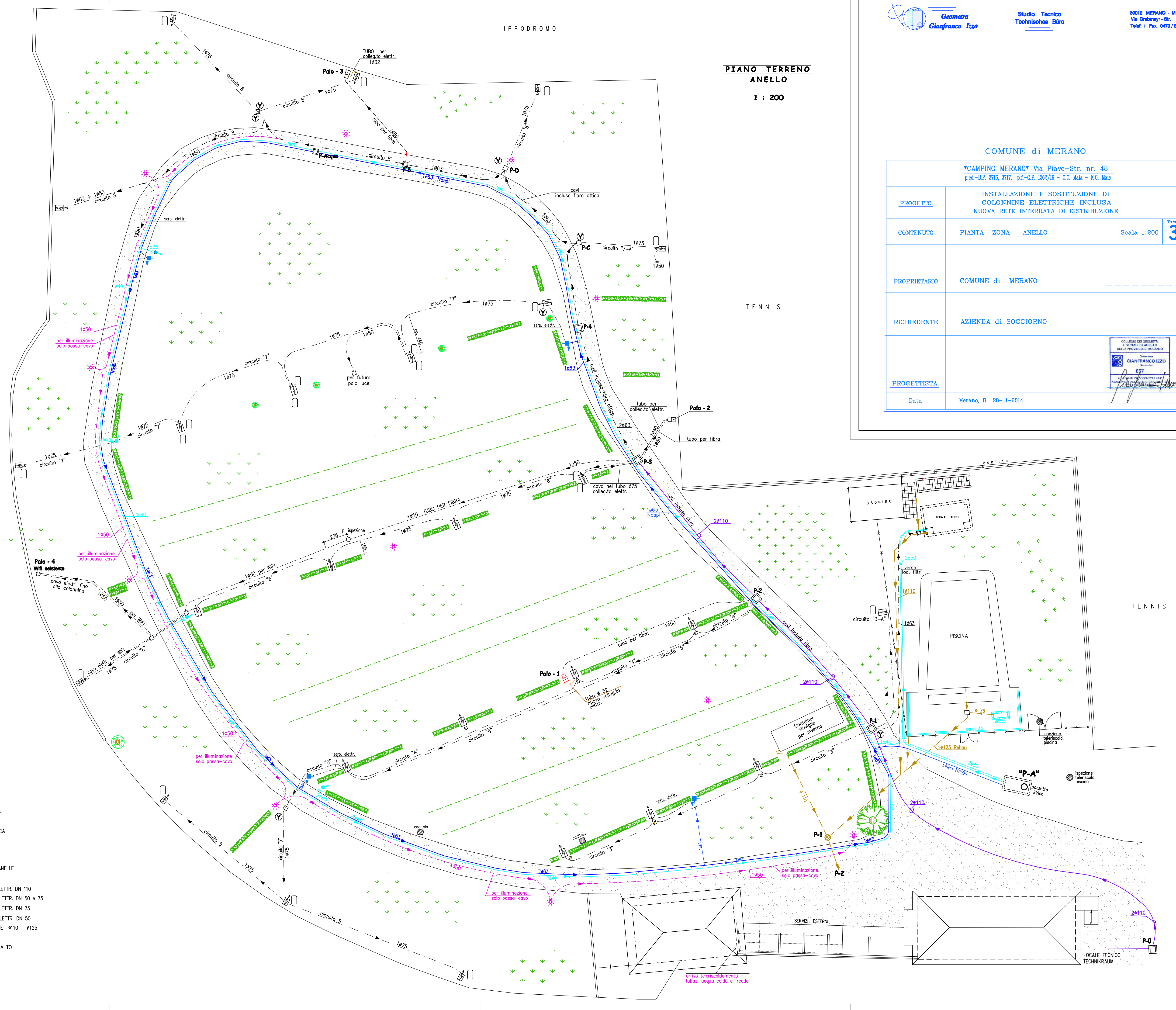
Tavola
2

PIANO TERRENO
ANELLO
1 : 200
















COMUNE di MERANO

CAMPING MERANO Via Piave-Str. nr. 48
p.ed.-B.P. 3716, 3717, p.I.-G.P. 1382/16 - C.C. Maia - K.G. Mais

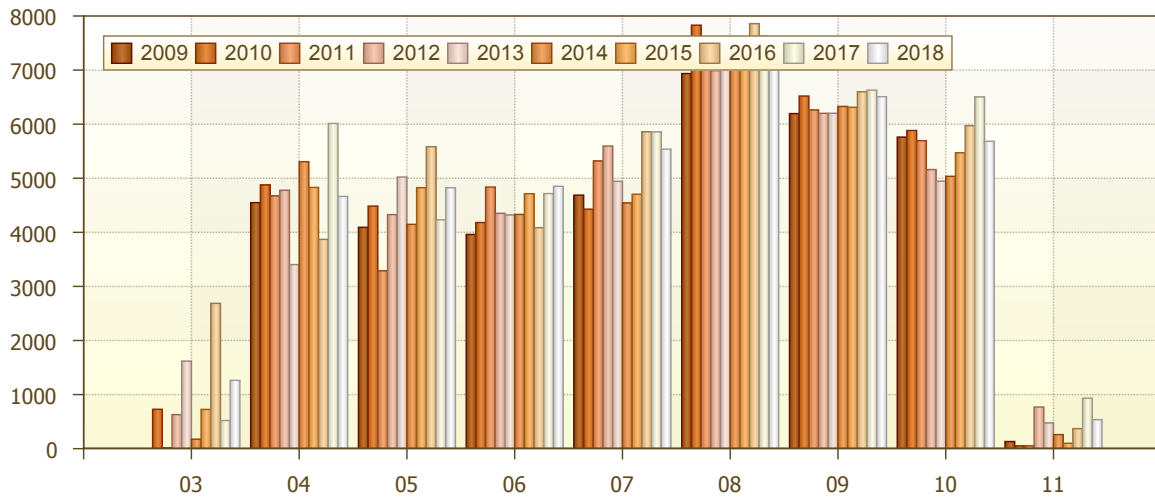
PROGETTO	INSTALLAZIONE E SOSTITUZIONE DI COLONNINE ELETTRICHE INCLUSA NUOVA RETE INTERRATA DI DISTRIBUZIONE	
CONTENUTO	PIANTA ZONA ANELLO	Tavola 3 Scala 1:200
PROPRIETARIO	COMUNE di MERANO	
RICHIEDENTE	AZIENDA di SOGGIORNO	
PROGETTISTA	 COLLEGGIO DEI GEOMETRI E GEOMETRI LAUREATI DELLA PROVINCIA DI BOLZANO Geometra GIANFRANCO IZZO n. 657 Data Merano, 11-28-2014	



LEGENDA

-  NASPO
-  ESTINTORE
-  POZZETTO INTERRATO (80X80) cm
-  POZZETTO INTERRATO (40X40) cm
-  ATTACCO COLONNINA ELETTRICA
-  MUFFOLA PER COLLEGAMENTO CAVI
-  PROTEZIONE COLONNINA ELETTRICA
-  LAMPIONE
-  LINEA IDRICA FONTANELLE
-  LINEA NASPI
-  TUBO PASSACAVO ELETTR. DN 110
-  TUBO PASSACAVO ELETTR. DN 50 e 75
-  TUBO PASSACAVO ELETTR. DN 75
-  TUBO PASSACAVO ELETTR. DN 50
-  TUBAZ. ACQUE NERE Ø110 - Ø125
-  SUPERFICI con ASFALTO

185 - Camping Meran



Nächtigungen pro Monat mit Vorjahresvergleich
Pernottamenti per mese con paragone anno precedente

		Ankünfte	%	Nächtigungen	%	Aufenthaltsdauer	Betten	Auslastung %	Tag
März	2018	536	3,31	1.263	3,07	2,4	300	13,6	4,2
	2017	222	1,39	520	1,21	2,3	300	5,6	1,7
	2016	835	5,31	2.687	6,27	3,2	300	28,9	9,0
	2015	308	2,16	726	1,86	2,4	300	7,8	2,4
	2014	104	0,78	175	0,47	1,7	300	1,9	0,6
	2013	546	4,09	1.619	4,26	3,0	300	17,4	5,4
	2012	273	2,05	629	1,62	2,3	300	6,8	2,1
	2011	15	0,12	15	0,04	1,0	350	0,1	0,0
	2010	277	2,09	728	1,87	2,6	350	6,7	2,1
	2009	0	0,00	0	0,00	0,0	350	0,0	0,0
April	2018	1.555	9,59	4.664	11,34	3,0	300	51,8	15,5
	2017	1.781	11,13	6.013	13,97	3,4	300	66,8	20,0
	2016	1.366	8,68	3.870	9,02	2,8	300	43,0	12,9
	2015	1.512	10,59	4.831	12,37	3,2	300	53,7	16,1
	2014	1.572	11,85	5.306	14,21	3,4	300	59,0	17,7
	2013	1.052	7,88	3.403	8,95	3,2	300	37,8	11,3
	2012	1.314	9,87	4.778	12,31	3,6	300	53,1	15,9
	2011	1.352	10,39	4.674	12,40	3,5	350	44,5	13,4
	2010	1.330	10,03	4.876	12,51	3,7	350	46,4	13,9
	2009	1.314	10,05	4.549	12,53	3,5	350	43,3	13,0
Mai	2018	2.003	12,36	4.825	11,73	2,4	300	51,9	16,1
	2017	1.513	9,46	4.231	9,83	2,8	300	45,5	14,1
	2016	1.951	12,40	5.583	13,02	2,9	300	60,0	18,6
	2015	1.793	12,56	4.826	12,35	2,7	300	51,9	16,1
	2014	1.434	10,81	4.148	11,11	2,9	300	44,6	13,8
	2013	1.771	13,26	5.023	13,21	2,8	300	54,0	16,7
	2012	1.393	10,47	4.328	11,15	3,1	300	46,5	14,4
	2011	1.116	8,57	3.288	8,72	2,9	300	35,4	11,0

* inoffizielle Daten - die offiziellen Daten werden vom ASTAT bekannt gegeben. / dati non ufficiali - i dati ufficiali sono quelli pubblicati dall'ASTAT.








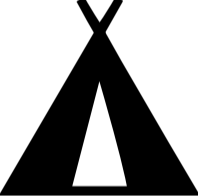





		Ankünfte	%	Nächtigungen	%	Aufenthaltsdauer	Betten	Auslastung % Tage	
Mai	2010	1.598	12,05	4.484	11,50	2,8	350	41,3	12,8
	2009	1.605	12,27	4.093	11,27	2,6	350	37,7	11,7
Juni	2018	2.025	12,49	4.851	11,80	2,4	300	53,9	16,2
	2017	1.957	12,23	4.716	10,96	2,4	300	52,4	15,7
	2016	1.648	10,47	4.086	9,53	2,5	300	45,4	13,6
	2015	1.773	12,42	4.714	12,07	2,7	300	52,4	15,7
	2014	1.575	11,87	4.331	11,60	2,7	300	48,1	14,4
	2013	1.463	10,95	4.321	11,36	3,0	300	48,0	14,4
	2012	1.567	11,77	4.351	11,21	2,8	300	48,3	14,5
	2011	1.786	13,72	4.837	12,83	2,7	300	53,7	16,1
	2010	1.385	10,45	4.181	10,73	3,0	350	39,8	11,9
	2009	1.529	11,69	3.961	10,91	2,6	350	37,7	11,3
Juli	2018	2.461	15,18	5.538	13,47	2,3	300	59,5	18,5
	2017	2.486	15,54	5.857	13,61	2,4	300	63,0	19,5
	2016	2.532	16,09	5.859	13,66	2,3	300	63,0	19,5
	2015	1.976	13,84	4.704	12,04	2,4	300	50,6	15,7
	2014	1.909	14,38	4.543	12,17	2,4	300	48,8	15,1
	2013	2.102	15,74	4.943	13,00	2,4	300	53,2	16,5
	2012	2.137	16,06	5.595	14,42	2,6	300	60,2	18,7
	2011	2.177	16,73	5.319	14,11	2,4	300	57,2	17,7
	2010	1.785	13,46	4.428	11,36	2,5	350	40,8	12,7
	2009	1.908	14,59	4.688	12,91	2,5	350	43,2	13,4
August	2018	3.163	19,52	7.253	17,64	2,3	300	78,0	24,2
	2017	3.130	19,57	7.628	17,73	2,4	300	82,0	25,4
	2016	2.872	18,25	7.859	18,33	2,7	300	84,5	26,2
	2015	2.957	20,71	7.381	18,89	2,5	300	79,4	24,6
	2014	2.865	21,59	7.216	19,32	2,5	300	77,6	24,1
	2013	2.731	20,45	7.094	18,66	2,6	300	76,3	23,6
	2012	2.626	19,73	6.989	18,01	2,7	300	75,2	23,3
	2011	2.810	21,59	7.556	20,04	2,7	300	81,2	25,2
	2010	3.041	22,94	7.830	20,09	2,6	350	72,2	22,4
	2009	2.875	21,98	6.936	19,10	2,4	350	63,9	19,8
September	2018	2.230	13,76	6.508	15,83	2,9	300	72,3	21,7
	2017	2.385	14,91	6.629	15,40	2,8	300	73,7	22,1
	2016	2.340	14,87	6.600	15,39	2,8	300	73,3	22,0
	2015	2.137	14,96	6.312	16,16	3,0	300	70,1	21,0
	2014	2.055	15,48	6.328	16,95	3,1	300	70,3	21,1
	2013	1.862	13,94	6.201	16,31	3,3	300	68,9	20,7
	2012	2.044	15,36	6.201	15,98	3,0	300	68,9	20,7
	2011	2.011	15,45	6.262	16,61	3,1	300	69,6	20,9
	2010	1.989	15,00	6.520	16,73	3,3	350	62,1	18,6
	2009	2.185	16,71	6.196	17,06	2,8	350	59,0	17,7
Oktober	2018	1.989	12,27	5.683	13,82	2,9	300	61,1	18,9
	2017	2.144	13,40	6.504	15,11	3,0	300	69,9	21,7
	2016	2.037	12,95	5.972	13,93	2,9	300	64,2	19,9
	2015	1.797	12,58	5.471	14,01	3,0	300	58,8	18,2
	2014	1.690	12,73	5.036	13,49	3,0	300	54,2	16,8
	2013	1.646	12,32	4.946	13,01	3,0	300	53,2	16,5
	2012	1.613	12,12	5.161	13,30	3,2	300	55,5	17,2
	2011	1.732	13,31	5.694	15,10	3,3	300	61,2	19,0

* inoffizielle Daten - die offiziellen Daten werden vom ASTAT bekannt gegeben. / dati non ufficiali - i dati ufficiali sono quelli pubblicati dall'ASTAT.

		Ankünfte	%	Nächtigungen	%	Aufenthalts dauer	Betten	Auslastung % Tage	
Oktober	2010	1.836	13,85	5.883	15,09	3,2	350	54,2	16,8
	2009	1.622	12,40	5.761	15,86	3,6	350	53,1	16,5
November	2018	246	1,52	536	1,30	2,2	300	6,0	1,8
	2017	378	2,36	934	2,17	2,5	300	10,4	3,1
	2016	152	0,97	370	0,86	2,4	300	4,1	1,2
	2015	28	0,20	99	0,25	3,5	300	1,1	0,3
	2014	67	0,50	260	0,70	3,9	300	2,9	0,9
	2013	182	1,36	476	1,25	2,6	300	5,3	1,6
	2012	342	2,57	769	1,98	2,2	300	8,5	2,6
	2011	17	0,13	52	0,14	3,1	300	0,6	0,2
	2010	17	0,13	51	0,13	3,0	350	0,5	0,1
	2009	40	0,31	132	0,36	3,3	350	1,3	0,4
TOTALE	2018	16.208	100,00	41.121	100,00	2,5	300	49,8	137,1
	2017	15.996	100,00	43.032	100,00	2,7	300	52,2	143,4
	2016	15.733	100,00	42.886	100,00	2,7	300	52,0	143,0
	2015	14.281	100,00	39.064	100,00	2,7	300	47,4	130,2
	2014	13.271	100,00	37.343	100,00	2,8	300	45,3	124,5
	2013	13.355	100,00	38.026	100,00	2,8	300	46,1	126,8
	2012	13.309	100,00	38.801	100,00	2,9	300	47,0	129,3
	2011	13.016	100,00	37.697	100,00	2,9	311	44,1	121,2
	2010	13.258	100,00	38.981	100,00	2,9	350	40,5	111,4
	2009	13.078	100,00	36.316	100,00	2,8	350	37,7	103,8

* inoffizielle Daten - die offiziellen Daten werden vom ASTAT bekannt gegeben. / dati non ufficiali - i dati ufficiali sono quelli pubblicati dall'ASTAT.

CAMPING 2019

	28.03.-12.04.2019 13.05.-24.05.2019 12.06.-14.07.2019 21.10.-04.11.2019	12.04.-13.05.2019 24.05.-12.06.2019 14.07.-21.10.2019
	€ 9,00	€ 10,00
 4-13	€ 5,00	€ 5,00
	€ 4,50	€ 4,50
	€ 4,50	€ 4,50
	€ 11,00	€ 13,00
	€ 9,00	€ 10,00
 >7m	€ 14,00	€ 14,00
	€ 5,00	€ 6,50
	€ 4,00	€ 4,00
 220	€ 3,00	€ 3,00
	€ 3,00	€ 3,00
	€ 9,00	€ 9,00
	incl.	incl.

Aufschlag von 10% für nur 1 Übernachtung · Ermäßigung von 10% ab 14 Tage Aufenthalt
Maggiorazioni del 10% per un solo pernottamento · Riduzione del 10% dopo 14 giorni di soggiorno
The daily rates are subject to a 10% increase for a stay of only one night · 10% discount for stays of more than 14 nights
Augmentation de 10% pour une seule nuit · Réduction de 10% pour un séjour supérieur à 14 nuits

Zuzüglich Ortstaxe von € 1,15 pro Gast und Nächtigung (ab 01.01.2020: € 1,35). Kinder und Jugendliche unter 14 Jahren sind von der Ortstaxe befreit.
Più imposta di soggiorno di € 1,15 a persona e notte (dal 01.01.2020: € 1,35). Bambini e giovani sotto i 14 anni sono esclusi.
Plus local tax of € 1,15 per person and night (from 01.01.2020: € 1,35). Children up to the age of 14 are exempt from the local tax.
À ajouter la taxe de séjour de € 1,15 par personne et par nuit (dès 01.01.2020: € 1,35). Les enfants jusqu'à l'âge de 14 ans sont exonérés de la taxe.

WINTERSAISON · STAGIONE INVERNALE · WINTER SEASON · SAISON HIVERNALE
28.11.2019-07.01.2020

 +  **€ 28,00** +  **€ 10,00**
+  **€ 5,00**

merano

BRAND MANUAL

ELEMENTI BASE

IL MARCHIO MERANO



L'IDENTITÀ DEL MARCHIO MERANO



IL NUCLEO DEL MARCHIO

Merano è una simbiosi ricca di contrasti: alpino e mediterraneo, naturalezza e affidabilità, natura e cultura* – il tutto su piccola scala e con una qualità e concentrazione fuori dal comune. Merano sta per una nuova accezione di lusso: post materiale, autentico e sostenibile. Questo è ciò che noi definiamo ...

NUOVO LUSO

* estratto dalla strategia del marchio Südtirol

LUSSO TRADIZIONALE



NUOVO LUSSO

MATERIALE	----->	IMMATERIALE
CONSUMO	----->	TEMPO
PIÙ VELOCE, PIÙ GRANDE, PIÙ AVANTI	----->	TRANQUILLITÀ
POSSEDERE	----->	VIVERE
AUTORAPPRESENTAZIONE	----->	AUTOREALIZZAZIONE
EGOISMO	----->	SOLIDARIETÀ
STATUS	----->	LIBERTÀ
ESCLUSIVO	----->	ACCESSIBILE
COSTOSO	----->	IMPAGABILE



ASPETTO DEL MARCHIO #1

BELLEZZA RAFFINATA

La storica città termale affascina con la sua bellezza raffinata, fatta di eleganza e leggerezza, stile e carattere. Nell'armonia fra storia e spirito contemporaneo, lo stile liberty incontra l'architettura di tendenza, l'artigianato incontra l'arte moderna, la musica classica incontra il vino nuovo. Merano è il luogo del tempo per sé. È fonte d'ispirazione. È delizia per tutti i sensi.



ASPETTO DEL MARCHIO #2

RICCHEZZA DI ESPERIENZE

Passeggiare, seguire il corso del Passirio, concedersi una sosta, ascoltare l'acqua, ammirare lo scenario delle montagne, sorseggiare un aperitivo e rilassarsi. Avere tempo, non cercare nulla, trovare cose belle, scoprire cose nuove, all'ombra dei Portici, nei negozi, nelle gallerie, a un concerto. Vivere la voglia di montagna, d'estate, d'inverno. Il corpo e la mente sono in sintonia. Merano offre una varietà unica e molteplici esperienze indimenticabili.



ASPETTODEL MARCHIO #3

CONTRO CORRENTE

Solo chi nuota contro corrente raggiunge la fonte. Siamo orgogliosi della nostra storia, ma vogliamo plasmare il futuro. Ci reinventiamo, ma restiamo fedeli a noi stessi. Siamo cosmopoliti, ma andiamo comunque per la nostra strada. Ci concentriamo sull'essenziale, siamo creativi, siamo coraggiosi – noi siamo Merano.

C O R P O R A T E D E S I G N
E L E M E N T I B A S E

Marchio

Il nuovo logo studiato per Merano è scritto in minuscolo con lo scopo di suscitare un maggiore effetto sui concetti di valore, tranquillità e signorilità.

Al contrario delle maiuscole, le lettere minuscole hanno un carattere individuale più pronunciato ed esprimono maggiore raffinatezza nei dettagli: entrambi sono tratti che caratterizzano fortemente Merano.

La denominazione bilingue Merano/Meran è evidenziata dalla “o” posta come apice e sottolineata. La doppia denominazione diventa elemento sostanziale del marchio.

Il carattere utilizzato è il Südtirol Next Regular, appartenente alla famiglia tipografica del marchio ombrello Südtirol.

merano

Colori del logo

Il logo è disponibile in nero e in bianco. Principalmente viene utilizzata la versione positiva, con scritta in nero, poiché nel corporate design si fa ampio uso di sfondo bianco.

Il logo negativo, con scritta in bianco, viene utilizzato quando è richiesto dallo sfondo, per esempio su foto scure.



merano

Logo positivo



Logo negativo

Area di rispetto e dimensione minima

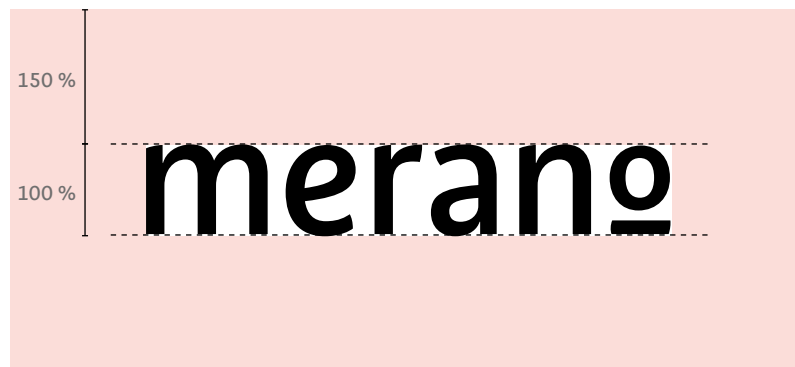
AREA DI RISPETTO

Attorno al logo è prevista un'area di rispetto del 150% rispetto all'altezza della scritta.

Vale per la distanza dai testi, dalle grafiche e specialmente da altri loghi.

DIMENSIONE MINIMA

stampa: 12 mm di larghezza
digitale: 110 px (55 px Retina)



Area di rispetto
cornice del 150% dell'altezza

Color-Code



ISPIRAZIONE

La gamma di colori è composta da cinque tinte dall'uguale importanza. Si ispirano all'architettura e alla natura di Merano: la luce del sole, le facciate della città, il cielo azzurro, l'aria pura delle montagne, la ricca vegetazione.

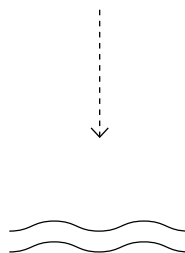
Tutti i colori di Merano possono essere utilizzati con gradazioni all'80% e al 60%.

GIALLO	OCRA	BLU PASTELLO	VERDE SALVIA	ROSÉ
Pantone 107 C Pantone 107 U CMYK C+U 0 0 100 0 RGB 255 237 0 Hex #FFED00	Pantone 7751 C Pantone 458 U CMYK C 0 10 75 20 CMYK U 0 10 80 10 RGB 218 191 74 Hex #DABF4A	Pantone 277 C Pantone 277 U CMYK C+U 35 100 0 0 RGB 175 208 239 Hex #AFD0EF	Pantone 2246 U Pantone 2246 C CMYK C+U 40 0 35 0 RGB 167 212 185 Hex #A7D4B9	Pantone 2337 C Pantone 2337 U CMYK C+U 0 35 25 0 RGB 247 188 179 Hex #F7BCB3
80%	80%	80%	80%	80%
60%	60%	60%	60%	60%

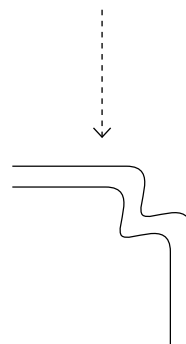
Elementi grafici: ispirazione

Gli elementi di design grafico possono essere applicati al corporate design in vari modi, per esempio in forma ripetuta su tutta la superficie o come un singolo elemento con riferimento tematico alle immagini o al contenuto del testo.

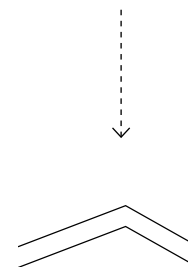
Così come il codice colore, anche gli elementi grafici prendono spunto dalla natura e dalla cultura della nostra città: il Passirio, le panchine meranesi e il panorama delle vette montane.



acqua, wellness, piacere
-
Passirio



città, architettura, cultura
-
panchine meranesi

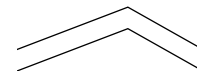
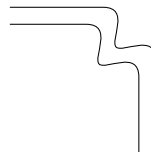


paesaggio, panorama,
passeggiate
-
montagne

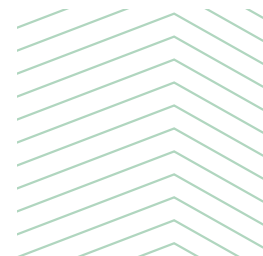
Elementi grafici: varianti

Gli elementi possono essere utilizzati singolarmente sia in nero/bianco sia con le tinte dei Color-Code.

Possono inoltre essere usati in forma ripetuta, anche in questo caso in nero/bianco o con i colori di Merano.

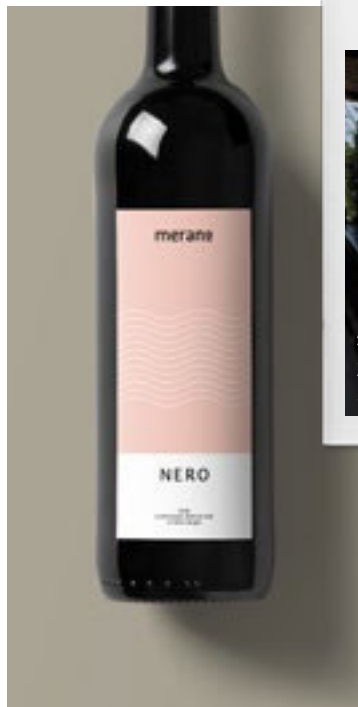


Elemento singolo



Elemento in forma ripetuta

Elementi grafici: applicazione



In forma ripetuta nel packaging



Elemento grafico sulla copertina



In forma ripetuta nel packaging



In forma ripetuta sulla cartolina

Il nostro carattere

SÜDTIROL NEXT

Il Südtirol Next è uno sviluppo del Südtirol Pro. È più semplice e chiaro del Südtirol Pro ed è adatto sia per i titoli (headline) sia per i testi.

Il font Südtirol Pro non è utilizzato nel corporate design di Merano.

SÜDTIROL NEXT

A Ä B C D E F G H I J K L M N O Ö P Q R S T U
Ü V W X Y Z a ä b c d e f g h i j k l m n o ö p q r
s ß t u ü v w x y z . ,
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 + - - : ; * # < >

SÜDTIROL NEXT

Una caratteristica speciale dei titoli (headline) è la sottolineatura di singole lettere. Per garantire sempre le stesse proporzioni della sottolineatura, per Merano esiste una versione del font Südtirol Next con una sottolineatura definita, il Südtirol Next Merano.

Vengono sottolineate tutte le vocali eccetto la “i”. La “i”, infatti, è troppo stretta per garantire una sottolineatura armoniosa.

abbiamo tempo

Esempio titolo (headline)

a e o u

Sottolineatura delle vocali

Merchandise



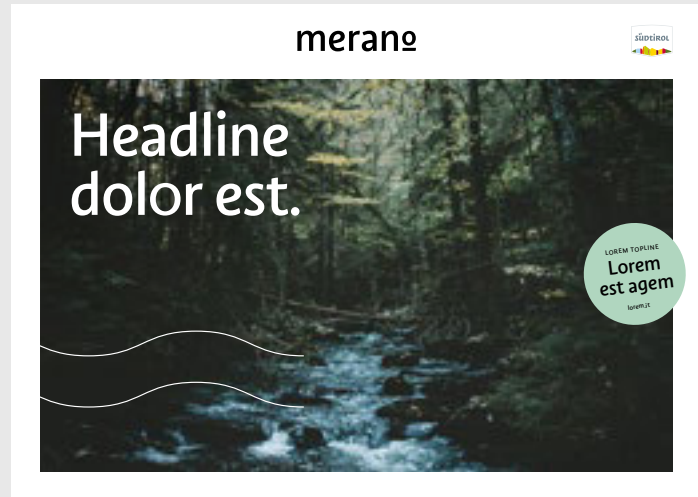
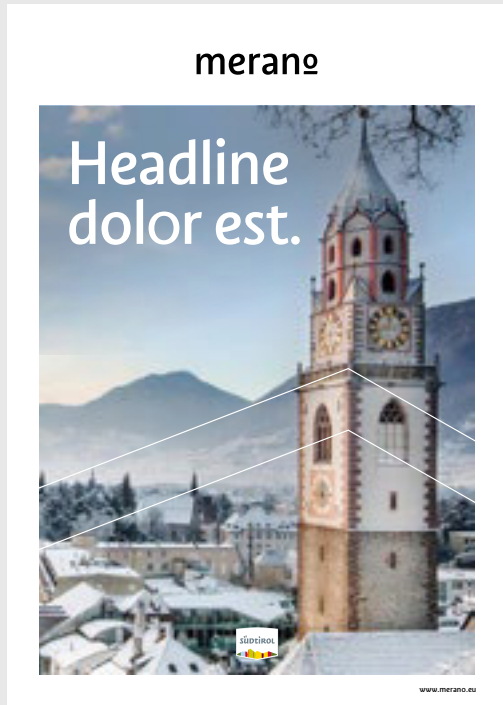
PRINT

Manifesti

Principi di realizzazione con immagini a tutto campo:

- logo nella versione nera, centrato in alto
- headline/titolo: solo una lettera sottolineata
- immagine a tutto campo
- elemento grafico Merano
- in caso di etichetta (tondino) di richiamo: massimo un colore della paletta Merano
- headline/titoli bianchi o neri
- co-branding con il marchio Südtirol





PRINT

Editorial

Principi di realizzazione:

- logo in alto centrato
- passepartout sotto al titolo
- elemento grafico Merano
- in caso di etichetta (tondino) di richiamo: massimo un colore della paletta Merano
- headline/titoli bianchi, neri o nei colori di Merano su motivo bianco-nero
- co-branding con il marchio Südtirol
- interno: colori Merano come sfondo
- elementi Merano come separatori, icone, ecc.
- in parte passepartout attorno alle immagini



Out of home



CO - B R A N D I N G

Posizione del logo

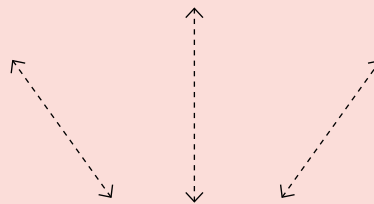
POSIZIONAMENTO

Il logo viene posizionato sulla stessa linea del logo del partner: orizzontale, verticale oppure nell'angolo diagonale opposto. Qualora ciò non fosse possibile, il logo può essere posizionato diversamente – a patto che non perda la sua preminenza.

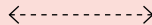
merano

merano

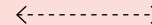
merano



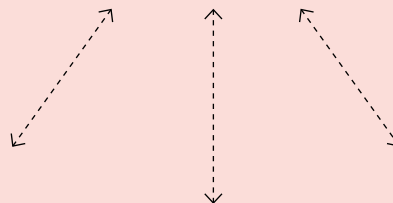
merano



logo del
partner



merano



merano

merano

merano

Dimensione del logo

DIMENSIONE DEL LOGO

La larghezza del logo Merano corrisponde ca. all'80% della dimensione ovvero dell'estensione ottica del logo del partner. A seconda della forma del logo del partner vale quanto segue:

LOGO DEL PARTNER FORMATO

ORIZZONTALE:

- ca. 80% della larghezza

LOGO DEL PARTNER FORMATO

QUADRATO:

- ca. 80% della larghezza / altezza

LOGO DEL PARTNER FORMATO

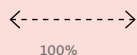
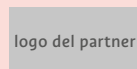
VERTICALE:

- ca. 80% dell'altezza

Poiché i loghi dei partner possono avere forme molto diverse, va considerata soprattutto una valutazione ottica di cosa corrisponda all'80%.

Il logo non deve rimanere al di sotto della dimensione minima.

Forma del logo del partner



Larghezza logo Merano

merano



Logo nel formato orizzontale
80% della larghezza = larghezza del logo Merano

merano



Logo quadrato
80% della larghezza / altezza = larghezza del logo Merano

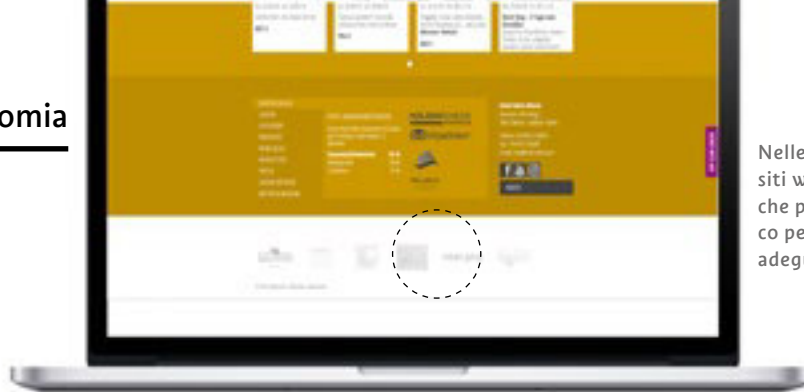
merano



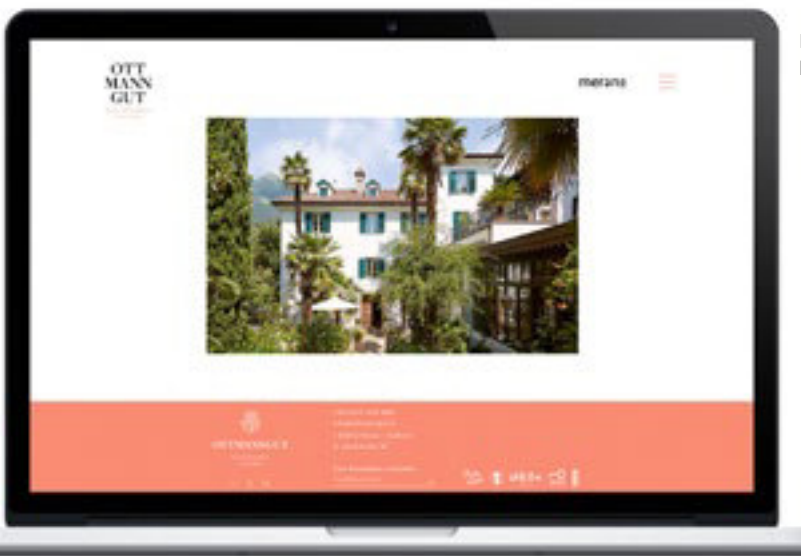
Logo in formato verticale
80% dell'altezza = larghezza del logo Merano

CO-BRANDING

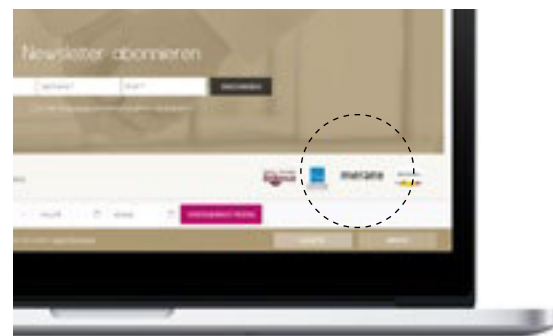
Strutture alberghiere, gastronomia



Nelle barre degli sponsor sui siti web e sui pannelli sponsor che prevedono un colore unico per tutti i loghi, il logo si adegua al colore scelto.



Logo Merano in asse con il logo partner.

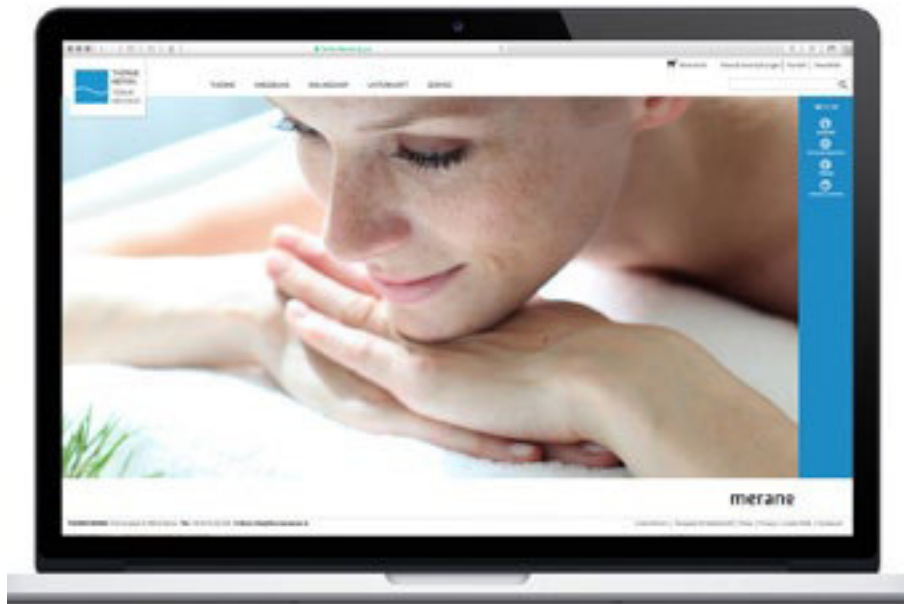


Se i loghi degli sponsor sono pubblicati nel loro colore originale, il logo Merano è nero (oppure bianco su sfondi scuri).

CO-BRANDING

Partner, cultura

Trauttmansdorff, musei,
Terme, Ippodromo di Merano, cultura,
istituzioni pubbliche ...





Definizione

Le manifestazioni dall'identità fortemente caratterizzante per Merano posseggono un proprio specifico logo.

Questo è bilingue (con l'eccezione del Flower Festival), tale da enfatizzare una specificità del territorio.

La forma principale del logo è quella qui esposta, con allineamento centrato.

merano

FLOWER  FESTIVAL

merano

DIENSTAGABEND  MARTEDÌ SERA

merano

TRAUBENFEST  FESTA DELL'UVA

merano

MERANER WEIHNACHT  MERCATINI DI NATALE

Utilizzo

Viene utilizzato
il logo principale
ogniqualevolta possibile

merano

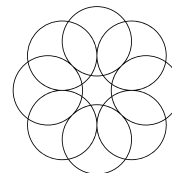
FLOWER  FESTIVAL

Loghi alternativi possono
essere usati in azioni come
sponsor, co-branding, piccoli
spazi etc.

 **merano**

FLOWER FESTIVAL

Icone disponibili per utilizzo
su supporti speciali, per
esempio merchandising



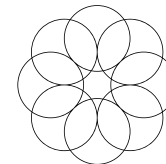
merano

FLOWER  FESTIVAL



merano

FLOWER FESTIVAL



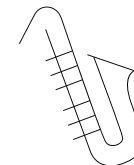
merano

DIENSTAGABEND  MARTEDÌSERA



merano

DIENSTAGABEND
MARTEDÌSERA



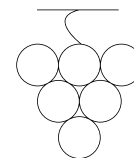
merano

TRAUBENFEST  FESTA DELL'UVA



merano

TRAUBENFEST
FESTA DELL'UVA



merano

MERANER WEIHNACHT  MERCATINI DI NATALE

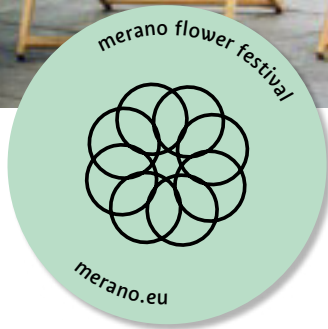
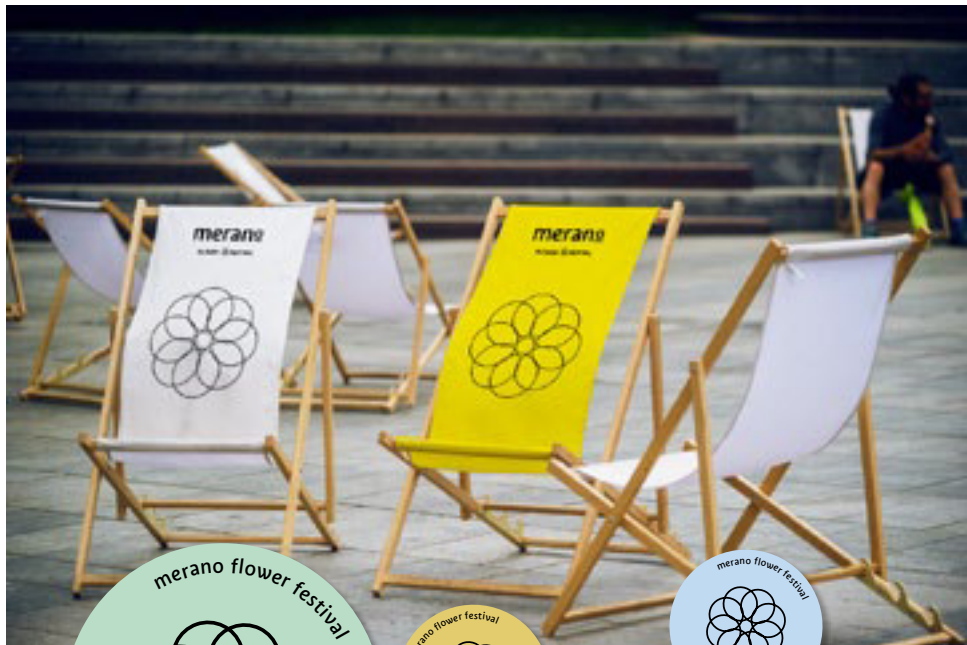


merano

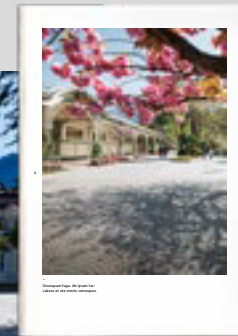
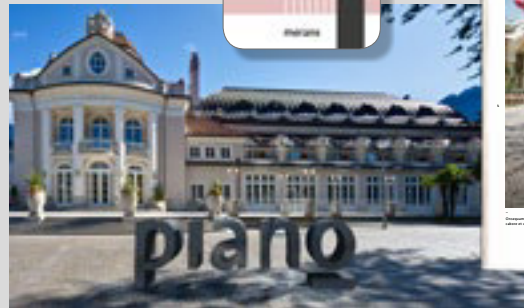
MERANER WEIHNACHT
MERCATINI DI NATALE



Esempi di utilizzo



merano



merano

Giugno 2019

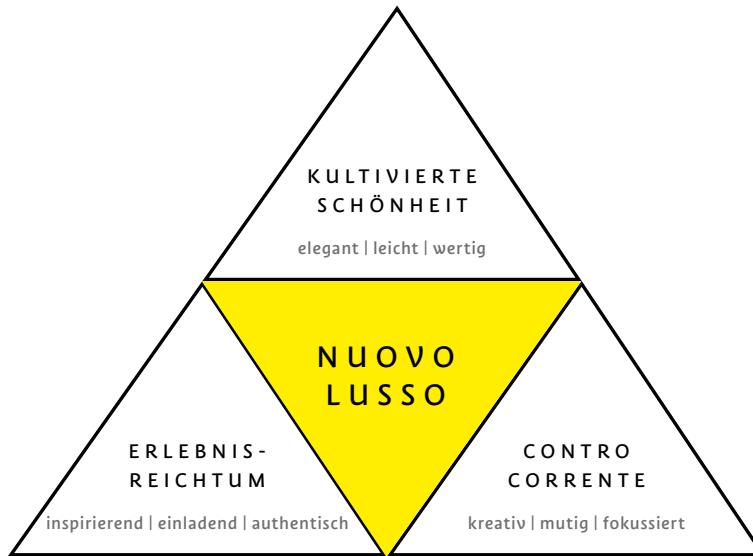
merano

BRAND MANUAL

BASISELEMENTE

Stand: Juni 2019

DIE MARKE MERAN



DIE IDENTITÄT DER MARKE MERAN



MARKENKERN

Meran ist die „kontrastreiche Symbiose aus alpin und mediterran, Spontaneität und Verlässlichkeit, Natur und Kultur“* – auf kleinstem Raum und in einer außergewöhnlichen Qualität und Intensität. Meran steht für ein neues Verständnis von Luxus: post-materiell, authentisch und nachhaltig. Das nennen wir ...

NUOVO LUSO

* Entlehnt aus Strategie Dachmarke Südtirol

HERKÖMMLICHER LUXUS



NUOVO LUSO

MATERIELL	----->	IMMATERIELL
KONSUM	----->	ZEIT
SCHNELLER, HÖHER, WEITER	----->	RUHE
BESITZEN	----->	ERLEBEN
SELBSTDARSTELLUNG	----->	SELBSTVERWIRKLICHUNG
EGOISMUS	----->	SINNSTIFTUNG
STATUS	----->	FREIHEIT
EXKLUSIV	----->	NAHBAR
TEUER	----->	UNBEZAHLBAR



MARKENFACETTE #1

KULTIVIERTE SCHÖNHEIT

Die historische Kurstadt fasziniert durch ihre kultivierte Schönheit geprägt von Eleganz und Leichtigkeit, Stil und Charakter. Im Spannungsfeld von Zeitgeist und Zeitlosigkeit trifft Belle Epoque auf zeitgenössische Architektur, Kunsthandwerk auf moderne Kunst – klassische Musik auf neuen Wein. Meran ist ein Ort der Muße. Ein Quell der Inspiration. Ein Genuss für alle Sinne.



MARKENFACETTE #2

ERLEBNISREICHTUM

Flanieren, dem Lauf der Passer folgen, spontan verweilen, dem Wasser lauschen, die Kulisse der Berge bewundern, Aperitivo und entspannt sein. Zeit haben, nichts suchen, Schönes finden, Neues entdecken, im Schatten der Lauben, in Geschäften, in Galerien, im Konzert. Berglust leben, Sommer, Winter, hoch hinaus. Körper und Geist im Einklang. Meran bietet eine einmalige Vielfalt und Qualität an unvergesslichen Erlebnissen.



MARKENFACETTE #3

CONTRO CORRENTE

Nur wer gegen den Strom schwimmt, findet die Quelle. Wir sind stolz auf unsere Geschichte, aber wir wollen die Zukunft gestalten. Wir erfinden uns neu, aber wir bleiben uns treu. Wir sind weltoffen und liberal, aber gehen trotzdem unseren eigenen Weg. Wir fokussieren uns, wir sind kreativ, wir sind mutig – wir sind Meran.

CORPORATE DESIGN BASISELEMENTE

Markenzeichen

Das neue Logo für Meran ist kleingeschrieben, um eine größere Wirkung zu entfalten: Wertigkeit, Ruhe und Souveränität.

Kleinbuchstaben haben gegenüber Großbuchstaben einen ausgeprägteren individuellen Charakter und mehr Raffinesse im Detail – beides starke Merkmale Merans.

Die Zweisprachigkeit Meran / Merano wird betont, indem das „o“ hochgestellt und unterstrichen ist. So wird die doppelte Bedeutung zum prägnanten Merkmal des Logos.

Die im Logo verwendete Schrift ist die Südtirol Next Regular, aus der Schriftenfamilie der Dachmarke Südtirol.



merano

Logofarben

Das Logo gibt es in schwarz und weiß. Hauptsächlich kommt das positive, schwarze Logo zum Einsatz, da im Corporate Design viel mit Weißraum gearbeitet wird.

Das negative, weiße Logo wird immer eingesetzt, wenn der Hintergrund es erfordert, beispielsweise auf dunklen Fotos.



merano

Logo positiv



Logo negativ

Schutzzone und Mindestgröße

SCHUTZZONE

Die Schutzzone beträgt umlaufend 150% der Höhe des Logos. Dies gilt für den Abstand des Pointers zu Text, Grafiken und insbesondere zu anderen Logos.

MINDESTGRÖSSE

print: 12 mm Breite

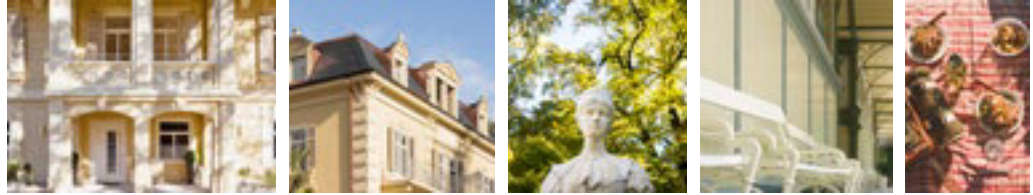
digital: 110 px (55 px Retina)



Schutzzone
umlaufend 150 % der Höhe

BASISELEMENTE

Color-Code



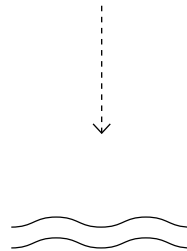
INSPIRATION

Die Farbpalette besteht aus fünf gleichgewichteten Farbtönen, die inspiriert sind von der Architektur und der Natur Merans: dem Sonnenlicht, den Fassaden der Stadt, dem blauen Himmel, der Frische der Berge, der reichen Botanik. Alle Farben können auch in Abstufungen von 80% und 60% eingesetzt werden.

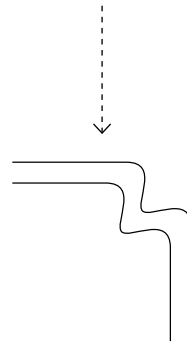
GELB	OCKER	PASTELLBLAU	SALBEIGRÜN	ROSÉ																																																				
<table><tr><td>Pantone</td><td>107 C</td></tr><tr><td>Pantone</td><td>107 U</td></tr><tr><td>CMYK C+U</td><td>0 0 100 0</td></tr><tr><td>RGB</td><td>255 237 0</td></tr><tr><td>Hex</td><td>#FFED00</td></tr></table>	Pantone	107 C	Pantone	107 U	CMYK C+U	0 0 100 0	RGB	255 237 0	Hex	#FFED00	<table><tr><td>Pantone</td><td>7751 C</td></tr><tr><td>Pantone</td><td>458 U</td></tr><tr><td>CMYK C</td><td>0 10 75 20</td></tr><tr><td>CMYK U</td><td>0 10 80 10</td></tr><tr><td>RGB</td><td>218 191 74</td></tr><tr><td>Hex</td><td>#DABF4A</td></tr></table>	Pantone	7751 C	Pantone	458 U	CMYK C	0 10 75 20	CMYK U	0 10 80 10	RGB	218 191 74	Hex	#DABF4A	<table><tr><td>Pantone</td><td>277 C</td></tr><tr><td>Pantone</td><td>277 U</td></tr><tr><td>CMYK C+U</td><td>35 100 0 0</td></tr><tr><td>RGB</td><td>175 208 239</td></tr><tr><td>Hex</td><td>#AFD0EF</td></tr></table>	Pantone	277 C	Pantone	277 U	CMYK C+U	35 100 0 0	RGB	175 208 239	Hex	#AFD0EF	<table><tr><td>Pantone</td><td>2246 U</td></tr><tr><td>Pantone</td><td>2246 C</td></tr><tr><td>CMYK C+U</td><td>40 0 35 0</td></tr><tr><td>RGB</td><td>167 212 185</td></tr><tr><td>Hex</td><td>#A7D4B9</td></tr></table>	Pantone	2246 U	Pantone	2246 C	CMYK C+U	40 0 35 0	RGB	167 212 185	Hex	#A7D4B9	<table><tr><td>Pantone</td><td>2337 C</td></tr><tr><td>Pantone</td><td>2337 U</td></tr><tr><td>CMYK C+U</td><td>0 35 25 0</td></tr><tr><td>RGB</td><td>247 188 179</td></tr><tr><td>Hex</td><td>#F7BCB3</td></tr></table>	Pantone	2337 C	Pantone	2337 U	CMYK C+U	0 35 25 0	RGB	247 188 179	Hex	#F7BCB3
Pantone	107 C																																																							
Pantone	107 U																																																							
CMYK C+U	0 0 100 0																																																							
RGB	255 237 0																																																							
Hex	#FFED00																																																							
Pantone	7751 C																																																							
Pantone	458 U																																																							
CMYK C	0 10 75 20																																																							
CMYK U	0 10 80 10																																																							
RGB	218 191 74																																																							
Hex	#DABF4A																																																							
Pantone	277 C																																																							
Pantone	277 U																																																							
CMYK C+U	35 100 0 0																																																							
RGB	175 208 239																																																							
Hex	#AFD0EF																																																							
Pantone	2246 U																																																							
Pantone	2246 C																																																							
CMYK C+U	40 0 35 0																																																							
RGB	167 212 185																																																							
Hex	#A7D4B9																																																							
Pantone	2337 C																																																							
Pantone	2337 U																																																							
CMYK C+U	0 35 25 0																																																							
RGB	247 188 179																																																							
Hex	#F7BCB3																																																							
80%	80%	80%	80%	80%																																																				
60%	60%	60%	60%	60%																																																				

Gestaltungselemente – Herleitung

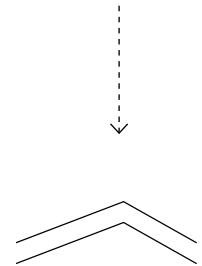
Die grafischen Gestaltungselemente können im Corporate Design auf vielfältige Weise zum Einsatz kommen, z.B. als vollflächiger Rapport (Muster) oder als einzelne fragile Elemente mit thematischem Bezug zu Bildern oder Textinhalten. Wie der Color-Code finden auch sie ihren Ursprung in der Natur und Kultur unserer Stadt: der Passer, der Meraner Bank und dem Panorama der Berge.



Wasser, Wellness, Genuss
–
Passer



Stadt, Architektur, Kultur
–
Meraner Bank



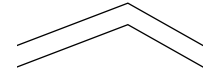
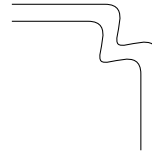
Landschaft, Aussicht, Wandern
–
Berge

Gestaltungselemente – Erscheinungsformen

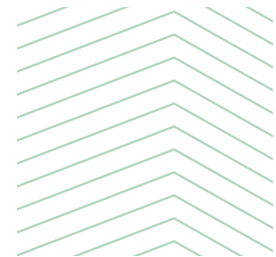
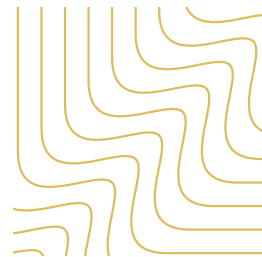
Die Elemente können in Schwarz-Weiß und in den Farben des Color-Codes umgesetzt werden.

In der Solo-Variante können sie freistehend oder im Anschnitt auf Bildern zum Einsatz kommen.

Als Rapport bilden sie flächige Muster



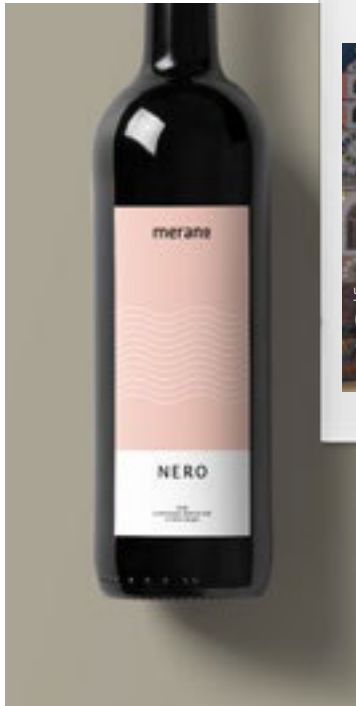
Solo-Element



Element als Rapport

Gestaltungselemente – Anwendung

Rapport als
Geschenkpapier



Solo-Element als
Cover-Grafik



Rapport im
Packaging



Rapport als Grußkarte

SÜDTIROL NEXT

Die Südtirol Next ist eine Weiterentwicklung der Südtirol Pro. Sie ist schlichter und klarer als die Südtirol Pro und sowohl als Headline- als auch als Leseschrift geeignet.

Der Font Südtirol Pro wird im Corporate Design Meran nicht verwendet.

SÜDTIROL NEXT

A Ä B C D E F G H I J K L M N O Ö P Q R S T U
Ü V W X Y Z a ä b c d e f g h i j k l m n o ö p q r
s ß t u ü v w x y z . ,
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 + - - : ; * # < >

SÜDTIROL NEXT

Eine Besonderheit bei Headlines ist die Unterstreichung einzelner Buchstaben. Um zu gewährleisten, dass die Unterstreichung immer die gleichen Proportionen hat, gibt es für Meran eine Version des Fonts Südtirol Next mit einer definierten Unterstreichung, die Südtirol Next Meran.

Alle Vokale außer dem „i“ werden unterstrichen. Das „i“ ist zu schmal für eine harmonisch wirkende Unterstreichung.

immer schön pianoo

beispielhafte Headline

a e o u

Unterstreichung der Vokale

Merchandise

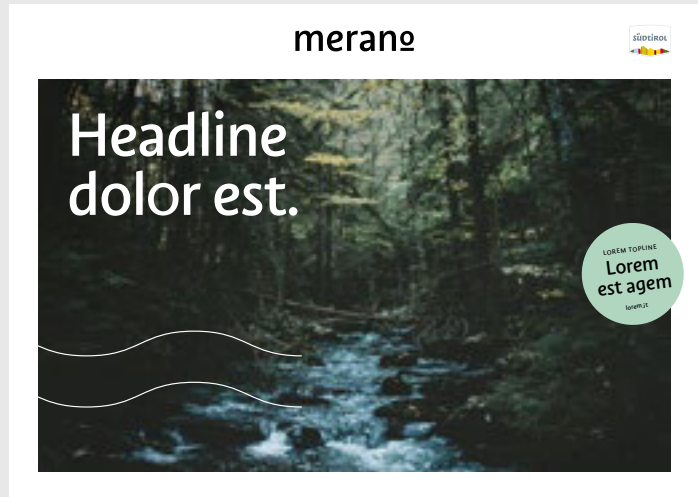
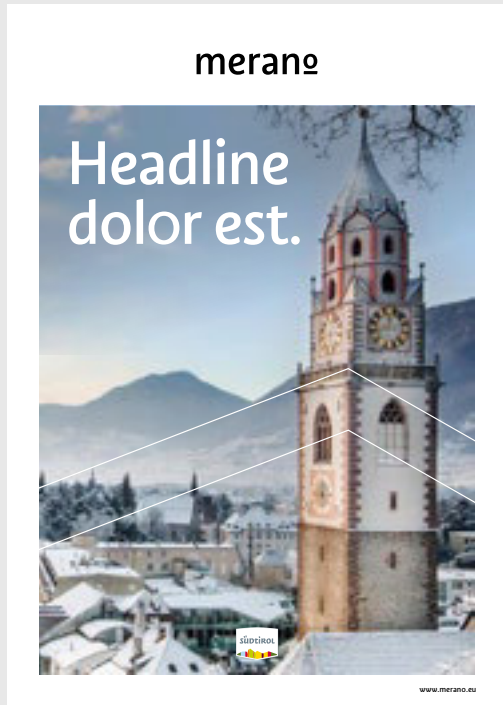


PRINT
Poster

Gestaltungsprinzipien bei
vollflächigen Fotos:

- Logo in der schwarzen Version, oben zentriert
- Headline: nur ein Buchstabe unterstrichen
- vollflächiges Bild
- Meran-Element
- nur eine Meran-Farbe pro Motiv
- Headlines weiß oder schwarz
- Co-Branding mit Südtirol





Gestaltungsprinzipien:

- Logo oben zenriert
- Passepartout um Titel
- Merano-Element
- wenn Störer: gleiche Farbe wie Gestaltungselement
- Headlines weiß, schwarz oder in Meran-Farben auf Schwarz-Weiß-Motiv
- Co-Branding mit Südtirol
- innen: Meran-Farben als Hintergrund
- Merano-Elemente als Trenner, Icons, etc.
- teilweise Passepartout um Bilder





© Olesquap Page di Juan Ben Cabero e Juli Antoni Costaque

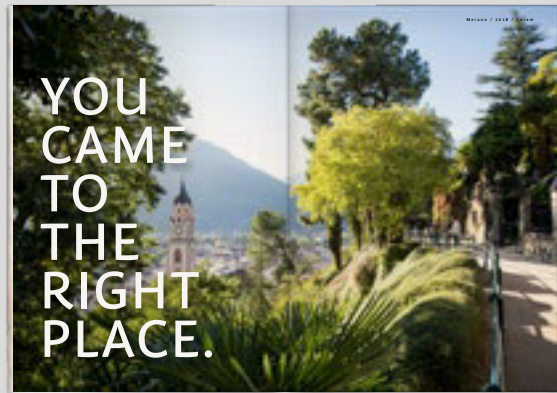
PRIMA VERA

2019

HIGHLIGHT LOSEM
Olesquap Page di Juan Ben Cabero e Juli Antoni Costaque

HIGHLIGHT PRIMM
Olesquap Page di Juan Ben Cabero e Juli Antoni Costaque

HIGHLIGHT
Olesquap Page di Juan Ben Cabero e Juli Antoni Costaque



Merano | 2019 | L'Espresso

Wandern 2019

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

**PRIMA VERA
CONCERTO DI CAROPIANNO DELLO COSTA
TRA MAGGIORI E MINORI. NOSTRO
NEW YEAR'S CONCERT WITH THE MARIN
ORCHESTRA OF SOLO AND TRENTO**

Out of home



CO - B R A N D I N G

Prinzip – Logoposition

POSITIONIERUNG

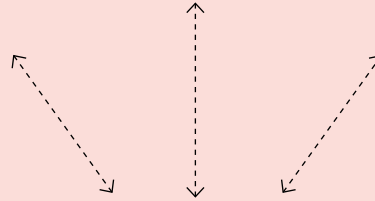
Das Logo wird auf einer Linie zum Absender-Logo positioniert: horizontal, vertikal oder in der diagonal gegenüberliegenden Ecke.

Falls dies nicht möglich ist, kann das Logo auch anders positioniert werden – vorausgesetzt, es verliert seine Prominenz dadurch nicht.

merano

merano

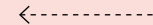
merano



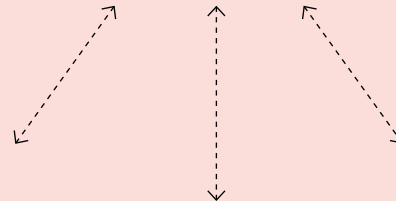
merano



Partnerlogo



merano



merano

merano

merano

Prinzip – Logogröße

GRÖSSE DES LOGOS

Die Breite des Meran-Logos hat ca. 80% der Größe, bzw. optischen Masse des Absenderlogos. Je nach Form des Absenderlogos gilt:

ABSENDERLOGO QUERFORMAT:

- ca. 80% der Breite

ABSENDERLOGO QUADRATISCH:

- ca. 80% der Breite / Höhe

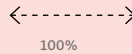
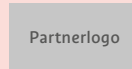
ABSENDERLOGO HOCHFORMAT:

- ca. 80% der Höhe

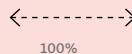
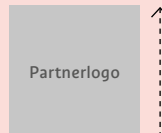
Da die Absenderlogos sehr unterschiedliche Formen haben können, gilt vor allem eine optische Einschätzung, was 80% sind.

Das Logo unterschreitet dabei nicht die Mindestgröße.

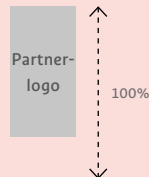
Form Absenderlogo



100%



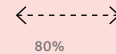
100%



100%

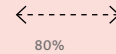
Breite Meran-Logo

merano



80%

merano



80%

merano



80%

Logo im Querformat

80% der Breite = Breite Meran-Logo

Logo quadratisch

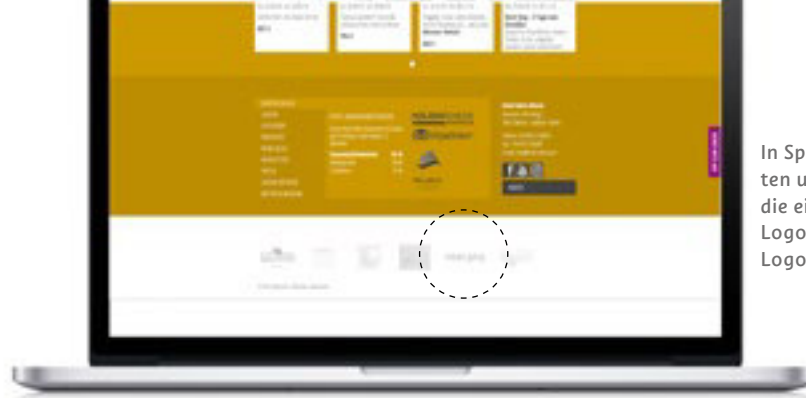
80% der Breite / Höhe = Breite Meran-Logo

Logo im Hochformat

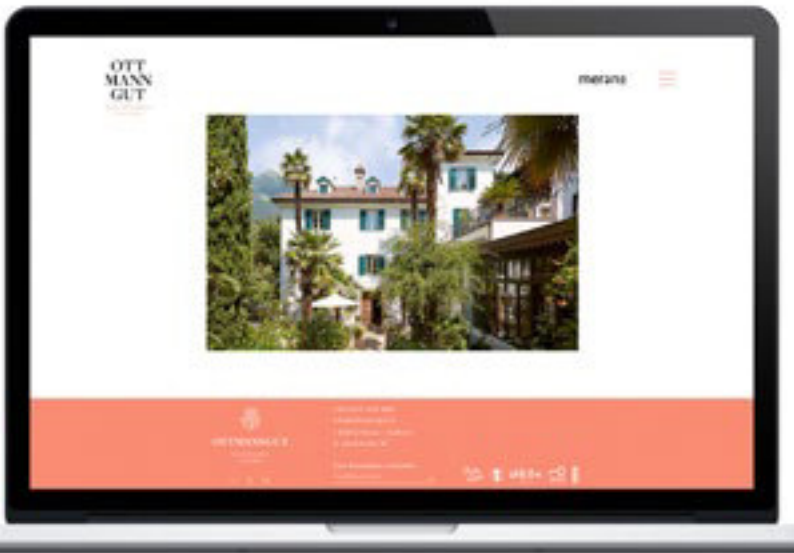
80% der Höhe = Breite Meran-Logo

CO-BRANDING

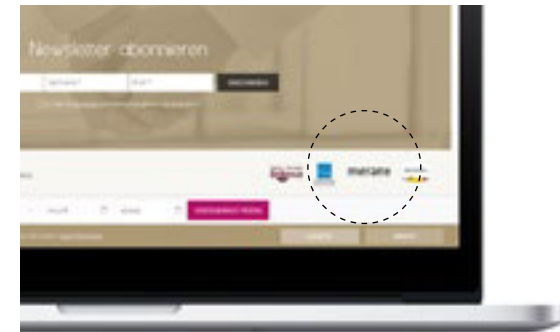
Hotellerie, Gastronomie



In Sponsorenleisten auf Webseiten und auf Sponsorenwänden, die eine einheitlich Farbe für alle Logos vorsehen, passt sich das Logo an die gewählte Farbe an.



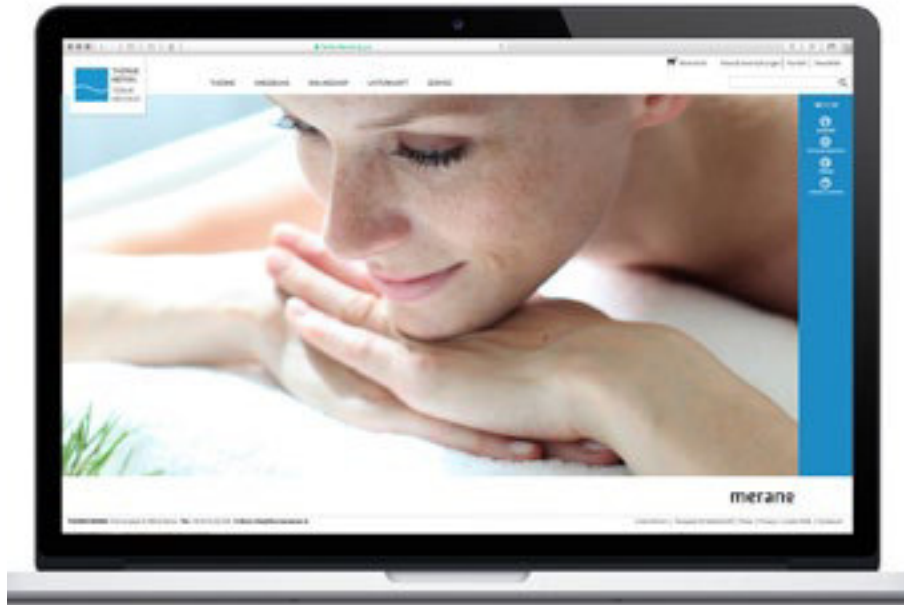
Meran-Logo in einer Achse mit dem Partnerlogo



Werden Sponsorenlogos in ihrer Originalfarbe gezeigt, ist das Meran-Logo schwarz, bzw. weiß auf dunklen Flächen.

CO-BRANDING Partner, Kultur

Trauttmansdorff, Museen, Therme,
Kultur, Pferderennplatz Meran,
staatlich geförderte Institutionen ...



CO-BRANDING
Event



Definition

Veranstaltungen, die eine starke identitätsstiftende Wirkung für Meran haben, haben ein eigenes Eventlogo.

Das Logo ist zweisprachig (mit Ausnahme des Flower Festivals), um diese Besonderheit Merans hervorzuheben.

Die Hauptform des Logos ist die hier gezeigte zentrierte Version.

merano

FLOWER  FESTIVAL

merano

DIENSTAGABEND  MARTEDÌ SERA

merano

TRAUBENFEST  FESTA DELL'UVA

merano

MERANER WEIHNACHT  MERCATINI DI NATALE

Hauptlogo
wird immer eingesetzt,
wenn es möglich ist

merano

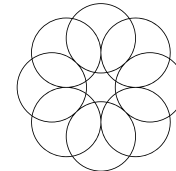
FLOWER  FESTIVAL

Alternatives Logo,
für Einsatz in Sponsoren-
leisten, im Co-Branding,
auf kleinem Raum, etc.

 **merano**

FLOWER FESTIVAL

Icon, für den Einsatz in
Sonderformaten,
z. B. Merchandise



Eventlogos – Übersicht

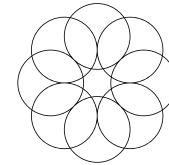
merano

FLOWER  FESTIVAL



merano

FLOWER FESTIVAL



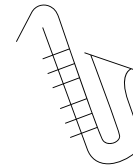
merano

DIENSTAGABEND  MARTEDÌSERA



merano

DIENSTAGABEND
MARTEDÌSERA



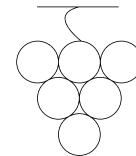
merano

TRAUBENFEST  FESTA DELL'UVA



merano

TRAUBENFEST
FESTA DELL'UVA



merano

MERANER WEIHNACHT  MERCATINI DI NATALE

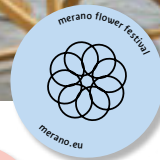
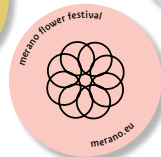
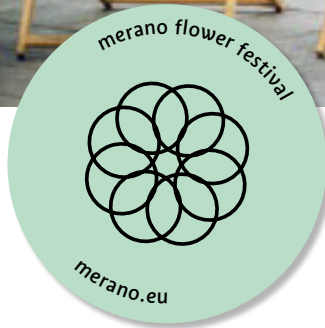
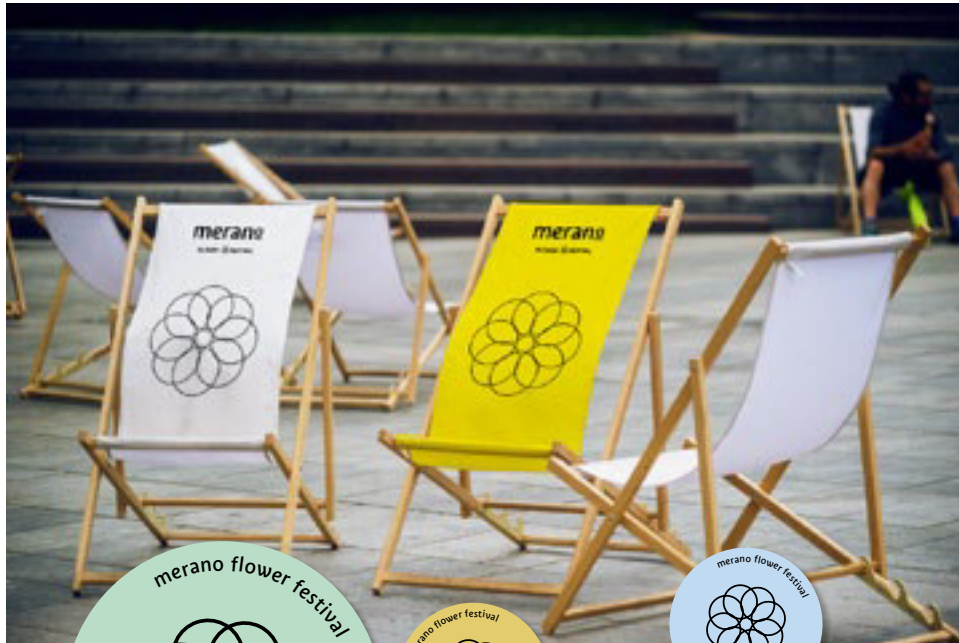


merano

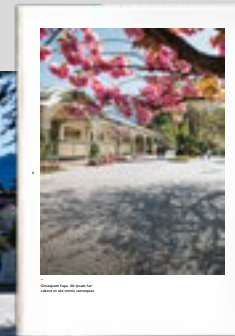
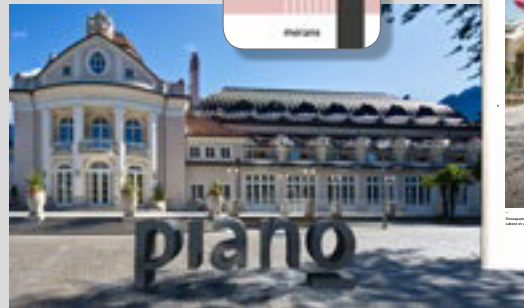
MERANER WEIHNACHT
MERCATINI DI NATALE



Anwendungsbeispiele



merano



merano

Stand: Juni 2019

CAMPEGGIO DI MERANO

Elenco dei lavori eseguiti:

2010

risanamento interno dei servizi igienici nonchè costruzione di un nuovo gruppo di servizi esterni
tot. costi € 378.000

2011

realizzazione impianto antincendio
tot. costi € 66.000

2012

parziale rifacimento infrastrutture interrate con impianto antincendio
tot. costi € 73.500

2012-2013

spese generali di manutenzione straord.
tot. costi € 71.000

2013

parziale rifacimento infrastrutture interrate
tot. costi € 29.000

2014

parziale rifacimento infrastrutture interrate (installazione 6 nuove colonnine elettriche + nuovo accesso ai locali interrati sotto la piscina) + rifacimento tetto reception
tot. costi € 86.300

2015

Installazioni e sostituzioni di colonnine elettriche (28), inclusa nuova rete interrata di distribuzione
tot. costi € 83.000

2016

Ampliamento impianto WIFI con scavi per nuova posa tubazioni passa-cavo necessarie per il passaggio sia dei cavi elettrici che della fibra
tot. costi € 17.093

Cambio valvola magnetotermica/rottura diverse tubazioni zona piscina/scavi per sradicamento pianto e smaltimento
tot. costi € 4.102

2017

Rottura diverse tubazioni zona piscina
tot. costi € 7.267

Totale costi € 815.262 ivati