



**DiGiEc** Dipartimento di  
**GIURISPRUDENZA**  
ed **ECONOMIA**

Corso di Economie e Gestione delle Imprese

Progetto

**CLUB Di PRODOTTO**

# INDICE

## ❖ CLUB Di PRODOTTO:

- I. IL CLUB Di PRODOTTO;
- II. COSA E' UN CLUB Di PRODOTTO;
- III. GLI ELEMENTI STRATEGICI DEL CLUB Di PRODOTTO;
- IV. NORMATIVA.

## ❖ CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA:

- I. INTRODUZIONE;
- II. TERRA BICI;
- III. REGGIO TRICOLORE;
- IV. PARMA NEL CUORE DEL GUSTO;

## ❖ CLUB Di PRODOTTO IN SARDEGNA:

- I. INTRODUZIONE
- II. PARTEOLLA E BASSO CAMPIDANO;
- III. COSTA Di BAUNEI.



# INDICE

## ❖ CLUB Di PRODOTTO IN LOMBARDIA:

- I. EXPLORA;
- II. CAVALLI VARESE;
- III. VARESE FOOD & WELLNESS.

## ❖ CLUB Di PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE:

- I. INTRODUZIONE;
- II. LEGGE PROVINCIALE (GARANZIA);
- III. OSTERIA TIPICA TRENTINA;
- IV. VITA NOVA – TRENTO WELLNESS;
- V. VACANZE IN MOTO;
- VI. GIOCOVACANZA- HOTEL PER FAMIGLIE.

## ❖ CLUB Di PRODOTTO A COSENZA:

- I. INTRODUZIONE;
- II. SILAUTENTICA.

## ❖ CLUB Di PRODOTTO A CROTONE:

- I. CROTONE CON GUSTO.



# IL CLUB Di PRODOTTO

Il turista è profondamente cambiato negli ultimi anni: è sempre più esperto, ricerca destinazioni in grado di soddisfare il suo desiderio di vivere un'esperienza e di offrirgli un valore aggiunto, per questo egli utilizza in modo sempre più massiccio Internet come strumento per informarsi, per confrontare offerte e proposte e per confrontarsi con altri utenti. In questo nuovo contesto sorge l'esigenza di trasformare la propria offerta in un'esperienza e lavorare sul prodotto per riqualificarlo, ristrutturarlo, tematizzarlo e specializzarlo. Per non perdere competitività devono quindi passare da un'offerta indifferenziata ad un'offerta qualificata, in questo senso i Club di prodotto rappresentano una valida soluzione, tanto da ricoprire un ruolo fondamentale nel processo di modernizzazione del Sistema turistico italiano.



# COSA E' UN CLUB Di PRODOTTO

I Club di prodotto sono aggregazioni di imprese che svolgono attività promo-commerciali finalizzate alla creazione di un prodotto turistico destinato ad un mercato specifico. I club di prodotto sono utili:

## **Alle imprese per:**

- Identificare un mercato interessante e decidere di lavorarci;
- Sviluppare la capacità di lavorare con gli altri;
- Costruzione del prodotto e specializzazione dell'offerta;
- Creazione di un marchio.



# COSA E' UN CLUB Di PRODOTTO

## Agli ospiti per:

- Fruire di servizi mirati soggiornando in strutture selezionate;
- Contare su personale preparato e specializzato.

## Al sistema territoriale per:

- accrescere il livello di servizi della persona e gli standard di qualità nella vita degli abitanti;
- migliorare il portafoglio delle competenze territoriali e favorire la buona occupazione;
- organizzare filiere territoriali composte da imprese responsabili.



# **GLI ELEMENTI STRATEGICI DEL CLUB Di PRODOTTO**

- **IDEA** (Originale, distintiva, realizzabile);
- **INNOVAZIONE** (combinazione inimitabile di elementi strutturali e del territorio);
- **COERENZA** (Offerta globale coerente con l'idea);
- **SCELTA** (Coraggio di scegliere e concentrarsi su alcuni mercati e target a discapito di altri).



# **GLI ELEMENTI STRATEGICI DEL CLUB Di PRODOTTO**

I Club di prodotto quindi rappresentano un'idea imprenditoriale volta a dimostrare che è possibile dar vita a un'impresa orientata al marketing territoriale, cioè il processo attraverso il quale si agisce sulla capacità di un luogo di esercitare un'attività attrattiva congrua a target specifici, al fine di incentivare lo sviluppo attraverso il coinvolgimento di vari soggetti che favoriscono alleanze strategiche tra le imprese in grado di migliorare la qualità dell'offerta e la loro competitività in modo tale da superare prezzi e politiche tariffarie particolarmente rigide.



# **CLUB Di PRODOTTO**

---

## **NORMATIVA**

La legislazione italiana ha previsto varie discipline volte a regolamentare i Club di prodotto, una delle novità più importanti è stata introdotta dalla legge 135/2001 che prevede un nuovo modo di governo territoriale delle risorse turistiche basato sull'integrazione funzionale tra Turismo, Ambiente, Beni Culturali e tutte le attività produttive collegate.



# **CLUB Di PRODOTTO**

---

## **NORMATIVA**

Secondo l'art.5 comma 2, la creazione dei Club di prodotto è affidata alla responsabilità delle Regioni, chiamate a definire in piena autonomia le strategie di governo del territorio e l'assetto dell'organizzazione turistica regionale, essi infatti nascono per iniziativa degli enti locali, imprese singole o associate, e prendono forma attraverso l'intesa tra soggetti pubblici e privati interessati allo sviluppo della qualità e dei servizi lungo l'intera filiera turistica locale. Il terzo comma dell'articolo 5 invece stabilisce che le Regioni nell'ambito delle loro funzioni di programmazione e pianificazione con il fine di favorire l'integrazione tra le politiche del turismo e politiche di governo del territorio e di sviluppo economico, riconoscono formalmente i Club di prodotto che per accedere ai finanziamenti e agli altri benefici previsti dalla legge devono realizzare le proprie scelte e i propri obiettivi mediante l'identificazione di linee di indirizzo.



# **CLUB Di PRODOTTO**

---

## **NORMATIVA**

Oltre l'articolo 135, un ruolo fondamentale nella normativa dei Club di prodotto l'ha ricoperta la riforma del titolo V della costituzione, secondo cui le regioni possono individuare gli strumenti organizzativi che più ritengono adatti al favorevole sviluppo turistico dei propri territori, nel rispetto del principio di sussidiarietà.



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

---

## **Introduzione**

In Italia nel corso del tempo abbiamo assistito ad un modo diverso di fare turismo, in particolare i vari operatori turistici di ogni regione hanno cercato di allargare i propri orizzonti collaborando tra loro per cercare di sopravvivere all'interno di un mercato sempre più competitivo e aperto all'innovazione, collaborazione che ha portato alla nascita dei Club di prodotto. Ed in particolare è proprio nella regione Emilia Romagna che abbiamo assistito alla nascita del numero maggiore di Club di prodotto, tra i più importanti anche a livello internazionale.



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

---

## **Introduzione: Garanzia**

Nella regione le Unioni di prodotto sono state costituite ai sensi della Legge regionale n. 7/1998 e sono aggregazioni di soggetti istituzionali pubblici (Enti locali e Camere di Commercio) e privati (aggregazioni di imprese) interessati allo sviluppo dei quattro grandi comparti turistici della Regione Emilia-Romagna: la Costa adriatica, le Terme, l'Appennino e le Città d'Arte-Cultura-Affari. La legge meglio conosciuta come legge Errani, dal nome dell'allora Assessore al Turismo, pone al centro dell'intervento regionale il prodotto turistico con la collaborazione tra APT Servizi, azienda di promozione turistica, e Unioni di prodotto, che ha permesso di ottimizzare gli interventi finanziari della Regione dati alle circa 3000 imprese regionali per aumentare la qualità del prodotto. Il grande merito della legge è stato quello di aver creato un sistema di "vendita" del turismo regionale attraverso i "Club di prodotto": gruppi di imprese che rendendosi conto di non poter più competere sui mercati presentandosi singolarmente, hanno scelto forme aggregative per condividere i loro prodotti o servizi, e rafforzarli per rendere impossibile commercializzare il turismo regionale anche sui mercati internazionali (altrimenti tour operator ed i vettori aerei ignorerebbero completamente il bacino turistico emiliano-romagnolo che, con come confermano i numeri è il più grande d'Europa).



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

---

## **Introduzione**

**Unione di Prodotto Costa Adriatica** è un'associazione costituita dai Comuni, dalle Province costiere e dai principali operatori turistici di questi territori ed è un anello di congiunzione fra la promozione turistica pubblica e la commercializzazione privata. I soci sono le Province e i Comuni dell'Emilia Romagna che si affacciano sull'Adriatico e oltre cento soci privati in grado di commercializzare camere e posti letto dei vari alberghi aderenti. L'Unione affianca gli operatori privati nel loro intervento sul mercato.



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

---

## **Introduzione**

**Unione di Prodotto Appennino e Verde** è un'associazione di soggetti pubblici (Province, Comuni, Comunità Montane, Parchi, Camere di Commercio) e privati (Tour Operator, Consorzi, Club di Prodotto, Strade dei Vini e dei Sapori) costituitasi nel 1998 in base alla legge regionale, e rafforzata dalla Riforma sul Turismo entrata in vigore nel 2006. Gli obiettivi dell'Unione sono la promozione del prodotto turistico Appennino e Verde dell'Emilia Romagna e il supporto all'attività di commercializzazione svolta dai soci privati.



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

## **Introduzione**

**Unione di Prodotto Città d'Arte, Cultura e Affari dell'Emilia Romagna** Per rispondere alla crescente domanda, i soci pubblici (Province e Comuni) e i soci privati (Tour Operator) si sono uniti, costituendo nel 1998 una struttura operativa detta " Unione di Prodotto Città d'Arte, Cultura e Affari", la quale sostiene gli eventi regionali tramite la promozione di proposte commerciali e tematiche. L'Unione raggruppa le città monumentali e d'arte della Regione, capoluoghi di provincia ma anche i tanti centri medi o piccoli. I circuiti museali, le rassegne teatrali, musicali e d'arte, le grandi mostre, i tour storico-monumentali e dell'artigianato e dell'antiquariato vanno a comporre il prodotto " città d'arte". Sono compresi inoltre i prodotti per convegni e congressi e le strutture fieristiche.



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

---

## **Introduzione**

**Unione di prodotto Le Terme dell'Emilia Romagna** le terme dell'Emilia sono una risorsa fondamentale per la salute, il benessere e il turismo. Profondamente legate al territorio e alla cultura della regione, ne esprimono la vocazione all'ospitalità e all'innovazione. Per tutelare questo patrimonio, promuoverlo e migliorarne la qualità è nata l'Unione di Prodotto Terme, Salute e Benessere dell'Emilia Romagna dalla collaborazione tra soggetti pubblici (Comuni e Province) e privati (Club di Prodotto/Aziende Termali), svolge azioni mirate alla promozione delle aziende e dei territori turistico - termali. Si propone così di valorizzare e far crescere l'economia dei territori termali nel rispetto dell'ambiente, favorendo il miglioramento della qualità dei servizi e dei prodotti dei propri associati, per valorizzare e far crescere l'intero comparto.



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

---

## **“TERRABICI”**



Dal punto di vista regionale riveste grande importanza il club di prodotto “TERRABICI”

L’Emilia Romagna è sempre più “la terra del ciclismo” perché gli operatori turistici dell’Emilia Romagna specializzati in cicloturismo hanno fondato “Terrabici”, un club di prodotto specializzato nell’offerta turistica di percorsi dedicati al ciclismo, con la missione di commercializzare sui mercati internazionali località e territori dell’Emilia Romagna come destinazione unica per una domanda cicloturistica sempre più in crescita.



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

---

## **“TERRABICI”**

L'iniziativa nasce all'interno del progetto Bike Experience promosso da Apt Servizi e dalle quattro Unioni di Prodotto per lo sviluppo di un prodotto turistico mirato ai mercati esteri a ungo raggio, al quale hanno aderito altri 11 Club dei Prodotto della regione. Aumento dell'occupazione delle camere, valorizzazione del territorio, turismo eco-sostenibile, differenziazione della clientela, questi sono i vantaggi offerti dal cicloturismo e l'Emilia Romagna è la seconda regione italiana dopo il Trentino Alto Adige per presenze cicloturistiche. Il consorzio Terrabici è una novità in Italia perché è l'unico club di prodotto che accorpa gli operatori appartenenti a tutti i settori interessati a questo target turistico, tutti impegnati a rispettare standard di qualità. L'Emilia Romagna, con i suoi splendidi itinerari su due ruote, e bike hotels di qualità è un territorio per tutti i gusti e i livelli di ‘preparazione ciclistica’: strade di montagna, mare e percorsi collinari si alternano e regalano al ciclista paesaggi unici e affascinanti tra cultura e storia ed enogastronomia.



# CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA

## “REGGIO TRICOLORE”

È un consorzio che nasce con lo scopo di promuovere e incentivare il turismo a Reggio Emilia. Il Club mette a disposizione dei visitatori: alberghi qualificati, rinomati ristoranti, importanti istituzioni d'arte e cultura, battelli per escursioni sul Po, visite guidate a cantine, acetaie, caseifici, salumifici, aziende agricole con possibilità di acquisto nei luoghi di produzione. **Itinere** è il partner del Club di Prodotto Reggio Tricolore, tour operator che offre una vasta scelta di proposte turistiche a tema creando pacchetti viaggio personalizzati, per visitare Reggio Emilia, l'Emilia Romagna e le regioni limitrofe del Nord Italia. Reggio Emilia offre ai suoi ospiti un patrimonio storico-artistico affascinante, una città di arte e cultura che si contraddistingue anche per la nascita del Tricolore, la bandiera nazionale; un paesaggio pregiato, con pendii collinari, e anche un sistema montuoso noto come Appennino Tosco Emiliano; una rinomata enogastronomia e cucina in cui Parmigiano-Reggiano, Lambrusco e Aceto Balsamico Tradizionale la fanno da padroni. Tutto questo nella Terra dei Motori dove Ferrari, Lamborghini, Maserati Ducati, sono solo alcune delle eccellenze che significano fascino e passione



# **CLUB Di PRODOTTO IN EMILIA ROMAGNA**

## **“PARMA NEL CUORE DEL GUSTO”**

Il Club di Prodotto “Parma nel cuore del gusto” è dedicato al prodotto turistico enogastronomico di Parma e provincia, formato dall’aggregazione di operatori che compongono l’offerta enogastronomica con lo scopo di realizzare una rete di operatori in grado di costruire un valido prodotto turistico enogastronomico che rappresenta il made in Italy genuino, originale e di qualità. Gli operatori turistici che hanno aderito al club dal 2014 sono stati circa 200, tra ristorazione, produttori e rivenditori. La finalità del Club è incrementare la competitività e l’attrattività dell’offerta turistica enogastronomica della città di Parma e dei territori limitrofi per potenziare il contributo del turismo all’economia del territorio attraverso lo sviluppo dei flussi turistici verso Parma, costruendo un prodotto turistico enogastronomico competitivo e in linea con la domanda del mercato turistico attuale.



# **CLUB Di PRODOTTO IN SARDEGNA**

---

## **Introduzione**

In Sardegna, i club di prodotto situati nel Parteolla e a Baunei consentono l'orientamento dell'offerta turistica verso uno o più mercati specifici. Inoltre, favoriscono la collaborazione tra i diversi operatori del territorio, anche con i diretti concorrenti, per raggiungere obiettivi ambiziosi, migliorando la creatività e l'innovazione dell'offerta. Facilitano dunque la nascita di sinergie tra tutte gli attori e istituzioni coinvolti direttamente e indirettamente nell'ambito turistico. Proprio per queste sue caratteristiche il club di prodotto rende effettiva la possibilità di destagionalizzazione dei flussi turistici, creando una rete interconnessa di tutti i differenti prodotti di un territorio ed offrendo proposte più ricche dal punto di vista della varietà e della qualità.



# **CLUB Di PRODOTTO IN SARDEGNA**

---

## **“PARTEOLLA E BASSO CAMPIDANO”**

Il progetto del Club di Prodotto del Parteolla e Basso Campidano ha l'obiettivo di favorire l'aggregazione tra gli operatori della filiera turistica ed enogastronomica e condividere un percorso comune di crescita al fine di apportare vantaggi a tutte le imprese: produttori, esercenti, ristoratori, gestori dell'ospitalità, operatori dei beni culturali e dei servizi al turismo, etc.

Il modello che si intende sviluppare poggia sulle risorse di eccellenza del territorio, attualmente costituite dalle aziende dell'agroalimentare di qualità, dagli eventi enogastronomici e da altri attrattori legati al patrimonio ambientale e culturale. Le imprese che aderiranno al progetto saranno accompagnate nelle attività di creazione di un'offerta aggregata che rispetti precisi standard di produzione e di servizio.

Si tratta di un'attività prevista in attuazione dell'Accordo di Programma Quadro tra l'Unione dei Comuni, Sardegna Ricerche e la Regione Sardegna e rientra all'interno del più ampio progetto di sviluppo turistico definito nell'ambito della Programmazione Territoriale Regionale, che prevede il finanziamento di interventi anche a valere sul POR FESR Sardegna 2014-2020.



# **CLUB Di PRODOTTO IN SARDEGNA**

---

## **“PARTEOLLA E BASSO CAMPIDANO”**

Obiettivi e risultati attesi

- Creazione di una rete di operatori locali per l'avvio di una Destination Management Organization (DMO)
- Creazione di un club di prodotto e definizione del posizionamento di mercato della relativa offerta
- Identificazione di prodotti tematici, promozione e commercializzazione.



# **CLUB Di PRODOTTO IN SARDEGNA**

---

## **“COSTA Di BAUNEI”**

Molti lo considerano il tratto di costa più bello del Mediterraneo .

La costa di Baunei dal 2013 è protetta dall'omonima Associazione Club di Prodotto.

L'Associazione Club di Prodotto “Costa di Baunei” ha una funzione di controllo e presidio lungo la costa baunese, con lo scopo di dare assistenza alla balneazione, monitorare le presenze, fornire informazioni e tenere le spiagge sicure e pulite.



# **CLUB Di PRODOTTO IN SARDEGNA**

---

## **“COSTA Di BAUNEI”**

Gli obiettivi sono:

- La tutela e salvaguardia della Costa di Baunei
- Fornire informazioni ai turisti
- L’assistenza alla balneazione
- La pulizia delle spiagge
- Il monitoraggio presenze
- Attracchi sempre più agevoli e sicuri.



# **CLUB Di PRODOTTO IN LOMBARDIA**

---

## **“EXPLORA”**

Il club di prodotto per l'offerta turistica di Milano di nome Explora si occupa di promuovere la Lombardia sul mercato turistico internazionale. Anche se inizialmente è stato creato per l'Expo 2015 ma continua ad essere operativo per la valorizzazione del territorio, aderire è importante per avere più visibilità, incrementare i target e l'occupazione.

Explora è un club di prodotto molto ampio e si estende in vari ambiti: endogastronomia, natura, benessere, turismo accessibile e molto altro; attraverso la combinazione di vari servizi e beni si persegue il benessere del turista e si soddisfano le esigenze sempre nuove dei turisti.



# **CLUB Di PRODOTTO IN LOMBARDIA**

---

## **“CAVALLI VARESE”**

Club di prodotto CavalliVarese ha come scopo quello di dar vita a servizi integrati turistici avendo quale elemento di appeal il cavallo allevato in provincia di Varese.

Tra le prime in Italia, crea, gestisce e promuove offerte turistiche legate al “cavallo sportivo”, enfatizzando più aspetti: vacanze “green”, soggiorni a scopo sportivo didattico e di specializzazione. Il tutto fruendo della Strada Verde Varesina che strutturata come rete di strade, tratturi, sentieri.

Gli amanti delle passeggiate a cavallo, in mountain bike o a piedi potranno così godere di un turismo ecologico, rispettoso dell’ambiente legato ad arte, storia, amenità, eccellenze territoriali, cultura, ospitalità e alla nostra enogastronomia.

Vengono creati appositi raduni, eventi e fiere allo scopo di promuovere, all'estero e in Italia, questa innovativa offerta turistica con protagonista il cavallo varesino. Per poter promuovere il legame con la natura e gli animali e valorizzare un animale nobile come il cavallo.



# **CLUB Di PRODOTTO IN LOMBARDIA**

---

## **“VARESE FOOD & WELLNESS”**

Varese Food & Wellness offre un nuovo concetto di enogastronomia che concilia e combina i sapori della tradizione con la continua ricerca di salute e benessere anche e soprattutto attraverso il cibo.

Il progetto ha il suo focus nella realizzazione, in ottica di Destination management, di una rete integrata di realtà varesine in grado di proporre percorsi dedicati all'enogastronomia: veri e propri itinerari mappati alla scoperta del territorio, dei prodotti tipici e dei sapori locali.

Il club Varese Food & Wellness vuole offrire una strategia di marketing e una serie di attività concrete a supporto delle imprese aderenti.

Quello che il Club vuole proporre al turista è un'offerta di servizi basata su natura e cultura del territorio: in sintesi, l'identità di un luogo comunicata anche dagli usi alimentari. L'intendimento è quello di creare un prodotto turistico, nello specifico quello enogastronomico, rivisitato in chiave anche salutistica, facendo vivere all'ospite un'esperienza sul territorio significativa e replicabile.



## Introduzione

In Italia, e quindi anche in Trentino, il turismo negli ultimi decenni è cambiato ampliando il numero e la varietà delle opportunità di vacanza. Prezzi aerei sempre più economici, convenienza della vacanza, pubblicità e promozione su scala globale grazie anche ai nuovi media, sono i principali fattori di una rivoluzione che ha cambiato l'industria globale del turismo. In particolare il web si è dimostrato lo strumento capace di ridefinire il concetto di turismo, introducendo e rendendo strategico l'elemento personale e psicologico nella scelta della destinazione, con l'orientamento sempre maggiore verso una vacanza “su misura”, personalizzata.

Il Trentino ha proposto negli ultimi anni una serie di Club di prodotto che raggruppano strutture ed opportunità omogenee, costituendo una “rete” che abbraccia tutte le valli della provincia, permettendo al turista, considerato sempre più come “ospite”, di vivere il territorio seguendo al contempo le sue inclinazioni, i suoi interessi, le proprie aspettative



# **CLUB DI PRODOTTO IN TRENTINO ALTO ADIGE**

---

## **“LEGGE PROVINCIALE (GARANZIA)”**

I Club di Prodotto della ricettività, presenti nel Trentino, sono riconosciuti anche con un Marchio di prodotto dalla normativa provinciale.

La Legge provinciale 15 maggio 2002, n.7 sulla ricettività turistica “reca disposizioni volte a favorire la realizzazione di un marchio di qualità e marchi di prodotto con riferimento all’offerta degli esercizi alberghieri ed extra-alberghieri, al fine di promuovere la qualificazione del turismo trentino e di garantire al consumatore l’effettivo rispetto del livello dei servizi offerti.” (art. 1)

Il marchio di qualità è uno strumento per la valutazione della qualità dell’offerta; il marchio di prodotto turistico, invece, è finalizzato alla specializzazione dell’offerta verso prodotti specifici e riferiti a esigenze ben caratterizzate dalla domanda.



# **CLUB DI PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE**

---

## **“LEGGE PROVINCIALE (GARANZIA)”**

La rilevazione della soddisfazione degli ospiti di queste strutture ricettive viene effettuata con questionari sia cartacei che online, per acquisire alcuni elementi di conoscenza relativi alle loro caratteristiche socio anagrafiche, alle loro aspettative e motivazioni di vacanza, alla conoscenza del singolo Club di prodotto e all'importanza che esso ha avuto nella scelta della vacanza, oltre che al grado di soddisfazione sperimentato.

Le informazioni così rilevate forniscono utili indicazioni, oltre che sui target, anche sull'efficacia dei singoli Club di prodotto ad interpretare una domanda distintiva e differenziante, alla base della loro decisione di aggregarsi in uno specifico Club.

### **Vita Nova Trentino Wellness Hotel & Resort**

Club garantito dal Marchio ai sensi della legge provinciale sulla ricettività.

### **Giocovacanza**

E' il primo marchio di prodotto della ricettività riconosciuto dalla Provincia nel 2008.



# CLUB DI PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE

## “OSTERIA TIPICA TRENTEINA”



“Osteria Tipica Trentina” è un club di prodotto della ristorazione di qualità a cui aderiscono più di 70 ristoranti e trattorie in tutto il Trentino.

Questo marchio, promosso dalla Provincia Autonoma di Trento, la Camera di Commercio I.A.A. di Trento e le associazioni di categoria, viene concesso solo a quei locali che presentano i requisiti necessari per rispondere al rigido protocollo che “Osteria Tipica Trentina” impone.

Il servizio attento, l’ambiente ospitale, l’accuratezza nella presentazione dei piatti, la scelta di **prodotti enogastronomici di esclusiva origine trentina**, tutti certificati per qualità e genuinità (dai salumi ai formaggi, dalla farina all’olio extravergine d’oliva, dai vini doc allo spumante, dalle grappe alla frutta) sono alcuni degli obiettivi che i ristoranti aderenti perseguono per migliorare e valorizzare l’offerta della ristorazione trentina.

Ogni angolo del Trentino è rappresentato da una miscela di sapori, tradizioni e aromi che caratterizzano ogni paese e ogni valle. Le Osterie Tipiche Trentine rappresentano quindi il luogo ideale dove scoprire, accanto a proposte sempre nuove, le **ricette della tradizione culinaria trentina locale**.



# CLUB DI PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE

## “VITA NOVA – TRENTO WELLNESS”

Nel 1999 la provincia autonoma di Trento ha avviato un progetto con gli obiettivi di riqualificare l'offerta alberghiera e di benessere e di creare un prodotto altamente selezionato in grado di attrarre la domanda di wellness e fitness, con uno standard di qualità elevato e costante nel tempo. Nel 2004 nasce il consorzio Vita Nova con 21 soci fondatori.

Il Club di Prodotto “Vita Nova – Trentino wellness” ha oggi 45 soci, tra alberghi e campeggi. Per l'ingresso nel consorzio e l'ottenimento del marchio del prodotto **“Vita Nova Trentino wellness”** le strutture ricettive devono avere un livello di classificazione pari o superiore a 3 stelle e devono raggiungere un punteggio previsto dal disciplinare. Gli ambiti di valutazione per l'adesione al marchio di prodotto si basano su Criteri strutturali, criteri collegati ai servizi, collegati all'atmosfera e collegati alla comunicazione.

Il Club è garantito dal Marchio ai sensi della legge provinciale sulla ricettività.



# CLUB DI PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE

---

## “VITA NOVA – TRENTO WELLNESS”

La filosofia del marchio di prodotto turistico è quella di “vivere il Trentino attraverso l’esperienza del corpo”. Ogni aderente al marchio di prodotto si impegna a promuovere il territorio e le sue peculiarità durante tutta la vacanza dei propri ospiti, organizzando attività sul territorio, utilizzando prodotti tipici locali e promuovendo anche le linee cosmetiche prodotte ad hoc con prodotti freschi trentini.

Sono stati così individuati tre settori in cui si ripartisce l’offerta generale:

- **Activity:** struttura che si differenzia per una particolare attenzione verso *attività sportive/dinamiche* interne ed esterne alla struttura stessa, dotandosi conseguentemente dei relativi servizi necessari;
- **Family:** struttura che pone una particolare attenzione rivolta alla *famiglia* dotando conseguentemente la struttura di tutti i servizi utili ai più piccoli;
- **Beauty:** struttura che si differenzia per una particolare attenzione agli elementi di *benessere* ed ai *trattamenti estetici e cosmetici*.

I risultati ottenuti dal Club di Prodotto sono ottimi. Si registrano infatti ricavi medi progressivamente crescenti, apertura degli Hotel Vita Nova anche nei periodi fuori stagione e investimenti nei centri benessere in continuo aumento.



# **CLUB DI PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE**

---

## **“VACANZE IN MOTO”**

Il Club di Prodotto “Vacanze in moto” nasce per risolvere i problemi di chi vuole partire in moto senza doversi preoccupare dei bagagli, trovare strutture ad hoc con appositi garage e parcheggi, poter prenotare l’albergo per la tappa successiva e ricevere informazioni dettagliate sugli itinerari, sulle condizioni di viabilità, sul meteo e sui servizi di assistenza.

Il progetto promosso da Trentino SpA, ha selezionato le strutture (riconoscibili dall’apposito cartello arancione della “moto sotto il tetto”) in grado di fornire i suddetti servizi.



# **CLUB DI PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE**

---

## **“VACANZE IN MOTO”**

Il Club inoltre, per favorire un “viaggio leggero”, ha stipulato un’interessante convenzione con un corriere espresso internazionale. Se il cliente provvede a spedire il proprio bagaglio presso la struttura selezionata, l’albergatore si impegna a ritirarlo per conto del cliente facendogli trovare le valigie in stanza.

Al rientro dalla vacanza, invece, l’albergatore assicura la spedizione dei bagagli dei motociclisti dall’hotel al domicilio.

Il progetto Vacanze in moto non è solo ospitalità ma è anche orgoglio di mostrare ai motociclisti gli angoli più belli del Trentino, che offre numerosi itinerari alla scoperta della propria terra, magari percorrendo strade alternative che hanno il pregio di essere poco trafficate e di portare ai piedi di un castello, sulle rive di un lago, all’ingresso di un parco naturale, alla base delle più belle vette dolomitiche.



# **CLUB DI PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE**

---

## **“GIOCOCVACANZA-HOTEL PER FAMIGLIE”**

Una proposta di ospitalità trentina dedicata ai bambini è il Club di Prodotto “Giocovacanza” che unisce i family hotel situati nelle più belle località del Trentino.



Nasce nel 2006 grazie a un tavolo di lavoro tra pubblico e privato ed è uno dei pochi casi in cui gli operatori privati sono chiamati a fissare le regole e gli standard del club. L’attenzione degli alberghi Giocovacanza è concentrata a modellare la struttura organizzativa in funzione delle reali necessità e desideri degli ospiti, con un’attenzione particolare per offrire alle famiglie con bambini tanti servizi di qualità.



# **CLUB DI PRODOTTO IN TRENTO ALTO ADIGE**

## **“GIOCOCOVACANZA-HOTEL PER FAMIGLIE”**

L'elemento forte e decisivo è l'atmosfera interna e le attività proposte, tra cui:

- escursioni alla scoperta della natura, del mondo rurale, degli animali;
- uso di attrezzatura sportiva per iniziare o perfezionare uno sport;
- animazione con personale specializzato.

Giocovacanza propone inoltre esperienze nuove e uniche, dando la possibilità di assaporare l'autenticità del Trentino: alla scoperta degli usi, costumi e sapori di questa magnifica terra.

La natura con le sue montagne, i suoi boschi, i laghi , le terme e i parchi naturali, diventa luogo di sorprese e di scoperte; vissuta non solo dai bambini, ma dall'intera famiglia, che ha così la possibilità di trascorrere una vacanza indimenticabile.



# CLUB Di PRODOTTO A COSENZA

---

## Introduzione

La Sila Grande costituisce il cuore del Parco Nazionale della Sila, la parte centrale e più estesa dell'altopiano con le sue fitte foreste di conifere e i laghi cristallini. La bellezza del paesaggio e l'ambiente naturale incontaminato, la biodiversità, i boschi secolari, così come la qualità e l'unicità dei prodotti e piatti tipici (Patata della Sila IGP e Caciocavallo Silano Dop in primis), rappresentano eccezionali risorse che meritano di essere valorizzate e rese accessibili agli appassionati di turismo rurale e di outdoor.

Nell'ambito del progetto di “qualificazione degli itinerari e dei percorsi della Sila Grande”, il **Gal** (Gruppo di Azione Locale della Sila, ovvero un gruppo di 13 comuni nella provincia di Cosenza il cui territorio montano ricade interamente nella zona della Sila Grande), con il supporto di una società di marketing territoriale leader nel settore, ha raccolto ed elaborato numerosi dati e informazioni di carattere turistico relativi al territorio, nonché ha ideato dei percorsi tematici di grande fascino e interesse per i potenziali fruitori turistici.



# **CLUB Di PRODOTTO A COSENZA**

---

## **Introduzione**

L'obiettivo finale è di promuovere e qualificare un'offerta turistica diversificata e integrata, in grado di soddisfare i bisogni di un consumatore/viaggiatore alla continua ricerca di autenticità, di informazioni e garanzie su prodotti, servizi e qualità della ricettività.

In questa direzione va la costituzione del Club di Prodotto turistico, contraddistinto dallo specifico marchio d'area “Silautentica, ospitali per natura” ideato nato nel marzo 2012 a Cosenza in Sila Grande (CS).



# **CLUB DI PRODOTTO A COSENZA**

---

**“SILAUTENTICA”**

**CLUB DI PRODOTTO**



Il Club di Prodotto turistico “Silautentica” è costituito da 42 aziende comprensive di strutture ricettive, produttive, commerciali ed artigianali in possesso di specifici requisiti tecnico-professionali che intendono cooperare in un percorso di crescita qualitativa dell'offerta turistica ed interessati allo sviluppo del prodotto turistico integrato della Sila Grande.



# **CLUB Di PRODOTTO A COSENZA**

---

## **“SILAUTENTICA”**



### **Gruppo di Azione Locale della SILA**

Soggetto gestore del Club di Prodotto Turistico Silautentica è il Gruppo di Azione Locale della Sila (GAL), ideato al fine di migliorare la qualità, destagionalizzare e differenziare l'offerta turistica locale, attraverso la creazione di un prodotto rivolto a quanti amano il turismo rurale inteso come scoperta delle peculiarità e unicità del territorio sotto l'aspetto della cultura, delle tradizioni, dei sapori, del paesaggio e della natura.



# **CLUB Di PRODOTTO A COSENZA**

## **“SILAUTENTICA”**

Gli obiettivi di Silautentica sono:

- riunire e collegare in un sistema turistico di qualità e di eccellenza gli aderenti al Club di prodotto;
- costituire una sede di confronto, di scambio d'esperienze e di ricerca, che si ponga anche quale laboratorio di nuove idee ed iniziative;
- permettere la realizzazione di forme di promo-commercializzazione;
- sviluppare la visibilità e migliorare la percezione complessiva della destinazione Sila Grande;
- offrire la possibilità di raggiungere nuove nicchie di mercato;
- promozione dei prodotti agroalimentari, degli itinerari e delle attività turistiche legate al prodotto tipico, della cucina territoriale e della tradizione;
- promozione e valorizzazione del Brand Silautentica - ospitali per natura e cooperare per la crescita qualitativa dell'offerta turistica territoriale e della competitività del distretto turistico della Sila Grande in ambito locale, nazionale e internazionale.
- organizzazione di proposte turistiche (come ad es. week end tematici, tour accompagnati, degustazioni e show-cooking);
- realizzazione di eventi tematici promozionali.



# **CLUB Di PRODOTTO A COSENZA**

## **“SILAUTENTICA”**

A partecipare sono:

- Aziende Agricole, consorzi e cooperative di trasformazione, produzione e vendita del settore agroalimentare, quali cantine, caseifici, produttori di frutta e verdura, allevatori, fattorie didattiche, ecc.;
- Hotel, B&b, rifugi, campeggi, affitta camere, agriturismi, ristoranti, pizzerie, osterie, trattorie, ecc.
- Attività di produzione, distribuzione e vendita di manufatti artigianali; attività commerciali del settore gastronomico quali macellerie, salumerie, ortofrutta, panifici, enoteche, ecc; attività commerciali di servizio al turismo quali noleggio e vendita attrezzature sportive, abbigliamento, attività di accompagnamento turistico, ecc.

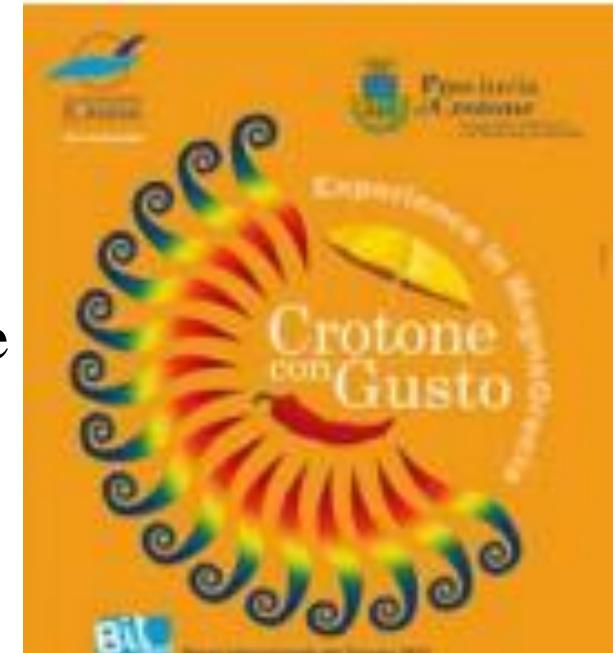


# **CLUB Di PRODOTTO A CROTONE**

## **“CROTONE CON GUSTO”**

Il primo Club di Prodotto del turismo crotonese è il pacchetto turistico “Crotone con Gusto”. Nasce nel 2011 dagli incontri indotti dalla Provincia di Crotone con le associazioni provinciali di Confcommercio e Federalberghi per meglio coniugare le imprese alberghiere, quelle legate all'enogastronomia locale e quelle del settore del commercio.

La struttura prevede i cosiddetti week end lunghi, in formula di mezza pensione o pernottamento e prima colazione. L'obiettivo è quello di aumentare le presenze turistiche sul territorio, offrendo spunti di visite al di fuori dei consueti periodi di vacanza dedicati alla balneazione, ma anche di promuovere la produttività legata alla tradizione enogastronomica locale.



# **CLUB Di PRODOTTO A CROTONE**

## **“CROTONE CON GUSTO”**

L'enogastronomia diventa così occasione di visita ma anche motivo per approfondire la conoscenza del territorio passando attraverso una serie di offerte al turista, quali le escursioni nell'AMP Capo Rizzuto o ancora le esperienze legate al ricco patrimonio culturale fruibile. Con il pacchetto inoltre è prevista per i visitatori una speciale “tourist card” per garantire uno sconto sugli acquisti nei vari esercizi commerciali della provincia. Si è venuta così a creare una rete di soggetti imprenditoriali, che si fondano in un'unica filiera alla cui base ci sta come comune denominatore il prodotto locale, strumento di promozione e valorizzazione territoriale.



# CLUB Di PRODOTTO

Progetto realizzato da:

- Belgio Chiara;
- Furfari Domenico;
- Morabito Antonia;
- Fede Monica;
- Giuffre' Anna;
- Martino Gabriele;
- Calarco Federico.

