



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

Via Guido Rossa, 24 – 87050 Spezzano Piccolo (CS)

[www.galsila.com](http://www.galsila.com) - [info@galsila.com](mailto:info@galsila.com)

### **A tutte le aziende aderenti al progetto "Qualificazione degli itinerari e percorsi della Sila Grande"**

#### **Oggetto. Costituzione Club di Prodotto "SILAUTENTICA"**

Le diverse azioni attuate dal Gal della Sila nell'ambito del progetto di "*qualificazione degli itinerari e dei percorsi della Sila Grande*" (dallo studio delle caratteristiche del territorio all'individuazione degli itinerari turistici, dallo studio di design dell'immagine coordinata della destinazione turistica alla creazione dei pacchetti di viaggio, fino ad arrivare alla creazione di qualificati strumenti di promozione e comunicazione come la Guida "Vivere la Sila Grande" e il web-gis turistico) convergono tutte verso l'obiettivo finale di strutturare un prodotto turistico territoriale innovativo e competitivo.

Ma queste costituiscono solo gli elementi di base, le fondamenta di un processo che dovrà proseguire negli anni e i cui attori protagonisti non potranno che essere gli operatori economici del territorio.

Nello svolgimento del progetto il ruolo del Gal è stato quello di stimolare l'aggregazione tra gli operatori e di assicurarsi che le offerte turistiche create rispondano alla domanda del mercato. Inoltre è stata avviata la promozione dell'offerta e il posizionamento della destinazione Sila Grande secondo un'ottica di turismi tematici focalizzata sul target più confacente alla vocazione e alle caratteristiche e potenzialità del sistema territoriale, quello cioè del *turismo rurale*.

Da questo punto in avanti spetterà agli attori dello sviluppo turistico del territorio il compito di strutturare un sistema che risponda alla domanda del mercato e che sia in grado di costruire e costantemente migliorare e implementare il prodotto turistico territoriale della Sila Grande.

Fra le varie strategie di marketing che sono state elaborate e sperimentate negli anni per una gestione dello sviluppo turistico del territorio affidata all'azione coordinata degli operatori locali stessi, quella che ha consentito il raggiungimento delle migliori prestazioni è sicuramente la costituzione del **club di prodotto turistico territoriale**.

Un club di prodotto è una forma associativa che coinvolge operatori turistici e non, aderenti al progetto, con l'obiettivo di promuovere e commercializzare uno specifico prodotto turistico rivolto a determinati target. Il club di prodotto, inoltre, favorisce la collaborazione tra i diversi operatori del territorio che è fondamentale per raggiungere obiettivi ambiziosi, migliorando la creatività e l'innovazione dell'offerta.

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.

La possibilità di condividere strategie e azioni inoltre rappresenta uno dei grandi vantaggi di appartenere ad un club di prodotto perché permette di abbattere i costi, dividendoli tra tutti gli attori e allo stesso tempo garantisce una gestione professionale che magari non tutti singolarmente potrebbero permettersi.

Per trarre il massimo beneficio da questo strumento è necessario però abbandonare ogni individualismo e particolarismo che invece sovente caratterizza il settore turistico. La collaborazione infatti è un'occasione per cogliere nuove opportunità di crescita soprattutto nel medio e lungo periodo, non solo per i singoli soggetti ma per tutto il territorio.

Gli operatori economici del territorio sono i veri protagonisti del processo di sviluppo turistico della Sila Grande e il nostro impegno costante è stato quello di consentire e stimolare il loro coinvolgimento e il senso di appartenenza al sistema turistico che si va costituendo. Ciò è avvenuto attraverso diversi momenti e fasi di condivisione.

Ricordiamo gli incontri pubblici dedicati all'informazione sugli obiettivi e le strategie che si stanno mettendo in atto e alla formazione rispetto alle caratteristiche del mercato contemporaneo e dello specifico target del turismo rurale. Fondamentale è stata, inoltre, la puntuale azione di contatto e conoscenza dei singoli operatori, svolta nel corso del censimento effettuato presso tutte le aziende aderenti. Ciò ha consentito non soltanto di raccogliere dati e informazioni, ma anche di interagire in modo diretto e specifico con ciascun operatore, acquisendo preziose conoscenze sulle sue aspettative ed esigenze e approfondendo, nel confronto diretto, l'azione di motivazione e coinvolgimento rispetto agli obiettivi comuni del progetto.

**Coronamento di questa azione non può che essere la costituzione del club di prodotto turistico del territorio della Sila Grande, contraddistinto dallo specifico marchio "Silautentica" da noi ideato proprio per riassumere e comunicare le caratteristiche, gli obiettivi e il posizionamento specifico del sistema turistico Silano.**

Nell'avviso pubblico e nel disciplinare allegato alla presente sono contenute tutte le modalità e le informazioni per l'adesione al club di prodotto, l'auspicio è che attraverso questo nuovo strumento la Sila Grande possa diventare una destinazione turistica competitiva e di successo.

Spezzano Piccolo, 23.11.2012

Il Direttore del Gal della Sila  
Avv. Francesco De Vuono

