

# SVILUPPO PRODOTTO E MODALITA' DI PARTECIPAZIONE



## SAPORI DELLE MARCHE RURALI

Incontro con gli operatori del turismo enogastronomico:  
presentazione della strategia e delle opportunità di promozione

1

22 GENNAIO 2025

10.00 Monte Giberto

15.00 Offida

# INDICE



IL METODO DI LAVORO



BOZZA ITINERARIO DELL'OLIO



CHI PUÒ ADERIRE



I REQUISITI DI BASE

2



I REQUISITI SPECIFICI



I REQUISITI OPZIONALI DI VALORE



I VANTAGGI

# IL METODO DI LAVORO

- 01 Mappatura - costruzione database
- 02 Categorizzazione
- 03 Individuazione itinerari tematici dal piano prodotti (wp2)
- 04 Sopralluoghi
- 05 Incontri di gruppo sul territorio e coinvolgimento imprese per lo sviluppo
- 06 Integrazione imprese con itinerari (bozza)
- 07 Completamento della bozza degli itinerari

# IL METODO DI LAVORO



## CATEGORIZZAZIONE

### AAA

- TERRITORIO
- RILEVABILE
- SERVIZI E INFRASTRUTTURE
- COMMERCIALIZZAZIONE

### AA

- TERRITORIO
- MINIMAMENTE RILEVABILE
- QUALCHE SERVIZIO
- COMMERCIALIZZAZIONE ATTIVA MA DA SVILUPPARE

### A

- TERRITORIO
- SERVIZI BASICI / NESSUN SERVIZIO
- NESSUNA COMMERCIALIZZAZIONE (NO PACCHETTI TURISTICI)

### 0

- TERRITORIO

## TIPOLOGIA DI PRODOTTO

# ITINERARI DELLE MARCHE RURALI



**ITINERARIO  
DELL'OLIO  
E DELLE OLIVE**



**ITINERARIO  
DEL VINO**



**ITINERARIO  
DELLA BIRRA**



**ITINERARIO DEL  
TARTUFO**

# I PILASTRI DEGLI ITINERARI



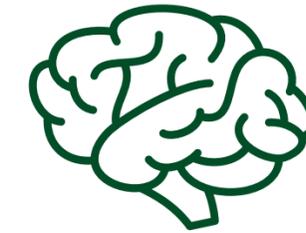
## QUALITÀ

ARTIGIANALITA'  
DEDIZIONE  
PASSIONE



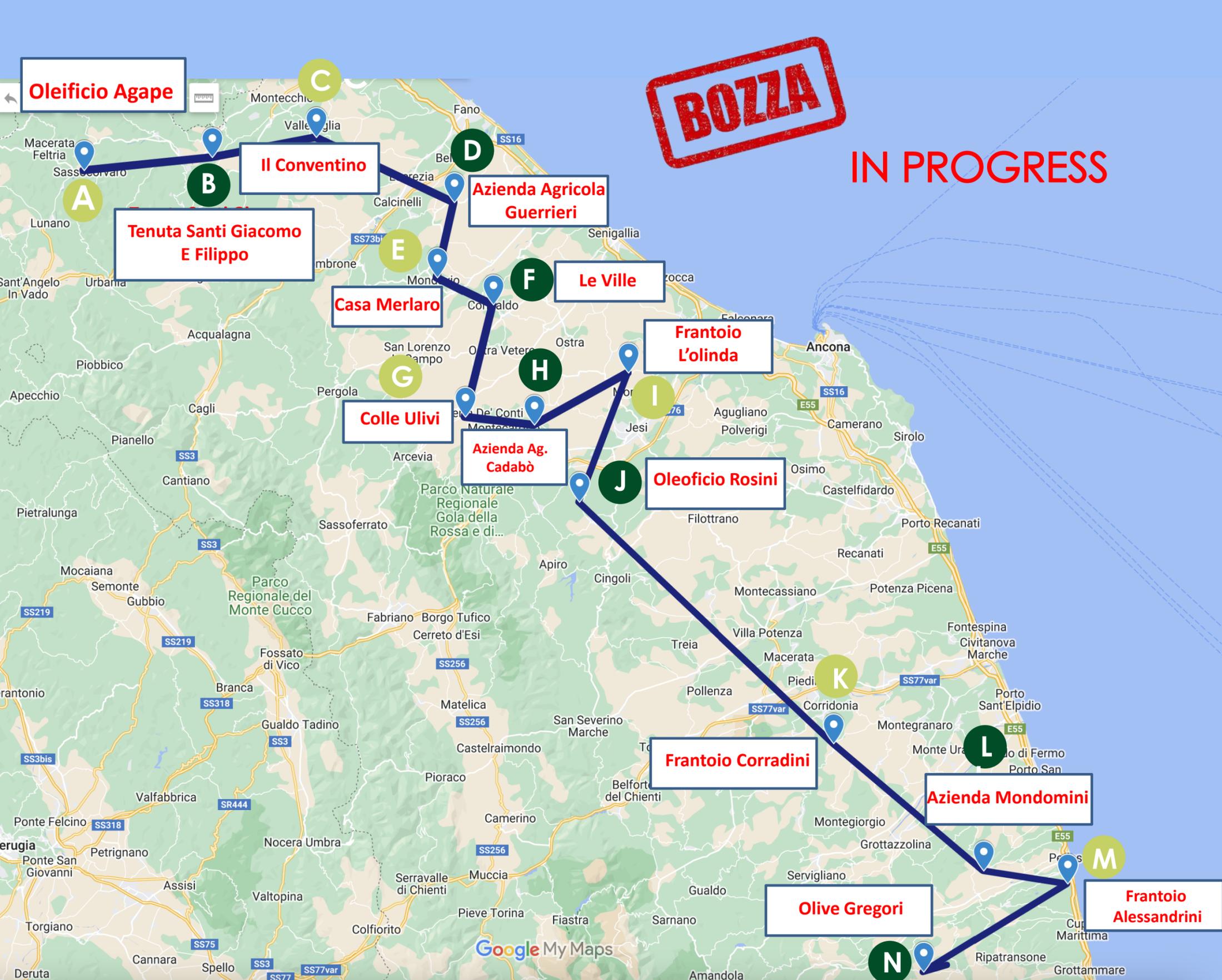
## BIODIVERSITÀ

IL RISPETTO  
DELL'AMBIENTE IN UNA  
RELAZIONE DI ARMONIA  
CON LA NATURA



## SAPIENZA

LA GASTRONOMIA È  
CULTURA/STORIA



- A** Sassocorvaro, Azienda Agape MF
- B** Urbino, Tenuta Santi Giacomo e Filippo MF
- C** Monteciccardo, Il Conventivo FC
- D** Terre Roveresche, Azienda Agricola Guerrieri FC
- E** Mondavio, Casa Merlaro FC
- F** Corinaldo, Azienda Agricola Le Ville FC
- G** Serra de Conti, Azienda Agricola Colle Olivi CE
- H** Montecarotto, Azienda Agricola Agriturismo Cadabò CE
- I** San Marcello, Frantoio L'olinda CE
- J** San Paolo di Jesi, Oleificio Rosini CE
- K** Mogliano, Frantoio Corradini SIBILLA
- L** Campofilone, Azienda Mondomini FERMANO
- M** Moresco, Frantoio Alessandrini FERMANO
- N** Montalto delle Marche, Olive Gregori PICENO

# CARATTERISTICHE



# CHI PUÒ ADERIRE?



Aziende vitivinicole singole o associate e cantine



Aziende Agricole e agrituristiche



Aziende olivicole e frantoi



Produttori specializzati in produzione tipiche o tradizionali



Enotecche pubbliche e private



Ristoranti, trattorie e osterie



Imprese artigiane e commerciali specializzate in produzioni tipiche e di qualità



Tour operatore e imprese turistiche



Associazioni e consorzi di tutela dei prodotti agroalimentari



Imprese ricettive alberghi e attività extra-alberghiere, bed & breakfast



Istituzioni ed associazioni culturali con scopi sociali affini a quelli della rete

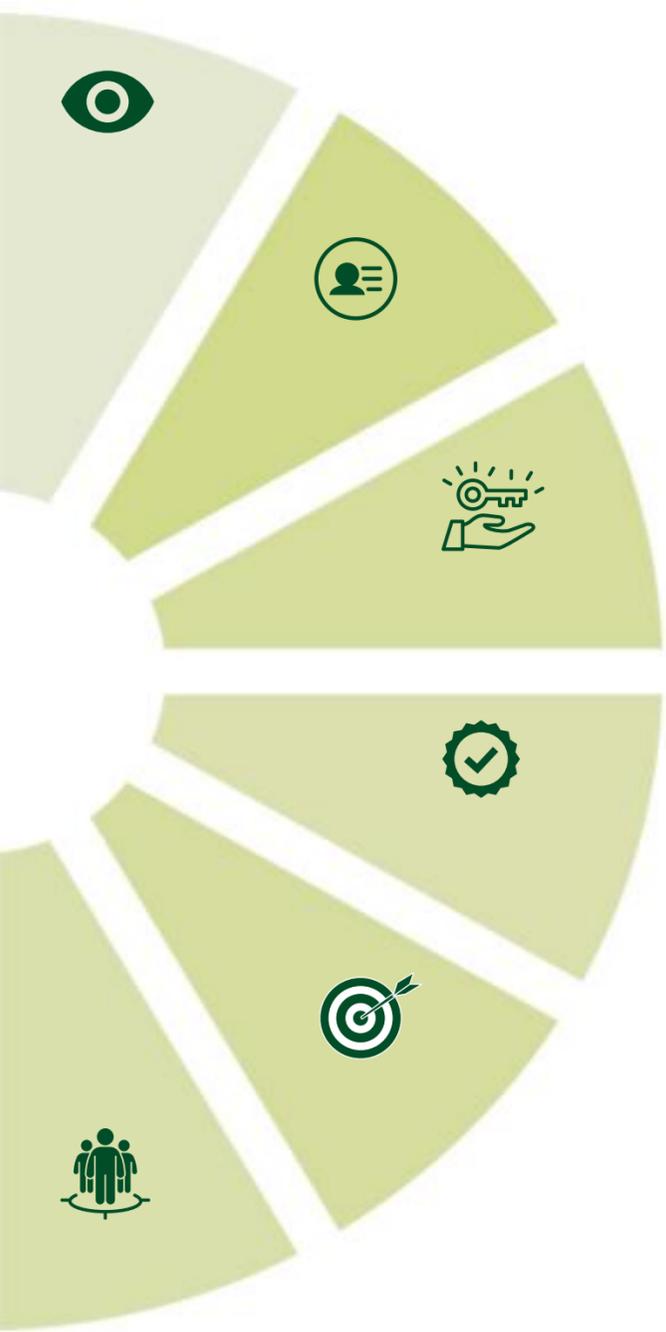


Enti parco, unioni montane

# REQUISITI OBBLIGATORI

1. Possesso di tutte le **autorizzazioni** necessarie e di ogni requisito previsto dalla normativa vigente per l'esercizio dell'attività;
2. **Garantire l'apertura annuale** o stagionale secondo i periodi dichiarati e per le aziende produttrici e che forniscono esperienze di un minimo di tre giorni settimanali, all'interno dei quali possono essere compresi la domenica, i giorni prefestivi e festivi
3. **Presentazione** della propria offerta (struttura, servizi, esperienza, menù, prodotto) oltre che **in italiano almeno in lingua inglese**
4. **Materiale promozionale** della propria attività e del territorio ove disponibili
5. Disponibilità a fornire materiale promozionale e informativo del progetto Sapori delle Marche Rurali
6. **Sito e/o una pagina social attiva per la promozione della propria attività**, impegno a evidenziare il progetto, anche tramite adesione ai canali web/social del progetto, pubblicazione/condivisione di post, logo, e gli itinerari dei Sapori dell Marche Rurali
7. **Garantire l'apertura al pubblico con orari precisi** e ben segnalati, **o in alternativa su appuntamento** e fornire informazioni chiare sulla possibilità o strumenti di prenotazione delle visite.
8. **Ambienti e/o attrezzature idonei per l'attività**
9. **Personale competente** e formato sulle produzioni enogastronomiche locali e sulle caratteristiche turistiche del territorio
10. **Wi-Fi gratuito** per tutta la durata dell'esperienza, compatibilmente con il livello di connettività disponibile nell'area
11. Impegno alla rete tra operatori volta alla **collaborazione, valorizzazione e promozione membri aderenti ai Sapori delle Marche Rurali**

# VANTAGGI PER GLI OPERATORI



**1** Valorizzazione dell'identità territoriale

**2** Maggiore visibilità e promozione

**3** Accesso a una rete di collaborazioni

**4** Miglioramento della qualità dell'offerta

**5** Opportunità di partecipare<sup>11</sup> a eventi, fiere e iniziative condivise

**6** Sviluppo di un pubblico più ampio e targettizzato

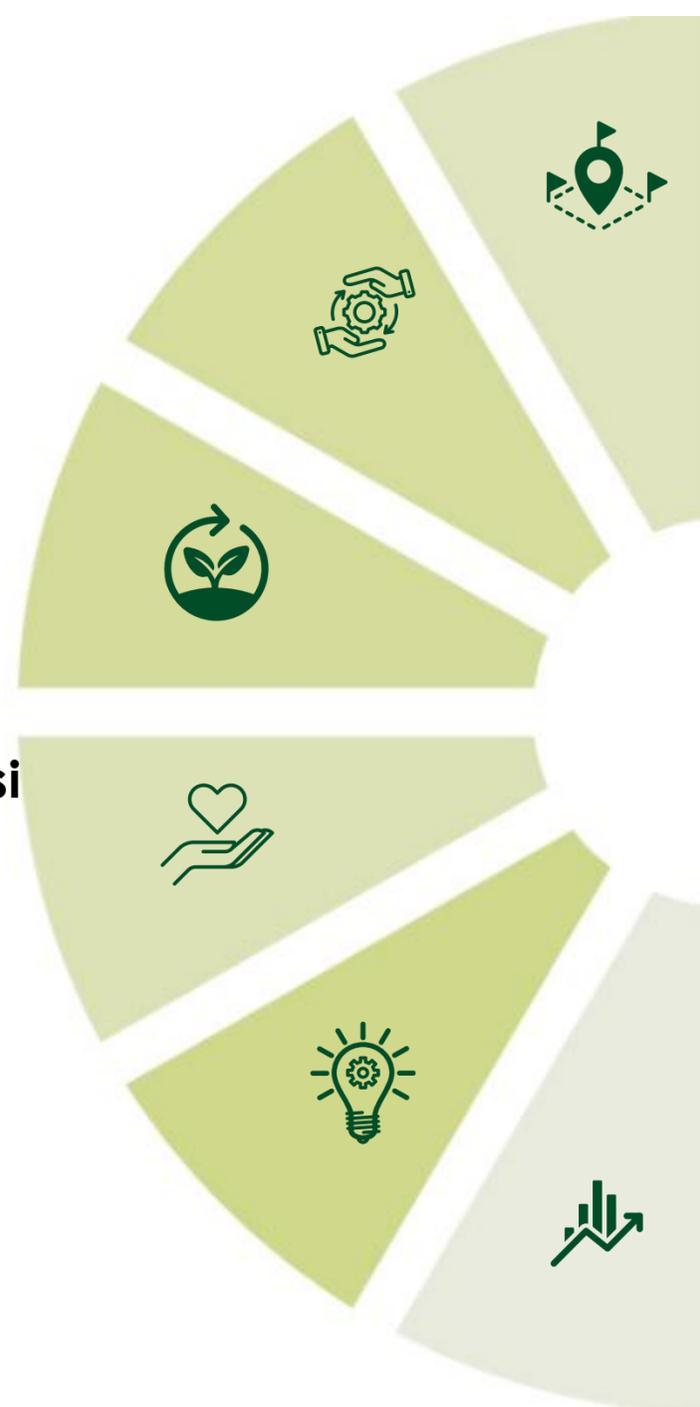
**7** Possibilità di destagionalizzazione

**8** Supporto alla sostenibilità economica e ambientale

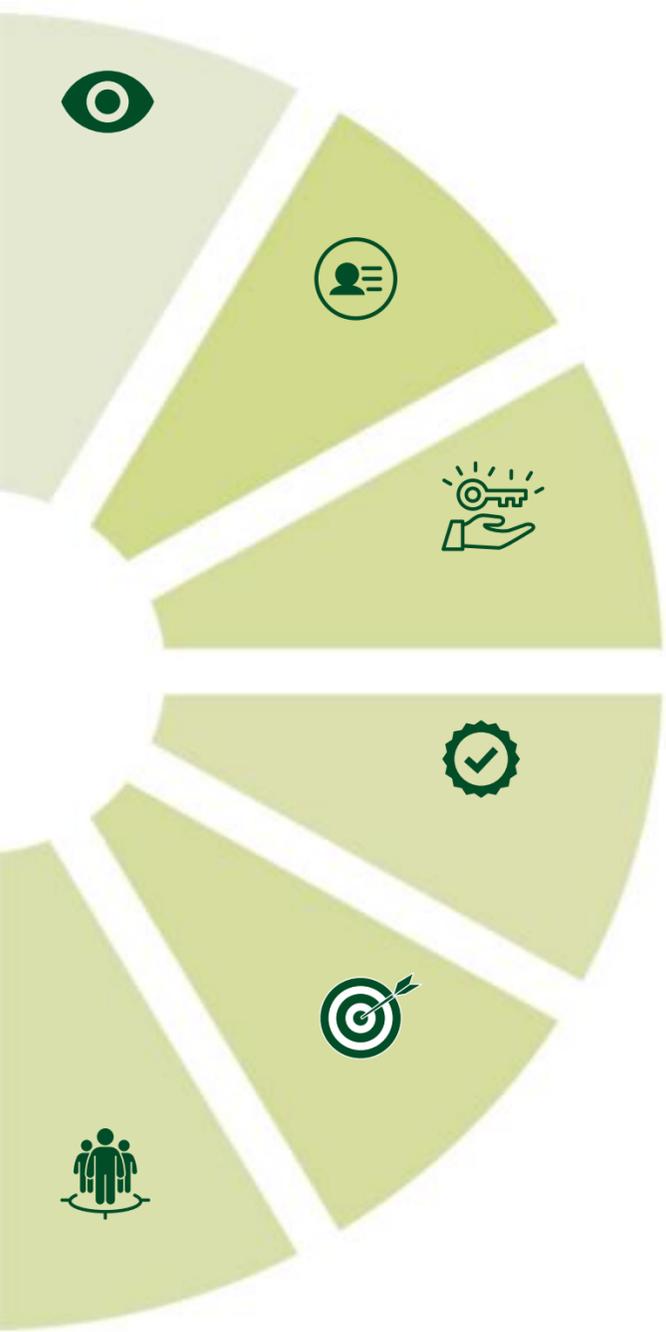
**9** Allineamento con valori condivisi

**10** Strumenti e risorse condivisi

**11** Miglioramento della reputazione e della riconoscibilità



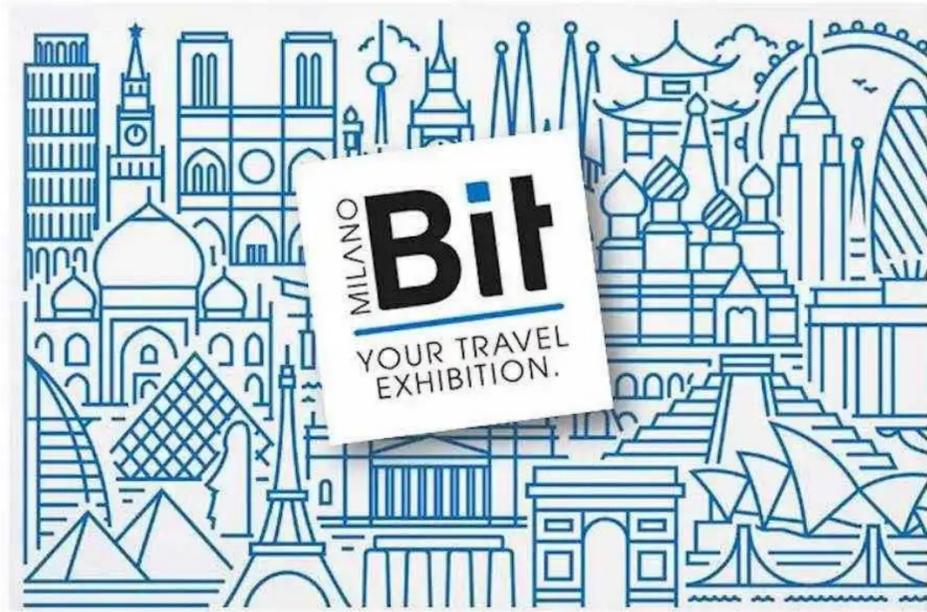
# VANTAGGI PER IL TURISTA

- 
- 1** Garanzia di qualità
  - 2** Esperienze autentiche locali
  - 3** Accesso a pacchetti tematici ed offerte esclusive
  - 4** Maggior facilità di prenotazione e di accesso alle informazioni
  - 5** Affidabilità e sicurezza
  - 6** Servizi innovativi

- 7** Personale più preparato e costantemente aggiornato
  - 8** Impatto conspevole sul territorio
  - 9** Accesso a una rete integrata di servizi
  - 10** Garanzia di un marchio
  - 11** Offerta personalizzata ed in linea con le proprie esigenze
- 

# VISIBILITA' INTERNAZIONALE

## BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO: 9-11 FEBBRAIO A MILANO



PRESENTAZIONE DEL PRIMO PERCORSO ALLA  
STAMPA

EVENTO DEGUSTAZIONE

DESK PROMOZIONALE

## PROSSIME ATTIVITA' DI PROMOZIONE

PRESS TRIP - EDUCATIONAL TOUR

PRINCIPALI FIERE INTERNAZIONALI DI SETTORE PER  
MERCATI STRATEGICI – B2B B2C WORKSHOP

PROMOZIONE ONLINE – CAMPAGNE DEDICATE

PAGINA DEDICATA NEL SITO LET'S MARCHE

INSERIMENTO NEL DMS REGIONALE / TDH

PUBBLIREDAZIONALI

# I NOSTRI CONTATTI:

**Flavia Fagotto - Project Manager**  [flavia@flaviafagotto.it](mailto:flavia@flaviafagotto.it)

## **Gal Montefeltro**

[info@montefeltro-leader.it](mailto:info@montefeltro-leader.it)

## **Gal Flaminia Cesano**

[amministrazioneflaminiacesano@gmail.com](mailto:amministrazioneflaminiacesano@gmail.com)

## **Giorgia Deiuri**

**Product Manager**

 3286320776

 [deiurigiorgia@gmail.com](mailto:deiurigiorgia@gmail.com)

## **Gal Colli Esini San Vicino**

[info@colliesini.it](mailto:info@colliesini.it)

## **Lorenzo Pascali**

**Product Manager**

 3286954976<sup>14</sup>

 [lo.pascali@gmail.com](mailto:lo.pascali@gmail.com)

**Gal Sibilla -** [info@galsibilla.it](mailto:info@galsibilla.it)

## **Gal Fermano**

[info@galfermano.it](mailto:info@galfermano.it)

## **Gal Piceno**

[info@galpiceno.it](mailto:info@galpiceno.it)

## **Andrea Marsili**

**Product Manager**

 3387237021

 [andrea.mars92@gmail.com](mailto:andrea.mars92@gmail.com)

# SAPORI DELLE MARCHE RURALI

Incontro con gli operatori del turismo enogastronomico:  
presentazione della strategia e delle opportunità di promozione

# GRAZIE!