

www.fattoriefaggioli.it
www.fattoriefaggioli.it



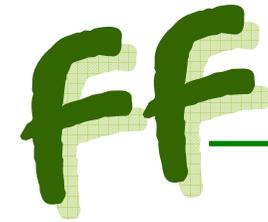
Fausto Faggioli

Territorial Marketing Manager
Cell. +39 335 6110252
ff@fattoriefaggioli.it

FF



WTO: WORLD TOURISM ORGANIZATION



**IL TURISMO
centro della nuova
"FILIERA TERRITORIO":
AGRICOLTURA-
TURISMO-SPORT-
CULTURA-AMBIENTE**

*Genitori e figli
in vacanza,
per imparare
a conoscere a Natura.*

WTO



**IL TURISMO RURALE è una grande
opportunità per promuovere
l'esperienza del "vissuto territoriale",**



L'Organizzazione Mondiale del Turismo
ha individuato due caratteristiche irrinunciabili:

- 1-Le comunità locali devono beneficiare di questo tipo di Turismo,)
- 2-I turisti devono vivere un'ESPERIENZA di QUALITA'sul TERRITORIO



Un modello in cui
il **TERRITORIO**
è il **FULCRO**
di tutta l'esperienza
del **VIAGGIO**

In tale contesto, i **PRODOTTI TIPICI**
assumono un **RUOLO FONDAMENTALE**
PER L'OSPITALITA'

LA CONVIVIALITA'
è un modo di vivere
EMOZIONI E TRADIZIONI



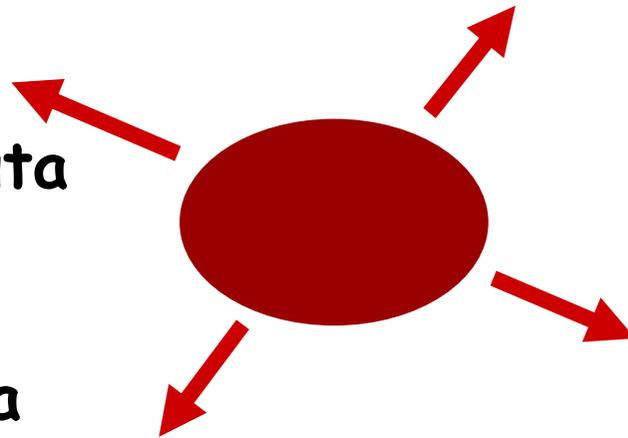
Le Imprese Rurali
sono un vero e proprio
"FRONT OFFICE".





**L'OSPITALITA' dei Territori
soddisfa le esigenze del nuovo turista
che ricerca uno stile di cose autentiche,
che evita i luoghi a grande densità turistica.**

**L'Ospitalità
deve essere vissuta
dall'intero
Territorio,
NON dalla singola
Azienda.**



A 1 ORA

DI AUTO...

SIAMO NELL'ECONOMIA DELL'ESPERIENZA

Nello **SVILUPPO TERRITORIALE** l'economia,
come semplice produzione di beni servizi,
non è più sufficiente.
Oggi, i **PROGETTI VINCENTI**
sono.....



Entro il 2030, per la loro volontà di emergere economicamente e per i bassi costi della manodopera, saranno i Paesi emergenti quelli che si occuperanno di "produrre".

Noi dovremo riconvertire le nostre capacità produttive in ECONOMIA DELL'ESPERIENZA.

Siamo in una posizione di vantaggio, disponendo di una risorsa non clonabile e non imitabile, unica al mondo: il Territorio con il suo Patrimonio Culturale (Es: Dieta Mediterranea - UNESCO)



IL VISSUTO TERRITORIALE come ESPERIENZA



L'esperienza è un momento
che impegna sul piano personale
l'ospite/consumatore
nell'atto stesso del consumo.



Le ragioni della Sostenibilità devono coincidere con quelle dello Sviluppo. Questo determina anche una diversa vocazione delle nostre imprese, che piuttosto che innovare si limitano ancora nella maggior parte dei casi ad assemblare.

I GAL HANNO UN RUOLO DETERMINANTE PER AGGREGARE LE COMPETENZE ED ACCETTARE LA SFIDA, DIVENTANDO VERI D.R.Q. (Distretti Rurali di Qualità), ORGANIZZANDOSI COME AGENZIE DI SVILUPPO PER CREARE, NON SOLO SVILUPPO RURALE, MA UN "SISTEMA RURALE" IN CUI TUTTI I CITTADINI SI SENTANO ATTORI PROTAGONISTI E NON SEMPLICI SPETTATORI.

Ma le imprese debbono crederci e non accontentarsi di inseguire le politiche di incentivazione, che prima o poi finiranno.



Una singola eccellenza non può bastare.

Occorre realizzare l'integrazione di vari attori sostenuti da una rete di servizi adeguati, promuovere strategie a lungo termine, incoraggiare politiche che garantiscano la collaborazione tra tutti gli operatori dei settori, secondo formule vincenti.

**L'ospite oggi vuole il "PRODOTTO TERRITORIO",
condividendolo con la Comunità locale.**



Il successo finale, il desiderio dell'ospite di ritornare, dipende da come il turista viene vissuto dalla comunità locale. In pratica, da come si è capaci di fargli condividere la passione per il Territorio.

**Nell'economia
dell'esperienza
si vince se,
su un Territorio,
tutti
fanno la propria parte.**



Nonna Faggioli diceva sempre.....
**.....SE VUOI AVERE
QUELLO CHE NON HAI MAI AVUTO,
DEVI FARE
QUELLO CHE NON HAI MAI FATTO.**

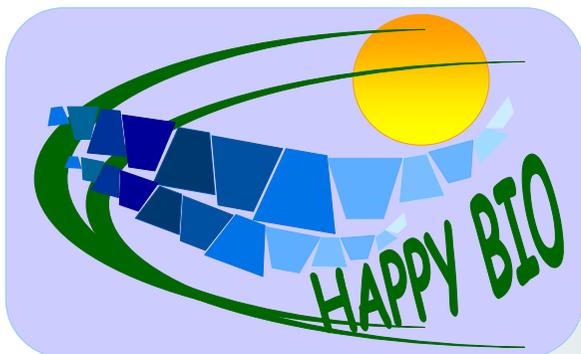
INCONTRI ENOGASTRONOMICI SUL TERRITORIO: Per conservare la vacanza a lungo nel tempo



FF

**PROGETTO "HAPPY BIO"

SI FONDA SULL'INTRECCIO FRA I PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA DI QUALITA', L'AMBIENTE, GIORNATE IN CAMPAGNA PER PROGETTARE CON IL TURISTA IN VACANZA UNA MIGLIOR QUALITA' DELLA VITA.



Azioni di promozione del prodotto biologico in ambito turistico, attraverso la formula innovativa degli Happy Bio. Veri e propri Happy Hour con merende di frutta e verdura bio e Serate della Tradizione negli Hotels della costa.



Il progetto propone il binomio mare-campagna come una grande risorsa per la qualità della produzione alimentare e fonte di salute e salubrità dell'Ambiente.

I giovani sono i più consapevoli del ruolo e della funzione della formazione ma ben nove italiani su dieci (92% degli intervistati) ritengono necessario integrare economia con ambiente, soprattutto investendo nelle tecnologie.

**L'ecologia viene quindi percepita
come un valore proprio del vissuto comune.
C'è una sensibilità già spiccata su cui lavorare ma,
molto resta ancora da fare.**

**Bisogna lavorare
per far sì che le scelte
eco-compatibili
siano sempre più
compatibili, sia con
i bilanci aziendali
sia con quelli familiari.**



**Bisogna aumentare gli
investimenti in ricerca e
sviluppo, il sostegno alle
aziende che investono in
energia e prodotti verdi e
concedere maggiori
incentivi ai consumi
eco-friendly.**

C'è bisogno di un cambiamento su come oggi si concepisce lo sviluppo di un Territorio, la sua 'ricchezza' (*non può essere solo il Pil il suo indice!*), il suo futuro.

C'è bisogno di rimettere al centro i valori umani e non il denaro.

Occorre rivalutare la cultura delle conoscenze che ha fatto progredire l'uomo: questo per guardare al domani, alla sostenibilità del nostro futuro, non per le immediate o prossime generazioni, bensì per i prossimi millenni, per pensare alla qualità della vita, a come ci si alimenta o a come si producano e commercializzino i nostri prodotti.

"La Terra non è un'eredità dei nostri padri, ma un prestito dei nostri figli."

**IL TURISMO RURALE E' PARTE DELLE DINAMICHE
DI SVILUPPO TERRITORIALE
ATTRAVERSO PRECISE E CONDIVISE AZIONI DI MARKETING**



La formula vincente è, prima di tutto, dentro di noi.

**SENZA ENTUSIASMO,
NON SI E' MAI COMPIUTO NIENTE DI GRANDE.**

www.fattoriefaggioli.it
www.fattoriefaggioli.it



Fausto Faggioli

Territorial Marketing Manager
Cell. +39 335 6110252
ff@fattoriefaggioli.it

FF



**OGNUNO DI NOI RICEVE IN DONO UN'EREDITA':
DAI LUOGHI, DAGLI ANTENATI,
DALLE TRADIZIONI, DAI SAPERI E DAI SAPORI.
E' QUESTA EREDITA' CHE FA LA DIFFERENZA,
UNENDOCI NELLA RICERCA DELL'IDENTITA'.**



**GRAZIE
FAUSTO FAGGIOLI**