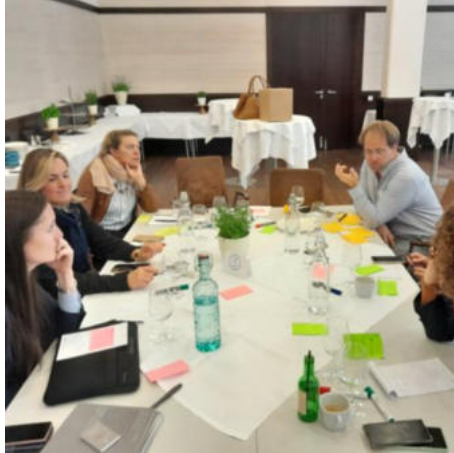


**SLOW A-A**

# 1. Workshop: Sviluppo del prodotto.







# Presentazione del progetto: Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

21. Mai 2025

Hotel Sandwirth, Klagenfurt am Wörthersee

## SLOW TRAVEL Workshop Nr. 1

### Slow Travel & Taste Alpe-Adria



## SLOW TRAVEL & TASTE ALPE-ADRIA

 [slow-travel-taste.eu](https://slow-travel-taste.eu)

**Dauer:**  
1.1.2025 – 1.3.2027

**Finanzieller Beitrag:**  
€ 552.824,85

**EFRE Mittel:**  
€ 425.068,66

Il progetto Slow Taste & Travel Alpe-Adria con la regione turistica di Klagenfurt am Wörthersee, Promoturismo Friuli Venezia Giulia, Unione Regionale Economica Slovenia e il GAL del Carso è dedicato al rafforzamento e alla facilitazione della cooperazione tra i produttori di marchi regionali della regione FVG e delle regioni di Klagenfurt e della Carinzia centrale, nonché alla creazione di nuovi prodotti turistici transfrontalieri. L'attenzione si concentra sulla scoperta delle specialità culinarie della regione Alpe-Adria dell'area di progetto. La diversità, dalla regione carsica sull'Adriatico alle regioni vinicole del Friuli e alle regioni alpine, costituisce la base per un prodotto unico per le vacanze culinarie nel cuore dell'Europa.

Das Projekt Slow Taste & Travel Alpe-Adria mit der Tourismus Region Klagenfurt am Wörthersee, Promoturismo Friuli Venezia Giulia, Unione Regionale Economica Slovenia und der LAG Karst verschreibt sich sowohl der Stärkung und Erleichterung der Zusammenarbeit von regionalen Markenproduzenten aus der Region Friaul Julisch Venetien als auch den Regionen Klagenfurt und Mittelkärnten als auch der Schaffung von neuen grenzüberschreitenden Tourismusprodukten. Hier liegt der Schwerpunkt auf der Entdeckung von kulinarischen Besonderheiten im Alpe-Adria Raum des Projektgebietes. Die Vielfalt vom Karstgebiet an der Adria über die Weingebiete Friauls bis zu den alpinen Regionen bilden die Basis für ein einzigartiges Produkt für kulinarische Reisen im Herzen von Europa.

  Co-funded by the European Union  
**SLOW A-A**



LAND KÄRNTEN



**Interreg**  
Italia – Österreich



Co-funded by  
the European Union

**SLOW A-A**

# Slow Travel & Taste Alpe-Adria: un piacevole viaggio tra le Alpi e il Mare Adriatico

- > Gusto regionale PLUS
- > Mobilità dolce PLUS
- > Esperienze transfrontaliere

Il nuovo progetto Interreg “Slow Travel & Taste Alpe-Adria” riunisce **produttori, esperti di turismo e buongustai** - per un turismo sostenibile di qualità e carattere.



# DESCRIZIONE DEL PROGETTO



Il progetto **Interreg VI-A “Slow Travel & Taste Alpe-Adria”**, cofinanziato dall'UE, **mira a sviluppare** un prodotto turistico transfrontaliero basato sulla mobilità sostenibile, sulla cucina autentica e sul networking regionale. **Verranno create esperienze di viaggio prenotabili che combinano piacere consapevole, cultura e trasporti pubblici.**

## Partner del progetto:

- Tourismus Region Klagenfurt am Wörthersee GmbH
- Promoturismo Friuli Venezia-Giulia
- Leader-Region Karst
- URES-SDGZ (slowenischer Wirtschaftsverband Italien)





# CONTESTO & OBIETTIVI



**Rafforzamento  
Produttori  
regionali**

(p.e. Slow Food,  
aziende Bio)



**Rete tra  
Gastronomia  
und Hotellerie**



Sviluppo di  
esperienze di  
vacanza  
prenotabili con  
**un'attenzione  
particolare  
alla  
sostenibilità**



Integrazione di  
**bicicletta e  
trasporto  
pubblico**



Aumentare  
l'attrattiva del  
turismo **al di  
fuori dell'alta  
stagione**



Sensibilizzazione  
sui **cicli  
regionali** e sulla  
**sana  
alimentazione**



- Durata del progetto: 1.1.2025 – 1.3.2027
- 552.000 € Importo del progetto
- 425.000 € finanziato attraverso Interreg-Fonds der Europäischen Union
- 4 Pacchetti di lavoro cpn oltre 20 attività diverse



# PANORAMICA DELLE ATTIVITA'



- Sviluppo di percorsi tematici di piacere (piste ciclabili)
- **Sviluppo di un prodotto culinario transfrontaliero di punta nello spirito dell'Alpe-Adria-Trail**
- Campagne regionali di sensibilizzazione
- Organizzazione di mercati contadini, laboratori gastronomici e cene
- Viaggi d'istruzione a tema culinario
- Strumenti digitali per la prenotabilità e il marketing
- Campagne di marketing e partecipazione a fiere (B2B, B2C)

# I nostri obiettivi per oggi.

1. Workshop: sviluppo del, prodotto Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

- Conoscere gli **obiettivi del progetto** e la **rete comune** transfrontaliera.
- Scambio di **informazioni sui prodotti e le iniziative** esistenti nelle regioni.
- Sviluppo congiunto di **competenze chiave, obiettivi e gruppi target** per i nuovi prodotti Slow Travel & Taste.
- Sviluppo di **idee iniziali per un prodotto guida** standardizzato che entusiasmi le persone per Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

# Orari.

1. Workshop: sviluppo del protto Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

- 9.00-9.30 Caffè & conoscenza
- **9.30-11.30 Workshop parte 1**
- 11.30-12.00 pausa pranzo con specialità Slow Food
- **12.00-13.30 Workshop parte 2**



# Team di progetto.

# Kohl > Partner.

Kohl > Partner sostiene lo sviluppo degli operatori nell'arco alpino. Da oltre 40 anni.



## Strutture ricettive & della gastronomia

Strategie individuali e supporto nell'implementazione per ogni dimensione aziendale



## Destinazioni turistiche

Orientamenti futuribili in luoghi da vivere



## Infrastrutture turistiche

Dall'idea per creare qualità dell'esperienza



## Seminari & Training

Know-how pratico e up-to-date

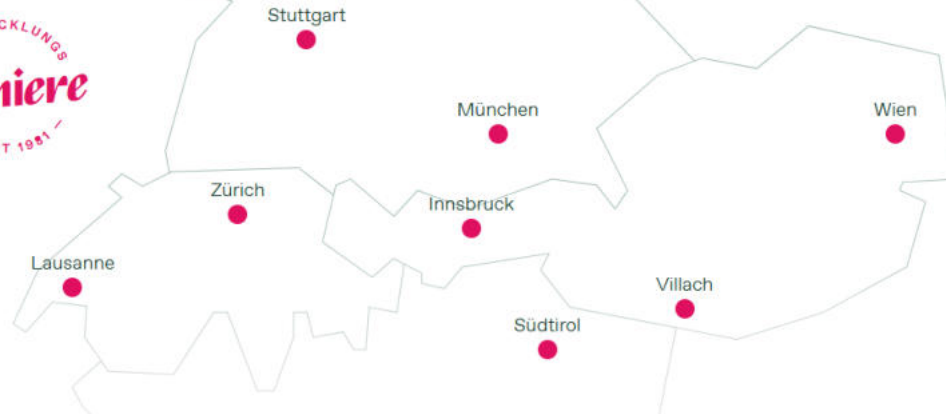


## People & Organization

Soluzioni di cambiamento e sviluppo continuo

## 9 Locations in 4 Countries

ENTWICKLUNGS  
**Pioniere**  
— SEIT 1981 —



# Stephanie Zorn, MA

Consulente e project manager.

Cresciuta nel settore del turismo. Attività diverse, dall'associazione turistica alla gestione di eventi presso la birreria Stiegl. Corso di laurea in lingua inglese "Innovation & Management in Tourism" presso l'Università di Scienze Applicate di Salisburgo, semestre all'estero a Bangkok. Responsabile di progetto junior per la messa in scena nel turismo e lo sviluppo del prodotto a Lucerna. Corso di certificazione CAS in sviluppo organizzativo sistemico presso l'Università di Scienze Applicate della Svizzera nordoccidentale. Master in economia aziendale con specializzazione in sviluppo aziendale presso l'Università di Scienze Applicate di Salisburgo. Docente esterno per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni presso la FH Salzburg. Con Kohl & Partner dal 2019. gratuita)

## Fokus

- Sviluppo sostenibile degli luoghi e delle destinazioni
- Messa in scena e innovazione nello sviluppo del prodotto
- Comunicazione e marketing (stakeholder, storytelling, social media)



➤ **[stephanie.zorn@kohl-partner.at](mailto:stephanie.zorn@kohl-partner.at)**

+43 660 639 619 6

+43 4242 21123

Kohl & Partner Villach

9500 Villach

# David Raccanello, MA

Consulente e project manager.

Nato in Veneto e cresciuto in Alto Adige. Diploma in gestione alberghiera presso la Scuola Alberghiera G. Maffioli in Veneto. Master in Management Alberghiero presso CIPAS di Stresa. Ha lavorato in tutti i settori dell'industria alberghiera e come General Manager in hotel e resort a 4 e 5 stelle in Italia. Coach per maestri di cucina sul tema dell'ottimizzazione dei costi in cucina. Seminari annuali per l'Ente del Turismo di Venezia. Con Kohl & Partner dal 2012.

## Fokus

- Sviluppo di località e regioni turistiche
- Concetti di sviluppo e fattibilità per strutture ricettive
- Marketing strategico alberghiero
- Innovazione della qualità alberghiera
- Passaggio generazionale



- [david.raccanello@kohl-partner.it](mailto:david.raccanello@kohl-partner.it)  
+39 366 642 8308  
Kohl & Partner Südtirol  
39030 Gais, BZ

## Altri componenti del team di consulenza.

Gernot Memmer e Victoria Paul.



**Mag. Gernot Memmer**  
Consulente e Managing Partner

✉ gernot.memmer@kohl-partner.at  
💬 +43 664 5206 976

- Sviluppo di destinazioni e spazi vitali
- Strategia e sviluppo di prodotti per le destinazioni
- Sviluppo organizzativo, leadership e risorse umane nelle DMO



**Victoria Paul, BA**  
Coordinamento dei seminari

✉ victoria.paul@kohl-partner.at  
💬 +43 4242 21 123

- Organizzazione e coordinamento di seminari, workshop, viaggi di studio ed eventi specialistici
- Supporto ai progetti alberghieri e di destinazione
- Amministrazione e gestione degli uffici del centro servizi

# La struttura del nostro processo di lavoro.

# Passi del progetto.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria: pacchetto di lavoro 3.



## **Attività 3.1 „Sviluppo del prodotto-Workshops Slow Travel“**

Realizzazione, moderazione e follow-up di due workshop “Slow Travel” sulla concezione di offerte di esperienze sostenibili e direttamente prenotabili.

## **Attività 3.2 „Viaggi Pilota Slow Travel“**

Quattro viaggi con focus group per testare nuove esperienze di “slow travel” in settori come l'alloggio, la mobilità e la presentazione di prodotti.



## **Attività 3.3 „Famtrips Slow Travel“**

Quattro viaggi esclusivi per i tour operator di Austria, Germania, Italia ed Europa centrale e orientale per attirare i partner commerciali.

# Passi del progetto.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria: pacchetto di lavoro 3.



## **Attività 3.1 „Sviluppo del prodotto-Workshops Slow Travel“**

Realizzazione, moderazione e follow-up di due workshop “Slow Travel” sulla concezione di offerte di esperienze sostenibili e direttamente prenotabili.

## **Attività 3.2 „Viaggi Pilota Slow Travel“**

Quattro viaggi con focus group per testare nuove esperienze di “slow travel” in settori come l'alloggio, la mobilità e la presentazione di prodotti.



## **Attività 3.3 „Famtrips Slow Travel“**

Quattro viaggi esclusivi per i tour operator di Austria, Germania, Italia ed Europa centrale e orientale per attirare i partner commerciali.

# 6 passi per lo sviluppo di un prodotto di successo nel turismo.

La struttura del nostro processo di lavoro.



# 6 passi per lo sviluppo di un prodotto di successo nel turismo.

La struttura del nostro processo di lavoro.



# 6 passi per lo sviluppo di un prodotto di successo nel turismo.

La struttura del nostro processo di lavoro.



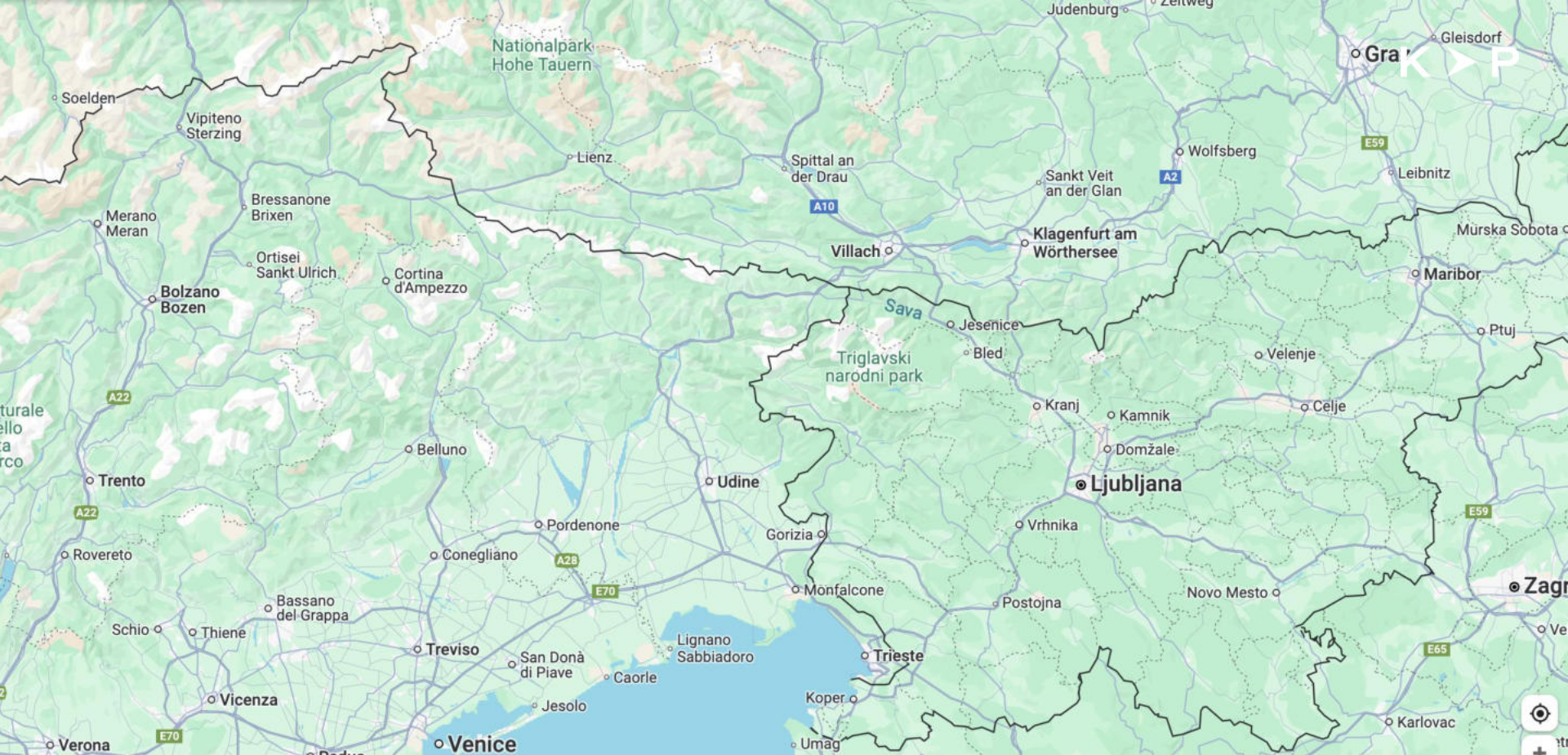
# 6 passi per lo sviluppo di un prodotto di successo nel turismo.

La struttura del nostro processo di lavoro.

## 1. Status Quo

### Domande chiave.

- Quali sono i **prodotti turistici**, gli eventi, le iniziative e le altre risorse esistenti su cui possiamo basarci in futuro?
- Quali sono i nostri **punti di forza specifici, le nostre competenze chiave e i nostri punti di forza unici** in relazione a Slow Food e Travel Alpe-Adria?



**Status Quo Slow Travel & Taste Alpe-Adria:** conosciamo il progetto.

- 1) L'obiettivo è sviluppare esperienze di viaggio sostenibili legate alla cultura unica e alle delizie culinarie della regione Alpe-Adria.

Gli aspetti più importanti includono l'integrazione e il collegamento di:

- 1) produttori regionali ed esperienze culinarie
- 2) mobilità sostenibile (ad esempio escursioni a piedi, in bicicletta, trasporto pubblico)
- 3) forte storytelling e temi di collegamento



## 1. Esercizio:

Quali prodotti e iniziative turistiche esistenti conosciamo in relazione a **Slow Travel & Taste Alpe-Adria?**

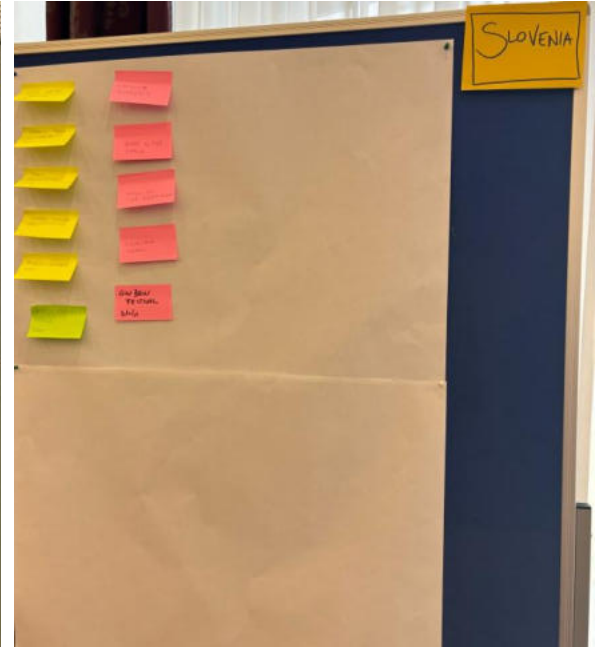
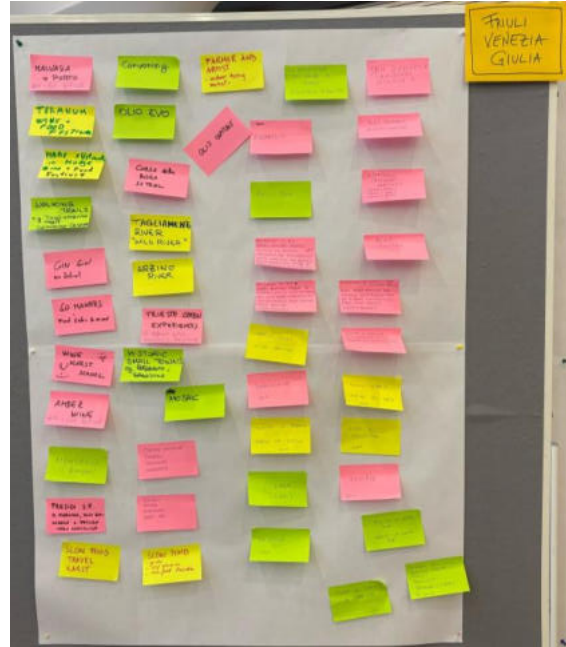
### COMPITO

Pensate al progetto in generale:

1. Prendetevi del tempo da soli. Scrivete il maggior numero possibile di cose (**1 prodotto/iniziativa esistente per post-it**).
1. Alzatevi e attaccate ogni post-it in un **posto adatto** su una delle tre pareti (AT/IT/SLO).
2. **Discutete** con gli altri partecipanti e aggiungete altri **elementi rilevanti** durante il processo.



The image shows a large sheet of paper with many colorful sticky notes (yellow, pink, and green) attached to it. The notes contain handwritten text, including names like 'TAAK', 'KAR', and 'KAR', and various phrases. The paper is placed on a dark surface.



# Prodotti & iniziative esistenti.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria: Friuli Venezia Giulia.

## ➤ Festival del gusto e del vino.

- Malvasia in Porto
- Teranum
- Mare e Vitovska in Morje
- Gin Gin / Gin Festival
- Olio Capitale (Fiera dell'olio, Trieste)
- Farmer and Artist (Mercato del gusto, Trieste)
- Ein Prosit (Manifestazione del gusto, Tarvisio)
- Friuli DOC (Festival del cibo e vino, Udine)
- GO Makers (Gorizia, Food Labs and more)
- Wine School Carso/Kras/Karst
- Amber Wine Festival (Triest)
- Barcolana Triest (la più grande regata a vela del mondo)
- Okusi Krasa – Sapori del Carso (Festival del gusto)
- Gusti di Frontiera
- Vabilo na Kosilo

- Kohišče (Escursione transfrontaliera di vino e del gusto)
- Cantine Aperte (Giornata delle cantine)

## ➤ (Gusto-)Escursioni & Tour.

- Tagliamento ciclabile (FVG 6)
- Cammino Celeste (200 km strada di pellegrinaggio)
- La Corsa della Bora (S1)
- Percorsi ciclabili
- Strada del Vion

## ➤ Esperienze Outdoor-/in natura.

- Canyoning
- Tagliamento („Wilder Fluss“)
- Arzino (Gola und foresta fluviale)
- Trieste Green Experiences (12 esperienze attive diverse nel Carso triestino)

# Prodotti & iniziative esistenti.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria: Friuli Venezia Giulia.

## ➤ **Produttori regionali/ degustazioni.**

- Acetaia Midolini (größte Essigmanufaktur der Welt)
- Ausgewählte Exkursionen UNESCO-Biosphärenreservat Miramare:
  - Besuch eines handwerklichen Labors für Phytokosmetik und Lebensmittel unter Verwendung offizieller und aromatischer Pflanzen (traditionelle Pflanzen der Karstregion)
  - Besuch von Weinbergen und Olivenhainen, Gespräche mit Akteuren und Verkostung
  - Ausflug mit dem Elektroboot (ökologische Mobilität) entlang der Küste von Triest vom Meeresschutzgebiet Miramare bis nach S. Croce mit Besuch einer Muschelfarm (Fischerei)
- Picknick / Märkte mit lokalen Produkten

- Produkte La GLACERE (San Daniele-Schinken)
- Besuch Weinkellereien / Grappa Nonino (Destillerie)
- Slow Food Travel Karst

## ➤ **Prodotti regionali.**

- Olio Evo / Prosciutto / Polenta / Käse (z.B. Montasio)
- Gubana di Cividale
- Presidio Slow Food FVG (z.B. M. Marasca, Olio EVO Bianchera / Karst-Istrien Schafe)

## ➤ **Cultura locale.**

- Kraška Ohcet / Nozze Carische / Karsthochzeit
- Historische Kleinstädte (z.B. Poffabro, Valvasone)
- Mosaikkunst in Friaul-Julisch Venetien
- Jugend – Natur – Abenteuer
- Street Art – z.B. touristische Rundgänge in Triest
- Majenza / Maibaumaufstellen

# Prodotti & iniziative esistenti.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria: Friuli Venezia Giulia

➤ **Offerta di mobilità:**

- Servizi di trasporto intermodale  
(bici + treno/bus/funivie)

➤ **Ricettività, gastronomia & Partner.**

- Offerte di alloggio a misura di ciclista.
- Osterie autentiche - paesaggi, tradizione e innovazione
- Slow Food: guide e associazioni di cucina
- Invito a Pranzo (cooperazione di ristoratori con specialità locali in primavera e autunno)

# Prodotti & iniziative esistenti.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria: Carinzia.

## ➤ Festival del gusto e del vino.

- Tage der Alpen-Adria Küche (TAAK) & Genussmeile
- Kulinarikfeste (z.B. Speckfest Hermagor)
- Veranstaltungen zu lokalen Produkten (z.B. Fisch, Käse, Slow Food, Pohača-Fest)

## ➤ Produttori regionali/ degustazioni.

- Bäckereien / Buschenschänke
- Buchbare Erlebnisse bei Produzenten & geführte Kulinariktouren

## ➤ Prodotti regionali.

- Slow Food Presidio: Krainer Steinschaf / Lesachtaler Brot / Kletzn / Hadn
- Brot / Öle / Käse / Wein / Speck aus Kärnten
- Typische Kärntner Gerichte / Jause
- Signature Dishes – Austausch Kulinarik-Gerichte

## ➤ Rete, cooperazioni, piattaforme.

- Netzwerk Genussland Kärnten
- Genusswegweiser
- Slow Food Kärnten
- Slow Food Travel Kärnten (4 Regionen)
- Die Kärntner Wirtshauskultur (100+ Restaurants, traditionelle österreichische Küche)
- Slow Food Kärnten: Gut. Sauber. Fair.
- Slof Food Chef Alliance (ca. 12 Küchenchefs)
- Slow Wine Coalition
- Netzwerk Kulinarik AMA

# Prodotti & iniziative esistenti.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria: Slovenia.

➤ **Festival del gusto e del vino.**

- Mesec kraške kuhinje (Genussfest)
- Praznik terana in pršuta (Genussfest)
- Teden restavracij (Week of the Restaurants)
- Gourmet Ljubljana Crawl
- Pomol Okusov / Pier of Tastes (Izola)
- Gin & Brin Festival (Dutovlje)
- Divji Okusi Krasa

➤ **Esperienze Outdoor-/in natura.**

- Cable Car Dinner (z.B. Krvavec)

➤ **Altri Partner.**

- Cooking Academy

# Prodotti & iniziative esistenti.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria: offerte di collegamento.

## ➤ **Prodotti regionali.**

- Wein / Vino
- Polenta (weiße) / Sterz
- Prosciutto / Pršut / Speck (Gailtaler, Lessacher...)
- Presidi Slow Food
- Latte e formaggio, mucche e pascoli
- Birra (piccoli birrifici artigianali)
- Erbe medicinali (ad esempio il villaggio delle erbe di Irschen nella Valle della Drava)
- Fieno
- Prodotti del bosco

## ➤ **Percorsi e attività del tempo libero.**

- Alpe Adria Trail
- Ciclovia Alpe Adria
- Pramollo / Nassfeld (Skigebiet)
- Pedalare lungo le acque (fiumi, mare)

## ➤ **Specialità regionali**

- Rifugi di montagna
- Montagne (attraenti in estate)
- Iniziative comuni sul tema bosco/ guardia forestale (trasferimento di conoscenze per famiglie / bambini)



## 2. Esercizio:

Quali sono i nostri maggiori punti di **forza** e le **potenzialità** in relazione a Slow Travel and Taste Alpe-Adria?

### COMPITO

Discutete in gruppo e scrivete i risultati sul flipchart (25 minuti).

- Pensate oltre i confini.
- Mettetevi nei panni dei potenziali gruppi target.

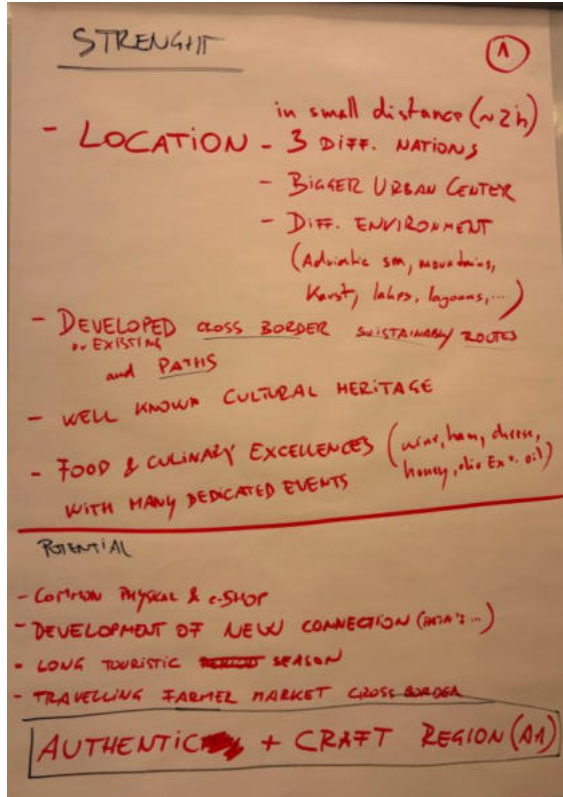
**Domanda finale:** quali sono le 3-4 competenze chiave più importanti / punti di vendita unici che potete riassumere?



# Punti di forza & potenziali.

K > P

Risultati gruppo 1.



# Punti di forza & potenziali.

Risultati gruppo 1.

## Punti di forza.

- **Autenticità e artigianalità:** la regione Alpe-Adria è sinonimo di divertimento genuino e artigianale.
- **Diversità paesaggistica:** mare, carsismo, lagune, laghi e montagne in un'area ristretta. Un mosaico di natura.
- **Alta densità di esperienze:** le brevi distanze di viaggio consentono di visitare diverse destinazioni in un breve lasso di tempo. Diversità in un piccolo territorio.
- **Buona accessibilità:** città densamente popolate come Vienna, Lubiana o Trieste distano solo 2-3 ore.
- **Percorsi transfrontalieri:** fama e popolarità di percorsi come l'Alpe-Adria-Trail.
- **Diversità culinaria:** differenze regionali, prodotti tipici (ad esempio vino, formaggio, prosciutto) come elementi unificanti. Eventi gastronomici di grande richiamo.

## Potenziali.

- **Negozi in comune (online):** per prodotti fisici e digitali, ad esempio per chi viaggia in bicicletta.
- **Collegamento di percorsi minori:** collegamento di piccole “deviazioni” agli assi principali (ad es. Alpe Adria Trail) e alle infrastrutture esistenti.
- **Turismo durante tutto l'anno:** a seconda della subregione, le stagioni sono visitate in misura diversa. Buona integrazione o spazio per un ulteriore sviluppo.
- **Mercati transfrontalieri ed esperienze gastronomiche:** integrare deliberatamente i mercati settimanali locali, i menu dei ristoranti e gli eventi con offerte di altre regioni (fusioni).
- **Messa in scena culinaria:** più esperienza attraverso lo storytelling, l'abbinamento dei cibi e la visualizzazione delle differenze e delle somiglianze regionali.

**USP: la regione Alpe-Adria è autentica e caratterizzata da un artigianato genuino.**

# Punti di forza & potenziali.

K > P

Risultati gruppo 2.

- Alpe Adria is one region
  - diversity of products
  - different tastes on one route
  - storytelling knowledge in the use of products (olive oil....)
  - aim on target group that is aware of sustainable high-quality products
  - attracting new target groups passing on the way
- (2)

- short ways between boarders
  - prepare the Alpe Adria taste on one plate and tell the story
  - exchange of signature dishes
  - opportunity to discover 3 European countries in 1 week
- 1 Product → 3 DIFFER. SPEEDS  
(CAR/TRAIN // BIKE // Hike) 2

# Punti di forza & potenziali.

Risultati gruppo 2.

## Punti di forza.

- **Esperienza transfrontaliera:** la regione Alpe-Adria è vista come un'area di esperienza condivisa - per gli ospiti ciclisti ed escursionisti di tutta la regione.
- **Varietà di prodotti e storie:** differenze regionali nella produzione (ad esempio, olio di semi di zucca in AT e non in IT) come potenziale per una narrazione autentica.
- **Identità culinaria nel piatto:** opportunità di far vivere il “sapore della regione Alpe-Adria” attraverso prodotti e piatti tipici.
- **Gruppi target esistenti come base:** ospiti con un'affinità per la sostenibilità e ospiti attivi (escursionisti, ciclisti) che sono già oggi facilmente raggiungibili.
- **Accessibilità:** brevi distanze tra i confini. Possibilità di scoprire tre Paesi europei in una sola settimana o meno.

## Potenziali.

- **Percorsi esperienziali con un focus culinario:** sviluppo di percorsi tematici per prodotti specifici (ad es. percorso del pane, percorso del formaggio, percorso del prosciutto) con diverse caratteristiche regionali.
- **Storytelling come chiave:** informare attivamente gli ospiti sui prodotti, l'origine, la lavorazione e l'uso - ad esempio oli, combinazioni, produzione.
- **Gruppi target principali:**
  - gruppo target 1: ospiti con un alto livello di consapevolezza della sostenibilità, disposti a pagare prezzi più alti, aperti a nuovi prodotti, che apprezzano già il valore.
  - gruppo target 2: ospiti sportivi (escursionisti, ciclisti) che possono essere introdotti ai prodotti regionali lungo il percorso attraverso esperienze (ad esempio attraverso le “svolte”).
- **Cooperazione gastronomica:** scambio di piatti tipici a livello transfrontaliero.

# Punti di forza & potenziali.

K ➤ P

Risultati gruppo 2.

## USP / Motivazioni uniche di vendita.

- **Brevi distanze tra tre mondi:** mare, laghi e montagne - collegati da un percorso culinario con un'esperienza di gusto transfrontaliera.
- **Il gusto della regione Alpe-Adria in un piatto,** con combinazioni di specialità regionali provenienti da diversi Paesi.
- **Una regione - da vivere** in tre giorni o una settimana, con diversità culinaria, offerte orientate all'esercizio fisico e scambi culturali.

## ➤ Idee di prodotto.

- **Un prodotto a tre velocità diverse:** a piedi, in bicicletta o in treno (o in e-car?)
- ***Vivere ed esplorare la regione a modo vostro*** - un invito a sperimentare lo Slow Travel.

# Punti di forza & potenziali.

K > P

Risultati gruppo 3.

③

DIFFERENT RECIPES FROM THE SAME INGREDIENTS  
SIMILAR TRADITIONAL PRODUCTS  
AND SIMILAR AUTOCOTONE VARIETIES } KLOTZEN PEAR  
SHEEP PIZZANA

BIODIVERSITY → MOUNTAIN, HILL, SEA, RIVER...  
FOOD WINES & FOOD

COMMON LIFESTYLE and VALUES

SMALL PRODUCERS (FAMILY RUN FARM)  
agriturismi

SAME AUDIENCE/TARGET  
"international" but FROM the Alpine Area  
potential

other audience: SLOW FOOD PRODUCERS'S NET  
"ACTIVE" PEOPLE  
"culinary" - "CULINARY" PEOPLE  
- taking care about sustainability  
TRAIN - BIKE -

---

① MIX of activities, restaurants, trattorie, farms  
② DISTANCE (C  
③

# Punti di forza & potenziali.

Risultati gruppo 3.

## Punti di forza.

- **Ricca biodiversità:** diversità tra montagne, colline e fiumi fino al mare.
- **Piccoli produttori a conduzione familiare:** aziende agricole, ristoranti, agriturismi, anche nel settore di alta gamma, in tutte e tre le regioni.
- **Stile di vita condiviso:** cultura della buona tavola fortemente radicata, grande valore ai prodotti regionali.
- **Specialità tradizionali:** prodotti simili con un'identità regionale (ad es. polenta, Sterz, pere Kletzen, pecora Pezzana).
- **Gruppo target con un'affinità per la sostenibilità:** molti ospiti che prestano già attenzione alla regionalità / consapevolezza ambientale (ad es. mobilità in bicicletta e in treno).
- **Continuo scambio transfrontaliero già tra gli ospiti:** gli abitanti della regione Alpe Adria amano viaggiare nelle regioni vicine.

## Potenziali.

- **Esperienze transfrontaliere:** combinazione di piccoli produttori, cantine, fattorie e locande lungo itinerari tematici.
- **Slow food incontra le vacanze attive:** collegare i produttori con ospiti attivi che fanno escursioni, vanno in bicicletta o viaggiano in treno.
- **Vacanze culinarie e gourmet:** rivolgersi a gruppi target esperti di cucina con un'attenzione particolare alla preparazione, all'origine e alla qualità dei prodotti.
- **Comunicare prodotti simili:** “ricette diverse - stessi ingredienti” come approccio narrativo per la diversità regionale con radici comuni.

# Punti di forza & potenziali.

K ➤ P

Risultati gruppo 3.

## USP / Motivazioni di vendita uniche.

- **Un paesaggio culinario compatto con una grande diversità:** brevi distanze collegano fattorie, trattorie ed esperienze sostenibili dalle Alpi al mare.
- **Radici comuni, caratteristiche diverse:** uno stile di vita culinario sostenuto da piccoli produttori e valori forti.
- **Dalle botteghe contadine ai ristoranti pluripremiati,** ma sempre con un senso comune di alta qualità, artigianato genuino e prodotti regionali forti.

# Punti di forza & potenziali.

K > P

Risultati gruppo 4.

- x DIVERSITY (4)
- x INTERREGIONAL
- x PROXIMITY
- x TRANSPORT-CONNECTED
- x DIVERSITY
- x HIGH QUALITY
- x SAME PRODUCTS
- x LANDSCAPE - SEA / LAKE / MOUNTAINS
- x 3 - BORDER CULINARY - EVENT - TABLE
- x TRADING PARTNERS (SMALL PRODUCERS)
- x PROPOSAL OF FREE TRADE EXEPTION (BOARDER)
- x ACTIVE COMMUNITY
- x STRONG AWARENESS OF SUSTAINABILITY
- x HEALTH FOOD

- x Short ways
  - x dif. Landscape / Culture
  - x High Quality & Sustainability
- (4)

# Punti di forza & potenziali.

Risultati gruppo 4.

## Punti di forza.

- **Ricca diversità:** un'ampia varietà di paesaggi (mare, laghi, montagne), culture e tradizioni culinarie in un'area ristretta - autentica e indipendente in ogni regione.
- **Collegamenti interregionali:** tre stati con una forte coesione culturale e geografica - un ambiente di vita condiviso.
- **Prossimità e distanze ridotte:** esplorare diversi paesi, regioni e aree di avventura in un breve lasso di tempo - un punto di forza unico per gli ospiti internazionali.
- **Buona accessibilità e infrastrutture:** gli ottimi collegamenti di trasporto consentono un facile accesso.
- **Prodotti regionali di alta qualità:** prodotti di nicchia di qualità eccellente, fortemente caratterizzati dalla geografia e dalla produzione artigianale.
- **Esperienza all'aria aperta e nella natura:** la bellezza del paesaggio come palcoscenico per attività e divertimento nella natura.

## Potenziali / idee.

- **Tavolata transfrontaliera:** evento simbolico al vertice dei tre stati - una lunga tavolata come segno di connessione culinaria.
- **Iniziativa di libero scambio:** proposta di regolamenti speciali per semplificare il commercio transfrontaliero di prodotti locali (ad es. vino, formaggio) nei mercati settimanali / piccoli commercianti.
- **Facilitare l'accesso ai piccoli produttori:** ridurre la logistica e la burocrazia per rendere i prodotti regionali più facilmente disponibili nella ristorazione e nella vendita al dettaglio.
- **Alimentazione sana e sostenibile:** la combinazione di cucina regionale, salute e stile di vita consapevole è un tema forte per il futuro e l'essenza del concetto di Slow Food.
- **Comunità impegnata e rete attiva:** gli attori regionali sono motivati, consapevoli e aperti alla collaborazione. Espandersi ulteriormente in futuro.

# Punti di forza & potenziali.

Risultati gruppo 4.

K ➤ P

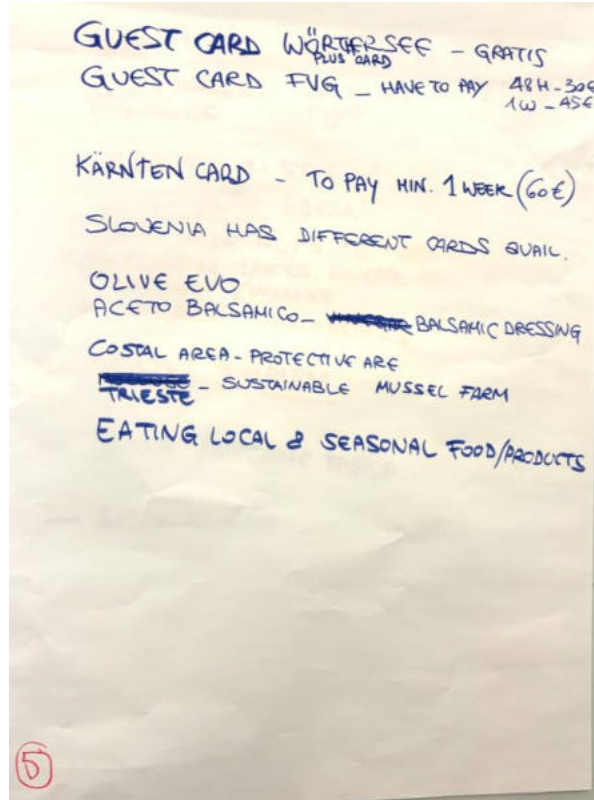
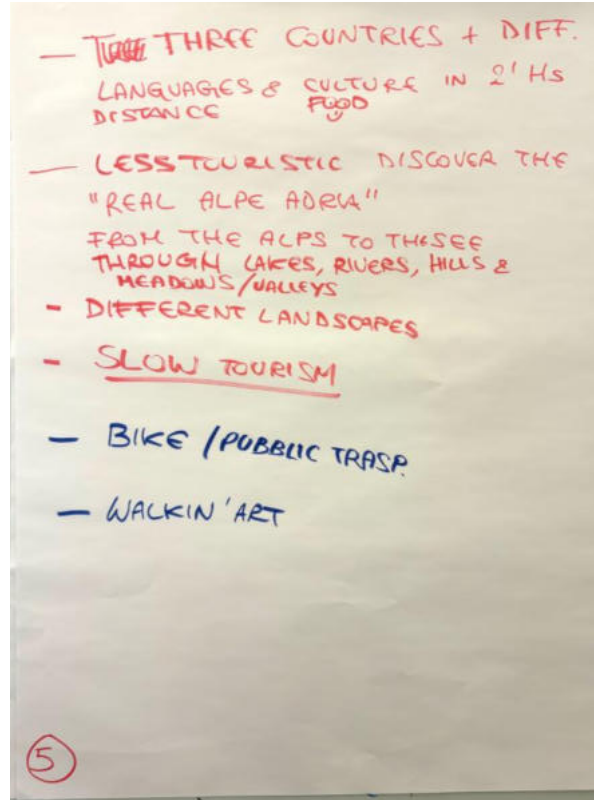
## USP / Motivazioni di vendita uniche.

- **Distanze brevi.**
- **Grande diversità paesaggistica e culturale.**
- **Alta qualità e sostenibilità** come valori unificanti dei prodotti e delle imprese.

# Punti di forza & potenziali.

K > P

Risultati gruppo 5.



# Punti di forza & potenziali.

Risultati gruppo 5.

## Punti di forza.

- **Grande diversità culturale e linguistica:** tre paesi, tre lingue, tre culture alimentari - da vivere in poche ore.
- **Regioni autentiche lontane dal turismo di massa:** aree meno sviluppate turisticamente - ideali per gli esploratori della “vera” Alpe-Adria.
- **La diversità del paesaggio come base per il piacere:** Alpi, laghi, fiumi, colline, prati, valli e coste - terreno fertile per cibi di alta qualità.
- **Cucina sostenibile:** olio d'oliva EVO, aceto balsamico, allevamenti di cozze sostenibili come esempio di cucina locale e stagionale.
- **Infrastrutture esistenti per la mobilità sostenibile:** piste ciclabili, trasporti pubblici e primi servizi transfrontalieri disponibili.

## Potenziali / idee.

- **Guest Card come mezzo di comunicazione:** carte degli ospiti diverse in ogni Paese - potenziale per moduli congiunti “Alpe-Adria Slow Travel & Taste” con esperienze, delizie culinarie e mobilità sostenibile.
- **Rafforzare il turismo lento:** al posto del turismo di massa, mindfulness, incontri, regionalità.
- **Connessione attraverso percorsi tematici:** offerte ciclistiche ed escursionistiche come “Walkin'Art” lungo gli assi culturali e culinari.
- **Ampliamento delle opzioni di trasporto sostenibile:** ampliamento dei servizi transfrontalieri e intermodali per le biciclette e dei collegamenti in treno/autobus.

# Punti di forza & potenziali.

Risultati gruppo 5.

K ➤ P

## USP / Motivazioni di vendita uniche.

- **Tre Paesi, tre culture, tre cucine:** da scoprire in sole due ore.
- Regioni autentiche e meno turistiche come **palcoscenico per un vero piacere.**
- La diversità del paesaggio come **origine e palcoscenico delle delizie culinarie** - dalle Alpi alla costa.

# 6 passi per lo sviluppo di un prodotto di successo nel turismo.

La struttura del nostro processo di lavoro.



# 6 passi per uno sviluppo di prodotto di successo nel turismo.

La struttura del nostro processo di lavoro.

## 2. Quadro strategico

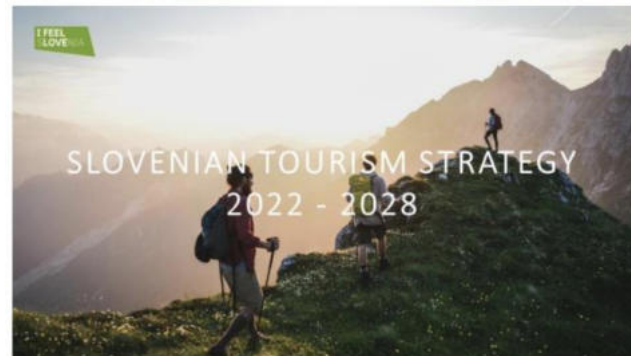
### Domande chiave.

- Come si collegano i nuovi prodotti alle **basi strategiche** o al **marchio della destinazione**?
- Chi sono i nostri principali **gruppi target**? Cosa sappiamo dei loro **interessi, desideri e comportamenti di viaggio**?

# Un progetto con solide basi strategiche.

K > P

Tourismusmarke Kärnten 2025+  
Management-Handbuch



# Plan T: Masterplan per il turismo in Austria.

Quadro strategico: Slow Travel & Taste.

- **La sostenibilità** in tutte le sue dimensioni e la **cultura della cooperazione** come aspetti chiave, ad esempio:
  - verso una maggiore sostenibilità, anche migliorando la mobilità rispettosa del clima e promuovendo le energie rinnovabili.
  - intensificare la cooperazione tra turismo e agricoltura, soprattutto nel settore culinario.
  - ulteriore sviluppo del marketing turistico, ad esempio ripensando la gestione delle destinazioni e ottimizzando l'uso delle nuove tecnologie.



# Manuale del marchio Carinzia.

Quadro strategico: Slow Travel & Taste.

- La “**cultura del piacere dell’Alpe-Adria**”, direttamente collegata al concetto di “Slow Travel and Taste”, è uno dei tre elementi centrali della proposta turistica della Carinzia.
- È direttamente collegato agli altri due elementi, che rappresentano **vacanze attive tutto l'anno e orientate alla natura** sul versante meridionale delle Alpi.
- La “**specializzazione Smart**” si riferisce all'obiettivo di creare vantaggi competitivi e sinergie attraverso la cooperazione (interregionale).



# Slow Food Travel

*Eine kulinarische Reise durch Kärnten*

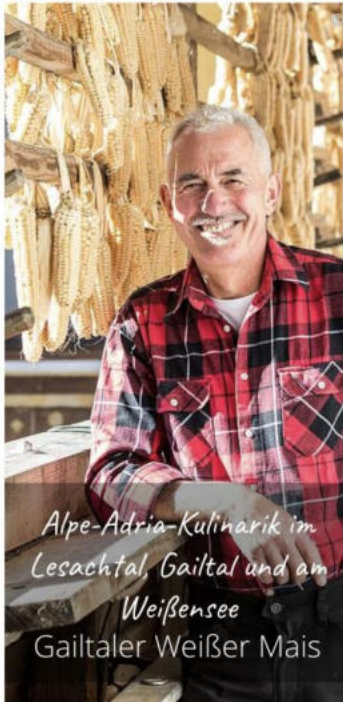
Slow Food rückt heimische Produzenten, kulinarische Erlebnisse und die Vielfalt der Regionen in den Mittelpunkt. Bei Workshops und Führungen lässt sich das Beste der Alpen-Adria-Küche entdecken und erleben.

## — Slow Food Erlebnisse —



Am Programm stehen u.a. Brot backen, Butter und Käse herstellen, die Kraft der Kräuter kennenlernen, Eis zubereiten, den Wald verkosten oder die Welt der Bienen kennenlernen. Gemeinsam wird Hand angelegt und bei der Erzeugung von Slow Food hinter die Kulissen gehlickt. So verbindet sich im





# Slow Food in Kärnten entdecken.

Gut. Sauber. Fair.

Kärnten

- ☐ Restaurants (81)
- ☐ Almhütten und Buschenschenken (30)
- ☐ Hofläden und Produzenten (78)
- ☐ Genuss-Shops (28)
- ☐ Slow Food Beherbergung (29)
- ☐ Erlebnisprogramme (33)

Umkreis

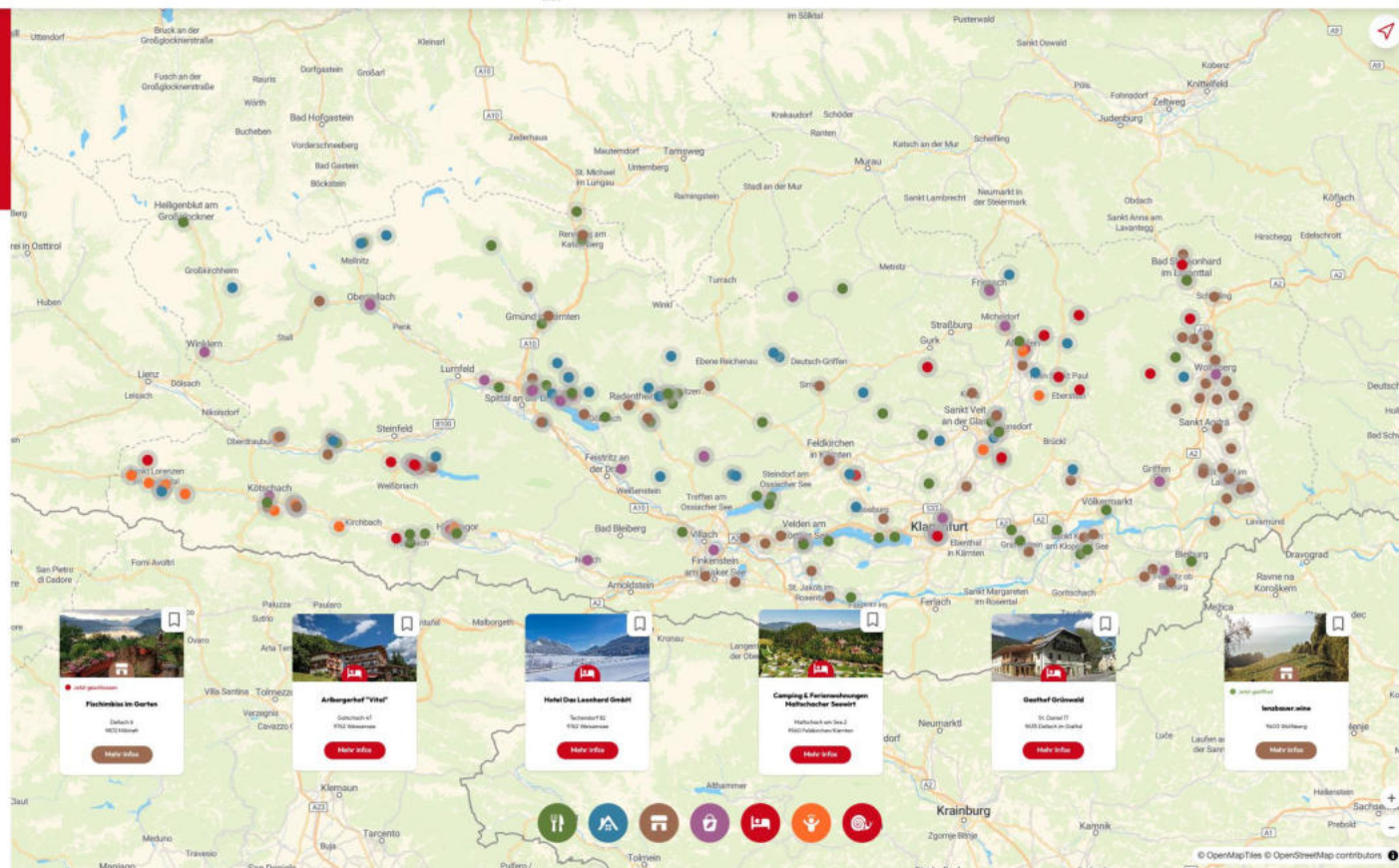
1 km 40 km

Jetzt offen ☐

Bewertung



Suche



## Alpen-Adria Küche Kärnten

Das traditionelle Lebensmittelhandwerk Generation für Generation weitergeben, für den Erhalt der Arten- und Sortenvielfalt Sorge tragen, respektvoll mit den Schätzen der Natur umgehen und hochwertige Lebensmittel im Rhythmus der Jahreszeiten produzieren – in Kärnten wird der regionale Genuss gelebt.

**Gut. Sauber. Fair.** Diesem Leitsatz hat sich die Kärntner Alpen-Adria Küche verschrieben.



# Promoturismo FVG: Linee guida 2025.

Quadro strategico: Slow Travel & Taste.

## SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE



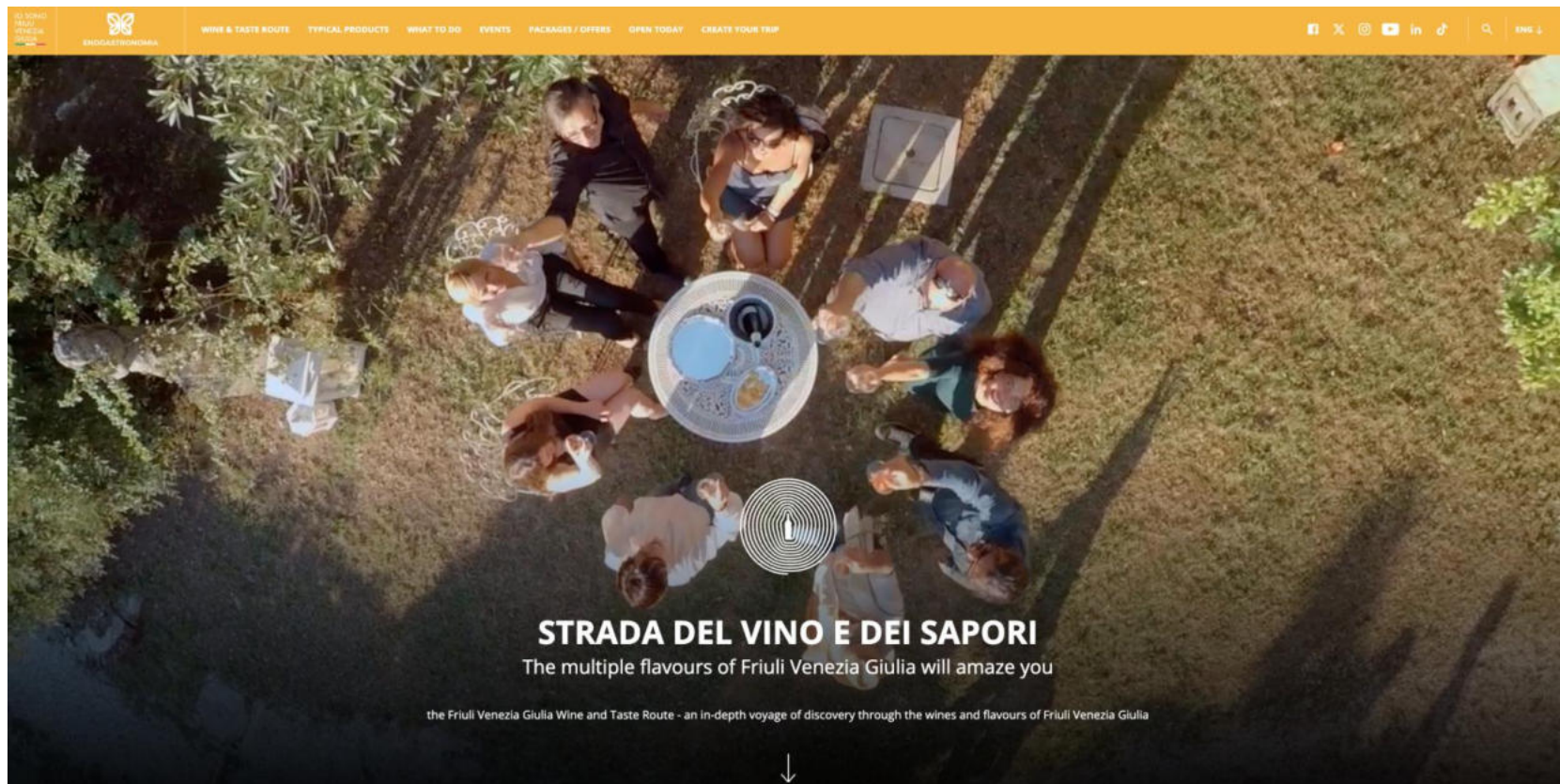
- Sviluppo turistico sostenibile come principio guida.
- Elementi fondamentali del **prodotto e strategie di marketing**:
  - maggiore promozione di **esperienze enogastronomiche** e di strutture ricettive autentiche e di qualità;
  - **turismo senza confini**: miglioramento delle esperienze turistiche transfrontaliere (con Carinzia/Slovenia), ad esempio in relazione alla Capitale europea della cultura 2025;
  - sviluppo delle **regioni montane** puntando su una forte specializzazione e sulle **attività turistiche durante tutto l'anno**;
  - sviluppo / posizionamento delle **offerte outdoor**.

## PIANO PRODOTTI TURISTICI

### DEFINIZIONE DEI PRODOTTI-DESTINAZIONE E SVILUPPO DEI PRODOTTI

CLUSTER DI PRODOTTO PRIORITARI					
MARE	ENOGASTRONOMIA	MONTAGNA 365	BIKE	CULTURA	CORPORATE
PRODOTTI					
MARE E FAMILY MARE GIOVANI MARE E SPORT NAUTICA TERME E WELLNESS	STRADA DEL VINO E DEI SAPORI ENOLOGIA GASTRONOMIA TOUR ECCELLENZE	MONTAGNA FAMILY SCI E SPORT INVERNALI MALGHE E RIFUGI TREKKING TERME E WELLNESS	CICLOTURISMO (ciclovie- anelli-percorsi a tappe)  FUORI STRADA (MTB / Gravity / Gravel)	CITY BREAK VISITE GUIDATE / audioguide ITINERARI TEMATICI GRANDI FESTIVAL GRANDI MOSTRE UNESCO CAMMINI RELIGIOSI	MICE BUSINESS WEDDING

CLUSTER DI PRODOTTO - SPECIAL INTEREST		
EVENTI	OUTDOOR	ITINERARI CULTURALI
PRODOTTI		
CULTURA MUSICA SPORT	ESCURSIONI E VISITE GUIDATE ARRAMPICATA SPORT DELL'ARIA SPORT DELL'ACQUA CANYONING E FLUVIALE PESCATURISMO AREE NATURALI PROTETTE PARCHI ED ECOMUSEI	SCOPERTA E TOURING ITINERARI STORICI BORGHI CASTELLI E RESIDENZE FESTE TRADIZIONALI



SI SOMO  
REALIZZATI  
IN ITALIA  
BORGASTRONOMIA

WINE & TASTE ROUTE TYPICAL PRODUCTS WHAT TO DO EVENTS PACKAGES / OFFERS OPEN TODAY CREATE YOUR TRIP

Facebook Twitter Instagram YouTube LinkedIn Spotify Search ENG

**STRADA DEL VINO E DEI SAPORI**  
The multiple flavours of Friuli Venezia Giulia will amaze you

the Friuli Venezia Giulia Wine and Taste Route - an in-depth voyage of discovery through the wines and flavours of Friuli Venezia Giulia

↓

Discover wine and food hot spots around  
you

SEARCH BY NAME

TYPE

PLAC

- Here in our coast
- Here in our hills
- Here in our Karst Plateau
- Here in our mountains
- Here in our plain
- Here in our river

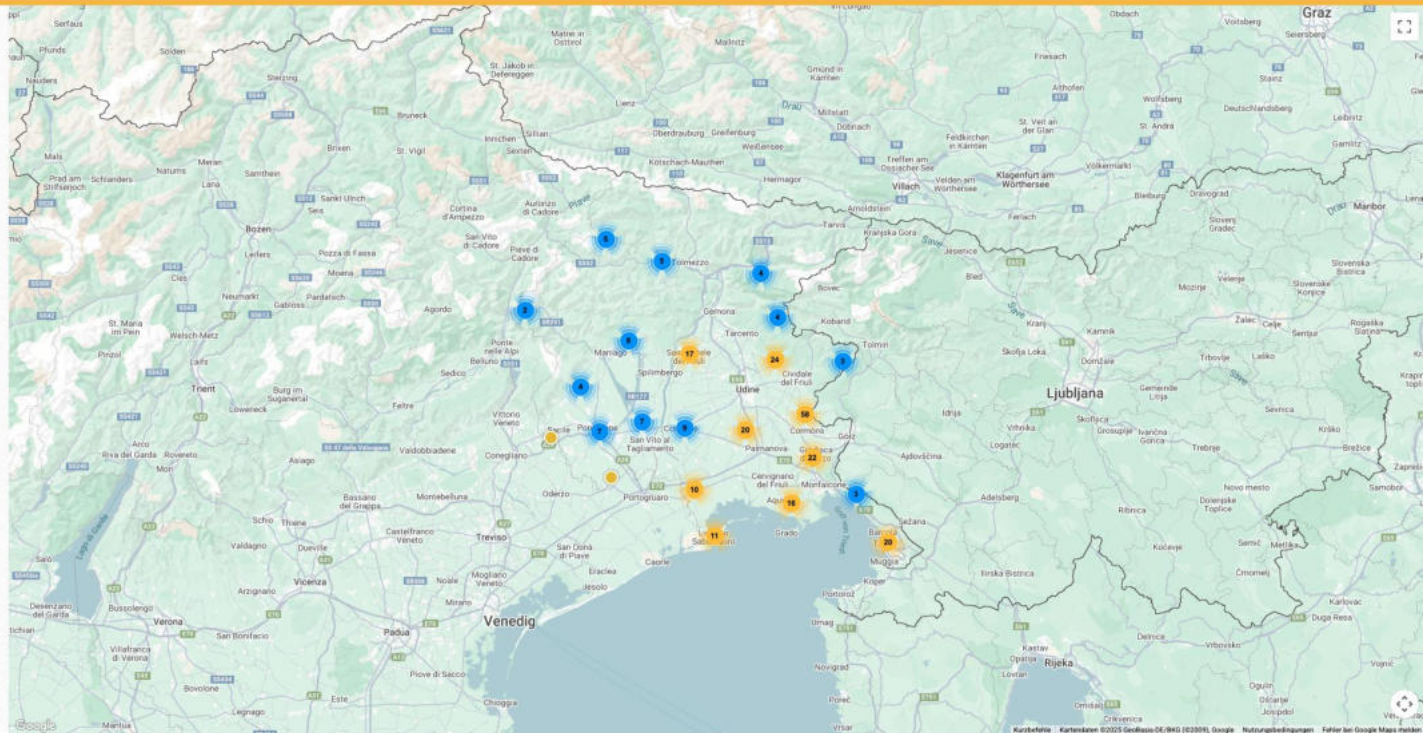
**Open**

tt.mm.jjjj

tt.mm.1000

### Amenities

### Spoken languages





More taste in the Mountain Huts!

## In Rifugio c'è più gusto! More taste in the Mountain Huts!

A day in a mountain hut for adults and children to discover the authenticity of the mountains of Friuli Venezia Giulia

Having fun, tasting food, learning and experimenting are the ingredients of ten events to enjoy with your family or friends in the mountains of Friuli Venezia Giulia.

On Saturdays or Sundays, from May 25 to July 26, eight mountain huts of the Assorifugi circuit will be the stars of this initiative, where visitors have the opportunity to taste special typical menus based on ingredients of the IO SONO FRIULI VENEZIA GIULIA trademark and learn about local farms that are committed to authenticity and respect for our land. These dates are also the perfect moment to discover the world of nature and sustainability up close, with free workshops and activities for families and children!

## Choose the date and find out what the mountain hut and the farm have planned for you!

Filter by geographic area: All  
Filter by location: All  
Date from: tt.mm.jjjj  
Date to: tt.mm.jjjj



Claut  
At the Pussa mountain hut with the Sallet farm.  
Sunday, June 1, 2025



Prato Carnico  
At the De Gasperi mountain hut with the Laboratorio del Dolce  
Saturday, June 7, 2025



Lussateg  
At the Pian dei Ciclamini mountain hut with the passion of Aurora Azzurra  
Saturday, June 14, 2025





**I FEEL SLOVENIA**

Things to do   Places to go   Plan your trip

♥️ 🛏️ 🔍 ✨ ENG ▾

# Culinary delights in the European Capital of Culture 2025 region

Spice up your visit to the European Capital of Culture 2025 with select culinary experiences in the surrounding area.

**SPECIAL OFFERS AND PACKAGES.** [^ Open](#)



## Culinary masters in the European Capital of Culture 2025 region

The area around Nova Gorica and Gorizia carries a Mediterranean scent, but the two towns also nod towards the Alpine world. This is also true for its cuisine. Discover the distinctive flavours of each destination, all within easy reach during your visit to the European Capital of Culture 2025.



Nova Gorica and  
the Vipava Valley




Brda region



Karst



Soča Valley



The screenshot shows the top section of the Karst Krasi website. The header includes the 'CARSO KRASI' logo, the 'SLOVENIA GREEN DESTINATION' logo, and navigation links: 'OUR WORLD', 'THINGS TO DO' (highlighted in red), and 'PLAN YOUR STAY'. A red button labeled 'Select the experience' is also present. Below the header, three wine glasses filled with red, white, and rosé wine are displayed against a background of wooden wine barrels. The main content area features a breadcrumb trail: 'Home > Things to do > Wine and Cuisine'. The title 'The colours and flavours of a mysterious world' is written in a large, dark red font. To the right, there are two paragraphs of text describing the local wine and landscape. At the bottom right, there are two circular icons: a red one with a white shopping basket and a grey one with a white location pin.

CARSO KRASI

SLOVENIA GREEN DESTINATION

OUR WORLD THINGS TO DO PLAN YOUR STAY

Select the experience

Home > Things to do > Wine and Cuisine

## The colours and flavours of a mysterious world

The red soil, terra rossa, distinguishes the karst landscape and pervades its flavours. Something different, pleasantly tart and enticingly sweet can be found in all that grows in this soil and then develops, following old traditions, into premium quality crops.

The famous Teran wine beckons you to visit the local cellars, while homesteads are curing exquisite prosciutto and waiting for a special type of cheese to mature. The gmajna grasslands are both a fragrant herbal garden and a meadow of wildflowers for bees. The wonderful fruit from the Brkini area is known from far and wide.

**There is only one Karst. Give in to its flavours.**

English ▾

✕

### Architectural beauty and karst delicacies - The medieval village of Štanjel

From **€30.43** For all ages! • 90 minutes • Architectural beauty and karst delicacies

[View dates](#)

### Discover Štanjel and print a postcard

Unleash your creativity!

[View dates](#)

### Cooking workshop with Chef Ago Špacapan

From **€183.61** Learn the art of cooking at Michelin Green Star level!

[View dates](#)

### Culinary tour of Brkini with e-bikes

The hilly world of Brkini is best experienced from the saddle.

[View dates](#)

### Truffle hunting and culinary experience

From **€167.87** Join us for an exhilarating truffle hunting adventure on the Karst.

[View dates](#)

### Juniper your way

Make your own gin

[View dates](#)

### Tasting and tour of the Brin distillery

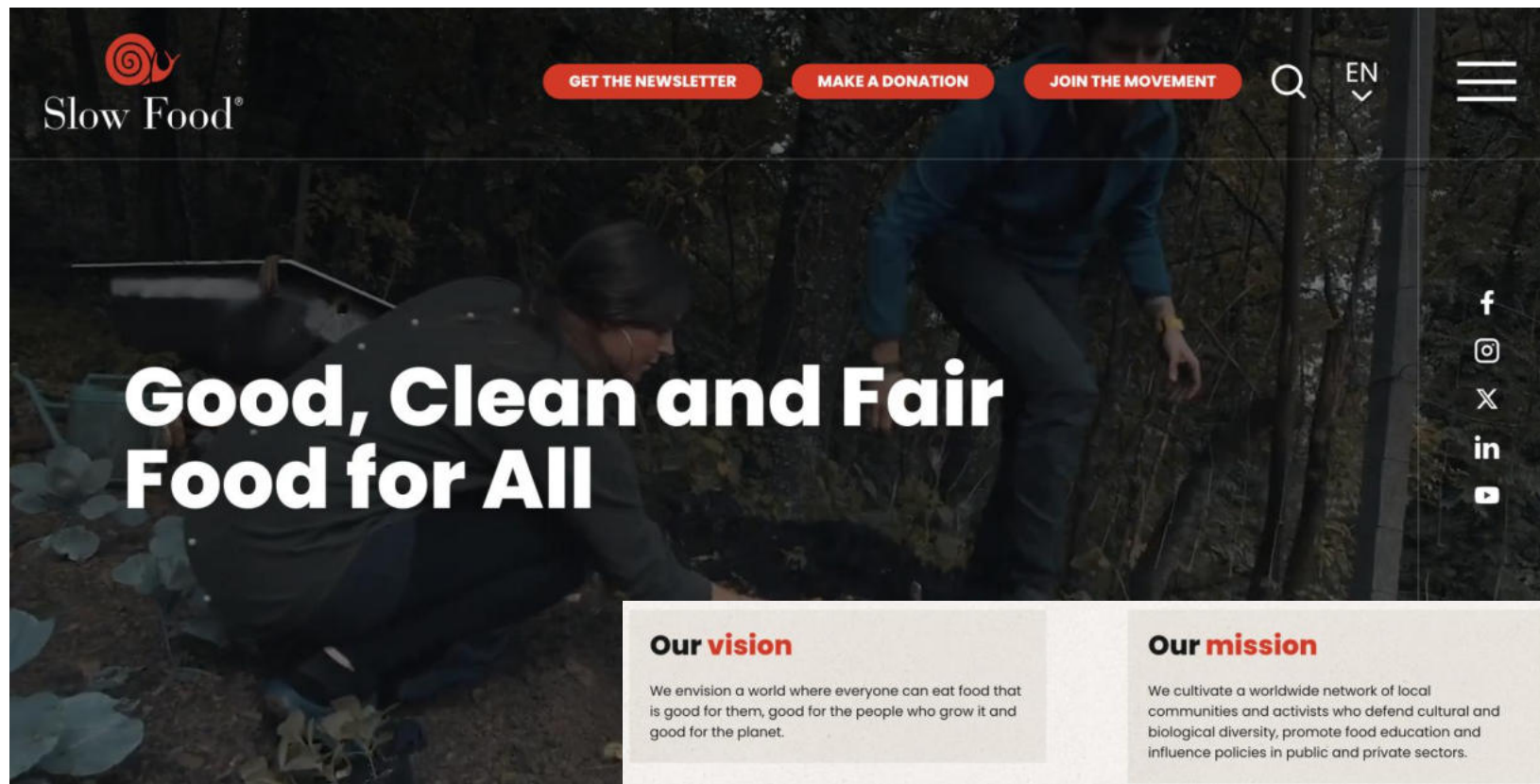
Go behind the scenes of the making of Brin gin.


[View dates](#)



### Rodman Beekeeping Poetry

From **€21** Discover the life and work of bees.

[View dates](#)

The image shows the top portion of the Slow Food website. The background is a dark, moody photograph of two people in a garden or forest setting, one crouching and one standing. The Slow Food logo, a red snail, is in the top left. Navigation buttons for newsletter, donation, and movement are in the top center. Search, language, and menu icons are in the top right. Social media icons are on the right side. The main headline 'Good, Clean and Fair Food for All' is centered. Below it are two columns: 'Our vision' and 'Our mission', each with a short paragraph of text.

 Slow Food®

[GET THE NEWSLETTER](#) [MAKE A DONATION](#) [JOIN THE MOVEMENT](#)  [EN](#) 

# Good, Clean and Fair Food for All

[f](#) [@](#) [X](#) [in](#) [v](#)

## Our **vision**

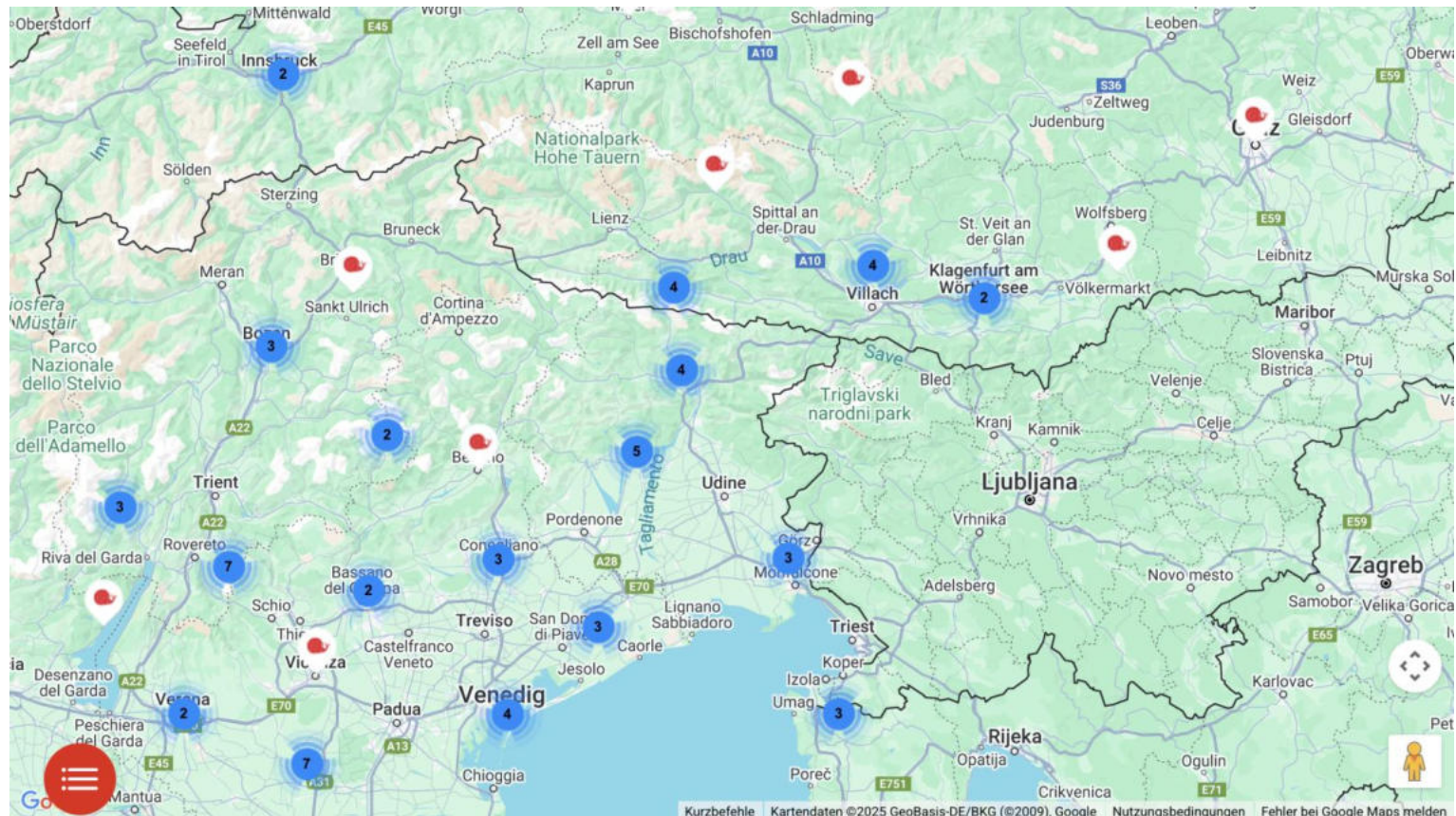
We envision a world where everyone can eat food that is good for them, good for the people who grow it and good for the planet.

## Our **mission**

We cultivate a worldwide network of local communities and activists who defend cultural and biological diversity, promote food education and influence policies in public and private sectors.

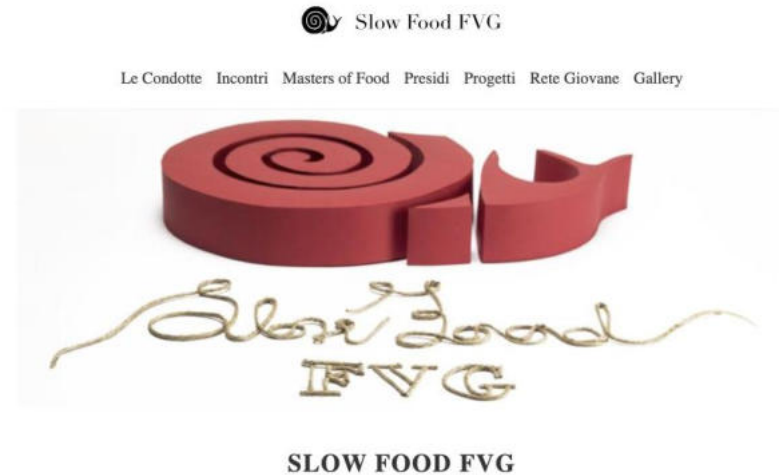
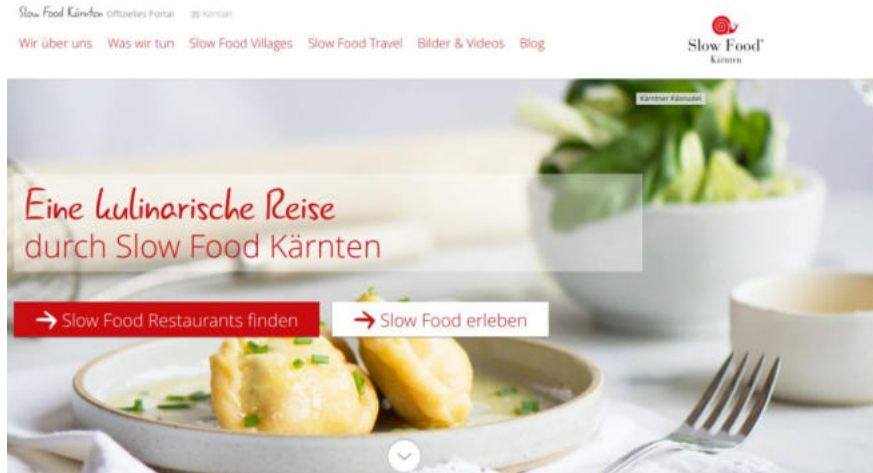
# Slow Food: Our Global Network.

K ► P



# Slow Food Communities.

Quadro strategico: Slow Travel & Taste.



# Conclusione provvisoria.

Quadro strategico: Slow Travel & Taste.

- **Slow Travel & Taste** è una priorità strategica congiunta della Carinzia e del Friuli-Venezia Giulia. È strettamente legata alla sostenibilità, all'autenticità e alla cooperazione transfrontaliera nel turismo.
- Lo sviluppo di **esperienze culinarie uniche e di alta qualità e di offerte per tutto l'anno** è fondamentale per posizionare la regione come una destinazione sostenibile ed esperienziale, a beneficio sia dei visitatori che delle comunità locali.
- I **gruppi target** includono viaggiatori consapevoli, ospiti culturalmente curiosi, buongustai e visitatori attivi e amanti della natura, come escursionisti e ciclisti, alla ricerca di esperienze coinvolgenti radicate nell'identità regionale e nella produzione locale.
- Il **movimento e la filosofia Slow Food** fungono da **principio unificatore** tra le destinazioni e i partner, promuovendo valori come il cibo buono, pulito e giusto e ispirando la narrazione collaborativa e lo sviluppo di prodotti radicati nei luoghi, nelle persone e nelle tradizioni.
- Il contesto strategico sottolinea la **collaborazione tra turismo, agricoltura e gastronomia**. È essenziale coinvolgere i produttori, gli ospiti e le reti regionali nello sviluppo di nuove idee di prodotto.

# Cosa sappiamo dei nostri gruppi target?



# 6 passi per lo sviluppo di un prodotto di successo nel turismo.

La struttura del nostro processo di lavoro.



**L'obiettivo è sviluppare esperienze di viaggio sostenibili legate alla cultura unica e alle delizie culinarie della regione Alpe-Adria.**

**Gli aspetti più importanti includono l'integrazione e il collegamento di:**

- 1) produttori regionali ed esperienze culinarie,**
- 2) mobilità sostenibile (ad es. escursioni a piedi, in bicicletta, trasporto pubblico)**
- 3) un forte storytelling sui temi del collegamento.**

# Cosa caratterizza i prodotti sostenibili di successo nel turismo?

**Percorsi attraenti,**  
integrazione perfetta di  
trasporto pubblico, (e-)bike ed  
escursionismo

**Integrazione delle imprese  
turistiche** (ristorazione,  
alloggio, ecc.) e dei produttori in  
linea con la filosofia e i valori



**Marketing e comunicazione**  
per rivolgersi ai principali gruppi  
target, processi di prenotazione  
semplici

Creare **highlights** in linea con  
il tema centrale e i valori che  
sorprendono e deliziano i  
gruppi target principali

# Fondamenti della messa in scena del turismo d'avventura.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

- Per creare esperienze coerenti, di alta qualità e di lunga durata, è fondamentale considerare **tutti i livelli di esigenze** dei futuri visitatori.
- Solo quando le **esigenze di base**, come la sicurezza, l'orientamento e l'offerta culinaria, sono state soddisfatte, è possibile affrontare i livelli più alti dell'offerta e provare autentici sentimenti di entusiasmo.
- Il **vero entusiasmo** nasce quando riusciamo a trasmettere storie emotivamente stimolanti e a giocare consapevolmente con i contrasti.
- L'approccio è spiegato più avanti sotto forma di **piramide dei bisogni**.

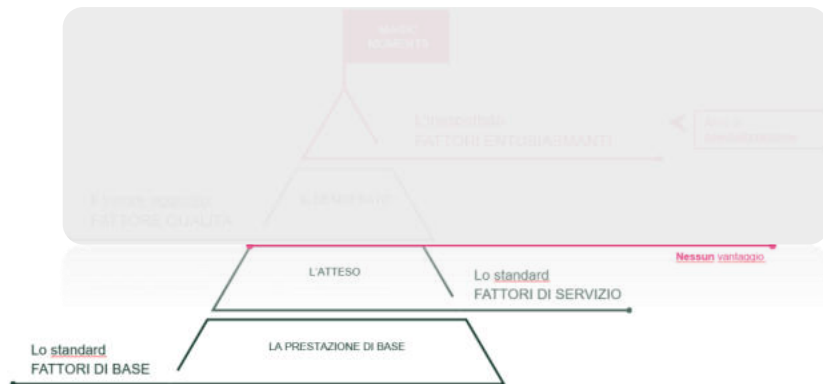




# Fattori di base & servizio.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

- Si tratta di una buona sicurezza e orientamento, di opzioni di viaggio e di parcheggio non complicate, ma anche di un percorso coerente e omogeneo.
- Per quanto riguarda le esperienze e le mete escursionistiche, ci si aspettano anche belle aree di sosta, punti panoramici e una solida infrastruttura in termini di mobilità (frequenza, ciclabilità, ecc.).



# Fattori qualitativi

Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

- La qualità è un concetto molto individuale. Non si tratta sempre della soluzione più costosa o di alta qualità.
- L'attenzione si concentra piuttosto su ciò che i diversi ospiti si aspettano da un'esperienza Slow Travel & Taste Alpe-Adria e su quanto riusciamo a soddisfare queste esigenze.



# Fattori entusiasmanti.

Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

- Qui guardiamo allo straordinario. Gli elementi e i momenti che preferiamo immortalare in una foto e condividere con chi ci circonda.
- Sono le storie e le particolarità di cui parliamo dopo la visita e che ci rimangono impresse nella memoria.
- Sono anche gli elementi - idealmente attraenti dal punto di vista visivo - che sono particolarmente preziosi per il nostro lavoro di marketing (parola chiave: social media).





### 3. Esercizio:

Qualio idee di prodotto avete per Slow Travel & Taste Alpe-Adria?

#### Compito

Siate creativi e scrivete **quante più idee** di prodotto potete:

1. Prendetevi del tempo per voi stessi. Scrivete **1 idea di prodotto** per ogni post-it.
2. **Discutete nel vostro gruppo:** quali idee sono simili? Cosa si può aggiungere?
3. Alzatevi e posizionate ogni post-it nel **punto adatto** del pannello.



K ➤ P



# Idee di prodotto.

Risultati del lavoro di gruppo finale.

## Tour di più giorni.

- In bicicletta e in barca dalla Carinzia all'Adriatico - 3 giorni in bicicletta e treno o autobus da Villach a Grado e poi in barca da Grado a Trieste. Degustazione di piatti tipici dalle montagne al mare.
- Ristoranti Michelin nel triangolo: organizzazione di un tour nei ristoranti stellati vicino al confine. Offerta di ospitalità, cena nei 3 ristoranti e visita ai produttori e ai partner dei ristoranti durante la giornata.
- 7 giorni culinari in 7 regioni (vinicole) con (e-)bike
- Settimana culinaria Alpe-Adria: maggio e fine settembre. Almeno un piatto di ogni regione, marchio standardizzato, vino, birra e altre bevande, pacchetti con trasferimento.
- Il pacchetto weekend perfetto: ven-sab-dom. Tre città / storie / eventi / piatti.
- Menu Alpe-Adria: Per una settimana, piatti locali (stessi ingredienti?) sono disponibili in tutta la regione in collaborazione con i produttori.
- Organizzazione di un tour (ciclovía), ad esempio dalla Carinzia a Cormons/Grado, selezione dei pernottamenti e dei produttori da visitare per assaggiare e gustare i diversi prodotti lungo il percorso.
- Ciclovía Slow Food: Friesach - Klagenfurt - Villach - Udine - Trieste. Distanza circa 40 km al giorno. Pista ciclabile Alpe-Adria. Consapevolezza di far parte di una forma di mobilità sostenibile.
- Treno & Gusto Alpe-Adria: ristoranti, produttori, alberghi lungo la linea ferroviaria Alpe-Adria
- Tour gastronomico sulla costa
- Speckweg": tour di 3 paesi con esperienza dei diversi prodotti (pršut, prosciutto, speck)
- Degustazione di vini in barca (3 Paesi)

# Idee di prodotto.

Risultati del lavoro di gruppo finale.

## Tour di più giorni.

- Viaggiatori in pullman / arrivo navetta dall'aeroporto: utilizzare il tempo sul pullman con gli ospiti per degustazioni (ad es. di formaggi/speck) e introduzione ai valori e alla cucina regionale
- Pacchetto Energia degli elementi: montagna - escursione al tramonto, mare -snorkeling, pascoli - pranzo in una fattoria tradizionale
- Cammino Celeste & Culinaria Celeste: il modo più lento di viaggiare e gustare
- Piacevole tour in bicicletta dalle Alpi all'Adriatico con soste golose
- Tour / Trail dei Presidi Slow Food(cooperazione transfrontaliera)“Viaggio nel tempo”: sentire il passato, integrare musei sulla storia della guerra, camminare lungo i confini, mangiare in luoghi storici

## Tour di un giorno.

- Esperienze di navigazione con gastronomia locale, vini, succhi di frutta, ecc.
- Vitouska sotterranea: enorme grotta, festival enogastronomico
- Esperienza “dal mare alla tavola”: tradizioni dei pescatori locali
- Prodotto congiunto ITA/SLO/KÄR che unisce locali e turisti: progetto di sensibilizzazione all'esperienza tra i locali, scambio di idee
- 3 piatti - 3 Paesi - 1 giorno
- Alpe Adria “sagra delle escursioni”: triangolo di confine, Monte Lussari, con produttori e aziende locali“
- Alla scoperta dei nostri vicini”: gruppi misti, un primo punto di incontro per conoscersi e poi viaggiare insieme attraverso Austria, Italia e Slovenia.

# Idee di prodotto.

Risultati del lavoro di gruppo finale.

## Tour di un giorno.

- Cammino dei Sapori: degustazioni di vari piatti durante la vostra vacanza a piedi
- Degustazioni (in auto/bus): Italia/Friuli: vino, dolci, condimento balsamico, olio. Slovenia: liquori, vino, dolci. Austria: formaggio, speck, birra.
- Snorkeling nella riserva marina WWF di Miramare: 1/2 giornata / circa 2,5-3 ore, in canoa/kayak da Miramare lungo gli allevamenti di cozze fino a S. Croce (1 ora) + a piedi attraverso scalinate di pietra fino a un ristorante per mangiare cozze e pesce.
- Da Prosecco (altopiano carsico) fino al Parco di Miramare a piedi (1 ora di visita guidata) nel parco, visita al castello e al BioMa (centro visite dell'Area Marina Protetta di Miramare) + pranzo con cozze e pesce azzurro in un ristorante (circa 2 ore).

## Marketing & Vendita.

- Fiera internazionale del turismo: presentazione congiunta con la cucina regionale e altri partner / punti di vendita unici.
- Slow travel / dimostrazione di collegamenti più lenti tra Vienna e Venezia per i viaggiatori internazionali (Alpe-Adria e ritorno): invece di volare, si può optare per opzioni più sostenibili e vivere molte più esperienze allo stesso tempo
- «Pass» per viaggiatori sostenibili: un'opportunità per raccogliere anche digitalmente le esperienze sostenibili vissute dai turisti e trarne vantaggio (programma bonus).
- Souvenir: scatola con diversi prodotti dei Paesi dell'Alpe-Adria, comprese le ricette, gli ospiti che cucinano un piatto a casa con ingredienti originali
- Trovare un simbolo di collegamento e utilizzarlo come elemento riconoscibile sia nel marketing che in loco (paesaggio / partner)

# Idee di prodotto.

Risultati del lavoro di gruppo finale.

## Marketing & Vendita.

- Alpe-Adria Shop: Aeroporti di Venezia, Klagenfurt, Lubiana e Trieste
- Viaggiatori dei Mercati Contadini con produttori/prodotti transfrontalieri
- Mappa dell'esperienza Alpe-Adria
- Food Truck Alpe-Adria: ogni regione ha il suo marchio, cibi / bevande / vini autentici di produttori locali
- Prodotti condivisi: zaino Slow Food Alpe Adria come provviste per le escursioni / scatole Alpe-Adria con vino, prosciutto ecc. / picnic Alpe Adria con prodotti di tutti e tre i Paesi / pacchetto vino con selezione transfrontaliera / off e online
- Buoni dell'esperienza Slow Food Alpe-Adria
- Mappa dell'intera regione Alpe-Adria con ristoranti, alloggi, prodotti locali, treni e percorsi ciclopedonali di collegamento
- Mappa online per collegare ed evidenziare le tre regioni, come cliente posso filtrare in base agli interessi e ricevere una selezione interessante in base a questi (ad es. cultura, sport)
- Homepage di collegamento con una mappa, link a imprese leader rilevanti / interessanti (solo partner selezionati)
- Digitalizzazione: un account Instagram comune (ad es. visitcarinthia, feelslovenia), presentazione continua di produttori, prodotti e partner locali
- Negozio online comune che offre prodotti sloveni, italiani e carinziani (particolarmente interessante per gli escursionisti/ciclisti/viaggiatori in treno che non vogliono trasportare molto), vari prodotti legati all'esperienza di viaggio che ricordano il tour anche quando si torna a casa
- Comunicazione digitale come modo più semplice per raggiungere i gruppi target più giovani + canali per i gruppi target più anziani

# Idee di prodotto.

Risultati del lavoro di gruppo finale.

## Storytelling.

- Presentare la cultura, la tradizione e la cucina in modo autentico
- Descrizione professionale della cucina, dei prodotti e dei metodi che ne sono alla base, personale ben preparato
- Storytelling online + contenuti generati dagli utenti per rendere più tangibile la prospettiva del cliente
- Paesaggio - gamification / può essere tracciato usando le foto (ad es. l'alba), collegare i sensi con l'idea del viaggio - condividere i momenti
- Comunicare le esperienze principali: se sono in Carinzia o in Friuli, devo assolutamente aver mangiato / bevuto / sperimentato questo (cpe. Fish & Chips UK)
- 5 sensi come base: vedere (panorama, escursioni), sentire (esperienze pratiche come la preparazione del pane, l'infeltrimento, la ceramica, la mungitura delle mucche), assaggiare (cena slow food, produttori locali), sentire (concerto acustico al tramonto, passeggiata tranquilla nel bosco), annusare (giardini aromatici, distilleria)
- Chef tour: lo chef di un ristorante italiano cucina in Austria e porta con sé le sue ricette e viceversa, cooperazione tra ristoranti e scambio di piatti tipici / ricette
- 1 settimana / 1 weekend "Alpe-Adria: tesori nascosti": un diario di viaggio culinario come idea di contenuto. Sfruttare i diversi comportamenti/abitudini alimentari/preconcetti culturali per spiegare i prodotti e le caratteristiche speciali in modo giocoso (ad es. scatola partner del prosciutto con ricette).

# Idee di prodotto.

Risultati del lavoro di gruppo finale.

## Ulteriori idee / elementi di collegamento.

- Un collegamento ciclo-ferroviario che attraversa l'intera regione Alpe-Adria e collega strutture, produttori, ristoranti ecc.
- Vivere la vera “vita di campagna”: conoscere la cultura e le tradizioni, raccogliere le verdure nei campi, visitare un produttore di formaggio, di olio d'oliva, ecc.
- Creare percorsi in canoa/kayak lungo il fiume Fella e combinarli con il pesce/gastronomia
- Festival di 3 giorni in 3 città: cibo, vino, ecc, Tavolata / lunghe tavolate, coinvolgendo 3 noti chef (AT/IT/SLO), per presentare prodotti e piatti locali
- Alpe Adria Food Soul Walk (continuazione del Cammino Celeste con il pass del pellegrino, camminata consapevole)
- Percorso ciclistico su strada Wurzenpass (AT), Vršič (SLO) e Sella Nevea (IT) in combinazione con il gusto
- Degustazioni transfrontaliere (per categoria): raccolta di erbe selvatiche, raccolta di ricette, utilizzo di prodotti simili da parte di regioni diverse
- Strada dei Presìdi Slow Food: creazione di reti e cooperazione attraverso i prodotti, ricerca di modi per spiegare la qualità speciale dei piccoli produttori
- Vacanze attive: escursioni e arrampicate in 3 siti diversi attraverso i confini
- Vacanze Slow Food: iniziare la giornata con la colazione in un Paese, il pranzo in un altro e la cena in un terzo
- Itinerari storici: ad esempio tour sulla Prima Guerra Mondiale attraverso diversi Paesi

# Conclusioni & prossimi passi.

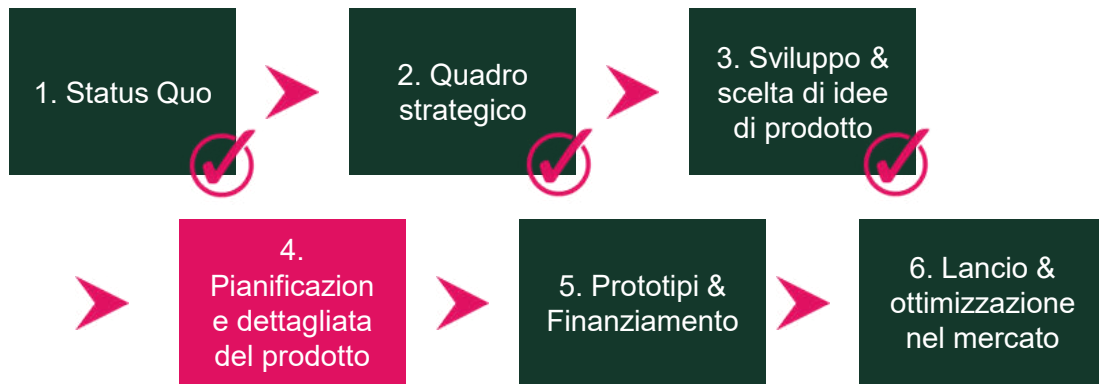
## Prossimi passi.

Sviluppo del prodotto Slow Travel & Taste Alpe-Adria.

- Creazione e sintesi dei verbali del workshop
- Confronto online per affinare ulteriormente i risultati insieme al gruppo di lavoro principale
- 2° workshop di sviluppo del prodotto per elaborare nel dettaglio le nuove offerte di esperienza

## Prossimi passi.

La struttura del nostro processo di lavoro.



## Scelta della data del 2. Workshop-Termin.

K ► P



[www.menti.com](https://www.menti.com)  
**2825 6398**

# Spazio per le domande.



# Insieme con successo.

[stephanie.zorn@kohl-partner.at](mailto:stephanie.zorn@kohl-partner.at)

+43 660 639 6196

+43 4242 21123

[david.raccanello@kohl-partner.it](mailto:david.raccanello@kohl-partner.it)

+39 366 6428308

Kohl & Partner GmbH  
Hans-Gasser-Platz 9, 9500 Villach

