

PIEMONTEBOX | Scheda Progetto 03/2021

Referente: Sven Heinitz

Sito / social: in elaborazione

Settore: Turismo esperienziale / prodotti tipici

Territorio: Cuneese e Valli / Germania

Breve descrizione dell'idea progettuale

Il progetto imprenditoriale prevede la creazione di un «ponte tra Italia e Germania» per far conoscere ai turisti tedeschi i prodotti e le eccellenze del territorio piemontese attraverso viaggi esperienziali; i prodotti più amati verranno consegnati direttamente a casa del turista tedesco, tramite la *PiemonteBox*.

Il progetto unisce l'offerta di viaggi alla scoperta dei sapori del Piemonte e la vendita delle specialità locali, portando il Piemonte a casa del turista in Germania, e da promuovere tramite una vetrina on-line dei produttori e del territorio.

Centrale è la figura di un esperto tedesco, profondo conoscitore del territorio, che organizzerà e accompagnerà tour individuali o per piccoli gruppi attraverso percorsi enogastronomici, culturali e nella natura.

Territorio di intervento e impatto sociale generato

La Valle Maira, con la sua posizione e le opportunità che offre, rappresenta già un ottimo bacino per i turistici tedeschi; le altre valli del cuneese (Varaita, Grana, Stura, Po, ecc.), con i loro prodotti e attività differenziati, sarebbero un ottimo completamento dell'offerta turistica, unitamente al territorio delle Langhe.

L'impatto del progetto è la creazione di nuove opportunità commerciali (visite turistiche ed esportazione), lo scambio culturale e la valorizzazione dei prodotti locali, aprendo la produzione verso i mercati esteri, incrementando la produzione e portando sviluppo commerciale e turistico.

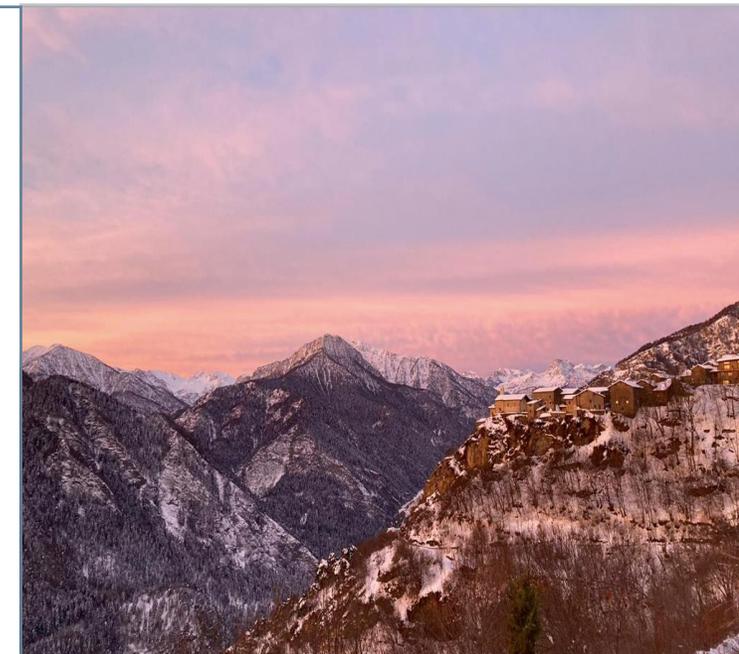
Le singole produzioni locali potranno essere valorizzate a seconda della stagionalità, come ad esempio la raccolta delle piante per i liquori, la castagna in combinazione con la fiera del marrone.

Proposta di valore / Fattore innovativo

La creazione di un legame tra **un'esperienza turistica autentica**, accompagnati da chi conosce e vive sul territorio, **e la vendita di prodotti tipici di piccoli produttori e artigiani**, alla scoperta di un territorio nella sua identità e tradizione e a contatto con le persone, attraverso i prodotti enogastronomici e artigianali.

Il turismo lento si trasforma in un'esperienza prolungata nel tempo: finito il viaggio, i prodotti preferiti possono essere recapitati a casa propria.

La vendita verrà organizzata attraverso gruppi di acquisto e preordini, beneficiando di un canale diretto e di una persona di riferimento, che coltiva un profondo legame sia con l'Italia sia con la Germania, in lingua tedesca e inglese (*personal traveller/shopper*), con cui creare un rapporto di fiducia. Questo tipo di offerta non è presente in lingua tedesca, ma rappresenta una grande opportunità sulla base di ciò che molti turisti tedeschi richiedono: eccellenza, servizio personalizzato e un contatto tedesco diretto in loco.



Mercato di riferimento: segmenti di clientela/utenza

Il mercato di riferimento è quello dei turisti madrelingua tedesca. Per la vendita dei prodotti, il target di età è di 25+; per l'offerta turistica 45+.

I clienti ideali sono pensionati tedeschi, o coppie di mezza età.

Forma giuridica attuale: impresa individuale

Forma giuridica attesa: da definire

Anno di inizio attività: 2021

Organizzazione del gruppo di lavoro

Chi sono io? Il punto di forza: sono un tedesco, bilingue, che vive da anni in Valle Maira, il mio territorio di riferimento. Mi occupo di comunicazione e marketing in ambito turistico e lavoro a stretto contatto con i turisti, tedeschi e non. Conosco personalmente una buona parte dei produttori con cui vorrei collaborare.

Ho conseguito l'abilitazione come accompagnatore turistico in italiano, inglese e tedesco.

Prevedo di avviare un'attività propria di Tour Operator (con direttore tecnico abilitato), esperto del territorio, incoming per i tedeschi in Italia e outgoing per gli italiani in Germania (apertura prevista nell'arco di due anni).

Stato di avanzamento del progetto

Nell'arco di pochi mesi, quella che era soltanto un'idea ha dimostrato la sua concreta fattibilità:

- Svoltata prima indagine di mercato tra clienti e produttori, con un questionario mirato: ottimo riscontro ottenuto da entrambe le parti.
- Realizzato primi contatti di persona con i produttori interessati.
- Acquisizione del patentino come accompagnatore turistico.
- Formazione sulla gestione di impresa in montagna.
- In corso fattibilità finanziaria.
- Acquisizione dell'abilitazione nazionale di direttore tecnico di impresa turistica (figura obbligatoria in ogni Tour Operator o agenzia di viaggi).



Partner / rete che supporta ad oggi il progetto

- Produttori locali (Valle Maira, Langhe, Valle Varaita)
- Stretta collaborazione con un produttore siciliano di olio di oliva, che esporta in Germania, che potrebbe rappresentare un collegamento con altri produttori siciliani
- Tour operator „green“ in Germania con un ottimo bacino di clienti interessati all'Italia
- ATL del Cuneese
- Consorzio Turistico Valle Maira
- Unione Montana Valle Maira
- Centro Culturale Borgata San Martino (Centro Culturale tedesco con base in Valle Maira)

Obiettivi di breve termine (6 mesi)

- Primo pacchetto-viaggio di prova sul campo con un campione di turisti tedeschi
- Sviluppo funzionalità, collegamento Viaggi e Vendita
- Analisi dati ottenuti dal questionario (chi sono, cosa fanno)
- Analisi Costi / Ricavi
- Normative contrattuali (accordo commerciale coi produttori)
- Definizione ragione sociale
- Mappatura Rivenditori / Consumatori / Contatti Germania
- Definizione contratti con i partner commerciali
- Proposta ai produttori per i contratti di vendita
- Logo

Obiettivi di medio termine (1 anno)

- Sito, vetrina virtuale e canali social
- Gestione dei primi ordini
- Partecipazione ai primi mercati in Germania (vendita Box)
- Primo evento di degustazione per la promozione dei prodotti locali italiani
- Creazione del Tour Operator italiano