

turistiche. Per far ciò è necessario che il Consorzio individui nettamente:

- le caratteristiche specifiche dell'offerta turistica (ambiente-escursionismo-sport) evidenziando gli aspetti che rendono peculiari e competitivi tali segmenti di offerta rispetto alle realtà territoriali concorrenti. In questo senso sarà, inoltre, necessario valutare i punti di forza e quelli di debolezza che caratterizzano le singole località della Valle rispetto a quelle limitrofe del medesimo contesto;
- le caratteristiche del prodotto richieste dal "consumatore" cui ci si intende rivolgere (ad esempio rapporto qualità-prezzo, tradizioni di ospitalità);
- le politiche di prezzo che si intendono realizzare - che potrebbero essere di "penetrazione" - e i contributi regionali (ma anche comunitari) che si possono eventualmente attivare;
- il canale di distribuzione del prodotto turistico, che potrà essere principalmente quello delle Agenzie turistiche e Tour operators (nazionali ed esteri), ma anche, in prospettiva, la realizzazione di un circuito di teleprenotazioni;
- le attività di comunicazione; inserzioni pubblicitarie (in riviste, televisioni, radio) concepite per trasmettere attraverso uno slogan l'ambizione strategica delle cittadine coniugato con la peculiarità complessiva della Valle (evitando messaggi banali o non attinenti la realtà); realizzazione di specifiche guide informative, brochure commerciali; marchio o logo delle singole località ricompreso nel marchio della Valle.