COSTITUZIONE DEL CLUB DI PRODOTTO "I GRAND HOTEL DELLE ALPI"

Laboratorio multidisciplinare del 1° semestre

Corsi coinvolti: Marketing turistico e territoriale
Storia economica del turismo

Docenti responsabili: Umberto Martini, Andrea Leonardi

Research question: *Quali nuove possibili forme di valorizzazione possiamo ideare per i Grand Hotel delle Alpi?*

I Grand Hotel rappresentano un elemento essenziale nello sviluppo del turismo alpino. Dopo gli anni d'oro della loro storia, interrotta bruscamente dallo scoppio della Prima Guerra Mondiale, alcuni sono rimasti in attività, mentre un numero consistente di essi ha subito una sorte assai triste: diversi sono stati chiusi, abbandonati, o frazionati in multi-proprietà o formule di gestione che hanno fatto perdere il valore originale, divenendo un problema sia in termini paesaggistici (date anche le grandi dimensioni), sia in termini economici.
Obiettivo del Laboratorio è quello di costruire un piano di promozione dell'offerta dei Grand Hotel delle Alpi, fino alla creazione di un Club di Prodotto che faciliti la dimensione collaborativa e apra alla commercializzazione a livello internazionale. Particolare attenzione dovrà essere data al tipo di offerta proposta sul mercato, che dovrà essere coerente con i principi di sostenibilità, autenticità e rilevanza storica delle strutture. Il laboratorio permette di integrare la dimensione storica con quella di marketing, a partire dal fatto che la valorizzazione del prodotto offerto dovrebbe passare esplicitamente per il richiamo alla storia del turismo nelle Dolomiti.

Che cosa è richiesto di fare agli studenti?

- scouting delle strutture esistenti e analisi del contesto anche in prospettiva storica;
- identificazione delle caratteristiche di base del prodotto, coerenti con il disegno finale;
- aspetti di promozione/commercializzazione;
- ipotesi per la creazione di un club di prodotto;
- negoziazione con gli imprenditori e le ApT coinvolte.

Learning outcomes attesi del laboratorio

1. Remember	2. Understand	3. Apply	4. Analyse	5. Evaluate	6. Create
Collocare correttamente nel tempo e nello spazio il ruolo delle prime strutture ricettive nelle fasi di sviluppo del turismo **Identificare** le politiche e gli strumenti di marketing territoriale più idonee al raggiungimento dell'obiettivo	**Classificare** le diverse forme di ricettività nelle Alpi **Sostenere** e **discutere** ipotesi di realizzazione di pacchetti di offerta turistico/alberghiera coerenti con l'approccio alla sostenibilità	**Applicare** correttamente i principi del destination marketing nella creazione di prodotto turistico **Risolvere** problemi di comparazione nello spazio e specificità territoriali **Dimostrare** la validità delle ipotesi sostenute	**Comparare** i risultati ottenuti nelle diverse situazioni **Integrare** le azioni in piani concretamente realizzabili **Organizzare** il confronto con gli attori territoriali	**Valutare** la validità dei risultati raggiunti **Monitorare** la fattibilità dei progetti **Testare** le idee proposte	**Generare** piani di azione, idee di prodotto, processi di relazione fra attori