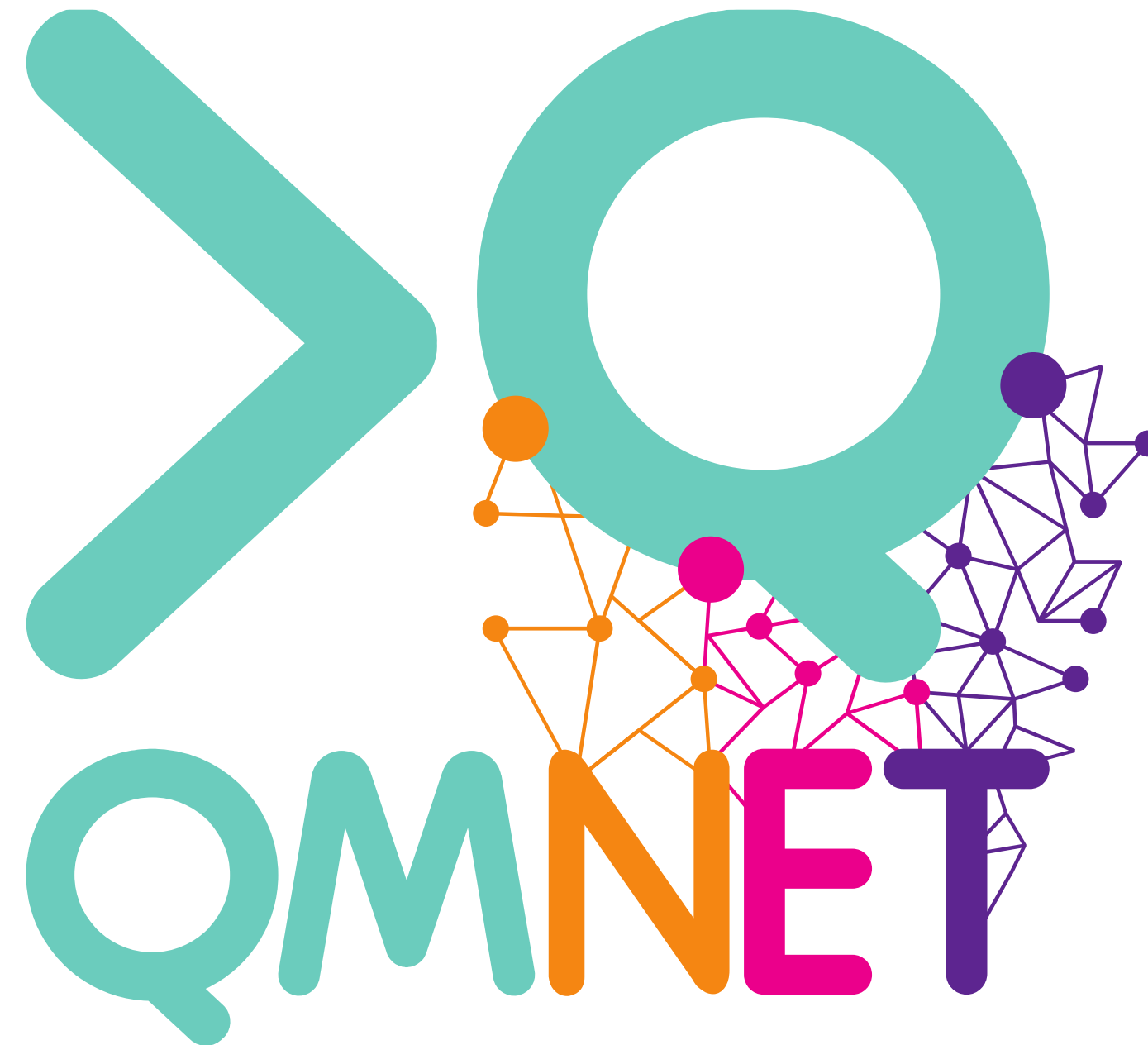


Output T3.1.1



Co-brandig

Agenzie di
sviluppo
regionali

Attori
significativi



Aziende
vetrina

Tour
operator

Il prodotto

Nell'ambito dei progetti TRIS e QM-Bac sono stati realizzati dei «pacchetti/esperienze» caratterizzati per temi e/o territori per poter unire più aziende. Dalla valutazione ex-post del progetto è emerso che, dal punto di vista commerciale, è un prodotto «debole».

Il prodotto

Rispetto alle vendita di questi prodotti il problema principale è che, in generale, riguardano aziende troppo piccole con poche disponibilità, in termini di posti, ma anche di tempo da dedicare per sviluppare rapporti con un tour operator o altri soggetti interessati.

Inoltre queste aziende in alta stagione non hanno poca disponibilità, in quanto lavorano

già bene.



Il prodotto

La soluzione è costruire «attività individuali su richiesta» e «facilitare» il contatto fra le aziende ed i tour operator. Questo prodotto, che può essere combinato con servizi di altre aziende, può essere interessante sotto il profilo commerciale.

Il prodotto

Nell'ambito del progetto «QM-NET» , grazie anche al lavoro svolto sulla componente T.2 da «Greener Vibes» un tour operator con esperienza specifica nell'ambito del turismo responsabile e identitario, ha permesso di creare delle «esperienze», che possiamo meglio definire come «attività individuali su richiesta» dal punto di vista commerciale competitiva.

Il prodotto

Le «attività individuali su richiesta» permettono di far capire e far conoscere il brand e la filosofia «Quality made» , il nostro vero prodotto.

Obiettivo dell'attività

L'attività svolta nella componente T3 non si è limitata a definire dei canali di facilitazione/vendita dei prodotti, ma ha operato su diversi aspetti alcuni di carattere commerciale, altri culturale e/o istituzionale.

Obiettivo dell'attività

E' dalla combinazione di questi elementi che deriva il successo dell'attività e la possibilità di mettere a regime l'esperienza «Quality made», come è evidente dal disegno nella prima pagina del documento.

Obiettivo dell'attività

Viste le considerazioni fatte in precedenza i diversi soggetti a cui far conoscere il marchio e la sua filosofia che abbiamo coinvolto sono stati:

- 1) agenzie regionali di sviluppo;
- 2) organizzazioni con cui sviluppare azioni di co-branding;
- 3) tour operator o loro organizzazioni.

Output

Rispettando quanto previsto dalla proposta originaria, questo documento è relativo agli aspetti commerciali e l'output è quindi costituito da:

“lettere d'intenti”, sia con tour operator o altre organizzazioni interessate, per definire una «cornice di condizioni» per la collaborazione tour/operator azienda.

Output

Non si tratta di accordi commerciali veri e propri, questi verranno presi direttamente dalle aziende, ma di un documento che definisce una cornice dentro la quale stipulare degli accordi.

Output

Tour operator e loro associazioni che hanno sottoscritto la lettera d'intenti

- 1) A.I.T.R
- 2) FAIR BMB
- 3) Green Vibes
- 4) Sharry Land Srl Società Benefit, “la Mappa delle Meraviglie”

Output

Tour operator e loro associazioni che hanno sottoscritto la lettera d'intenti

5) Monferrato Travel srl

6) Turismo sostenibile srl

7) Kelku srl

8) STILE DIVINO ITALY SRL

Output

La lettera d'intenti sottoscritta è la seguente:

**Letter of intent to develop ways of promoting and marketing the experiences of companies
 awarded the "Quality Made #Travel Different" label.**

The **Cooperative Itinera Progetti e Ricerche social enterprise** represented by Laura Giuliano born in Livorno on 07/06/1968 and Vice President of the above-mentioned cooperative,

As lead partner of the project "Quality made Network - per la sostenibilità ambientale, sociale e culturale" financed on the Interreg Italy-France Maritime Programme,

AND

_____ represented by _____ born in _____ on _____

As an Organisation interested in promoting and marketing the offer of companies that have been awarded the 'Quality Made #Travel Different' label

Premised

- the project 'Quality made Network - per la sostenibilità ambientale, sociale e culturale' financed under the Interreg Italy-France Maritime Programme (5th Call for proposals) involved 55 companies, both Italian and French, holding the 'Quality made #Travel Different' label.
- that the e-commerce platform <https://qualitymade.eu>, created through other cooperation projects, has been updated and that it contains all the information on the certified companies involved in this project and their tourism offers.

Considered

- that during the project an intensive promotion activity preparatory to marketing was developed to make certified companies known and increase their marketing capacity. This activity is essential since the companies involved are all micro and small enterprises that find it difficult to market their products.

- that a cluster and a regulation governing terms of adhesion to the 'Quality made #Travel Different' label has been created.

they agree as follows

- Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche, as leader of the project "Quality made Network - per la sostenibilità ambientale, sociale e culturale", and the other members of the project partnership undertake to support the Organisation in its contact with companies, also after the end of the project "Quality made Network - for environmental, social and cultural sustainability».
- the Organisation signing this letter of intent undertakes to verify the forms and methods by which it is possible to promote and market the offer of companies with the "Quality made #Travel Different" label. To this end, the Organisation signing this letter of intent may freely contact the "Quality made #Travel Different" certified companies and establish with them the prices and timing of the tourism products.
- commercial agreements will be made directly between the Organisation and the "Quality made #Travel Different" certified companies without the intervention of either Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche or the other project partners, who will only play a facilitating role. No remuneration will in any case be paid to the project partners, neither by the companies nor by the Organisation.

Livorno 20/06/23

Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche

the Organisation

Laura Giuliano

Laura Giuliano

Lettre d'intention pour développer la promotion et la commercialisation des produits et services offerts par les entreprises labellisées "Quality Made #Travel Different".

La **Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche**, entreprise sociale, représentée par Laura Giuliano, née à Livourne le 07/06/1968 et vice-présidente de la coopérative susmentionnée.

En tant que chef de file du projet "Quality made Network - pour une durabilité environnementale, sociale et culturelle" financé dans le cadre du programme Interreg Italie-France Maritime 2014-2020.

ET

_____ représenté par _____
né/e _____ le _____

En tant qu'Organisation intéressée par la promotion et la commercialisation de l'offre des entreprises qui ont reçu le label "Quality Made #Travel Different".

CONSIDÉRANT

- que le projet "Quality made Network - pour une durabilité environnementale, sociale et culturelle" financé dans le cadre du 5^{ème} AAP du programme Interreg Italie-France Maritime a impliqué 55 entreprises, italiennes et françaises, détentrices du label "Quality made #Travel Different";
- que la plateforme d'*e-commerce* <https://qualitymade.eu>, créée dans le cadre d'autres projets de coopération, a été mise à jour et qu'elle contient toutes les informations sur les entreprises certifiées participant à ce projet et sur leurs offres touristiques;

Considéré

- qu'au cours du projet, une activité de promotion intensive préparatoire à la commercialisation a été développée afin de faire connaître les entreprises certifiées et d'augmenter leur capacité de commercialisation. Cette activité est essentielle car les entreprises concernées sont toutes des micro et petites entreprises qui éprouvent des difficultés à commercialiser leur offre;

- qu'un cluster et un règlement régissant les modalités d'adhésion au label "Quality made #Travel Different" ont été créés;

Ils établissent ce qui suit

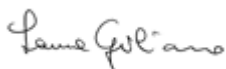
- Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche, en tant que chef de file du projet " Quality made Network - pour une durabilité environnementale, sociale et culturelle", et les autres membres du partenariat du projet s'engagent à soutenir l'Organisation dans ses contacts avec les entreprises, même après la fin du projet "Quality made Network - pour une durabilité environnementale, sociale et culturelle" ;
- l'Organisation signataire de la présente lettre d'intention s'engage à vérifier les formes et les modalités selon lesquelles il est possible de promouvoir et de commercialiser l'offre des entreprises labellisées "Quality made #Travel Different ". A cette fin, l'Organisation signataire de la présente lettre d'intention pourra librement contacter les entreprises labellisées "Quality made #Travel Different" et établir avec elles les prix et le calendrier des produits touristiques ;
- les accords commerciaux seront conclus directement entre l'Organisation et les entreprises certifiées "Quality made #Travel Different" sans l'intervention de la Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche ou des autres partenaires du projet, qui ne joueront qu'un rôle de facilitateur. Aucune rémunération ne sera en aucun cas versée aux partenaires du projet, ni par les entreprises, ni par l'Organisation.

Livorno 20/06/23

Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche

l'Organisation

Laura Giuliano



Lettera d'intenti per lo sviluppo di forme di promozione e commercializzazione delle experience delle aziende che hanno ottenuto il marchio "Quality Made #Travel Different"

La **Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche** rappresentata da **Daniela Vianelli** nata a _____ il _____

In qualità di capofila del progetto "Quality made Network - per la sostenibilità ambientale, sociale e culturale" finanziato sul programma Italia-Francia Marittimo V avviso

E

_____ rappresentato da _____ nato/a _____ il _____

In qualità di Organizzazione interessata alla promozione e commercializzazione dell'offerta delle aziende che hanno ottenuto il marchio "Quality Made #Travel Different"

Premesso

- che il progetto "Quality made Network - per la sostenibilità ambientale, sociale e culturale" finanziato sul programma Italia-Francia Marittimo V avviso ha coinvolto 55 aziende, sia italiane che francesi, in possesso del marchio "Quality made #Travel Different";
- che è stata aggiornata la piattaforma e-commerce <https://qualitymade.eu>, realizzata attraverso altri progetti di cooperazione, e che nella stessa sono contenute tutte le informazioni relative alle aziende certificate, coinvolte nel progetto in questione, e le offerte turistiche delle stesse;

Considerato

- che nel corso del progetto è stata sviluppata una intensa attività di promozione propedeutica alla commercializzazione, al fine di far conoscere e aumentare la capacità di commercializzazione delle aziende certificate. Tale attività è fondamentale in quanto le aziende coinvolte sono tutte micro e piccole imprese che hanno difficoltà a commercializzare la loro offerta;

- che è stato creato un cluster ed un regolamento che disciplina termini di adesione al marchio "Quality made #Travel Different";

Stabiliscono quanto segue

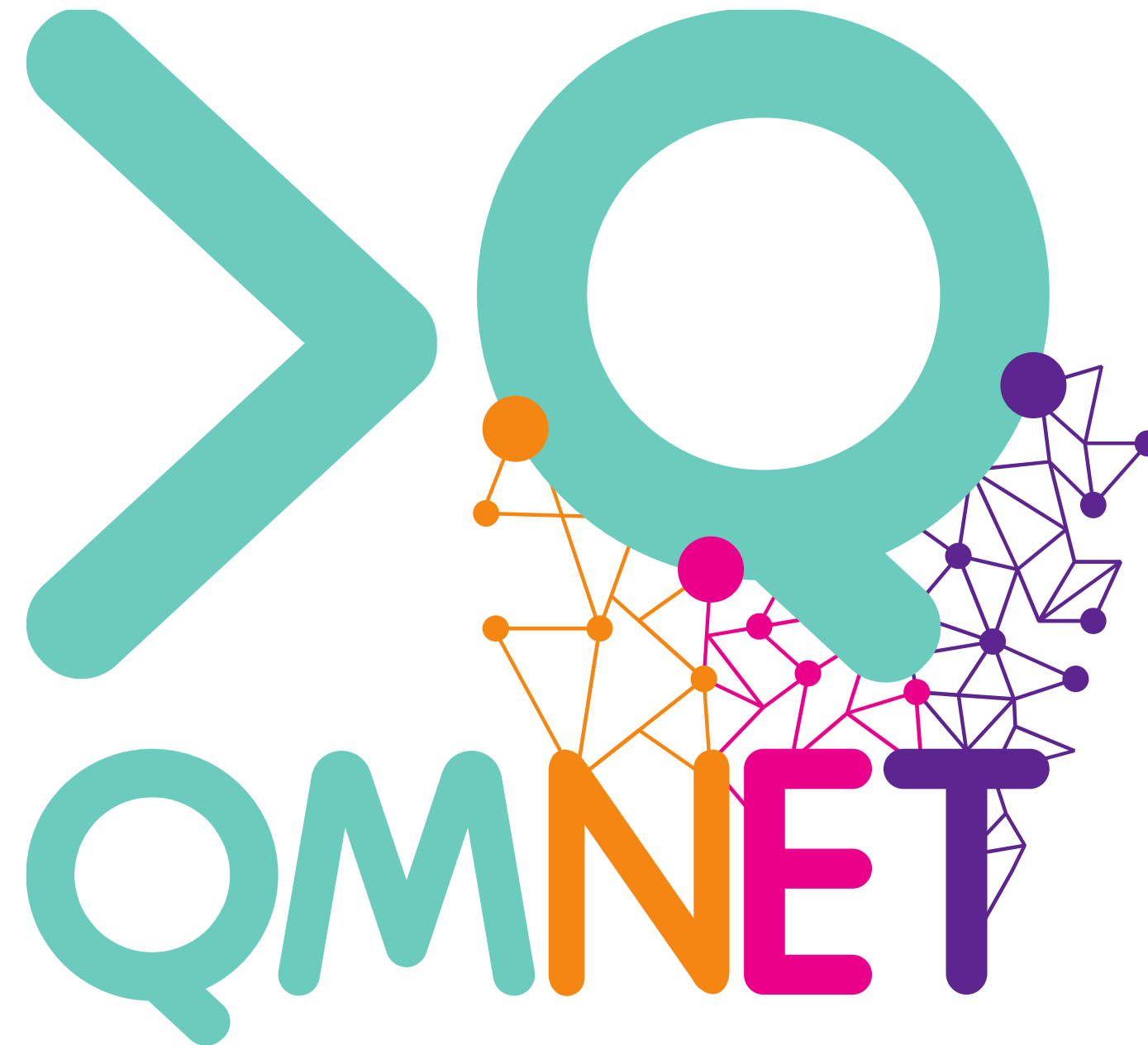
- la Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche, in qualità di capofila del Progetto "Quality made Network - per la sostenibilità ambientale, sociale e culturale", e gli altri membri del partenariato di progetto si impegnano a supportare l'Organizzazione nel contatto con le aziende, anche al termine del progetto "Quality made Network - per la sostenibilità ambientale, sociale e culturale" ;
- l'Organizzazione firmataria della presente lettera d'intenti si impegna a verificare le forme e le modalità attraverso cui è possibile promuovere e commercializzare l'offerta delle aziende con marchio "Quality made #Travel Different". Per questo l'Organizzazione firmataria può liberamente contattare le aziende certificate "Quality made #Travel Different" e stabilire con loro prezzi e tempistiche dei prodotti turistici;
- gli accordi commerciali saranno presi direttamente fra l'Organizzazione e le aziende certificate "Quality made #Travel Different" senza l'intervento né della Cooperativa Itinera Progetti e Ricerche né degli altri partner di progetto, che potranno solamente svolgere un ruolo di facilitazione. Nessun compenso sarà in ogni caso riconosciuto ai partner di progetto, né da parte delle imprese né da parte dell'Organizzazione.

Livorno 20/06/23

Cooperativa Itinera

l'Organizzazione

Output T3.1.1





Co-branding

Agences
de
développement
régional

Acteurs
importants



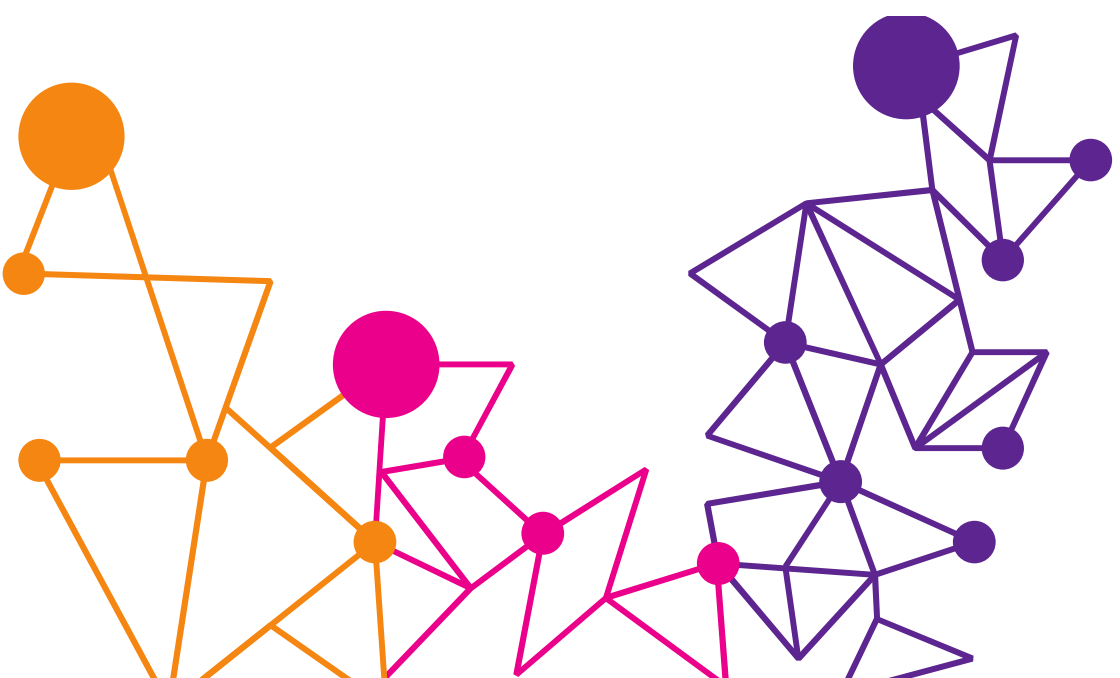
Enterprise
significatif

Tour
operator



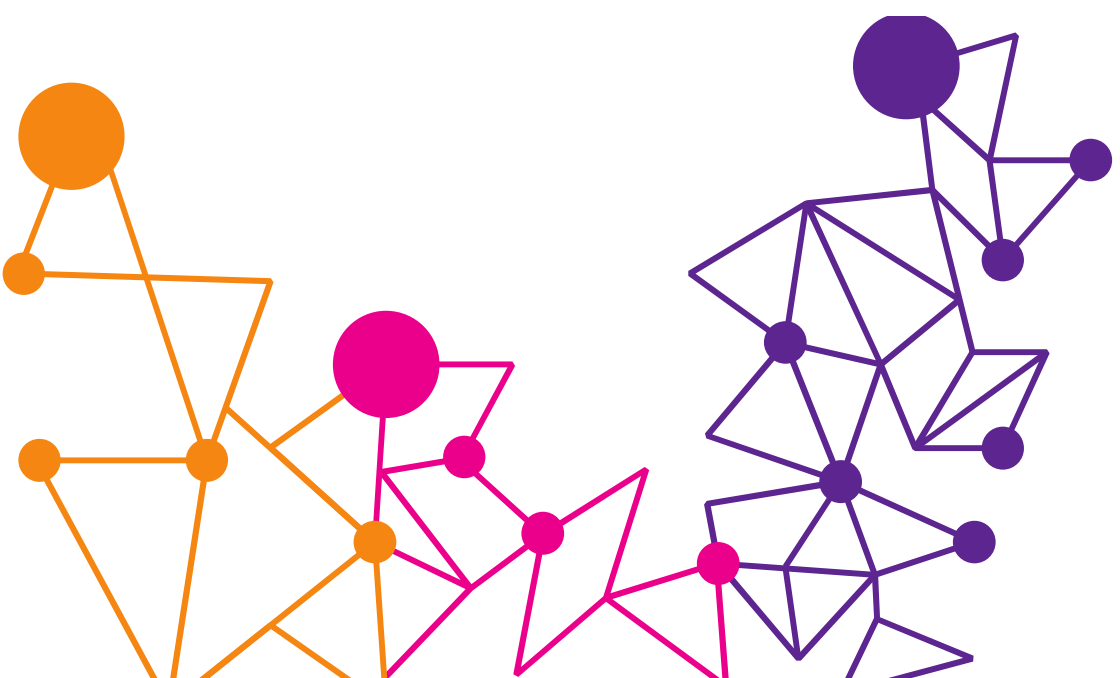
Prodotto

Dans le cadre des projets TRIS et QM-Bac, des "paquets/expériences" caractérisés par des thèmes et/ou des territoires ont été réalisés afin de réunir plusieurs entreprises. L'évaluation ex-post du projet a révélé que, d'un point de vue commercial, il s'agit d'un produit "faible".



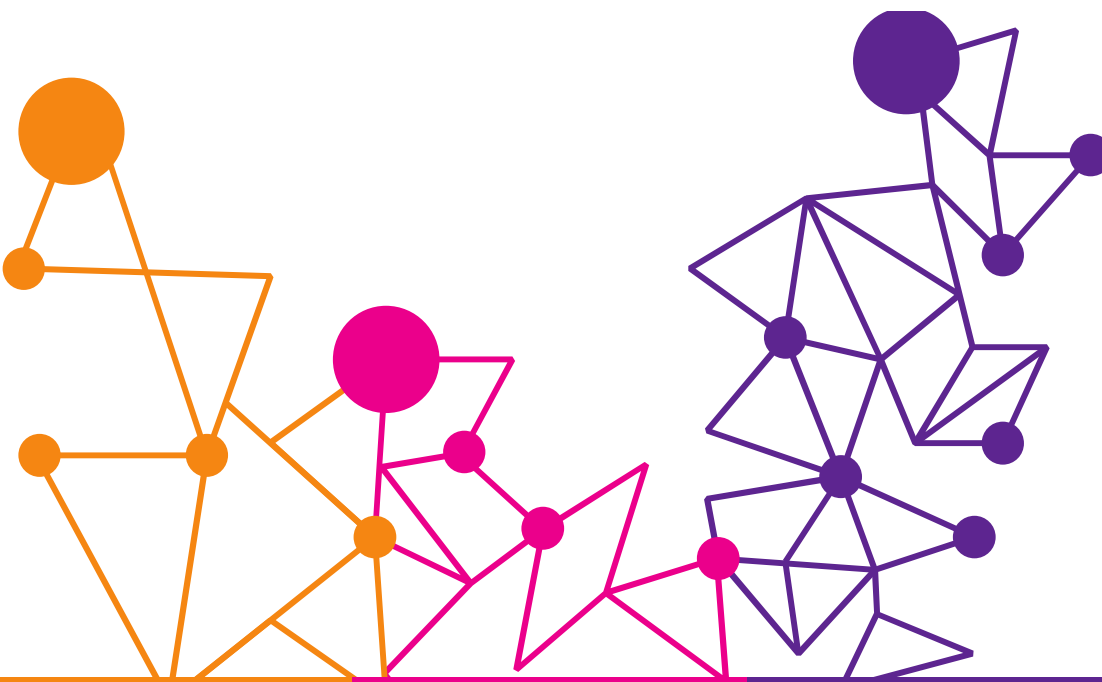
Produit

En ce qui concerne la vente de ces produits, le principal problème est qu'il s'agit en général d'entreprises trop petites qui ont peu de disponibilité, en termes de places, mais aussi en termes de temps pour développer des relations avec un tour-opérateur ou d'autres parties intéressées. De plus, ces entreprises ont peu de disponibilité en haute saison, car elles travaillent déjà bien.



Produit

La solution consiste à créer des "activités individuelles sur demande" et à "faciliter" le contact entre les entreprises et les voyageurs. Ce produit, qui peut être combiné avec les services d'autres entreprises, peut être commercialement intéressant.



Produit

Dans le cadre du projet "QM-NET le travail effectué sur la composante T.2 par "Greener Vibes", un tour opérateur ayant une expérience spécifique dans le tourisme responsable et identitaire, a permis de créer des "expériences", que l'on peut mieux définir comme des "activités individuelles à la demande" d'un point de vue de la compétitivité commerciale.

Produit

Les "activités individuelles à la demande" permettent aux gens de comprendre et d'apprendre à connaître la marque et la philosophie du "quality made", notre véritable produit.

Objectif de l'activité

L'activité menée dans le cadre du volet T3 ne s'est pas limitée à la définition des canaux de facilitation et de vente des produits, mais a porté sur divers aspects, certains commerciaux, d'autres culturels et/ou institutionnels.

Objectif de l'activité

C'est la combinaison de ces éléments qui fait le succès de l'activité et la capacité à mettre en œuvre l'expérience de la "qualité faite", comme le montre le dessin de la première page du document.

Objectif de l'activité

Compte tenu des considérations ci-dessus, les différents acteurs que nous avons impliqués pour faire connaître la marque et sa philosophie sont les suivants

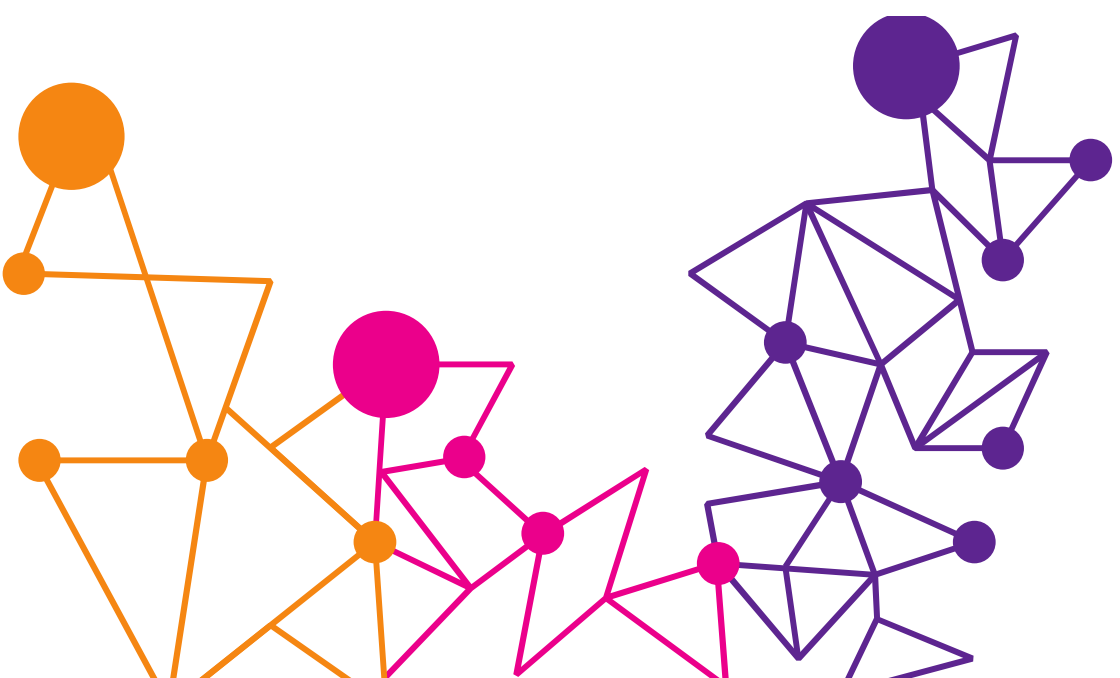
- les agences de développement régional;
- les organisations avec lesquelles développer des actions de co-branding;
- les voyagistes ou leurs organisations.

Output

Conformément à la proposition initiale, ce document concerne les aspects commerciaux et le résultat consiste donc en "lettres d'intention", soit avec des tour-operators, soit avec d'autres organisations intéressées, afin de définir un "cadre de conditions" pour la collaboration entre voyagistes et opérateurs.

Output

Il ne s'agit pas d'accords commerciaux proprement dits, qui seront conclus directement par les entreprises, mais d'un document qui définit un cadre dans lequel des accords peuvent être conclus.



Output

Tour operator e leurs Association qui ont signè "lettres d'intention sont;

- 1) A.I.T.R
- 2) FAIR BMB
- 3) Green Vibes
- 4) Sharry Land Srl Società Benefit, “la Mappa delle Meraviglie”

Output

Tour operator e leurs Association qui ont signè "lettres d'intention sont;

- 5) Monferrato Travel srl
- 6) Turismo sostenibile srl
- 7) Kelku srl
- 8) STILE DIVINO ITALY SRL

Output

Les "lettres d'intention sont le suivant;

