***Szanowni Państwo,***

Stowarzyszenie Euroregion Karpacki Polska z siedzibą w Rzeszowie buduję ofertę gospodarczą turystyki przyjazdowej w Karpatach. Oferta produktowa będzie elementem szerokiego procesu budowy Marki Karpackiej – CARPATHIA. Zasoby Marki CARPARTHIA obejmują docelowo zarówno atrakcje turystyczne, miejsca, obiekty, jak i produkty spożywcze, rękodzielnicze czy inne zasoby. W przypadku zainteresowania współpracą z naszą organizacją proszę o wypełnienie poniższej ankiety i przesłanie jej **na adres: sekretariat@karpacki.pl**

**Karta produktu Marki Karpackiej “Carpathia”**

|  |
| --- |
| **Nazwa produktu** |
|  |
| **Typ produktu** |
| *np.:* *1. Produkty turystyczne: atrakcje, obiekty, szlaki, pakiety (imprezy turystyczne)**2. Produkty lokalne: spożywcze, rzemieślnicze i artystyczne.**3. Wydarzenia kulturalne, sportowe i rekreacyjne.* |
| **Krótki opis produktu – określenie rdzenia produktu** |
| *co jest główną korzyścią, którą otrzymają turyści – wypoczynek, poznanie (edukacja), aktywność fizyczna, ucieczka od codzienności, uzdrowienie, doświadczenia związane z wielokulturowością i różnorodnością, smak* |
| **Określenie zgodności z obszarami markowymi Carpathia** |
| *Autentyczność: oryginalne wnętrza obiektów noclegowych i gastronomicznych, kuchnia lokalna, uczestnictwo w wydarzeniach i obrzędach ludowych, nieskrępowany kontakt z mieszkańcami, doświadczenie gościnności itp**Doznanie przestrzeni: wycieczki górskie, sporty zimowe, obserwacje astronomiczne,przeloty (balonowe, paralotniowe, samolotowe) nad Karpatami itp.**Wielokulturowość: zwiedzanie obiektów kultury, styk religii i tradycji, obyczaje i kuchnia lokalna, kontakt z historią miejsc i ludzi itp.**Natura: poznawanie przyrody, obserwacja natury, czerpania natchnienia dla fotografii i malarstwa, edukacja ekologiczna itp.* |
| **Główny podmiot realizujący** |
|  |
| **Grupa docelowa** |
| *określenie cech psychofizycznych grupy* |
| **Organizacja produktu i opis podmiotów zaangażowanych w realizację produktu i ich roli** |
|

|  |  |
| --- | --- |
| *Sezonowość, terminy realizacji* |  *(lato, weekend, cały rok itp.)* |
| *Wielkość grupy* |  *(indywidualni, grupy do 10 osób, większe grupy itp.)* |
| *Podmioty/podwykonawcy* |  *(hotele, gastronomia, transport, przewodnicy i inni)* |
| *Oferta rozszerzona/warianty* |  *(opis dodatkowych możliwości i wariantów produktu podstawowego)* |

 |
| **Ceny (warianty)** |
| *określenie poziomu cen dla jednostki lub grupy* |
| **Narzedzia promocji** |
| *wskazanie dostosowanych dla grupy docelowej kanałów komunikacji marketingowej* |
| **Narzędzia sprzedaży** |
| *wskazanie narzędzi sprzedaży np. Internet, sprzedaż agencyjna itp.* |
| **Dane teleadresowe, kontakt, strona internetowa** |
|  |