

ALLEGATO 1

TEMI DI POSIZIONAMENTO STRATEGICO REGIONALE PER IL TURISMO

MT2. ENOGASTRONOMIA E FOOD EXPERIENCE

- a) Innovazione gastronomica, cucina contemporanea, alta cucina e gourmet
- b) Ristoranti di design
- c) Ristoranti Slow Food
- d) Luxury food shopping
- e) Gelaterie e pasticcerie
- f) Gastronomia del pesce d'acqua dolce
- g) Cucina biologica
- h) Strade del vino e dei sapori

MT3. FASHION E DESIGN (SENZA "ARTIGIANATO E SHOPPING")

- a) Musei di design
- b) Hotel e ristoranti di design
- c) Design shopping
- d) Housewares shopping
- e) Fashion shopping di lusso
- f) Independent and trendy fashion
- g) "Fashionista on a budget" (fashion bargains)
- h) Outlet
- i) Mercati e mercatini delle pulci
- j) Antiquariato
- k) Artigianato
- l) Seta di Como
- m) Gioielli
- n) Negozi storici

MT4. BUSINESS

- a) Fiere
- b) Congressi; Congressi internazionali
- c) Green meetings, Green congress

MT6. NATURA E GREEN

- a) Viste panoramiche
- b) Laghi
- c) Giardini botanici
- d) Trasporti panoramici
- e) Parchi nazionali
- f) Fiumi
- g) Navigli
- h) Montagna
- i) Fotografia

- j) Turismo green
- k) Parchi urbani

MT7. SPORT E TURISMO ATTIVO

- a) Escursionismo
- b) Trekking per esperti
- c) Cicloturismo per tutti
- d) Cicloturismo per amanti dell'adrenalina
- e) Calcio
- f) Automobilismo
- g) Barche a vela
- h) Water sport
- i) Cicloturismo
- j) Golf
- k) Sci

MT8. TERME E BENESSERE

- a) Terme
- b) Terme storiche
- c) Terme romane
- d) Luxury spa