

CORTINA SIGNATURE: UN NUOVO MODELLO DI OSPITALITÀ LUXURY A CORTINA D'AMPEZZO

UN CLUB DI PRODOTTO CHE RIUNISCE REALTÀ LOCALI DELL'ACCOGLIENZA, DEI SERVIZI E DELLE ESPERIENZE IN UN'OFFERTA COORDINATA

Cortina d'Ampezzo, 16 gennaio 2026 – Cortina d'Ampezzo rafforza il proprio posizionamento nel turismo di fascia alta con **Cortina Signature**, il club di prodotto che riunisce alcune tra le più significative eccellenze locali dell'ospitalità e dei servizi per proporre un'esperienza **luxury autentica, integrata e riconoscibile**, in linea con gli standard del turismo internazionale premium.

Cortina Signature nasce per offrire a **buyer, tour operator, travel designer e partner selezionati** un'interlocuzione diretta con un sistema organizzato di imprese del territorio, capace di trasformare l'eccellenza diffusa di Cortina in un'offerta coordinata: dall'accoglienza alberghiera ai servizi outdoor, dalla gastronomia ai rifugi gourmet, fino allo shopping e alle realtà storiche che interpretano l'identità ampezzana in chiave contemporanea.

Un modello di rete per una "Dolomiti Luxury Experience" contemporanea

Alla base del progetto c'è una visione chiara: valorizzare Cortina non solo come destinazione iconica della montagna italiana, ma come riferimento per un turismo di alta gamma orientato all'esperienza – **personalizzata, immersiva e coerente** lungo tutto il soggiorno.

Cortina Signature propone un'idea di lusso che si misura nella qualità del tempo e dei dettagli: **servizio su misura, continuità organizzativa, cura dell'ospite**, accesso privilegiato alle esperienze e una relazione diretta con il territorio. Un sistema che rende possibile costruire soggiorni modulari, combinando in modo fluido ospitalità, attività e servizi, mantenendo uno standard omogeneo e un'identità comune.

Un progetto selezionato e sostenuto a livello regionale

La solidità del modello è stata riconosciuta anche in ambito istituzionale: Cortina Signature si sviluppa nel quadro del **bando regionale per la costituzione e lo sviluppo di club di prodotto in forma di rete di imprese** (seconda edizione), nato per favorire il riposizionamento competitivo delle PMI e la creazione di sistemi integrati orientati a qualità, innovazione e sostenibilità.

All'interno di questo percorso, Cortina Signature interpreta la cooperazione tra imprese come leva concreta di competitività, introducendo una logica di **governance condivisa** e un'offerta capace di parlare ai mercati luxury globali con maggiore forza e riconoscibilità, mantenendo al centro la dimensione identitaria e l'autenticità del contesto dolomitico.

Una regia operativa per un'esperienza "end-to-end"

Elemento distintivo del club è la presenza di una regia capace di garantire continuità e performance lungo l'intera customer journey: dalla costruzione del soggiorno alla gestione operativa in loco, fino all'attenzione post-experience.

In questo ecosistema, **Cortina DMC** svolge un ruolo di cabina di regia e di raccordo tra partner e mercati: coordinamento operativo, relazione B2B, costruzione di esperienze tailor-made e dialogo con interlocutori internazionali del luxury travel. Un'impostazione che consente di superare la frammentazione dell'offerta e di presentare Cortina con un "linguaggio" unico e una proposta integrata.

Le eccellenze del club

Cortina Signature nasce dall'incontro tra realtà diverse e complementari, accomunate da una visione comune di qualità e servizio. Fanno parte della rete:

Grand Hotel Savoia, a Radisson Collection Hotel e parte del gruppo Dhoni Collection – storico hotel simbolo di Cortina, sinonimo di eleganza senza tempo e accoglienza su misura.

Cortina DMC – Destination Management Company specializzata in esperienze tailor-made e raccordo con i mercati luxury internazionali.

Jgor Ski & More – servizi outdoor e sportivi personalizzati tra sci, attività alpine e lifestyle in montagna, con elevati standard di qualità e sicurezza.

Ristorante Tivoli – icona della gastronomia ampezzana, cucina raffinata tra tradizione e creatività in un contesto riconosciuto a livello internazionale.

Rifugio Averau – rifugio d'alta quota pluripremiato, rinomato per eccellenza culinaria e accoglienza esclusiva.

Rifugio A. Dibona – punto di riferimento per l'ospitalità in quota, per vivere la montagna con comfort e stile.

Alcor – società di consulenza specializzata in management sportivo, con un approccio strategico orientato alla performance, allo sviluppo organizzativo e alla valorizzazione del capitale umano nel mondo dello sport.

Luca 1959 – marchio che reinterpreta la tradizione ampezzana con gusto moderno e forte legame con il territorio.

Blitz – servizi e soluzioni premium a supporto di esperienze di alto livello all'interno dell'offerta del club.

Un posizionamento internazionale, quattro stagioni, identità locale

L'ambizione del progetto è rafforzare la riconoscibilità di Cortina sui mercati ad alta capacità di spesa, attraverso un'offerta strutturata e coerente con le nuove attese del turismo luxury: personalizzazione, benessere, outdoor, alta cucina, autenticità e attenzione alla sostenibilità.

Cortina Signature si inserisce in un percorso di valorizzazione della destinazione come meta **quattro stagioni**, capace di unire sport e natura, gastronomia e cultura, shopping e lifestyle in una proposta integrata – con la forza di una rete che collabora, dialoga e si presenta con un unico standard.

In vista delle nuove opportunità di visibilità e relazione con i mercati internazionali, il club punta a consolidare un modello che possa accompagnare l'evoluzione della destinazione nel medio-lungo periodo, favorendo connessioni qualificate con buyer e operatori selezionati e rafforzando la capacità del territorio di rispondere alle aspettative del viaggiatore alto-spendente con un'esperienza impeccabile, autentica e memorabile.

Davide Peterlin, Ceo e Founder Cortina DMC:

«Abbiamo deciso di partecipare a questo bando perché crediamo che il vero valore delle Olimpiadi non sia solo l'evento in sé, ma ciò che resterà dopo. Con dodici nuovi hotel cinque stelle in apertura, Cortina è chiamata a compiere un salto di qualità strutturale, passando da eccellenze isolate a un sistema capace di parlare con un'unica voce ai mercati internazionali del luxury travel.

L'obiettivo di Cortina Signature è proprio questo: trasformare la grande visibilità olimpica in azioni concrete, "scaricando a terra" opportunità reali per le imprese del territorio. Un'idea che, in modo quasi simbolico, nacque già nel 2023 durante i 40 anni di Vacanze di Natale '83, quando organizzando una gara di sci in abiti anni '80 ne parlai per la prima volta con l'Assessore regionale al Turismo Federico Caner.

La sfida più complessa è stata quella operativa: riuscire a coordinare nove partner e completare nei tempi tutti i passaggi formali richiesti dal bando. Ma è proprio in questo sforzo condiviso che si misura la solidità di una rete.

Guardando avanti, svilupperemo un piano fieristico selettivo sui mercati luxury globali, partecipando alle principali piattaforme B2B internazionali – da ILTM a Travelux, da Duco a Pure e Luxury Connection – per incontrare buyer e opinion leader dagli Stati Uniti al Medio Oriente, dall'Europa all'Asia-Pacifico. Non per fare presenza, ma per costruire relazioni qualificate e durature, all'altezza del posizionamento che Cortina merita».

Rosanna Conti, Cluster Manager di Dhom Collection

«Io sono convinta, da sempre, che la vera eccellenza non sia mai un assolo, ma una sinfonia. La forza di questo progetto risiede proprio nella capacità di fare sistema. Cortina Signature nasce per aggregare le migliori realtà economiche del territorio, dall'ospitalità all'artigianato, sotto una regia strategica comune e standard di qualità certificati. In questo modo stringiamo un patto di fiducia con l'ospite, permettendogli di costruire il proprio soggiorno ancor prima di arrivare e riposizionare Cortina come benchmark internazionale per il turismo di alta gamma».

Mattia Sajeve, coordinatore rete nei rapporti con la Regione Veneto:

*«Il progetto è finanziato nell'ambito del **PR Veneto FESR 2021–2027, attraverso l'Azione 1.3.9 dedicata alla creazione, sviluppo e consolidamento dei club di prodotto nella forma di reti di imprese.** La logica di questa misura è: non finanziare la singola azienda, ma sostenere progetti capaci di costruire un'offerta turistica integrata, basata su specifiche motivazioni di viaggio, con una Carta dei servizi / disciplinare di prodotto che garantisce coerenza e qualità.*

Il bando prevedeva un contributo a fondo perduto del 50%, con contributo da 40.000€ a 200.000€, su una dotazione complessiva regionale pari a 2 milioni di euro.

*All'interno di questo quadro si inserisce **il nostro progetto, che è stato riconosciuto ammissibile e finanziabile, con una spesa ammessa di 297.005,00 euro e un contributo concesso di 148.502,50 euro.***

*Sul punto si evidenziano due aspetti. **Il primo è la complessità:** questa misura richiede una rete strutturata composta da almeno 9 imprese, con vincoli territoriali legati alle OGD riconosciute e la presenza di almeno 3 strutture ricettive. **E non a caso, in tutta la Regione Veneto sono stati finanziati solo 6 progetti, per un contributo complessivo pari a 1.019.234,16 euro, a fronte di una dotazione del bando di 2.000.000,00 euro.***

Il secondo aspetto, che qualifica davvero questo progetto, è l'impostazione del budget: tutte le risorse sono dedicate a iniziative comuni di promozione e commercializzazione; quindi, attività collettive di club di prodotto. Questo ha un grande valore perché significa che le imprese non hanno partecipato per finanziare "le proprie cose", ma per investire insieme in azioni condivise, con un obiettivo comune e una visione di sistema».

Uff.stampa Katia Tafner

3355925571