



SCHEDA RACCOLTA ADESIONI

Le proposte progettuali approvate e finanziate dal Fondo Sociale Europeo, DGR.1220/17, bando ASSI-, prevedono la realizzazione di nuovi prodotti turistici esperienziali.

Gli operatori che vogliono contribuire alla creazione di un prodotto turistico dovranno partecipare ad una **serie minima di attività obbligatorie** fra quelle indicate di seguito.

Inoltre ogni azienda/operatore turistico può accedere ad uno o più percorsi formativi e di accompagnamento da scegliere fra le "ATTIVITA' A CATALOGO". I corsi possono essere sia interaziendali che aziendali, questi ultimi in presenza di **almeno 6 partecipanti**.

In questa fase, per aderire alle iniziative è sufficiente compilare lo spazio sottostante con i dati dell'azienda ed indicare i nominativi dell'allievo nello spazio "Cognome e Nome partecipanti" dell'attività prescelta, oppure inserire "aziendale - numero dei partecipanti" (titolari compresi).

Una volta raccolte le adesioni, vi sarà comunicata la programmazione delle attività a partire da Febbraio 2019.

Inviare i moduli compilati via mail all'indirizzo info@esacformazione.it o via fax allo 0444.963400

~~entro venerdì 1 gennaio 2019~~

RAGIONE SOCIALE AZIENDA /OPERATORE TURISTICO

REFERENTE

N° TELEFONO

Indirizzo email

Settore Attività

Attività obbligatorie per chi desidera partecipare alla creazione del prodotto turistico esperienziale .

Indicare il percorso prescelto fra :

DAL LAGO ALLA LAGUNA: ESPERIENZE SLOW TRA NATURA E CULTURA
VICENZA SPECCHIO DI VENEZIA: *La storia di Vicenza attraverso le grandi famiglie medievali*

Percorso esperienziale slow ciclo-pedonale dalla campagna alla città, dalle barchesse rurali ai magazzini urbani.

Il percorso esplorerà il turismo architettonico di Vicenza con i Palazzi Palladiani di contrà Porti, i palazzi gotici dei Porto in stile lagunare, il Teatro Olimpico, integrandola con l'offerta enogastronomica e commerciale del territorio.

Attività	Descrizione attività	Durata	Cognome e Nome PARTECIPANTI
Strategie di Destination Management	Analizzare le potenzialità strategiche e l'attrattività del territorio di Vicenza; elaborare un modello turistico innovativo	16	
Percorso slow: pianificazione della gestione integrata	Laboratorio per la creazione del prodotto turistico provinciale di Vicenza	8	

UN.ESCO Un'esperienza condivisa per valorizzare il patrimonio
ANTONIO PIGAFETTA: LA SUA EREDITA' A 500 ANNI DAL VIAGGIO INTORNO AL MONDO

minuscolo

Percorso turistico enogastronomico e culturale attorno alla figura del geografo e navigatore vicentino Antonio Pigafetta e ai prodotti portati dalle sue missioni: le spezie e le erbe officinali ed il loro utilizzo in cucina per la creazione o la rielaborazione di menu antichi, l'oro, il cioccolato, i tessuti preziosi.

Attività	Descrizione attività	Durata	Cognome e Nome PARTECIPANTI
Laboratorio PassepArtout	Laboratorio per l'ideazione del nuovo prodotto turistico legato all'immaginario del Pigafetta	16	
UN'Esperienza CO-progettata	Laboratorio per la realizzazione del percorso esperienziale	8	
Project Work-High Operational Plan	Laboratorio di comunicazione del percorso esperienziale	8	

ATTIVITA' A CATALOGO disponibili per tutti gli operatori

COD.	Attività	Descrizione attività	Durata	Cognome e Nome PARTECIPANTI / CORSO AZIENDALE N° PARTECIPANTI(almeno 6)
L. 2	Place branding dell'offerta turistica	Come creare e promuovere la brand identity per lo sviluppo dell'incoming	24	
L.7	Plan & Feed: laboratorio di sperimentazione di turismo slow	Laboratorio creativo di comunicazione digitale e social per la promozione del prodotto turistico	24	
L.3	Tecniche per la progettazione della Tourist Experience	Formazione per apprendere ed applicare le tecniche di progettazione turistica . Per agenzie, guide turistiche ed alberghi	24	
L.12	Digital storytelling e content marketing per il turismo emozionale	Come raccontare nell'era della digitalizzazione le emozioni e le sensazioni di un'esperienza turistica	24	
L.13	Mobile marketing turistico	Come utilizzare i nuovi media per promuovere l'attività turistica via mobile	24	
L.14	Disintermediazione turistica	Modelli, applicazioni e procedure operative per la creazione di siti responsive, strumenti di booking engine	24	
L.9	Learning tours: esperienze di turismo slow e culturale	Visita regionale: case history	12	
U.1	The treasure: i patrimoni culturali veneti, flussi e trend	Presentazione dei siti UNESCO e del patrimonio culturale veneto collegato. Analisi dei flussi e delle nuove tendenze turistiche	12	
U.2	DATA Tour	Analisi dei dati dei flussi turistici per la coprogettazione dei percorsi esperienziali	8	
U.3	Through the Wonderland	Individuazione degli indicatori di attrattività e degli strumenti di valorizzazione del patrimonio culturale	8	
U.4	Story Touring	Lo storytelling: strumento per la promozione emozionale	12	
U.5	MAPS	Le strategie di marketing per una pianificazione e promozione vincente	8	
U.6	Il sesto senso: esperienza formativa esperienziale	Scoprire i 5 sensi per comprendere l'esperienza emozionale	12	