



ASSOCIAZIONE
BELLUNESI
NEL MONDO

Informazioni e iscrizioni
Associazione Bellunesi nel Mondo
via Cavour 3
32100 Belluno

Tel. + 39 0437 941160
info@bellunesinelmondo.it
www.bellunesinelmondo.it



Art. 11 della Legge Regionale 2/2003

CONTRIBUTO
REGIONE DEL VENETO

Turismo delle radici

dal 1° al 29 ottobre 2017
Belluno / Veneto

PRESENTAZIONE

Partire alla scoperta delle proprie radici, e nel percorso, riscoprire tesori inestimabili; ecco la probabile definizione per una nuova, interessante tendenza turistica e per l'inequivocabile impatto positivo che può avere sul Veneto.

Un fenomeno ampiamente consolidato oltreoceano, sia a livello organizzativo che culturale, può apportare nuova linfa vitale al turismo della nostra Regione, aiutando a valorizzare delle insospettabili risorse, dei piccoli quanto sconosciuti tesori nascosti.

Si parla di turismo genealogico o delle radici, un mondo tanto innovativo quanto complesso, nel quale la fame di ricerca storica e di cultura si mescola alla voglia di riscoprire origini lontane e all'emozione di ritrovare un senso di appartenenza ormai dimenticato.

Non bisogna però fermarsi al sentimento e alla nostalgia, ma investire sul potenziale economico che i milioni di oriundi veneti possono avere sul nostro territorio.

Viviamo in una Regione straordinaria, sia dal punto di vista culturale che paesaggistico. A tal proposito il progetto che l'Associazione Bellunesi nel Mondo (ABM) ha presentato alla Regione Veneto, attraverso l'art. 11 della Legge Regionale 2/2003, ha l'obiettivo di formare 10 giovani oriundi veneti (dai 18 a 38 anni), provenienti dal Brasile, nel settore turistico dando loro la possibilità di vivere - per un mese a Belluno (dal 1° al 29 ottobre 2017) - un'esperienza di studio e formazione affinché, una volta rientrati, possano aprire un'agenzia di viaggi e/o gestire viaggi verso

il Veneto dedicati appunto a comitive di oriundi veneti e non solo. Il titolo del progetto è "Turismo delle radici"; le lezioni, per un ammontare di 150 ore (di cui il 20% in forma di stage in alcune agenzie di viaggio del capoluogo bellunese) si terranno presso la sede ABM in via Cavour 3 a Belluno.

Di seguito riportiamo il piano di studi proposto (120 ore):

- Ciclo propedeutico: ha l'obiettivo di rendere omogenea la preparazione della classe. (8 ore)
- Lingua e storia italiana: ha l'obiettivo di abbattere la barriera della comunicazione dovuta all'utilizzo di diverse lingue e promuovere la storia italiana. (12 ore)
- Storia bellunese/veneta: ha l'obiettivo di fornire agli studenti un quadro storico/paesaggistico del Veneto, con un focus sul bellunese. (20 ore)
- Economia e risorse del Turismo: fornire strumenti per l'analisi e l'interpretazione del sistema turistico nel suo complesso, analizzandone le componenti e individuando i legami tra turismo, sistema economico, territorio e ambiente sociale e culturale. (16 ore)
- Economia e Management delle imprese: offrire un quadro di riferimento teorico e operativo sulle problematiche di organizzazione del lavoro e di gestione delle risorse umane nelle imprese del settore turistico e in particolare a fornire strumenti per l'analisi e la progettazione organizzativa ed affrontare aspetti economico-gestionali relativi a ciascuna politica di direzione e svi-

luppo del personale. (16 ore)

- Marketing turistico: affrontare la logica e le problematiche del marketing in campo turistico considerando gli strumenti di cui l'impresa turistica può disporre per conoscere il mercato e agire in esso (ricerche di segmentazione del mercato turistico e di posizionamento del prodotto turistico, pianificazione dell'attività, ricerche qualitative e quantitative). (20 ore)
- Diritto e turismo: fornire un inquadramento normativo sul settore turistico, sia dal punto di vista pubblico che privato, con particolare attenzione agli ultimi interventi normativi in materia turistica o che hanno ricadute sull'industria dei viaggi. (12 ore)
- Sistemi informativi e nuove tecnologie per il turismo: fornire un quadro di riferimento sull'influenza che l'uso di sistemi informativi e ICT hanno e avranno nei processi di produzione delle aziende, pubbliche e private, sulle scelte dei turisti e nell'interazione cliente/impresa o destinazione, elementi di web marketing, social media marketing, ecc. (12 ore)
- Politiche per il turismo: approfondire le dimensioni strategiche e competitive del sistema di offerta di una destinazione: in particolare, l'offerta, il ruolo e le modalità di collaborazione tra aziende, l'autonomia strategica e il governo della destinazione. (4 ore)