**PROGETTO CREIAMO INSIEME**

**Identificazione dei 5 territori di Media Montagna per il progetto CREIAMO INSIEME- MISURA M 1 SOTTOMISURA 1.1**

## ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

**OBIETTIVI ED ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO**

**Il progetto risponde al bando allegato al PD N. 4461 del 01/09/2017**

FEASR-PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020

MISURA M 1 “Trasferimento di conoscenze e azioni di informazione”, SOTTOMISURA 1.1, n. 5 corsi di formazione e intervento: CREIAMO INSIEME-SVILUPPO DI 5 TERRITORI DI MEDIA MONTAGNA DELLA VALLE D’AOSTA. CORSO RIVOLTO AGLI

AGRICOLTORI E OPERATORI LOCALI: Itinerari e paesaggi intercomunali abbinati all’enogastronomia. Impara a creare o migliorare, con i tuoi partner, l’offerta enogastronomica e turistica del territorio (Focus Area 2A). I destinatari degli interventi informativi e dimostrativi possono essere gli addetti dei settori agricolo e alimentare, i gestori del territorio e altri operatori economici che siano PMI operanti nelle zone rurali della Valle d’Aosta, previsti dal PSR 14 20, con le priorità ed i criteri previsti al punto 5 del bando.

Il progetto vuole:

* strutturare un intervento in grado di valorizzare la capacità imprenditoriale dei partecipanti creando dei laboratori didattici mirati ad un apprendimento che coniughi il sapere con il saper fare; il saper essere impresa con il saper diventare impresa maggiormente competitiva, attraverso l’analisi ed il miglioramento dei punti di forza e ed il superamento dei punti di debolezza; saper orientarsi al mercato alfine di aumentare le quote di esso, così come previsto dal Focus Area 2A;
* strutturare un intervento che sia finalizzato a potenziare il bagaglio di competenze indispensabile per l’imprenditore per affrontare dinamicamente le prospettive di sviluppo, facilitando il confronto tra le imprese coinvolte, ottimizzando la messa in trasparenza dei prodotti e delle attività che emergono dal confronto; instaurare quelle sinergie efficaci volte al miglioramento dell’offerta e che nel contempo rafforzino la competitività dell’impresa sui mercati;
* strutturare un network di rapporti con le istituzioni, le associazioni di categoria, i consorzi e le imprese presenti sul territorio per creare una rete che possa farsi carico della reale promozione e dello sviluppo sinergico delle imprese coinvolte nel progetto, alfine di imparare a creare o migliorare l’offerta turistica del proprio territorio;
* strutturare un’offerta in grado di valorizzare itinerari e paesaggi storia, tradizioni, espressioni artistiche e culturali, patrimonio naturale e realtà sociale abbinati all’enogastronomia nei territori intercomunali di media montagna.

L’intervento è organizzato in una logica modulare con laboratori specifici che saranno erogati in giornate di lavoro in aula. L’intervento è riferito ai territori di media montagna della Regione Valle d’Aosta. Si sono identificati 5 lotti territoriali insistenti su 7 delle 8 UNITÉS DES COMMUNES VALDÔTAINES, nello specifico: VALDIGNE- MONTBLANC, Territorio 1 Alta Valle; GRAND-PARADIS, Territorio 2 Alta Valle; GRAND- COMBIN-MONT EMILIUS, Territorio 3 Media Valle; MONT-CERVIN-ÉVANÇON, Territorio

4 Basse Valle; MONT-ROSE-WALSER Territorio 5, Bassa Valle. Sono stati presi in

considerazione tutti i Comuni di media montagna afferenti alle succitate UNITÉS DES COMMUNES, così come analizzati nella Nota tecnica di cui sopra riportato.

Il progetto ha una durata complessiva di 250 ore, suddivise in 5 laboratori della durata di 50 ore ciascuno, uno per ogni lotto territoriale evidenziato a progetto. I partecipanti potranno essere minimo 10 per ciascun lotto e minimo 50 complessivamente a progetto. In nessun caso i partecipanti potranno essere superiori a 25 e/o nei limiti di quanto previsto nell’Allegato tecnico “Disposizioni per la Gestione dei corsi” paragrafo 1.

## Obiettivi e contenuti dei laboratori

**Gli obiettivi ed i contenuti dei laboratori saranno individualizzati e centrati sui singoli lotti territoriali individuati a progetto.**

**Laboratorio di formazione A)** costruire gli itinerari (da dove si parte, dove si arriva, quali visite stimolare, quali argomenti, strumenti e tecnologie si possono utilizzare), durata 6 ore;

## OBIETTIVI:

* + Assicurare un’accoglienza del turista in funzione delle aspettative create dal marketing;
  + Predisporre itinerari turistici e naturalistici;
  + Assicurare la fruibilità dei percorsi collegandoli agli eventi del territorio ed alle disponibilità dei clienti;
  + Organizzare itinerari e percorsi collegati anche al sistema agroalimentare del territorio;
  + Utilizzare strumenti e tecnologie in grado di promuovere l’offerta.

## CONTENUTI:

* + La personalizzazione dell’accoglienza;
  + Percorsi fruibili e gestione del cliente nell’ambiente naturalistico di riferimento;
  + Gli itinerari di viaggio, escursioni e visite guidate nel territorio;
  + Gli itinerari del gusto;
  + Il piano di collegamento tra strutture ricettive;
  + I trasporti e la fruibilità dei percorsi in relazione anche alla tutela dell’ambiente circostante;
  + L’utilizzo dei supporti informatici;
  + La comunicazione dell’offerta sul web;
  + Strumenti di promozione dell’offerta: sito aziendale, blog, social, newsletter.

**Laboratorio di formazione B)** identificare luoghi, monumenti e aspetti del territorio da valorizzare (pregevolezze naturali, culturali, storiche, da raccontare agli ospiti, iniziative di formazione e istruzione, proposte di piani di comunicazione), durata 10 ore;

## OBIETTIVI:

* + Riconoscere ed individuare le caratteristiche del contesto storico, geografico, paesaggistico e culturale della Valle d’Aosta;
  + Individuare le peculiarità del territorio analizzando e comprendendo le caratteristiche geografiche ed antropologiche ad esso collegate ai fini di un turismo consapevole e rispettoso;
  + Individuare iniziative di istruzione e formazione da proporre alla clientela;
  + Individuare strumenti e tecniche per la creazione di un piano di comunicazione finalizzato alla promozione turistica.

## CONTENUTI:

* + Le risorse ambientali e paesaggistiche della Valle d’Aosta: montagne, laghi, parchi, flora, fauna, siti e percorsi naturalistici e le alte vie nel territorio valdostano;
  + Antropologia del turismo in Valle d’Aosta;
  + Elementi di storia dell'arte della Valle d’Aosta;
  + Elementi di storia popolare e tradizioni valdostane;
  + Le fattorie didattiche: casi di studio;
  + Il piano di comunicazione nell’impresa turistica: piattaforme promozionali.

**Laboratorio di formazione C)** stabilire come, dove ospitare i visitatori, quali alimenti offrire ai visitatori, quali caratteristiche di prodotto, di territorio o di filosofia comuni sono da evidenziare e da valorizzare, quali prodotti utilizzare nelle differenti occasioni e come valorizzarli in cucina, durata 34 ore.

## OBIETTIVI:

* + Predisporre l’accoglienza dei visitatori, sapendo gestire un piano completo di ospitalità e di fruibilità della visita;
  + Saper valorizzare i prodotti e i servizi già in fase di promozione dell’offerta;
  + Riconoscere ed individuare le caratteristiche del sistema produttivo agroalimentare della Valle d’Aosta;
  + Individuare le peculiarità del territorio valdostano analizzando le produzioni agroalimentari e le eccellenze produttive;
  + Individuare le peculiarità dei percorsi enogastronomici collegati al territorio regionale analizzandoli in funzione della loro fruizione.

## CONTENUTI:

* + La compilazione dell’offerta;
  + Il piano di accoglienza;
  + Piattaforma organizzativa;
  + Il settore agroalimentare Valdostano;
  + Il settore vitivinicolo Regionale nell’ambiente di riferimento (focus);
  + Il settore caseario Regionale: l’ambiente di riferimento (focus);
  + Produzioni tipiche e prodotti di eccellenza;
  + Metodi di produzione e preparazione;
  + La valorizzazione dell’enogastronomia regionale in cucina;
  + Sostenibilità della filiera produttiva;
  + La filiera corta;

Itinerari del gusto in Valle d’Aosta.