

# smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

## Corsi in modalità online

- AUTUNNO 2021 -



**EBT**

Ente Bilaterale Turismo  
della provincia di Venezia

[ebt.ve.it](http://ebt.ve.it)

# smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

## Corsi in modalità online

- AUTUNNO 2021 -



[ebt.ve.it](http://ebt.ve.it)

## Indice generale

### **1. ESSERE PROFESSIONISTI** PAG. 8

1.1	CREATIVE RESTAURANT BRANDING® Livello Base	PAG. 11
1.2	WEB AND SOCIAL ADVERTISING	PAG. 12
1.3	WHATSAPP FOR BUSINESS: LA CHAT PER LA GESTIONE DEL CLIENTE	PAG. 13
1.4	FARE MARKETING CON GOOGLE	PAG. 14
1.5	SOCIAL MEDIA MARKETING PER LA PROMOZIONE DEL SETTORE TURISTICO	PAG. 15
1.6	WEB REPUTATION	PAG. 16
1.7	CORSO BASE DI GRAFICA CON CANVA	PAG. 16
1.8	BLOGGER E INFLUENCER: COME SCEGLIERLI E COME GESTIRLI PER OTTIMIZZARE LA BRAND AWARENESS DELL'HOTEL E AUMENTARE LE VENDITE	PAG. 17
1.9	LA LANDING PAGE CHE VENDE: CHE COS'È E COME USARLA PER AUMENTARE IL FATTURATO DI VENDITA	PAG. 18
1.10	BRAND AWARENESS: COME CONCEPIRE E GESTIRE IL BRAND DELL'ALBERGO PER RENDERLO RICONOSCIBILE E ATTRATTIVO	PAG. 18
1.11	LA RECEPTION CENTRO NEVRALGICO DELL'HOTEL: ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CRM	PAG. 19
1.12	TECNICHE DI SEO MARKETING (Search Engine Optimization) PER AUMENTARE LE VISITE SUL SITO DELL'ALBERGO DA GOOGLE	PAG. 20
1.13	COSTRUIRE UN APPROCCIO <i>DATA DRIVEN</i> PER MIGLIORARE IL PROPRIO BUSINESS	PAG. 20
1.14	FACEBOOK & INSTAGRAM CONTEST: DEFINIRE E GESTIRE CONCORSI ATTRATTIVI PER SPINGERE I CLIENTI A PROMUOVERE L'ALBERGO SUI SOCIAL	PAG. 21

1.15	ANALISI DELLE PERFORMANCE DELLE AZIENDE TURISTICO RICETTIVE: LA LETTURA DEL BILANCIO DI ESERCIZIO	PAG. 22
1.16	ANALISI DEI COSTI E CONTROLLO DI GESTIONE NELLE AZIENDE ALBERGHIERE	PAG. 23
1.17	LE BOLLICINE NEL MONDO DELLA MISCELAZIONE	PAG. 23
1.18	GLI APERITIVI DI TENDENZA: L'AMERICANO E TUTTE LE SUE VARIANTI	PAG. 23
1.19	I SEGRETI DEL BARMAN: GLI <i>HOME- MADE</i>	PAG. 24
1.20	LA CANTINA IDEALE	PAG. 25
1.21	IL TRATTATO MODERNO DELLA GRAPPA E DELLE ACQUEVITI: NOVITÀ, TENDENZE, ABBINAMENTI	PAG. 26
1.22	IL CAFFÉ A REGOLA D'ARTE	PAG. 27
1.23	ZERO SPRECHI NELLA RISTORAZIONE	PAG. 28
1.24	COMPRENDERE IL MONDO DELLA RISTORAZIONE ALBERGHIERA: TREND, FORMAT E NUOVI MODELLI	PAG. 29
1.25	TECNICHE DI COTTURA INNOVATIVE	PAG. 30
1.26	NON SOLO BUONO: L'ESTETICA DEI PIATTI E LE REGOLE PER L'IMPIATTAMENTO	PAG. 31
1.27	IL DESSERT AL PIATTO IN HOTEL	PAG. 31
1.28	IL BREAKFAST DEL FUTURO	PAG. 32
1.29	AGGIORNAMENTO PER CAMERIERE AI PIANI	PAG. 32
1.30	L'IMPORTANZA DEL RUOLO DELLA GOVERNANTE D'ALBERGO NELLA GESTIONE DEL REPARTO	PAG. 33

## Indice generale

### **2. COMUNICARE IN LINGUA STRANIERA** PAG. 34

---

2.1	CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO A2 ELEMENTARY	PAG. 36
2.2	CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE	PAG. 36
2.3	CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B2 INTERMEDIO AVANZATO	PAG. 36
2.4	CORSO DI LINGUA SPAGNOLA - LIVELLO A1 BASE	PAG. 37
2.5	CORSO DI LINGUA FRANCESE - LIVELLO A1 BASE	PAG. 37
2.6	CORSO DI LINGUA TEDESCA: L'ABC PER IL TURISMO LIVELLO A1 BASE	PAG. 37
2.7	CORSO DI LINGUA TEDESCA: L'ABC PER IL TURISMO LIVELLO A2 ELEMENTARY	PAG. 38
2.8	CORSO DI LINGUA TEDESCA: MICROLINGUA PER IL TURISMO LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE	PAG. 38
2.9	CORSO DI LINGUA TEDESCA: MICROLINGUA PER IL TURISMO LIVELLO B2 INTERMEDIO AVANZATO	PAG. 38
2.10	LA PRENOTAZIONE TURISTICA EFFICACE IN LINGUA TEDESCA LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE	PAG. 39

### **3. CONOSCERE IL TERRITORIO** PAG. 40

---

3.1	ITINERARI DEL GUSTO	PAG. 42
3.1.1	Il fusion a Venezia: dai piatti del ghetto a quelli veneto-grecheschi passando per gli Armeni	PAG. 42
3.1.2	Il borghese in cucina: influssi mitteleuropei, birra agli sbirri, baicoli e spritz	PAG. 42
3.1.3	Cucina sotto torchio: storia dei ricettari antichi di Venezia	PAG. 43
3.1.4	Cade a fagiolo	PAG. 43
3.2	FILIERA CORTA E SOSTENIBILITÀ: I PRODOTTI DEL TERRITORIO	PAG. 44
3.2.1	Pesce delle valli da pesca e di laguna	PAG. 44
3.2.2	Miele: per fare tutto ci vuole un fiore	PAG. 45
3.2.3	Cereali e grani storici	PAG. 45
3.3	STORIA DEL VINO DI VENEZIA E L'ARTE DEL VETRO	PAG. 46

3.4	PROSECCO: IL PRODOTTO DIVENUTO AMBASCIATORE DEL "MADE IN ITALY" NEL MONDO	PAG. 46
3.5	AMARONE: PRINCIPE DELLA VALPOLICELLA	PAG. 47
3.6	ITINERARI NELLA STORIA	PAG. 48
3.6.1	Le Scuole Grandi a Venezia: arte, devozione, carità	PAG. 48
3.6.2	Venezia e i "foresti"	PAG. 48
3.6.3	Un viaggio nella Venezia storica evocata dai dipinti	PAG. 49
3.6.4	La Strada Nova e la trasformazione della città tra Ottocento e Novecento: dal ponte di 'Calatrava' al Fondaco dei Tedeschi rinnovato	PAG. 49
3.7.	PERDERSI A VENEZIA E CHIOGGIA TRA ISOLE, NAVIGANTI, MERCATI E CORTIGIANE	PAG. 50
3.7.1	Il cuore di Venezia tra storioni, fustagni e barbacani: Rialto	PAG. 50
3.7.2	Coltivar el mar: l'Arsenale di Venezia, con visita agli antichi forni del panbiscotto	PAG. 50
3.7.3	La chiesa di San Michele in isola e il cosmografo del diavolo	PAG. 51
3.7.4	Un viaggio nell'enigma: il Labirinto di Borges in isola di San Giorgio	PAG. 51
3.7.5	Navigare è indispensabile, vivere no: il Museo Navale di Venezia	PAG. 52
3.7.6	Alla scoperta di Chioggia tra baruffe, branzini e zucche barucche	PAG. 52
3.7.7	Sulle orme di Casanova: luoghi, avventure immorali e piatti afrodisiaci	PAG. 53

### **4. ORIENTARSI** PAG. 54

---

4.1	ANDANTE MOSSO: CONOSCERE IL PASSATO, IMMAGINARE IL FUTURO	PAG. 56
4.1.1	Storia e antropologia dell'ospitalità	PAG. 56
4.1.2	Destinazione futuro: nuovi scenari	PAG. 56
4.2	L'INFORMAZIONE COME PUNTO DI FORZA PER AUMENTARE LA PERFORMANCE DELLE NOSTRE DESTINAZIONI E STRUTTURE RICETTIVE: DAL CORRETTO UTILIZZO DELLE OTA AI TRENDS DI MERCATO	PAG. 57

### **MODALITÀ DI ISCRIZIONE** PAG. 58

---

### **COME EFFETTUARE L'ISCRIZIONE** PAG. 59

---





1.15	ANALISI DELLE PERFORMANCE DELLE AZIENDE TURISTICO RICETTIVE: LA LETTURA DEL BILANCIO DI ESERCIZIO	PAG. 22
1.16	ANALISI DEI COSTI E CONTROLLO DI GESTIONE NELLE AZIENDE ALBERGHIERE	PAG. 23
1.17	LE BOLLICINE NEL MONDO DELLA MISCELAZIONE	PAG. 23
1.18	GLI APERITIVI DI TENDENZA: L'AMERICANO E TUTTE LE SUE VARIANTI	PAG. 23
1.19	I SEGRETI DEL BARMAN: GLI <i>HOME-MADE</i>	PAG. 24
1.20	LA CANTINA IDEALE	PAG. 25
1.21	IL TRATTATO MODERNO DELLA GRAPPA E DELLE ACQUEVITI: NOVITÀ, TENDENZE, ABBINAMENTI	PAG. 26
1.22	IL CAFFÉ A REGOLA D'ARTE	PAG. 27
1.23	ZERO SPRECHI NELLA RISTORAZIONE	PAG. 28
1.24	COMPRENDERE IL MONDO DELLA RISTORAZIONE ALBERGHIERA: TREND, FORMAT E NUOVI MODELLI	PAG. 29
1.25	TECNICHE DI COTTURA INNOVATIVE	PAG. 30
1.26	NON SOLO BUONO: L'ESTETICA DEI PIATTI E LE REGOLE PER L'IMPIATTAMENTO	PAG. 31
1.27	IL DESSERT AL PIATTO IN HOTEL	PAG. 31
1.28	IL BREAKFAST DEL FUTURO	PAG. 32
1.29	AGGIORNAMENTO PER CAMERIERE AI PIANI	PAG. 32
1.30	L'IMPORTANZA DEL RUOLO DELLA GOVERNANTE D'ALBERGO NELLA GESTIONE DEL REPARTO	PAG. 33

## 1.1

## CREATIVE RESTAURANT BRANDING® Livello Base

### Fare Branding: analizza, crea e comunica, per far emergere l'identità distintiva del tuo locale

Il corso fornisce una griglia di lavoro sulla quale sviluppare una strategia di branding: dall'ideazione delle linee guida (brand strategy), alla costruzione della brand identity, individuando la personalità del locale e il potere della relazione e dell'empatia con i clienti acquisiti e futuri (brand communication).

Il vantaggio del corso è quello di essere affiancati in un percorso che applica il Design Thinking e il Metodo Agile alla scoperta, emersione, definizione strategica della personalità del ristorante, della propria identità d'impresa e conseguente posizionamento sul mercato e sul web.

Le lezioni si fondano sul Metodo Creative Restaurant Branding® e sull'applicazione della teoria dell'Enneagramma per creare da zero un'attività ristorativa oppure per fare il punto sulla situazione identitaria, per compiere un processo di rebranding e rilancio del proprio locale in chiave contemporanea.

#### CONTENUTI

##### CRB Parte 1 - Visione e Strategia: Brand Strategy:

- Basi per la definizione di identità, posizionamento e codice comunicativo
- Individuazione di Purpose, Mission, Vision, Valori
- Identificazione di Mercato e Buyer Personas

##### CRB Parte 2 - Applicazione e Metodo di Brand Identity:

- Cuore del Metodo
- Enneatipo del ristorante, identità, personalità, posizionamento
- Linee guida per costruire i propri codici comunicativi: visuale, verbale, sensoriale, gestuale

**Date e orario: 13/14/15 dicembre 2021, 15.00-18.00**

**Durata: 9 ore**

1

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE  
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE



1.2

## WEB AND SOCIAL ADVERTISING

Il fine del seminario è fornire gli strumenti per fare adv attraverso Facebook, Instagram, LinkedIn e Google, sapendo valutare, a priori, quale strumento sia il migliore da utilizzare per gli obiettivi da raggiungere.

### CONTENUTI

- Introduzione: strumenti differenti per obiettivi differenti
- Facebook ed Instagram Adv
- La creazione e gestione dell'account pubblicitario
- La condivisione dell'account pubblicitario
- La creazione della campagna gruppi di inserzione e annunci
- La scelta dell'obiettivo della campagna
- La creazione dell'audience: nuovo pubblico, pubblico personalizzato, etc.
- Il contenuto creativo
- I differenti formati
- Il posizionamento dell'adv
- Il pixel di Facebook
- Le metriche di base
- Google Ads
- La creazione e gestione dell'account pubblicitario
- La condivisione dell'account
- La creazione della campagna gruppi di inserzione e annunci
- La scelta dell'obiettivo della campagna e le soluzioni di adv
- La targetizzazione geografica
- La lettura dei risultati

### PRIMA EDIZIONE

**Date e orario: 19/22/26/29 ottobre 2021, 9.00-12.00**

**Durata: 12 ore**

### SECONDA EDIZIONE

**Date e orario: 2/5/8/11 novembre 2021, 9.00-12.00**

**Durata: 12 ore**

1.3

## WHATSAPP FOR BUSINESS: LA CHAT PER LA GESTIONE DEL CLIENTE

Obiettivo del seminario è fornire gli strumenti per poter utilizzare WhatsApp for Business per la gestione del cliente.

### CONTENUTI

- I servizi di messaggistica istantanea
- Differenza tra WhatsApp personale e Business
- Come impostare WhatsApp For Business
- Funzionalità e strumenti
- Ottimizzare il profilo
- Impostare le risposte automatiche e le risposte "veloci"
- Il catalogo: funzioni e opportunità

### PRIMA EDIZIONE

**Data e orario: 15 novembre 2021, 9.00-11.00**

**Durata: 2 ore**

### SECONDA EDIZIONE

**Data e orario: 18 novembre 2021, 9.00-11.00**

**Durata: 2 ore**



### 1.4

## FARE MARKETING CON GOOGLE

L'obiettivo del percorso è fornire gli strumenti pratici ed operativi per poter gestire una campagna di pubblicità a pagamento su Google (Google Adwords) e saper strutturare la lettura della Google Analytics per interpretare gli accessi al proprio sito.

Tutto ciò al fine di ottimizzare la pagina web secondo le regole SEO - Search Engine Optimization.

### CONTENUTI

#### Google Adwords

- Creare una campagna di advertising a pagamento su Google
- Scegliere le keywords
- Ottimizzare gli annunci e i contenuti
- Monitorare la campagna e i suoi risultati
- Come utilizzare i tag per il controllo delle statistiche al sito Google Tag Manager

#### Le Google Analytics

- Come leggere le statistiche di accesso al proprio sito attraverso le statistiche di Google
- Le local search e la scheda Google My Business
- In quali mappe inserire la propria attività
- Attivare, ottimizzare e gestire la scheda Google My Business
- Le recensioni su Google: come rispondere e come gestirle
- Google Virtual Tour

#### SEO

- Attività on site ed extra site
- La scelta delle parole chiave
- I meta tags
- La struttura del sito e della pagina
- L'ottimizzazione dei testi
- L'ottimizzazione delle immagini

**Date e orario: 22/25/29 novembre e 1 dicembre 2021, 9.00-12.00**

**Durata: 12 ore**

### 1.5

## SOCIAL MEDIA MARKETING PER LA PROMOZIONE DEL SETTORE TURISTICO

Obiettivo del corso è quello proporre gli strumenti pratici ed operativi per poter selezionare e promuovere l'azienda turistica utilizzando i social network.

### CONTENUTI

- Il web 2.0, social site e social network: introduzione
- Perché essere nei social network?
- Pianificazione e promozione strategica della presenza della propria azienda sul web 2.0
- Social Media Marketing: utilizzare i social site per fare marketing
- I costi della comunicazione 2.0
- Cosa comunicare, come comunicare
- Scrivere il piano editoriale per la comunicazione social

#### Facebook

- Come aprire una pagina
- Cosa scrivere, come scrivere, quando scrivere
- Gestire la pagina in più lingue
- I differenti tipi di post
- Come coinvolgere gli utenti della pagina
- Come leggere e interpretare le statistiche
- Advertising a pagamento (le campagne, i canvas, le audience)
- Il pixel di Facebook: le Analytics e le audience basate sul pixel
- Le recensioni su Facebook: come gestire e come rispondere alle critiche
- Cenni su Business Manager

#### I social visuali: Instagram

- Come aprire l'account
- Creare una lista do follower
- La pubblicazione delle immagini e l'uso dei filtri
- La scelta dell'#
- Gli instagranmer
- La Igers TV
- Monitorare i risultati

**Date e orario: 13/15/20/21 dicembre 2021, 9.00-12.00**

**Durata: 12 ore**





**smart.EAT**

PER UNA FORMAZIONE  
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE



ESSERE PROFESSIONISTI

## 1.6

### WEB REPUTATION

L'obiettivo del corso è fornire consigli pratici su come rispondere alle review online, come intercettarle e come aumentarle.

#### CONTENUTI

- Esempi di strumenti pratici per intercettare e rispondere alle recensioni
- Recensioni sulla Scheda Google My Business e Facebook

#### PRIMA EDIZIONE

**Data e orario: 8 novembre 2021, 9.00-11.00**

**Durata: 2 ore**

#### SECONDA EDIZIONE

**Data e orario: 26 novembre 2021, 9.00-11.00**

**Durata: 2 ore**

## 1.7

### CORSO BASE DI GRAFICA CON CANVA

Un seminario per avvicinarsi alla grafica senza la necessità di avere competenze specifiche dal momento che il programma CANVA è totalmente user-friendly e può essere usato da chiunque. I partecipanti impareranno ad utilizzare font, colori, icone e immagini e soprattutto a creare semplici modelli per le necessità più comuni: post e storie per Facebook e Instagram, presentazioni in PDF, flyer, brochure, biglietti da visita e menu.

#### CONTENUTI

- Potenzialità di CANVA
- Modelli predefiniti e modelli personalizzati
- Utilizzo del colore e applicativi specifici (Color Picker)
- Utilizzo delle icone e portali dedicati (FlatIcon)
- Utilizzo dei font e Google Fonts
- Utilizzo delle immagini stock e caricamento immagini proprietarie
- Modelli social: post, storie e copertina su Facebook; post, storie e storie in evidenza su Instagram
- Biglietto da visita fronte/retro
- Presentazione PDF in 16:9
- Menu A4
- Brochure
- Formati di download: JPEG, PNG, PDF, MOV

**Date e orario: 16/17 novembre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 6 ore**

## 1.8

### BLOGGER E INFLUENCER: COME SCEGLIERLI E COME GESTIRLI PER OTTIMIZZARE LA BRAND AWARENESS DELL'HOTEL E AUMENTARE LE VENDITE

L'obiettivo del corso è quello di sensibilizzare i partecipanti alla necessità di ricorrere al supporto di blogger e influencer che, per la loro notorietà e per la loro capacità di generare e diffondere contenuti informativi di qualità, rappresentano un canale di comunicazione indispensabile per enfatizzare l'immagine dell'albergo e ottimizzare la riconoscibilità del suo brand tra il pubblico di riferimento, ottenendo un aumento dei clienti potenziali e delle conversioni in prenotazioni dirette.

#### CONTENUTI

- I criteri per scegliere blogger e influencer utili alla promozione dell'albergo
- Organizzare e gestire la site inspection e la presentazione del territorio
- La creazione della cartella stampa digitale con informazioni sulla struttura
- L'analisi delle performance dell'attività dei blogger e degli influencer

**Data e orario: 18 ottobre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 3 ore**



## 1.9

## LA LANDING PAGE CHE VENDE: CHE COS'È E COME USARLA PER AUMENTARE IL FATTURATO DI VENDITA

L'obiettivo del corso di formazione è quello di insegnare ai partecipanti a utilizzare con successo le landing page (pagine di atterraggio), che in sostanza sono delle pagine presenti sul sito web dell'hotel, appositamente definite e gestite per far convergere le visite generate dalle diverse azioni di comunicazione, sviluppate attraverso i diversi canali online e offline e stimolare la cosiddetta "call to action" (chiamata all'azione). Se gestite correttamente le landing page sono uno strumento molto potente per creare una relazione con i clienti potenziali che sarà poi gestita nelle diverse fasi attraverso gli strumenti di Customer Relationship Management (CRM) per ottenere la conversione in prenotazioni dirette e quindi in aumento del fatturato dell'albergo.

### CONTENUTI

- Cos'è la landing page e perchè è importante nello sviluppo delle prenotazioni dirette
- Come creare in modo autonomo le landing page con i software in-cloud
- Integrare le landing page sul sito web e promuoverle attraverso i canali social
- Landing page e Customer Relationship Management

**Data e orario: 18 ottobre 2021, 14.00-16.00**

**Durata: 2 ore**

## 1.10

## BRAND AWARENESS: COME CONCEPIRE E GESTIRE IL BRAND DELL'ALBERGO PER RENDERLO RICONOSCIBILE E ATTRATTIVO

L'obiettivo del corso è quello di comprendere a fondo il ruolo strategico del brand dell'albergo per ottenere un corretto posizionamento di mercato della struttura nell'area di riferimento e imparare a sviluppare concretamente tutte le strategie e azioni di comunicazione che consentono di aumentare la visibilità e il riconoscimento da parte dei clienti potenziali, attraverso i diversi canali online e off-line.

### CONTENUTI

- Gli elementi distintivi del brand, il posizionamento di mercato e il re-branding
- La promozione del brand online: azioni di web marketing e social media marketing
- La promozione del brand off-line: pubbliche relazioni e Guerrilla Marketing
- Esercitazione: ripensare il brand dell'albergo

**Date e orario: 22/25 ottobre 2021, 9.00-13.00**

**Durata: 8 ore**

## 1.11

## LA RECEPTION CENTRO NEVRALGICO DELL'HOTEL: ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CRM

Obiettivo del corso di formazione è insegnare a organizzare e gestire correttamente la reception dell'albergo, tenendo in considerazione tutti i delicati ruoli che ricopre questo reparto, ottimizzando lo sviluppo delle sue diverse funzioni.

Oltre alle corrette tecniche di accoglienza del cliente, con la possibilità di ottenere una maggiore marginalità dall'up-selling diretto e della corretta gestione di eventuali insoddisfazioni e reclami, si analizzerà nel dettaglio l'importanza strategica del ricevimento, quale punto di congiunzione e di coordinamento di tutti gli altri reparti, assicurando all'albergo una gestione snella ed efficiente. Particolare attenzione verrà riservata al ruolo di interfaccia tra l'albergo e gli attori esterni che interagiscono con questo a diverso titolo.

### CONTENUTI

- L'organizzazione della reception: la divisione dei ruoli e l'organizzazione dei turni di lavoro
- Tecniche di leadership e di delega per la corretta gestione degli addetti alla reception
- Le doti relazionali e le competenze del perfetto receptionist
- La corretta organizzazione dei flussi informativi tra la reception e gli altri reparti dell'albergo
- La corretta gestione dell'accoglienza dell'ospite
- La presentazione dei servizi dell'albergo e le tecniche di up-selling
- Le tecniche di gestione delle insoddisfazioni e dei reclami dei clienti, la gestione delle evidenze e il reporting

**Data e orario: 20 ottobre 2021, 9.00-13.00**

**Durata: 4 ore**



## 1.12

### TECNICHE DI SEO MARKETING (Search Engine Optimization) PER AUMENTARE LE VISITE SUL SITO DELL'ALBERGO DA GOOGLE

L'obiettivo del corso è quello di imparare a dominare le cosiddette tecniche di SEO (Search Engine Optimization) indispensabili per sviluppare contenuti sulle pagine del sito web dell'hotel che, oltre ad essere attrattivi per i clienti potenziali che lo visitano, devono essere anche correttamente indicizzati su Google e sugli altri motori, per avere la possibilità di comparire tra i primi risultati delle ricerche. Solo in questo modo il sito Internet dell'albergo può ottenere un numero consistente di visite che si possono trasformare in aumento delle prenotazioni dirette e quindi di fatturato.

#### CONTENUTI

- SEO: cos'è e perché è importante per il successo del web marketing
- Le 20 principali regole SEO per la generazione di contenuti web di qualità
- L'analisi delle keywords e la scelta per la generazione dei contenuti
- I principali software per l'analisi SEO dei contenuti del sito dell'albergo
- Esempi concreti partendo dai siti Internet degli alberghi dei partecipanti

**Date e orario: 2/3 novembre 2021, 9.00-13.00**

**Durata: 8 ore**

## 1.13

### COSTRUIRE UN APPROCCIO *DATA DRIVEN* PER MIGLIORARE IL PROPRIO BUSINESS

L'obiettivo del seminario è comprendere come i dati della destinazione di riferimento possono migliorare le scelte strategiche della propria attività.

#### CONTENUTI

- Approcciare una strategia basata sui dati, dati proprietari e dati della propria destinazione
- Come costruire una strategia di raccolta dei dati e come valorizzarli per costruire le decisioni migliori per il proprio business

**Data e orario: 19 novembre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 3 ore**

## 1.14

### FACEBOOK & INSTAGRAM CONTEST: DEFINIRE E GESTIRE CONCORSI ATTRATTIVI PER SPINGERE I CLIENTI A PROMUOVERE L'ALBERGO SUI SOCIAL

L'obiettivo del corso è quello di insegnare ai partecipanti a comunicare in modo più creativo, inusuale ed economico le caratteristiche dell'offerta dell'albergo e le opportunità offerte dalla destinazione, attraverso l'ideazione e lo sviluppo dei cosiddetti social contest, ovvero i concorsi che si sviluppano sulle piattaforme social, soprattutto Facebook e Instagram. Grazie ai Facebook Contest e agli Instagram Contest i clienti dell'albergo si trasformano facilmente e naturalmente in promoter dell'offerta, attraverso la generazione di contenuti attrattivi che condividono attraverso i loro profili social e che consentono di aumentare la riconoscibilità del brand dell'albergo e attrarre nuovi clienti potenziali.

#### CONTENUTI

- La scelta del nome, del contenuto e delle regole di partecipazione in funzione del brand dell'albergo
- La definizione degli # dei contest coerenti con il posizionamento di mercato della struttura
- Come sviluppare l'effetto virale a partire dai contenuti generati dai partecipanti
- Esercitazione pratica sulla definizione di contest

**Data e orario: 10 novembre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 3 ore**

**1****smart.E&T**

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

**1.15**

## ANALISI DELLE PERFORMANCE DELLE AZIENDE TURISTICO RICETTIVE: LA LETTURA DEL BILANCIO DI ESERCIZIO

Il corso si pone l'obiettivo di fornire una visione semplice, ma essenziale della interpretazione delle performance di un'impresa del settore turistico ricettivo. Si porrà una particolare attenzione alla lettura della situazione economico finanziaria aziendale, partendo dai dati di bilancio al fine di fornire una chiave di lettura sulla marginalità dei servizi erogati e sulla redditività netta.

### CONTENUTI

- Le dimensioni della performance aziendale: le determinanti dell'equilibrio economico, patrimoniale e finanziario dell'impresa turistica;
- Lo strumento per l'analisi delle performance aziendali: il bilancio di esercizio
- Lettura e interpretazione dello Stato Patrimoniale: livello di indebitamento, margine di tesoreria, analisi di coerenza fonti/impieghi;
- Lettura e interpretazione del Conto Economico: costo del venduto, Ebit/risultato operativo aziendale, Ebitda/margine operativo lordo e relative chiavi di lettura
- I principali indicatori di bilancio per la lettura della performance aziendale: ROI, ROE e Asset turnover
- Analisi di casi

**Date e orario: 18/21 ottobre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 6 ore**

**1.16**

## ANALISI DEI COSTI E CONTROLLO DI GESTIONE NELLE AZIENDE ALBERGHIERE

Il corso affronterà gli elementi di base relativi al controllo di gestione e alla conseguente capacità di pianificare e monitorare in modo strategico le performance di un'azienda alberghiera.

### CONTENUTI

- L'analisi della variabilità dei costi
- L'analisi della marginalità
- Utilizzare l'analisi dei costi e della marginalità per migliorare il processo decisionale relativamente alla convenienza di nuovi investimenti, definizione del prezzo minimo di vendita, esternalizzazione servizi,...
- Analisi di casi
- Il calcolo del costo pieno tramite il metodo dei centri di costo
- Esercitazione sul calcolo del costo pieno
- Activity Based Costing nelle aziende alberghiere
- La misurazione della performance non finanziaria: la Balanced Scorecard

**Date e orario: 8/16 novembre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 6 ore**

ESSERE PROFESSIONISTI

**1.17**

## LE BOLLICINE NEL MONDO DELLA MISCELAZIONE

L'obiettivo del corso è insegnare ai partecipanti a utilizzare il vino spumante nella miscelazione, dal Prosecco al metodo Classico, partendo dai grandi classici della miscelazione fino ad arrivare alle ultime tendenze con la creazione di puree e spume.

### CONTENUTI

- Come creare cocktail di successo con i vini spumanti (Metodo Classico o Martinotti)
- Gli sparkling classici e la teoria del Twist on Classic e Jerry Thomas
- Tecniche di realizzazione di cocktail in bowl per aperitivo a buffet
- La lavorazione della frutta fresca e la sua conservazione: come stupire i clienti e come scegliere il frutto giusto
- Il giusto abito di un drink: il bicchiere

**Data e orario: 4 novembre 2021, 10.00-13.00**

**Durata: 3 ore**

**1.18**

## GLI APERITIVI DI TENDENZA: L'AMERICANO E TUTTE LE SUE VARIANTI

L'obiettivo del corso è quello di trasferire tecniche di miscelazione e ricette in grado di fare la differenza agli occhi del cliente, riuscendo a gestire costi e tempi di realizzazione, partendo dalle semplici basi di aromatizzazione dei drink fino alla tipologia di decorazione. Verranno presentate ricette di qualità, con particolare attenzione al drink cost, per poter realizzare diversi cocktail utilizzando gli stessi prodotti ed evitando sprechi nell'acquisto di bottiglie (distillati/liquori). Inoltre si imparerà a twistare l'Americano, partendo dalla ricetta base e creando varianti (piccanti, dolci, salate, acidule, ecc.).

### CONTENUTI

- Come stupire il cliente con un solo drink e tutte le sue varianti
- Aromatizzazioni Low Cost
- Costruire varianti di cocktail classici, mantenendo alta la qualità ed economizzando sui prodotti

**Data e orario: 19 novembre 2021, 10.00-13.00**

**Durata: 3 ore**

# 1

## smart.E&T

PER UNA FORMAZIONE  
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE



### 1.19

## I SEGRETI DEL BARMAN: GLI *HOME-MADE*

L'obiettivo del corso è quello di insegnare come creare gli *home made* in modo da poterli utilizzare nei twist on classic evitando sprechi e lavorazioni troppo complesse e riuscendo a creare varietà nella cocktail list per stupire il cliente con la qualità del "fatto in casa". Verrà, inoltre, spiegato come conservarli durante le fasi di lavoro o durante la chiusura del locale.

### CONTENUTI

- Cosa sono gli *home-made*
- Principio di conservazione
- Come evitare gli sprechi
- Realizzazione di:
  - sciroppo peperoncino e arancio
  - soda allo zenzero
  - Hendrix sour velluto Saint Germain
  - sciroppo al passion fruit
  - sciroppo anice stellato e camomilla
  - sciroppo al pistacchio
  - Campari alla cannella
  - aromatizzazione vodka limone
  - aromatizzazione vodka zenzero
  - aromatizzazione vodka vaniglia
- In quali cocktail possiamo utilizzare questi *home-made*?

**Data e orario: 6 dicembre 2021, 10.00-13.00**

**Durata: 3 ore**

ESSERE PROFESSIONISTI

### 1.20

## LA CANTINA IDEALE

Un incontro per comprendere il potenziale evolutivo e la modalità di conservazione di una buona bottiglia di vino.

### CONTENUTI

- Lo stato evolutivo, i sistemi di conservazione in cantina
- Perché decantare un vino
- I sistemi di chiusura, il sughero e il sentore di tappo
- Evoluzione, maturazione, affinamento
- Come riconoscere la qualità nell'evoluzione
- Gli acquisti en primeur
- Gli strumenti del sommelier, i bicchieri, la gestione delle temperature
- Curiosità e mode

**Data e orario: 2 dicembre 2021, 14.30-18.30**

**Durata: 4 ore**

**1****smart.EAT**PER UNA FORMAZIONE  
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE**1.21**

## IL TRATTATO MODERNO DELLA GRAPPA E DELLE ACQUEVITI: NOVITÀ, TENDENZE, ABBINAMENTI

Il seminario si pone l'obiettivo di scoprire le novità del distillato italiano (grappa e acquavite d'uva) percorrendo un viaggio ideale nel territorio ed evidenziando tendenze e abbinamenti.

Verrà, inoltre, individuato il momento ideale per il consumo e verranno fornite le basi di degustazione di un distillato, cercando anche l'abbinamento armonioso per un'esperienza emozionale.

### CONTENUTI

- La distillazione:
  - Le tecniche di distillazione
  - Cenni ai principali distillati di cereali, frutta, vegetali
- Cenni di storia della grappa in Italia:
  - Aneddoti e curiosità
  - Classificazione e tipologie
  - Le tipologie di vinacce e la preparazione del fermentato
  - Le tecniche di distillazione, affinamenti e invecchiamento
  - Classificazione e tipologie
- La normativa comunitaria e italiana
- Il servizio e la comunicazione:
  - La comunicazione per i distillati, la quantità e il bere consapevole
  - L'evoluzione del consumatore e del mercato
  - Servizio, bicchieri e quantità
  - La carta dei distillati
  - Le tecniche di degustazione
  - Aspetti sensoriali
- Distillati di vinaccia nel mondo
- Gli abbinamenti e gli accostamenti - Grappa in cucina e principali cocktail

**Data e orario: 18 novembre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 3 ore**

ESSERE PROFESSIONISTI

**1.22**

## IL CAFFÈ A REGOLA D'ARTE

Obiettivo del corso è quello di elevare il livello ed il prestigio professionale della figura del Barista, con l'apprendimento dell'arte dell'estrazione del caffè, la conoscenza delle attrezzature necessarie, la composizione dei drink a base di caffè, a partire dal cappuccino, eseguito con la latte art e molti altri drink a base espresso.

### CONTENUTI

- L'espresso italiano
- Regole ed attrezzature
- Botanica del caffè
- Miscela
- Qualità
- Freschezza del prodotto e conservazione
- Tecniche di preparazione e di servizio
- Il macinadosatore: come si pulisce, come si regola la macinatura
- Le diverse macinature per tutti i sistemi di estrazione
- Sistemi innovativi ed alternativi per preparare il caffè
- La latte art: latte, lattiera, l'emulsione natura del latte
- Il cappuccino, il cappuccino decorato e la composizione delle figure classiche
- Tecnica di emulsione del latte senza la macchina del caffè
- Caratteristiche delle macchine da caffè espresso: le varie parti e la loro funzione, gestione e pulizia della macchina
- Storia della macchina del caffè
- Drink a base espresso

### PRIMA EDIZIONE

**Data e orario: 23 novembre 2021, 9.00-13.00**

**Durata: 4 ore**

### SECONDA EDIZIONE

**Data e orario: 3 dicembre 2021, 9.00-13.00**

**Durata: 4 ore**



## 1.23

## ZERO SPRECHI NELLA RISTORAZIONE

Raggiungere risultati finanziari positivi nell'ambito della ristorazione è difficile, oggi più che mai. Il mercato richiede agli operatori di essere in grado di fornire soluzioni che rispondano alle esigenze del cliente e ne soddisfino le aspettative. Ciò può comportare sprechi che non sempre sono facilmente individuabili ma che vanno attentamente valutati per pianificare azioni di miglioramento.

**CONTENUTI**

- Identificazione delle aree ove si insidiano gli sprechi
- Analisi delle origini degli sprechi
- Pianificazione di azioni di miglioramento
- Ottenimento di risultati finanziari positivi nell'ambito della ristorazione con una valutazione costi/benefici.

**Data e orario: 1 dicembre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 3 ore**

## 1.24

COMPRENDERE IL MONDO DELLA RISTORAZIONE  
ALBERGHIERA: TREND, FORMAT E NUOVI MODELLI

Il corso si compone di 3 incontri che affrontano la ristorazione come opportunità di sviluppo per il mondo dell'hotellerie. In tale prospettiva, approfondirne i nuovi trend e le possibilità di sviluppo futuro sarà la chiave di accesso a un extra revenue per il proprio business. Si esamineranno le performances economiche, sia in termini di fatturato che di strategie operative, con un focus sul controllo dei costi e sull'importanza strategica del menu (Menu Engineering) in base ad un approccio scientifico, al fine di realizzare una proposta ristorativa accattivante.

**CONTENUTI****1° INCONTRO - IL SEGRETO DEI NUOVI MODELLI DI BUSINESS E GLI STRUMENTI PER UN PROGETTO VINCENTE****Modelli e format del food più adatti per l'hotel:**

- Trend delle ristorazione alberghiera: come e perché cambia il mercato
- Casi di format vincenti: quali sono e perché funzionano
- Gli elementi che determinano il successo di un format

**Creare una proposta di successo per il ristorante:**

- Da dove si comincia per costruire un format vincente
- Occasioni di consumo e nuove formule
- Non cadere in queste trappole: 5 errori da evitare

**Gli ambiti per lo sviluppo del business:**

- Individuare le potenziali opportunità
- Analisi di fattibilità e business plan
- I 6 passaggi per la creazione di un format riconoscibile

**2° INCONTRO - CONTROLLO DEI COSTI, DEI PROCESSI E DELL'OPERATIVITA'****La standardizzazione dei processi**

- Pro e contro: standardizzare conviene?
- I 5 elementi su cui concentrarsi

**I numeri della ristorazione: come tenerli sotto controllo**

- Consigli utili per imparare a leggere il conto economico in maniera strategica
- Pianificazione, misurazione e valutazione: ecco come applicare il controllo di gestione

**Strategie per aumentare i risparmi e migliorare le vendite**

- Per vendere bene occorre acquistare bene: le leve su cui lavorare in cucina
- Venditori in sala: tecniche di suggestive selling efficaci

1

smart.EAT

PER UNA FORMAZIONE  
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE



### 3° INCONTRO - L'IMPORTANZA DEL CONTENITORE: INGEGNERIA DEL MENU E VISUAL MARKETING

#### I parametri per un menu vincente

- Il menu come primo strumento di vendita
- Le strategie da utilizzare, dalla grafica al posizionamento
- I parametri di gestione per un menu efficiente

#### Referenze: quante inserirne e come evidenziarle

- Le 5 colonne su cui costruire l'offerta
- Meglio poche ma buone: gestire al meglio le referenze sulla carta
- 7 errori da evitare nella costruzione del menu

#### Dalla mise en place al buffet: quando l'occhio vuole la sua parte

- La mise en place: come allestire al meglio il tavolo
- Logiche espositive e criteri per l'allestimento del buffet

**Date e orario: 27/28/29 ottobre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 9 ore**

1.25

## TECNICHE DI COTTURA INNOVATIVE

Obiettivo del corso è approfondire la conoscenza e le modalità di cottura diverse da quelle tradizionali e i vantaggi che esse comportano, nonché gli strumenti offerti dal mercato e il loro utilizzo.

#### CONTENUTI

- Il sottovuoto
- La cottura a freddo
- La cottura a bassa temperatura
- L'essiccatore, l'abbattitore, il Pacojet
- Esempi di piatti

**Date e orario: 24 novembre 2021, 9.00-13.00**

**Durata: 4 ore**

ESSERE PROFESSIONISTI

1.26

## NON SOLO BUONO: L'ESTETICA DEI PIATTI E LE REGOLE PER L'IMPIATTAMENTO

Obiettivo del corso è far conoscere i principi basilari per realizzare un impiattamento efficace, considerando l'esperienza a tavola come esperienza multisensoriale, dove l'elemento visivo non è secondario rispetto alla bontà del piatto.

#### CONTENUTI

- Da Bottura a Heinz Beck: la decorazione entra nel piatto e diventa arte
- Tipologie di piatti adatti alle diverse portate, stoviglie particolari
- L'abbinamento dei colori, le guarnizioni, l'utilizzo dei germogli
- Il contrasto tra consistenze diverse
- Decorare senza esagerare: semplice ma con classe
- Esempi delle principali tecniche di impiattamento

**Data e orario: 16 dicembre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 3 ore**

1.27

## IL DESSERT AL PIATTO IN HOTEL

Non tutti gli hotel possono disporre di un pasticciere, tuttavia il dessert rappresenta la conclusione del pasto, suggellando "dolcemente" il rapporto col cliente. Obiettivo del corso è quello di suggerire, attraverso tecniche e ricette collaudate, le principali proposte di dessert al piatto.

#### CONTENUTI

- Dessert a base di frutta, cioccolato, nocciole
- Tiramisù moderno
- Esempi di monoporzioni

**Date e orario: 14 dicembre 2021, 9.30-12.30**

**Durata: 3 ore**



1

smart.EAT

PER UNA FORMAZIONE  
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE



1.28

## IL BREAKFAST DEL FUTURO

Obiettivo del corso è comprendere e concentrare l'attenzione sui mutamenti che hanno coinvolto la colazione in albergo.

### CONTENUTI

- Suggestivi e consigli applicati al format del servizio di buffet assistito
- Innovazione e opportunità di erogare diversi servizi dal breakfast al light lunch con il medesimo assetto operativo

**Data e orario: 17 dicembre 2021, 9.30-11.30**

**Durata: 2 ore**

1.29

## AGGIORNAMENTO PER CAMERIERE AI PIANI

Obiettivo del seminario è approfondire le competenze necessarie per operare nel reparto Piani rispettando le norme Covid e gli standard operativi.

### CONTENUTI

- Protocolli Covid applicati alle camere e alle aree comuni
- Sanificazione dell'aria
- Integrazione dei protocolli nell'operatività

**Data e orario: 9 novembre 2021, 9.00-12.00**

**Durata: 3 ore**

ESSERE PROFESSIONISTI

1.30

## L'IMPORTANZA DEL RUOLO DELLA GOVERNANTE D'ALBERGO NELLA GESTIONE DEL REPARTO

Il seminario si pone l'obiettivo di riflettere su come guidare il reparto Piani nei cambiamenti operativi dovuti al Covid.

### Contenuti

- Gestire l'utilizzo e il consumo dei DPI
- Formare lo staff sulle procedure
- Mantenere alta l'attenzione e la motivazione

**Data e orario: 23 novembre 2021, 9.00-12.00**

**Durata: 3 ore**

## COMUNICARE IN LINGUA STRANIERA



2.1	CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO A2 ELEMENTARY	PAG. 36
2.2	CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE	PAG. 36
2.3	CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B2 INTERMEDIO AVANZATO	PAG. 36
2.4	CORSO DI LINGUA SPAGNOLA - LIVELLO A1 BASE	PAG. 37
2.5	CORSO DI LINGUA FRANCESE - LIVELLO A1 BASE	PAG. 37
2.6	CORSO DI LINGUA TEDESCA: L'ABC PER IL TURISMO LIVELLO A1 BASE	PAG. 37
2.7	CORSO DI LINGUA TEDESCA: L'ABC PER IL TURISMO LIVELLO A2 ELEMENTARY	PAG. 38
2.8	CORSO DI LINGUA TEDESCA: MICROLINGUA PER IL TURISMO LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE	PAG. 38
2.9	CORSO DI LINGUA TEDESCA: MICROLINGUA PER IL TURISMO LIVELLO B2 INTERMEDIO AVANZATO	PAG. 38
2.10	LA PRENOTAZIONE TURISTICA EFFICACE IN LINGUA TEDESCA LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE	PAG. 39

## 2.1

### CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO A2 ELEMENTARY

Il corso prevede la revisione e il ripasso generale delle abilità linguistiche con approfondimento grammaticale, sviluppo della capacità di comprensione, espressione e comunicazione con l'applicazione delle quattro abilità linguistiche. Conversazione con argomenti a seconda delle esigenze dei partecipanti.

**Date: 19/21/26/28 ottobre e 2/4/9/11/16/18 novembre 2021**  
**Martedì e giovedì dalle 14.00 alle 16.00**  
**Durata: 20 ore**

## 2.2

### CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE

Il corso seguirà un approccio dell'apprendimento della lingua di tipo comunicativo con ulteriori approfondimenti di elementi di grammatica e lessicali, ampliamento del vocabolario e miglioramento della comprensione e del parlato. Verranno introdotti skills di lavoro e verranno inoltre introdotti argomenti a seconda delle esigenze dei partecipanti.

**Date: 19/21/26/28 ottobre e 2/4/9/11/16/18 novembre 2021**  
**Martedì e giovedì dalle 16.00 alle 18.00**  
**Durata: 20 ore**

## 2.3

### CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B2 INTERMEDIO/AVANZATO

Il corso di conversazione non ha un programma didattico predefinito ma si plasma in base alle esigenze e lacune dei partecipanti al corso. Il metodo usato è quello comunicativo. E' rivolto a persone che vogliono ampliare il proprio vocabolario e capire argomenti. Il corso prevede: sviluppo della comunicazione relativo alla professione, della pronuncia, del ritmo della lingua. L'obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti, il linguaggio tecnico appropriato e la fluidità linguistica adeguata a tutte le professioni che operano nel settore del turismo.

**Date: 8/10/15/17/22/24/29 novembre e 1/6/9 dicembre 2021**  
**Lunedì e mercoledì dalle 10.00 alle 12.00**  
**Durata: 20 ore**

## 2.4

### CORSO DI LINGUA SPAGNOLA - LIVELLO A1 BASE

Il corso si propone di fornire le strutture fondamentali della lingua ed il vocabolario di base indispensabile per la comunicazione in una molteplicità di contesti quotidiani. E' previsto a questo livello lo sviluppo di una base grammaticale, di vocabolario ed una capacità di comprensione orale e di scrittura con l'applicazione delle quattro abilità linguistiche.

**Date: 3/5/10/12/17/19/24/26 novembre e 1/3 dicembre 2021**  
**Mercoledì e venerdì dalle 14.00 alle 16.00**  
**Durata: 20 ore**

## 2.5

### CORSO DI LINGUA FRANCESE - LIVELLO A1 BASE

Il corso si propone di fornire le strutture fondamentali della lingua ed il vocabolario di base indispensabile per la comunicazione in una molteplicità di contesti quotidiani. E' previsto a questo livello lo sviluppo di una base grammaticale, di vocabolario ed una capacità di comprensione orale e di scrittura con l'applicazione delle quattro abilità linguistiche.

**Date: 3/5/10/12/17/19/24/26 novembre e 1/3 dicembre 2021**  
**Mercoledì e venerdì dalle 16.00 alle 18.00**  
**Durata: 20 ore**

## 2.6

### CORSO DI LINGUA TEDESCA: L'ABC PER IL TURISMO - LIVELLO A1 BASE

Obiettivo del corso è comunicare con l'ospite di lingua tedesca ad un livello base. Si affronteranno le situazioni tipiche legate al mondo turistico: dalla prenotazione, al check-in, alle indicazioni stradali, al servizio di ristorazione/bar, con particolare attenzione alla grammatica di base.

**Date: 26/28 ottobre e 4/9/11/16/18/23/25/30 novembre 2021**  
**Martedì e giovedì dalle 9.00 alle 11.00**  
**Durata: 20 ore**



## 2.7

### CORSO DI LINGUA TEDESCA: L'ABC PER IL TURISMO - LIVELLO A2 ELEMENTARY

Obiettivo del corso è comunicare con l'ospite di lingua tedesca ad un livello A2. Si affronteranno le situazioni tipiche legate al mondo turistico: dalla prenotazione, al check-in, alle indicazioni stradali, al servizio di ristorazione/bar, con approfondimenti grammaticali.

**Date: 26/28 ottobre e 4/9/11/16/18/23/25/30 novembre 2021**  
**Martedì e giovedì dalle 9.00 alle 11.00**  
**Durata: 20 ore**

## 2.8

### CORSO DI LINGUA TEDESCA: MICROLINGUA PER IL TURISMO - LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE

Il corso mira a migliorare le competenze di base nella lingua tedesca, per relazionarsi in modo efficace con l'ospite ad un livello intermedio, con un ripasso generale delle abilità linguistiche di base. Si affronteranno le situazioni tipiche legate al contesto turistico: dalla prenotazione, al check-in, alle indicazioni stradali, al servizio di ristorazione/bar, con il conseguente ampliamento di vocaboli e potenziamento del lessico.

**Date: 26/28 ottobre e 4/9/11/16/18/23/25/30 novembre 2021**  
**Martedì e giovedì dalle 11.00 alle 13.00**  
**Durata: 20 ore**

## 2.9

### CORSO DI LINGUA TEDESCA: MICROLINGUA PER IL TURISMO - LIVELLO B2 INTERMEDIO AVANZATO

Il corso mira a comunicare in modo efficace con l'ospite di lingua tedesca ad un livello intermedio, migliorando le competenze lessicali già acquisite. Si affronteranno le situazioni tipiche legate al mondo turistico: dalla prenotazione, al check-in, alle indicazioni stradali e al servizio di ristorazione/bar, con miglioramento della conversazione.

**Date: 25/27 ottobre e 3/8/10/15/17/22/24/29 novembre 2021**  
**Lunedì e mercoledì dalle 14.00 alle 16.00**  
**Durata: 20 ore**

## 2.10

### LA PRENOTAZIONE TURISTICA EFFICACE IN LINGUA TEDESCA - LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE

Il percorso linguistico si focalizza sulla prenotazione, quale momento fondamentale nell'approccio con l'ospite. L'obiettivo del corso è imparare a scrivere una mail corretta in lingua e gestire una telefonata in maniera efficace. Si affronteranno le situazioni tipiche dell'attività turistica, legate a richiesta, prenotazione, gestione, pagamenti e reclami, con esercitazioni ad hoc.

**Date: 27/29 ottobre e 3/5/10/12/17/19/24/26 novembre 2021**  
**Mercoledì e venerdì dalle 11.00 alle 13.00**  
**Durata: 20 ore**

## CONOSCERE IL TERRITORIO



<b>3.1</b>	<b>ITINERARI DEL GUSTO</b>	PAG. 42
<b>3.1.1</b>	Il fusion a Venezia: dai piatti del ghetto a quelli veneto-grecheschi passando per gli Armeni	PAG. 42
<b>3.1.2</b>	Il borghese in cucina: influssi mitteleuropei, birra agli sbirri, baicoli e spritz	PAG. 42
<b>3.1.3</b>	Cucina sotto torchio: storia dei ricettari antichi di Venezia	PAG. 43
<b>3.1.4</b>	Cade a fagiolo	PAG. 43
<b>3.2</b>	<b>FILIERA CORTA E SOSTENIBILITÀ: I PRODOTTI DEL TERRITORIO</b>	PAG. 44
<b>3.2.1</b>	Pesce delle valli da pesca e di laguna	PAG. 44
<b>3.2.2</b>	Miele: per fare tutto ci vuole un fiore	PAG. 45
<b>3.2.3</b>	Cereali e grani storici	PAG. 45
<b>3.3</b>	<b>STORIA DEL VINO DI VENEZIA E L'ARTE DEL VETRO</b>	PAG. 46
<b>3.4</b>	<b>PROSECCO: IL PRODOTTO DIVENUTO AMBASCIATORE DEL "MADE IN ITALY" NEL MONDO</b>	PAG. 46
<b>3.5</b>	<b>AMARONE: PRINCIPE DELLA VALPOLICELLA</b>	PAG. 47
<b>3.6</b>	<b>ITINERARI NELLA STORIA</b>	PAG. 48
<b>3.6.1</b>	Le Scuole Grandi a Venezia: arte, devozione, carità	PAG. 48
<b>3.6.2</b>	Venezia e i "foresti"	PAG. 48
<b>3.6.3</b>	Un viaggio nella Venezia storica evocata dai dipinti	PAG. 49
<b>3.6.4</b>	La Strada Nova e la trasformazione della città tra Ottocento e Novecento: dal ponte di 'Calatrava' al Fondaco dei Tedeschi rinnovato	PAG. 49
<b>3.7.</b>	<b>PERDERSI A VENEZIA E CHIOGGIA TRA ISOLE, NAVIGANTI, MERCATI E CORTIGIANE</b>	PAG. 50
<b>3.7.1</b>	Il cuore di Venezia tra storioni, fustagni e barbacani: Rialto	PAG. 50
<b>3.7.2</b>	Coltivar el mar: l'Arsenale di Venezia, con visita agli antichi forni del panbiscotto	PAG. 50
<b>3.7.3</b>	La chiesa di San Michele in isola e il cosmografo del diavolo	PAG. 51
<b>3.7.4</b>	Un viaggio nell'enigma: il Labirinto di Borges in isola di San Giorgio	PAG. 51
<b>3.7.5</b>	Navigare è indispensabile, vivere no: il Museo Navale di Venezia	PAG. 52
<b>3.7.6</b>	Alla scoperta di Chioggia tra baruffe, branzini e zucche barucche	PAG. 52
<b>3.7.7</b>	Sulle orme di Casanova: luoghi, avventure immorali e piatti afrodisiaci	PAG. 53



## 3.1 ITINERARI DEL GUSTO

### COTTURE E CULTURE

Legare i luoghi al cibo, unire arte, storia, architettura a gusti e sapori, mettere insieme *cotture* e *culture* per scoprire una Venezia segreta, capitale del gusto e della fusione mediterranea.

#### 3.1.1

Il fusion a Venezia: dai piatti del ghetto a quelli veneto-grecheschi passando per gli Armeni

Multietnica per vocazione storica e aperta al mondo per via dei commerci, Venezia ha trasferito nella sua cucina gusti e ingredienti portati dalle minoranze che vivevano in città, anticipando i tempi nella creazione di uno stile "fusion".

**Data e orario: 23 novembre 2021, 10.00-12.00**

**Durata: 2 ore**

#### 3.1.2

Il borghese in cucina: influssi mitteleuropei, birra agli sbirri, baicoli e spritz

Anche nei momenti più bui della sua storia, Venezia ha saputo prendere il meglio delle abitudini culinarie dei popoli con cui è venuta in contatto: è quello che accade nell'Ottocento quando gli austriaci promuovono la nascita dello spritz e portano il gusto della birra, mentre nel salotto della contessina Querini un ussaro ungherese e un poeta vernacolo si sfidano a colpi di.....baicoli.

**Data e orario: 29 novembre 2021, 10.00-12.00**

**Durata: 2 ore**

#### 3.1.3

Cucina sotto torchio: storia dei ricettari antichi di Venezia

Dopo aver finito di stampare i testi classici, i 150 stampatori della Venezia del Cinquecento si fanno una spietata concorrenza: è così che si "buttano" sulla cucina, che allora come adesso si vende bene. Una gustosa passerella attraverso storie e aneddoti di autori ed editori dai nomi simpaticamente evocativi e adatti all'arte del gusto come Tramezzino, Bariletto, Panunto.

**Data e orario: 6 dicembre 2021, 16.00-18.00**

**Durata: 2 ore**

#### 3.1.4

Cade a fagiolo

Dal mondo antico alla tavola veneta: storia di un legume che ha salvato il mondo contadino dalla fame. Miti, pregiudizi e proprietà della "carne dei poveri" in un percorso che ha inizio nel 1532 con l'umanista bellunese Pierio Valeriano e il suo sacco di fagioli giunto dalle Americhe fino ad arrivare alle varietà coltivate attualmente in Veneto (Verdòn, Gialet, Mame d'Alpago).

**Data e orario: 13 dicembre 2021, 16.00-18.00**

**Durata: 2 ore**



## 3.2 FILIERA CORTA E SOSTENIBILITÀ: I PRODOTTI DEL TERRITORIO

La sfida della **sostenibilità** – oggi più che mai parola chiave per tutto il settore turismo – trova un alleato nel settore agroalimentare non solo al fine di garantire la sicurezza alimentare attraverso il processo di tracciabilità e rintracciabilità della materia prima, ma anche per puntare a una filiera corta in grado di offrire più trasparenza, sostenendo l'economia delle piccole realtà locali e, nel contempo, valorizzando il territorio.

Privilegiare prodotti freschi e di alta qualità, che rappresentano il patrimonio naturalistico e la cultura locali del nostro territorio, consente infatti di tutelare l'area geografica nativa del prodotto dall'entroterra alla barena, fino alla laguna Veneziana e alle sue isole.

*Condividere questo tipo di qualità e attenzioni con chi viene a visitare e a conoscere i nostri luoghi diventa un'esperienza emozionale irripetibile altrove.*

### 3.2.1

#### Pesce delle valli da pesca e di laguna

Il litorale Cavallino-Caorle e la Laguna di Venezia rappresentano esempi di eccellenza dei prodotti ittici. Essendo uno dei più importanti elementi del settore agroalimentare, con cui viene identificato e riconosciuto il territorio veneziano, l'allevamento e la pesca in questi luoghi sono frutto di una continua ricerca che mette l'innovazione al servizio della tradizione. Si tratta di un elemento di grande attenzione da parte del turismo internazionale ma anche da parte del turismo di prossimità.

##### CONTENUTI

- La vallicoltura come esempio di integrazione tra ambiente naturale e attività umana
- Capacità di esclusione degli agenti inquinanti provenienti dall'esterno ed esempi di produzione biologica
- Tipologie e caratteristiche dei pesci, molluschi e crostacei di valle
- La pesca in laguna aperta: sostenibilità e conservazione dell'ambiente naturale
- Tipicità dei pesci di laguna
- Stagionalità del prodotto ittico
- **Visita nel luogo di produzione**

**Date e orario: 18 ottobre 2021, 10.00-12.00 (lezione online) e 19 ottobre 2021, 10.00-12.00 (visita)**

**Durata: 4 ore**

### 3.2.2

#### Miele: per fare tutto ci vuole un fiore

Le caratteristiche dell'ambiente naturale dell'entroterra e della laguna, con l'importante area di barena, creano le condizioni per la specifica produzione di un elemento importante come il miele. Utilizzare il miele locale come alimento e come ingrediente per valorizzare l'offerta gastronomica contribuisce a rendere unica l'esperienza organolettica di chi visita il nostro territorio.

##### CONTENUTI

- Il miele dall'antico Egitto ad oggi, una storia di millenni
- La composizione dei nettari e le varietà dei fiori melliferi
- La salvaguardia dell'ambiente e la cura delle api
- La lavorazione del prodotto: dal favo alla smielatura
- Il processo di filtraggio, decantazione e cristallizzazione
- Proprietà nutritive, oligoelementi e conservazione
- Tipi di miele locale: il miele di barena e altri mieli del litorale veneziano
- **Visita nel luogo di produzione**

**Date e orario: 27 ottobre 2021, 10.00-12.00 (lezione online) e 28 ottobre 2021, 9.30-12.30 (visita)**

**Durata: 5 ore**

### 3.2.3

#### Cereali e grani storici

I cereali sono alla base della dieta mediterranea per la produzione di pane e pasta e l'entroterra veneziano ben si presta alla loro coltivazione. Grazie al lavoro instancabile di alcuni produttori locali è stato possibile reintrodurre la coltivazione di grani e altri cereali storici, privilegiando produzioni sostenibili e quanto più naturali possibili.

##### CONTENUTI

- Cereali moderni e cereali storici: ritorno alle origini
- L'importanza della biodiversità e del recupero delle piante autoctone
- Cereali e grani che si sono adattati spontaneamente al nostro territorio: il valore culturale, storico, paesaggistico e nutrizionale
- L'innovazione a servizio del rispetto dell'ambiente e delle tradizioni: la sfida della coltivazione sostenibile
- La lavorazione del prodotto: chicchi e farine
- La forza delle farine di grani storici nella panificazione
- **Visita nel luogo di produzione**

**Date e orario: 17 novembre 2021, 10.00-12.00 (lezione online) e 18 novembre 2021, 9.30-12.30 (visita)**

**Durata: 5 ore**



## 3.3

## STORIA DEL VINO DI VENEZIA E L'ARTE DEL VETRO

Nel periodo della Serenissima Venezia è stato il più grande mercato vitivinicolo. Sarà la grande intuizione di trasformare il vino da genere alimentare a oggetto di culto che porterà la città lagunare a gestire un grande commercio di vino proveniente dalla terra e dal mare e farlo divenire uno status symbol. **Seguirà la visita ad una vetreria a Murano** poiché la storia legata alla produzione dei primi calici di vino è strettamente connessa all'arte vetraria di Venezia.

## CONTENUTI

- Storie di mercanti e di conquiste, vini navigati e vini foresti
- Dalla Serenissima ai giorni nostri
- Dalla Malvasia a Baccalà
- I vini di Venezia, dalla terra dei Dogi alle produzioni lagunari
- Gli attrezzi del sommelier e i bicchieri
- L'arte del vetro: visita ad una vetreria a Murano

**Date e orario: 24 novembre 2021, 15.00-18.00 (lezione online) e 25 novembre 2021, 9.30-12.30 (visita)**

**Durata: 6 ore**

## 3.4

## PROSECCO: IL PRODOTTO DIVENUTO AMBASCIATORE DEL "MADE IN ITALY" NEL MONDO

Un incontro per conoscere a fondo uno dei protagonisti incontrastati della produzione veneta e la **visita a un'azienda vitivinicola di Prosecco con degustazione di 3 vini.**

## CONTENUTI

- Le origini del Prosecco e il sistema di spumantizzazione
- La storia, dove si sviluppa, come si ottiene
- Enografia e legislazione
- Le zone più vocate e la piramide della qualità
- Tipologie, servizio e abbinamento
- Conoscere, saper servire ed abbinare
- Visita ad un'azienda spumantistica
- Il Metodo Charmat e la degustazione di tre prodotti

**Date e orario: 2 novembre 2021, 16.00-18.00 (lezione online) e 3 novembre 2021, 9.30-12.30 (visita)**

**Durata: 5 ore**

## 3.5

## AMARONE: PRINCIPE DELLA VALPOLICELLA

Un incontro per conoscere gli stili, le origini, i vitigni e le caratteristiche sensoriali di un vino divenuto un'icona nazionale che continua a far parlare di sé. A seguire la **visita ad un'azienda vitivinicola nella Valpolicella e degustazione di 3 vini.**

## CONTENUTI

- Le origini dell'Amarone e il suo sistema di produzione
- Valpolicella, un'area antica e un vino moderno
- Enografia e legislazione
- Zona Classica, Valpantena, Valpolicella orientale
- I vitigni e l'appassimento
- I vitigni e l'appassimento. Corvina, Corvinone, Rondinella a perfezionare una tecnica millenaria.

**Date e orario: 10 novembre 2021, 16.00-18.00 (lezione online) e 11 novembre 2021, 10.00-13.00 (visita)**

**Durata: 5 ore**





## 3.6 ITINERARI NELLA STORIA

Quattro itinerari per immergere i partecipanti nell'affascinante storia di Venezia, nella sua arte e nella sua bellezza.

### 3.6.1

#### Le Scuole Grandi a Venezia: arte, devozione, carità

Le Confraternite laiche sono state una delle realtà connotanti la storia della società veneziana. Ve ne erano di arti e mestieri, nazionali, di devozioni, e "grandi", così definite per la loro importanza e gli ingenti patrimoni: erano quasi tutte ex Scuole dei Battuti e avevano scopi sia devozionali sia, soprattutto, caritativo-assistenziali. Il corso si concentrerà sulle Scuole Grandi, prima con una lezione introduttiva che ne presenti i tratti comuni e le contestualizzi nel tempo, poi con una lezione in visita presso due delle più prestigiose Scuole Grandi di San Rocco e San Giovanni Evangelista e più ricche dal punto di vista storico-artistico.

**Date e orario: 27 ottobre 2021 dalle 15.00 alle 17.00 (lezione online)**  
**29 ottobre 2021 dalle 9.00 alle 13.00 (lezione in visita)**

**Durata: 6 ore**

### 3.6.2

#### Venezia e i "foresti"

Venezia cosmopolita, Venezia ponte tra Oriente e Occidente, Venezia porto di mare e città dei commerci. Venezia non avrebbe potuto vivere e prosperare senza "foresti". L'elemento della fluidità permea la sua storia. Ma chi era considerato straniero a Venezia? Quale era il suo statuto sociale? Quali i suoi luoghi e le sue possibilità di azione? Dopo una lezione introduttiva sui "foresti" a Venezia, seguirà una visita a due siti particolarmente significativi della loro presenza in città: la Scuola di San Giorgio degli Schiavoni e la chiesa dei Greci a Castello.

**Date e orari: 10 novembre 2021 dalle 9.30 alle 11.30 (lezione online)**  
**12 novembre 2021 dalle 9.30 alle 12.30 (lezione in visita)**

**Durata: 5 ore**

### 3.6.3

#### Un viaggio nella Venezia storica evocata dai dipinti

I dipinti, dal tardo Medioevo e per tutta l'epoca moderna, sono preziosi non solo per la loro intrinseca bellezza e qualità estetica, ma anche come "documenti" del passato. Specialmente i dipinti di "storie", i grandi cicli narrativi, di cui Vittore Carpaccio fu maestro indiscusso, oltre che raccontare eventi del passato, "fotografano" Venezia: gli sfondi architettonici e urbanistici infatti sono spesso "pezzi" della città dell'epoca in cui visse l'artista. Nella città dove nasce il vedutismo, la pittura allora è una fonte preziosa che ci permette di cogliere la magia di una città che cambia col passare del tempo, fino alla sua forma attuale.

**Date e orari: 15 novembre 2021 dalle 9.30 alle 11.30 (lezione online)**  
**16 novembre 2021 dalle 9.30 alle 12.30 (lezione in visita alla scoperta del sestiere di Santa Croce, tra continuità e cambiamenti)**

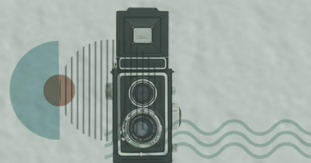
**Durata: 5 ore**

### 3.6.4

#### La Strada Nova e la trasformazione della città tra Ottocento e Novecento: dal ponte di 'Calatrava' al Fondaco dei Tedeschi rinnovato

L'itinerario che percorreremo è uno di quelli più battuti dai flussi turistici, ma anche dagli stessi veneziani. Pochi però conoscono la sua storia (relativamente recente rispetto a quella, millenaria, di Venezia) e le profonde trasformazioni impresses alla città per realizzarlo. Sarà interessante, allora, ripercorrere la storia di una "Venezia dopo Venezia", ovvero di uno dei punti nevralgici della sua evoluzione otto-novecentesca, dopo la caduta della Repubblica, fino a toccare l'attualità con due interventi recenti, entrambi a loro modo controversi: il Ponte della Costituzione e il restauro del Fondaco dei Tedeschi.

**Data e orario: 14 dicembre 2021 dalle 9.30 alle 13.30 (lezione itinerante)**  
**Durata: 4 ore**



## 3.7 PERDERSI A VENEZIA E CHIOGGIA TRA ISOLE, NAVIGANTI, MERCATI E CORTIGIANE

Uno sguardo su Venezia e Chioggia, due città d'acqua con tanti elementi in comune.

### 3.7.1

Il cuore di Venezia tra storioni, fustagni e barbacani: Rialto

L'itinerario ha inizio con la visita del Mercato di Rialto visto sia come mercato ortofrutticolo e del pesce, che dal punto di vista storico e sociale, dal momento che nel passato è stato city finanziaria e sede del Borsino delle Spezie. Visita delle suggestive Chiese di San Giacometto e di San Giovanni Elemosinario, con i capolavori del Tiziano e del Pordenone, e sede degli altari delle corporazioni legate al Mercato (pollaiuoli, biavaroli, etc.) Quindi ci si addentra tra le callette del Castelletto, antica zona di godimento e del meretricio, che si riallaccia anche alla storia delle cortigiane e di Giacomo Casanova.

**Data e orario: 21 ottobre 2021, 9.00-12.00 (lezione itinerante)**

**Durata: 3 ore**

### 3.7.2

Coltivar el mar: l'Arsenale di Venezia, con visita agli antichi forni del panbiscotto

Emblema della potenza marittima veneziana, l'Arsenale, con i grandi bacini di carenaggio, le immense corderie, la casa del Bucintoro e il monumentale portale, ci introduce alla più sorprendente industria dell'antichità. Si percorrerà questo spazio inusuale, soffermandosi sulla vita e il lavoro degli arsenalotti, i "dipendenti pubblici" che godevano di un welfare sconosciuto al resto del mondo. L'Arsenale è stato anche l'insolito scenario di un singolare pranzo offerto dal re francese Enrico III, nonché luogo d'allevamento di ostriche. Si affronteranno quindi i temi della "cucina da mar": come la Serenissima organizzava la cambusa della nave; la confezione della salicornia utilizzata contro lo scorbuto, visitando i forni dove si producevano le famose gallette e il panbiscotto della marineria veneziana.

**Data e orario: 26 ottobre 2021, 9.00-12.00 (lezione itinerante)**

**Durata: 3 ore**

### 3.7.3

La Chiesa di San Michele in isola e il cosmografo del diavolo

Uno dei luoghi più suggestivi di Venezia: l'isola di San Michele dove oggi si trova il cimitero ma che fino all'800 era il più trendy monastero camaldolese, rifugio dei figli dei patrizi che non ereditavano nulla. Qui disegnava magnifiche carte il più grande cosmografo della Serenissima, Fra' Mauro, aiutato semplicemente da .... Lucifero. Tra storie di sogni e di interventi soprannaturali, il dipanarsi della costruzione della chiesa progettata dal volubile e geniale Mauretto Codussi e dalla sua ciurma di tagliapietre.

**Data e orario: 5 novembre 2021, 9.00-12.00 (lezione itinerante)**

**Durata: 3 ore**

### 3.7.4

Un viaggio nell'enigma:  
il Labirinto di Borges in isola di San Giorgio

Incastonato nel cuore della Fondazione Cini, il Labirinto di Borges è un'opera d'arte totale che rimanda al disorientamento del mondo contemporaneo. Ispirato ad una novella dello scrittore argentino e realizzato nel 2011 con 3200 piante di bosso, è costellato di simboli che gli rendono omaggio: un bastone, gli specchi, le clessidre, un punto di domanda, il nome della moglie. Il percorso si snoda nella suggestiva isola, dove si susseguono altri capolavori: il grande Monastero e la Basilica di San Giorgio col suo campanile che offre una visione assoluta su Venezia e la laguna sud.

**Data e orario: 9 novembre 2021, 9.00-12.00 (lezione itinerante)**

**Durata: 3 ore**



## 3.7.5

## Navigare è indispensabile, vivere no: il Museo Navale di Venezia

Il detto di Plutarco è il principio che ha da sempre ispirato il governo del Leone e da tale concetto parte questo itinerario.

Tutta l'arte marinaiasca veneziana è ottimamente rappresentata nel Museo Storico Navale, il più importante nel suo genere in Italia. Situato in un edificio del XV secolo, che fu il "Granaio" della Serenissima, in campo San Biagio, vicino all'Arsenale, il complesso è tuttora sotto la giurisdizione della Marina Militare. Oltre l'edificio principale, la cui area espositiva si sviluppa su cinque livelli per un totale di 42 sale, fa parte del museo il Padiglione delle Navi, situato nell'antica "officina remi" dell'Arsenale.

**Data e orario: 18 novembre 2021, 9.30-12.30 (lezione itinerante)**

**Durata: 3 ore**

## 3.7.6

## Alla scoperta di Chioggia tra baruffe, branzini e zucche barucche

Un percorso per guardare questa città di mare, da un punto di vista diverso, senza dare nulla per scontato.

Città d'acqua e di ponti, Chioggia dispiega la sua bellezza a partire dalla Cattedrale di Santa Maria, del Longhena, alla Torre di Sant'Andrea, un campanile di circa 30 metri, (X-XI secolo) costruito con funzione difensiva e di controllo sul porto, tant'è che dall'alto si domina un panorama senza eguali. Ma il cuore della città è senza dubbio il mercato del pesce, il più grande del Nord-Est, al quale si accede attraverso l'ingresso monumentale, il Portale a Prisca, dedicato all'omonima bambina, scomparsa in tenera età. Conclude la nostra camminata lo splendido Palazzo Granaio, per finire a Ponte Vigo, col suo famoso leone, detto "el gato" per le dimensioni ridotte. Tra storia e leggende, tra arte e vita quotidiana di un popolo di marinanti talmente pittoresco da ispirare le Baruffe Chiozzotte del Goldoni, un modo nuovo di scoprire la città anche attraverso il racconto della sua ricca cucina, fatta di zucche, torte "smegiasse", brodetti di pesce e bussolà.

**Data e orario: 30 novembre 2021, 9.30-12.30 (lezione itinerante)**

**Durata: 3 ore**

## 3.7.7

## Sulle orme di Casanova: luoghi, avventure immorali e piatti afrodisiaci

Un itinerario che parte dalla storia di un personaggio noto in tutto il mondo, attraverso luoghi e racconti che si perdono nella leggenda.

Uomo di mondo, baro, spia, ribelle, provocatore e irriverente, ma anche spirito libero e testimone autentico del suo tempo, Giacomo Casanova amò innanzitutto giocare al tavolo della vita facendo del sesso e del piacere il suo cavallo di battaglia. La sua avventurosa esistenza si consumò in parte a tavola che, come diceva lui stesso, "faceva parte del sesso". La ricostruzione dei piatti che amava preparare alle sue amanti, dal famoso punch per Caterina Capretta alle delizie afrodisiache consumate con la monaca M.M. La ricostruzione (in)fedele dei luoghi e dei piatti preferiti di uno dei veneziani più famosi, controverso e affascinante, "sconosciuto per eccesso di fama" come ha scritto il suo biografo.

**Date e orario: 9 dicembre 2021, 9.30-11.30 (lezione online)**

**10 dicembre 2021, 9.30-12.30 (lezione in visita)**

**Durata: 5 ore**

## ORIENTARSI



- 4.1 ANDANTE MOSSO:  
CONOSCERE IL PASSATO, IMMAGINARE IL FUTURO PAG. 56
- 4.1.1 Storia e antropologia dell'ospitalità PAG. 56
- 4.1.2 Destinazione futuro: nuovi scenari PAG. 56
  
- 4.2 L'INFORMAZIONE COME PUNTO DI FORZA PER AUMENTARE  
LA PERFORMANCE DELLE NOSTRE DESTINAZIONI  
E STRUTTURE RICETTIVE: DAL CORRETTO UTILIZZO DELLE OTA  
AI TRENDS DI MERCATO PAG. 57



## 4.1

### "Andante mosso"

*Conoscere il passato, immaginare il futuro*

Due incontri tenuti **dell'antropologo Duccio Canestrini** che hanno lo scopo di arrivare alle indicazioni utili, che possono risultare dagli scenari presentati, per chi lavora in ambito ricettivo e turistico.

#### 4.1.1

### Storia e antropologia dell'ospitalità

- Chi è l'ospite: etnografia di una relazione
- L'ospite forestiero e "angelo" nel mondo antico
- Il mito greco di Procuste e la standardizzazione moderna
- Cenni sull'ospitalità pre-turistica
- Il bon ton dell'ospitalità alberghiera nell'Ottocento
- Andare incontro all'altro: negoziazioni e nuove culture emergenti

**Data e orario: 12 novembre 2021, 10.30-11.30**

**Durata: 1 ora**

#### 4.1.2

### Destinazione futuro: nuovi scenari

- Poteva andare peggio
- Il turismo spacchettato
- Il piccolo futuro dei valori
- Due o tre cose sulla new normality
- Vendere esperienze
- Raccontarsi con fiducia

**Data e orario: 19 novembre 2021, 10.30-11.30**

**Durata: 1 ora**

## 4.2

### L'INFORMAZIONE COME PUNTO DI FORZA PER AUMENTARE LA PERFORMANCE DELLE NOSTRE DESTINAZIONI E STRUTTURE RICETTIVE: DAL CORRETTO UTILIZZO DELLE OTA AI TREND DI MERCATO

Il corso si compone di tre incontri aventi l'obiettivo di aumentare le conoscenze teoriche e pratiche delle **EXTRANET** delle due maggiori OTAs (Booking.com ed Expedia) al fine di fornire ai partecipanti gli strumenti per poter sfruttare al meglio le opportunità di crescita offerte dal corretto utilizzo delle suddette piattaforme.

Il terzo incontro sarà focalizzato sui trend di mercato presenti e futuri della destinazione, così da poter mettere in atto strategie basate su dati aggiornati in tempo reale, sempre in ottica di ottimizzazione dei fatturati.

#### CONTENUTI

##### **Booking.com**

- Analisi dei report, gestione delle promozioni e campagne

##### **Expedia**

- Analisi dei report, gestione delle promozioni e campagne

##### **Trend**

- Condivisione, analisi e studio dei dati di mercato

**Date e orario: 15/22/29 novembre 2021, 10.30-12.30**

**Durata: 6 ore**

## Modalità di iscrizione

### Le iscrizioni ai corsi smart.Ebt saranno aperte a partire dalle ore 9.00 del 13 settembre 2021

Possono iscriversi ai corsi EBT tutti i dipendenti – fissi e stagionali – che hanno in busta paga la trattenuta a favore dell'Ente Bilaterale Turismo della provincia di Venezia e tutti i datori di lavoro che versano i contributi per i propri dipendenti.

Le iscrizioni ai corsi decorreranno dalle **ore 9.00 del giorno di apertura** e si susseguiranno in ordine cronologico crescente fino ad esaurimento dei posti disponibili. Le iscrizioni pervenute prima dell'apertura non saranno ritenute valide.

Ciascun associato potrà iscriversi ad un massimo di **4 corsi**. Superato il numero massimo dei posti disponibili per ogni corso, i corsisti saranno iscritti in lista d'attesa.

È prevista anche la possibilità di richiedere l'iscrizione a ulteriori **6 corsi**. Tale richiesta sarà presa in considerazione qualora, rimanessero dei posti liberi.

I corsi si avvieranno al raggiungimento del numero minimo di partecipanti previsto.

#### MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DEI CORSI

I corsi si svolgeranno in modalità **online** in diretta su piattaforma Meet.

**Per quanto riguarda le lezioni itineranti e i corsi che prevedono visite sul territorio, i partecipanti dovranno raggiungere il luogo previsto con mezzi propri.**

Per partecipare è necessario avere un **indirizzo e-mail**, che il corsista indicherà nella scheda di iscrizione e al quale verranno inviate tutte le comunicazioni relative al corso: conferma di iscrizione, link e modalità di accesso, attestato di frequenza.

Ogni corsista sarà contattato da EBT via email qualche giorno prima dell'avvio del corso per richiedere conferma di partecipazione. **Se il corsista non confermerà la sua partecipazione, non potrà accedere alla lezione online.**

In caso di impossibilità a partecipare, è necessario avvisare EBT almeno tre giorni lavorativi prima di inizio corso.

**L'invito a partecipare al corso online è strettamente personale e non condivisibile.** Durante il corso verranno verificati il registro degli iscritti e la relativa frequenza ai fini del rilascio dell'attestato.

# smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

### Per effettuare l'iscrizione:

1

COMPILA IL MODULO D'ISCRIZIONE ONLINE NEL SITO [www.ebt.ve.it](http://www.ebt.ve.it)

(opzione preferibile)

2

OPPURE SCARICA IL MODULO, COMPILALO E INVIALO FIRMATO VIA EMAIL ALL'INDIRIZZO [formazione@ebt.ve.it](mailto:formazione@ebt.ve.it)





**Ente Bilaterale Turismo  
della provincia di Venezia**

**Ente Bilaterale Turismo della Provincia di Venezia**

c/o VEGA Parco Scientifico e Tecnologico  
Via delle Industrie 19/c/23  
30175 Venezia Marghera  
tel. 041 5093133 – 3037 – 3041 - 3034 Fax 041 5093085  
e-mail: [info@ebt.ve.it](mailto:info@ebt.ve.it)

Viale Ancona 9  
30172 Venezia Mestre  
tel. 041 5321253 Fax 041 5314723  
e-mail: [info@ebtprovinciavenezia.it](mailto:info@ebtprovinciavenezia.it)

**[www.ebt.ve.it](http://www.ebt.ve.it)**

