

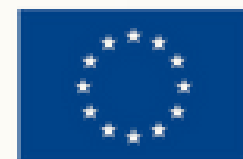


AgriVet **Tourism**

AgriVETourism

**Rafforzare l'agriturismo sostenibile
attraverso l'istruzione e la formazione
professionale per lo sviluppo rurale**

Project Reference: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



Co-funded by
the European Union

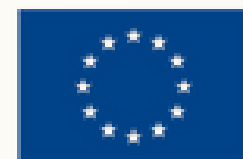


AgriVet **Tourism**

Benvenuti al Modulo 1

Il “Business” in Agriturismo

Dall’Idea al Guadagno: Pianificare,
Finanze e Fondi



Co-funded by
the European Union



AgriVet Tourism

Obiettivi di Apprendimento

Alla fine di questo modulo, sarai in grado di:

7 Risultati



1. Mappare la tua idea di Agriturismo su una tela unica



2. Identificare i costi fissi, variabili e nascosti della tua attività



5. Spiegare perché vendere un'esperienza è meglio che vendere un prodotto



3. Completare un piano finanziario di 12 mesi per la tua attività



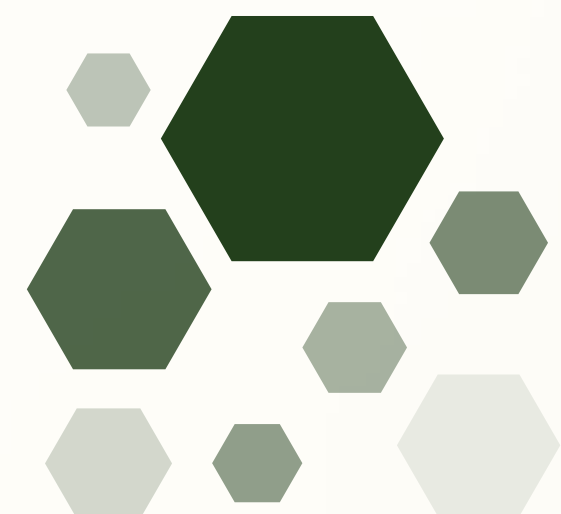
6. Nominare almeno 2 fonti di finanziamento del tuo paese



4. Definire un prezzo usando prezzo base + valore aggiunto + extras



7. Impegnarti in un'azione pratica da intraprendere entro 60 giorni





AgriVet **Tourism**

Contenuti



Questo modulo ha 4 unità, 4 esercizi e 4 template che porterai a casa con te



4 Unità



Unità 1: Dai forma alla tua idea di business.



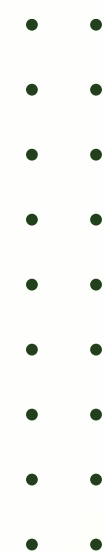
Unit 3: Definisci il giusto prezzo.



Unità 2: Conosci i tuoi numeri.



Unit 4: Trova i fondi, inizia in piccolo.





AgriVet **Tourism**

Unita' 1: Dai forma alla tua idea di business

Cosa offri, chi viene, come guadagni — tutto in una pagina.

Il **Business Canvas per l'agriturismo** contiene 9 campi che permettono di mappare l'intero modello di business. Se non entra in una pagina, significa che è troppo complicato.

Questa unità ti aiuta a mettere su carta la tua idea imprenditoriale — sia che tu gestisca già un'attività, sia che tu stia appena iniziando.

Risultato atteso: un Business Canvas completo in una sola pagina.





AgriVet **Tourism**

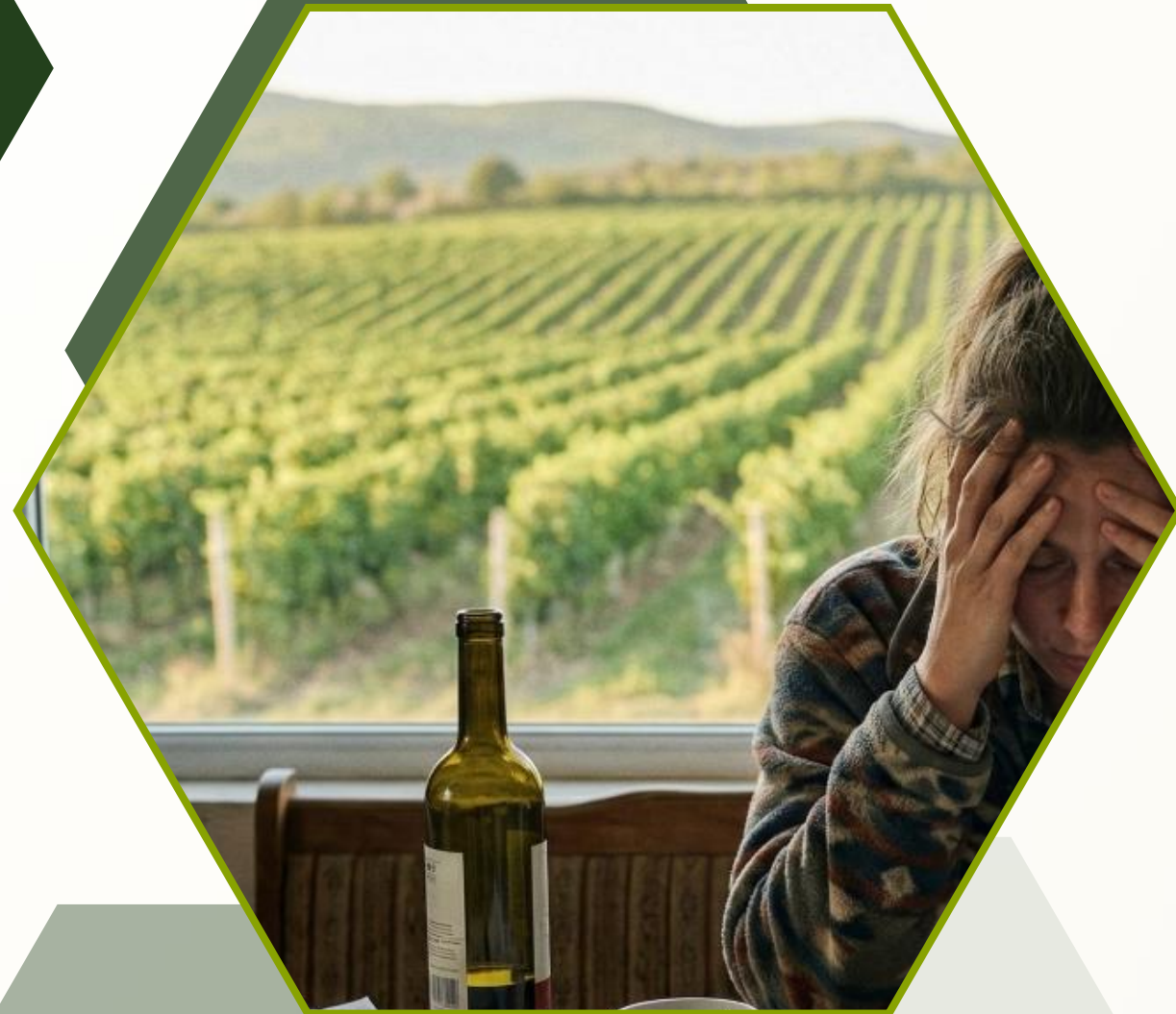


Il Problema (Reality Check)

Assenza di un concetto di business strutturato.

- Gli operatori con esperienza spesso lavorano d'istinto: non hanno mai messo per iscritto il proprio modello.
- Gli studenti hanno idee, ma non dispongono di uno schema per testarle.

A un proprietario di un vigneto è stato chiesto di descrivere la sua attività in tre frasi. Ha parlato per dieci minuti e non è comunque riuscito a spiegare perché i visitatori dovrebbero scegliere lui invece del vicino.





AgriVet **Tourism**

Concetti Chiave e Strumenti



- **Proposta di valore:** perché qualcuno dovrebbe venire proprio nella TUA azienda agricola?
- **Segmenti di clientela:** chi sono i tuoi visitatori? Cosa cercano?
- **9 campi:** risorse, attività, partnership, canali, costi, ricavi.

Il Business Canvas è una pagina con 9 campi. Ogni campo risponde a una domanda sul tuo business.

Se un campo è vuoto o debole, questo ti indica esattamente su cosa devi lavorare.





AgriVet **Tourism**

Come applicarlo nella pratica

- Stampa il modello di canvas, possibilmente in formato A3.
- Parti dalla **proposta di valore**: cosa rende speciale il tuo luogo?
- Compila tutti e 9 i campi con risposte brevi e concrete: da 2 a 5 punti elenco per ciascun campo.

Se un campo è debole o vuoto, evidenzialo: è un'informazione utile, non un fallimento.

Per gli studenti: usate la scheda scenario precompilata come punto di partenza.





AgriVet **Tourism**

Caso Studio / Buona Pratica

- Un'azienda agricola produttrice di zafferano in una zona rurale. Ha costruito un intero modello di business intorno allo zafferano: coltivazione, cosmetici e visite didattiche in azienda.
- Tre fonti di ricavo da un unico prodotto distintivo.
- Una proposta di valore chiara, che nessun concorrente vicino può copiare.

Campi forti del canvas:

Risorse chiave: l'unico zafferano della zona.

Proposta di valore: l'unica azienda produttrice di zafferano aperta ai visitatori.

Campo debole:

Canali: ancora troppo dipendente dal passaparola.





AgriVet **Tourism**

Esercizio Pratico

- Compila tutti e 9 i campi del tuo Business Canvas per l'agriturismo.
- **Risultato atteso:** un canvas completo in una sola pagina, da portare a casa.
- **Durata:** 25 minuti: 20 minuti di lavoro + 5 minuti di condivisione.

Operatori: mappate la vostra attività reale così com'è oggi, con onestà.

Studenti: usate la scheda scenario.

Debriefing: indica il tuo campo più forte e quello più debole.





AgriVet **Tourism**

Unita' 2: Conosci i tuoi numeri



La maggior parte degli operatori agrituristici non sa dire se l'anno scorso ha generato un utile o una perdita.

Il denaro personale e quello dell'attività spesso finiscono nella stessa tasca.

I costi nascosti — il proprio lavoro, le spese fuori stagione, la manutenzione — non vengono mai monitorati.

Questa unità introduce il **Piano Finanziario Mensile**, un modello di una pagina che copre 12 mesi di costi, ricavi e utile o perdita.

Risultato atteso: un piano finanziario completo.





AgriVet **Tourism**



Il Problema (Reality Check)

Gli operatori non conoscono i propri costi reali.

- Denaro personale e denaro dell'attività sono mescolati: "è tutto nella stessa tasca".
- I costi nascosti non vengono mai registrati: ore di lavoro proprie, manutenzione, pulizie, adempimenti.

Una gestrice di una struttura ricettiva ha calcolato che solo i prodotti per la pulizia e la lavanderia costavano 120 € al mese: una spesa che non aveva mai monitorato.

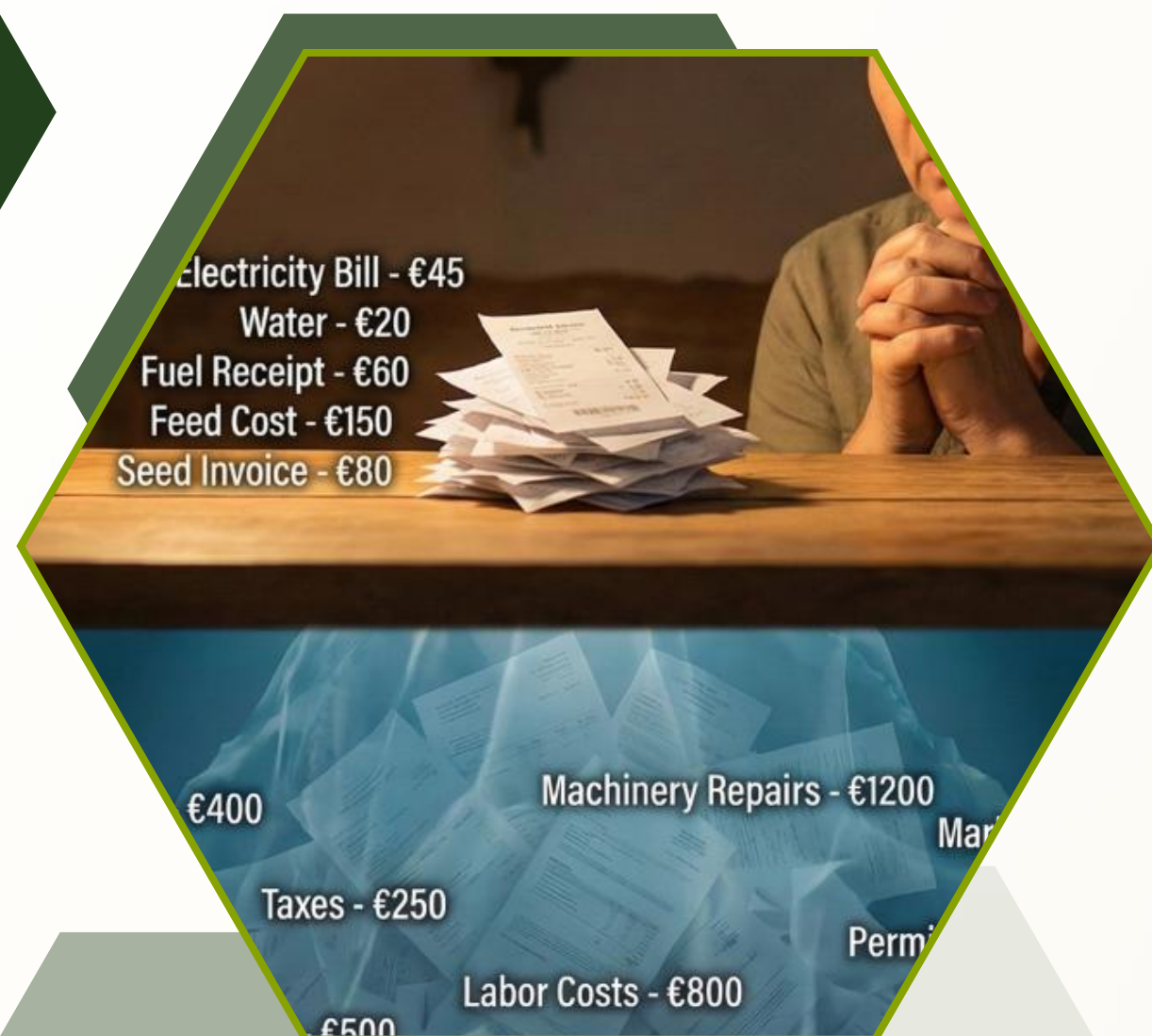
Il tuo tempo ha un prezzo, anche se nessuno ti paga direttamente per quel lavoro.





AgriVet **Tourism**

Concetti Chiave e Strumenti



- L'“iceberg” dei costi: quelli visibili sopra la superficie e quelli nascosti sotto la linea dell'acqua.
- Fonti di reddito: puntare ad almeno 3 flussi di entrata, non solo uno.
- Formula del profitto:
Ricavi – Costi fissi – Costi variabili – Costi nascosti = Utile o perdita

Costi visibili: sementi, cibo, materiali.

Costi nascosti: assicurazione, tasse, marketing, pulizie, manutenzione, ammortamento, costi di conformità normativa — e LE TUE ORE DI LAVORO.

Pianifica su 12 mesi, non solo sull'estate.





AgriVet **Tourism**

Come metterlo in pratica



- Elenca i costi fissi: quelli che restano uguali ogni mese.
- Stima i costi variabili per ospite: cibo, pulizie, energia, materiali.
- Aggiungi i costi nascosti: attribuisce un valore alle tue ore di lavoro, almeno al salario minimo.

Calcola utile o perdita per ogni mese e cerchia i mesi in rosso.

Segna separatamente i costi legati agli adempimenti normativi.

Una stima indicata con “?” è meglio di una cella vuota.





AgriVet **Tourism**

Caso Studio / Buona Pratica

- Zlaten Rozhen, Petrich, Bulgaria.
- Ha distribuito i ricavi su 4 fonti: camere per gli ospiti, degustazioni di vino, vendita diretta di vino, museo di auto d'epoca.
- Quando i ricavi provengono da più fonti, un singolo mese negativo non può compromettere l'intero anno.

Anche con 4 fonti di reddito, il vigneto ha 4 o 5 mesi invernali con ricavi quasi pari a zero.

A 15 minuti di distanza sono presenti risorse termali non utilizzate: un'occasione mancata per colmare il vuoto della stagione invernale.





AgriVet **Tourism**

Esercizio Pratico

- Compila il tuo Piano Finanziario Mensile per tutti i 12 mesi.
- **Risultato atteso:** costi, ricavi e utile/perdita per ogni mese, da portare a casa.
- **Durata:** 20 minuti: 15 minuti di lavoro + 5 minuti di condivisione.

Usa i tuoi numeri reali. Le stime indicate con “?” vanno bene.

Studenti: usate la scheda scenario.

Debriefing: indica un costo nascosto che non avevi considerato prima e il tuo mese più rischioso.





AgriVet **Tourism**

Unità' 3: Il giusto prezzo

La maggior parte degli operatori stabilisce i prezzi d'istinto, copiando il vicino più economico o per paura di chiedere troppo.
Non include il proprio lavoro nel prezzo.
Applica lo stesso prezzo ad agosto e a febbraio.

Questa unità insegna il metodo della **Scheda Prezzo**:
**prezzo minimo basato sui costi + maggiorazione di valore + 2
servizi aggiuntivi + distinzione tra alta e bassa stagione.**
Risultato atteso: una Scheda Prezzo completa.





AgriVet **Tourism**

Il Problema (Reality Check)

Prezzi stabiliti d'istinto, non sulla base di un calcolo.

- Si rischia di vendere sotto costo senza saperlo.
- Si copia il concorrente più economico invece di calcolare il prezzo corretto.

Lo stesso miele prodotto in un'area rurale può essere venduto a 5 €/kg in un sacchetto di plastica sul ciglio della strada, oppure a 10 € in un barattolo di vetro brandizzato, con una scheda che racconta la storia del prodotto, durante una visita in azienda.

È lo stesso miele. Il prezzo è diverso.

La differenza sta nel packaging, nella storia e nella sicurezza con cui viene proposto.





AgriVet **Tourism**

Concetti Chiave e Strumenti



- **Prezzo minimo:** tutti i costi + il tuo tempo = il minimo che puoi chiedere.
- **Catena del valore:** uva grezza a 1 €/kg → vino a 7 €/bottiglia → degustazione a 25 €/persona.
- **Servizi aggiuntivi + prezzi per alta/bassa stagione:** più reddito senza maggiore sforzo.

La trasformazione aggiunge valore.
L'esperienza aggiunge molto più valore.

Stessa uva, prezzo 25 volte superiore.

La differenza è data da packaging, racconto, contesto e sicurezza nella vendita.





AgriVet **Tourism**

Come metterlo in pratica



- Scegli un prodotto o un'esperienza che vendi, o che vuoi vendere.
- Calcola il prezzo minimo: tutti i costi + il tuo tempo + un margine.
- Aggiungi una maggiorazione di valore e individua 2 semplici servizi aggiuntivi.

Definisci un prezzo per i giorni feriali e un prezzo per i weekend o i periodi di punta.

Confrontalo con il tuo prezzo attuale: la differenza è il denaro che lasci sul tavolo ogni giorno.





AgriVet **Tourism**

Caso Studio / Buona Pratica



- Un'azienda agricola produttrice di mandorle in una zona rurale.
- Tre livelli di prezzo da un'unica coltura: mandorle grezze → tahina → visita didattica in azienda con degustazione.
- La visita esperienziale genera un guadagno orario 10 volte superiore rispetto alla vendita del prodotto grezzo.

Un agriturismo italiano include i propri prodotti nella colazione degli ospiti, trasformando il pasto in una vetrina quotidiana dei prodotti aziendali.

Il corso di cucina costa 45 € a persona.

Il costo degli ingredienti è di 3 €.

Il resto è esperienza.





AgriVet **Tourism**

Esercizio Pratico

- Costruisci la tua Scheda Prezzo per un prodotto o un'esperienza.
- **Risultato atteso:** prezzo minimo, maggiorazione di valore, 2 servizi aggiuntivi, distinzione tra prezzo di punta e prezzo feriale.
- **Durata:** 15 minuti: 10 minuti di lavoro + 5 minuti di confronto al tavolo

Operatori: definite il prezzo di un prodotto reale.

Studenti: definite il prezzo dello scenario.

Debriefing: chi ha stabilito il prezzo più alto? Chi il più basso? Perché?

Quanti hanno indicato un prezzo superiore rispetto a quello che applicano attualmente?





AgriVet **Tourism**

Unita' 4: Trovare le risorse, partire in piccolo



I finanziamenti europei esistono, ma molti operatori pensano che siano destinati solo alle grandi imprese o che la burocrazia sia impossibile da gestire. Molti aspettano il “grande finanziamento” e nel frattempo non fanno nulla.

Questa unità utilizza il **Piano a 2 percorsi**:

Percorso A: individuare una possibilità di finanziamento realistica.

Percorso B: avviare entro 60 giorni un'azione a basso costo, senza aspettare alcun contributo.

Risultato atteso: un Piano Finanziamenti e Prossimi 60 Giorni completo.





AgriVet **Tourism**

Il Problema (Reality Check)

Aspettare il “grande finanziamento” senza fare nulla.

- I finanziamenti LEADER/CLLD esistono e sono pensati per piccoli progetti, ma spesso nessuno lo comunica agli operatori.
- La paura della burocrazia blocca le persone ancora prima che chiedano quali opportunità siano disponibili.

Il primo passo è visitare l'ufficio del **GAL locale**.

Sono lì per aiutarti: è letteralmente il loro lavoro.

“Non ho finanziamenti” viene spesso confuso con “non posso iniziare nulla”.





AgriVet **Tourism**

Concetti chiave/ Strumenti



- **PAC / LEADER / PSR:** cosa finanziano e chi può candidarsi.
- Schede di riferimento sui finanziamenti specifiche per Paese: fonti in Bulgaria, Grecia e Italia.
- Modello cooperativo: condividere attrezzature, marketing e trasporti per dimezzare i costi.

Idee a basso costo che non richiedono finanziamenti:

- degustazioni stagionali;
- un angolo vendita in azienda;
- eventi durante la raccolta;
- un'offerta "visita + assaggia + acquista".

I finanziamenti europei favoriscono le filiere corte e le pratiche sostenibili.





AgriVet **Tourism**

Come metterlo in pratica

Percorso A — Trovare finanziamenti

Scegli un programma di finanziamento da esplorare.

Scopri quali documenti sono necessari e chi contattare per primo.

Percorso B

Scegli un'azione a basso costo che puoi realizzare nei prossimi 60 giorni.
Definisci di cosa hai bisogno.

Stabilisci una data di inizio e comunica ad alta voce al gruppo la tua azione dei 60 giorni.





AgriVet **Tourism**

Caso Studio / Buona Pratica



- Un'azienda agricola rurale organizzata come tappa per escursioni giornaliere.
- Ha strutturato una visita di 2 ore: passeggiata nel vigneto + degustazione di 3 vini con formaggio + acquisto di bottiglie, al prezzo di 12 € a persona.
- Il pacchetto per escursioni giornaliere genera più reddito per ora di lavoro rispetto ai pernottamenti.

Booking.com trattiene il 15% e non condivide i dati degli ospiti.

WhatsApp Business permette di mantenere il 100% dell'incasso e costruire una lista contatti dei visitatori.

Da copiare già domani: crea una visita strutturata, attiva WhatsApp Business e prova un weekend invernale.





AgriVet **Tourism**



Esercizio Pratico

- Completa il tuo Piano Finanziamenti e Prossimi 60 Giorni, con due percorsi in un unico modello.
- **Risultato atteso:**
Percorso A: una possibilità di finanziamento + contatto + data.
Percorso B: un'azione + data di avvio.
- **Durata:** 15 minuti: 10 minuti di lavoro + 5 minuti di condivisione.

Ogni persona comunica ad alta voce la propria azione dei 60 giorni.
L'impegno pubblico rende più difficile dimenticarsene.
Spingere verso azioni specifiche: non "migliorare il marketing", ma "creare una pagina Facebook con 5 post entro il 15 aprile".





AgriVet Tourism



Concetti Chiave

4 modelli che porti a casa oggi:

1. Business Canvas — il tuo business in una pagina
2. Piano finanziario mensile — costi, introit e profitti per 12 mesi.
3. Scheda prezzo — Un prezzo basato su numeri reali, non su sensazioni
4. Piano finanziamento e sfida a 60 giorni





AgriVet Tourism

Autovalutazione

1. Quale campo del canvas è il più forte? Quale richiede più lavoro?
2. Quanti dei tuoi costi erano “sotto la linea dell’acqua”?
3. Quali mesi del tuo piano finanziario sono i più deboli?
4. Il tuo prezzo si basa su un calcolo o su una sensazione?
5. Qual è la tua azione dei 60 giorni? E quando esattamente inizierai?



AgriVet Tourism



Grazie



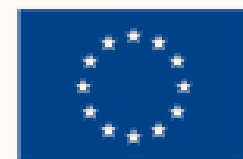


AgriVet **Tourism**

AgriVETourism

Rafforzare l'agriturismo sostenibile attraverso
l'Istruzione e Formazione Professionale per lo
sviluppo rurale

Project Reference: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



Co-funded by
the European Union