

AgriVETourism Project

Promuovere l'agriturismo sostenibile attraverso la formazione e l'istruzione professionale.

MODULO 1

Il “business” nell’agriturismo

Dall'idea al reddito

Manuale del formatore

Per la somministrazione di persona, online o ibrida

Panoramica del modulo

Questo modulo aiuta gli operatori agrituristici e i giovani aspiranti professionisti a comprendere le basi finanziarie della gestione di una piccola impresa agrituristica. Tratta quattro aree pratiche: definire un'idea imprenditoriale valida, conoscere i costi effettivi della propria attività (compresi quelli che la maggior parte delle persone dimentica), stabilire prezzi che riflettano il valore reale anziché basarsi su supposizioni e trovare supporto, sia attraverso programmi di finanziamento sia attraverso iniziative a basso costo che non richiedono sovvenzioni.

Ogni unità fornisce un semplice modello che gli studenti compilano e conservano. Il contenuto si basa su esempi reali provenienti da Bulgaria, Grecia e Italia, ma il metodo è applicabile a qualsiasi contesto rurale europeo.

Questo modulo include:

- **4 unità**, ciascuna delle quali affronta una specifica lacuna di competenze con una soluzione pratica e un risultato tangibile.
- **4 esercizi pratici** che producono modelli che gli studenti completano e conservano
- **Due casi di studio**, uno bulgaro e uno italiano, che seguono una struttura comune per facilitarne il confronto.
- **4 modelli da portare a casa** (Modello di business per l'agriturismo, Piano finanziario mensile, Listino prezzi, Finanziamenti e Piano per i prossimi 60 giorni)
- **Domande di autovalutazione** per la riflessione personale (non valutate dal formatore)
- **Linee guida per la conduzione delle lezioni e risorse per i formatori** per ciascuna unità.
- **Compiti** da svolgere a casa per gli studenti dopo la lezione.
- **Allegati** che includono una presentazione di diapositive già pronta e una raccolta di risorse selezionate.

Pacchetto di presentazione

Questo manuale è accompagnato da una presentazione di diapositive già pronta. Segue la struttura delle unità qui descritta ed è pensata per essere utilizzata in presenza, online o in modalità ibrida. La presentazione include diapositive introduttive, diapositive con i contenuti di ciascuna unità, istruzioni per gli esercizi, casi di studio e attività conclusive.

Il piano completo della presentazione, con i contenuti delle diapositive, i testi per il formatore e le note per la conduzione, è disponibile nell'Allegato 1. La tabella seguente mostra quali diapositive corrispondono a ciascuna sezione del modulo.

Sezione del modulo	diapositive	Contenuto
Introduzione	Diapositive 1–3	Titolo del modulo, panoramica delle 4 unità, attività rompighiaccio
Unità 1: Dai forma alla tua idea imprenditoriale	Diapositive 4–7	Concetto di modello di business, campi del canvas, esempio pratico, Esercizio 1

Unità 2: Conosci i tuoi numeri	Diapositive 8–12	L'iceberg dei costi, delle fonti di reddito, della stagionalità, della formula di profitto, Esercizio 2
Unità 3: Stabilire il prezzo giusto	Diapositive 13–16	Prezzi basati sull'istinto, prezzo minimo, catena del valore, componenti aggiuntivi, Esercizio 3
Unità 4: Trova i soldi, inizia in piccolo	Diapositive 17–20	CAP/LEADER in linguaggio semplice, finanziamenti per paese, diversificazione, Esercizio 4
Chiusura	Diapositive 21–25	Caso di studio 1, Caso di studio 2, autovalutazione, compiti a casa, punti chiave

La numerazione delle diapositive è indicativa. I formatori possono modificare l'ordine o aggiungere/rimuovere diapositive in base al gruppo e al formato di presentazione. Per il piano di presentazione dettagliato, consultare l'Allegato 1.

Ogni unità segue la stessa formula:

UNA lacuna di competenze → UNA soluzione pratica → UN risultato tangibile

Unità	Lacuna di competenze	Soluzione	Produzione
Unità 1: Dai forma alla tua idea imprenditoriale	Nessun concetto aziendale strutturato	Modello di business per l'agriturismo	Business Canvas completato
Unità 2: Conosci i tuoi numeri	Nessun monitoraggio dei costi, nessuna consapevolezza dei profitti.	Metodo di pianificazione finanziaria mensile	Piano finanziario mensile completato
Unità 3: Stabilire il prezzo giusto	Prezzi basati sull'istinto, sottovalutazione	Metodo della scheda prezzi	Listino prezzi compilato
Unità 4: Trova i fondi, inizia in piccolo	Nessuna consapevolezza dei finanziamenti, attesa passiva	Piano a 2 binari	Finanziamento completato e piano per i prossimi 60 giorni

Gruppo target: Operatori agrituristici già esistenti, agricoltori che diversificano nel settore turistico, soci di cooperative; studenti di formazione professionale e giovani professionisti nel settore agricolo e turistico.

Tempo di apprendimento stimato: 3 ore

Modalità di erogazione: Adatto per erogazione in presenza, online o ibrida. Richiede modelli stampati o digitali per gli esercizi.

Priorità orizzontale dell'UE: sviluppo rurale, filiere corte, allineamento con il Green Deal europeo (integrato nell'Unità 4)

Obiettivi di apprendimento

Al termine di questo modulo, gli studenti saranno in grado di:

1. Rappresentare graficamente la loro idea imprenditoriale nel settore dell'agriturismo utilizzando un modello strutturato su una pagina.
2. Identificare i costi fissi, variabili e occulti di un'attività agrituristica
3. Redigere un riepilogo mensile dei profitti/perdite per la propria attività o uno scenario realistico
4. Definire il prezzo di un prodotto o di un'esperienza utilizzando un metodo strutturato: prezzo base + sovrapprezzo + extra
5. Spiegare perché la vendita di un'esperienza genera maggiori profitti rispetto alla vendita di un prodotto grezzo.
6. Indicare almeno due fonti di finanziamento disponibili nel proprio paese
7. Impegnarsi in un'azione concreta che possano iniziare entro 60 giorni

Flusso di somministrazione suggerito (circa 3 ore)

Questa è una guida realistica sui tempi per le lezioni in presenza. I formatori dovrebbero adattarla in base alle dimensioni del gruppo, al livello di energia e all'eventuale inclusione dell'esercizio facoltativo.

Se il tempo a disposizione è limitato: accorciate la discussione del caso di studio. Non eliminate gli esercizi: i 4 modelli completati costituiscono il risultato finale.

Nota sul supporto alla ricerca per i formatori

Questo modulo si basa su dati a livello UE, ricerche di progetto e consolidate prassi agrituristiche. Al termine di ogni unità, i formatori troveranno una sezione di supporto alla ricerca basata sull'intelligenza artificiale, insieme all'elenco di risorse verificate. Si tratta di spunti pronti all'uso che i formatori possono copiare in uno strumento gratuito di intelligenza artificiale (ChatGPT, Gemini o simili) per raccogliere esempi locali, dati recenti e riferimenti aggiornati per il loro specifico paese, regione e gruppo di partecipanti.

Come utilizzare i suggerimenti di ricerca basati sull'IA

- Copia il prompt in uno strumento di intelligenza artificiale gratuito e sostituisci i segnaposto con i tuoi dati locali.
- È sempre preferibile affidarsi a fonti recenti e attendibili: statistiche ufficiali, pubblicazioni governative, banche dati dell'UE.
- Semplifica l'output dell'IA prima di utilizzarlo in classe: elimina il gergo tecnico, accorcia e verifica che sia adatto al tuo pubblico.
- Verifica fatti, date, prezzi e nomi dei programmi prima di presentarli come informazioni aggiornate.
- Questi suggerimenti rappresentano un punto di partenza per la preparazione, non un sostituto della competenza del formatore.

Bloccare	Durata	Note
Introduzione e attività rompighiaccio	10 minuti	Benvenuti, verificate che i modelli siano distribuiti
Unità 1: Dai forma alla tua idea imprenditoriale + Esercizio	40 minuti	L'esercizio su Canvas dura 25 minuti, il più lungo
Unità 2: Conosci i tuoi numeri + Esercizio	35 minuti	Contenuto 15 min + esercizio di pianificazione finanziaria 20 min
Breve pausa	10 minuti	
Unità 3: Stabilire il prezzo giusto + Esercizio	30 minuti	Contenuto 15 min + esercizio con la scheda prezzi 15 min
Unità 4: Trova i soldi + Esercizio	30 minuti	Contenuto 15 min + esercitazione sul piano di finanziamento 15 min
Casi di studio + discussione	15 minuti	Scegli uno o due casi di studio da discutere.
Autovalutazione + chiusura	10 minuti	Riflessione, compiti a casa, moduli di feedback
Totale	circa 3 ore	Inclusa la pausa

Unità 1 — Dai forma alla tua idea imprenditoriale

Diapositive: 4–7 (vedi Allegato 1 — Piano della presentazione)

Spazio di rotazione	Nessun modello di business strutturato. Gli imprenditori esperti si affidano all'istinto e all'abitudine: non hanno mai messo per iscritto il loro modello di business. Studenti e aspiranti imprenditori hanno delle idee, ma non dispongono di un quadro di riferimento per verificarne la fattibilità.
Soluzione pratica	Un Business Canvas per l'agriturismo di una sola pagina: una versione adattata del Business Model Canvas con 9 campi, pensata per le esigenze specifiche dell'agriturismo su piccola scala.
Risultati tangibili	Un Business Canvas per l'agriturismo completato.

Nota di viaggio su tela

Questa è la prima bozza del canvas, non la versione definitiva. Gli studenti vi torneranno dopo ogni modulo e aggiorneranno i campi relativi a quanto appena appreso. Entro la fine del Modulo 6, il canvas sarà completo, testato e pronto all'uso. Incoraggiate gli studenti a conservare il loro canvas con cura e a portarlo a ogni lezione.

Suggerimento: chiedete agli studenti di utilizzare un colore diverso ogni volta che aggiornano la tela. Questo rende visibile l'evoluzione: potranno vedere come la loro idea imprenditoriale si è sviluppata nel corso del programma.

Concetti chiave spiegati

Che cos'è un modello di business?

Un modello di business è semplicemente la logica di funzionamento della tua attività: cosa offri, a chi lo offri e come ne ricavi profitto. Non si tratta di un piano di 50 pagine. Per un piccolo operatore agrituristico, può bastare una sola pagina.

Esempio: Una famiglia vicino a Melnik offre visite ai vigneti, degustazioni di vino e vendita diretta di vino. Il loro modello di business è: "i visitatori vengono per l'esperienza, rimangono per il vino e comprano bottiglie da portare a casa". Tre righe: questo è un modello di business.

Che cos'è una proposta di valore?

La tua proposta di valore è la risposta alla domanda: "Perché qualcuno dovrebbe venire nel MIO agriturismo invece di andare altrove?". Non si tratta di essere i più economici, ma di ciò che rende speciale il tuo posto.

Esempio: "Siamo l'unica azienda agricola di zafferano della regione dove i visitatori possono raccogliere lo zafferano a mano e imparare come viene lavorato". Questa è una proposta di valore: è specifica, è reale e nessun altro nelle vicinanze la offre.

Che cosa sono i segmenti di clientela?

Questi sono i diversi tipi di persone che potrebbero visitarti. Hanno esigenze diverse e una diversa disponibilità a pagare. Non devi accontentare tutti, ma devi sapere a quali tipi di clienti vuoi rivolgerti.

Esempio: una fattoria potrebbe attrarre tre segmenti di clientela: famiglie urbane in cerca di una fuga per il fine settimana, visitatori provenienti da regioni limitrofe in gita di un giorno e pensionati nordeuropei in cerca di autentiche esperienze rurali. Ogni gruppo desidera qualcosa di leggermente diverso.

Cosa sono i canali?

I canali sono i mezzi attraverso i quali le persone vengono a conoscenza della tua attività e prenotano. Possono essere semplici come il passaparola e una pagina Facebook, oppure includere un sito web, Booking.com, WhatsApp, un ufficio turistico locale o collaborazioni con tour operator.

Esempio: una piccola pensione in campagna riceve il 60% delle prenotazioni tramite la sua presenza su Google Maps e le recensioni. Non ha investito in pubblicità, si è limitata a completare la sua scheda su Google Maps e a chiedere agli ospiti di lasciare una recensione.

Quali sono le risorse chiave?

Tutto ciò che già possiedi e da cui dipende l'attività: terreni, edifici, attrezzature, manodopera familiare, conoscenze locali, ricette, tradizioni. La maggior parte dei piccoli imprenditori sottovaluta ciò che già possiede.

Esempio: "La ricetta di mia nonna per il vino fatto in casa e la cantina di 80 anni" - questa è una risorsa fondamentale. Non si può comprare. I vostri concorrenti non ce l'hanno.

Quali sono le attività principali?

Le attività che effettivamente svolgi per far funzionare l'attività: coltivare, produrre, ospitare, cucinare, guidare i tour, mantenere la proprietà, pubblicare sui social media.

Esempio: Per un piccolo agriturismo in Umbria, le attività principali sono: la coltivazione delle olive, la produzione di olio, i corsi di cucina, l'accoglienza degli ospiti e la pubblicazione di contenuti su Instagram. Cinque attività: tutto il resto è secondario.

Quali sono le partnership chiave?

Altre persone e organizzazioni con cui collabori: fornitori, aziende agricole vicine, ristoranti che acquistano i tuoi prodotti, guide locali, l'ufficio del turismo, la tua sede locale.

Esempio: Due aziende agricole vicine condividono un furgone per le consegne e una pagina Facebook. Nessuna delle due potrebbe permettersi da sola. Insieme, raggiungono il doppio del mercato a metà del costo.

Che cos'è una struttura dei costi?

Tutto il denaro che esce dalla tua attività: costi fissi (affitto, assicurazione, prestiti), costi variabili (cibo, materiali, manodopera stagionale) e costi occulti (il tuo tempo, manutenzione, piccole riparazioni). Questo argomento verrà trattato in dettaglio nell'Unità 2.

Esempio: La proprietaria di una piccola pensione sui monti Rodopi ha calcolato i suoi costi e ha scoperto che solo i prodotti per la pulizia e il servizio di lavanderia costavano 120 euro al mese, una spesa che non aveva mai monitorato prima.

Quali sono le fonti di reddito?

Tutti i modi in cui il denaro entra nella tua attività. La maggior parte degli agriturismi ne ha uno o due. I più resilienti ne hanno da tre a cinque.

Un agriturismo italiano ricava entrate dalle camere, dai corsi di cucina, dalle degustazioni di olio, dalla vendita diretta dei prodotti e da un evento di vendemmia annuale. Cinque fonti di reddito: nessun mese negativo può mandare in rovina l'attività.

Il Business Canvas dell'agriturismo: 9 ambiti

Campo	Domande e risposte
1. Proposta di valore	Cosa rende il tuo luogo degno di essere visitato? Cosa lo rende speciale?
2. Segmenti di clientela	Chi verrà? Chi desideri attirare?
3. Canali	Come fanno le persone a trovarti e a prenotare?
4. Relazioni con i clienti	Come si fa a fidelizzare i clienti e a farli tornare?
5. Risorse chiave	Cosa possiedi già: terreni, edifici, competenze, tradizione?
6. Attività principali	Di cosa ti occupi concretamente? Coltivi, ospiti, cucini, fai da guida, vendi?
7. Partnership chiave	Con chi collabori? Con i vicini, i fornitori, le reti locali?
8. Struttura dei costi	Quali sono i costi di gestione? (panoramica - dettagliata nell'Unità 2)
9. Flussi di entrate	Come si guadagna denaro? In quanti modi?

Esercizio pratico: crea il tuo Business Canvas per l'agriturismo.

Obiettivo	Rappresenta graficamente la tua idea imprenditoriale (o la tua attività esistente) su un'unica pagina.
Cosa fanno gli studenti	Compila tutti e 9 i campi del modello di risposta stampato. Scrivi risposte brevi e concrete, non testi lunghi. Ogni campo può contenere al massimo da 2 a 5 punti elenco.

Per operatori esperti	Mappa la tua attività attuale. Sii onesto: se un settore è carente o vuoto, si tratta di un'informazione utile.
Per studenti / aspiranti operatori	Mappa un'idea imprenditoriale. Può essere reale o basata su uno scenario fornito dal formatore.
Tempo	25 minuti (20 di lavoro + 5 di condivisione)
Debrief	Ogni studente indica: il proprio punto di forza (ciò che possiede) e il proprio punto debole (ciò su cui deve lavorare).

Cose da fare e da non fare

Fare	Non
Parti da ciò che già possiedi: terra, competenze, tradizione, sapere familiare.	Non cercare di offrire tutto a tutti fin dal primo giorno
Sii preciso riguardo a chi sono i tuoi visitatori: età, provenienza, cosa desiderano	Non scrivere "tutti" come segmento di clientela
Pensa a cosa ti distingue dalla pensione in fondo alla strada	Non copiare il modello del tuo vicino senza capire perché funziona per lui.
Includi fin da subito il tuo tempo e il tuo lavoro come costi reali.	Non dare per scontato che il lavoro familiare sia "gratuito": ha un valore
Metti alla prova la tua idea su piccola scala prima di investire: un evento di un fine settimana, una degustazione, un piccolo gruppo	Non aspettare che tutto sia "perfetto" prima di iniziare

Esercizio facoltativo: la presentazione aziendale in 3 frasi.

Utilizzate questo esercizio quando avete tempo a disposizione (15 minuti) o come attività energizzante dopo l'esercizio principale sulla tela. Funziona bene con gruppi misti e produce risultati immediati e visibili.

Obiettivo

Ogni partecipante descrive la propria attività agrituristica (reale o pianificata) in esattamente 3 frasi: (1) Cosa offro, (2) Chi viene e perché, (3) Come mi trovano. Se un partecipante non riesce a completare tutte e tre le frasi, gli spazi vuoti mostrano esattamente quali campi del canvas necessitano di ulteriori approfondimenti.

Tempo

15 minuti (5 minuti di scrittura + 10 minuti di presentazione e feedback)

Come funziona

- Ogni persona scrive 3 frasi su un cartoncino o un pezzo di carta, né più né meno.
- Leggeteli ad alta voce al tavolo (30 secondi a persona)
- La tabella fornisce un feedback: "La frase che mi è piaciuta di più è stata..." e "La frase che migliorerei è..."
- Se qualcuno non riesce a scrivere la frase 3 (come mi trovano), questo rimanda direttamente al Modulo 2: strumenti digitali.

Perché funziona

Impone chiarezza. Se non riesci a spiegarlo in tre frasi, significa che non hai ancora un modello di business ben definito. Il feedback che emerge dal tavolo è più prezioso di qualsiasi manuale: persone reali che ti dicono cosa hanno capito e cosa no.

Suggerimenti per la facilitazione da parte del formatore

- Attenetevi rigorosamente a 3 frasi, non 5, non un paragrafo. Il vincolo è proprio il punto.
- Se qualcuno legge una frase vaga ("offriamo prodotti di qualità"), chiedete al tavolo: "Prenotereste questo?" — la risposta è sempre no.
- Abbina gli operatori agli studenti: gli studenti pongono le domande che porrebbe un visitatore.
- Se il gruppo è numeroso, è meglio svolgere questa attività a tavoli (4-5 persone) piuttosto che con tutta la sala.

Nota di adattamento

Questo esercizio funziona in qualsiasi contesto e in qualsiasi lingua. La struttura a tre frasi è universale. Solo gli esempi e i risultati sono specifici del contesto locale.

Esempi da utilizzare

- **Un'azienda agricola specializzata nella coltivazione dello zafferano che ha costruito il proprio modello di business attorno a una singola coltura insolita: coltivazione + produzione di cosmetici + visite didattiche. Una proposta di valore chiara e inimitabile, impossibile da replicare in zona.**
- **Italia:** Un'azienda olivicola umbra di terza generazione: i 9 campi del canva si sono riempiti naturalmente nel corso di tre generazioni, ma solo di recente hanno messo a norma la loro produzione, scoprendo che il loro campo più debole era quello dei "canali" (troppo dipendente da un'unica piattaforma).
- **Una cooperativa di quattro piccoli produttori in una zona rurale: ognuno ha risorse limitate individualmente, ma insieme si compensano a vicenda (uno ha i locali, uno ha i prodotti, uno ha un furgone, uno parla inglese).**

Guida all'adattamento

Il modello a 9 campi è adatto a qualsiasi contesto di agriturismo. I formatori dovrebbero preparare 1-2 esempi locali che mostrino un modello compilato, in modo che i partecipanti possano vedere come appare un modello completo prima di iniziare il proprio.

Linee guida per la facilitazione — Unità 1

Prima della sessione

- Stampate un modello di "Agritourism Business Canvas" per ogni partecipante (formato A3 se possibile, per avere più spazio per scrivere).
- Stampate 2-3 fogli di scenari precompilati per gli studenti che non hanno un'attività commerciale esistente
- Preparate una tela completata come esempio visivo (su lavagna a fogli mobili o proiettata) — usate una fattoria immaginaria ma realistica
- Tenete a disposizione fogli di carta per lavagna e pennarelli per il debriefing.

Come avviare l'unità

Iniziate con una domanda, non con una lezione. Chiedete ai presenti: "Qualcuno sa descrivere la propria attività in tre frasi: cosa offrite, chi sono i vostri clienti e come vi trovano?". Lasciate che 2-3 persone provino. La maggior parte farà fatica a essere concisa. È proprio questo il punto: ecco perché abbiamo bisogno di un modello. Dite: "Se non riuscite a descrivere la vostra attività in tre frasi, non avete ancora un modello chiaro. È questo che correggeremo ora".

Disposizione della stanza

Tavoli da 4-5 persone. Se possibile, mescolate operatori esperti e studenti. Idealmente, ogni tavolo dovrebbe includere partecipanti provenienti da almeno due paesi (ove applicabile).

Durante l'esercizio

- Fate un giro per la stanza. Gli ambiti con cui le persone faticano di più sono solitamente la "Proposta di valore" e i "Segmenti di clientela". Sollecitate con delicatezza: "Cosa hanno apprezzato di più i visitatori? Probabilmente è proprio quella la vostra proposta di valore."
- Gli studenti potrebbero pensare di non avere nulla da scrivere. Ricordate loro che il foglio con lo scenario è il loro punto di partenza e che immaginare un'attività commerciale è esattamente il modo in cui nascono le vere imprese.
- Se qualcuno finisce prima del previsto, chiedete: "Quale campo contiene un solo elemento? Quella è la vostra area a rischio."

Come chiudere l'unità

Breve giro di domande: ognuno deve indicare il proprio punto di forza e il proprio punto debole. Scrivete le risposte relative ai punti deboli su un foglio di carta. Probabilmente noterete degli schemi ricorrenti (canali, partnership e flussi di entrate sono quasi sempre i punti deboli). Dite: "Questi punti deboli sono esattamente ciò che il resto di questo modulo vi aiuterà a colmare".

Lista dei materiali

- Modelli stampabili di Business Canvas (1 a persona)
- Schede scenario precompilate (3-5 copie)
- Un esempio di tela completata (su lavagna a fogli mobili o proiettata)
- Penne e pennarelli
- Lavagna a fogli mobili per gli appunti del debriefing.

Unità 1 — Supporto alla ricerca sull'IA per i formatori

Cosa ricercare

- Esempi di Business Model Canvas tratti da aziende agrituristiche della tua regione.
- Proposte di valore locali che funzionano.
- Errori comuni che gli operatori commettono quando descrivono la propria attività.
- Esempi concreti di diversificazione agriturstica.

Perché questo è importante per la consegna

L'esercizio del "canvas" funziona meglio quando il formatore può fare riferimento a esempi locali. Un vigneto nella vostra regione è più convincente di un caso generico europeo.

Suggerimento dell'IA per il formatore

Copia in ChatGPT, Gemini o programmi simili:

"Sto formando piccoli operatori agriturstici in [paese/regione] sulla pianificazione del modello di business. Forniscimi: (1) 3 esempi di proposte di valore chiare provenienti da attività agriturstiche in [paese/regione], (2) i 3 errori più comuni che i piccoli operatori commettono quando descrivono la loro attività, (3) 2 esempi di diversificazione agriturstica di successo in [paese]: cosa hanno aggiunto e perché ha funzionato. Usa un linguaggio semplice e pratico."

Controllo da parte dell'istruttore prima dell'uso

- Verificate che gli esempi siano realistici per un piccolo operatore, non per una grande azienda.
- Verificare che le aziende o i programmi menzionati esistono davvero
- Semplifica il linguaggio: riscrivi i termini di marketing in parole semplici.
- Assicurati che gli esempi di diversificazione corrispondano a quanto legalmente possibile nel tuo paese.

Unità 2 — Conosci i tuoi numeri

Diapositive: 8–12 (vedi Allegato 1 — Piano della presentazione)

Competenze mancanti	Nessun sistema di monitoraggio dei costi. Soldi personali e aziendali mescolati. I costi nascosti – manodopera propria, bollette fuori stagione, manutenzione, piccole riparazioni – non vengono conteggiati. La maggior parte degli operatori non sa dire se ha realizzato un profitto o una perdita l'anno scorso. I giovani studenti non hanno una reale consapevolezza dei costi.
Soluzione pratica	Il Piano Finanziario Mensile: un modello di una pagina che include i costi (fissi, variabili, occulti), le entrate per fonte, l'utile o la perdita, una nota stagionale e i costi di conformità per ogni mese dell'anno.
Risultati tangibili	Un modello di piano finanziario mensile compilato.

Concetti chiave spiegati

Che cosa sono i costi fissi?

Costi che restano invariati sia che abbiate 5 o 50 ospiti al mese. Non variano in base al numero di ospiti: li pagate a prescindere.

Esempio: affitto o mutuo sulla tua proprietà, assicurazione annuale, tasse di licenza, rate del prestito, abbonamento a internet. Una piccola pensione paga 150 € al mese di assicurazione, indipendentemente dal fatto che ci siano ospiti o meno.

Che cosa sono i costi variabili?

Costi che aumentano o diminuiscono a seconda del numero di ospiti o della quantità prodotta. Maggiore attività = costi variabili più elevati.

Esempio: cibo per i pasti degli ospiti, prodotti per la pulizia, lavanderia, carburante per i trasporti, stipendi del personale stagionale. Se ospitate 20 persone per una degustazione invece di 10, avrete bisogno di più vino, più formaggio, più tovaglioli.

Quali sono i costi nascosti?

Costi reali che però la maggior parte dei piccoli operatori non contabilizza mai. Sono "sotto la superficie" dell'iceberg.

Esempio: Le tue ore di lavoro (se lavorassi le stesse ore per qualcun altro, verresti pagato). Piccole riparazioni che fai da te. Usura delle attrezzature. L'elettricità per riscaldare l'acqua per gli ospiti. Un'operatrice ha calcolato che solo i prodotti per la lavanderia e la pulizia costano 120 € al mese, pur non avendo mai tenuto traccia di questa spesa.

Che cos'è la stagionalità?

L'andamento dei periodi in cui la tua attività genera profitti e di quelli in cui non li genera. Nella maggior parte delle zone rurali europee, le entrate derivanti dall'agriturismo si concentrano in un

periodo di 4-6 mesi. Tuttavia, i costi, soprattutto quelli fissi, si protraggono per tutti i 12 mesi dell'anno.

Esempio: Nella maggior parte dell'Europa meridionale e sudorientale, la stagione di raccolta va all'incirca da aprile a ottobre, ma varia a seconda della regione. Le zone montane possono avere una stagione estiva più breve. Le zone costiere spesso si estendono fino al tardo autunno, con una pausa intorno alla raccolta delle olive.

Che cos'è un calcolo di profitto/perdita?

Il ricavo meno tutti i costi (fissi + variabili + occulti) equivale al profitto o alla perdita. Se il risultato è negativo per un mese, può essere normale (ad esempio, in inverno). Se invece è negativo per tutto l'anno, il problema è strutturale: stai gestendo un hobby, non un'impresa.

Esempio: una piccola azienda agricola con un reddito di 450 € a giugno, costi fissi di 300 € e costi variabili di 150 €, non realizza alcun profitto in quel mese. Per raggiungere il punto di pareggio, ha bisogno di un reddito maggiore o di costi inferiori.

Quali sono i costi di conformità?

Somme che spendi per adempiere agli obblighi di legge: licenze, ispezioni, certificati igienici, tasse di classificazione, documentazione sulla sicurezza alimentare. Facili da dimenticare in fase di pianificazione, ma reali e spesso annuali.

Esempio: In Bulgaria, la procedura di classificazione delle strutture ricettive prevede un costo e richiede il rispetto di condizioni specifiche. In Italia, la registrazione degli agriturismi è soggetta a normative regionali variabili. In Grecia, le tasse e le licenze per i servizi di ristorazione si aggiungono al costo di base.

Focus sui contenuti

L' "iceberg" dei costi

Ciò che vedi sopra la superficie dell'acqua: semi, cibo, materie prime. Ciò che si trova sotto: tasse, assicurazioni, marketing, pulizia, manutenzione, ammortamento, conformità e le tue ore di lavoro. "Il tuo tempo ha un prezzo, anche se nessuno ti paga per lavorarci."

Fonti di reddito

La maggior parte degli operatori dipende da un'unica fonte di reddito. Le attività che sopravvivono ne hanno almeno tre: alloggio, ristorazione/degustazioni, attività ricreative e vendita diretta dei prodotti. Non si tratta di flussi di entrate ingenti, ma semplicemente di fonti diverse.

La realtà dei 12 mesi

I formatori dovrebbero ancorare questo concetto alla stagionalità locale. Si potrebbe utilizzare una linea temporale visiva di 12 mesi con codifica a colori: verde (guadagni), giallo (attività), rosso (solo costi). La maggior parte degli studenti non ha mai visto il proprio anno rappresentato graficamente in questo modo.

La formula del profitto

Ricavi – Costi fissi – Costi variabili – Costi occulti = Profitto o perdita. Semplice, ma la maggior parte delle persone non l'ha mai scritto per un anno intero.

Esercizio pratico: il piano finanziario mensile

Obiettivo	Elaborare una panoramica dei costi e dei ricavi su base annua.
Cosa fanno gli studenti	Compila un modello di una pagina: costi mensili (fissi, variabili, occulti), entrate per fonte, utile/perdita, nota stagionale, voce dei costi di conformità. Cerchia i mesi in rosso.
Per operatori esperti	Utilizzate cifre reali. Le stime contrassegnate da “?” vanno bene.
Per studenti / aspiranti operatori	Utilizza uno scenario precompilato fornito dal formatore.
Tempo	20 minuti (15 di lavoro + 5 di condivisione)
Debrief	Ciascun partecipante indica un costo nascosto che non aveva considerato e un mese a rischio.

Cose da fare e da non fare

Fare	Non
Annota ogni spesa, anche quelle più piccole: si accumulano più velocemente di quanto immagini.	Non mescolare denaro personale e denaro aziendale, anche se sono tutti "nella stessa tasca".
Calcola le tue ore di lavoro e attribuisce loro un prezzo (almeno il salario minimo).	Non considerate il vostro tempo come gratuito: questo è l'errore più comune nel piccolo agriturismo.
Pianifica il tuo budget per 12 mesi, non solo per la stagione.	Non spendete i guadagni estivi come se l'inverno non esistesse.
Monitora separatamente i costi di conformità: sono facili da dimenticare e difficili da evitare.	Non trascurate le tasse di licenza, le ispezioni e i rinnovi assicurativi: sono scadenze annuali.
Controlla i tuoi dati ogni mese, anche in modo approssimativo: una revisione di 5 minuti evita sorprese a fine anno.	Non aspettare fino a dicembre per scoprire di aver perso soldi a marzo.

Esempi da utilizzare

- Un vigneto con alloggio, degustazioni e museo. Come la diversificazione delle entrate su 4 fonti cambia il quadro mensile. Acqua termale/minerale nelle vicinanze come "arma invernale" ancora inutilizzata.

- **Italia:** Un agriturismo dove cinque fonti di reddito fanno sì che nessun mese negativo sia fatale, ma il proprietario tiene comunque traccia dei costi mensilmente perché "anche cinque fonti possono avere delle perdite".
- **Una cooperativa in cui i costi condivisi (attrezzature, marketing, furgone) modificano drasticamente il quadro mensile di ciascun membro rispetto al lavoro individuale.**

Guida all'adattamento

I formatori dovrebbero sostituire o integrare gli esempi con equivalenti locali. Il messaggio chiave – separare i costi, mappare le entrate, considerare l'intero anno – è valido in ogni contesto rurale europeo.

Linee guida per la facilitazione — Unità 2

Prima della sessione

- Stampare un modello di piano finanziario mensile per ciascun partecipante.
- Stampa 2-3 fogli di scenario precompilati (stessa attività dello scenario dell'Unità 1, ora con dati relativi a costi e ricavi).
- Prepara una semplice rappresentazione visiva dell'"iceberg", disegnata su un foglio a fogli mobili o proiettata
- Assicuratevi che i partecipanti abbiano a disposizione delle calcolatrici (oppure verificate che possano usare i telefoni).
- Se possibile, preparate un esempio completo di istantanea di 12 mesi per mostrare come appare il modello finale.

Come avviare l'unità

Disegna o mostra l'immagine dell'iceberg. Chiedi: "Quanto costa gestire la tua fattoria o pensione? Fammi degli esempi." Scrivi le risposte sul foglio a fogli mobili: sopra la linea se è ovvio, sotto se è nascosto. La maggior parte delle risposte sarà sopra. Poi di: "Ora aggiungiamo alcune voci che probabilmente hai dimenticato..." e aggiungi: le tue ore di lavoro, la manutenzione, i prodotti per la pulizia, le piccole riparazioni, le tasse di conformità, le spese bancarie. Conta le voci sotto la linea. Ce ne sono sempre altre.

Durante l'esercizio

- L'ostacolo più grande è "Non conosco il numero esatto". Ripetiamo: "Scrivi la tua migliore ipotesi e contrassegna con un punto interrogativo. Meglio un'ipotesi che una cella vuota."
- Aiuto nella stima dei costi variabili: "Quanto spendi per ogni ospite? Considera cibo, pulizie, acqua ed elettricità extra."
- Alcuni partecipanti scopriranno di stare perdendo denaro. Non drammatizzate la situazione. Dite piuttosto: "Ora lo sapete. Questo è il primo passo per cambiare le cose."

Come chiudere l'unità

Ciascuna persona condivide un costo nascosto che non aveva considerato e un mese a rischio. Se il tempo lo permette, chiedete: "Chi ha registrato perdite per più di 3 mesi?". Questo collega l'Unità 3 (prezzi) e l'Unità 4 (finanziamenti).

Lista di controllo dei materiali

- Modelli stampabili per il piano finanziario mensile (1 a persona)
- Schede scenario precompilate (3-5 copie)
- Rappresentazione visiva dell'iceberg (su lavagna a fogli mobili o proiettata)
- Un esempio completo (facoltativo ma utile)
- Calcolatrici o telefoni
- Penne

Unità 2 — Supporto alla ricerca sull'IA per i formatori

Cosa ricercare

Strutture di costo tipiche per le piccole aziende agrituristiche nel tuo paese. Costi nascosti che gli operatori spesso trascurano. Andamento stagionale dei ricavi nella tua regione. Costi di conformità specifici per le normative nazionali.

Perché questo è importante per la consegna

I livelli dei costi, le tariffe assicurative e le variazioni stagionali variano in tutta Europa. Un formatore che fornisca dati localizzati, anche solo intervalli approssimativi, rende l'esercizio di pianificazione finanziaria molto più credibile.

Suggerimento dell'IA per il formatore

Copia in ChatGPT, Gemini o programmi simili:

"Sto formando piccoli operatori agrituristiche in [paese/regione] sulla gestione dei costi e la pianificazione finanziaria. Forniscimi: (1) una ripartizione realistica dei costi mensili per una piccola azienda agrituristica con 3-5 camere in [paese], (2) l'andamento stagionale tipico: quali mesi generano entrate e quali generano solo costi, (3) i principali costi di conformità che un operatore deve affrontare in [paese] (licenze , ispezioni, classificazione , assicurazione). Utilizza intervalli approssimativi in euro. Sii pragmatico."

Controllo da parte dell'istruttore prima dell'uso

- Verifica le fasce di prezzo confrontandole con le tue conoscenze sui prezzi locali.
- Verificare i requisiti di conformità rispetto alla legislazione nazionale vigente.
- Assicurati che l'andamento stagionale corrisponda alla tua regione specifica
- Rimuovere gli elementi non pertinenti agli operatori di dimensioni molto ridotte (meno di 10 posti letto).

Unità 3 — Stabilire il prezzo giusto

Diapositive: 13–16 (vedi Allegato 1 — Piano della presentazione)

Competenze mancanti	I prezzi vengono fissati d'istinto, copiando il più economico del vicino o per paura di "chiedere troppo". Il valore del proprio lavoro e dell'esperienza non viene considerato. Non c'è differenza tra i prezzi dei giorni feriali e quelli delle ore di punta. Non si comprende come la lavorazione e l'esperienza aggiungano valore al di là del prodotto grezzo.
Soluzione pratica	Il metodo del listino prezzi: calcola un prezzo base (prezzo minimo basato sui costi), aggiungi un sovrapprezzo per il valore (storia, confezione, esperienza), identifica 2 extra e imposta una suddivisione tra ore di punta e giorni feriali.
Risultati tangibili	Una scheda prezzi compilata.

Concetti chiave spiegati

Che cos'è un prezzo minimo?

Il prezzo minimo che puoi applicare senza perdere denaro. Si basa sui tuoi costi reali: tutto ciò che serve per produrre o fornire il prodotto o l'esperienza, incluso il tuo tempo. Al di sotto di questa cifra, ogni vendita rappresenta una perdita.

Esempio: un vasetto di marmellata fatta in casa costa 1,80 € in ingredienti, 0,50 € in imballaggio, 0,30 € in energia e 1,00 € in manodopera (30 minuti al salario minimo). Prezzo minimo: 3,60 €. Se lo vendi a 3,00 € "perché è quanto chiede il vicino", perdi 0,60 € su ogni vasetto.

Che cos'è un premio di valore?

L'importo aggiuntivo che puoi richiedere rispetto al prezzo base in base al significato che il tuo prodotto o la tua esperienza hanno per l'acquirente: la storia che c'è dietro, l'ambientazione, il modo in cui viene presentato, le emozioni che suscita.

Esempio: Lo stesso miele, venduto in un sacchetto di plastica sul ciglio della strada a 5 €/kg, oppure in un vasetto di vetro etichettato con un biglietto informativo sulle api e sulla valle, durante una visita in fattoria, a 10 €. Lo stesso miele. Il doppio del prezzo. La differenza sta nella confezione, nella storia e nel contesto.

Che cosa sono i componenti aggiuntivi?

Piccoli extra che aumentano il prezzo totale senza incrementare significativamente i costi. Funzionano perché il cliente è già presente, già coinvolto, già predisposto all'acquisto.

Esempio: una degustazione di vini costa 12 € a persona. Opzione 1: una bottiglia da portare a casa con uno "sconto degustazione" (7 € invece di 9 €). Opzione 2: una scheda con la ricetta stampata del formaggio locale (0,20 € per la stampa). La visita da 12 € diventa 19 € o più senza che l'esperienza cambi di molto.

Che cosa si intende per prezzi di punta/non di punta?

Applicare prezzi più alti quando la domanda è maggiore (fine settimana, festività, festival, periodo del raccolto) e più bassi quando la domanda è minore. Questa è una pratica standard nel turismo europeo e contribuisce a stabilizzare i ricavi.

Esempio: una visita a una fattoria costa 10 € a persona il giovedì e 14 € a persona il sabato. Nessuno lo trova ingiusto: hotel, compagnie aeree e ristoranti lo fanno ovunque.

Qual è la catena del valore?

L'idea che ogni fase di lavorazione e presentazione aggiunga valore e, di conseguenza, permetta di applicare un prezzo più elevato. Materia prima < prodotto lavorato < esperienza costruita attorno al prodotto.

Esempio: Uva cruda (€1/kg) → Vino imbottigliato (€7/bottiglia) → Degustazione di vini in vigna con vista e aneddoti (€25/persona). L'uva è la stessa. Il valore è moltiplicato per 25.

Focus sui contenuti

Perché la determinazione dei prezzi basata sull'istinto non funziona

Errori comuni: fissare prezzi inferiori ai propri costi senza rendersene conto. Copiare il concorrente più economico. Applicare lo stesso prezzo ad agosto e a febbraio. Non includere il proprio tempo nel calcolo. "I prezzi bassi non attraggono clienti migliori. Attirano clienti che si lamentano di più."

Prezzo base - Passo dopo passo

Esempio pratico: una colazione in fattoria o una degustazione. Elenca tutti i costi. Aggiungi il margine di profitto. Questo è il minimo. Se il mercato non è disposto a pagare quel prezzo, il prodotto costa troppo da realizzare, non è "troppo caro".

La catena del valore in azione

Prodotto grezzo → prodotto trasformato → esperienza. Questo è il concetto più importante in assoluto nella definizione dei prezzi per l'agriturismo. Illustratelo con esempi locali.

Servizi aggiuntivi e prezzi di punta

Due piccoli extra che fanno lievitare il prezzo del biglietto. Prezzi diversi nei giorni feriali rispetto al fine settimana. Entrambi sono normali, entrambi sono equi, entrambi aumentano i guadagni senza aumentare proporzionalmente lo sforzo.

Esercitazione pratica: crea il tuo listino prezzi

Obiettivo	Crea un prezzo strutturato per un prodotto o un'esperienza
Cosa fanno gli studenti	Scegli un articolo. Calcola il prezzo minimo. Aggiungi un sovrapprezzo giustificato. Individua 2 extra. Imposta il prezzo per i giorni feriali e per i giorni di punta.
Per operatori esperti	Utilizzare un prodotto reale o un'esperienza tratta dalla propria attività.

Per studenti / aspiranti operatori	Calcola il prezzo di un prodotto specifico (ad esempio, una degustazione di vini di 90 minuti per 8 persone con una bottiglia da portare a casa).
Tempo	15 minuti (10 di lavoro + 5 di confronto al tavolo)
Debrief	Chi ha offerto il prezzo più alto? Chi ha offerto il prezzo più basso? Perché?

Cose da fare e da non fare

Fare	Non
Calcola sempre il tuo prezzo minimo prima di decidere quanto addebitare: conosci il tuo prezzo minimo	Non stabilire un prezzo basandoti su quanto chiede il concorrente più economico.
Includi il tuo lavoro nel calcolo dei costi: il tuo tempo vale almeno il salario minimo.	Non dimenticare di contare le tue ore di lavoro: "L'ho fatto da solo" non è la stessa cosa di "era gratis".
Chiedete di più per le esperienze che per i prodotti grezzi: la storia e l'ambientazione hanno un valore reale	Non sentitevi in colpa se applicate un sovrapprezzo: i clienti pagano per l'esperienza, non solo per il prodotto.
Imposta prezzi diversi per i giorni feriali e per i fine settimana/festivi: la domanda è diversa, quindi anche i prezzi dovrebbero esserlo.	Non applicare lo stesso prezzo tutto l'anno: agosto e febbraio sono mercati diversi.
Offri servizi aggiuntivi che costano poco ma che aumentano il valore percepito (schede di ricette, campioni, spazi per scattare foto).	Non complicare eccessivamente i componenti aggiuntivi: mantienili semplici e facili da implementare.

Esempi da utilizzare

- **Un mandorlaio:** mandorle crude → tahina → visita didattica. Tre fasce di prezzo per un unico raccolto. Inoltre: confronto tra i prezzi del miele locale e quelli di una nota regione turistica: stessa qualità, prezzo diverso, confezione diversa.
- **Italia:** Una colazione in agriturismo – con prodotti propri inclusi nel prezzo della camera – trasforma un pasto in una vetrina quotidiana di prodotti e in un canale di vendita. Lezione di cucina a 45 € a persona – il costo degli ingredienti è di 3 €, il resto è esperienza.
- **Grecia:** Un piccolo produttore di olio d'oliva che ha iniziato a vendere a 4 euro al litro per strada e ora lo vende a 12 euro al litro in bottiglie di marca alle fiere gastronomiche. Lo stesso olio, una presentazione diversa.

Guida all'adattamento

Il metodo di determinazione del prezzo è universale. I formatori dovrebbero utilizzare prodotti e prezzi locali negli esempi pratici. Il concetto di catena del valore funziona con qualsiasi prodotto agricolo: olive, lavanda, formaggio, zafferano, miele, vino, erbe aromatiche.

Linee guida per la facilitazione — Unità 3

Prima della sessione

- Stampare un modello di listino prezzi per partecipante.
- Preparare la rappresentazione visiva della catena del valore: materia prima → prodotto trasformato → esperienza (con il prezzo per ogni fase)
- Se possibile, porta con te prodotti reali da confrontare (ad esempio, miele in un sacchetto di plastica rispetto a un vasetto di marca).
- Preparare un esempio di listino prezzi completo da mostrare prima dell'esercizio.

Come avviare l'unità

Mostrate due prodotti (o delle foto): lo stesso miele in un sacchetto di plastica e in un vasetto di marca. Chiedete: "Quanto sareste disposti a pagare per questo? E per quest'altro?" Le risposte saranno diverse. Poi dite: "Il miele è lo stesso. Le api sono le stesse. Quindi, per cosa state pagando in realtà?" Lasciate che rispondano: confezione, storia, presentazione, fiducia. Dite: "Questo è ciò che chiamiamo un sovrapprezzo. E la maggior parte di voi non lo fa pagare."

Durante l'esercizio

- Il problema più comune è che i partecipanti indicano un prezzo troppo basso. Chiedete: "Avete incluso il vostro tempo? Quante ore vi occorre?" Ricalcolate insieme a loro.
- Se il gruppo è internazionale, chiedete a un operatore italiano o greco di comunicarvi il prezzo di un prodotto comparabile. Lasciate che siano i risultati a parlare.
- Per gli extra, fornite esempi concreti: ricettario (€0,20), piccolo assaggio, possibilità di scattare una foto, "attestato di partecipazione".

Come chiudere l'unità

Chiedete: "Quanti di voi fissano un prezzo più alto di quello che applicano attualmente?" La maggior parte delle mani alzerà. Dite: "Quella differenza tra il vostro prezzo attuale e il prezzo che avete appena calcolato... quello è il denaro che state lasciando sul tavolo ogni giorno."

Lista di controllo dei materiali

- Modelli di cartellini prezzi stampabili (1 a persona)
- Rappresentazione visiva della catena del valore (lavagna a fogli mobili o proiezione)
- Prodotti reali a scopo di confronto (se disponibili) o foto
- Esempio di listino prezzi completo
- Piani finanziari mensili completati dall'Unità 2 (a cura dei partecipanti)
- Penne, calcolatrici/telefoni

Unità 3 — Supporto alla ricerca sull'IA per i formatori

Cosa ricercare

Prezzi tipici per le esperienze di agriturismo nella tua regione. Esempi di filiera agro-economica con prodotti locali. Confronto dei prezzi tra il tuo paese e i paesi limitrofi. Idee per attività aggiuntive adatte al contesto locale.

Perché questo è importante per la consegna

La questione dei prezzi è la più delicata. Gli operatori tendono a praticare prezzi inferiori a quelli reali e si oppongono ad aumentarli. I confronti tra prezzi locali, soprattutto quelli transfrontalieri, sono lo strumento più efficace per evidenziare tale divario.

Suggerimento dell'IA per il formatore

Copia in ChatGPT, Gemini o programmi simili:

"Sto formando piccoli operatori agrituristici in [paese/regione] sulla definizione dei prezzi. Forniscimi: (1) fasce di prezzo tipiche per esperienze agrituristiche comuni in [paese] — pernottamento, degustazione di vini, corso di cucina, visita all'azienda agricola; (2) gli stessi prezzi in [paese limitrofo] per confronto; (3) 3 esempi di filiera agroalimentare utilizzando un prodotto locale di [regione] — materia prima → trasformato → prezzo dell'esperienza; (4) 5 semplici idee per servizi aggiuntivi per piccole aziende agricole. Sii pratico e utilizza prezzi in euro."

Controllo da parte dell'istruttore prima dell'uso

- Verifica le fasce di prezzo consultando gli annunci effettivi su Booking.com per la tua zona.
- Assicurati che il confronto tra paesi sia equo: qualità e contesto simili
- Verificate che gli esempi di catena del valore utilizzino prodotti che vengono effettivamente coltivati nella vostra regione.
- Metti alla prova le idee per le aggiunte: funzionerebbero in una vera fattoria locale?

Unità 4 — Trova i soldi, inizia in piccolo

Diapositive: 17–20 (vedi Allegato 1 — Piano della presentazione)

Competenze mancanti	Gli operatori hanno sentito parlare dei finanziamenti europei, ma credono che siano "riservati alle grandi aziende" o che la burocrazia sia "eccessiva". Molti aspettano un cospicuo finanziamento e nel frattempo non fanno nulla. I giovani studenti non conoscono i sistemi di finanziamento. C'è scarsa conoscenza delle opzioni di diversificazione che richiedono investimenti minimi o nulli.
Soluzione pratica	Il piano a due fasi: Fase A: individua una via di finanziamento realistica e prepara le basi. Fase B: scegli un'azione a basso costo che puoi avviare nei prossimi 60 giorni senza alcun finanziamento.
Risultati tangibili	Piano di finanziamento e per i prossimi 60 giorni, tutto completo.

Concetti chiave spiegati

Che cos'è la Politica Agricola Comune (PAC)?

Il principale quadro di riferimento dell'UE per il sostegno all'agricoltura e alle zone rurali. Fornisce finanziamenti ad agricoltori, produttori alimentari e comunità rurali in tutti gli Stati membri dell'UE. Non si tratta di un unico programma, bensì di un ampio sistema con numerosi sottoprogrammi.

Esempio: nell'ambito della PAC, una piccola azienda agricola può ricevere sostegno attraverso la PAC per diversificare le proprie attività nel turismo, migliorare l'efficienza energetica o commercializzare prodotti locali, a condizione che sappia a chi rivolgersi e che soddisfi i requisiti di base.

Che cos'è LEADER / CLLD?

Un approccio dal basso verso l'alto allo sviluppo rurale finanziato attraverso la PAC. LEADER opera tramite i Gruppi di Azione Locale (GAL), ovvero organizzazioni locali che decidono quali piccoli progetti ricevere finanziamenti nella loro area. È specificamente concepito per progetti su piccola scala a livello comunitario.

Esempio: un gruppo locale di autogoverno locale ha finanziato un piccolo progetto di segnaletica per le aziende agricole locali aperte ai visitatori. La domanda era breve, il budget limitato e la decisione è stata presa a livello locale, non nella capitale o a Bruxelles.

Che cos'è un LAG (Gruppo di Azione Locale)?

Una partnership tra organizzazioni locali pubbliche e private che gestisce i finanziamenti LEADER in un'area specifica. Il vostro LAG (Local Government Ambulance) è il vostro primo punto di contatto per i finanziamenti per lo sviluppo rurale.

Esempio: "Recati presso l'ufficio LAG. Presentati. Chiedi: quali chiamate sono aperte in questo momento? Sono lì per aiutarti, è il loro lavoro."

Che cos'è il RDP (Programma di sviluppo rurale)?

Il programma nazionale attraverso il quale ogni paese dell'UE distribuisce la propria quota di fondi della PAC per lo sviluppo rurale. Ogni paese ha il proprio PSR con le proprie priorità e regole di applicazione.

Esempio: la Bulgaria ha il Programma nazionale di sviluppo rurale (PRNR). L'Italia ha programmi regionali di riforma del settore pubblico e privato (PRS). La Grecia opera attraverso il suo piano strategico nazionale di PAC.

Che cos'è la diversificazione del reddito?

Aggiungere nuove modalità di guadagno senza abbandonare l'attività agricola principale. L'obiettivo è ridurre la dipendenza da un'unica fonte di reddito.

Esempio: un vigneto che vendeva vino solo al mercato ora offre anche degustazioni nel fine settimana, vende direttamente in azienda e organizza una vendemmia in autunno. Tre nuove fonti di reddito, senza grandi investimenti.

Che cos'è un modello cooperativo o di condivisione dei costi?

Due o più operatori condividono i costi (attrezzature, marketing, trasporti o personale) per ridurre le spese individuali.

Esempio: "In alcune zone d'Italia, gli agricoltori condividono un furgone per le consegne, un responsabile dei social media e uno stand comune alle fiere alimentari. I loro costi fissi sono la metà di quelli che pagherebbero individualmente."

Focus sui contenuti

CAP / LEADER / RDP in linguaggio semplice

Cosa finanziano, chi può fare domanda, come funziona la procedura. Niente tecnicismi. "LEADER è perfetto per il tipo di piccolo progetto che stai cercando."

Dove cercare — Per Paese

Presentata come scheda di riferimento. Ogni paese ha il proprio programma di sviluppo rurale, la propria struttura LEADER/CLLD e le proprie opzioni di cooperazione transfrontaliera. I formatori devono informarsi sui programmi specifici disponibili nella propria regione. I formatori di altri paesi devono preparare un equivalente locale.

Idee a basso costo che non necessitano di sovvenzioni

Degustazioni stagionali, piccoli laboratori, un angolo di vendita in azienda, eventi per la vendemmia, un pacchetto "visita + degustazione + acquisto", marketing condiviso con un vicino.

Un approccio leggero alle certificazioni

DOP, IGP, etichette ecologiche: gli studenti non ne hanno bisogno per iniziare, ma conoscerne l'esistenza è utile per la pianificazione futura. Approfondimenti nel Modulo 3.

Prospettiva UE (pratica, non teorica)

I finanziamenti privilegiano i progetti che dimostrano responsabilità ambientale, filiere di approvvigionamento locali e benefici per la comunità. "Se utilizzate prodotti locali, riducete gli sprechi e date lavoro a persone del posto, avete già metà delle informazioni necessarie per una richiesta di finanziamento ."

Esercitazione pratica: i miei finanziamenti e il piano per i prossimi 60 giorni.

Obiettivo	Individuare una via di finanziamento e un'azione immediata a basso costo.
Cosa fanno gli studenti	Due percorsi in un unico modello. Percorso A: un programma di finanziamento , documenti probabilmente necessari, chi contattare, data obiettivo. Percorso B: un'azione da intraprendere nei prossimi 60 giorni senza finanziamenti: cosa fare, primo passo, data di inizio.
Per operatori esperti	Entrambi i brani sono basati su situazioni reali.
Per studenti / aspiranti operatori	Percorso A: uguale. Percorso B: riformulato come "primo passo per testare la mia idea" (organizzare un piccolo evento, visitare un'azienda agrituristica, creare una pagina sui social media per un concetto).
Tempo	15 minuti (10 di lavoro + 5 di condivisione: ogni persona descrive in una frase il proprio obiettivo per i prossimi 60 giorni)
Debrief	Impegno pubblico: ogni persona dichiara ad alta voce il proprio impegno per 60 giorni.

Cose da fare e da non fare

Fare	Non
Visita l'ufficio LAG locale: è gratuito, è il loro lavoro e sanno cosa è aperto.	Non date per scontato che i finanziamenti dell'UE siano destinati solo alle grandi aziende o a persone con conoscenze.
Per la tua prima applicazione, inizia con un progetto piccolo e realistico: impara il processo su qualcosa di gestibile.	Non aspettate il finanziamento "perfetto" di ingente entità: aspetterete per sempre e non farete nulla.
Tenete pronti in anticipo i documenti essenziali (registrazione, codice fiscale, documenti di proprietà, un progetto di una pagina).	Non iniziare la procedura di candidatura la settimana prima della scadenza: rischi di perderti qualcosa.
Nei prossimi 60 giorni, compi un'azione a basso costo: metti alla prova un'idea prima di investirci.	Non confondete "Non ho fondi" con "Non posso iniziare": molti buoni primi passi non costano nulla.

Parla con altri operatori che hanno ricevuto finanziamenti: la loro esperienza è più utile di qualsiasi manuale.

Non cercare di orientarti da solo nel sistema di finanziamento: chiedi aiuto al tuo LAG, al tuo comune o a un progetto come questo.

Esempi da utilizzare

- **Bulgaria:** Un progetto finanziato dal programma LEADER — segnaletica, materiale di marketing o una piccola ristrutturazione.
- **Un progetto transfrontaliero che collega aziende agricole di regioni limitrofe attraverso un percorso condiviso per la vendita di cibo o vino.**
- **Italia:** Diversificazione agricola supportata da GAL: come il gruppo di azione locale ha aiutato un piccolo agricoltore ad aggiungere un corso di cucina e a commercializzarlo.

Guida all'adattamento

Il panorama dei finanziamenti varia da paese a paese. I formatori devono preparare una scheda di riferimento per i finanziamenti locali prima dell'inizio del corso. Il metodo a due binari funziona universalmente.

Linee guida per la facilitazione — Unità 4

Prima della sessione

- Stampare un modello di "Piano di finanziamento e prossimi 60 giorni" per ogni partecipante.
- Preparare una scheda di riferimento sui finanziamenti specifica per paese: una pagina per paese che mostri 3-4 programmi pertinenti.
- Se possibile, invita un rappresentante locale del LAG o qualcuno che ha ricevuto finanziamenti LEADER.
- Prepara 3-4 esempi di diversificazione a basso costo su un foglio a fogli mobili.

Come avviare l'unità

Chiedete: "Chi di voi ha mai fatto domanda per finanziamenti europei o sovvenzioni pubbliche?" Contate le mani. Di solito sono in pochi. Poi chiedete: "Chi pensa che la procedura sia troppo complicata?" Altre mani alzate. Dite: "LEADER è stato pensato proprio per persone come voi. Piccoli progetti, decisioni locali, burocrazia gestibile. Il problema non è che sia troppo difficile. Il problema è che nessuno vi ha detto dov'è la porta. Oggi ve la mostro io."

Poi chiedete: "Chi aspetta di avere i finanziamenti prima di iniziare qualcosa di nuovo?" Dite: "Questa è la trappola. Aspettare i soldi è la cosa più costosa che possiate fare: vi costa tempo. Quindi oggi lavoriamo su due fronti."

Durante l'esercizio

- Percorso A: Molti non sapranno quale programma scegliere. Indicate la scheda di riferimento e aiutateli a restringere il campo.
- Percorso B: Insistere sui dettagli. "Cosa esattamente? Entro quando? Qual è la prima cosa che farai domani mattina?"
- Per gli studenti, il Percorso B è fondamentale. Aiutateli a vederlo come una prova, non come un impegno.
- Se è presente un rappresentante del LAG, concedetegli 5-10 minuti.

Come chiudere l'unità

Ciascuno esponga in una frase il proprio obiettivo per i prossimi 60 giorni. Scriveteli su un foglio a cavalletto. Questo crea un impegno pubblico. Concludete dicendo: "Ora avete quattro documenti: una tela, un'istantanea, un listino prezzi e un piano. Si tratta di una pianificazione aziendale più elaborata di quella che la maggior parte degli operatori agrituristici realizza. Usateli."

Lista di controllo dei materiali

- Modelli stampabili per il piano di finanziamento e il piano per i prossimi 60 giorni (1 a persona)
- Schede di riferimento per i finanziamenti specifici per paese
- Elenco di idee di diversificazione a basso costo (su lavagna a fogli mobili o in proiezione)
- Relatore ospite del LAG o candidato con esperienza (facoltativo ma consigliato)
- Canvas, Snapshot e Price Card completati dai partecipanti delle unità precedenti
- Pennarelli e lavagna a fogli mobili per le attività di 60 giorni

Unità 4 — Supporto alla ricerca sull'IA per i formatori

Cosa ricercare

Bandi LEADER/CLLD attualmente aperti nella tua regione. Contatti dei gruppi di azione locale (GAL) per la tua zona. Priorità del programma nazionale di sviluppo rurale. Esempi di diversificazione a basso costo che hanno funzionato per le piccole aziende agricole.

Perché questo è importante per la consegna

Le informazioni sui finanziamenti diventano obsolete in fretta. Un formatore che arriva con il nome del GAL locale, i bandi aperti e un progetto reale finanziato trasforma questo modulo dalla teoria alla pratica.

Suggerimento dell'IA per il formatore

Copia in ChatGPT, Gemini o programmi simili:

"Sto formando piccoli operatori agrituristici in [paese/regione] sui finanziamenti UE e su come iniziare in piccolo. Forniscimi: (1) il Gruppo di Azione Locale (GAL) che copre [regione/comune] con i relativi recapiti, (2) 2-3 bandi LEADER/CLLD attuali o recenti pertinenti all'agriturismo in [paese], (3) 3 azioni di diversificazione a basso costo che una piccola azienda agricola può avviare in 60 giorni senza alcun finanziamento, (4) i documenti chiave necessari per una domanda LEADER in [paese]. Assicurati che siano azioni concrete."

Controllo da parte dell'istruttore prima dell'uso



- Verifica i nomi e i contatti dei LAG tramite la directory dei LAG della rete EU CAP.
- Verificate che i bandi di finanziamento siano effettivamente in corso : l'intelligenza artificiale potrebbe citare bandi scaduti.
- Verifica che i documenti richiesti corrispondano alla procedura di candidatura effettiva del tuo paese.
- Assicuratevi che le idee per il "piano d'azione di 60 giorni" siano effettivamente realizzabili con un budget pari a zero.

Casi studio

Ciascun modulo comprende esattamente due casi di studio. Ognuno segue la stessa struttura per facilitare il confronto e il trasferimento tra paesi.

Caso studio 1 — Bulgaria: la gita di un giorno Farmstop

Una regione vinicola dell'Europa meridionale

Contesto	Una piccola azienda vinicola a conduzione familiare in una regione calda e secca. Produzione di vino, 3 camere per gli ospiti, cucina essenziale. L'attività si basa principalmente sull'affitto estivo e sulla vendita del vino al mercato locale. Marketing minimo: passaparola e una pagina Facebook.
Offerta	" Farmstop " per una gita di un giorno: visita strutturata di 2 ore che include passeggiata tra i vigneti, degustazione di 3 vini locali con formaggi e possibilità di acquistare le bottiglie direttamente. L'alloggio è offerto separatamente per i visitatori del fine settimana.
Ospiti target	Visitatori del fine settimana provenienti dalla città più vicina (2-3 ore di auto), turisti giornalieri provenienti da una regione limitrofa (1-1,5 ore), piccoli gruppi organizzati .
Canali	Pagina Facebook, Booking.com (solo camere), WhatsApp per prenotazioni di gruppo dirette, ufficio turistico locale, passaparola.
Logica di determinazione dei prezzi	Farmstop : 12 € a persona (prezzo base circa 7 € - margine sul valore dell'esperienza). Camera: 25-30 € a notte. Vino in azienda: 20% in più rispetto al prezzo di mercato locale.
Stagionalità	Attivo da maggio a ottobre. Nessuna offerta invernale. Le risorse idriche termali si trovano a 15 minuti di distanza e non sono integrate nell'attività commerciale.

3 lezioni apprese

1. Il pacchetto per le gite di un giorno rende di più per ora di lavoro rispetto ai pernottamenti in hotel.
2. Booking.com trattiene il 15% e non condivide i dati di contatto degli ospiti. Le prenotazioni dirette tramite WhatsApp, invece, trattengono l'intero importo e creano una lista degli ospiti.
3. Quattro o cinque mesi senza entrate, con costi fissi costanti, rappresentano il rischio finanziario più elevato, ma anche il più facile da affrontare, anche con un solo evento fuori stagione.

Cosa riprodurre domani

Organizza una breve visita strutturata con durata e prezzo chiari. Configura WhatsApp Business. Sperimenta un'offerta per un weekend invernale.

Spunto di discussione

"Se doveste iniziare da zero, quale parte costruireste per prima e perché?"

Caso studio 2 — Italia: Il ritmo dell'agriturismo

Umbria / Italia meridionale

Contesto	Azienda agricola a conduzione familiare specializzata nella coltivazione dell'olivo, con 5 camere, giunta alla terza generazione. Programma settimanale fisso: corso di cucina il mercoledì, degustazione il venerdì. Il calendario agricolo detta il turismo, non il contrario.
Offerta	Camere con colazione inclusa (con prodotti di produzione propria), corso di cucina, degustazione di olio d'oliva, vendita diretta dei prodotti (olio, conserve, miele), evento di raccolta stagionale a novembre.
Ospiti target	Turisti del Nord Europa (Germania, Regno Unito, Paesi Bassi), visitatori nazionali provenienti da Roma/Milano, gruppi di turismo enogastronomico, occasionali ritiri aziendali invernali.
Canali	Sito web personale, Airbnb, Agriturismo.it, Instagram, festival enogastronomici locali, partnership con 2 tour operator.
Logica di determinazione dei prezzi	Camera: 70-90 € a notte, colazione inclusa con prodotti locali (colazione = vetrina dei prodotti). Corso di cucina: 45 € a persona. Olio in azienda: prezzo doppio rispetto al supermercato, con storia e confezione.
Stagionalità	Periodo di punta: aprile-ottobre. Periodo intermedio: eventi legati alla raccolta delle olive (novembre). Inverno: corsi di cucina per piccoli gruppi, ritiri aziendali, vendita di prodotti online.

3 lezioni apprese

1. Le giornate a orario fisso semplificano le operazioni e garantiscono prevedibilità. Gli ospiti prenotano in base al calendario dell'azienda agricola.
2. Cinque fonti di reddito fanno sì che nessun singolo mese negativo sia fatale.
3. La storia e la confezione hanno raddoppiato il prezzo dello stesso olio d'oliva.

Cosa riprodurre domani

Il ritmo a giorni fissi: scegli 2 giorni a settimana per le attività. La logica di valorizzazione dell'esperienza. Il raccolto come evento prenotabile, non solo come lavoro.



Spunto di discussione

"Con un budget limitato ma terreni fertili e prodotti di qualità, quale di queste cinque fonti di reddito provereste per prima?"

Esercitazioni pratiche - Riepilogo

#	Titolo	Collegato a	Tempo	Produzione
1	Crea il tuo Business Canvas per l'agriturismo	Unità 1	25 minuti	Business Canvas completato (9 campi)
2	Il piano finanziario mensile	Unità 2	20 minuti	Riepilogo dei costi e dei ricavi su base annua
3	Crea il tuo listino prezzi	Unità 3	15 minuti	Listino prezzi con prezzo base, sovrapprezzo, extra e distinzione tra ore di punta e giorni feriali.
4	Il mio piano di finanziamento e i prossimi 60 giorni	Unità 4	15 minuti	Percorso di finanziamento + un'azione immediata a basso costo con data

Tutti gli esercizi includono una variante per gli studenti che non hanno un'attività preesistente.

4 modelli da portare a casa

#	Modello	Cosa cattura
1	Modello di business per l'agriturismo	9 campi: proposta di valore, clienti, canali, relazioni, risorse, attività, partnership, costi, ricavi
2	Piano finanziario mensile	Costi (fissi, variabili, occulti), entrate per fonte, utile/perdita mensile, nota stagionale, voce dei costi di conformità
3	Listino prezzi	Prezzo base, sovrapprezzo, prezzo finale, differenza tra alta stagione e giorni feriali, 2 extra, giustificazione breve
4	Finanziamenti e piano per i prossimi 60 giorni	Percorso A: programma di finanziamento, documenti, contatti, data. Percorso B: azione a basso costo, primo passo, data di inizio.

Il Business Canvas: un documento in continua evoluzione

Il Business Canvas per l'agriturismo creato nell'Unità 1 non è un esercizio da svolgere una tantum. Si tratta di un documento dinamico che si evolve con ogni modulo del programma .

Dopo ognuno dei sei moduli, i partecipanti dovranno riprendere il proprio canvas e aggiornarlo con quanto appena appreso. Nuove conoscenze su strumenti digitali, valore del prodotto, pratiche sostenibili, esperienze dei visitatori o tendenze future: tutto confluisce nel canvas. I campi che risultavano vuoti o carenti nella prima bozza si riempiono gradualmente. Al termine del programma , il canvas non sarà più una bozza, ma un concetto aziendale completo e collaudato, racchiuso in un'unica pagina.

Istruzioni per i formatori che erogano qualsiasi modulo:

Al termine di ogni modulo, chiedete ai partecipanti di prendere il loro Business Canvas del Modulo 1 (5 minuti). Chiedete loro: "Cosa avete imparato oggi che può cambiare qualcosa nel vostro canvas? Aggiornatelo ora". Questo richiede pochissimo tempo, ma mantiene visibile e pratico il collegamento tra i moduli.

Suggerimento: chiedete agli studenti di utilizzare una penna di colore diverso ogni volta che aggiornano la tela. Questo rende visibile l'evoluzione: potranno vedere come la loro idea imprenditoriale si è sviluppata durante il programma .

È disponibile un foglio informativo di una pagina sul percorso con Canvas (vedi Allegato 3). Distribuitelo al termine del Modulo 1 in modo che sappiano cosa li aspetta e perché Canvas è importante anche dopo oggi.

Autovalutazione

Cinque domande di riflessione. Personali e pratiche, non valutate.

1. Analizzando il tuo Business Canvas, qual è il tuo punto di forza e quale necessita di maggiori miglioramenti?
2. Quanti dei vostri costi erano "sotto la linea di galleggiamento", ovvero costi che non avevate considerato prima di oggi?
3. Analizzando il tuo piano finanziario mensile, quali sono i mesi in cui riscontri maggiori difficoltà? Cosa potresti fare per migliorare la situazione?
4. Il tuo prezzo si basa su un calcolo o su una sensazione? Cosa cambieresti nel tuo listino prezzi?
5. Qual è il tuo piano d'azione per i prossimi 60 giorni e quando inizierai esattamente?

Note per il formatore

Sul pubblico misto

Se il gruppo comprende sia operatori esperti che studenti, fateli sedere insieme. Gli operatori apportano la realtà e la conoscenza pratica, mentre i giovani studenti portano domande, competenze digitali e una prospettiva nuova. Entrambi imparano dallo scambio.

Sulla resistenza ai numeri

Alcuni studenti diranno: "Non conosco i miei costi". Dite loro: una stima con un punto interrogativo è meglio di una cella vuota. L'importante è la consapevolezza, non la precisione contabile.

Sul Business Canvas

Alcuni operatori esperti opporranno resistenza: "Conosco il mio lavoro, non ho bisogno di metterlo per iscritto". Chiedete loro comunque di provare. La maggior parte scoprirà almeno un punto debole. Per gli studenti, il canvas è essenziale: trasforma un'idea vaga in qualcosa di concreto.

Sulle dinamiche transnazionali

Quando gli operatori di diversi paesi confrontano i prezzi, le differenze sono spesso sorprendenti. Non sottovalutate questi momenti: rappresentano una delle occasioni di apprendimento più preziose del modulo.

In termini di tempistica

L'esercizio Business Canvas (25 minuti) è il più lungo e tende a generare discussione. Mantenete il debriefing focalizzato: un punto di forza, un punto di debolezza per persona. Se siete in ritardo sulla tabella di marcia, abbreviate la discussione comparativa nell'Unità 3.

Sui modelli come risultati finali

I quattro modelli rappresentano il vero risultato di questo modulo. Se uno studente li completa tutti e quattro, significa che il modulo ha funzionato, indipendentemente dalla quantità di teoria che ha assimilato.

Sulla conformità

Gli esempi sono basati su Bulgaria, Grecia e Italia (i paesi partner del progetto). I formatori in altri contesti dovrebbero sostituire gli esempi con equivalenti locali. I metodi, i modelli e gli esercizi sono applicabili a qualsiasi contesto di agriturismo rurale europeo.

Sui compiti a casa

La sezione dedicata ai compiti a casa è fornita separatamente (vedi sezione successiva). Incoraggiate gli studenti a completare almeno un compito prima della prossima sessione. Se questo modulo viene proposto come evento a sé stante, senza un seguito, chiedete agli studenti di fissare una scadenza personale e di condividerla con un compagno di banco: la responsabilità reciproca è fondamentale.

Compiti per i partecipanti

Questi compiti sono pensati per essere completati dopo la sessione di formazione. Aiutano i partecipanti ad applicare quanto appreso alla propria situazione reale. I formatori dovrebbero proporli al termine del modulo e incoraggiare i partecipanti a completarne almeno uno prima della sessione successiva o entro due settimane.

Attività 1 — Verifica dei costi reali (collegata all'Unità 2)

Scegli il tuo prodotto o servizio più popolare (un vasetto di marmellata, una serata per ospiti, una degustazione: qualunque cosa tu venda di più). Calcola il suo costo esatto, passo dopo passo:

- Elenca ogni ingrediente o materiale che lo compone
- Aggiungere i costi energetici (elettricità, gas, carburante) — anche se stimati
- Aggiungere i costi di imballaggio, etichette o eventuali costi di presentazione.
- Aggiungi il tuo tempo di lavoro: quanti minuti o ore ti occorrono? Valuta il tuo tempo in base al salario minimo locale.
- Aggiungi una quota dei tuoi costi fissi (assicurazione, affitto, usura delle attrezzature): dividi i tuoi costi fissi mensili per il numero di prodotti o servizi che fornisci in un mese.

Annota il totale. Confrontalo con il prezzo che applichi attualmente. Se il costo è superiore al tuo prezzo, stai perdendo denaro su ogni vendita.

Porta il risultato alla prossima sessione. Se non è prevista una sessione di approfondimento, condividilo con un membro del tuo gruppo di formazione entro una settimana.

Attività 2 — La visita ai concorrenti (collegata alle Unità 1 e 3)

Visita un'azienda agrituristica vicino a te, come ospite e non come concorrente. Può essere una fattoria, una pensione, un'enoteca, un negozio di prodotti agricoli. Mentre sei lì, osserva:

- Cosa offrono? Come viene confezionato?
- Quanto costano? Il prezzo è visibile?
- Com'è l'esperienza, dal momento in cui arrivi al momento in cui parti?
- Cosa faresti di diverso?
- Cosa potresti imparare da loro?

Scrivi una nota di mezza pagina con le tue osservazioni. Se possibile, scatta qualche foto (con il permesso del proprietario). Non si tratta di copiare, ma di osservare la tua attività con occhi nuovi.

Attività 3 — Il controllo a 60 giorni (collegato all'Unità 4)

Durante la sessione hai scritto un piano d'azione di 60 giorni per il tuo "Finanziamenti e piano per i prossimi 60 giorni". Questo compito è semplice:

- Segna la data di inizio sul tuo calendario o sul telefono: oggi, non "un giorno qualsiasi".
- Informa una persona (un familiare, un collega del corso di formazione, un amico): un impegno pubblico rende più difficile rimandare.
- Dopo 60 giorni, verifica: ci sei riuscito? Se sì, cosa è successo? Se no, cosa te l'ha impedito?

Se il tuo programma di formazione prevede una sessione di follow-up, porta con te questo aggiornamento. In caso contrario, invia un breve messaggio al tuo formatore o a un altro partecipante.

Attività 4: Completa il tuo Business Canvas a casa (collegato all'Unità 1)

Durante la sessione, hai compilato rapidamente il tuo Business Canvas. Ora portalo a casa e rivedilo con più calma:

- Ci sono ancora campi vuoti? Prova a compilarli, oppure scrivi ciò che devi scoprire
- Mostralo a qualcuno che conosce la tua attività (un familiare, un socio, un amico). Chiedigli: "Ti sembra corretto? Cosa manca?"
- Se sei uno studente, mostralo a qualcuno che gestisce una vera attività di agriturismo e chiedigli un parere sincero.

Un buon Business Canvas non è mai completo al primo tentativo. Migliora ogni volta che lo si rivede.

Attività 5 (facoltativa) — L'esperimento sui prezzi (collegato all'Unità 3)

Se hai già un prodotto o un'esperienza, prova questo:

- Aumenta il prezzo del 10-20% per una settimana o per un gruppo specifico di ospiti.
- Aggiungi un semplice extra (una scheda con la ricetta, un piccolo assaggio, un'opportunità per scattare una foto).
- Osserva: qualcuno si è lamentato? Hai perso clienti? Quanto hai guadagnato in più?

La maggior parte degli operatori che provano questa strategia scopre che nessuno si accorge dell'aumento di prezzo e che il servizio aggiuntivo dà ai clienti l'impressione di aver ottenuto di più. Il denaro che si è lasciato sfuggire diventa improvvisamente evidente.

Questo compito è riservato agli operatori con vendite già avviate. Gli studenti possono invece pianificare un esperimento ipotetico sui prezzi per la loro attività di riferimento.

Allegati

Allegato 1 — Piano della presentazione (diapositive)

Le slide di presentazione che accompagnano questo modulo sono fornite come file separato. Sono progettate per essere utilizzate in presenza, online o in modalità ibrida e seguono la struttura delle unità di questo manuale.

La presentazione comprende:

- Diapositive introduttive (titolo del modulo, panoramica, attività rompighiaccio)
- Diapositive con i contenuti per ciascuna delle 4 unità
- Diapositive con istruzioni per gli esercizi e anteprime visive di ciascun modello.
- diapositive del caso di studio
- Autovalutazione e diapositive conclusive

Il contenuto delle diapositive, gli script per il formatore e le note di facilitazione per ciascuna diapositiva sono dettagliati nel documento Piano di presentazione.

Vedi il file separato: Modulo 1 — Presentazione

Allegato 2 — Raccolta di risorse

Questo allegato fornisce 18 risorse verificate e pronte all'uso per i formatori, a supporto dell'erogazione del Modulo 1. Tutti i link sono stati controllati il **5 marzo 2026**. Sono incluse solo fonti stabili, primarie e ufficiali.

Come utilizzare in classe

Stampa i PDF contrassegnati come prioritari (panoramica dei costi, guida alla progettazione di prezzi/esperienze, panoramica del CAP, checklist dell'etichetta ecologica, tabella di marcia per la riduzione degli sprechi alimentari, estratto della legge sul turismo) e conserva gli altri come link QR per consultarli dopo la sessione. La maggior parte dei documenti sono brevi PDF o semplici pagine web compatibili con i dispositivi mobili.

Come adattare gli esempi alla propria area geografica

I formatori dovrebbero sostituire gli esempi di questo modulo con riferimenti provenienti dal proprio paese e dalla propria regione. Utilizzare destinazioni, colture, prodotti e modelli turistici locali. Chiedere agli studenti: "Qual è l'attrazione più vicina che attira visitatori giornalieri nella vostra zona?" per rendere trasferibili i contenuti, come nell'esempio della rete PAC dell'UE. Quando si parla di finanziamenti, è bene essere concisi: "Prima di tutto, i gruppi di azione locali" per i piccoli progetti e la guida della Commissione sui finanziamenti per il turismo per il contesto più ampio dell'UE.

Per una classe mista di BG/GR/IT: utilizzare la stessa logica aziendale in tutti i paesi (istantanea dei costi → prezzo minimo → sovrapprezzo → ripartizione stagionale) e trattare le differenze di conformità come compiti a casa specifici per ciascun paese.

Unità 1 Risorse (Costi / Entrate)

- **Kit di strumenti per gli investimenti rurali** — FAO — fao.org/in-action/ruralinvest/toolkit/en/

Utilizzare la logica dell'"istantanea di fattibilità" per strutturare l'analisi dei costi. Grecia: aggiungere picchi più elevati nei fine settimana/festivi. Italia: includere i costi di conformità per gli agriturismi.

- **Serie di e-learning: Investimenti Rurali** — FAO eLearning Academy — elearning.fao.org/course/Ruralinvest-series-en

Preparazione per il formatore o compiti a casa facoltativi: brevi moduli che spiegano l'analisi degli investimenti in termini semplici. Stesse unità didattiche per tutti i paesi.

Risorse dell'Unità 2 (Prezzi / Progettazione dell'esperienza utente)

- **Creare esperienze di agriturismo di successo: una guida pratica** — Centro investimenti EBRD + FAO (2024) — activate.org

Risorsa dell'Unità 2 del Codice di Riferimento per la giustificazione di imballaggi e prezzi. Grecia: scambio con attività relative a olio d'oliva, miele e vino. Italia: utilizzo come convalida della logica "prima l'azienda agricola".

- **Rapporto globale sul turismo enogastronomico** — UN Tourism / UNWTO (2012) — webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com

Utilizza 2-3 pagine per spiegare perché gli ospiti pagano di più per le storie legate al cibo. Grecia: collega il turismo enogastronomico all'autenticità e alla stagionalità. Italia: usala come punto di riferimento.

Unità 3 Risorse (Finanziamenti / Diversificazione)

- **In sintesi : Piano strategico PAC della Bulgaria (aggiornato)** — Commissione europea, DG Agricoltura (2025) — agriculture.ec.europa.eu

Da utilizzare come mappa per percorsi realistici di sostegno alle aree rurali. Grecia/Italia: utilizzare la scheda informativa equivalente del Piano nazionale della PAC disponibile sullo stesso sito.

- **Guida sui finanziamenti UE per il turismo** — Commissione europea, DG Mobilità e trasporti — transport.ec.europa.eu

Mostra agli studenti dove si trovano i finanziamenti UE rilevanti per il turismo. Grecia/Italia: incoraggiare la collaborazione transfrontaliera attraverso pacchetti e itinerari.

- **Elenco dei GAL** — Rete PAC dell'UE — eu-cap-network.ec.europa.eu/networking/leader/lag-directory

Utilizzalo in classe: trova il contatto del Gruppo di Azione Locale più adatto per ottenere i finanziamenti LEADER/CLLD. Il flusso di lavoro è lo stesso per tutti i paesi: cerca la tua regione e salva il contatto.

Risorse di conformità

- **Legge sul turismo (Bulgaria) — Traduzione in inglese** — Archivio della Commissione europea (2018) — commission.europa.eu

Materiale di riferimento per i formatori sulla categorizzazione, le definizioni e gli obblighi turistici in Bulgaria. Grecia/Italia: da utilizzare a scopo comparativo, non a fini legali, ma per dimostrare che tutti i paesi presentano strutture simili.

- **Portale del Registro Nazionale del Turismo** — Ministero del Turismo della Bulgaria — ntr.tourism.government.bg

Dimostrazione pratica: come controllare un sito categorizzato e quali informazioni sono pubbliche. Grecia/Italia: svolgete lo stesso esercizio con il vostro registro nazionale.

Risorse per la sostenibilità

- **Manuale d'uso per le strutture ricettive turistiche (Ecolabel UE)** — Commissione europea, DG Ambiente (2022) — environment.ec.europa.eu

Elenco di azioni a basso costo per acqua, energia e rifiuti. Stampa prioritaria. Grecia: focus sulle azioni per contrastare lo stress idrico e termico. Italia: focus sull'efficienza energetica e sulla raccolta differenziata.

- **Tabella di marcia globale delle Nazioni Unite per il turismo per la riduzione degli sprechi alimentari nel turismo** — UN Tourism (2025) — pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com

Struttura semplice: approvvigionamento → preparazione → consumo → redistribuzione.

Grecia/Italia: adattare le opzioni di redistribuzione alle normative locali in materia di donazioni.

Visibilità digitale

- **Assistenza per il profilo aziendale di Google** — Google — support.google.com/business

Un unico punto di accesso per tutte le fasi di configurazione: aggiunta/richiesta, verifica, pubblicazione, risposta alle recensioni. Stesso sistema e stesse problematiche per tutti i paesi.

Ancoraggi nazionali

- **Il tuo Paese: pagine dedicate alle destinazioni turistiche locali fornite dall'ente turistico nazionale o regionale.**

Utilizzate l'attrazione turistica più vicina come punto di riferimento. Chiedete agli studenti: "Qual è il luogo più vicino che attira visitatori nella vostra zona?" – questa è la vostra opportunità di marketing.

- **Grecia: Pagina di ispirazione per l'agriturismo** — Visita la Grecia — visitgreece.gr/inspirations/agritourism

Raccolta rapida di idee per prodotti: attività che puoi vendere come esperienze. Bulgaria: traduci in prodotti locali (vigneto, erbe aromatiche, caseificio).

- **Italia: Legge n. 96/2006 sull'agriturismo (testo in inglese)** — FAOLEX (2006) — faolex.fao.org

Spiega la logica italiana che privilegia l'agricoltura (perché le offerte devono essere legate al settore agricolo). Da utilizzare a scopo comparativo, non come consulenza legale.

Casi di studio ed esempi

- **Diversificazione delle attività rurali a Borino, Bulgaria** — Rete PAC dell'UE (database delle buone pratiche) — eu-cap-network.ec.europa.eu

Esempio bulgaro di diversificazione del turismo rurale. Da utilizzare come modello: un'attrazione principale + servizi di supporto. Grecia/Italia: si applica lo stesso modello.

Video e webinar

- **Webinar sull'etichetta ecologica UE per le strutture ricettive turistiche (registrazione)** — Servizio di streaming della Commissione europea (2024) — webcast.ec.europa.eu

Mostra 3-5 minuti per motivare il concetto che "verde = risparmio + credibilità". Per tutti i paesi: concentrati su risultati rapidi (LED, riduzione del consumo idrico).

- **Webinar sulle buone pratiche per il turismo rurale sostenibile** — Piattaforma comunitaria del Patto rurale (2025) — ruralpact.rural-vision.europa.eu

Dal piano politico alla pratica: come le idee dell'UE sul turismo rurale si traducono in aziende agricole reali. Da utilizzare come spunto di discussione per tutti i paesi.

Allegato 3 — Dispensa Canvas Journey

Un documento di una pagina per gli studenti che illustra l'evoluzione del Business Canvas per l'agriturismo in tutti e 6 i moduli. Da distribuire agli studenti al termine del Modulo 1.

Il documento distribuito include: una tabella che associa ciascun modulo ai campi del canvas che aggiorna, istruzioni pratiche per l'attività "Verifica del Canvas" dopo ogni modulo e il messaggio chiave: Modulo 1 = prima bozza → Modulo 6 = business plan definitivo.

Vedi il file separato: Dispensa Canvas Journey (fornita come documento stampabile di una pagina).