

Progetto AgriVETourism

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

MODULO 6

Il “futuro” dell’agriturismo

Innovazione, adattamento climatico e prospettive future

Per la somministrazione di persona, online o ibrida

Panoramica del modulo

Questo modulo aiuta gli operatori agrituristici e gli aspiranti professionisti a guardare al futuro: ai rischi climatici che la loro azienda agricola deve affrontare, ai miglioramenti ecologici a basso costo che possono adottare ora e ai visitatori che arriveranno nei prossimi cinque anni. È l'ultimo modulo del programma.

Il modulo esplora anche i segmenti emergenti di visitatori, tra cui i viaggiatori più giovani nativi digitali come la Generazione Z, le cui aspettative in termini di autenticità, comunicazione digitale e progettazione dell'esperienza stanno ridefinendo ciò che l'agriturismo deve offrire.

Questo modulo include:

- **3 unità**, ognuna delle quali affronta una lacuna di competenze con una soluzione pratica e un risultato tangibile.
- **3 esercizi principali** che producono elaborati che gli studenti completano e conservano, più 1 esercizio di approfondimento facoltativo.
- **4 casi di studio basati sulle tendenze**: esplorazione delle future tendenze del turismo rilevanti per qualsiasi contesto rurale europeo.
- **3 documenti da portare a casa** (Piano di valutazione del rischio climatico e di risposta, Piano di miglioramento ambientale, Descrizione dell'offerta + Risposte pronte)
- **Domande di autovalutazione** per la riflessione personale
- **Linee guida per la conduzione delle lezioni e risorse per i formatori** per ciascuna unità.

Ogni unità segue la stessa formula:

ONE skill gap → ONE practical solution → ONE tangible output

Unità	Lacuna di competenze	Soluzione	Produzione
Unità 1: Prepararsi ai cambiamenti climatici	Gli operatori reagiscono, ma non pianificano in anticipo.	Piano di risposta e gestione dei rischi climatici	Piano di una pagina con i 3 rischi principali e le relative azioni da intraprendere.
Unità 2: Miglioramenti ecologici che consentono di risparmiare denaro	Gli operatori pensano che "verde" significhi costoso	Piano di miglioramento ambientale	3 miglioramenti prioritari, 1 con piano d'azione
Unità 3: I visitatori di domani e semplici strumenti di intelligenza artificiale	Nessuna conoscenza dei futuri visitatori; paura dell'intelligenza artificiale	Bozza di offerta + Raccolta di risposte pronte	1 offerta + 10 risposte generate dall'IA

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: 2,5 ore

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

Priorità orizzontale dell'UE: Green Deal europeo, adattamento climatico, sviluppo rurale sostenibile, transizione digitale.

Perché questo modulo è importante: i fatti (introduzione del formatore, 2-3 minuti)

- La pressione climatica è ormai un fattore determinante della domanda: ondate di calore, siccità ed eventi meteorologici estremi stanno cambiando i tempi e le destinazioni dei viaggi turistici in Europa.
- Il comportamento dei visitatori sta cambiando: c'è un maggiore interesse per i viaggi fuori stagione, le destinazioni con temperature più miti, il benessere, l'autenticità e il buon rapporto qualità-prezzo.
- L'intelligenza artificiale sta rivoluzionando il turismo: il modo in cui i viaggiatori pianificano, prenotano e comunicano sta cambiando rapidamente. I piccoli operatori rischiano di rimanere indietro senza strumenti semplici e gratuiti.
- L'orientamento politico dell'UE è chiaro: il turismo è chiamato a guidare la transizione verde e digitale. I finanziamenti privilegiano sempre più gli operatori che dimostrano responsabilità ambientale.
- L'opportunità è concreta: l'agriturismo rurale è esattamente ciò che un segmento crescente di visitatori europei sta cercando, a patto che gli operatori sappiano come raggiungerlo.

Obiettivi di apprendimento

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

1. Identificare i 3 principali rischi climatici per la propria azienda agricola e scrivere un'azione di adattamento per ciascuno di essi.
2. Scegli almeno un intervento di miglioramento ecologico a basso costo con un risparmio evidente e avviarlo entro 12 mesi.
3. Descrivi 5 profili di visitatori per i prossimi cinque anni e spiega quali si adattano alla loro posizione
4. Individua in che modo i segmenti emergenti come la Generazione Z si differenziano dai visitatori tradizionali dell'agriturismo e adatta l'offerta di conseguenza.
5. Utilizza un semplice strumento di intelligenza artificiale sul loro telefono per creare una descrizione dell'offerta e 10 risposte predefinite per gli ospiti.

Flusso di somministrazione consigliato (circa 2,5 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.

Bloccare	Durata	Note
Introduzione: Perché è importante: i fatti	10 minuti	Istantanea delle prove, definisce il tono lungimirante
Unità 1: Prepararsi ai cambiamenti climatici + Esercizio 1	30 minuti	Contenuto 15 min + esercizio 15 min
Unità 2: Miglioramenti ecologici + Esercizio 2	30 minuti	Contenuto 15 min + esercizio 15 min
Breve pausa	10 minuti	
Unità 3: Visitatori futuri + Strumenti di intelligenza artificiale + Esercizio 3	35 minuti	Profili 10 min + demo/attività sull'IA 10 min + esercizio 15 min
Facoltativo: esercizio di micro-esperienza per la Generazione Z	20 minuti	Da utilizzare in alternativa alla discussione del caso di studio se il gruppo è coinvolto
OPPURE: Discussione di un caso di studio sulle tendenze	15 minuti	Scegli 2 dei 4 casi di studio da discutere
Autovalutazione + chiusura	10 minuti	Riflessione, compiti a casa, moduli di feedback
Totale	Circa 2,5 ore	Inclusa la pausa

Se il tempo a disposizione è limitato: accorciate la discussione del caso di studio oppure eliminate l'esercizio facoltativo.

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 guidata sull'intelligenza artificiale. Queste risorse non sostituiscono i contenuti del modulo, ma sono uno strumento pratico per aiutare i formatori ad adattare il materiale al proprio paese, regione, stagione e gruppo di partecipanti.

Ogni sezione include un prompt pronto all'uso che i formatori possono copiare in uno strumento di intelligenza artificiale gratuito (ChatGPT, Gemini o simili) per raccogliere esempi locali, dati recenti e riferimenti aggiornati. Ciò è particolarmente utile per aggiornare le condizioni climatiche, le tendenze dei visitatori, i programmi di finanziamento e gli esempi pratici locali prima di ogni erogazione.

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.

Unità 1 — Prepararsi ai cambiamenti climatici

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

Lacuna di competenze	Gli operatori si trovano ad affrontare siccità, ondate di calore, gelate tardive e cambiamenti stagionali, ma non trasformano questi eventi in decisioni aziendali concrete, come la pianificazione, la capacità ricettiva, la sicurezza o la comunicazione con gli ospiti. Reagiscono ai problemi invece di prepararsi ad affrontarli.
Soluzione pratica	Un piano di risposta e valutazione dei rischi climatici di una sola pagina, che identifica i 3 principali rischi per una specifica località, i fattori scatenanti, gli ambiti di intervento, un'azione pratica per ciascuno di essi e un messaggio chiaro per gli ospiti.
Risultati tangibili	Piano di risposta e gestione dei rischi climatici completato.

Concetti chiave

Quali sono i rischi climatici per un'azienda agrituristica?

Il rischio climatico è qualsiasi cambiamento meteorologico o ambientale che possa danneggiare la tua azienda agricola, i tuoi visitatori o il tuo reddito. Può essere improvviso (una grandinata, un allarme incendi, un'alluvione) o graduale (meno pioggia ogni anno, estati più calde, inverni più brevi). Entrambi i tipi richiedono pianificazione.

Esempio: Un vigneto nell'Europa meridionale affronta la siccità ogni estate. L'uva sopravvive, ma i visitatori smettono di venire ad agosto perché fa troppo caldo per passeggiare tra i vigneti. Il rischio climatico non riguarda solo i raccolti, ma anche l'esperienza del visitatore.

Che cos'è l'adattamento climatico?

Adattarsi significa apportare modifiche concrete affinché la tua attività possa gestire i rischi climatici senza perdere visitatori o fatturato. Non si tratta di fermare il cambiamento climatico, ma di essere pronti a ciò che sta già accadendo.

Esempio: spostare le visite guidate ai vigneti al mattino presto (prima delle 10:00) anziché al pomeriggio. Aggiungere zone d'ombra all'area di degustazione. Offrire alternative al coperto nelle giornate di caldo estremo. Questi sono adattamenti: piccoli, economici ed efficaci.

Cos'è un piano B in caso di maltempo?

Un piano di riserva per quando il maltempo sconvolge la tua offerta abituale. I visitatori che arrivano e trovano tutto cancellato sono visitatori che non tornano più. Un piano B li renderà felici anche in condizioni difficili.

Esempio: un'azienda agricola nell'Europa centrale ha un piano B in caso di pioggia: invece della visita guidata all'aperto, gli ospiti partecipano a una degustazione di olio d'oliva al coperto e a una sessione di cucina. Stessa durata, stesso prezzo, formato diverso. Gli ospiti se ne vanno soddisfatti.

Perché è importante comunicare con gli ospiti durante eventi meteorologici?

I visitatori devono sapere cosa aspettarsi prima di arrivare. Un semplice messaggio inviato il giorno prima — "Domani farà molto caldo. Inizieremo il tour alle 8:30 invece che alle 10:00. Portate acqua e un cappello." — trasforma una potenziale lamentela in un segno di professionalità.

Focus sui contenuti

Rischi climatici comuni nell'Europa meridionale e sudorientale

Siccità e scarsità d'acqua, ondate di calore (che influiscono sia sui raccolti che sul comfort dei visitatori), gelate tardive (che danneggiano i raccolti precoci e la fioritura), rischio di incendi boschivi (soprattutto nelle zone aride del Mediterraneo), inondazioni dovute a piogge intense, cambiamenti stagionali (inverni più brevi, periodi di siccità più lunghi, clima primaverile imprevedibile). Questi fattori influenzano sia l'agricoltura (cosa cresce, quando, quanta acqua è

disponibile) sia il turismo (quando arrivano i visitatori, cosa possono fare, quanto sono a loro agio).

Il test di resilienza a 10 decisioni

I formatori dovrebbero illustrare queste 10 decisioni pratiche che qualsiasi piccolo operatore può prendere:

1. Orari di apertura: dovrei spostare le attività alle ore più fresche della giornata?
2. Ombra e punti d'acqua: i visitatori hanno un posto fresco dove sedersi e bere?
3. Regole di cancellazione: cosa succede in caso di condizioni meteorologiche estreme? Ho una politica chiara in merito?
4. Programmazione degli eventi: dovrei spostare gli eventi principali in primavera/autunno anziché in estate?
5. Sicurezza antincendio: conosco le normative locali in materia di rischio incendio? I miei visitatori sanno cosa fare?
6. Sistema di backup al chiuso: posso offrire un servizio al chiuso quando fuori le condizioni meteorologiche sono proibitive?
7. Revisione della polizza assicurativa: la mia assicurazione copre i danni causati dalle intemperie e la sicurezza dei visitatori?
8. Rete di partner: ho dei contatti che posso chiamare in caso di problemi?
9. Piano B in caso di maltempo: ho un programma alternativo pronto per le giornate di brutto tempo?
10. Modello di messaggio per gli ospiti: ho un messaggio pronto da inviare quando le condizioni cambiano?

Come adattarlo alla tua zona

I formatori dovrebbero contestualizzare i contenuti a livello locale. Ogni regione ha i propri rischi climatici e le proprie stagioni. È utile utilizzare esempi locali: quali mesi sono troppo caldi per le attività all'aperto? La scarsità d'acqua è un problema reale? Le stagioni stanno cambiando? Chiedete ai partecipanti di elencare i rischi che hanno sperimentato negli ultimi 3-5 anni: questo contestualizzerà i contenuti nella loro realtà. Il messaggio di riposizionamento è universale: i mesi più freschi spesso significano esperienze migliori per i visitatori.

Esercitazione pratica: il mio piano di risposta e gestione dei rischi climatici.

Obiettivo	Individuare i 3 principali rischi climatici per la tua specifica area geografica e prepara una risposta.
Cosa fanno gli studenti	Per ciascuno dei 3 rischi indicare: cosa lo innesca, cosa ne risente (azienda agricola + visitatori), un'azione pratica di adattamento, un messaggio da inviare agli ospiti prima o durante l'evento.
Per operatori esperti	Basare questa risposta su eventi reali che hai vissuto negli ultimi 3-5 anni.

Per gli studenti	Immaginare questa situazione: una piccola azienda agricola con camere e degustazioni all'aperto in una regione con estati calde e secche, ma con primavere e autunni miti.
Tempo	15 minuti (10 di lavoro + 5 di condivisione)
Debrief	Ciascuno indica il rischio principale e il piano B. Chiedete: chi ha individuato un rischio a cui non aveva mai pensato prima?

Cose da fare e da non fare

Fare	Non
Pianifica in base al tempo che troverai, non a quello che desideri: guarda gli ultimi 5 anni, non gli ultimi 50.	Non bisogna ignorare la tendenza: le ultime 5 estati nell'Europa meridionale non sono state normali, e nemmeno le prossime lo saranno.
Quando necessario, spostate le attività all'aperto nelle ore più fresche della giornata: la mattina presto e il tardo pomeriggio sono perfetti.	Non dare per scontato che i visitatori tollereranno il caldo estremo solo perché tu ci sei abituato.
Tenete sempre pronta un'alternativa al chiuso: anche un semplice assaggio in cucina è meglio che annullare	Non annullate gli eventi senza offrire un'alternativa: è così che perderete gli ospiti per sempre.
Invia un messaggio agli ospiti il giorno prima se le condizioni cambiano: questo contribuisce a creare fiducia.	Non aspettare un'emergenza per pensare a cosa fare: ora bastano 15 minuti per scrivere il piano.
Parlate con i vostri vicini e con i servizi locali per elaborare un piano di risposta condiviso agli eventi estremi.	Non dare per scontato che la tua assicurazione copra tutto: controllala una volta all'anno.

Guida all'adattamento

Gli istruttori dovrebbero adattare l'elenco dei rischi al clima locale. Le regioni mediterranee e dell'Europa meridionale sono soggette a temperature estive più elevate e a un maggiore rischio di incendi boschivi: è consigliabile optare per alternative primaverili/autunnali. Le regioni settentrionali e continentali potrebbero essere soggette a maggiori rischi di gelate e alluvioni. Ogni regione ha un vantaggio nelle stagioni intermedie: la chiave è individuarlo e strutturare l'offerta di conseguenza.

Linee guida per la facilitazione — Unità 1

Prima della sessione

- Stampare un modello di Piano di risposta e gestione dei rischi climatici per ciascun partecipante.
- Preparare un semplice elenco dei rischi climatici comuni per la tua regione su un flipchart o proiettato

- Se possibile, porta un esempio relativo alle condizioni meteorologiche locali: "Lo scorso luglio abbiamo avuto 42°C per una settimana: cosa avresti fatto tu?"

Come avviare l'unità

Iniziate con i fatti: "Negli ultimi cinque anni, quanti di voi hanno avuto una stagione influenzata da condizioni meteorologiche estreme? Alzate la mano." La maggior parte delle mani si alzerà. Poi: "Quanti di voi hanno un piano scritto su cosa fare quando succede?" Quasi nessuna mano. "È proprio questo che risolveremo nei prossimi 30 minuti."

Durante l'esercizio

- La difficoltà più comune è quella di selezionarne solo 3: le persone vorrebbero elencarli tutti. Chiedete: "Quali 3 rischi danneggerebbero maggiormente la vostra attività? Iniziate da lì."
- Spesso ci si dimentica di inviare un messaggio agli ospiti. Un consiglio: "Cosa scriveresti a un visitatore la sera prima di un'ondata di caldo? Scrivilo ora."

Come chiudere l'unità

Giro veloce: ognuno elenca il rischio principale e il piano B. Se qualcuno ha un buon messaggio per gli ospiti, chiedetegli di leggerlo ad alta voce: gli altri potranno imparare dalle sue parole.

Lista di controllo dei materiali

- Modelli stampabili del Piano di risposta e gestione dei rischi climatici (1 a persona)
- Elenco dei rischi climatici più comuni (scheda a fogli mobili o proiezioni)
- Penne

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

Cosa ricercare

I rischi climatici più rilevanti degli ultimi tempi per la vostra regione o paese: caldo, siccità, inondazioni, rischio di incendi boschivi, gelate tardive, cambiamenti stagionali. Come questi hanno influenzato l'agricoltura e il turismo negli ultimi 3-5 anni. Esempi pratici di adattamento da parte di piccole imprese rurali.

Perché questo è importante per la consegna

I rischi climatici variano notevolmente in tutta Europa. Un formatore nel sud della Spagna si trova ad affrontare realtà diverse rispetto a un collega nel nord della Germania. Dati localizzati ed esempi recenti rendono l'esercizio di mappatura del rischio credibile e immediatamente utile per i partecipanti.

Suggerimento dell'IA per il formatore

Copia in ChatGPT, Gemini o programmi simili:

"Sto preparando una sessione di formazione sui rischi climatici per i piccoli operatori agrituristici in [paese/regione]. Elenca i 5 rischi climatici più rilevanti per quest'area, basandoti sugli ultimi 3-5 anni."

Per ogni rischio, indica: (1) cosa lo innesca, (2) come influisce sull'agricoltura, (3) come influisce sull'esperienza del visitatore, (4) un esempio pratico di adattamento da una piccola azienda rurale. Utilizza, ove possibile, fonti europee attendibili. Mantieni un linguaggio semplice e pratico, adatto a operatori senza una formazione scientifica."

Chiedi all'IA di tornare

- Una tabella o un elenco di 5 rischi con i relativi fattori scatenanti, impatto sull'agricoltura, impatto sul turismo e un'azione di adattamento per ciascuno.
- Eventuali recenti cambiamenti stagionali rilevanti per la zona (ad esempio, primavera anticipata, periodi di siccità più lunghi, inverni più brevi)
- Un paio di spunti di conversazione locali: "Cosa è successo la scorsa estate in [regione]?"

Controllo da parte dell'istruttore prima dell'uso

- Verifica le affermazioni sul clima confrontandole con i dati meteorologici nazionali o con i rapporti dell'Agenzia europea dell'ambiente.
- Rimuovi tutti gli esempi che ti sembrano troppo estremi o improbabili per la tua area specifica
- Semplifica il linguaggio: se l'IA produce termini scientifici, riscrivili in parole semplici.
- Assicurati che gli esempi di adattamento siano realistici per un piccolo operatore, non per una grande azienda agricola o un hotel.

Unità 2 — Miglioramenti verdi e convenienti

Diapositive: 8–11 (vedi Allegato 1 — Piano della presentazione)

Lacuna di competenze	Gli operatori pensano che "verde" significhi costoso. Non sanno quali miglioramenti si ripagano rapidamente. Dalla ricerca condotta dal progetto stesso in tre paesi partner, è emerso che l'adozione delle energie rinnovabili è minima, un dato coerente con le più ampie evidenze del turismo rurale europeo.
Soluzione pratica	Un piano di miglioramento ecologico: un modello di una pagina in cui gli studenti esaminano 10 opzioni pratiche, ne individuano 3 prioritarie e si impegnano ad avviarne una entro questo mese.
Risultati tangibili	Piano di miglioramento ecologico completato + azione "da fare prima questo mese".

Concetti chiave spiegati

Che cos'è un miglioramento ecologico?

Qualsiasi modifica alla tua azienda agricola o alla tua attività che riduca l'impatto ambientale — meno acqua sprecata, meno energia consumata, meno cibo buttato via, meno rifiuti prodotti. La parola chiave è "miglioramento": non serve una rivoluzione. Anche i piccoli passi contano.

Esempio: sostituire cinque vecchie lampadine con lampadine a LED costa 15 € e permette di risparmiare dai 50 agli 80 € all'anno sulla bolletta elettrica. Si tratta di un miglioramento ecologico con un ritorno sull'investimento in meno di tre mesi.

Cosa significa "ripagarsi da solo"?

Significa che il denaro che risparmi (o il reddito extra che guadagni) copre il costo del miglioramento entro un periodo di tempo ragionevole, di solito da 6 mesi a 3 anni. Se un miglioramento costa 200 € e ti fa risparmiare 100 € all'anno, si ripaga da solo in due anni. Dopodiché, il risparmio è puro guadagno.

Qual è la posizione dell'UE in merito?

L'UE si aspetta che le imprese turistiche diventino più responsabili dal punto di vista ambientale. Non si tratta di un'opzione, ma di una condizione sempre più necessaria per ottenere finanziamenti, per la visibilità delle piattaforme (alcune piattaforme di prenotazione ora mostrano etichette di sostenibilità) e per attrarre il numero crescente di visitatori attenti all'impatto ambientale. La buona notizia è che la maggior parte delle misure necessarie è economica e di facile attuazione.

Focus sui contenuti

10 accorgimenti pratici per migliorare l'ambiente negli agriturismi

Gli istruttori dovrebbero illustrare questo elenco, indicando i costi approssimativi, il risparmio previsto e il livello di difficoltà:

Miglioramento	Costo approssimativo	Risparmio previsto	Difficoltà
Illuminazione a LED + timer	€15–50	50-80 euro all'anno	Molto facile
Rubinetti e soffioni doccia a risparmio idrico	€20–60	40-70 euro all'anno	Facile
Pacciamatura (orti e aree coltivate)	€0–30 (utilizzare materiali propri)	Riduce il fabbisogno idrico del 30-50%	Facile
Compostaggio (scarti alimentari e da giardino)	€0–50 (cestino semplice)	Riduce i costi di smaltimento dei rifiuti	Facile
Irrigazione a goccia	100-400 € (impianto piccolo)	Consente un risparmio idrico del 30-60% rispetto agli irrigatori.	Mezzo
Reti ombreggianti / pergole per aree esterne	€100–500	Prolunga la stagione di utilizzo di settimane	Mezzo
Scaldabagno solare	€500–1.500	Risparmio di 200-400 € all'anno sull'acqua calda	Mezzo
raccolta dell'acqua piovana	100-300 € (serbatoio base)	Acqua gratuita per l'irrigazione del giardino e le pulizie.	Mezzo
Controllo degli sprechi alimentari (pianifica i pasti, conserva meglio gli alimenti)	€0	Riduce i costi alimentari del 10-20%	Facile
Stazioni di rifornimento per gli ospiti (acqua, sapone)	€20–50	Riduce i rifiuti di plastica, gli ospiti lo apprezzano	Molto facile

La direzione intrapresa dall'UE: la responsabilità ambientale sta diventando una condizione imprescindibile per la competitività e l'ottenimento di finanziamenti, non un optional. Gli operatori che possono affermare "riduciamo il consumo idrico, pratichiamo il compostaggio e utilizziamo l'energia solare" godono di un vantaggio nelle candidature, sulle piattaforme di prenotazione e presso una fetta crescente di visitatori che scelgono in base alla sostenibilità.

Esercitazione pratica: il mio piano di miglioramento ecologico

Obiettivo	Esamina le opzioni pratiche e impegnati ad avviare un miglioramento questo mese.
------------------	--

Cosa fanno gli studenti	Esamina l'elenco stampato di 10 miglioramenti. Indica se sono già in uso / realistici nei prossimi 12 mesi / non rilevanti per me. Scegli 3 da prioritizzare. Per la prima scelta: scrivi il costo stimato, il risparmio previsto, il primo passo e una data.
Per operatori esperti	Basa questa scelta sulla tua azienda agricola reale e sulla situazione attuale.
Per gli studenti	Scegli le 3 opzioni più rilevanti per uno scenario di piccola azienda agricola e spiega perché.
Tempo	15 minuti (10 di lavoro + 5 di condivisione)
Debrief	Ciascuno indica il suo principale obiettivo di miglioramento e quando intende iniziare. Chiedete: chi ha scelto qualcosa che non costa nulla?

Cose da fare e da non fare

Fare	Non
Iniziate con ciò che non costa nulla o quasi nulla: compostaggio, controllo degli sprechi alimentari, pacciamatura.	Non aspettate di avere un budget elevato: i miglioramenti più efficaci spesso costano meno di 100 euro.
Pensa a miglioramenti che aiutino sia l'ambiente che i tuoi ospiti: ombra, acqua, comfort	Non installate tecnologie che non potete riparare: se si rompono e rimangono rotte, sono state inutilizzabili.
Verifica se l'intervento di miglioramento scelto è idoneo per il programma LEADER o per i finanziamenti per lo sviluppo rurale (vedi Modulo 1).	Non farlo solo per l'etichetta, fallo perché ti fa risparmiare denaro e rende la tua attività più resiliente.
Mantieni la semplicità: un miglioramento fatto bene è meglio di cinque iniziati e poi abbandonati.	Non cercare di cambiare tutto in una volta: scegline uno, fallo, poi scegli il successivo.
Spiegate ai vostri ospiti cosa state facendo: "Utilizziamo l'acqua piovana per il nostro giardino" è un argomento di vendita, non solo un modo per risparmiare.	Non date per scontato che gli ospiti non se ne accorgano: se ne accorgono eccome, e sempre più spesso scelgono le aziende che ci tengono.

Guida all'adattamento

Nelle regioni con elevato stress idrico, la priorità dovrebbe essere data all'efficienza idrica e al comfort termico (irrigazione a goccia, ombreggiatura, rubinetti a risparmio idrico). Le regioni con estati più miti hanno maggiore flessibilità in termini di tempistiche: autunno e primavera sono periodi ideali per apportare miglioramenti tra una stagione e l'altra. Gli esperti dovrebbero adattare l'elenco delle priorità alle condizioni locali.

Linee guida per la facilitazione — Unità 2

Prima della sessione

- Stampare un modello di Piano di Miglioramento Ambientale per ogni partecipante.
- Stampa o proietta la tabella dei 10 miglioramenti con costi e risparmi.
- Se possibile, porta un esempio concreto: una lampadina a LED, un rubinetto a risparmio idrico, la foto di una rete ombreggiante.

Come avviare l'unità

Mostra la lampadina a LED (o una foto): "Costa 3 euro e permette di risparmiare 15 euro all'anno. Si tratta di un ritorno del 500%. Nessun conto in banca offre una cosa del genere. Ora immagina di apportare 10 di questi piccoli cambiamenti nella tua azienda agricola."

Durante l'esercizio

- Incentivare i partecipanti a scegliere almeno un'opzione a costo zero (compostaggio, controllo degli sprechi alimentari, pacciamatura con materiali propri).
- Per la prima opzione, insistete per avere una data: "Quando esattamente inizierete? Scrivetelo."

Come chiudere l'unità

Giro veloce: ognuno nomina il proprio miglioramento e la data. Chiedete: "Chi ha scelto qualcosa che costa meno di 50 €?" Celebrate questi risultati: il punto è che ecologico non significa costoso.

Lista di controllo dei materiali

- Modelli stampabili per il Piano di Miglioramento Ecologico (1 a persona)
- Tabella dei 10 miglioramenti (stampata o proiettata)
- Esempi concreti o foto dei miglioramenti
- Penne

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

Cosa ricercare

Soluzioni ecocompatibili realistiche e a basso costo per piccole aziende agrituristiche nella vostra regione. Priorità locali: efficienza idrica, risparmio energetico, riduzione degli sprechi alimentari, ombreggiatura, irrigazione e comfort degli ospiti. Costi approssimativi, risparmi e possibili finanziamenti locali o europei.

Perché questo è importante per la consegna

La tabella dei 10 miglioramenti presente nel manuale utilizza medie europee. Costi, materiali e priorità locali possono variare. Un formatore che si presenta con stime dei costi localizzate e uno o due esempi concreti della zona è molto più convincente di uno che cita cifre generiche.

Suggerimento dell'IA per il formatore

Copia in ChatGPT, Gemini o programmi simili:

"Sto formando piccoli operatori agrituristici in [paese/regione] su interventi ecocompatibili a basso costo. Elenca 8-10 miglioramenti pratici che potrebbero realizzare con un budget limitato (inferiore a 500 € ciascuno). Per ognuno, indica: (1) di cosa si tratta, (2) la fascia di costo approssimativa in [paese], (3) il risparmio o il beneficio annuo previsto, (4) il livello di difficoltà (facile/medio), (5) se è probabile che sia ammissibile a finanziamenti per lo sviluppo rurale o al programma LEADER in [paese]. Concentrati su acqua, energia, rifiuti, ombra e comfort degli ospiti. Evita un linguaggio astratto sulla sostenibilità: mantieni un approccio pratico e specifico per una piccola azienda agricola o struttura ricettiva."

Chiedi all'IA di restituire

- Una versione localizzata della tabella dei miglioramenti con i costi in valuta locale o in euro.
- Uno o due esempi di aziende agricole o pensioni nella regione che hanno apportato miglioramenti simili
- Nomi dei programmi di finanziamento locali o nazionali pertinenti (LEADER, RDP, programmi di efficienza energetica)

Controllo da parte dell'istruttore prima dell'uso

- Verifica le stime dei costi: l'IA spesso utilizza medie che potrebbero non rispecchiare i prezzi locali.
- Verifica i nomi dei programmi di finanziamento e se i bandi sono attualmente aperti.
- Rimuovi qualsiasi elemento che richieda installazione professionale o permessi, a meno che tu non sia in grado di spiegarne il procedimento.
- Dare priorità ai miglioramenti che un operatore potrebbe effettivamente avviare questo mese senza alcun aiuto esterno.

Unità 3 — I visitatori di domani e semplici strumenti di intelligenza artificiale

Diapositive: 12–17 (vedi Allegato 1 — Piano della presentazione)

Lacuna di competenze	Gli operatori non sanno chi sarà il visitatore del periodo 2027-2030. Offrono sempre la stessa cosa. Pensano che l'intelligenza artificiale sia complicata, costosa o non adatta alle piccole imprese.
Soluzione pratica	Cinque profili di visitatori con idee di prodotto concrete per ciascuno. Inoltre, cinque semplici attività basate sull'intelligenza artificiale che puoi svolgere sul tuo telefono in 30 minuti.
Risultati tangibili	Una bozza di offerta per un profilo visitatore + una raccolta di risposte predefinite (10 risposte generate dall'IA per le domande più frequenti degli ospiti).

Concetti chiave

Perché i profili dei visitatori stanno cambiando?

Tre grandi cambiamenti si stanno verificando contemporaneamente: il clima sta modificando le abitudini di viaggio (le persone evitano il caldo estremo), le abitudini post-pandemia si stanno consolidando (benessere, natura, turismo lento) e la tecnologia sta cambiando il modo in cui le persone cercano e prenotano (raccomandazioni basate sull'intelligenza artificiale, influenza dei social media). I piccoli operatori turistici rurali che comprendono questi cambiamenti possono posizionarsi in vantaggio rispetto alla concorrenza.

Che cos'è un profilo del visitatore?

Una descrizione del tipo di visitatore: chi è, cosa cerca, come si comporta e cosa lo spingerebbe a scegliere la tua struttura. Non si tratta di una persona reale, ma di un quadro realistico basato su tendenze e dati. Ti aiuta a creare offerte che corrispondano a ciò che le persone stanno realmente cercando.

Che cosa può fare concretamente l'intelligenza artificiale per un piccolo operatore agriturismo?

Strumenti basati sull'intelligenza artificiale come ChatGPT, Gemini o simili (versioni gratuite, per smartphone) possono aiutarti a scrivere descrizioni di offerte in un inglese chiaro, tradurre testi in altre lingue, generare risposte alle domande più frequenti degli ospiti, creare idee per eventi stagionali e migliorare la tua presenza online, il tutto in pochi minuti. Non è necessario essere esperti di informatica. Basta digitare una domanda e controllare la risposta.

Una regola importante: se utilizzi l'intelligenza artificiale per scrivere contenuti che saranno visualizzati dagli ospiti, sii onesto al riguardo se ti viene chiesto. Controlla manualmente ciò che viene pubblicato. Verifica i fatti. Questo è tutto ciò che ci si aspetta.

5 profili di visitatori per i prossimi cinque anni

Profilo 1: Il turista in cerca di una fuga estiva

Chi sono: Viaggiano in primavera o in autunno per evitare il caldo torrido e la folla estiva. Desiderano natura, aria fresca, comfort e cibo locale. Spesso si tratta di coppie o piccoli gruppi, di età compresa tra i 35 e i 65 anni, provenienti da aree urbane.

Cosa cercano: mattine fresche, zone d'ombra all'aperto, pasti autentici, passeggiate tranquille, senza fretta.

Cosa potresti offrire loro:

- "Passeggiata e degustazione di erbe aromatiche di ottobre" - una passeggiata guidata attraverso la fattoria con raccolta di erbe aromatiche, che si conclude con una degustazione.
- "Colazione mattutina in fattoria" - prima che arrivi il caldo, con prodotti propri, sotto gli alberi.
- "Pacchetto benessere locale" - combina una visita a una fattoria con un'attrazione nelle vicinanze (terme, sentiero naturalistico, sito storico).

Profilo 2: Chi cerca alternative guidate dai valori

Chi sono: viaggiatori attenti al budget di qualsiasi età che scelgono attivamente destinazioni più tranquille ed economiche anziché mete affollate. Effettuano ricerche accurate, confrontano le opzioni e cercano un buon rapporto qualità-prezzo, non l'opzione più economica, ma la migliore esperienza per il denaro speso. Spesso si tratta di coppie o piccoli gruppi, di età compresa tra i 30 e i 55 anni.

Cosa cercano: Autenticità a prezzi accessibili. Il senso della scoperta: trovare un luogo che sembri genuino, non commercializzato. Buon cibo e comfort a un prezzo equo. Una destinazione che dia la sensazione di una scelta intelligente, non di un compromesso.

Cosa potresti offrire loro:

- Pacchetti "Tranquilla fuga in campagna": presenta la tua zona come un'alternativa tranquilla ed economica alle affollate località balneari.
- Micro-soggiorni di una notte con un'esperienza inclusa (degustazione, passeggiata, corso di cucina) a un prezzo fisso.
- Posizionamento da "segreto ben custodito": un marketing onesto che rivela che la tua zona non è una meta turistica di massa, ed è proprio questo il punto.

Profilo 3: Chi cerca benessere e tranquillità

Chi sono: Persone stressate dal lavoro e dalla vita cittadina. Desiderano tranquillità, un buon sonno, cibo sano, movimento semplice e contatto con la natura. Un gruppo in rapida crescita dal 2020. Spesso di età compresa tra i 30 e i 60 anni, disposte a pagare di più per qualità e pace.

Cosa cercano: Disintossicazione digitale, silenzio, orari serali rilassanti, esperienze a contatto con le erbe e la natura, niente schermi.

Cosa potresti offrire loro:

- "Serata di disintossicazione digitale": cena senza telefoni, conversazioni, osservazione delle stelle, andare a letto presto.

- "Sessione di hobby in tranquillità" - ceramica, tessitura, panificazione, produzione di formaggio in un ambiente sereno.
- “Cena in fattoria con orario di riposo anticipato” — cena alle 18:00 con prodotti locali, serata tranquilla, a letto entro le 21:00.
- Laboratorio di erboristeria: raccolta, essiccazione, preparazione di tisane o saponi con le erbe della fattoria.

Profilo 4: Il lavoratore da remoto

Chi sono: Lavorano da un laptop, prolungando i viaggi aggiungendo giorni lavorativi. Hanno bisogno di una connessione internet affidabile, di uno spazio di lavoro tranquillo e di routine semplici. Viaggiano nei giorni feriali, riempiendo così il tempo libero a metà settimana. Spesso hanno tra i 25 e i 45 anni, viaggiano da soli o in coppia.

Cosa cercano: una buona connessione internet, una scrivania o un tavolo con una sedia, caffè, mattinate tranquille, la natura nel pomeriggio.

Cosa potresti offrire loro:

- "Pacchetto di due giorni tra lavoro e natura" - spazio di lavoro, pasti, passeggiata pomeridiana in fattoria, tranquillità serale
- Le tariffe infrasettimanali sono inferiori a quelle del fine settimana, ma permettono di riempire camere che altrimenti rimarrebbero vuote.
- Una politica di “silenzio” – mattine per lavorare, pomeriggi per la natura, serate per mangiare

Profilo 5: L'esploratore rurale che privilegia la dimensione sociale (Generazione Z)

Chi sono: viaggiatori più giovani (all'incirca tra i 18 e i 28 anni), nativi digitali, che scoprono le destinazioni attraverso brevi video e consigli di altri utenti. Un segmento di viaggi in crescita in tutta Europa.

Cosa cercano: Esperienze brevi, partecipative e incentrate sul cibo. Ambientazioni visivamente autentiche (non allestite). Prezzi trasparenti, comunicazione rapida, prenotazione facile tramite app mobile. Storie coinvolgenti e un senso di significato.

Cosa potresti offrire loro:

- Colazione o brunch in fattoria: brevi, con ingredienti locali e naturalmente da condividere.
- Esperienza di raccolta o stagionale (1-2 ore, pratica)
- Laboratorio di artigianato locale o di gastronomia con un risultato da portare a casa.
- Una breve fuga di una notte: economica, facile da prenotare, ricca di storie.

Di seguito viene presentata un'analisi più dettagliata della Generazione Z come segmento di clientela per l'agriturismo, inclusi i fattori che ne indeboliscono l'interesse e come gli strumenti di intelligenza artificiale possono aiutarti a raggiungerla.

La generazione Z come segmento emergente di clientela nell'agriturismo.

Questa sottosezione è destinata ai formatori. Fornisce il contesto interpretativo del Profilo 5. Utilizzatela per preparare la vostra presentazione e per rispondere alle domande dei partecipanti, in particolare degli operatori più anziani che potrebbero chiedere "perché dovrei interessarmi ai visitatori più giovani?".

La Generazione Z non è una nicchia. In molte destinazioni rurali europee, i visitatori più giovani stanno già arrivando, spesso nell'ambito di viaggi di famiglia, gruppi di amici o esplorazioni in solitaria. Capire cosa li attrae aiuta gli operatori turistici a migliorare la propria offerta per tutti, non solo per questo specifico segmento.

Perché questo è importante per i formatori

- La generazione Z apprezza ciò che l'agriturismo già offre — autenticità, cibo locale, natura, partecipazione — ma si aspetta che sia comunicato in modo chiaro e che sia facile da prenotare.
- Sono attenti al prezzo, ma sono disposti a pagare per esperienze che considerano significative: non date per scontato che cerchino solo opzioni economiche.
- Scoprono le destinazioni attraverso i contenuti degli altri utenti e i brevi video, non tramite brochure: gli operatori che non sono presenti sulle piattaforme social sono invisibili anche a questo segmento di mercato.

Cosa indebolisce l'attrattiva per la Generazione Z?

- Offerte vaghe o poco chiare: "visita la nostra fattoria" senza specificare cosa succede, quanto dura o quanto costa.
- Esperienze passive: una visita guidata senza partecipazione né interazione.
- Presentazione obsoleta: foto di scarsa qualità, nessuna presenza sui social media, un sito web che non funziona su smartphone.
- Risposte lente: se rispondi dopo 2 giorni, avranno già prenotato altrove.
- Troppo testo, poca chiarezza: scorrono velocemente il testo, non leggono descrizioni lunghe.
- Prezzi o servizi inclusi poco chiari: vogliono sapere esattamente cosa otterranno prima di impegnarsi.

Come l'intelligenza artificiale e gli strumenti digitali ti aiutano a raggiungere la Generazione Z

Gli strumenti di intelligenza artificiale di questa unità sono particolarmente utili per la comunicazione con la Generazione Z. Risposte più rapide (raccolta di risposte predefinite), un inglese più chiaro (descrizioni ottimizzate dall'IA), testi di offerta più concisi (un paragrafo, non una pagina), didascalie pronte per i social (per Instagram, TikTok) e una comunicazione multilingue più semplice: tutto ciò migliora direttamente il modo in cui raggiungete i visitatori più giovani. Gli strumenti sono gli stessi trattati nelle 5 attività di IA descritte di seguito.

Importante per i formatori: evitate gli stereotipi sulla Generazione Z ("a loro interessa solo Instagram"). Concentratevi sul comportamento, non sull'età. Molti degli elementi che attraggono la Generazione Z — comunicazione chiara, offerte concise, prenotazioni rapide, esperienze autentiche — migliorano l'offerta anche per tutti gli altri segmenti di visitatori.

5 semplici attività basate sull'intelligenza artificiale che puoi svolgere sul tuo telefono

Questi compiti utilizzano strumenti di intelligenza artificiale gratuiti (ChatGPT, Gemini o simili). Il formatore dovrebbe mostrare il primo compito dal vivo, poi lasciare che gli studenti provino i successivi.

1. **Scrivi una breve descrizione dell'offerta** per un profilo di visitatore. Apri lo strumento di intelligenza artificiale e digita: "Scrivi una breve descrizione per un'offerta di visita in fattoria per [tipo di visitatore] nella tua zona. Mantieni il testo sotto le 100 parole e usa un tono amichevole." Rivedi e modifica il risultato.
2. **Crea 10 risposte predefinite** per le domande più comuni su WhatsApp: prenotazioni, indicazioni stradali, allergie alimentari, cambiamenti meteo, cancellazioni, messaggi di ringraziamento, richieste di recensione, aggiornamenti stagionali, richieste di gruppo, offerte per clienti abituali.
3. **Traduci la tua offerta** in inglese e in un'altra lingua rilevante per i tuoi visitatori. Chiedi all'IA di utilizzare un linguaggio semplice e chiaro, comprensibile anche a chi non è madrelingua.
4. **Genera 3 idee per eventi stagionali** (primavera, autunno, inverno) con una breve tempistica e cosa includono. Chiedi: "Suggerisci 3 piccoli eventi stagionali per un'azienda agricola che coltiva [il tuo prodotto] nella [tua regione]".
5. **Crea un elenco di elementi da migliorare nella tua scheda Google My Business**: chiedi all'intelligenza artificiale: "Cosa dovrebbe includere una piccola azienda agrituristica nel suo profilo Google My Business? Forniscimi una lista di controllo". Quindi verifica quali elementi sono già presenti e quali mancano.

Un appunto sull'intelligenza artificiale e la trasparenza: se utilizzate l'IA per scrivere risposte o descrizioni per gli ospiti, siate onesti al riguardo quando vi viene chiesto. Controllate manualmente tutto ciò che viene pubblicato. Verificate dati e prezzi prima di pubblicare. Questo è tutto ciò che ci si aspetta dai piccoli operatori.

Esercizio pratico: scrivi un'offerta e 10 risposte degli ospiti.

Obiettivo	Crea un'offerta concreta per un profilo di visitatore potenziale e genera risposte pronte all'uso utilizzando l'intelligenza artificiale.
Cosa fanno gli studenti	Parte A (10 min): Scegli un profilo di visitatore (fuga estiva, budget limitato, benessere, lavoratore da remoto o giovane viaggiatore social). Crea un'offerta per loro. Scegli un canale di vendita. Elabora un piano B in caso di maltempo. Parte B (10 min): Apri uno strumento di intelligenza artificiale sul tuo telefono e genera 10 risposte predefinite alle domande più frequenti dei clienti sull'offerta. Il formatore mostrerà prima come fare.
Per operatori esperti	Scegli il profilo del visitatore che meglio si adatta alla tua posizione e alle tue risorse reali.

Per gli studenti	Scegli un profilo qualsiasi e progetta un'offerta per la fattoria degli scenari.
Tempo	20 minuti in totale (Parte A 10 min + Parte B 10 min)
Debrief	Ciascuno legge la propria migliore risposta generata dall'IA. Chiedere: l'output dell'IA era utilizzabile così com'era, oppure è stato necessario modificarlo? Cosa ti ha sorpreso?

Cose da fare e da non fare

Fare	Non Fare
Parti dal profilo del visitatore più adatto alla tua posizione e a ciò che già possiedi: non inventare un nuovo modello di business.	Non cercare di attrarre tutti e cinque i profili di visitatori contemporaneamente: scegli uno o due che corrispondano alla tua realtà.
Utilizza l'IA come strumento di supporto, non come sostituto: leggi, modifica e verifica sempre il risultato prima di utilizzarlo.	Non pubblicare testi generati dall'IA senza averli letti attentamente: potrebbero contenere errori, prezzi errati o formulazioni insolite.
Mantieni la tua offerta semplice: un'unica esperienza, un unico prezzo, una descrizione chiara.	Non complicatevi la vita: un'offerta benessere non ha bisogno di una spa, una vacanza-lavoro non ha bisogno di un ufficio.
Prova il compito di intelligenza artificiale anche se pensi che non faccia per te: la prima volta è sempre la più difficile.	Non trascurate la bassa stagione: è proprio in questo periodo che risiede la crescita futura per la maggior parte degli agriturismi rurali.
Pensa a quali visitatori riempiono i tuoi giorni VUOTI (giorni feriali, bassa stagione): è lì che si trova la vera crescita.	Non abbiate paura dell'intelligenza artificiale: è uno strumento gratuito sul vostro telefono, non un sistema complicato.

Guida all'adattamento

I cinque profili di visitatore funzionano in qualsiasi contesto rurale europeo. I formatori dovrebbero sostituire gli esempi con prodotti locali: tutto ciò che cresce nella regione (vino, olive, erbe aromatiche, latticini, frutta) diventa la base dell'offerta. I compiti dell'IA sono identici ovunque: cambiano solo la lingua e il calendario stagionale.

Esercizio facoltativo: crea una micro-esperienza per la Generazione Z.

Utilizzate questo esercizio quando il tempo lo consente (20 minuti) o come sostituto di una parte dell'Esercizio 3. Funziona bene con gruppi misti di operatori, studenti e giovani professionisti. È creativo ed energizzante, ma sufficientemente strutturato da produrre un risultato utilizzabile.

Obiettivo	Progetta un prodotto agrituristico breve completamente nuovo, pensato per visitatori più giovani e con dimestichezza con le tecnologie digitali, utilizzando esclusivamente le risorse già presenti nella tua azienda agricola o nella tua zona.
Tempo	20 minuti (12 minuti di lavoro di gruppo + 8 minuti di presentazioni e feedback)
Formato di gruppo	Gruppi di 2-4 persone. Quando possibile, è consigliabile integrare operatori e studenti: le diverse prospettive favoriscono la generazione di idee migliori. Il corso si svolge in presenza, online (in aule virtuali separate) o in modalità ibrida.
Materiali	Una scheda concettuale stampata per gruppo (oppure un foglio A4 bianco con i 7 campi scritti alla lavagna). Penne. Facoltativamente: un telefono con uno strumento di intelligenza artificiale per facilitare la descrizione.
Produzione	Una scheda concettuale per la micro-esperienza compilata: una scheda per gruppo.

Perché questo esercizio è utile

Questo approccio costringe i partecipanti a pensare a prodotti concreti, chiari e prenotabili, piuttosto che a idee vaghe. Il vincolo – progettare per un visitatore giovane in 12 minuti – impedisce di rimuginare troppo e incoraggia la creatività. Il risultato è spesso qualcosa che piace non solo alla Generazione Z, ma anche a molte altre tipologie di visitatori.

Istruzioni per gli studenti

Lavorate in gruppo. Avete 12 minuti per ideare una breve esperienza di agriturismo rivolta a visitatori più giovani (all'incirca dai 18 ai 30 anni). Utilizzate ciò che già avete: la vostra azienda agricola, i vostri prodotti, il contesto, le vostre conoscenze. Non inventate una nuova attività. Compilate la scheda concettuale:

Scheda concettuale della micro-esperienza

Campo	Cosa scrivere
1. Nome	Un nome breve, chiaro e accattivante per l'esperienza. Non uno slogan, ma un nome che un visitatore possa leggere online e comprendere immediatamente. Esempio: "Colazione in fattoria sotto il noce" o "Ora della vendemmia al tramonto".
2. Durata	Quanto dura? L'ideale è da 1 a 3 ore. Per questo pubblico, una durata più breve è preferibile. Un'esperienza di 90 minuti è più facile da vendere rispetto a un programma di un'intera giornata.
3. Cosa succede	Descrivi esattamente cosa farà il visitatore, passo dopo passo. Non "una visita guidata della fattoria", ma piuttosto "Raccogliere erbe aromatiche dall'orto,

	preparare il proprio sale alle erbe, assaggiare 3 formaggi locali e portare a casa un vasetto". Sii specifico.
4. Cosa lo rende condivisibile?	Quale momento un visitatore fotograferebbe o filmerebbe spontaneamente? Un tavolo ben decorato, un'attività interattiva, un prodotto sorprendente, un panorama, un assaggio? Integra quel momento nell'esperienza.
5. Cosa lo rende autentico?	Cosa c'è di autentico e locale in tutto questo? Cosa non può essere replicato da un hotel o da un ristorante in città? La tua terra, la tua tradizione, la tua ricetta, la tua storia, i tuoi animali, il tuo ambiente.
6. Indicazione del prezzo	Quanto chiederesti? Indica una fascia di prezzo. Pensa al valore dell'esperienza, non solo al suo costo. Un'esperienza pratica di 90 minuti in una fattoria, con la possibilità di portare a casa un prodotto, vale più di una cena al ristorante.
7. Un canale di promozione	Dove lo annunceresti? Su Instagram? In un gruppo Facebook locale? Su WhatsApp? Su Google Play? Scegli un'opzione e descrivi cosa pubblicheresti (una frase o un'immagine).

Domande di debriefing

Dopo le presentazioni (1-2 minuti per gruppo), chiedete ai presenti:

- Quale esperienza prenoteresti tu?
- Quale è il più facile da configurare? Potresti iniziare il mese prossimo?
- Quale ha il "momento condivisibile" più forte?
- Questa esperienza è adatta solo ai visitatori più giovani o anche ad altri gruppi?

L'ultima domanda è fondamentale: i design pensati per la Generazione Z migliorano l'offerta anche per gli altri visitatori. Brevi, chiari, autentici, facili da prenotare: tutti ne traggono vantaggio.

Suggerimenti per la facilitazione da parte del formatore

- **Evitate idee troppo complesse:** se un gruppo cerca di progettare un programma completo per il fine settimana, fermatelo: "Un'unica esperienza. Massimo 90 minuti. Cosa succede in quei 90 minuti?"
- **Siate realistici:** l'esperienza deve sfruttare ciò che già possiedono. Se qualcuno dice "dobbiamo costruire una piattaforma per lo yoga", reindirizzate la discussione: "Cosa potete fare sabato prossimo senza alcun investimento?"
- **Concentrarsi su un unico target e un'unica esperienza:** non su "giovani appassionati di cibo, natura, avventura e cultura". Un solo tipo di visitatore, un'unica attività, un unico prezzo.
- **Sfruttate la connessione con l'intelligenza artificiale:** se il tempo lo permette, chiedete a un gruppo di inserire il nome e la descrizione della propria esperienza in uno strumento di intelligenza artificiale e di generare una didascalia per i social media. Mostrate il risultato: renderà l'esercizio più concreto.
- **Non generalizzate sulla Generazione Z:** se i partecipanti affermano che "i giovani vogliono solo selfie", obiettate: "Desiderano anche significato, gusto e tranquillità. Cosa offrite voi che possa offrire tutto questo?"

Nota di adattamento per diversi contesti rurali

Questo esercizio funziona in qualsiasi contesto rurale europeo. La struttura delle schede concettuali rimane la stessa: solo il contenuto cambia a seconda delle colture, dell'artigianato, delle tradizioni, del paesaggio e della cultura alimentare locali. Un vigneto in una regione diventa un uliveto in un'altra, un giardino di erbe aromatiche in una terza, un caseificio in una quarta. Il formatore dovrebbe incoraggiare i partecipanti a utilizzare tutto ciò che è autenticamente locale e di stagione. L'istruzione chiave rimane: "Usate ciò che già avete. Non inventate ciò che non avete".

Linee guida per la facilitazione — Unità 3

Prima della sessione

- Stampare un modello di proposta provvisoria per partecipante.
- Preparare un riepilogo dei 5 profili dei visitatori su un flipchart o proiettato
- Prima della sessione, prova la dimostrazione dell'IA sul tuo telefono: assicurati di sapere come aprire ChatGPT/Gemini e digitare un prompt.
- Preparare un piano di riserva nel caso in cui la connessione internet non sia disponibile: stampate 3-4 esempi di output dell'IA (descrizioni delle offerte, risposte predefinite) che gli studenti possano adattare manualmente.

Come avviare l'unità

Chiedete: "Chi erano i vostri visitatori la scorsa estate? Ora: chi pensate che verrà tra 5 anni? Le stesse persone? O persone diverse?" Lasciate che 2-3 persone rispondano. Poi: "I visitatori stanno cambiando. Oggi impariamo chi sono e cosa vogliono, e usiamo l'intelligenza artificiale per raggiungerli."

Per la parte relativa all'intelligenza artificiale, fate una dimostrazione pratica: aprite l'applicazione sul vostro telefono, digitate un comando, mostrate il risultato sul proiettore o leggetelo ad alta voce. Dite: "Ci sono voluti 30 secondi. Ora provate voi."

Durante l'esercizio

- Parte A: aiuta gli studenti a scegliere un profilo. La maggior parte sceglierà automaticamente quello più simile ai propri ospiti attuali. Incentivali con delicatezza: "Chi riempie i tuoi giorni liberi durante la settimana? Chi viene a ottobre? Questa è la tua opportunità di crescita."
- Parte B: fate un giro. Alcuni studenti avranno difficoltà a digitare la richiesta. Aiutateli a formularla. Altri saranno sorpresi dalla qualità del risultato: lasciate che la condividano.

Come chiudere l'unità

Chiedete a ciascuna persona di leggere ad alta voce la migliore risposta generata dall'IA. Poi chiedete: "La usereste così com'è? Cosa cambiereste?". Questo insegna la valutazione critica dell'output dell'IA, che è più importante dello strumento in sé.

Lista dei materiali

- Modelli di offerta provvisoria stampabili (1 a persona)
- Riepilogo di 5 profili di visitatori (lavagna a fogli mobili o proiezione)
- Telefoni con accesso a Internet (per attività di intelligenza artificiale)
- Backup: 3-4 esempi di output AI stampati in caso di guasto di Internet
- Se si utilizza l'esercizio facoltativo Gen Z: carte concettuali Micro-Experience stampate (1 per gruppo) o i 7 campi scritti sulla lavagna
- Penne

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

Cosa ricercare

Tendenze attuali e future del turismo rurale in Europa. Segmenti di visitatori emergenti e i loro comportamenti. Aspettative della Generazione Z dalle esperienze di turismo rurale e agriturismo. Applicazioni semplici e realistiche dell'intelligenza artificiale per i piccoli operatori. Prodotti locali, stagioni e tradizioni che possono illustrare i profili dei visitatori.

Perché questo è importante per la consegna

Questa è l'unità più lungimirante e quella che con maggiore probabilità necessita di aggiornamenti. Le tendenze dei visitatori cambiano rapidamente. Ciò che emergeva nel 2025 potrebbe diventare la norma entro il 2027. Un formatore che si presenta con dati aggiornati sulle tendenze ed esempi locali per ogni profilo di visitatore offre una sessione molto più coinvolgente.

Suggerimento dell'IA per il formatore

Copia in ChatGPT, Gemini o programmi simili:

"Sto formando piccoli operatori agrituristici in [paese/regione] sulle tendenze future del turismo e sui profili dei visitatori. Aiutatemi a prepararmi fornendomi: (1) le 3-5 tendenze più significative del turismo rurale in Europa al momento, con prove o esempi; (2) un breve profilo della Generazione Z come visitatori agrituristici: cosa desiderano, come scoprono le destinazioni, cosa li scoraggia; (3) 3 esempi di esperienze agrituristiche in [paese/regione] che potrebbero interessare i visitatori più giovani, basate su colture locali, tradizioni o paesaggi; (4) 5 semplici attività di intelligenza artificiale che un piccolo operatore agricolo potrebbe svolgere sul proprio telefono in 30 minuti per migliorare il marketing e la comunicazione. Assicuratevi che tutto sia pratico e specifico per le piccole imprese rurali, non per hotel o resort."

Chiedi all'IA di tornare

- Un riepilogo delle tendenze adatto a un'introduzione di 3 minuti a un corso di formazione.
- Esempi locali che illustrano ciascuno dei 5 profili di visitatori (fuga estiva, attenzione ai valori, benessere, lavoro da remoto, socialità al primo posto/Generazione Z)
- 3-5 idee di prodotti stagionali basate su ciò che cresce o accade nella regione (eventi di raccolta, prodotti locali, calendario naturale)
- Esempi di suggerimenti basati sull'intelligenza artificiale che i partecipanti potrebbero provare durante l'esercizio, utilizzando il loro contesto locale.

Controllo da parte dell'istruttore prima dell'uso

- Verifica le affermazioni relative alle tendenze confrontandole con le pubblicazioni recenti della Commissione europea del turismo, di Booking.com o dell'UNWTO.
- Assicurati che le descrizioni della Generazione Z evitino gli stereotipi: concentrati sui comportamenti e sulle aspettative, non sui cliché generazionali.
- Verificate che gli esempi locali siano realistici e attuali, non obsoleti o puramente teorici.
- Prima della sessione, testa personalmente i suggerimenti dell'IA per assicurarti che producano risultati utilizzabili.

Casi studio basati sulle tendenze

Questi casi di studio si differenziano dai moduli precedenti. Invece di descrivere un'attività esistente, esplorano una tendenza turistica futura e mostrano cosa significa per qualsiasi operatore agriturismo in Europa.

Tendenza 1: Quando l'estate diventa la bassa stagione

Il passaggio alla stagione intermedia

La tendenza

Le ondate di calore che stanno colpendo l'Europa meridionale stanno spingendo i turisti a viaggiare prima (aprile-maggio) e più tardi (settembre-novembre). Le destinazioni che un tempo erano tranquille a ottobre stanno registrando una nuova domanda. Le località costiere più gettonate stanno perdendo i visitatori di agosto a favore di alternative più fresche nell'entroterra. Il vecchio calendario – "luglio-agosto è alta stagione" – sta cedendo.

Lo scenario

Una piccola azienda agricola con vigneto, 3 camere e degustazioni all'aperto. L'estate era la loro stagione migliore. Ma negli ultimi 3 anni, i visitatori di agosto si sono lamentati del caldo, le attività all'aperto risultavano scomode dopo le 11:00 e alcune prenotazioni sono state cancellate. Il gestore ha quindi deciso di riposizionare l'attività.

Cosa hanno cambiato

- La stagione principale è stata spostata da aprile a giugno e da settembre a novembre.
- Ho creato un pacchetto per un "weekend della vendemmia autunnale" (raccolta dell'uva + cucina + degustazione).
- In estate, tutte le attività all'aperto sono state spostate al mattino presto (prima delle 10:00).
- La fattoria è stata pubblicizzata come un'oasi di frescura per i visitatori urbani in cerca di un'alternativa fresca.

Il risultato

Ottobre è diventato il secondo mese più frequentato dopo maggio. Il livello di soddisfazione medio dei visitatori è aumentato grazie alle temperature gradevoli. I mesi estivi non sono scomparsi, ma si sono semplicemente trasformati in giornate "solo al mattino presto", con minore disponibilità di posti e prezzi più alti.

Cosa puoi copiare

- Analizza i dati delle prenotazioni: i mesi di bassa stagione sono in crescita? Parti da questo presupposto.
- Crea un'offerta specifica per la primavera e una per l'autunno, non limitarti a dire "siamo aperti tutto l'anno", ma offri qualcosa di prenotabile.

- Modifica la descrizione online per specificare la stagione: "Perfetto a ottobre" è un messaggio più efficace di "Aperto tutto l'anno".

Spunto di discussione

Quale mese potrebbe diventare il tuo nuovo picco di vendite, se creassi l'offerta giusta?

Tendenza 2: La fattoria che parla 5 lingue (con un solo telefono)

Comunicazione basata sull'intelligenza artificiale per i piccoli operatori

La tendenza

I visitatori provenienti da diversi paesi si aspettano di poter comunicare nella propria lingua. I piccoli operatori turistici non possono permettersi traduttori o personale multilingue. Oggi, strumenti gratuiti basati sull'intelligenza artificiale consentono a chiunque di scrivere testi di qualità professionale in diverse lingue in pochi minuti. Gli operatori che utilizzano questi strumenti rispondono più velocemente, raggiungono un pubblico più ampio e convertono un maggior numero di richieste in prenotazioni.

Lo scenario

Una fattoria con camere e un piccolo negozio, gestita da una sola famiglia. Parlano la loro lingua e un inglese di base. Ricevono richieste in tedesco, francese e olandese, ma non riescono a rispondere in modo adeguato. La loro pagina online è disponibile solo in una lingua. Perdono prenotazioni perché le risposte sono troppo lente o poco professionali.

Cosa hanno cambiato

- Hanno utilizzato uno strumento gratuito basato sull'intelligenza artificiale per tradurre la descrizione della loro offerta in inglese, tedesco, francese e una lingua vicina.
- Ho creato una raccolta di risposte pronte all'uso: 10 risposte WhatsApp precompilate per le domande più comuni, in 3 lingue.
- Ho generato post stagionali per i social media in inglese utilizzando l'intelligenza artificiale, li ho poi rivisti e pubblicati.
- Hanno migliorato la loro scheda Google utilizzando una lista di controllo generata dall'intelligenza artificiale su cosa includere

Il risultato

I tempi di risposta si sono ridotti da 2 giorni a 2 ore. Le richieste di informazioni da parte di visitatori stranieri sono raddoppiate in una sola stagione. Le prenotazioni dirette sono aumentate perché l'azienda agricola ora può comunicare con sicurezza in 4 lingue. Il costo totale: zero — tutti gli strumenti utilizzati erano gratuiti.

Cosa puoi copiare

- Apri ChatGPT o Gemini sul tuo telefono oggi stesso. Digita la descrizione della tua azienda agricola e chiedi che venga tradotta in inglese.
- Prepara 10 risposte predefinite per le domande più frequenti degli ospiti. Salvale nelle note del tuo telefono.
- Aggiorna il tuo profilo Google My Business questa settimana: usa la checklist basata sull'intelligenza artificiale per scoprire cosa manca.

Spunto di discussione

Qual è la domanda che gli ospiti ti pongono più spesso? L'intelligenza artificiale potrebbe aiutarti a rispondere più velocemente e meglio?

Tendenza 3: niente piscina, niente Wi-Fi, tutto esaurito.

Benessere e turismo lento in sostituzione delle vacanze tradizionali

La tendenza

Un numero crescente di visitatori europei sceglie le vacanze proprio per la tranquillità, il silenzio, il contatto con la natura e la disconnessione dagli schermi. Non cercano lusso o intrattenimento, ma pace. Gli agriturismi che offrono "niente" (niente TV, niente piscina, niente rumore) stanno scoprendo che "niente" è esattamente ciò per cui questi visitatori sono disposti a pagare prezzi più elevati.

Lo scenario

Un semplice agriturismo: un casale ristrutturato, un giardino, una piccola cucina, un bosco nelle vicinanze. Niente piscina, niente strutture ricreative, niente area giochi per bambini. Il gestore pensava di non poter competere con le strutture più grandi dotate di piscine e attività. Poi ha provato un approccio diverso.

Cosa hanno cambiato

- Ho ideato una proposta per una "serata di silenzio": cena alle 18:00, niente cellulari, solo conversazione, osservazione delle stelle, a letto entro le 21:00.
- È stata aggiunta una sessione mattutina di "passeggiata nel bosco e respirazione": una camminata leggera di 45 minuti con soste per il silenzio e l'osservazione.
- È stato proposto un laboratorio di erboristeria: raccolta di erbe dal giardino, preparazione di tisane e saponi semplici, con un piccolo kit da portare a casa.
- La fattoria è stata pubblicizzata come "un luogo dove non succede nulla, ed è proprio questo il punto".

Il risultato

Il posizionamento incentrato sul benessere e sulla tranquillità ha attratto ospiti disposti a pagare di più, che hanno soggiornato più a lungo e si sono lamentati di meno. Il tasso di occupazione nei giorni feriali è migliorato perché i viaggiatori attenti al benessere non viaggiano solo nei fine settimana. Le recensioni menzionavano "tranquillità", "qualità del sonno" e "esattamente ciò di

cui avevamo bisogno". Costo dell'investimento: quasi nullo, poiché hanno utilizzato le risorse già a loro disposizione.

Cosa puoi copiare

- Non hai bisogno di una spa. Hai bisogno di silenzio, natura, buon cibo e un messaggio chiaro.
- Provate a proporre un'esperienza "tranquilla" in questa stagione: cena anticipata, niente cellulari, serata tranquilla. Osservate la reazione degli ospiti.
- Descrivete la vostra proprietà con onestà: "Non abbiamo una piscina. Non abbiamo la TV. Abbiamo un bosco, un giardino e cibo fatto in casa". Questa onestà attira esattamente il visitatore ideale.

Spunto di discussione

"Cosa offrite già che un turista stressato sarebbe disposto a pagare, se ne fosse a conoscenza?"

Tendenza 4: Brunch in fattoria, una foto, tutto esaurito

Come le esperienze condivisibili, locali e di breve durata attraggono i viaggiatori più giovani

La tendenza

I giovani viaggiatori in tutta Europa scelgono sempre più spesso destinazioni rurali, non per lunghi soggiorni, ma per esperienze brevi, intense e incentrate sul cibo, da condividere con i coetanei. Scoprono questi luoghi attraverso brevi video e consigli di amici, non tramite brochure o siti web turistici. Una singola foto scattata al momento giusto di una colazione in una fattoria o di un laboratorio pratico può generare più prenotazioni di un anno di pubblicità.

Lo scenario

Una piccola fattoria con un orto, alcuni alberi da frutto e un bellissimo tavolo antico sotto un noce. Niente camere, niente sito web, niente piattaforma di prenotazione. La figlia del gestore ha pubblicato la foto di una colazione domenicale: pane fresco, uova, miele, frutta, erbe aromatiche dell'orto, luce del mattino. Il post ha raggiunto 4.000 persone. Nel giro di una settimana, 15 persone hanno chiesto: "Possiamo venire?".

Cosa hanno cambiato

- Ho creato un'offerta "brunch in fattoria": sabato mattina, dalle 10:00 alle 12:00, massimo 12 persone, 18 € a persona.
- Ho optato per la semplicità: prodotti di stagione dell'orto, pane sfornato la mattina stessa, formaggio locale, miele e tisana.
- Nessun sito web: prenotazioni solo tramite messaggio diretto (WhatsApp e Instagram).
- Abbiamo incoraggiato gli ospiti a fotografare e condividere: l'ambiente era naturalmente attraente, niente era stato messo in scena.
- Ho utilizzato uno strumento di intelligenza artificiale per scrivere la descrizione dell'offerta in inglese e in altre due lingue.

Il risultato

Tutto esaurito in sole 3 settimane, ogni sabato da maggio a ottobre. La maggior parte degli ospiti aveva tra i 20 e i 35 anni, arrivava in piccoli gruppi e aveva scoperto l'azienda agricola tramite i social media. Molti sono tornati o hanno portato amici. L'offerta non ha richiesto praticamente alcun investimento iniziale: il cibo proveniva dalla fattoria, il tavolo era già pronto e la bellezza del luogo era autentica.

Cosa puoi copiare

- Non servono camere né un sito web. Basta un'offerta chiara, breve e prenotabile.
- Scatta una bella foto del tuo momento migliore (luce del mattino, cibo fresco, ambientazione reale) e condividila.
- L'offerta deve essere breve, chiara e facile da prenotare: cosa, quando, quanto costa, come prenotare.
- Lasciate che gli ospiti condividano la loro esperienza, non chiedeteglielo, limitatevi a rendere l'ambiente degno di essere condiviso.

Spunto di discussione

Qual è il momento più suggestivo della vostra fattoria, quello che un ospite fotograferebbe senza bisogno di essere invitato?

Esercitazioni pratiche - Riepilogo

#	Titolo	Collegato a	Tempo	Produzione
1	Il mio piano di risposta e gestione dei rischi climatici	Unità 1	15 minuti	I 3 principali rischi con azioni e messaggi per gli ospiti
2	Il mio piano di miglioramento ecologico	Unità 2	15 minuti	3 miglioramenti prioritari, 1 con piano d'azione
3	Scrivi un'offerta e ricevi 10 risposte dagli ospiti	Unità 3	20 minuti	1 offerta + 10 risposte degli ospiti generate dall'IA

3 Risultati da portare a casa

#	Produzione	Cosa cattura
1	Piano di risposta e gestione dei rischi climatici	I 3 principali rischi, fattori scatenanti, azioni di adattamento e messaggi per gli ospiti
2	Piano di miglioramento ambientale	10 opzioni esaminate, 3 classificate in ordine di priorità, 1 con piano d'azione e data di inizio
3	Bozza di offerta + Raccolta di risposte pronte	1 profilo visitatore, 1 offerta, 1 canale, piano B meteo, 10 risposte generate dall'IA

Autovalutazione

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

1. Quali sono i 3 principali rischi climatici che ritenete importanti e per ognuno di essi avete una soluzione?
2. Quale intervento di riqualificazione ambientale potreste realisticamente avviare nei prossimi 12 mesi? Qual è il suo costo?
3. Quale dei 5 profili di visitatori si adatta meglio alla tua attività? Cosa offriresti loro?
4. Hai provato oggi uno strumento basato sull'intelligenza artificiale? Che risultato ha prodotto? Lo useresti di nuovo?
5. Cosa renderebbe la vostra offerta attuale più attraente per un visitatore più giovane che scopre le destinazioni attraverso i social media? Quale aspetto della vostra offerta troverebbe più interessante e quale meno?

Note per il formatore

Nel modulo finale

Questo è il Modulo 6, l'ultima sessione. I partecipanti potrebbero essere stanchi o ritenere di aver già appreso abbastanza. L'energia deriva dal guardare avanti, non indietro. Mantenete un tono prospettico e pratico: "Cosa farete di diverso la prossima stagione?"

Sull'esercizio di intelligenza artificiale

Questa sarà la parte più imprevedibile della sessione. Alcuni partecipanti saranno entusiasti, altri restii. Iniziate con una dimostrazione sul vostro telefono. Mantenete la semplicità: un'unica operazione, un unico strumento, un unico risultato. In caso di problemi con la connessione internet, utilizzate gli esempi stampati di backup.

Sul pubblico misto

Spesso gli studenti si impegnano di più con l'Unità 3 (tendenze future, IA) rispetto agli operatori esperti. Sfruttate questa energia. Fate lavorare gli studenti a stretto contatto con gli operatori durante le esercitazioni: una prospettiva nuova può essere d'aiuto.

Contenuti sulla Generazione Z

Evitate gli stereotipi: dire "La Generazione Z vuole solo Instagram" non è utile. Concentratevi sul comportamento, non sulle etichette anagrafiche. L'intuizione fondamentale è che ciò che funziona per i visitatori più giovani – comunicazione chiara, offerte concise, risposte rapide, ambientazioni autentiche, prenotazione facile – migliora l'offerta anche per ogni altro segmento di visitatori. Incoraggiate gli operatori più anziani a considerare i cambiamenti pensati per la Generazione Z come miglioramenti generali della qualità, non come una concessione speciale a una generazione diversa. Se un utente dice "Non capisco i giovani", reindirizzatelo: "Cosa succederebbe se la descrizione della vostra offerta fosse più breve, le vostre foto migliori e il tempo di risposta fosse di 2 ore invece di 2 giorni? Ogni visitatore ne trarrebbe beneficio".

In termini di tempistica

L'Unità 3 tende a prolungarsi a causa dell'esercitazione sull'intelligenza artificiale. Se si è in ritardo sulla tabella di marcia, si consiglia di accorciare la discussione del caso di studio.

Compiti facoltativi

Completa uno dei 5 compiti di intelligenza artificiale a casa questa settimana. Invia il risultato al formatore o a un altro partecipante per ricevere un feedback.

Compiti per i partecipanti

Questi compiti aiutano gli studenti ad applicare quanto appreso a situazioni reali. Completane almeno uno entro due settimane.

Attività 1: Completa il tuo piano di risposta ai cambiamenti climatici a casa

Rivedete il Piano di risposta e gestione dei rischi climatici che avete iniziato a elaborare in classe. Aggiungete maggiori dettagli: date precise in cui i rischi sono più elevati, nomi delle persone da contattare in caso di emergenza, formulazione esatta dei messaggi per gli ospiti. Condividetelo con un familiare o un vicino.

Attività 2: Inizia il tuo primo intervento di miglioramento ecologico.

Hai scelto un miglioramento e hai fissato una data. Ora mettilo in pratica. Se si tratta di pacciamatura, acquista il materiale questo fine settimana. Se si tratta di lampadine a LED, sostituiscile questa settimana. Scatta una foto del prima e del dopo.

Attività 3: Prova tutte e 5 le attività basate sull'IA

In classe ne avete provati uno o due. Ora provateli tutti e cinque a casa: descrizione dell'offerta, risposte predefinite, traduzione, eventi stagionali, lista di controllo per la scheda di Google. Salvate i risultati nelle note del vostro telefono. Inviare il migliore a un altro partecipante.

Allegati

Allegato 1 — Piano della presentazione (diapositive)

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

Vedi il file separato: Modulo 6 — Piano di presentazione e contenuto delle diapositive

Allegato 2 — Localizzazione dell'IA e richieste di aggiornamento per i formatori

Questo allegato integra le basi empiriche del modulo fornendo spunti di ricerca strutturati sull'IA che aiutano i formatori ad adattare i contenuti al proprio paese, regione, stagione e gruppo di partecipanti. Gli spunti sono progettati per essere copiati in uno strumento gratuito di IA (ChatGPT, Gemini o simili) con modifiche minime.

Cosa offre questo annesso

- Un suggerimento di ricerca guidato dall'IA per ogni unità, adattato al contenuto specifico dell'unità.
- Segnaposto per i dettagli locali ([paese], [regione], [coltura], [stagione]) che gli istruttori sostituiscono prima dell'uso
- Istruzioni chiare su cosa chiedere all'IA di restituire e su come convalidare l'output.
- Misure di sicurezza che ricordano ai formatori di verificare i fatti, semplificare il linguaggio e controllare che i risultati siano coerenti con la realtà locale.

Come usarli

Prima di ogni presentazione, dedicate 15-20 minuti all'esecuzione dei prompt pertinenti al vostro contesto. Rivedete i risultati, selezionate gli esempi e i dati più utili, semplificate dove necessario e portate il materiale localizzato alla sessione. In questo modo, il contenuto del modulo, pur basato su evidenze a livello europeo, risulterà sempre ancorato alla realtà specifica dei partecipanti.

Posizioni rapide in questo manuale

Unità	Messa a fuoco rapida	Riferimento alla pagina
Unità 1	Rischi climatici locali, variazioni stagionali, esempi di adattamento	Vedi Unità 1 — Supporto alla ricerca sull'IA
Unità 2	Miglioramenti ecologici a basso costo, costi locali e finanziamenti	Vedi Unità 2 — Supporto alla ricerca sull'IA
Unità 3	Tendenze dei visitatori, Generazione Z, esempi di prodotti/stagioni locali, dimostrazioni di attività basate sull'intelligenza artificiale	Vedi Unità 3 — Supporto alla ricerca sull'IA

Questi suggerimenti sono uno strumento di preparazione per i formatori. Non sostituiscono il contenuto del modulo, la competenza del formatore o le fonti primarie verificate. Tutti i risultati dell'IA devono essere rivisti, semplificati e convalidati prima di essere utilizzati in una sessione di formazione.