

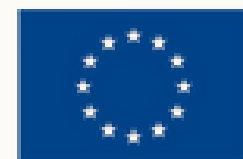


AgriVet **Tourism**

AgriVETourism

Promuovere l'agriturismo sostenibile
attraverso la formazione professionale per lo
sviluppo rurale.

Riferimento del progetto: 2024-2-BG01-KA210-VET-
000267044



Co-funded by
the European Union

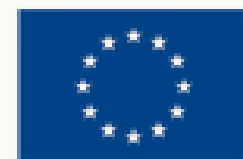


AgriVet Tourism

Benvenuti al Modulo 5

Il "turismo" nell'agriturismo

Esperienza dei visitatori, ospitalità e collaborazioni con la comunità.



Co-funded by
the European Union



AgriVet Tourism

Obiettivi di apprendimento

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



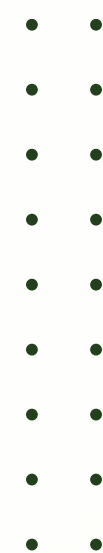
- Progettare un'esperienza strutturata per i visitatori utilizzando il modello in 4 fasi.



- Raccontare la storia del loro agriturismo in modo naturale e applicare i principi fondamentali dell'ospitalità.



- Creare una rete di partner locali e redigere una proposta di collaborazione.



Contenuti

Questo modulo è suddiviso in tre unità pratiche:



Unità 1: Progetta l'esperienza dei tuoi visitatori



Unità 2: Narrazione, ospitalità e coinvolgimento dei visitatori



Unità 3: Partenariati comunitari e marketing cooperativo

Ciascun modulo affronta una specifica lacuna di competenze comunemente riscontrata tra gli operatori agrituristici e include esempi concreti, esercizi pratici e risultati tangibili.





AgriVet **Tourism**

Unità 1

Creare una presenza digitale



- Un'attività agricola strutturata per un visitatore — con un nome, un prezzo e 4 fasi — è un'esperienza prenotabile.

- Argomenti trattati: la struttura in 4 fasi, i formati dei visitatori, il modello di esperienza.

- Risultato: un progetto completo per l'esperienza del visitatore

[Note / Esempio]

- Progetta l'esperienza dei tuoi visitatori

- L'esperienza esiste già nella tua fattoria. Ciò che manca è una struttura, un nome e un prezzo. Tutti e tre possono essere aggiunti in un solo pomeriggio.





AgriVet **Tourism**

Il problema (Reality check)



Le attività agricole si svolgono ma non hanno nome, prezzo né durata definita.

- Gli operatori applicano prezzi troppo bassi, o non applicano alcun costo, per le esperienze strutturate
- I visitatori arrivano, si guardano intorno brevemente e se ne vanno rapidamente
- Nessun articolo da portare a casa, nessuna chiusura chiara, nessuna recensione generata

[Note / Esempio]

Un apicoltore di Pieria offriva da anni visite guidate informali, accompagnando i visitatori tra gli alveari e vendendo miele. Dopo aver strutturato un'esperienza di 60 minuti, ha iniziato a chiedere 22 euro a persona. Stessa attività, nuovo prodotto.





AgriVet **Tourism**

Lsuttura dell'esperienza in 4 fasi

- Fase 1 — Benvenuto e presentazione: saluta per nome, spiega cosa succederà
- Fase 2 — L'attività: pratica — raccogliere, premere, mescolare, assaggiare, piantare, fare
- Fase 3 — La spiegazione: racconta la storia dietro il prodotto mentre lavori
- Fase 4 — La conclusione: degustazione, prodotto da portare a casa, ringraziamento sentito, invito a lasciare una recensione

[Note / Esempio]

Formati ideali: laboratorio pratico, raccolta guidata, dimostrazione di produzione con partecipazione, stand gastronomico aziendale. Durata ideale: 60-90 minuti. Progettato per 60 persone, ne attendiamo 75.





AgriVet **Tourism**

Come metterlo in pratica

Il progetto per l'esperienza del visitatore

Cosa compilare

- Nome dell'esperienza: specifica dal punto di vista del visitatore, non "visita in fattoria"
- Durata: minuti totali, realistici e specifici
- Dimensioni del gruppo: 6-10 ottimali, massimo 15
- Prezzo a persona: minimo basato sui costi più premio di valore
- Metodo di prenotazione: WhatsApp, email, modulo Google o piattaforma di prenotazione

[Note / Esempio]

Azienda casearia vicino a Florina: visita di 75 minuti, benvenuto con formaggio fresco, possibilità per i partecipanti di pressare e salare un piccolo formaggio, degustazione, possibilità di portare a casa il formaggio prodotto. Prezzo: 25 euro a persona.





AgriVet **Tourism**

Come metterlo in pratica



- Individua un'attività che si svolge già nella tua azienda agricola.
- Dagli un nome specifico dal punto di vista del visitatore.
- Imposta la durata (60-90 minuti), il numero di partecipanti (massimo 8-10) e il prezzo.
- Scrivi i 4 passaggi: Benvenuto, Attività, Spiegazione, Conclusione.

[Note / Esempio]

Per quanto riguarda i prezzi: calcolate il costo più il tempo impiegato, quindi stabilite il prezzo in base al valore offerto, non solo al costo. Il vostro tempo, la vostra competenza e la vostra ospitalità hanno un valore reale. Molti operatori scoprono di aver applicato prezzi significativamente inferiori al valore reale dei loro servizi.



Cose da fare e da non fare



AgriVet **Tourism**



- COSA FARE: Inizia con quello che hai già — è già lì nella tua azienda agricola
- COSA FARE: Dai un nome specifico alla tua esperienza: la specificità attrae il visitatore giusto
- COSA FARE: Includi sempre un oggetto da portare a casa: un souvenir tangibile dell'esperienza.
- NON: Aspettare nuove strutture: l'esperienza esiste già, ha solo bisogno di una struttura

[Note / Esempio]

Le esperienze "crea e porta a casa" ricevono punteggi di valutazione superiori di 0,4-0,8 punti rispetto alle attività di sola osservazione. I visitatori che realizzano qualcosa hanno una probabilità significativamente maggiore di acquistare anche dei prodotti prima di andarsene.



AgriVet **Tourism**

Esempi dalla Grecia e dall'Italia



Grecia — Azienda agricola produttrice di zafferano vicino a Kozani:

- Mattinata di zafferano — Raccolta di 60 minuti + separazione degli stimmi + campione etichettato, 28 euro, esaurito ogni mattina

• Italia — Azienda casearia in Calabria:

- Formaggio fatto in casa: gli ospiti producono e pressano il proprio formaggio da portare a casa, 75 minuti, 25 euro

[Note / Esempio]

Un'azienda agricola che produceva zafferano, erbe aromatiche e formaggio aveva tutte lo stesso punto di partenza: un'attività già esistente, affascinante per i visitatori, ma senza nome, senza prezzo, senza struttura.

L'aggiunta di questi tre elementi ha dato vita a un prodotto.





AgriVet **Tourism**

Buone Pratiche



Laboratorio di erboristeria e pensione, Kentriki Makedonia, Grecia

- Sfida: i visitatori arrivavano, si guardavano intorno brevemente e se ne andavano, senza nulla che li coinvolgesse.

- Soluzione: Workshop di erboristeria di 75 minuti con struttura in 4 fasi, 20 euro, massimo 8 partecipanti

[Note / Esempio]

- Risultato: 34 prenotazioni di workshop | 680 euro di ricavo + 18 euro di vendite medie di prodotti per visitatore

- Prenotazioni effettuate tramite segnalazione: 12 su 34 | Punteggio Google: 4,9/5

- Indicatore chiave: la struttura trasforma la curiosità in profitto





AgriVet **Tourism**

Esercizi pratici



- Progetta un'esperienza strutturata e prenotabile utilizzando ciò che hai già
- Output: Progetto dell'esperienza del visitatore — nome, durata, dimensioni, prezzo, 4 passaggi, da portare a casa, prenotazione
- 25 minuti (20 minuti di lavoro + 5 minuti di presentazione)
- Operatori: utilizzate un'attività reale che già offrite in modo informale.

[Note / Esempio]

- Debriefing: due o tre partecipanti descrivono la loro esperienza in 60 secondi: nome, cosa fanno i visitatori, cosa portano a casa, prezzo.
Feedback in aula: "Cosa ti spingerebbe a prenotare questa esperienza?"
- Difficoltà comune: il prezzo. Chiedete: "Quanto dura? Quanti sono? Quanto guadagnano? Qual è la vostra tariffa oraria?"





AgriVet **Tourism**



Esercizi pratici



- Verifica la tua attuale presenza digitale: individua le principali lacune
 - Output: Lista di controllo del profilo digitale: cosa è stato fatto e cosa manca
 - 20 minuti (15 minuti di lavoro + 5 minuti di presentazione)
 - Operatori: utilizzate la vostra attività reale.
-
- Debriefing: ogni persona condivide la sua maggiore difficoltà e la prima azione da intraprendere questa settimana.
 - Problema comune: nessuna presenza su Google, nessuna foto, nessuna recensione — quasi sempre.
 - Alcuni troveranno un annuncio non reclamato: aiutateli a reclamarlo in diretta durante la sessione.





AgriVet **Tourism**

Unità 2: Racconta la tua storia e accogli i tuoi ospiti



- Il problema nell'agriturismo raramente risiede nella qualità, bensì nella comunicazione e nell'ospitalità.
- Argomenti trattati: la struttura narrativa di una fattoria, i principi base dell'ospitalità, come guidare una visita guidata in una fattoria.
- Risultato: una scheda completa con la storia della fattoria e la guida del tour

[Note / Esempio]

Racconta la tua storia e dai il benvenuto ai tuoi ospiti.

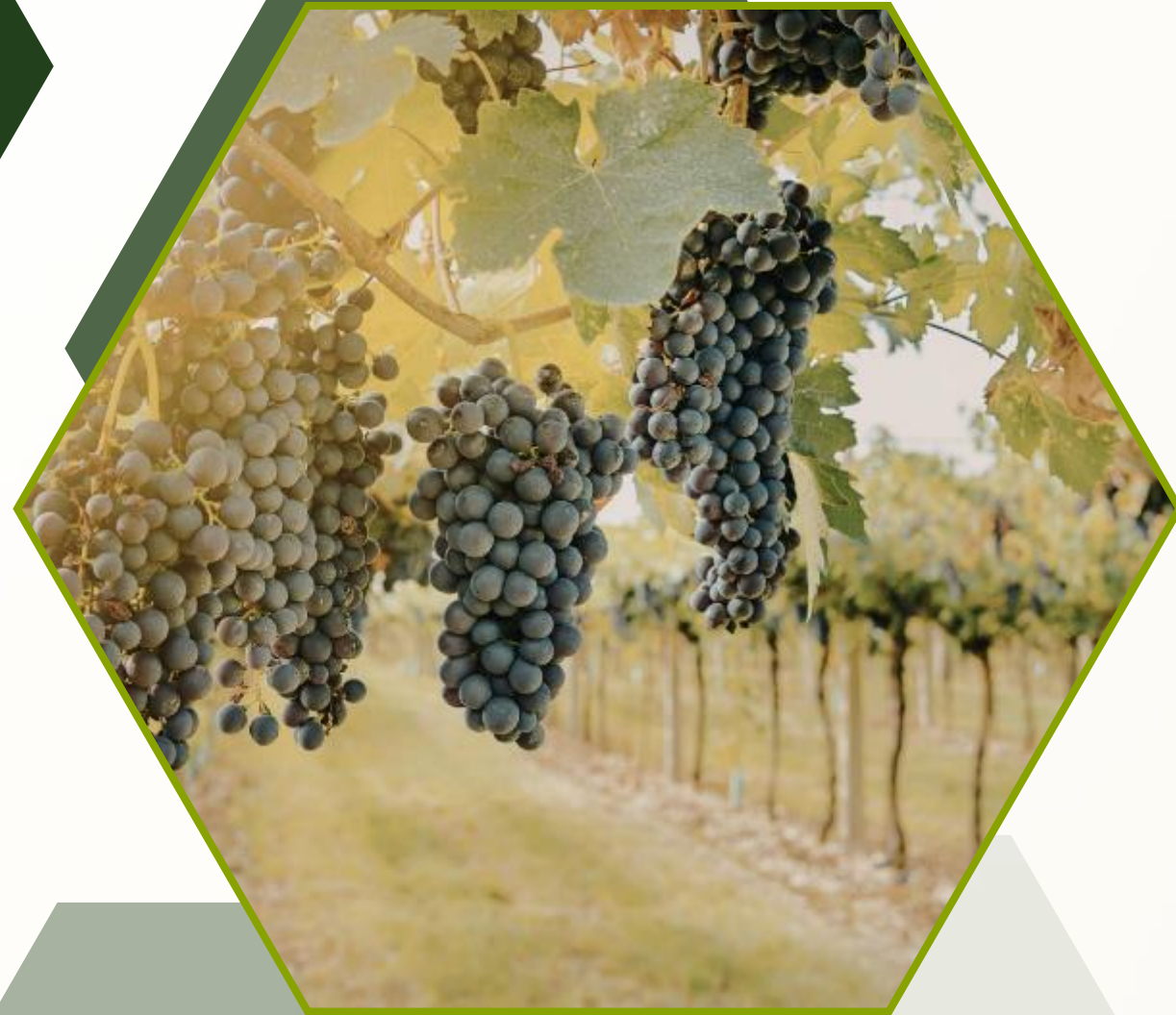
- I primi 5 minuti e gli ultimi 5 minuti di ogni visita hanno un'influenza sproporzionata su ciò che gli ospiti ricordano e su ciò che scrivono nelle recensioni.





AgriVet **Tourism**

Il problema (Reality check)



- Gli operatori conoscono a fondo la loro azienda agricola, ma faticano a spiegarla in modo semplice e caloroso
- Nessuna storia scritta della fattoria = versione diversa a ogni visita = nessuna impressione memorabile
- Tour guidato dall'istinto = qualità incostante a seconda del giorno
- Nessuna chiusura intenzionale = nessuna recensione, nessuna vendita del prodotto, nessuna prenotazione di ritorno

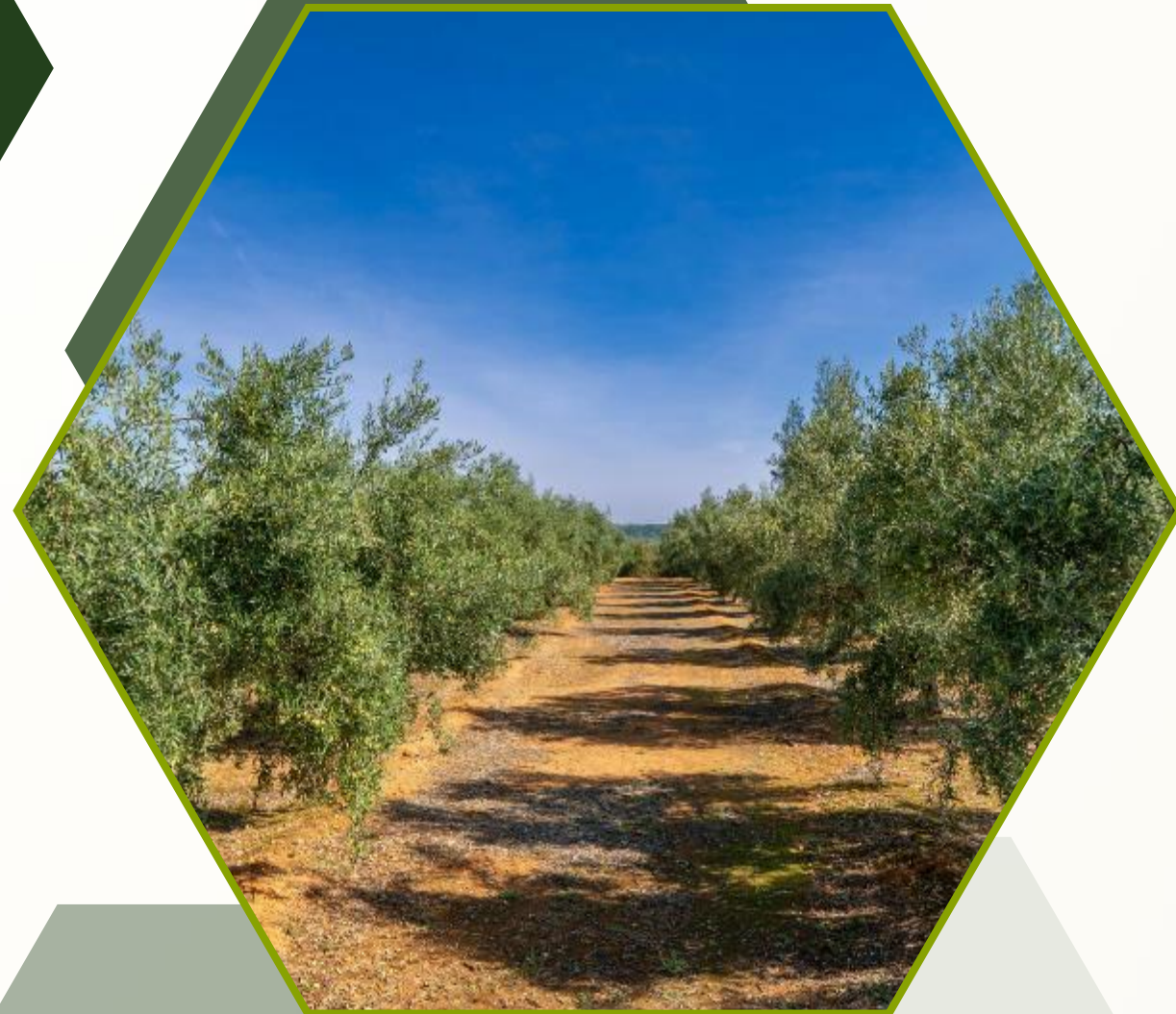
[Note / Esempio]

A un viticoltore è stato chiesto di descrivere la sua azienda agricola in un minuto. Ha parlato per dieci minuti e ancora non è riuscito a spiegare perché i visitatori avrebbero dovuto scegliere lui. Dopo aver scritto una breve descrizione di tre frasi, i visitatori hanno iniziato a citarla nelle loro recensioni.

Il quadro narrativo dell'agriturismo



AgriVet Tourism



- La storia di una fattoria risponde alle seguenti domande: perché esiste questa fattoria, cosa produce, perché è importante?
- Origine: da dove viene la fattoria? Chi l'ha fondata? Da quanto tempo esiste?
- Prodotto e metodo: cosa producite? Cosa c'è di speciale o di diverso nel vostro prodotto?
- Il motivo per cui è importante: perché questo lavoro è importante per te?

[Note / Esempio]

Esempio: "Mio nonno piantò questi ulivi nel 1958. Sono tornato dalla città perché mi mancava il profumo della prima spremitura di novembre. Da questi stessi alberi produciamo 400 litri all'anno." Una persona, un luogo, una ragione. Assolutamente memorabile.





AgriVet **Tourism**

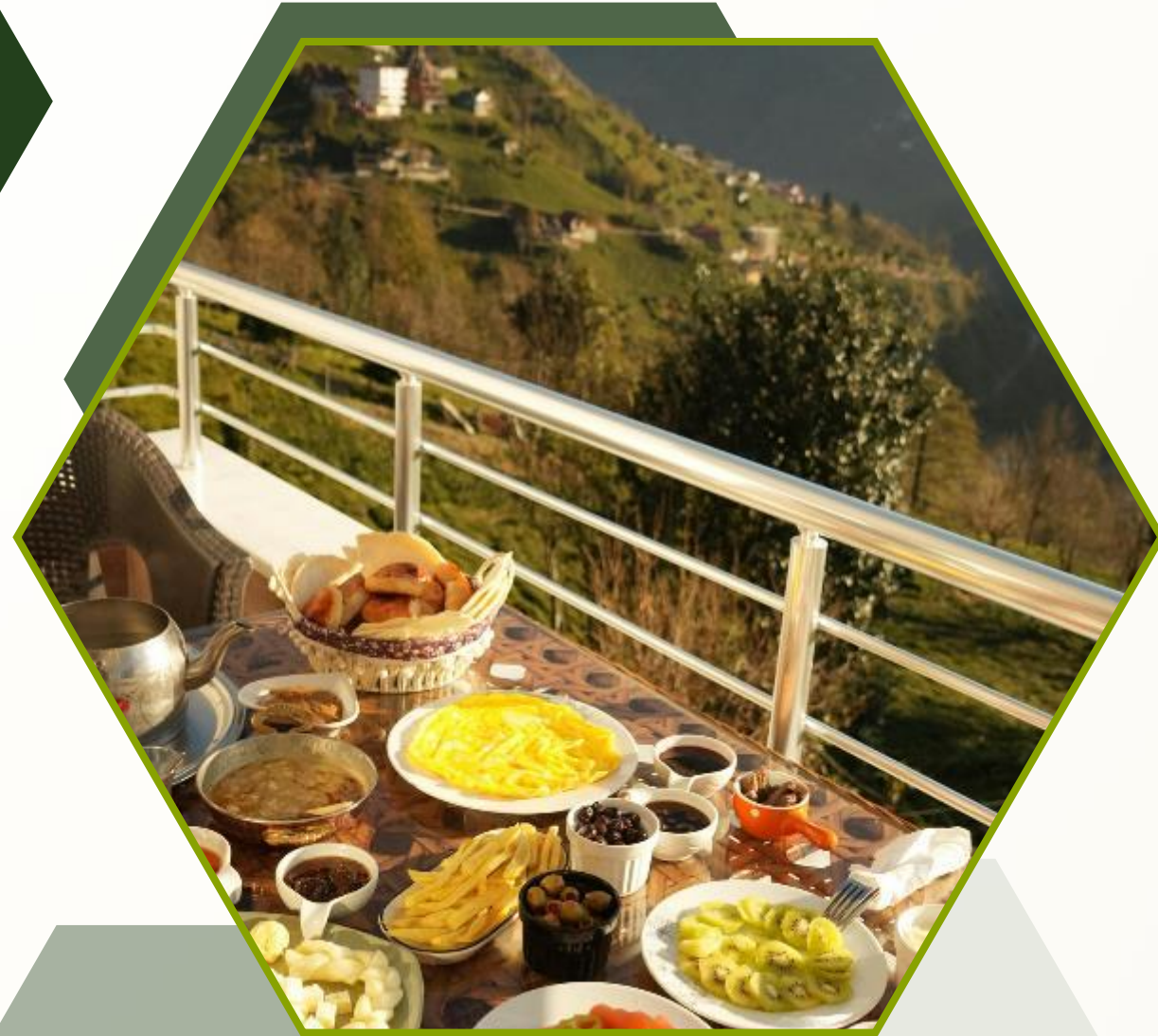
Come metterlo in pratica

Nozioni di base sull'ospitalità e come guidare una visita guidata in una fattoria.

- Siate fuori ad accogliere i visitatori al loro arrivo: un agricoltore che esce crea un'atmosfera accogliente per gli ospiti.
- Offri subito qualcosa: un assaggio o una bevanda danno inizio all'esperienza sensoriale
- Utilizzare il loro nome almeno una volta durante la visita
- Spiega loro cosa succederà e per quanto tempo: i visitatori che sanno cosa aspettarsi si rilassano
- Concludete con un ringraziamento sentito e un invito a lasciare una recensione.

[Note / Esempio]

Struttura del tour: 3-5 tappe, ognuna con una cosa da vedere o toccare, una cosa da assaggiare o annusare, una frase da ricordare. Poni domande tra una tappa e l'altra invece di parlare ininterrottamente.





AgriVet **Tourism**

Come metterlo in pratica



- Scrivi la storia della tua fattoria in 3 frasi: origine, prodotto, perché è importante.
- Dillo ad alta voce a un familiare: riscrivi tutto ciò che ti sembra imbarazzante.
- Pianifica il tuo tour: 3-5 tappe, un momento sensoriale e una frase per ogni tappa.
- Controlla la lista di ospitalità: saluto esterno, offerta immediata, nome, recensione dell'invito.

[Note / Esempio]

Una storia di fattoria non si impara a memoria. Si prova finché non diventa del tutto naturale. Di solito ci vogliono dalle 5 alle 7 volte. Alla quinta volta, ti sembra di averla sentita tua, e i visitatori iniziano a ripeterla.

Cose da fare e da non fare



AgriVet Tourism



- COSA FARE: Scrivi la storia della tua fattoria e prova a ripeterla ad alta voce finché non ti viene naturale
- COSA FARE: Accogliere i visitatori all'esterno e chiamandoli per nome: i primi 30 secondi danno il tono
- COSA FARE: Concludi ogni visita con un invito chiaro: recensisci, acquista, restituisci o porta un amico
- NON FARE: Improvvisare la storia della fattoria ogni volta: l'incoerenza confonde i visitatori

[Note / Esempio]

Una ricerca condotta sulle piattaforme agrituristiche europee ha rivelato che la principale causa di recensioni negative è la confusione su cosa fosse incluso nel soggiorno, non la qualità né il prezzo. Migliorare una comunicazione chiara prima e durante la visita non costa nulla.





AgriVet **Tourism**

Esempi dalla Grecia e dalla Bulgaria



Grecia — Produttrice di olio d'oliva, Calcidica:

- La storia della fattoria è ridotta a 3 frasi: i visitatori la citano costantemente nelle loro recensioni

- Bulgaria — Fattoria di rose, Kazanlak:

- Tour in quattro tappe con visita alla sala di distillazione — punteggio medio delle recensioni 4,9/5

[Note / Esempio]

I visitatori che ricevono un'accoglienza personalizzata, con un saluto chiamato per nome, lasciano recensioni in media più lunghe del 15-20% e più positive del 12% rispetto a quelli che non la ricevono. Il costo di tale accoglienza: zero.





AgriVet **Tourism**



Buone Pratiche



Azienda agricola con annessa pensione, Kentriki Makedonia, Grecia

•Sfida: i visitatori si aggiravano senza una meta precisa e se ne andavano, senza una storia, senza una struttura, senza un'ospitalità mirata.

•Soluzione: racconto della fattoria in 3 frasi + tour in 4 tappe + lista di controllo dell'ospitalità

[Note / Esempio]

•Risultato: durata della visita da 20 a 75 minuti | vendite di prodotti per visita più che raddoppiate | da 0 a 14 recensioni Google in una stagione

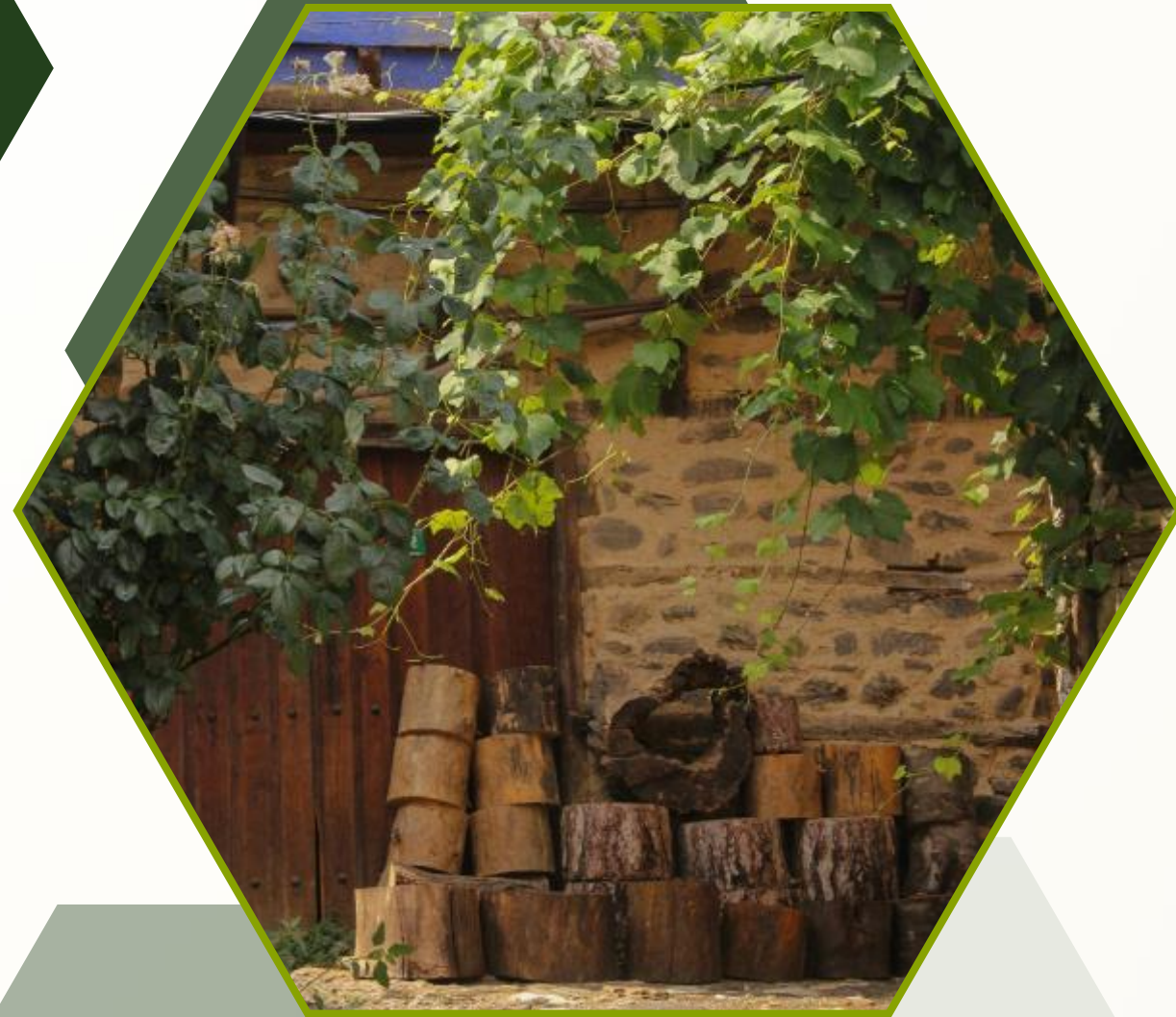
•Aspetto chiave: una storia della fattoria scritta garantisce coerenza: i visitatori ascoltano sempre la stessa versione





AgriVet **Tourism**

Esercizi pratici



- Scrivi la storia della tua fattoria e pianifica una visita guidata che faccia sentire i visitatori benvenuti
- Output: Scheda descrittiva della fattoria e guida turistica — storia di 3 frasi, 3-5 tappe del tour, lista di controllo dell'ospitalità
- 20 minuti (15 minuti di lavoro + 5 minuti di presentazione)
- Operatori: assicurarsi che la storia sia scritta e coerente.

[Note / Esempio]

Discussione finale: due studenti leggono ad alta voce la loro storia sulla fattoria. In classe: "Qual è la parola che meglio descrive le sensazioni che vi ha suscitato?" Le parole sono quasi sempre: calore, curiosità, fame, realtà, connessione. Questo è ciò che fa una storia sulla fattoria.





AgriVet **Tourism**

Unità 3: Costruire partnership locali e Mercati condivisi



- Un visitatore che si ferma per 90 minuti ha bisogno anche di un posto dove dormire, mangiare e fare altro.
- Copre: mappatura dei partner, creazione di offerte congiunte, accordi di cooperazione semplici.
- Risultato: una mappa dei partner e un piano di cooperazione completi.

[Note / Esempio]

- Creare collaborazioni locali e promuovere insieme i prodotti.

I visitatori che interagiscono con tre o più attività commerciali locali spendono il 40% in più al giorno. Ogni segnalazione che fai a un partner allunga il loro soggiorno.





AgriVet **Tourism**

Il problema (Reality Check)

- La maggior parte degli operatori conosce i concorrenti locali, ma non ha mai mappato chi potrebbe inviare loro visitatori
- Nessun sistema di referral: i visitatori se ne vanno dopo 90 minuti e trascorrono il resto della giornata altrove.
- Ciascun operatore è troppo piccolo da solo per attrarre visitatori da fuori zona
- Nessuna cooperazione: nessuna offerta congiunta, nessuna presenza condivisa, nessuna storia combinata

[Note / Esempio]

Tre attività commerciali vicino a Naoussa — una cantina, un frutteto e un ristorante locale — hanno iniziato a promuoversi reciprocamente con un biglietto da visita stampato. Nel giro di una sola stagione, il 30% dei visitatori della cantina proveniva dal frutteto. Nessun budget di marketing. Solo un pezzo di carta.



Partenariati e Offerte congiunte



- Con chi collaborare: strutture ricettive, ristorazione, artigianato, guide turistiche, punti di accesso per i visitatori
- Offerta congiunta: "Mostra questa carta al ristorante per ottenere uno sconto del 10%" — una partnership già avviata
- Accordo di cooperazione: 4 domande — cosa, come deferire, ripartire e controversie
- Scheda di orientamento: una scheda stampata con tutte le sedi dei partner — lo strumento minimo indispensabile

[Note / Esempio]

Un accordo scritto, anche informale, previene incomprensioni e rende la collaborazione più duratura rispetto a un accordo verbale.



Come metterlo in pratica



AgriVet Tourism

5 passi per avviare una collaborazione locale

- Fase 1: Mappa — elenca 5-10 attività commerciali locali che servono gli stessi visitatori della tua azienda agricola
- Fase 2: Stabilisci le priorità — scegli 2-3 partner i cui visitatori si sovrappongono maggiormente ai tuoi
- Fase 3: Proporre un messaggio specifico e semplice: "Penso che i nostri visitatori si sovrappongano"
- Fase 4: Accordo — scrivi cosa farà ciascun partner, scambia i materiali
- Passaggio 5: Attivazione: metti il loro biglietto da visita alla reception, pubblica qualcosa su di loro questo mese

[Note / Esempio]

Un'azienda agricola specializzata in erbe aromatiche e una taverna locale hanno creato un'offerta speciale: "Mattinata e pranzo a base di erbe aromatiche": un workshop di 60 minuti seguito da un pranzo di tre portate a base di erbe raccolte quella stessa mattina. Il costo è di 35 euro a persona, da dividere tra due operatori. Ora è l'esperienza più recensita della zona.



Come metterlo in pratica



AgriVet Tourism



- Elenca 5 attività commerciali locali che potrebbero inviarti visitatori o con cui potresti sviluppare un'offerta più completa.
- Scegli il tuo partner prioritario: i cui visitatori hanno maggiori probabilità di apprezzare la tua fattoria?
- Scrivi una frase da inviare loro questa settimana: "Metterò il tuo biglietto da visita al mio tavolo di benvenuto se tu metterai il mio al tuo."
- Metti per iscritto l'accordo, anche solo una pagina, e fissa un appuntamento per una verifica dopo 30 giorni.

[Note / Esempio]

Un'azienda agricola specializzata in erbe aromatiche e una taverna locale: laboratorio di 60 minuti sulle erbe aromatiche, seguito da un pranzo con erbe raccolte la mattina stessa. 35 euro a persona, da dividere tra i due gestori. Nessuno dei due avrebbe potuto offrire un'esperienza simile da solo. Insieme: l'esperienza locale più recensita su Google.



Cose da fare e da non fare



AgriVet **Tourism**



- COSA FARE: Inizia con la cooperazione più semplice: scambia le carte stampate e raccomanda verbalmente
- COSA FARE: Scegli partner i cui visitatori coincidono con i tuoi
- COSA FARE: Metti per iscritto anche gli accordi informali: un solo foglio previene i malintesi.
- NON FARE: Aspettare un accordo formale o un sito web condiviso: le migliori collaborazioni iniziano con una chiamata

[Note / Esempio]

Una rete di sei operatori nella penisola Calcidica: ognuno tiene i biglietti da visita degli altri alla reception, pubblica informazioni sugli altri una volta al mese e si avvisano a vicenda quando sono al completo. Una sola pagina. Nessun costo legale. Ancora attivi cinque anni dopo.

Esempi dalla Grecia e dalla Bulgaria



AgriVet **Tourism**



Grecia — Percorso agricolo vicino a Naoussa:

- Azienda vinicola, meleto, produttore di miele, caseificio: la scheda informativa stampata del percorso ha registrato un aumento del numero di visitatori in tutte e quattro le aree.

•Bulgaria — Pensione vicino a Bansko:

- Guida escursionistica, laboratorio artigianale e pensione: tutte e tre le attività hanno registrato un aumento delle prenotazioni in una sola stagione.

[Note / Esempio]

I visitatori che interagiscono con tre o più attività commerciali locali durante un viaggio spendono il 40% in più al giorno rispetto a coloro che ne visitano solo una. Ogni segnalazione che fai a un partner allunga la giornata del visitatore.





AgriVet Tourism

Esercizi pratici

- Mappa la tua rete di partner locali e redigi una proposta di collaborazione specifica
- Risultato: Mappa dei partner — 5 partner locali per categoria — più una proposta di cooperazione scritta
- 20 minuti (15 minuti di mappatura + 5 minuti di condivisione)
- Completa la mappa dei partner, poi scrivi una frase che potresti inviare questa settimana.

[Note / Esempio]

- Debriefing: ogni persona nomina il proprio partner prioritario e legge la propria proposta di una sola frase. "Potresti inviarla questa settimana? Cosa te lo impedisce?"
- Nota per il formatore: se i partecipanti provengono dalla stessa area, è bene specificarlo. L'aula di formazione rappresenta già di per sé una potenziale rete di collaborazione.





AgriVet Tourism



Punti chiave

3 modelli da portare a casa oggi:

1. Progetto per l'esperienza del visitatore
 - un'esperienza prenotabile pronta per essere eseguita
2. Scheda con la storia della fattoria e la guida turistica
 - la tua storia + 3-5 tappe + lista di ospitalità
3. Mappa dei partner e piano di cooperazione
 - 5 partner individuati + proposta pronta per l'invio





AgriVet Tourism

Autovalutazione

- Potresti implementare il tuo Visitor Experience Blueprint questo mese? Cosa bisogna fare prima?
- In che modo la storia della fattoria che hai scritto oggi è diversa dalla versione che hai raccontato prima?
- Pensate all'ultimo visitatore che se n'è andato: lo avete salutato fuori? Gli avete chiesto una recensione?
- Qual è l'imprenditore locale che dovresti contattare questa settimana e cosa gli proporresti?
- Se un visitatore trascorresse un'intera giornata nella vostra zona, la vostra azienda agricola fa parte di quell'itinerario?



AgriVet Tourism

Grazie





AgriVet **Tourism**

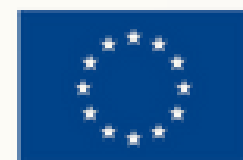
AgriVET Tourism

Promuovere l'agriturismo sostenibile
attraverso la formazione professionale per lo
sviluppo rurale.

Riferimento del progetto: 2024-2-BG01-KA210-VET-



67



Co-funded by
the European Union

