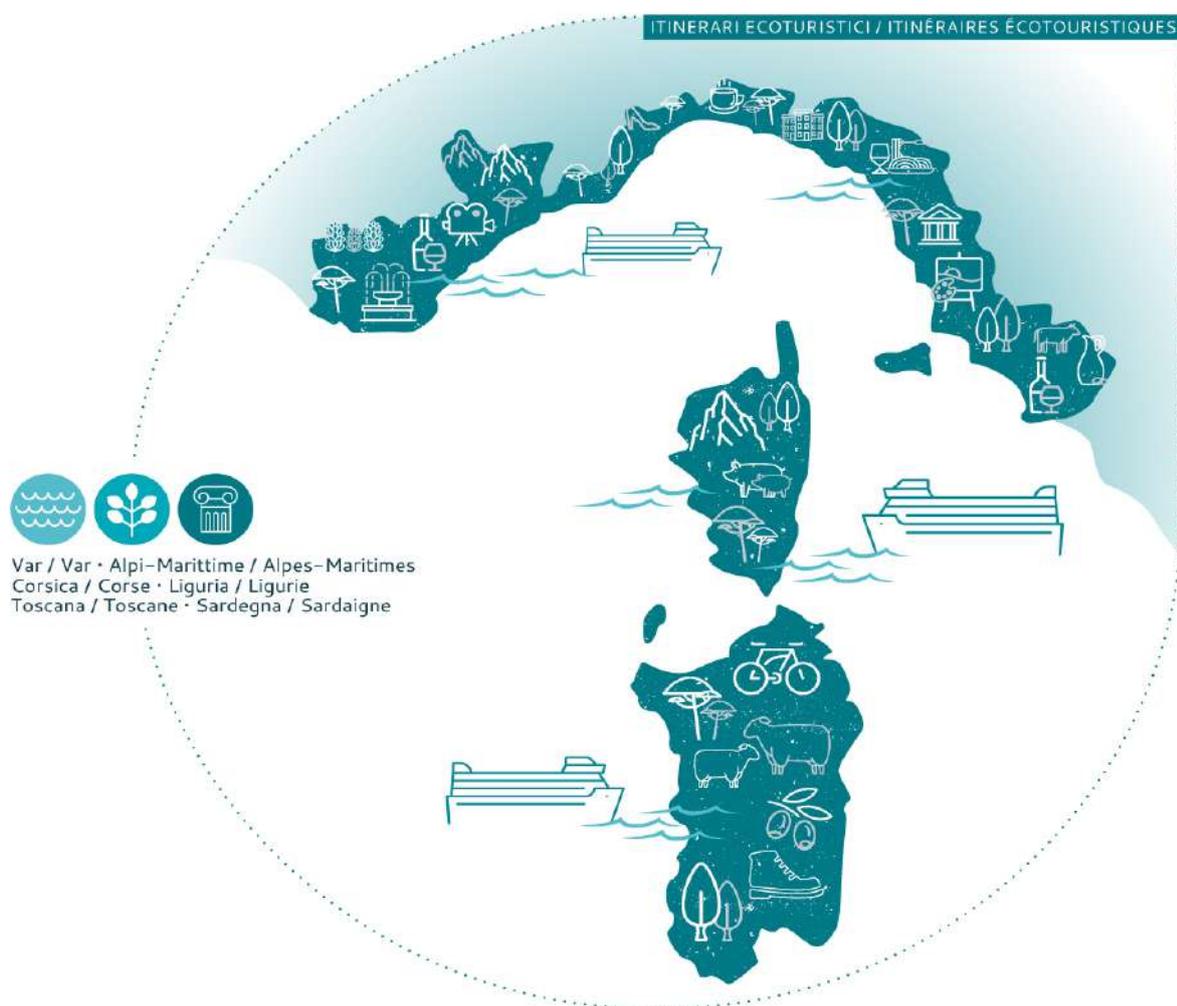


COMPONENTE T

Attività T.1.6

Prodotto T.1.6.9

“EDUCATIONAL TOURS”

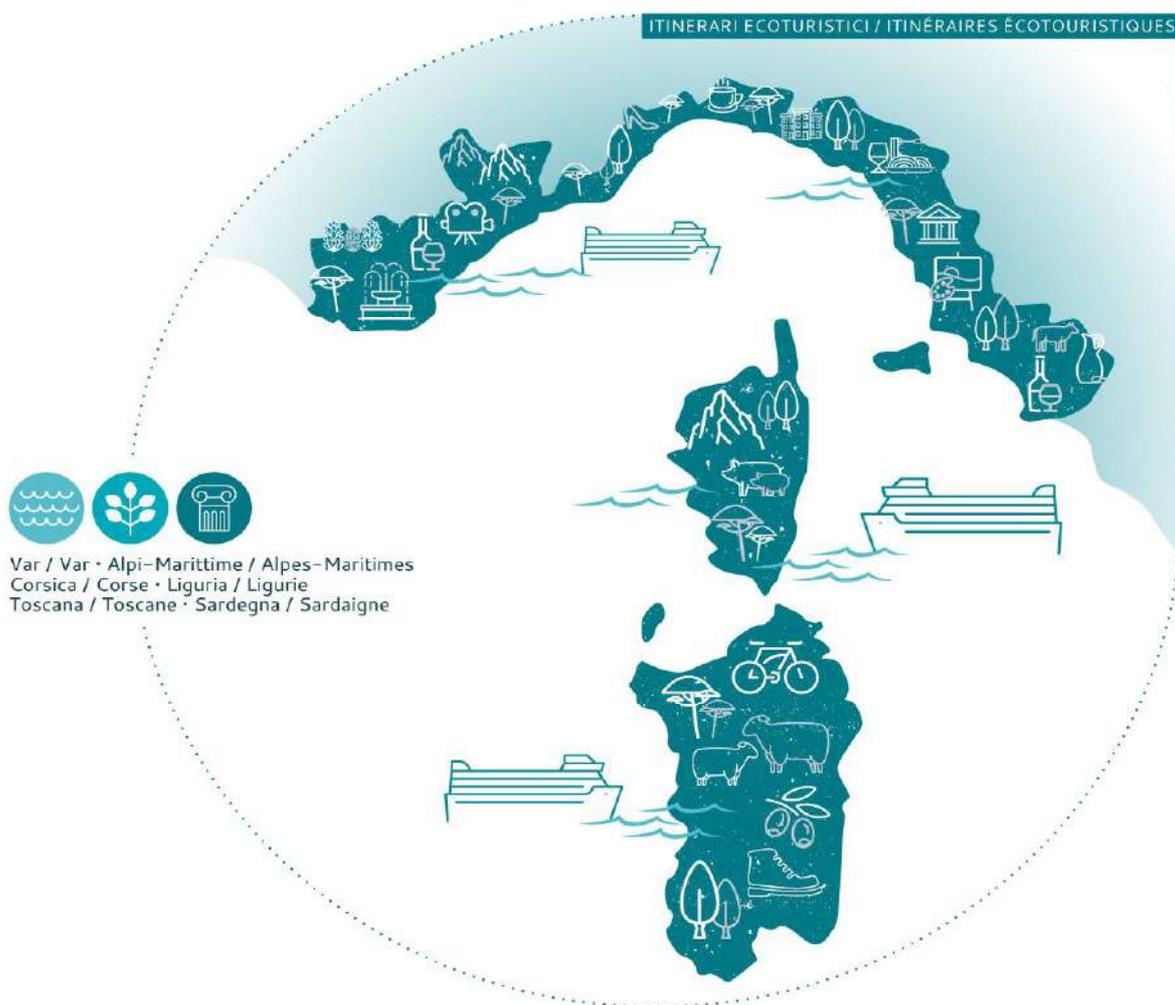


COMPONENTE T

Attività T.1.6

Prodotto T.1.6.9

“Report sullo svolgimento degli educational tour”



EDUCATIONAL TOUR DEDICATO AD OPERATORI DEL TURISMO CROCIERISTICO DI NICCHIA

Partecipanti:

Federica Bellinghieri
Silversea Shore Excursions Area Coordinator at Silversea Cruises Ltd

<https://www.silversea.com/>

Rue du Gabian, 98000 Monaco

Telefono: +377 97 70 24 24

Fontvieille Principato di Monaco

Valeria Mangiarotti

responsabile marketing dell'Autorità di sistema Portuale del mare di Sardegna

<http://www.adspmaredisardegna.it/>

Porto Pontile della Dogana, 09125 Cagliari

La scelta della t.o. è stata operata in accordo con l'Autorità Portuale della Sardegna la cui rappresentante ha partecipato all'educational. La sua presenza è apparsa fondamentale in considerazione del fatto che è la persona che per la Sardegna effettua i primi contatti promozionali con le compagnie di navigazione.

SILVERSEA

La Silversea è una compagnia di navi da crociera basata a Montecarlo. Fondata negli anni 90 da un giurista e uomo d'affari italiano, Antonio Lefebvre, appartiene ancora oggi alla famiglia.

Concepita sin dalla sua nascita per offrire viaggi d'alta gamma, si colloca fra le offerte crocieristiche più prestigiose del mondo. Oggi la sua flotta è composta da 9 navi che diventeranno 11 entro il 2021.

La compagnia ha in catalogo circa 900 destinazioni.

Sin dalla sua nascita la Silversea si propone alla clientela con una proposta di servizi a bordo italian style combinato ad uno standard americano.

Le caratteristiche principali della sua clientela sono:

70% americana

20% australiana

10 % europea

La maggioranza dei clienti appartiene ad una classe d'età over 55

Sono moltissimi i repeters che ogni anno scelgono la Silversea per raggiungere mete diverse.

CONCEPT DEL TOUR

Il tour è stato articolato su tre tematiche principali che sono quelle previste dal Progetto : open air, storia, cultura ed etnografia, enogastronomia.

Il Tour si è snodato nella Sardegna Centro Meridionale in maniera tale da testare le possibili escursioni che potessero partire da tre approdi crocieristici segnalatici dall'Autorità Portuale sarda:

Olbia, Oristano e Cagliari.

Nel realizzare il tour ci si è attenuti ai principi previsti dalle linee guida ITINERA : massima eco sostenibilità, consumo di prodotti locali a chilometro zero, plastic free, racconto dei luoghi da parte dei protagonisti, esperienzialità offerta al visitatore.

PRIMA TAPPA

“Nuoro Canti, maschere, vino e vigne”

Questa prima tappa è stata incentrata sull'etnografia e l'enogastronomia del Centro dell'Isola.

La prima tappa del tour è stata il Museo etnografico di Nuoro, la summa di tutta l'etnografia sarda, alla fine della visita si è potuto assistere all'esibizione di un coro a tenore, manifestazione artistica tutelata dall'Unesco come patrimonio immateriale dell'umanità.

Ci si è trasferiti nel paese di Mamoiada, piccolo centro notissimo per le sue maschere tradizionali e per il suo carnevale, ora diventato , grazie alle ben 17 cantine, centro di eccellenza per la produzione del vino.

Il pranzo, a base di prodotti tipici e vino locale è stato consumato su un vigneto in compagnia del vignaiolo proprietario di una micro cantina.

In seguito alle ospiti è stato offerto un piccolo corso per la produzione dei malloreddus, pasta tipica sarda.

Si è assistito alla vestizione dei Mamuthones, maschera autoctona

Un tour delle cantine ed una visita al Museo della maschera ed ad un artigiano produttore di maschere hanno concluso la giornata.

SECONDA TAPPA

“Oristano Giganti, mare e cibo”.

Dopo una passeggiata nel centro storico della città giudicale, le ospiti hanno visitato la penisola del Sinis ed il fantastico villaggio di Tharros, arroccato su un promontorio a picco sul mare. Sono stati visitati sia il museo dei giganti di Monte Prama, sensazionale scoperta archeologica degli anni 80 del 900. L'escursione è stata proposta anche in bicicletta.

La giornata è proseguita con un pranzo in una fattoria biologica nelle campagne della Marmilla, dove le ospiti hanno fatto l'esperienza del laboratorio del formaggio condotto dallo stesso proprietario.

In conclusione la visita al complesso archeologico di Barumini, patrimonio Unesco.

TERZA TAPPA

“Cagliari, lagune e mercati”

La visita alla città di Cagliari è cominciata con la visita alle lagune che la circondano e dove ancora viene coltivato il sale, vero oro dell'Antichità.

In seguito si è visitato il mercato del pesce di San Benedetto, uno dei più belli del Mediterraneo, qui, uno chef ha indicato alle ospiti le eccellenze della produzione locale e le peculiarità dell'enogastronomia del sud Sardegna. Dopo un pranzo presso il ristorante dello stesso chef, vicino al mercato, le ospiti hanno potuto fare un'altra esperienza imparando a confezionare i ravioli sardi sotto la conduzione del cuoco.

Il giro panoramico della città ha concluso il soggiorno.

Gli hotel

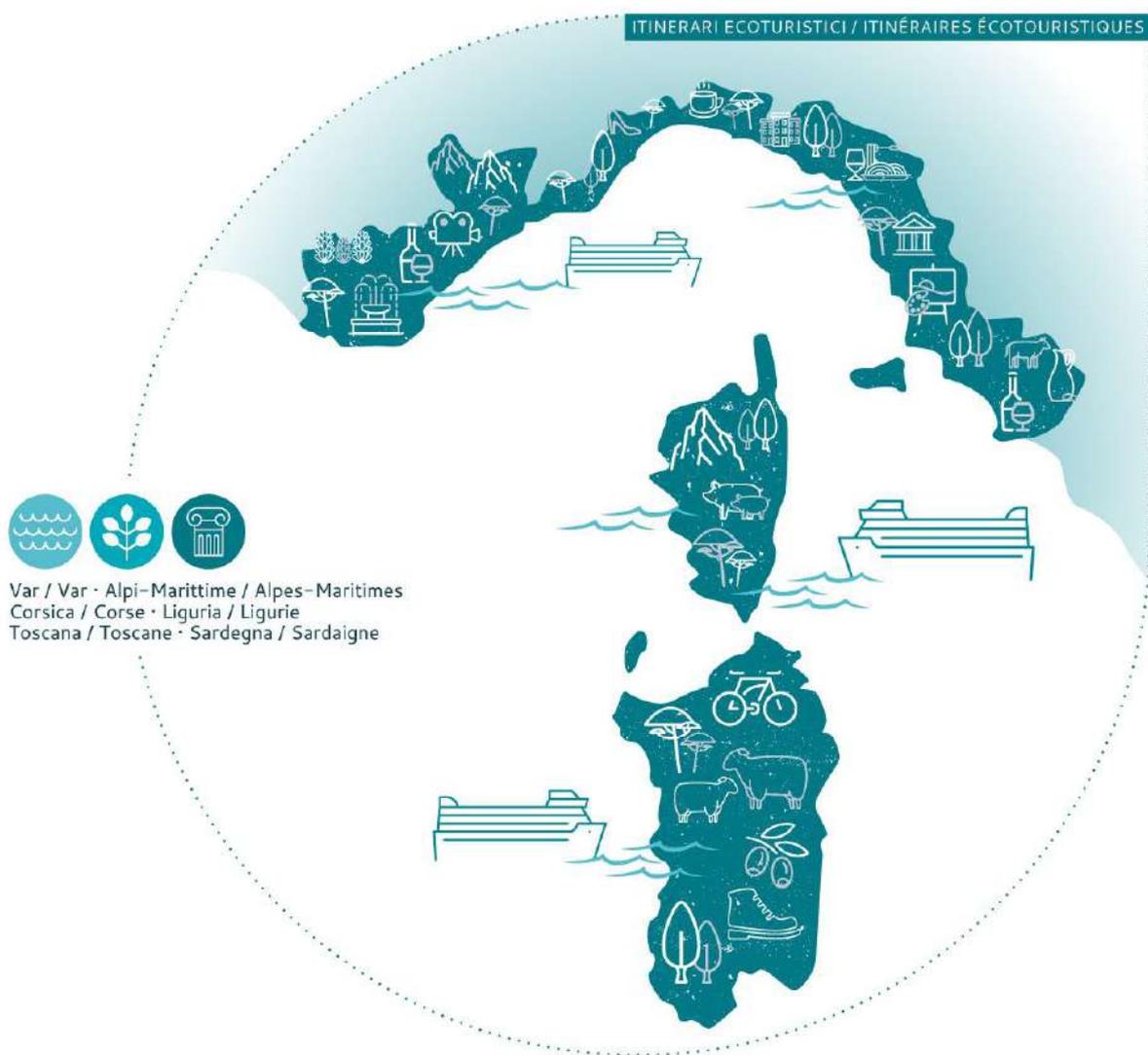
Le ospiti hanno sempre prenotato in piccoli hotel di charme condotti dagli stessi proprietari. Anche nella scelta degli alberghi si è rimasti fedeli alle linee guida Itinera.

Composante T

Activité T.1.6

Prodotto T.1.6.9

“Report educational tour”



EDUCATIONAL TOUR DEDIEE AUX OPERATEURS DE TOURISME DE CROISIERE DE NICHE

Participants:

Federica Bellinghieri
Silversea Shore Excursions Area Coordinator at Silversea Cruises Ltd

<https://www.silversea.com/>
Rue du Gabian, 98000 Monaco
Telefono: +377 97 70 24 24
Fontvieille Principauté de Monaco

Valeria Mangiarotti

Responsable marketing de l'Autorité Portuaire de la Mer de Sardaigne.
<http://www.adspmaredisardegna.it/>
Porto Pontile della Dogana, 09125 Cagliari

Le tour operator a été choisi en accord avec l'autorité portuaire de Sardaigne dont le représentant a participé à la formation. Sa présence est apparue comme fondamentale car il s'agissait de la personne qui, pour la Sardaigne, établit les premiers contacts promotionnels avec les compagnies de transport.

SILVERSEA

La Silversea est une compagnie de croisières basée à Montecarlo. Fondé dans les années 90 par un juriste et homme d'affaires italien, Antonio Lefebvre, il appartient toujours à la famille. Conçu depuis sa création pour offrir des voyages haut de gamme, il figure parmi les offres de croisières les plus prestigieuses au monde. Aujourd'hui, sa flotte est composée de 9 navires qui deviendront 11 d'ici 2021.

La société propose environ 900 destinations dans son catalogue.

Depuis sa création, Silversea se propose aux clients avec une offre de services " italian style à bord combinée à un standard américaine.

Les principales caractéristiques de ses clients sont:

70% d'Américains

20% australiens

10% d'européens

La majorité des clients appartiennent à un groupe d'âge de plus de 55 ans

De nombreux clients réguliers choisissent chaque année Silversea pour atteindre différentes destinations.

CONCEPT DU TOUR

La visite était divisée en trois thèmes principaux qui étaient ceux envisagés par le projet: plein air, histoire, culture et ethnographie, nourriture et vin.

Le tour a été organisée dans le centre-sud de la Sardaigne de manière à tester les excursions possibles au départ des trois ports de croisière signalés par l'autorité portuaire sarde: Olbia, Oristano et Cagliari.

Dans la mise en œuvre de la tournée, les principes énoncés dans les directives ITINERA ont été suivis: éco-durabilité maximale, consommation de produits locaux, plastic free, narration des lieux par les protagonistes et expérience offerte au visiteur.

Première étape

« Nuoro. Chants, masques, vins et vignobles »

Cette première étape a été dédiée à l'ethnographie, à la gastronomie et au vin du centre de l'île.

Le premier arrêt de la visite a été le musée ethnographique de Nuoro, somme de toute l'ethnographie sarde. À la fin de la visite, on a pu assister à un Canto atenore, manifestation artistique protégée par l'UNESCO en tant que patrimoine immatériel de l'humanité.

Nous nous sommes ensuite déplacés vers la ville de Mamoiada, une petite ville réputée pour ses masques traditionnels et son carnaval. Aujourd'hui, la ville est devenue, grâce aux 17 établissements vinicoles, un centre d'excellence pour la production de vin.

Le déjeuner, à base de produits typiques et de vin local, a été dégusté dans un vignoble en compagnie du vigneron, propriétaire d'une micro-cave, suivi d'un petit cours pour la production du malloreddus, une pâte typique de la Sardaigne.

Nous avons assisté à l'habillage des Mamuthones, un masque autochtone

Une visite des caves, une visite au musée du masque et un artisan fabriquant des masques ont clôturé la journée.

Deuxième étape

« Oristano. Les géants, la mer et la nourriture ».

Après une promenade dans le centre historique de la ville judiciaire, les clients ont visité la péninsule du Sinis et le fantastique village de Tharros, perchés sur un promontoire surplombant la mer.

A été visité le musée des géants de Monte Prama, une découverte archéologique sensationnelle des années 80 du 20ème siècle.

L'excursion du Sinis était également proposée à vélo.

La journée s'est poursuivie par un déjeuner dans une ferme biologique de la campagne de Marmilla, où les invités ont eu l'expérience de l'atelier de fabrication de fromages dirigé par le propriétaire lui-même.

En conclusion, visite du complexe archéologique de Barumini, patrimoine de l'Unesco.

Troisième étape

"Cagliari, lagunes et marchés"

La visite de la ville de Cagliari a débuté par une visite des lagons qui l'entourent et où le sel est encore cultivé.

Ensuite, nous avons visité le marché aux poissons de San Benedetto, l'un des plus beaux de la Méditerranée. Ici, un chef cuisinier a montré à ses invités l'excellence de la production locale et les particularités de l'énogastronomie du sud de la Sardaigne. Après un déjeuner au restaurant du même chef, à proximité du marché, les invités pourraient vivre une autre expérience en apprenant à confectionner les raviolis sardes sous la supervision du chef.

Le tour panoramique de la ville a conclu le voyage.

Les hôtels

Les clients ont toujours réservé dans de petits hôtels de charme dirigés par les propriétaires eux-mêmes. Même dans le choix des hôtels, il est resté fidèle aux directives d'itinera.

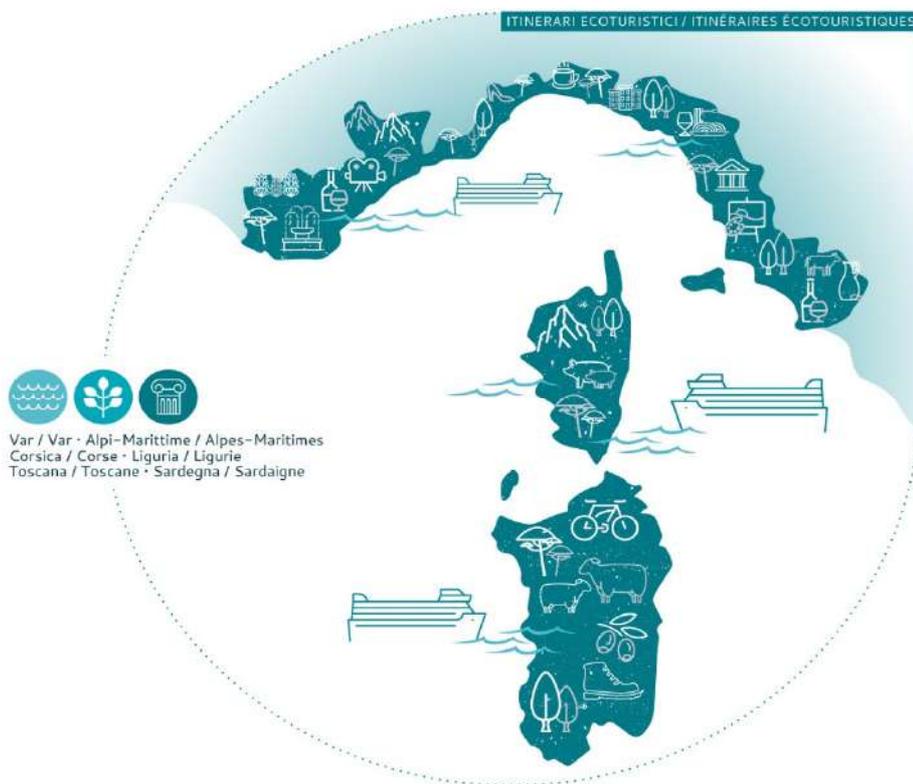
COMPONENTE 1

Attività 1.6

Prodotto 1.6.9

Prodotto Educational Tour

“Relazione Educational Tour”



Educational Tour

Genova, 26 Ottobre 2018

Il giorno 26 ottobre alle ore 10.00, Camera di Commercio di Genova ha dato appuntamento presso la Stazione Marittima di Genova, ai Tour Operator e Buyer che hanno risposto all'invito di partecipare all'Educational Tour.

I partecipanti si sono ritrovati nell'atrio principale della Stazione Marittima dove una guida turistica ha dato il benvenuto.

La delegazione è poi salita sui riscìo elettrici che hanno portato i partecipanti verso le stradine del Centro Storico di Genova, passando per il Porto Antico (con sosta a vedere la Lanterna e sentirne la storia).

I partecipanti hanno poi proseguito attraverso le tortuose stradine del centro, ammirando i vari palazzi e monumenti storici.

E' stata effettuata una sosta presso il Palazzo della Camera di Commercio di Genova dove sono state presentate le altre escursioni (escursioni di Genova enogastronomica e escursioni di Camogli – cultura e aria aperta e Portofino – sport e aria aperta). Le imprese hanno mostrato dei filmati e foto delle escursioni proposte e risposto alle domande degli operatori turistici.

Alla fine di questo incontro, sempre accompagnati dalla guida turistica, il gruppo si è diretto al Laboratorio del Pesto dove è stata effettuata una sessione pratica di pesto al mortaio con spiegazioni storico/gastronomiche della tradizionale salsa genovese.

Al termine del Laboratorio del Pesto, grazie ai riscìo e sempre accompagnati da una guida turistica che illustrava le bellezze dei vicoli di Genova, i partecipanti hanno raggiunto un ristorante tradizionale di pesce vicino al Porto per degustare piatti tipici della tradizione genovese.

Al termine del pranzo, con i riscìo elettrici, i partecipanti hanno svolto l'ultimo giro per un nuovo tratto del Centro Storico e sono stati riportati presso la Stazione Marittima.

I partecipanti TARGET – come attesta il foglio firme della giornata sono stati:

- 5 Tour Operator
- 1 Federazione Italiana Imprese Viaggi e Turismo
- 1 Assonautica (delega al turismo nautico)
- 1 Agenzia marittima
- 1 Gestore porti turistici grandi yacht

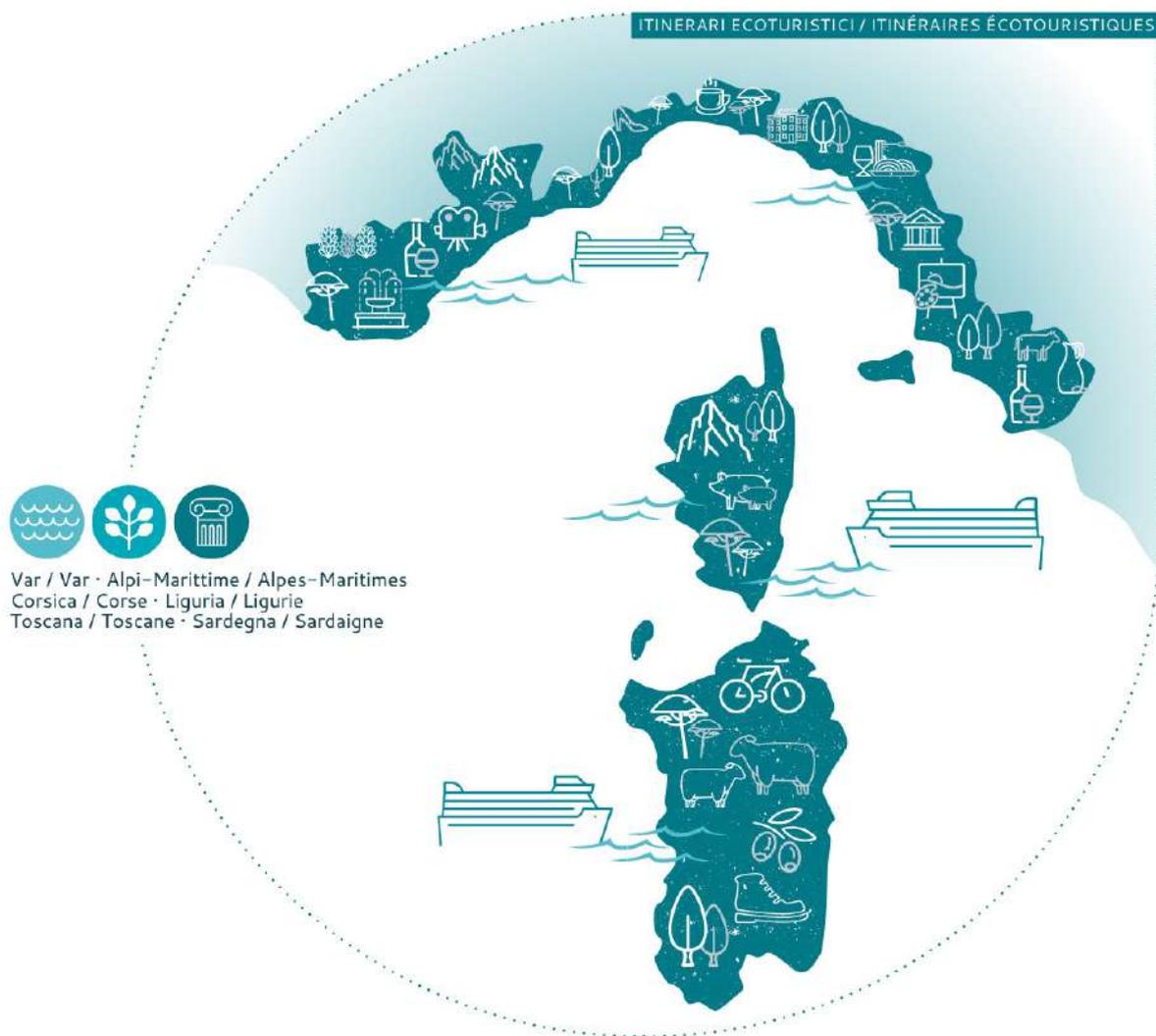
Composante 1

Activité 1.6

Produit 1.6.9

Produit Educational Tour

“Compte Rendu Educational Tour”



Educational Tour

Genova, 26 Ottobre 2018

Le 26 octobre à 10.00, la Chambre de Commerce de Gênes a donné rendez-vous auprès de la Station Maritime de Gênes, aux tour-opérateurs et aux acheteurs qui ont répondu à l'invitation pour participer à l'Educational Tour.

Les participants se sont donc retrouvés dans la grande entrée de la Station Maritime et un guide touristique a leurs donné le bienvenue.

Le group est donc monté sur les pousse-pousse électriques et ils son partis vers les ruelles du Centre historiques de Gênes en passant par le Porto Antico (avec un arrêt pour voir la Lanterna et écouter son histoire).

Ils ont donc continués dans les étroites ruelles du vieux centre-ville pour admirer et connaitre l'histoire et les curiosités des grands Palais historiques de Gênes.

Le group à effectué un arrêt près du palais de la Chambre de Commerce de Gênes pour la présentation des autres excursions préparées pour le Projet ItinERA (Gênes gastronomique; Camogli culture et plein air; Portofino plein air et sport).

Les entreprises ont présentées les excursions grâce à des videos et photos et elles ont répondues aux questions des opérateurs touristiques intéressés.

Terminé cette présentation, le group est allé au Laboratoire du Pesto où chaque participant a fait une leçon pratique sur comment utiliser le *mortaio* et faire le vrai Pesto et a suivi une explication historique sur le Pesto et la cuisine génoise.

À la fin du Laboratoire, le group est remonté sur les pousse-pousse électriques avec le guide touristique pour faire un petit tour de la Ville et pour aller manger chez un typique restaurant avec des spécialités de poissons et des autres plats de la tradition de Gênes.

Terminé le repas, avec les pousse-pousse, les participants ont fait leurs dernier tour et ils sont retournés chez la Station Maritime de Gênes.

Le participant Target – comme indiqué par les feuilles d'amergement sont :

5 Tour Operator

1 Federazione Italiana Imprese Viaggi e Turismo

1 Assonautica (delega al turismo nautico)

1 Agenzia marittima

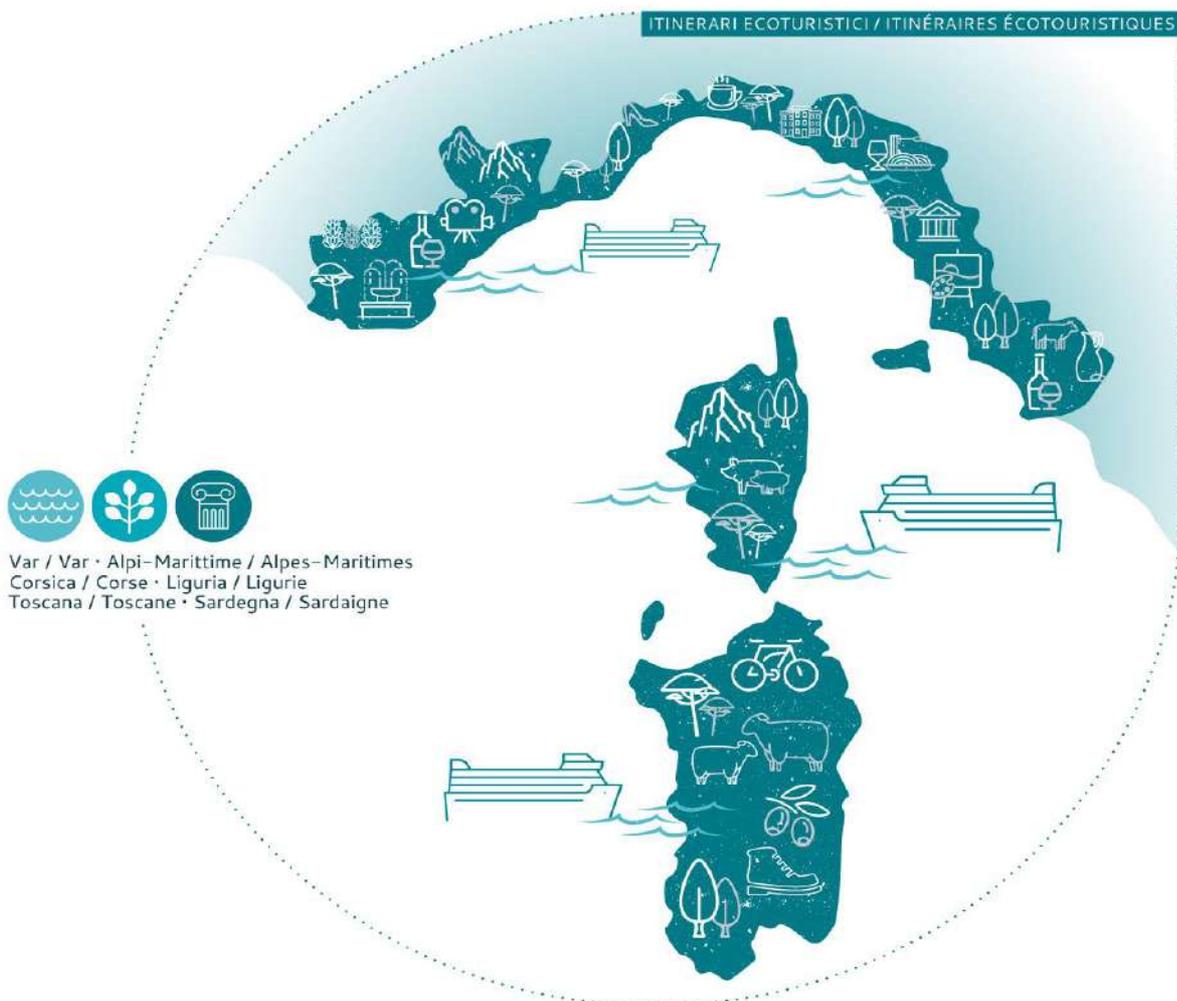
1 Gestore porti turistici grandi yacht

COMPONENTE T₁

Attività T_{1.6}

Prodotto T_{1.6.9}

“Report sullo svolgimento degli educational tours”





Indice

<u>Premessa</u>	3
<u>L'educational tour</u>	4
<u>I partecipanti</u>	9
<u>Nota metodologica</u>	11
<u>Le valutazioni degli operatori turistici</u>	12
<u>Il focus di validazione sul territorio</u>	15
<u>Allegati</u>	18
<u>Programma</u>	19
<u>Brochure</u>	21
<u>Eductour 2.0</u>	27
<u>Questionario di soddisfazione</u>	28
<u>Diario di bordo</u>	31
<u>Scheda di valutazione dell'escursione alla Rocca di San Silvestro</u>	34
<u>Scheda di valutazione dell'escursione alla Rocca di Frassinello</u>	38
<u>Scheda di valutazione dell'escursione alla Laguna di Orbetello</u>	43
<u>Scheda di valutazione dell'escursione alle fortificazioni del promontorio</u>	47
<u>Scheda di valutazione dell'escursione all'Antica Fattoria La Parrina</u>	51
<u>Scheda di valutazione dell'escursione a Livorno</u>	55

Premessa

Il presente documento costituisce il report sull'educational tour (T.1.6.9), redatto dalla **Camera di commercio della Maremma e del Tirreno**, in conformità alle specifiche definite nel progetto. Il report è stato strutturato sostanzialmente in tre sezioni:

- la descrizione dell'educational, in termini di partecipanti e programma di attività;
- la sintesi delle impressioni / suggerimenti degli operatori turistici che hanno partecipato all'educational , sperimentando gli itinerari proposti. La sintesi dell'attività di de briefing svolta, in una logica di complementarietà, con gli *stakeholders* del territorio, a diverso titolo, interessati al progetto;
- gli allegati (programma, brochure, strumenti di indagine, risultati di dettaglio, etc..).

Le attività, descritte nel presente documento, sono state svolte dalla Camera di commercio con la collaborazione tecnico organizzativa della Fondazione IRI e dell'azienda speciale CSS – Centro Studi e Servizi.

L'educational tour

Obiettivo dell'educational organizzato dall'Ente camerale è stato quello di sperimentare, con la collaborazione di alcuni operatori specializzati della filiera del settore crocieristico, alcuni itinerari ecoturistici sviluppati in coerenza con le Linee Guida definite nel progetto. Gli operatori hanno potuto vivere alcune "esperienze" tematiche individuate sul territorio ed dare un feedback qualificato sull'effettiva rispondenza dell'offerta presentata rispetto alle caratteristiche ed alle istanze del mercato.

Il tour ha avuto inizio da Livorno il 18 marzo 2019 e, attraverso diverse tappe in alcune tra le più belle realtà culturali e naturalistiche del territorio livornese e grossetano, si è concluso, sempre a Livorno, il 20 marzo.



LUNEDÌ 18 MARZO

L'educational tour è cominciato a Livorno, dove sono stati accolti gli operatori del settore crocieristico e la blogger che hanno deciso di aderire a questo viaggio per scoprire le risorse della costa livornese e grossetana. La delegazione, accompagnata da un rappresentante della Fondazione IRI – Fondazione Camerale per l'Impresa, la Ricerca e l'Innovazione – e dall'Archeologo Alessandro Giuseppe Fichera (Cooperativa CoopERA), si è diretta alla volta della Rocca di San Silvestro. Durante il percorso verso il Parco Archeominerario, situato alle spalle di Campiglia Marittima e del promontorio di Piombino, l'Archeologo ha intrattenuto i partecipanti con alcuni racconti sulla storia, le leggende e la cultura della Maremma toscana. Giunti a destinazione i partecipanti hanno potuto saggiare in prima persona un'esperienza di archeologia sperimentale. Nello specifico, sotto la guida dell'Archeologo, hanno "vissuto" la quotidianità dell'epoca altomedievale, passeggiando per le vie che circondano il castello e "lavorando" in una tipica bottega del tempo. L'escursione si è conclusa con il saluto della Direttrice del Parco Archeominerario, che ha illustrato tutte le sue offerte turistiche personalizzabili in base alle esigenze del target turistico di riferimento. Ai presenti è stata inoltre proposta una degustazione dei prodotti enogastronomici del territorio a Villa Lanzi, un casolare situato all'interno del Parco.



La delegazione, nel primo pomeriggio, si è quindi spostata alla Cantina Rocca di Frassinello. In questa meravigliosa tenuta di proprietà del Dr. Panerai e progettata dall'archistar Renzo Piano, i partecipanti, accompagnati dal Direttore Pericle Paciello, hanno potuto vivere un viaggio "lungo 3000 anni" seguendo il *fil rouge* tracciato dal "nettare degli Dei": partendo dalla vigna, in compagnia dell'agronomo dell'azienda che ha illustrato peculiarità e caratteristiche del prodotto e del processo produttivo, la visita si è spostata sul *pavilion* dove è stata spiegata la fase di selezione e primo trattamento dell'uva, secondo logiche di completa ecosostenibilità, per passare successivamente nella cantina, per comprendere il processo di trasformazione, e terminare con la barriccaia, meraviglia architettonica e luogo votato a trasformare l'uva in "nettare degli dei".

Valore aggiunto dell'esperienza è stato il collegamento con la storia e il patrimonio culturale legato al vino in quello specifico contesto territoriale: la visita all'esclusivo museo privato "Centro di documentazione etrusco", ha consentito di ammirare reperti archeologici unici, ascoltare storie del passato e fare una degustazione di vino all' "etrusca". A fare da contorno, la meravigliosa vista sulle colline metallifere, sull'insediamento etrusco di Vetulonia e sul Golfo di Follonica. Questa escursione si è conclusa con una cena a base di prodotti tipici maremmani e la degustazione dei vini rossi prodotti in questa cantina. Per calarsi completamente in questa atmosfera, la delegazione ha pernottato nelle camere costruite all'interno della tenuta di Frassinello.



MARTEDÌ 19 MARZO

Prima di riprendere il cammino verso Monte Argentario, alcuni partecipanti hanno visitato la necropoli di San Germano, che si trova nell'Area Archeologica della Rocca di Frassinello. In linea con la politica dell'azienda che, in misura crescente nel tempo, sta abbinando al proprio *core business* anche altre offerte esperienziali legate a cultura e natura, accompagnati da Giulio Carli, il responsabile dell'accoglienza della Cantina Rocca di Frassinello, i partecipanti sono andati alla scoperta di questo piccolo insediamento, sorto nella Valle del Sovata, un'importante via di collegamento nel territorio dell'antica città etrusca di Vetulonia. La Cantina organizza, in collaborazione con il Museo di Vetulonia, escursioni al sito di San Germano e alla Rocca di Frassinello, a sottolineare il legame storico e culturale tra la civiltà etrusca ed il nettare degli dei. L'Azienda sta inoltre curando la sistemazione di un sentiero naturalistico (con cartelloni illustrativi relativi alla flora e fauna) che collega la necropoli e la Rocca.

La delegazione si è quindi diretta ad Orbetello, dove la Cooperativa La Peschereccia ha presentato l'ecosistema lagunare, i segreti del mestiere del pescatore di laguna e accompagnato i partecipanti alla visita della Peschiera di Santa Liberata. In questa sede l'esperienza vissuta dagli operatori è stata molto coinvolgente, grazie all'abbinamento tra illustrazione del processo di pesca tipico della laguna e degustazione di un aperitivo a base del pescato della mattina (capitone) insieme ai pescatori che lavorano in questo sito e che li hanno accolti nella loro casa. Questa escursione lagunare si è conclusa al centro degustazioni, dove il Presidente della Cooperativa, Pier Luigi Piro, ha accolto la delegazione e presentato la filosofia del "pescato e mangiato", seguendo la più autentica tradizione gastronomica locale, che ha reso la cooperativa un'eccellenza sul territorio nazionale nonché presidio "Slow food".



La conoscenza del promontorio dell'Argentario, in cui terra e mare si fondono mirabilmente, è proseguita con la visita alla Fortezza Spagnola, con le sue mostre permanenti "Memorie Sommerse" e "Maestri d'Ascia", ed al Forte Stella, altro bellissimo esempio di architettura militare spagnola della metà del '500. La



visita a queste fortificazioni che denotano l'importanza del dominio spagnolo in questo territorio è stata guidata dall'Archeologo Fichera, che ha affiancato alla narrazione storica il racconto di alcune leggende.



L'ultima tappa del secondo giorno di educational tour si è svolta presso l'Antica Fattoria La Parrina, una delle aziende agricole più antiche e affascinanti del territorio, in cui gli operatori hanno potuto conoscere a fondo il cuore più autentico della Maremma, in un percorso che è spaziato tra natura, tradizioni ed eccellenze enogastronomiche. Per rendere unica l'esperienza, oltre alla passeggiata nella natura e nella fattoria didattica della tenuta, alla visita dell'impianto di vinificazione e dell'orto biologico, la delegazione ha partecipato ad una cooking class. Sotto lo sguardo attento dello chef della Parrina i partecipanti hanno avuto la possibilità di conoscere ed imparare a cucinare una delle ricette della tradizione maremmana: l'acquacotta. Questa attività esperienziale, volta a valorizzare le tradizioni e le eccellenze gastronomiche del territorio, si è conclusa con la degustazione dei piatti preparati con gli ingredienti prodotti in azienda e abbinati ai vini della tenuta e con il piacevole incontro con la padrona di casa, la Marchesa Franca Spinola, che ha intrattenuto la delegazione ripercorrendo la storia dell'Antica Fattoria e raccontando gli aneddoti più divertenti della tenuta.





MERCOLEDÌ 20 MARZO

Il terzo giorno, dopo una ricca colazione offerta dall'Antica Fattoria La Parrina, dove i partecipanti hanno soggiornato, la delegazione è partita alla volta di Livorno. Giunti nella città labronica gli operatori sono stati accolti dalla Cooperativa Itinera Ricerche e Progetti che, tra le tante attività organizzate nella provincia livornese, si occupa anche dell'organizzazione dei tour sui fossi rinascimentali. Accompagnata dalla guida Frabrizio Ottone, la delegazione è andata alla scoperta della città attraverso i suoi canali. Il giro in battello, della durata di un'ora, è stata un'esperienza molto rilassante perché, comodamente seduti in barca, si entra in contatto con l'anima "commerciale e multinazionale" della città, che raggiunge il suo apice con la passeggiata in Via della Madonna, dove si trovano tre chiese rappresentative di culti e nazioni importanti nella comunità livornese ottocentesca, e la visita del Mercato delle Vettovaglie, cuore pulsante del commercio al dettaglio dei prodotti del territorio. L'ultima tappa dell'educational tour si è conclusa con la degustazione di alcuni prodotti gastronomici tipici della città labronica: nel punto ristoro all'interno del Mercato i partecipanti, dopo le tipicità culinarie maremmane, hanno assaporato i piatti tradizionali livornesi.





I partecipanti

La delegazione che ha preso parte all'educational tour organizzato dalla Camera di Commercio, era composta dai seguenti partecipanti.

NOME E COGNOME	RUOLO	COMPAGNIA/TOUR OPERATOR/AGENZIA	INFO COMPAGNIA/TOUR OPERATOR
Paola Donato	Shorex Manager – Director	WestMedTours	Tour operator del gruppo CEMAR Agency Network, con sede a Genova, offre un'ampissima gamma di servizi a terra e di itinerari turistici alle principali compagnie di crociera operanti nei piccoli e grandi porti italiani. Annovera tra i suoi clienti MSC Crociere, Costa Crociere, Royal Caribbean, Celebrity, Carnival Corporation, Princess Crociere, Club Med Croisieres, Windstar Cruises, Silversea, Seabourne, Star Clippers.
Antoine Zoppi	Port Operations Manager	Vships	V-Ships è una compagnia operante nel settore dello ship management e fa parte di V.Group Holdings Limited, compagnia registrata a Monaco ma con sede a Londra. Con oltre 60 uffici in 30 diversi paesi, dal 1984 fornisce servizi di gestione delle navi e servizi marittimi correlati al settore marittimo globale. Le principali attività marine di V.Group sono gestite da tre divisioni operative: Ship Management, V.Ships Leisure e Crew Management. Altre divisioni comprendono la divisione Ship Supply Chain, la divisione Marine Services e la Divisione Offshore. A dicembre 2016, V.Group operava su 60 uffici internazionali, gestendo navi commerciali tra cui navi portarifiuti, navi cisterna, navi da crociera e navi off shore. Impiegava oltre 3.000 persone a terra e oltre 44.000 persone in ruoli marittimi e offshore. Ad oggi V.Group rappresenta una delle più grandi società di gestione navale al mondo.
Federica Bellinghieri	Shore Excursions Area Coordinator	Silversea Cruises	Fin dalla sua nascita la compagnia ha scelto di specializzarsi nelle crociere di lusso, raggiungendo in questo ambito risultati eccellenti e vincendo per cinque anni premi come "World Best Small Ship Cruise Line", miglior società crocieristica del mondo nella sua categoria. Propone diversi itinerari in varie aree del mondo con le sue 10 unità.
Letizia Paoletti	Blogger	Liveboat.it	Letizia Paoletti collabora con Rosalba Scarrone, autrice di Liveboat.it, prestigioso blog interamente dedicato al settore della crocieristica. Attraverso il blog e i suoi canali social, dove vengono pubblicati articoli e video in diretta dei principali eventi del cruising, Liveboat raggiunge migliaia di utenti. Liveboat non è unicamente un sito di crociere, dove trovare le piu' importanti news o i comunicati



			<p>stampa di tutte le Compagnie da crociera, è anche un forum molto frequentato, dove si svolgono le dirette dalle navi, un canale Youtube con 1.454.098 visualizzazioni (https://www.youtube.com/user/liveboat1/feature d), una galleria fotografica con migliaia di fotografie di navi (https://www.liveboat.it/gallery/) ed una pagina Twitter che ne diffonde oltreoceano i contenuti (https://twitter.com/liveboatcruises)</p>
Alessia Colle	Sales Department	Dock&Discover	<p>Fondata nel 1998 la Dock&Discover, con sede a Civitavecchia, fa parte del gruppo CEMAR Agency Group, presente nei principali porti italiani con i suoi uffici. Svolge attività di Port Agent & Customs Broker, Tour & Ground Operator e Destination Management Company, ed annovera tra i suoi clienti compagnie quali Holland America Group (Hal, Princess Cruises & Seabourn Cruise line), Carnival Cruise Line, Wind Star Cruises, Club Med Croisieres, Mano Maritime, P&O, Carnival UK</p>
Antonella Di Bernardo			
Barbara Carabetti			

In occasione delle singole tappe sul territorio livornese e grossetano hanno partecipato alle attività proposte anche rappresentanti di istituzioni pubbliche ed organismi che sono attivi nel settore turistico – crocieristico e che credono fortemente nella collaborazione per la definizione di proposte esperienziali e attrattive per i turisti in visita nelle aree di competenza dell’ente camerale.

NOME E COGNOME	RUOLO/DIPARTIMENTO	ENTE
Annalisa Ferri	Servizio Promozione e Comunicazione	Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Settentrionale (sede di Piombino)
Francesca Morucci	Servizio Promozione e Comunicazione	Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Settentrionale (sede di Livorno)
Carlo Torlai	Amministratore Delegato	Tuscany Terminal Spa
Fabrizio Palombo	Direttore tecnico	PortArgentario
Eugenia Cerulli	Marketing Manager	PortArgentario
Francesca Ballini	Assessore al Turismo e attività commerciali, Manifestazioni ed eventi (sportivi e non)	Comune di Monte Argentario



Nota metodologica

La fase di valutazione e validazione dell'educational tour è stata effettuata attraverso la progettazione e gestione di una indagine svolta sia attraverso strumenti "desk" (questionario e diario di bordo – vedi allegati) che "on field" (focus group di approfondimento).

Il questionario ed il diario di bordo sono stati predisposti sulla base delle "Linee guida per la promozione degli itinerari eco-turistici" del progetto ItinERA e consegnati ai partecipanti invitati all'educational tour, dopo una illustrazione degli stessi ed una contestualizzazione rispetto alle finalità dell'indagine.

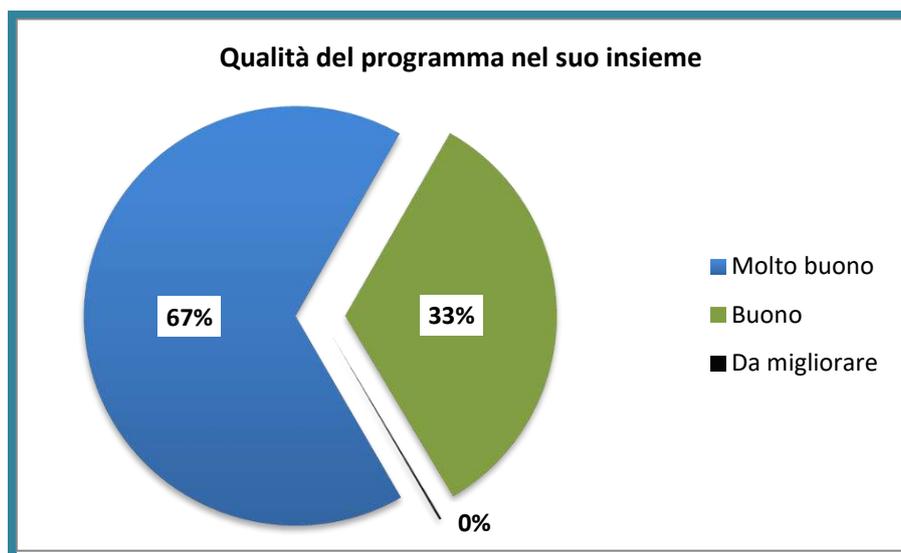
Per quanto concerne le domande che prevedevano una risposta numerica, dunque per la parte "quantitativa", l'analisi dei questionari è stata effettuata come somma delle risultanze dei singoli rispondenti, sulla quale è stata poi calcolata una media semplice. Questo è avvenuto sia per le domande a carattere generale, sia per le domande che comportavano valutazioni sul singolo educational tour.

Alle risposte di natura "qualitativa", in alcuni casi sono stati assegnati valori numerici i cui risultati sono stati trattati come sopra; in altri casi è stata creata una lista o una matrice (utilizzata anche per l'analisi dei commenti e delle risposte contenuti nel "diario") aventi il fine di evidenziare le varie risultanze emerse e quelle maggiormente indicate.

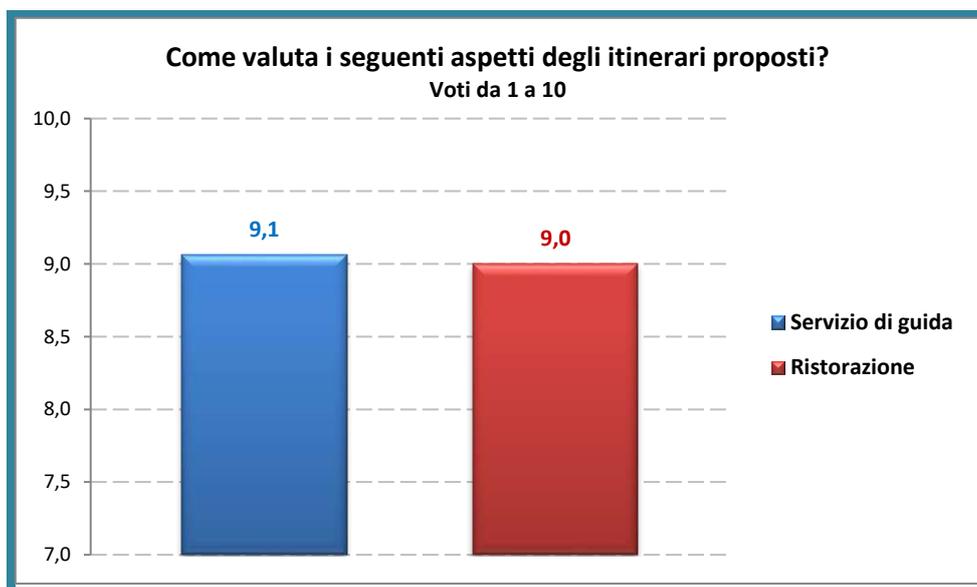


Le valutazioni di sintesi degli operatori turistici

Dall'analisi dei dati emerge, innanzitutto, un elevato apprezzamento del programma proposto, a dimostrazione che le escursioni identificate e le imprese coinvolte costituiscono delle eccellenze territoriali da poter proporre nell'offerta rivolta al turismo esperienziale, che pone al centro la persona ed il suo benessere relazionale.

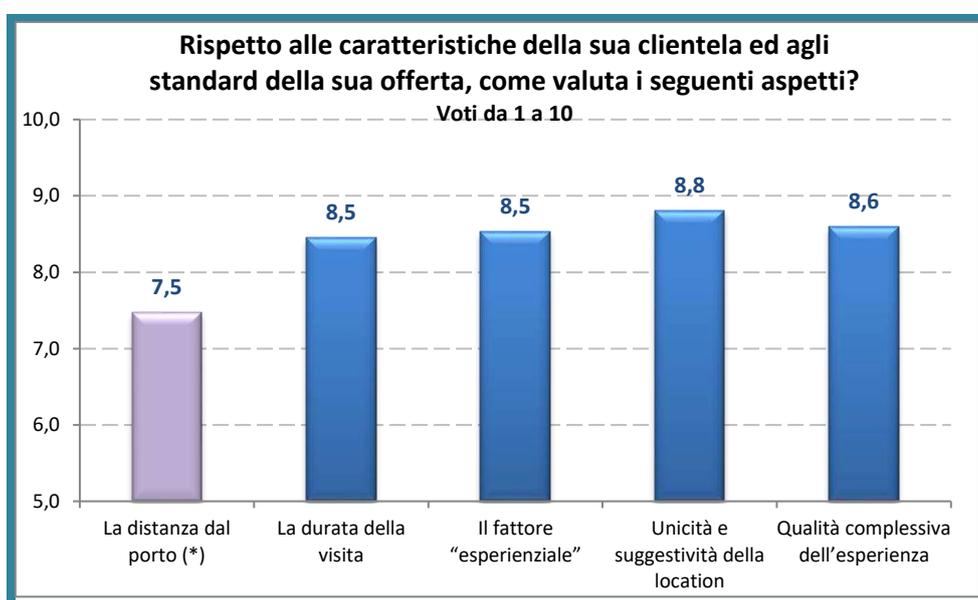


Una valutazione assolutamente positiva si rileva per il servizio di guida offerto ai partecipanti, ai quali è stato chiesto di esprimere un giudizio sulla competenza, la professionalità e la capacità di coinvolgimento dei professionisti che hanno accompagnato la delegazione. Obiettivo è stato quello di verificare l'impatto dell'approccio narrativo utilizzato durante le escursioni e la presenza di figure con forte "impatto emotivo", come valore aggiunto per affascinare il turista e renderlo partecipe del contesto in cui si trova. La narrazione emerge chiaramente come fattore chiave di una proposta centrata su un'attività "esperienziale".



Altrettanto importante, in un'ottica di turismo esperienziale eco-sostenibile, è la valorizzazione del territorio, dei suoi prodotti e delle sue tradizioni enogastronomiche. In questa ottica, il giudizio sulla ristorazione, intesa come canale e strumento fondamentale per mettere in risalto la cultura enogastronomica locale, è stato pienamente positivo a testimonianza dell'apprezzamento per l'attenzione e la cura delle imprese nei confronti di un territorio ricco di risorse, anche povere e "selvatiche", e la loro abilità nel saper valorizzare tali prodotti, contribuendo così alla realizzazione di un'esperienza certamente tipica e rispettosa del patrimonio immateriale locale.

Per verificare le potenzialità di mercato delle escursioni proposte in occasione dell'educational tour, rispetto al panel di offerta turistica rivolta al settore della crocieristica, è stata chiesta una valutazione con riferimento a cinque elementi: la distanza da porto; la durata della visita; il fattore esperienziale; l'unicità e suggestività della location; la qualità complessiva dell'esperienza.



(*) Giudizio espresso in base al porto di operatività del valutatore (Livorno, Porto S. Stefano, Civitavecchia)

Rispetto alle caratteristiche della loro clientela e agli standard della loro offerta turistica, gli operatori hanno valutato positivamente le escursioni proposte, soprattutto per l'unicità e la suggestività delle location visitate e l'esperienzialità delle attività. Questi due aspetti rispondono perfettamente alle esigenze dei clienti target dei tour operator e compagnie di navigazione presenti, che sono alla ricerca di esperienze emozionali ed originali, fuori dalle rotte più classiche del turismo crocieristico. Anche la durata delle visite proposte è stata giudicata in modo positivo, perché rispecchia il trend attuale del settore crocieristico, ovvero la volontà dei passeggeri di prendere parte ad escursioni di mezza giornata, che permettano di entrare in contatto con il territorio che li accoglie, senza però rinunciare a beneficiare dei servizi offerti dalla nave da crociera (intrattenimento, trattamenti benessere, shopping, etc.). A determinare il rispetto di questa "esigenza part-time" dei crocieristi contribuisce, ovviamente, la distanza da porto di attracco. Secondo gli operatori, i turisti quando esprimono la volontà di prendere parte ad escursioni a terra che non li impegnino più di mezza giornata, includono in questo arco temporale anche il trasferimento da/per il porto. Precisamente, i crocieristi non intendono sostenere un viaggio in auto o pullman che sia superiore alle due ore per raggiungere la destinazione e tornare a bordo (andata/ritorno); risulta quindi essenziale identificare location che possano essere facilmente raggiungibili entro questi tempi. In questo senso il

giudizio dei partecipanti all'educational tour, seppur positivo, è inferiore rispetto agli altri elementi presi in considerazione, perché i valutatori hanno espresso il voto in base al proprio porto di operatività, che non necessariamente corrisponde al porto geograficamente più vicino alla location dell'escursione (vd la Rocca di San Silvestro che dista circa 30 minuti dal porto di Piombino, ma nessun partecipante presente all'educational è operativo su questo porto e vengono pertanto presi in considerazione i porti di Livorno e Santo Stefano nella compilazione del questionario).

In allegato sono state inserite le schede di dettaglio relative alle valutazioni che gli operatori hanno effettuato rispetto a ciascuna location visitata ed alle singole esperienze fatte.

Il focus di validazione sul territorio

In una logica di complementarità, sia con riferimento al campione intercettato che per obiettivo di indagine, il 15 aprile 2019 è stato organizzato a Piombino, presso la sede dell’Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Settentrionale, una riunione con gli *stakeholders* del territorio, cioè le imprese e gli enti che in diversa misura e con un diverso ruolo, hanno contribuito alla definizione delle escursioni realizzate. Obiettivo di questo incontro, la condivisione e l’analisi delle valutazioni ed osservazioni espresse dagli operatori ospiti, al fine di cogliere gli spunti per una “valorizzazione” nell’offerta turistica ecosostenibile del territorio da rivolgere, in primis, al segmento della crocieristica per navi medio - piccole.

Luca Bilotti, responsabile del progetto ItinERA per la Camera di Commercio, ha aperto la riunione riepilogando obiettivi, attività e finalità del progetto, sottolineando, in particolare, il collegamento tra i seguenti aspetti: target di riferimento (crocieristica di nicchia), proposte di offerta eco turistica e linee guida.

La rilevanza del collegamento tra questi aspetti ha trovato una corrispondenza sia nella composizione della delegazione che ha partecipato all’educational (tour operator, compagnie di crociera, compagnie di ship management, port agent) che negli *stakeholders* del territorio coinvolti. Lo sviluppo di un’offerta turistica come quella sperimentata nel progetto deve, infatti, avere come elemento centrale il pieno coinvolgimento di tutte le possibili componenti della filiera, nonché della catena del valore del prodotto turistico desiderato. A questo proposito, è stato sottolineato dai presenti, l’apprezzamento per la capacità di networking del progetto che, sebbene abbia coinvolto soggetti già attivi nel settore (Porto Argentario, Autorità portuale, Parchi Val di Cornia), ha saputo proporre un nuovo approccio e una parziale nuova visione per le politiche di intervento rivolte alla crocieristica.

Grazie all’azione di scouting e di networking, la Camera di Commercio è riuscita, seppure con l’approssimazione della logica sperimentale di progetto, a coinvolgere gli attori istituzionali ed imprenditoriali distintivi del territorio e rappresentativi per l’approccio turistico esperienziale ricercato, dove le escursioni si contraddistinguono per l’unicità, l’autenticità, l’intrattenimento ed il coinvolgimento (parametri identificati dalla Linee Guida del progetto ItinERA).

La presentazione della bozza del video dell’educational ha sintetizzato i concetti espressi in apertura da Luca Bilotti che ha passato poi la parola al collega Federico Doretti, del Centro Studi e Servizi. E’ stato illustrato l’impianto metodologico e gli strumenti utilizzati per l’indagine, sottolineando l’obiettivo di allargare la “fotografia” presentata, fondendo raccolta ed analisi di dati oggettivamente misurati (questionario) con impressioni e risposte aperte (diario di bordo). La logica è stata quella di calibrare gli strumenti anche in base all’oggetto principale della misurazione: le esperienze vissute e le sensazioni provate.

La presentazione su risultati di sintesi e di dettaglio relative alle singole location / esperienze ha consentito di alimentare il dibattito tra i partecipanti, mettendo in evidenza aspetti condivisi e non, suggerimenti utili da raccogliere, valutazioni da contestualizzare opportunamente. Tra i vari aspetti discussi, l’attenzione è stata focalizzata principalmente su alcuni elementi ritenuti più critici:

- **l’accessibilità** – questo aspetto, in diversa misura e sebbene complessivamente “promosso”, è stato ritenuto quello da potenziare maggiormente. Si riportano alcune delle riflessioni in merito:



- l'estrema attenzione degli operatori del settore crocieristico nei confronti dell'accessibilità alle location è dettata, in primo luogo, dall'incidenza delle polizze assicurative per le compagnie di crociera, che hanno quindi tutto l'interesse a garantire la sicurezza dei propri passeggeri per tutelare sé stesse;
- le osservazioni sull'accessibilità sono condizionate dal target di riferimento dei partecipanti all'educational tour, come nel caso di navi di piccola-media dimensione, dove potrebbero essere presenti in maggior misura turisti in età avanzata o che, a prescindere dall'età, per interesse e per cultura personale non amano particolarmente attività dove è richiesto un impegno fisico di un certo livello.
- anche la nazionalità, e quindi la "cultura" dell'esperienza crocieristica, possono incidere sulla valutazione dell'accessibilità. Gli spagnoli, ad esempio, sono maggiormente interessati ad escursioni "più avventurose", come potrebbe essere la visita alla Rocca di San Silvestro, mentre gli inglesi prediligono esperienze meno movimentate, come una passeggiata alla scoperta della città di Piombino. Il settore ha già sostanzialmente risolto il problema, attraverso una specializzazione in termini di target; questo trend ovviamente consente agli operatori sul territorio di personalizzare e diversificare le proposte a seconda della tipologia di turista, e, conseguentemente, di limitare le criticità connesse all'accessibilità. Altro elemento a favore della risoluzione di questa potenziale criticità è rappresentato dai tempi di programmazione / prenotazione degli scali del crocierismo, che consentono di agire con tranquillità: attualmente sono in definizione le collaborazioni per il 2021, si ha quindi a disposizione tutto il tempo per potersi adeguare alle richieste di questo segmento e del superyachting, altro comparto marittimo che potrebbe avere ricadute positive sul territorio e che si sta rivelando particolarmente interessato alle proposte di turismo esperienziale.
- **l'approccio narrativo** – viene sottolineata l'importanza di un approccio narrativo con forte impatto emotivo, a prescindere dalla tipologia di esperienza, che sia culturale, storica, ambientale o enogastronomica. E' emblematico il suggerimento raccolto dai partecipanti all'educational tour di riuscire a valorizzare anche la degustazione, il pranzo o la cena, con una figura appassionata, esperta e coinvolgente che possa illustrare ai turisti non solo la qualità del prodotto, ma anche e soprattutto la sua tradizione e la sua storia. Viene portato ad esempio l'approccio adottato dalla Cantina Rocca di Frassinello, dove lo staff accompagna i propri clienti in tutto il percorso, inclusa la degustazione dei prodotti, raccontando aneddoti e tradizioni che permettono al turista di sentirsi parte integrante del contesto. Ma considerata l'importanza di questo aspetto, nella valutazione di un'offerta esperienziale, deve essere posta particolare attenzione al fattore "interprete/traduzione" che potrebbe incidere in maniera negativa nei confronti dei turisti stranieri. Il dibattito dei presenti è sul rischio di perdere questo aspetto fondamentale nel turismo esperienziale, quando si impiegano interpreti, quali intermediari a supporto della narrazione. Due sono le possibili soluzioni che vengono suggerite per evitare questo rischio: la fidelizzazione di servizi di interpretariato che siano in grado di trasmettere ai turisti la stessa passione e professionalità dello staff; la qualificazione linguistica del personale dell'impresa, così che possa procedere direttamente all'accompagnamento dei turisti stranieri durante l'escursione.

I presenti condividono infine la questione che l'individuazione di alcuni punti di criticità da parte degli operatori del settore, in una valutazione complessiva nettamente positiva, sia da considerare un'attestazione del fatto che i partecipanti all'educational tour, hanno compreso l'eccellenza delle

escursioni proposte e, proprio perché reputano le esperienze all'altezza del loro segmento di mercato, hanno invitato il territorio grossetano e livornese ad apportare dei miglioramenti.

Al focus group territoriale hanno partecipato:

NOME E COGNOME	RUOLO/DIPARTIMENTO	ENTE/IMPRESA
Annalisa Ferri	Servizio Promozione e Comunicazione	Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Settentrionale (sede di Piombino)
Massimiliano Barbera	Servizio Promozione e Comunicazione	Autorità di Sistema Portuale del Mar Tirreno Settentrionale (sede di Piombino)
Matteo Valori	Presidente	Commissione turismo della Camera di Commercio della Maremma e Tirreno
Fabrizio Palombo	Direttore tecnico	PortArgentario
Eugenia Cerulli	Marketing Manager	PortArgentario
Giulio Carli	Accoglienza clienti e vendita diretta	Cantina Rocca di Frassinello
Carla Casalini	Responsabile marketing	Parchi della Val di Cornia
Sergio Andreucci	Consigliere	Camera di Commercio della Maremma e Tirreno
Luca Bilotti	Servizio Promozione e sviluppo economico	Camera di Commercio della Maremma e Tirreno
Mauro Schiano	Statistica	Camera di Commercio della Maremma e Tirreno
Federico Doretti	Statistica	Centro Studi e Servizi – Azienda Speciale della Camera di Commercio della Maremma e Tirreno
Selene Bottosso	Progettazione europea	Fondazione Camerale per l'Impresa, la Ricerca e l'Innovazione



CAMERA DI COMMERCIO
MAREMMA E TIRRENO



Interreg 
MARITTIMO-IT FR-MARITIME



ItinERA

ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES

ALLEGATI



Programma

EDUCATIONAL TOUR

Da Livorno a Port'Argentario e ritorno

18-20 MARZO 2019

LUNEDÌ 18 MARZO

09:00 Incontro a Livorno e trasferimento verso Rocca San Silvestro (1 h e 15 min). Visita del Parco Archeominerario ed esperienza di archeologia sperimentale. Tempo permettendo verrà offerta una degustazione con schiaccie appena sfornate nel forno medievale, vino, salumi e formaggi di zona. In alternativa è prevista una pausa pranzo presso il Ristorante del Parco

15:00 Trasferimento presso Rocca di Frassinello (1 h circa) e sistemazione in camera

17:30 Breve presentazione del progetto ItinERA; a seguire visita alla Cantina progettata da Renzo Piano e del Centro di Documentazione Etrusco, con degustazione di vino all'etrusca

19:30 Cena e pernottamento

MARTEDÌ 19 MARZO

09:00 Trasferimento verso Orbetello (56 minuti circa)

10:00 Uscita in barca con i Pescatori di Orbetello, alla scoperta della laguna e dei segreti di un antico mestiere (tempo permettendo); in alternativa, visita agli stabilimenti di produzione dei Presidi *Slow Food* della Laguna

13:00 Pranzo presso il Centro Degustazione

15:00 Trasferimento verso Porto S. Stefano e visita alla Fortezza Spagnola e alle sue mostre permanenti "Memorie Sommerse" e "Maestri d'Ascia"; trasferimento a Porto Ercole e visita a Forte Stella

17:00 Trasferimento presso la tenuta La Parrina e sistemazione in camera

18:30 *Cooking class*

20:00 Aperitivo-degustazione (vini e formaggi) e a seguire cena e pernottamento



MERCOLEDÌ 20 MARZO

08:30 Trasferimento verso Livorno (2h e 10 min. circa)

10:45 Tour dei Fossi rinascimentali in battello e passeggiata lungo Via della Madonna, simbolo della multiculturalità della città

12:30 Passeggiata e pranzo/degustazione presso il suggestivo Mercato coperto



CAMERA DI COMMERCIO
MAREMMA E TIRRENO



Interreg



MARITTIMO-IT FR-MARITIME

ItinERA



ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES

Brochure

EDUCATIONAL TOUR

Da Livorno a Porto Argentario e ritorno

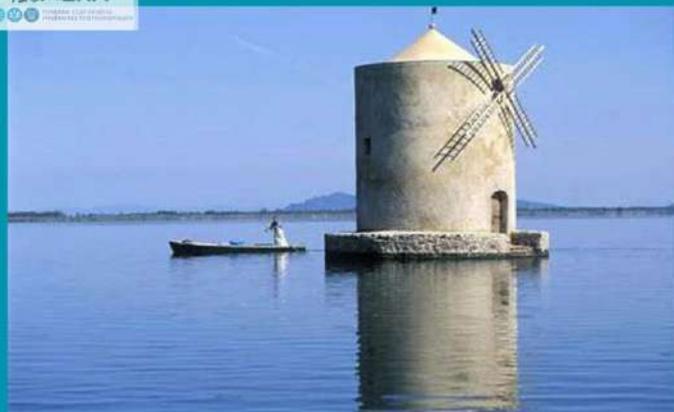
18-20 MARZO 2019

Il programma dell'Educational Tour è stato elaborato con l'obiettivo di illustrare e far vivere agli operatori invitati alcune "pillole di itinerari" relative ai diversi ambiti tematici individuati nel territorio della Camera di commercio della Maremma e del Tirreno; di seguito si propone una breve descrizione di sintesi delle tappe previste nell'educational.

ItinERA



ItinERA



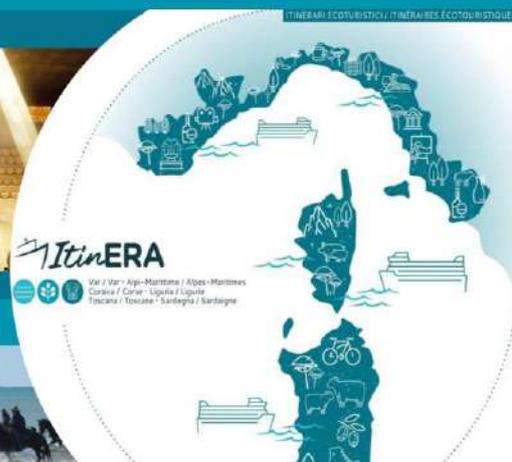
ItinERA



ItinERA



ItinERA

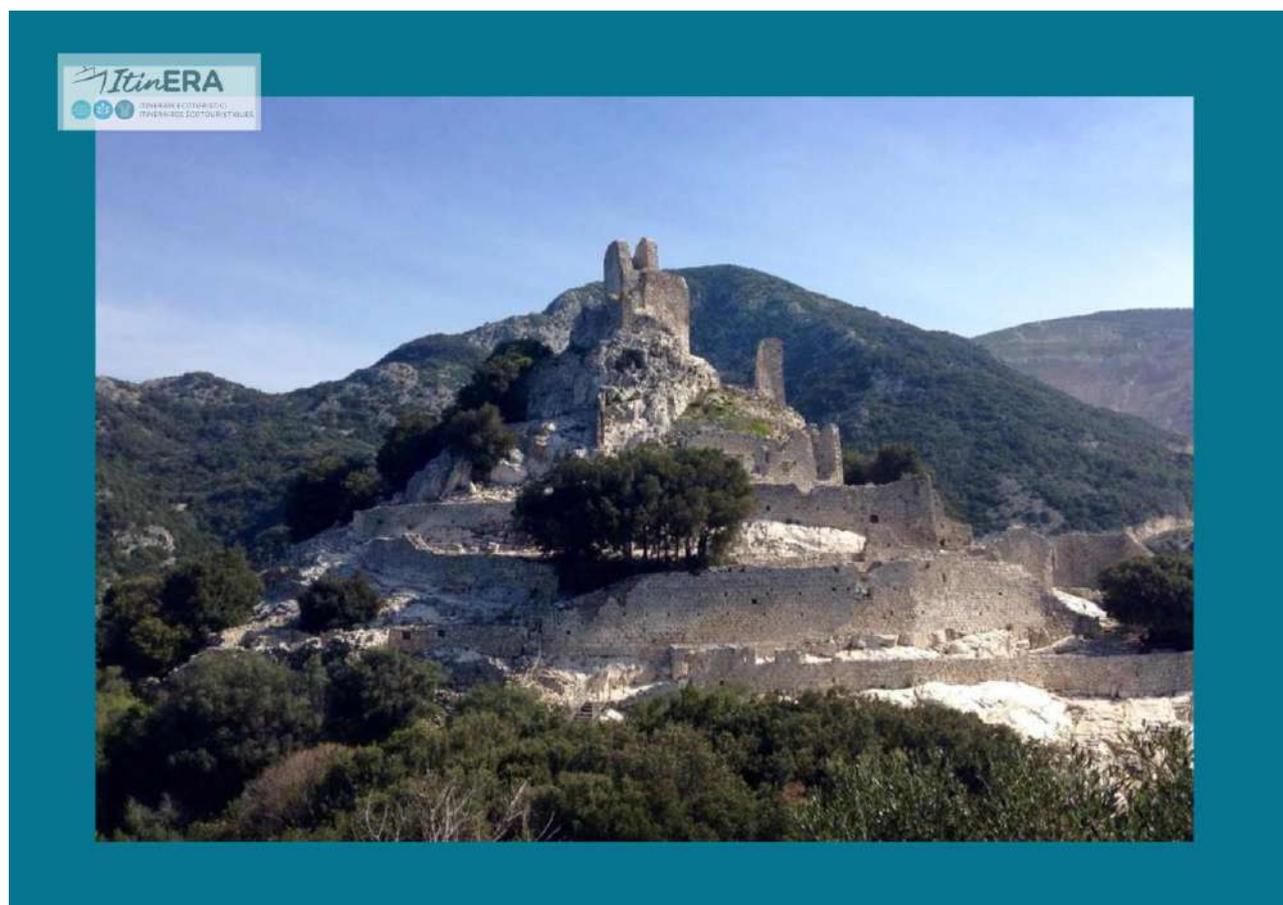




GIORNO 1

ROCCA DI SAN SILVESTRO

“La Via del Ferro tra archeologia e natura” (Itinerario tematico - Cultura)



ZONA ED ATTRAZIONI DELL'ESCURSIONE

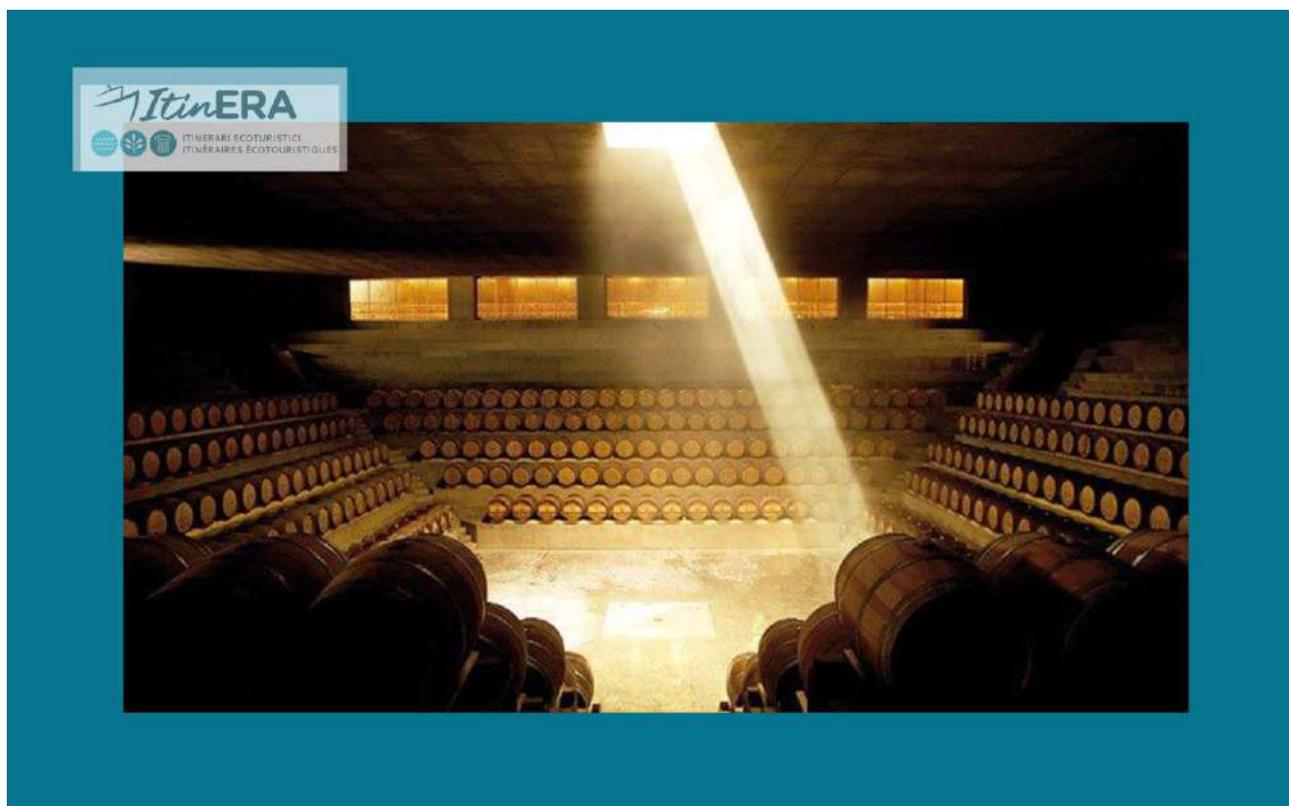
L'escursione si svolge nel territorio del Parco Archeominerario di Rocca di San Silvestro, situato alle spalle di Campiglia Marittima e del promontorio di Piombino.

I percorsi di visita si snodano tra musei, gallerie minerarie, un borgo medioevale di minatori e fonditori fondato circa mille anni fa, e sentieri di interesse storico, archeologico, geologico e naturalistico, accompagnando il visitatore alla scoperta dell'evoluzione delle tecniche di ricerca ed estrazione dei minerali e della bellezza e fascino del mondo sotterraneo.

Dall'ingresso del Parco Archeominerario, con una passeggiata di circa mezz'ora, si arriva alla Rocca medievale di San Silvestro, con visita al castello interamente scavato e ad un vero e proprio cantiere medievale, ricostruito grazie all'archeologia sperimentale, dove i più interessati potranno sperimentare in prima persona attività e gesti della vita quotidiana altomedievale, spaziando dalla squadratura delle pietre al tiro con l'arco, dalla cottura del pane alla preparazione delle malte.

CANTINA "ROCCA DI FRASSINELLO"

"Il nettare degli Dei, dai misteri della civiltà etrusca alle architetture delle cantine d'autore" (Itinerario tematico -Cultura ed Enogastronomia)



ZONA ED ATTRAZIONI DELL'ESCURSIONE

L'escursione si svolge alle prime pendici delle Colline Metallifere grossetane, in uno scenario naturale caratterizzato da dolci colline a macchia mediterranea, oliveti e vigne. L'esperienza ruota intorno alla visita alla modernissima Cantina di Rocca di Frassinello, progettata da Renzo Piano ed inserita da *AD Architectural Digest* tra le 14 Cantine più belle al mondo.

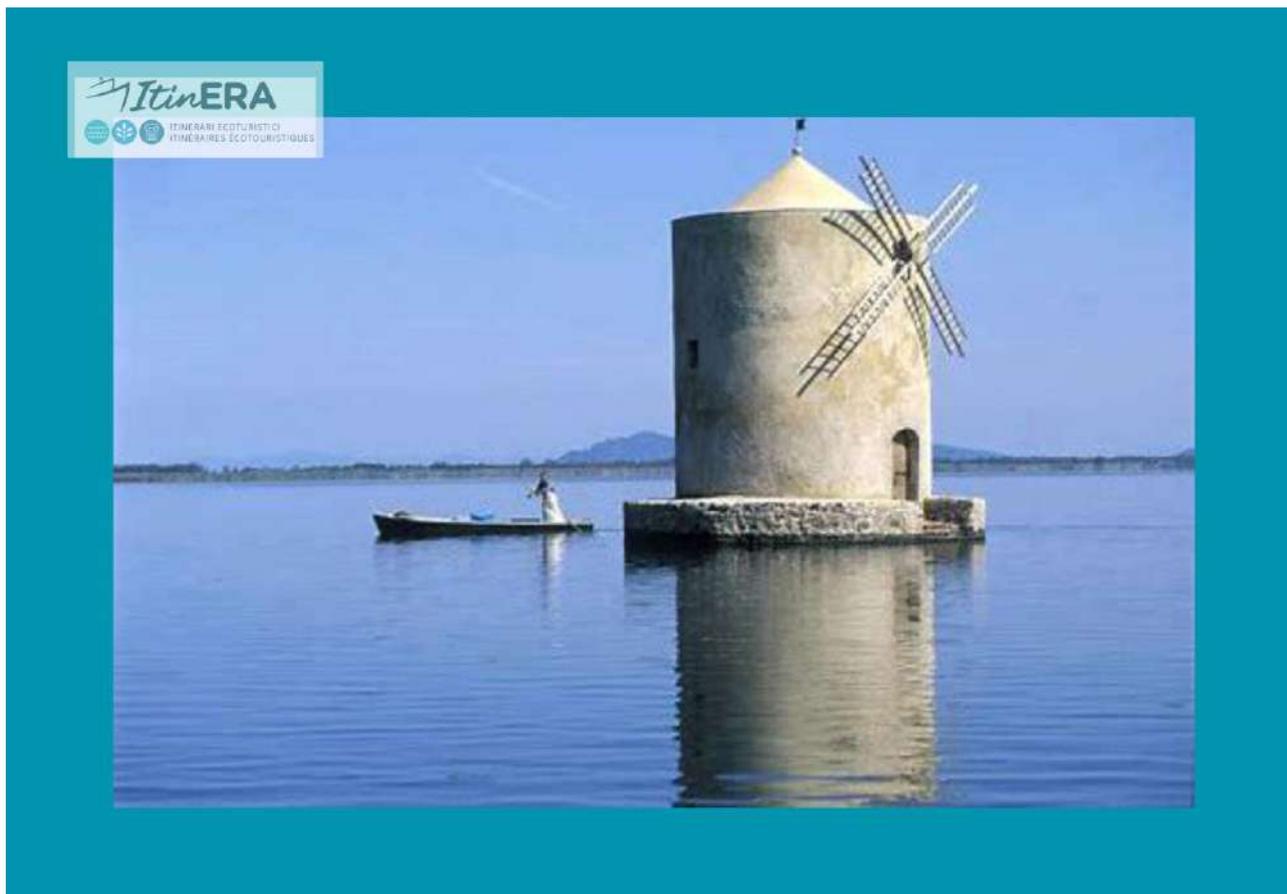
Rocca di Frassinello fa parte di *Wine Architecture*, un circuito di cantine d'autore e di design, firmate dai grandi maestri dell'architettura contemporanea (come Mario Botta, Renzo Piano e Tobia Scarpa); veri e propri templi del vino, perfettamente integrati con il paesaggio circostante, cui sono associate tecnologie all'avanguardia nella costruzione e produzione e cantine che ospitano installazioni artistiche e che hanno sviluppato rapporti interessanti con l'arte moderna, creando un sistema culturale e produttivo vitale e innovativo.

Il visitatore avrà modo di vivere un viaggio "lungo 3000 anni" seguendo il *fil rouge* tracciato dal nettare degli Dei; partendo dalla visita al museo privato "Centro di documentazione etrusco", in cui sarà possibile fare una degustazione di vino all'"etrusca", si potrà visitare la cantina per concludere con una suggestiva cena in barricaia.

GIORNO 2

LA LAGUNA DI ORBETELLO E LE FORTIFICAZIONI DEL PROMONTORIO

“Tra terra e mare: la Laguna di Orbetello” (Itinerario tematico - Ambiente, cultura ed enogastronomia)



ZONA ED ATTRAZIONI DELL'ESCURSIONE

L'escursione si svolge nella zona di Orbetello, a pochi chilometri dallo scalo di Porto Santo Stefano, in una zona delimitata da tre esili lingue sabbiose che, collegando alla terraferma il promontorio dell'Argentario, racchiudono al loro interno il rifugio avifaunistico dell'Oasi WWF Laguna di Orbetello

Accompagnati dai pescatori del luogo, custodi della laguna ed eredi di una lunga tradizione nell'arte della pesca e della lavorazione del pesce, i visitatori usciranno in barca alla scoperta del delicato ecosistema lagunare. Un viaggio tra fauna e paesaggi dell'area protetta, mirabilmente fuso con il racconto degli antichi segreti del mestiere di pescatore, tramandati di generazione in generazione.

Tappa conclusiva dell'esperienza una sosta presso il Centro Degustazione della Cooperativa dei Pescatori di Orbetello, dove il visitatore potrà assaggiare ed acquistare i migliori prodotti della laguna, la cui qualità e sostenibilità è certificata dal marchio *Slow Food*.

La conoscenza della storia del territorio, in cui terra e mare si fondono mirabilmente, prosegue con la visita alla Fortezza Spagnola, con le sue mostre permanenti "Memorie Sommerse" e "Maestri d'Ascia", ed al Forte Stella, altro bellissimo esempio di architettura militare spagnola della metà del 500.

ANTICA FATTORIA LA PARRINA

“Nel Cuore della Maremma: viaggio tra natura e tradizioni enogastronomiche”
(Itinerario tematico – Enogastronomia)



ZONA ED ATTRAZIONI DELL'ESCURSIONE

Rimanendo negli scenari unici dell'Argentario si prosegue verso l'Antica Fattoria La Parrina, una delle aziende agricole più antiche e affascinanti del territorio, in cui il visitatore potrà conoscere a fondo il cuore più autentico della regione, in un percorso che spazia tra natura, tradizioni ed eccellenze tutte da scoprire. Dopo essersi smarriti in una vista mozzafiato dei vigneti che declinano dolcemente il mare, che all'orizzonte mostra l'Isola del Giglio, i visitatori saranno coinvolti in una *cooking class* sotto l'occhio attento dello *Chef* della tenuta ed avranno la possibilità di conoscere e imparare a cucinare le ricette della tradizione maremmana.

Al termine si potrà quindi dedicare del tempo ad un momento di ristoro, in cui degustare i piatti preparati con gli ingredienti prodotti in azienda e abbinati ai vini della tenuta.

GIORNO 3

LIVORNO

"Livorno, la città, il suo mare" (Itinerario tematico - Misto)



ZONA ED ATTRAZIONI DELL'ESCURSIONE

La visita si svolge a Livorno, divenuta città nel 1606 per volontà dei Medici, legata indissolubilmente al mare che è parte integrante della sua storia. Il suo porto, il patrimonio artistico delle sue chiese, delle sue architetture Liberty, delle raffinate ville in cui hanno trovato i natali e soggiornato personaggi come Amedeo Modigliani, Pietro Mascagni, Giovanni Fattori, Francesco Domenico Guerrazzi la rendono affascinante ed unica.

La visita comincia con il Tour dei Fossi in Battello, un'insolita escursione nella città vecchia che ripercorre gli antichi luoghi del lavoro portuale e marittimo e conduce il visitatore alla scoperta dell'identità più intima di questa città di mare. Una scoperta che prosegue anche una volta scesi dal battello con la visita ad una delle vecchie cantine dei pescatori che si aprono a pelo dell'acqua lungo i canali. Da qui si prosegue con una passeggiata lungo Via della Madonna, una strada che, per la presenza di ben tre chiese nazionali, costituisce un unicum storico-religioso europeo, un simbolo del cosmopolitismo caratterizzante la città di Livorno per oltre tre secoli. La visita si conclude con una meritata pausa al Mercato Coperto, una cornice suggestiva e colorata in cui scoprire e degustare i prodotti tipici della gastronomia livornese.



Eductour 2.0

EDUCATIONAL TOUR

Da Livorno a PortArgentario e ritorno

18-20 MARZO 2019

Se avete voglia di condividere le esperienze che state vivendo in questo percorso alla scoperta del territorio livornese e maremmano, il progetto ItinERA mette a vostra disposizione un “pacchetto social”: pagina Facebook e profilo Instagram. Di seguito presentiamo i tag e gli hashtag che potete utilizzare per diffondere la vostra personale visione dell’Educational Tour sui social networks.

FACEBOOK

@CameracommercioMaremmaTirreno

@MaremmaTirreno

@Itinera.EU

@interreg.maritime

#ItinERA #Interreg #UE #ecotourism #educationaltour #cameracommercio #maremmaetirreno

INSTAGRAM

@cameramaremmaetirreno

#ItinERA #Interreg #UE #ecotourism #educationaltour #cameracommercio #maremmaetirreno

TWITTER

@CciaaMarTir

@ItinERA_EU

@pc_maritime

#ItinERA #cameracommercio



Questionario di soddisfazione

Educational Tour

Da Livorno a Port'Argentario e ritorno

18-20 marzo 2019

La Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno vi prega di dedicare qualche minuto per rispondere a questo sondaggio. La vostra opinione è importante!

Soggetto intervistato: _____

Funzione: _____

Compagnia: _____

Contatto: _____

Qualità del programma nel suo insieme

Molto buono

Buono

Da migliorare

Eventuali suggerimenti e commenti

**Come valuta i seguenti aspetti degli itinerari proposti
(esprima un giudizio nella scala da 1 min a 10 max)**

Il servizio di guida, rispetto alla competenza, alla professionalità e alla capacità di coinvolgimento dei professionisti

Rocca di San Silvestro _____/10

Cantina Rocca di Frassinello _____/10

Laguna di Orbetello _____/10

Fortificazioni del promontorio _____/10

I fossi rinascimentali _____/10



La ristorazione, rispetto alla capacità di valorizzare i prodotti tipici e le tradizioni locali:

Rocca di San Silvestro	___/10
Cantina Rocca di Frassinello	___/10
Centro degustazione Laguna di Orbetello	___/10
Antica Fattoria La Parrina	___/10
Alle Vettovaglie (Mercato di Livorno)	___/10

Come valuta, rispetto alle caratteristiche della sua clientela ed agli standard della sua offerta, i seguenti aspetti degli itinerari proposti?

Visita della Rocca di San Silvestro ed esperienza di archeologia sperimentale

La distanza dal porto: ___/10	La durata della visita: ___/10	Il fattore "esperienziale": ___/10
Unicità e suggestività della location: ___/10	Qualità complessiva dell'esperienza: ___/10	

Visita e degustazione alla Cantina Rocca di Frassinello

La distanza dal porto: ___/10	La durata della visita: ___/10	Il fattore "esperienziale": ___/10
Unicità e suggestività della location: ___/10	Qualità complessiva dell'esperienza: ___/10	

Visita della Laguna di Orbetello

La distanza dal porto: ___/10	La durata della visita: ___/10	Il fattore "esperienziale": ___/10
Unicità e suggestività della location: ___/10	Qualità complessiva dell'esperienza: ___/10	

Visita delle fortificazioni del promontorio

La distanza dal porto: ___/10	La durata della visita: ___/10	Il fattore "esperienziale": ___/10
Unicità e suggestività della location: ___/10	Qualità complessiva dell'esperienza: ___/10	

Cooking class e degustazione all'Antica Fattoria La Parrina

La distanza dal porto: ___/10	La durata della visita: ___/10	Il fattore "esperienziale": ___/10
Unicità e suggestività della location: ___/10	Qualità complessiva dell'esperienza: ___/10	

Tour dei fossi rinascimentali

La distanza dal porto: ___/10	La durata della visita: ___/10	Il fattore "esperienziale": ___/10
Unicità e suggestività della location: ___/10	Qualità complessiva dell'esperienza: ___/10	

Visita e degustazione al Mercato coperto di Livorno

La distanza dal porto: ___/10 La durata della visita: ___/10 Il fattore “esperienziale”: ___/10

Unicità e suggestività della location: ___/10 Qualità complessiva dell’esperienza: ___/10

Quale delle escursioni ItinERA potrebbe inserire nella sua offerta e perché?

Quale delle escursioni ItinERA non inserirebbe nella sua offerta e perché?

Se dovesse ripartire con una sola immagine di questo soggiorno, quale sarebbe?

***La Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno vi ringrazia per la collaborazione
e vi augura un buon rientro!***



CAMERA DI COMMERCIO
MAREMMA E TIRRENO



Interreg
UNIONE EUROPEA
MARITTIMO-IT FR-MARITIME

ItinERA

ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES

Diario di bordo

EDUCATIONAL TOUR

Da Livorno a Porto Argentario e ritorno

18-20 MARZO 2019

Il programma dell'Educational Tour è stato elaborato con l'obiettivo di illustrare e far vivere agli operatori invitati alcune "pillole di itinerari" relative ai diversi ambiti tematici individuati nel territorio della Camera di commercio della Maremma e del Tirreno; di seguito si propone un diario di bordo per la valutazione delle esperienze proposte nell'educational.

ItinERA



ItinERA



ItinERA



ItinERA



ItinERA





<p>Per quali target di clientela ritiene che l'itinerario possa essere di interesse? <i>(per: nazionalità; età; singolo; coppia; gruppo; etc.)</i></p>	
<p>Può essere realizzato in tutti i periodi dell'anno?</p>	
<p>Ritiene che il percorso sia facilmente accessibile alle varie tipologie di clientela?</p>	
<p>L'approccio narrativo utilizzato e il coinvolgimento di figure "di impatto emotivo" costituiscono un valore aggiunto per il percorso proposto?</p>	
<p>Valuti l'itinerario, indicando in ordine di priorità i seguenti parametri: autentico, coinvolgente, unico, tipico,</p>	



<p>Gli aspetti di ecosostenibilità introdotti, sono chiaramente percepibili? Rappresentano un valore aggiunto per la qualità dell'itinerario proposto?</p>	
<p>Quali sono i punti di forza / debolezza?</p>	
<p>Come potrebbe essere migliorato l'itinerario?</p>	
<p>Ipotizzando di inserire l'itinerario nella sua offerta turistica, può indicare un <i>range</i> di valore commerciale che ritiene congruo alle attuali dinamiche di mercato?</p>	



Scheda di valutazione dell'escursione alla Rocca di San Silvestro

Educational Tour

Da Livorno a PortArgentario e ritorno

Contenuti e cenni metodologici

Nella scheda sono riportati, in forma grafica, tabellare e di commento, i giudizi e le valutazioni fornite dagli operatori che hanno partecipato al percorso esperienziale. I dati e le informazioni riportate sono stati estrapolati dai questionari e dai diari di bordo compilati dagli operatori e, pur in un grado di "approssimazione quantitativa" dal punto di vista della valenza statistica, costituiscono degli importanti *feedback* qualitativi per il processo di valutazione e validazione dell'offerta proposta.

La struttura del questionario e del diario di bordo, e quindi il contenuto delle risposte, è stata sviluppata in stretta coerenza con le finalità del progetto e delle Linee guida del progetto ITINERA, pertanto gli aspetti indagati sono quelli strettamente di interesse del progetto.

Come valuta i seguenti aspetti degli itinerari proposti (esprima un giudizio nella scala da 1 min a 10 max):

Il servizio di guida, rispetto alla competenza,
professionalità e capacità di coinvolgimento dei

professionisti

10/10

10/10

8/10

Media 9,3/10

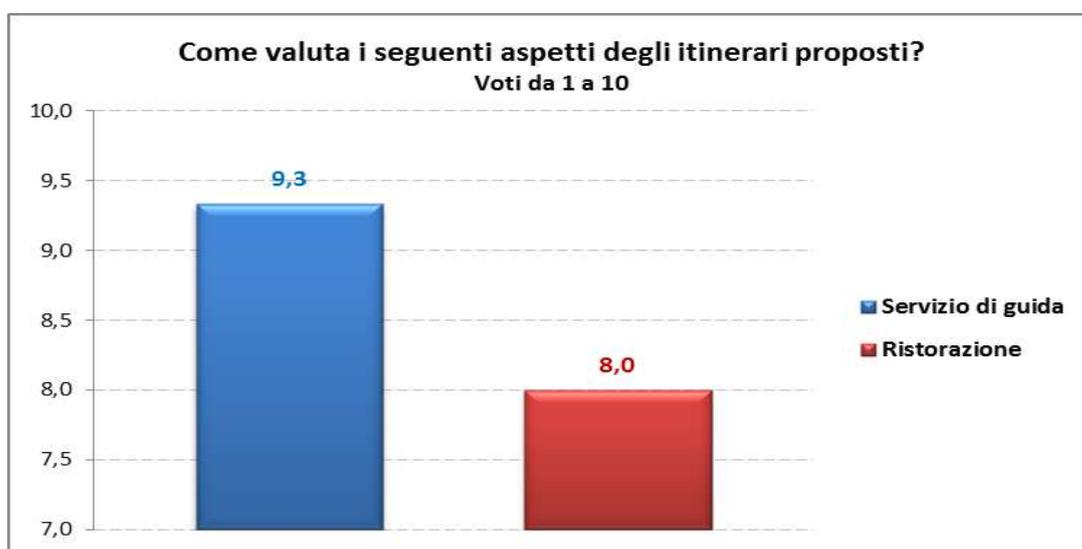
La ristorazione, rispetto alla capacità di valorizzare i
prodotti tipici e le tradizioni locali

7/10

10/10

7/10

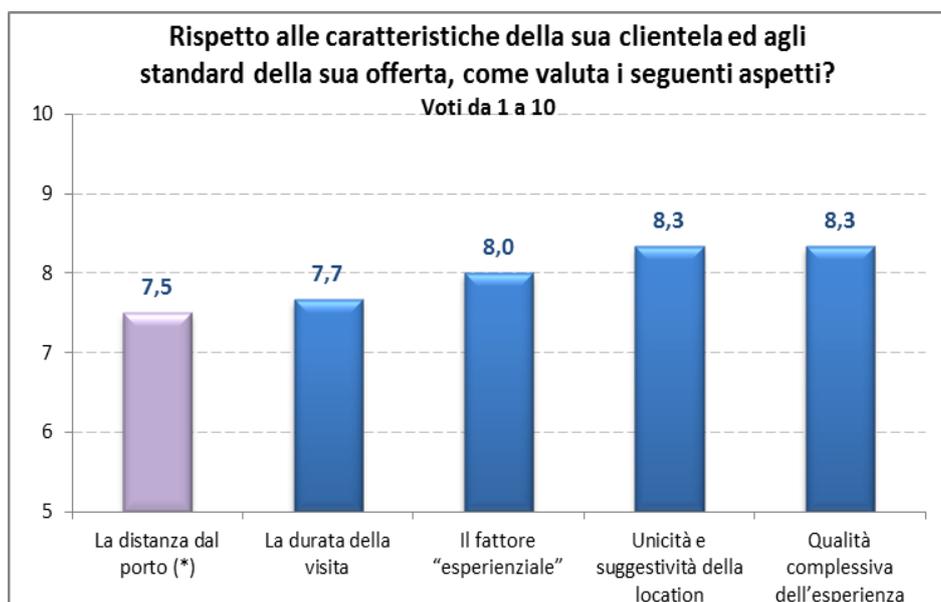
Media 8/10





Come valuta, rispetto alle caratteristiche della sua clientela e agli standard della sua offerta, i seguenti aspetti degli itinerari proposti?

<u>La distanza dal porto</u>	<u>La durata della visita</u>	<u>Il fattore "esperienziale"</u>	<u>Unicità e suggestività della location</u>	<u>Qualità complessiva dell'esperienza</u>
8/10	8/10	8/10	8/10	8/10
7/10	6/10	7/10	7/10	7/10
n.c./10	9/10	9/10	10/10	10/10
Media 7,5/10	Media 7,7/10	Media 8/10	Media 8,3/10	Media 8,3/10



(*) Giudizio espresso in base al porto di operatività del valutatore (Livorno, Porto S. Stefano, Civitavecchia)

Per quali target di clientela ritiene che l'itinerario possa essere di interesse?

I partecipanti ritengono che l'escursione alla Rocca di San Silvestro possa essere adatta per famiglie o piccoli gruppi di persone, soprattutto se appassionati di architettura e storia. L'attività potrebbe essere di interesse anche per i turisti americani e per i turisti di età compresa tra i 50/60 anni.

Può essere realizzato in tutti i periodi dell'anno?

I partecipanti identificano la primavera e l'autunno come periodi ideali per realizzare questa escursione. Anche durante la stagione estiva si potrebbe proporre questa attività, evitando però i mesi di luglio ed agosto, date le temperature piuttosto elevate e l'impegno fisico che richiede la camminata sotto il sole per raggiungere la Rocca. Naturalmente il fatto di aver fruito di una sola esperienza, a fronte delle tante che il Parco Archeominerario può offrire, ha condizionato il giudizio sulle potenzialità del sito, che sono pertanto meritevoli di approfondimento (visita alla miniera, trenino, etc..).

Ritiene che il percorso sia facilmente accessibile alle varie tipologie di clientela?

Il percorso presenta delle criticità per le persone con disabilità/difficoltà motoria. Per tutte le altre tipologie di *target* non si rilevano invece problematiche. Anche da questo punto di vista il giudizio espresso è da ritenersi parziale e relativo soltanto all'escursione alla Rocca.

L'approccio narrativo utilizzato e il coinvolgimento di figure "di impatto emotivo" costituiscono un valore aggiunto per il percorso proposto?

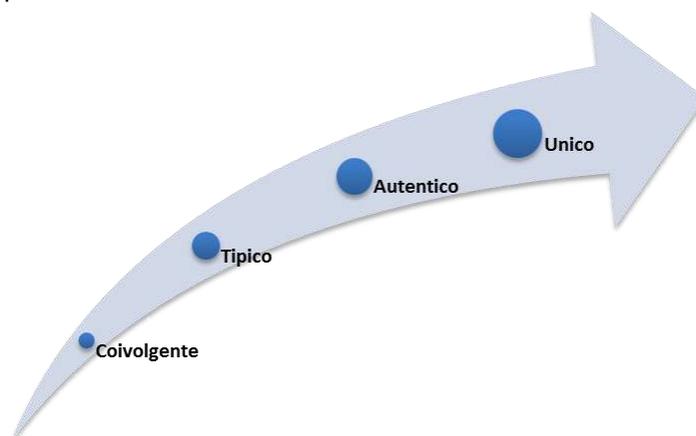
Tutti i partecipanti convergono sull'importanza di una persona con un forte impatto emotivo durante l'escursione e si dichiarano entusiasti dell'accompagnamento proposto nella visita alla Rocca di San Silvestro.

Alcuni operatori hanno suggerito di potenziare l'aspetto narrativo anche nella fase della degustazione dei prodotti utilizzati: potrebbe costituire un elemento di valore l'illustrazione dei piatti presentati, non solo in termini di prodotti ma anche di tradizioni culinarie e legame con il territorio di appartenenza.

Elemento a cui prestare particolare attenzione, proprio in considerazione del valore del "fattore narrativo", è la lingua con cui ci si rapporta agli ospiti. Nel percorso di "traduzione", potrebbe perdersi una parte del valore contenutistico ed emotivo della narrazione; pertanto si consiglia, qualora le figure che narrano non abbiano una conoscenza della lingua dei destinatari, di "fidelizzare" un servizio di traduzione che possa, nel tempo, acquisire i particolari e l'approccio utile a massimizzare l'effetto narrazione

Valuti l'itinerario, indicando in ordine di priorità i seguenti parametri: autentico, coinvolgente, unico, tipico.

I partecipanti, sulla base dei parametri indicati nelle linee guida del progetto ItinERA, ritengono che la proposta di escursione sia innanzitutto unica, in quanto le attività proposte possono essere realizzate esclusivamente in questo contesto. Al secondo posto si classifica l'autenticità dell'escursione, ovvero la profonda connessione dell'esperienza vissuta con il territorio, a cui segue la tipicità, intesa come insieme di caratteristiche di immagine, tradizioni e cultura del territorio. Ai piedi del podio si posiziona il coinvolgimento, inteso come possibilità per il turista di sperimentare in prima persona, di apprendere e di emozionarsi grazie all'esperienza vissuta.



Gli aspetti di ecosostenibilità introdotti, sono chiaramente percepibili? Rappresentano un valore aggiunto per la qualità dell'itinerario proposto?

I partecipanti affermano che gli aspetti ecosostenibili presenti nell'escursione rappresentano un valore aggiunto e sono percepibili, ma è fondamentale, in tal senso, il supporto di una guida/accompagnatore che li metta in risalto.

Quali sono i punti di forza / debolezza?

In merito ai punti di forza i partecipanti sottolineano l'ambiente e la storia che contraddistinguono questo sito archeologico, conservato in modo eccellente. Per quanto riguarda invece le debolezze, vi è l'unanimità sull'accessibilità alla Rocca. Un partecipante ha anche posto l'attenzione sulla distanza dal porto, se come porti di operatività prendiamo in considerazione Livorno, Porto Santo Stefano e Civitavecchia.

Come potrebbe essere migliorato l'itinerario?

I partecipanti presentano alcuni suggerimenti: organizzare l'escursione alla Rocca di San Silvestro insieme ad un'altra attività; migliorare la presentazione dei prodotti tipici ed i servizi igienici; potenziare l'interazione tra il sito archeologico e le attività "esperienziali" da proporre ai turisti.

Ipotizzando di inserire l'itinerario nella sua offerta turistica, può indicare un range di valore commerciale che ritiene congruo alle attuali dinamiche di mercato?

I partecipanti non hanno dato indicazioni in merito, poiché giudicano il percorso non immediatamente inseribile nel loro catalogo di offerta.

Inserirebbe l'escursione nell'offerta turistica? Perché

Malgrado il giudizio di valore molto positivo sull'unicità e l'autenticità della location visitata, la Rocca di San Silvestro, non risulta in prima battuta un'offerta immediatamente collocabile nei pacchetti degli operatori ospitati poiché l'escursione non risponde alle esigenze del loro target crocieristico, sia in termini di interesse (i clienti del segmento luxury prediligono altre tipologie di esperienze), sia di accessibilità al sito archeologico (sono presenti molti turisti con difficoltà motorie). Il giudizio è però da ritenersi non definitivo, in quanto dalla narrazione delle altre componenti di offerta del parco emergono potenzialità che potrebbero invece essere valorizzate, anche in combinazione ad altre opportunità del territorio, soprattutto se il porto di riferimento è Piombino.

Scheda di valutazione dell'escursione alla Rocca di Frassinello

Educational Tour

Da Livorno a Port'Argentario e ritorno

Contenuti e cenni metodologici

Nella scheda sono riportati, in forma grafica, tabellare e di commento, i giudizi e le valutazioni fornite dagli operatori che hanno partecipato al percorso esperienziale. I dati e le informazioni riportate sono stati estrapolati dai questionari e dai diari di bordo compilati dagli operatori e, pur in un grado di "approssimazione quantitativa" dal punto di vista della valenza statistica, costituiscono degli importanti *feedback* qualitativi per il processo di valutazione e validazione dell'offerta proposta.

La struttura del questionario e del diario di bordo, e quindi il contenuto delle risposte, è stata sviluppata in stretta coerenza con le finalità del progetto e delle Linee guida del progetto ITINERA, pertanto gli aspetti indagati sono quelli strettamente di interesse del progetto.

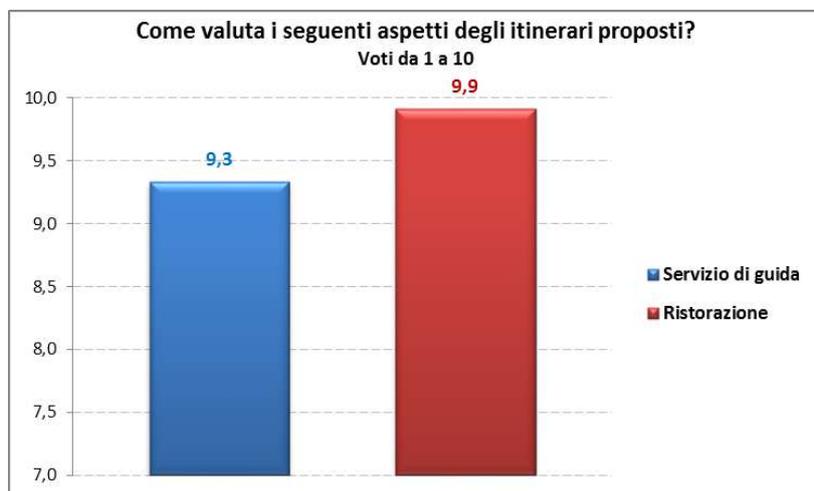
Come valuta i seguenti aspetti degli itinerari proposti (esprima un giudizio nella scala da 1 min a 10 max):

Il servizio di guida, rispetto alla competenza, professionalità e capacità di coinvolgimento dei professionisti

10/10
9/10
9/10
10/10
10/10
8/10
Media 9,3/10

La ristorazione, rispetto alla capacità di valorizzare i prodotti tipici e le tradizioni locali

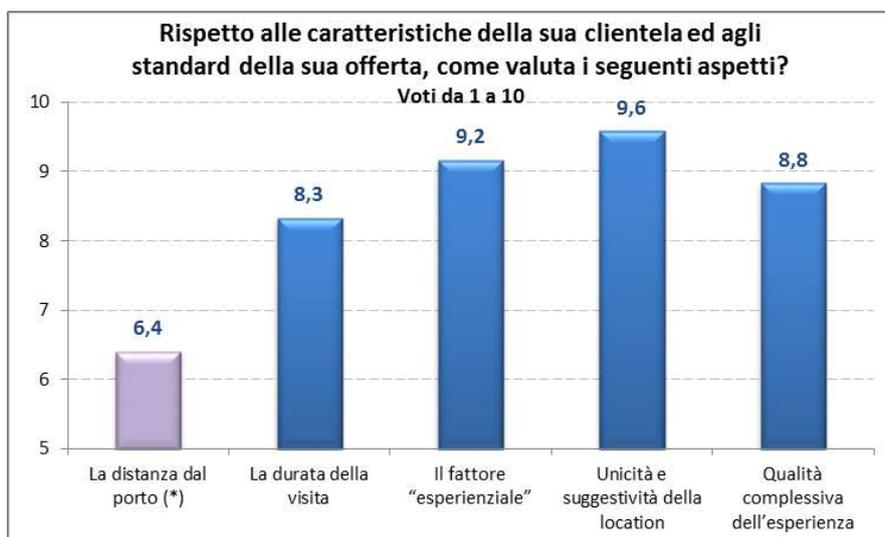
10/10
10/10
10/10
10/10
10/10
9,5/10
Media 9,9/10





Come valuta, rispetto alle caratteristiche della sua clientela e agli standard della sua offerta, i seguenti aspetti degli itinerari proposti?

<u>La distanza dal porto</u>	<u>La durata della visita</u>	<u>Il fattore "esperienziale"</u>	<u>Unicità e suggestività della location</u>	<u>Qualità complessiva dell'esperienza</u>
8/10	10/10	10/10	10/10	10/10
6/10	6/10	8/10	10/10	8/10
3/10	7/10	10/10	10/10	8/10
n.c./10	10/10	9/10	10/10	10/10
9/10	10/10	10/10	9/10	9/10
6/10	7/10	8/10	8,5/10	8/10
Media 6,4/10	Media 8,3/10	Media 9,2/10	Media 9,6/10	Media 8,8/10



(*) Giudizio espresso in base al porto di operatività del valutatore (Livorno, Porto S. Stefano, Civitavecchia)

Per quali target di clientela ritiene che l'itinerario possa essere di interesse?

Dalle valutazioni dei partecipanti risulta che la proposta può interessare diversi target, in quanto risponde alle esigenze di più tipologie di turisti e può essere indicata sia per i turisti singoli sia per i piccoli e grandi gruppi, data la possibilità di personalizzare la visita.

L'offerta della Cantina Rocca di Frassinello è particolarmente indicata per i turisti americani e per gli europei di cultura medio/alta.

Da un punto di vista anagrafico possono essere maggiormente attratti da questa esperienza gli over 50 anche se non è da sottovalutare, visto il livello di reddito presunto, la fascia 30/ 40.

Oltre ai wine lovers, target naturalmente vocato, di particolare interesse è risultata la possibilità offerta dalla location di integrazione l'esperienza con percorsi naturalistici e culturali legati alla cultura del vino. Senza dubbio un'opportunità da sviluppare con attenzione.

Può essere realizzato in tutti i periodi dell'anno?

I partecipanti ritengono che la visita alla Cantina possa essere organizzata in qualsiasi periodo. Ovviamente durante la stagione della vendemmia può essere ancora più attraente, affascinante ed interessante.

Ritiene che il percorso sia facilmente accessibile alle varie tipologie di clientela?

L'escursione, nel suo complesso, non presenta particolari criticità in termini di accessibilità. I partecipanti suggeriscono però di porre maggiore attenzione sull'accesso alle camere e agli appartamenti. In questa parte della struttura non sono presenti facilitazioni a beneficio delle persone con difficoltà/disabilità motoria. Infine, si invita a prestare attenzione ai rami molto bassi lungo la strada che potrebbero rendere difficile l'accesso agli autobus gran turismo.

L'approccio narrativo utilizzato e il coinvolgimento di figure "di impatto emotivo" costituiscono un valore aggiunto per il percorso proposto?

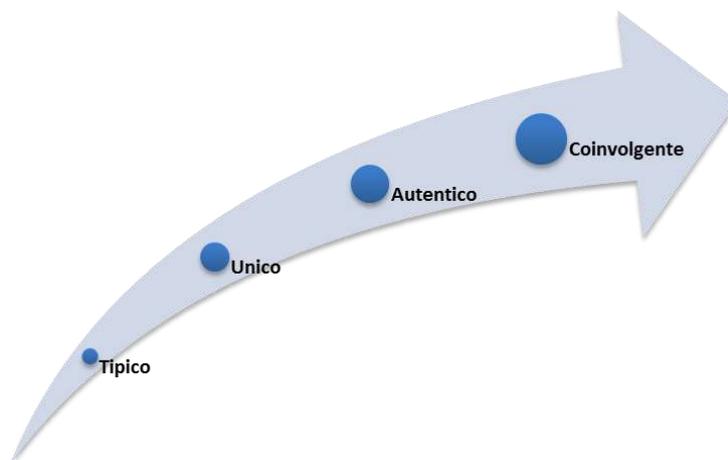
Tutti i partecipanti convergono sull'importanza di una persona con un forte impatto emotivo durante l'escursione e si dichiarano entusiasti dell'accompagnamento proposto nella visita alla Rocca di Frassinello. Particolarmente apprezzato è stato anche il coinvolgimento di figure (vedi agronomo) che quotidianamente vivono l'azienda ed hanno saputo "raccontare", anche tecnicamente, il lavoro e le vicende che stanno dietro al prodotto, Trasmettendo la passione per il vino, le tradizioni e la storia che caratterizzano Frassinello.

Molto positivo il giudizio sull'approccio narrativo (o comunque di intrattenimento) avuto durante la cena; la partecipazione di una figura "aziendale", che ha saputo intrattenere gli ospiti proseguendo nel percorso di "racconto" dell'azienda e del vino, ha rappresentato un valore aggiunto. Alcuni operatori hanno suggerito di potenziare anche l'aspetto narrativo anche nella fase della degustazione dei prodotti: potrebbe costituire un elemento di valore l'illustrazione in sala da parte dello chef dei piatti presentati, non solo in termini di prodotti ma anche di tradizioni culinarie e legame con il territorio di appartenenza.

Elemento a cui prestare particolare attenzione, proprio in considerazione del valore del "fattore narrativo", è la lingua con cui ci si rapporta agli ospiti. Nel percorso di "traduzione", potrebbe perdersi una parte del valore contenutistico ed emotivo della narrazione; pertanto si consiglia, qualora le figure che narrano non abbiano una conoscenza della lingua dei destinatari, di "fidelizzare" un servizio di traduzione che possa, nel tempo, acquisire i particolari e l'approccio utile a massimizzare l'effetto narrazione.

Valuti l'itinerario, indicando in ordine di priorità i seguenti parametri: autentico, coinvolgente, unico, tipico.

I partecipanti, sulla base dei parametri indicati nelle linee guida del progetto ItinERA, ritengono che la proposta di escursione sia decisamente coinvolgente, in quanto il visitatore ha un ruolo da protagonista e riesce ad immergersi nel contesto in cui si trova, sia con riferimento al "prodotto vino" che a quello "storia del vino". L'autenticità è il secondo parametro che caratterizza questa escursione, data la profonda connessione dell'esperienza con il territorio che circonda e si integra con la Cantina di Frassinello. Al terzo e quarto posto si collocano, rispettivamente, l'unicità e la tipicità della proposta. Questi due aspetti, seppur rilevanti, per i partecipanti hanno una valenza secondaria.



Gli aspetti di ecosostenibilità introdotti, sono chiaramente percepibili? Rappresentano un valore aggiunto per la qualità dell'itinerario proposto?

I partecipanti affermano che gli aspetti di ecosostenibilità presenti nell'escursione rappresentano un valore aggiunto e sono percepibili tanto nella struttura della Cantina quanto nei processi produttivi illustrati.

Quali sono i punti di forza / debolezza?

In merito ai punti di forza i partecipanti concordano sulla professionalità e la passione dello staff, sulla qualità dei prodotti e sulla capacità della Cantina di sapersi integrare perfettamente con l'ambiente che la circonda, contribuendo alla valorizzazione del territorio. Altro elemento valutato positivamente è la capacità di Rocca di Frassinello di proporre esperienze tematiche diverse, data la presenza della necropoli etrusca di San Germano "ai piedi" della tenuta.

Relativamente alle debolezze, il solo aspetto messo in risalto dai partecipanti riguarda la presenza di molti gradini all'interno della struttura. Considerato che i crocieristi, target degli operatori che hanno preso parte all'educational tour sono tendenzialmente in età avanzata, la presenza di scalinate potrebbe essere un limite alla fruizione dell'esperienza proposta dalla Cantina. Da valutare.

Come potrebbe essere migliorato l'itinerario?

Considerata la possibilità di personalizzare la visita alla Rocca di Frassinello, i partecipanti suggeriscono di modulare la proposta a seconda della tipologia di turisti interessati (per numero, età, etc.). Un altro suggerimento riguarda la cartellonistica, così come presente nella necropoli di San Germano, potrebbe essere interessante introdurre anche dei cartelli esplicativi multilingue delle vigne. Sicuramente la proposta di Frassinello si integra con la visita di Vetulonia e del suo museo etrusco.

Ipotizzando di inserire l'itinerario nella sua offerta turistica, può indicare un range di valore commerciale che ritiene congruo alle attuali dinamiche di mercato?

Includendo la visita alle necropoli, la visita alla Cantina con relativa degustazione potrebbe inserirsi nel range commerciale 30-40€. Se a questa esperienza si aggiunge anche il pranzo o la cena il valore potrebbe raddoppiare.



Inserirebbe l'escursione nell'offerta turistica? Perché

Alla luce di tutte le valutazioni espresse sull'esperienza vissuta alla Cantina, i partecipanti manifestano l'interesse ad inserire Rocca di Frassinello nella loro offerta turistica perché è una proposta che risponde bene alle esigenze di più tipologie turistiche, inclusi i clienti *luxury*, per la qualità dei servizi, dei prodotti enogastronomici e della *location*.

Scheda di valutazione dell'escursione alla Laguna di Orbetello

Educational Tour *Da Livorno a Port'Argentario e ritorno*

Contenuti e cenni metodologici

Nella scheda sono riportati, in forma grafica, tabellare e di commento, i giudizi e le valutazioni fornite dagli operatori che hanno partecipato al percorso esperienziale. I dati e le informazioni riportate sono stati estrapolati dai questionari e dai diari di bordo compilati dagli operatori e, pur in un grado di "approssimazione quantitativa" dal punto di vista della valenza statistica, costituiscono degli importanti *feedback* qualitativi per il processo di valutazione e validazione dell'offerta proposta.

La struttura del questionario e del diario di bordo, e quindi il contenuto delle risposte, è stata sviluppata in stretta coerenza con le finalità del progetto e delle Linee guida del progetto ITINERA, pertanto gli aspetti indagati sono quelli strettamente di interesse del progetto.

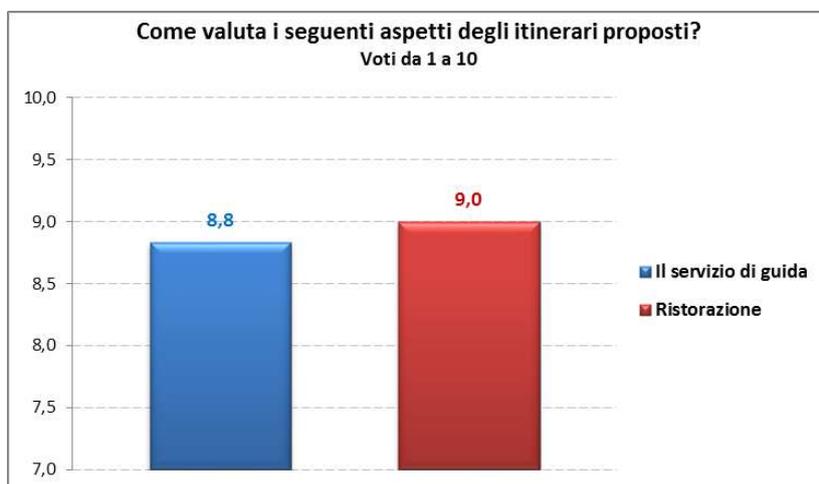
Come valuta i seguenti aspetti degli itinerari proposti (esprima un giudizio nella scala da 1 min a 10 max):

Il servizio di guida, rispetto alla competenza, professionalità e capacità di coinvolgimento dei professionisti

10/10
9/10
7/10
9/10
10/10
8/10
Media 8,8/10

La ristorazione, rispetto alla capacità di valorizzare i prodotti tipici e le tradizioni locali

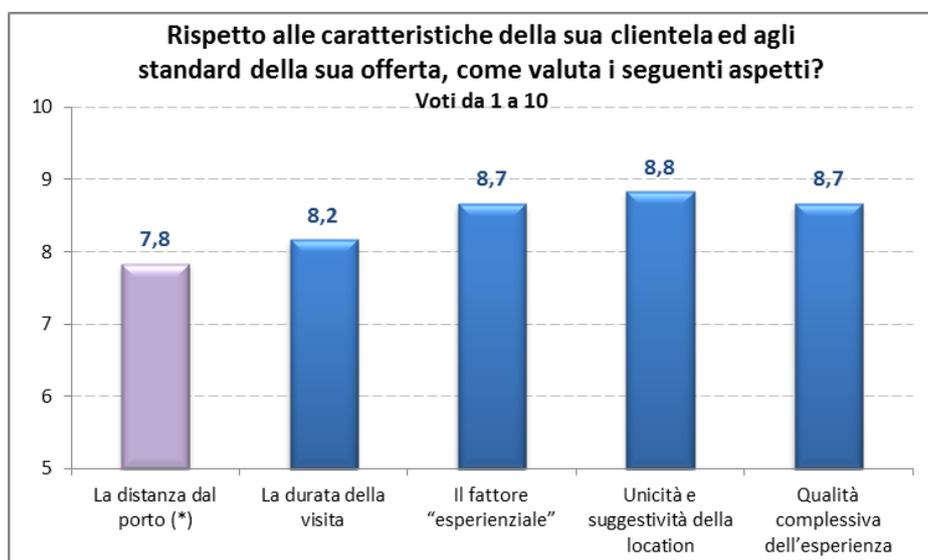
10/10
10/10
8/10
9/10
8/10
9/10
Media 9/10





Come valuta, rispetto alle caratteristiche della sua clientela e agli standard della sua offerta, i seguenti aspetti degli itinerari proposti?

<u>La distanza dal porto</u>	<u>La durata della visita</u>	<u>Il fattore "esperienziale"</u>	<u>Unicità e suggestività della location</u>	<u>Qualità complessiva dell'esperienza</u>
10/10	10/10	8/10	9/10	10/10
9/10	9/10	9/10	9/10	9/10
5/10	7/10	8/10	8/10	8/10
10/10	9/10	10/10	10/10	10/10
7/10	7/10	7/10	8/10	7/10
6/10	7/10	10/10	9/10	8/10
Media 7,8/10	Media 8,2/10	Media 8,7/10	Media 8,8/10	Media 8,7/10



(*) Giudizio espresso in base al porto di operatività del valutatore (Livorno, Porto S. Stefano, Civitavecchia)

Per quali target di clientela ritiene che l'itinerario possa essere di interesse?

Dalle valutazioni dei partecipanti la proposta risulta essere appetibile per diversi target, in quanto risponde alle esigenze di più tipologie di turisti e può essere indicata per i viaggiatori singoli, in coppia o in piccoli gruppi. Oltre agli appassionati di pesca e agli amanti della natura, la Laguna di Orbetello può essere interessante tanto per i turisti americani, quanto per quelli europei (italiani, francesi, tedeschi).

In merito all'anagrafica dei potenziali target non emergono specifiche indicazioni. Gli operatori presenti all'educational tour reputano comunque la proposta particolarmente appassionante per turisti di età media.

Può essere realizzato in tutti i periodi dell'anno?

I partecipanti ritengono che la visita alla Laguna di Orbetello possa essere organizzata principalmente in primavera, in estate ed in autunno, considerata l'incidenza del meteo sulle possibilità di attività offerte dalla Cooperativa dei Pescatori.

Ritiene che il percorso sia facilmente accessibile alle varie tipologie di clientela?

L'escursione, complessivamente, risulta accessibile. Le uniche criticità rilevate dai partecipanti in merito a questo aspetto riguardano l'accesso alla peschiera che dovrebbe essere migliorata con alcune facilitazioni per le persone con difficoltà/disabilità motoria. Da valutare, infine, l'accessibilità al battello che, al momento dell'educational tour, non era pronto per l'uscita.

L'approccio narrativo utilizzato e il coinvolgimento di figure "di impatto emotivo" costituiscono un valore aggiunto per il percorso proposto?

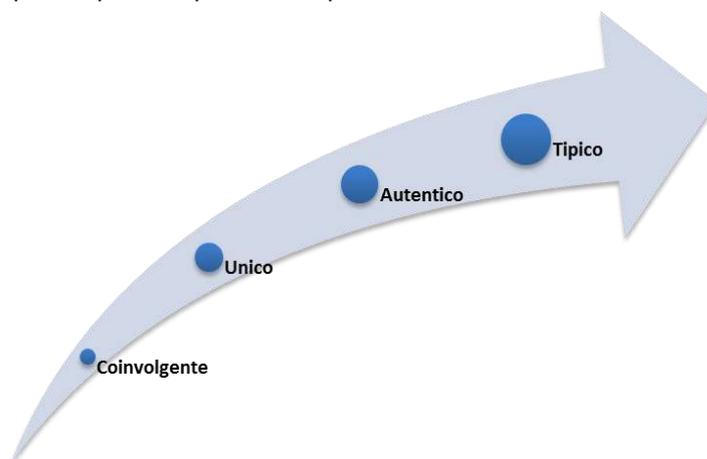
Tutti i partecipanti convergono sull'importanza di una persona con un forte impatto emotivo per vivere appieno l'escursione. Durante la visita alla Laguna di Orbetello è stata apprezzato l'accompagnamento di Sergio e degli altri pescatori della Cooperativa che hanno manifestato tutto il loro amore per il territorio ed il lavoro che svolgono quotidianamente. È stato percepito come valore aggiunto dell'offerta, anche la "condivisione" del momento di ristoro avuto alla peschiera, in cui è proseguito il percorso narrativo ed esperienziale da parte di tutti coloro che "vivono" l'azienda e il contesto territoriale in cui quotidianamente operano.

Auspicata una maggiore enfasi nella narrazione dei piatti e dei prodotti utilizzati durante la degustazione presso la struttura principale; alcuni operatori giudicano che rispetto al valore ed all'unicità dei prodotti, nonché al loro legame con il territorio e le tradizioni culinarie, questo specifico aspetto possa avere ancora un significativo margine di crescita, con inevitabili ricadute positive nella percezione complessiva dell'offerta proposta.

Elemento a cui prestare particolare attenzione, proprio in considerazione del valore del "fattore narrativo", è la lingua con cui ci si rapporta agli ospiti. Nel percorso di "traduzione", potrebbe perdersi una parte del valore contenutistico ed emotivo della narrazione; pertanto si consiglia, qualora le figure che narrano non abbiano una conoscenza della lingua dei destinatari, di "fidelizzare" un servizio di traduzione che possa, nel tempo, acquisire i particolari e l'approccio utile a massimizzare l'effetto narrazione.

Valuti l'itinerario, indicando in ordine di priorità i seguenti parametri: autentico, coinvolgente, unico, tipico.

I partecipanti, sulla base dei parametri indicati nelle linee guida del progetto ItinERA, ritengono che la proposta di escursione sia assolutamente tipica ed autentica, data la profonda connessione dell'esperienza con il territorio ed il patrimonio materiale ed immateriale. Al terzo e quarto posto si collocano, rispettivamente, l'unicità ed il coinvolgimento della proposta. Questi due aspetti hanno una valenza secondaria per i partecipanti rispetto all'esperienza vissuta.



Gli aspetti di ecosostenibilità introdotti, sono chiaramente percepibili? Rappresentano un valore aggiunto per la qualità dell'itinerario proposto?

I partecipanti affermano che gli aspetti di ecosostenibilità presenti nell'escursione sono percepibili e la visita alla peschiera è stata sicuramente "illuminante" in merito alle tecniche di produzione ecosostenibili.

Quali sono i punti di forza / debolezza?

In merito ai punti di forza i partecipanti concordano sulla bellezza naturalistica della Laguna di Orbetello, sulla genuinità e la qualità dei prodotti ittici degustati. Altro "plus" di questa esperienza è la disponibilità e l'accoglienza dei pescatori che hanno condiviso con piacere il loro sapere ed hanno fatto vivere un momento della loro quotidianità lavorativa e di ristoro.

Relativamente alle debolezze, gli operatori pongono la loro attenzione sull'accessibilità ad alcune strutture visitate (vd peschiera), sulla forte incidenza del meteo sulla realizzazione (o meno) di una attività e sulla necessità di prevedere visite in più lingue straniere. Un ultimo aspetto sottolineato da un partecipante riguarda il rapporto con una clientela vegetariana/vegana: l'esperienza proposta dalla Cooperativa di pescatori potrebbe essere inadeguata per questa tipologia di turisti che rischierebbero di partecipare ad una escursione lontana dalla loro filosofia e quindi vivere negativamente questo momento.

Come potrebbe essere migliorato l'itinerario?

Con la visita della Laguna in battello, l'escursione può ritenersi completa e quindi soddisfare le aspettative dei turisti che vi partecipano.

Ipotizzando di inserire l'itinerario nella sua offerta turistica, può indicare un range di valore commerciale che ritiene congruo alle attuali dinamiche di mercato?

Dipende molto dalle *inclusions* inserite nell'offerta. Indicativamente, data la tipicità dei prodotti *slow food*, potrebbe essere un'escursione di fascia medio-alta, circa 40€ a persona.

Inserirebbe l'escursione nell'offerta turistica? Perché

Escursioni che vedono coinvolta la Cooperativa dei pescatori della Laguna di Orbetello, nello specifico le uscite in battello, sono già inserite in alcuni pacchetti proposti. Alcuni operatori hanno sottolineato come la visita alla peschiera sia un'interessante alternativa da offrire ai propri clienti nel caso in cui le condizioni meteo non consentano l'uscita in Laguna. L'apprezzamento per questa proposta è stato effettuato anche dai soggetti che, ad oggi, non hanno ancora incluso questa offerta turistica ma, viste le potenzialità, sono interessati a prenderla in considerazione.

Scheda di valutazione dell'escursione alle fortificazioni del promontorio

Educational Tour *Da Livorno a PortArgentario e ritorno*

Contenuti e cenni metodologici

Nella scheda sono riportati, in forma grafica, tabellare e di commento, i giudizi e le valutazioni fornite dagli operatori che hanno partecipato al percorso esperienziale. I dati e le informazioni riportate sono stati estrapolati dai questionari e dai diari di bordo compilati dagli operatori e, pur in un grado di "approssimazione quantitativa" dal punto di vista della valenza statistica, costituiscono degli importanti *feedback* qualitativi per il processo di valutazione e validazione dell'offerta proposta.

La struttura del questionario e del diario di bordo, e quindi il contenuto delle risposte, è stata sviluppata in stretta coerenza con le finalità del progetto e delle Linee guida del progetto ITINERA, pertanto gli aspetti indagati sono quelli strettamente di interesse del progetto.

Come valuta i seguenti aspetti degli itinerari proposti (esprima un giudizio nella scala da 1 min a 10 max):

Il servizio di guida, rispetto alla competenza, professionalità e capacità di coinvolgimento dei professionisti

9/10

9/10

10/10

10/10

7/10

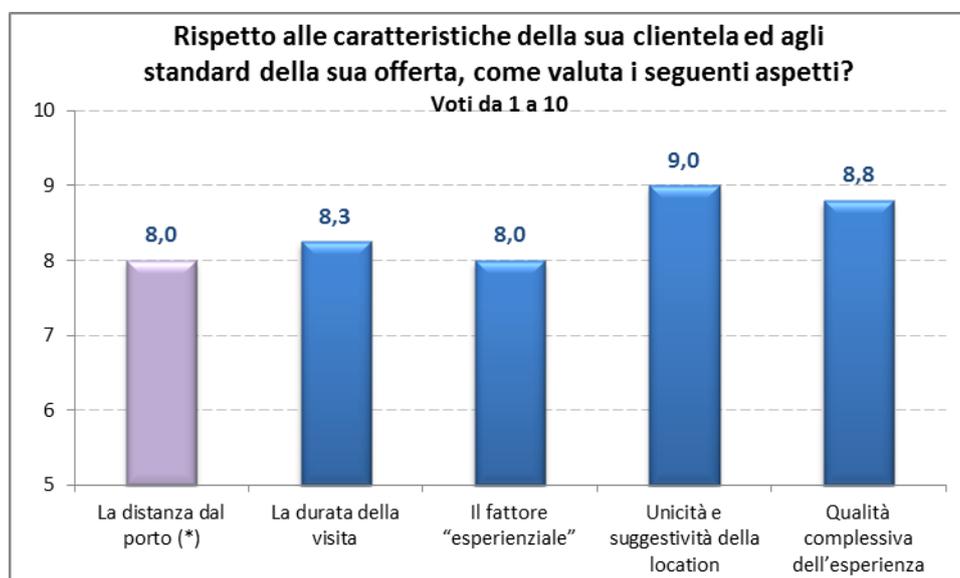
Media 9/10





Come valuta, rispetto alle caratteristiche della sua clientela e agli standard della sua offerta, i seguenti aspetti degli itinerari proposti?

<u>La distanza dal porto</u>	<u>La durata della visita</u>	<u>Il fattore "esperienziale"</u>	<u>Unicità e suggestività della location</u>	<u>Qualità complessiva dell'esperienza</u>
10/10	n.c./10	10/10	10/10	10/10
6/10	6/10	6/10	10/10	8/10
10/10	10/10	8/10	9/10	9/10
9/10	10/10	10/10	9/10	10/10
5/10	7/10	6/10	7/10	7/10
Media 8/10	Media 8,3/10	Media 8/10	Media 9/10	Media 8,8/10



(*) Giudizio espresso in base al porto di operatività del valutatore (Livorno, Porto S. Stefano, Civitavecchia)

Per quali target di clientela ritiene che l'itinerario possa essere di interesse?

Dalle valutazioni dei partecipanti la proposta risulta essere appetibile per diversi *target*, in quanto risponde alle esigenze di più tipologie di turisti e può essere indicata per i viaggiatori singoli, in coppia o in piccoli gruppi. Le fortificazioni del promontorio di Monte Argentario possono essere interessanti tanto per i turisti americani, quanto per quelli europei (italiani, francesi, tedeschi). In merito all'anagrafica dei potenziali *target* non emergono specifiche indicazioni. Gli operatori presenti all'*educational tour* reputano comunque la proposta particolarmente appassionante per turisti nella fascia di età medio-giovane.

Può essere realizzato in tutti i periodi dell'anno?

I partecipanti ritengono che la visita alle fortificazioni possa essere organizzata principalmente in primavera, in estate ed in autunno per apprezzare appieno l'esperienza.

Ritiene che il percorso sia facilmente accessibile alle varie tipologie di clientela?

L'escursione, complessivamente, risulta accessibile. Le uniche criticità rilevate dai partecipanti in merito a questo aspetto riguardano l'accesso ai piani superiori delle fortificazioni. Laddove il primo piano

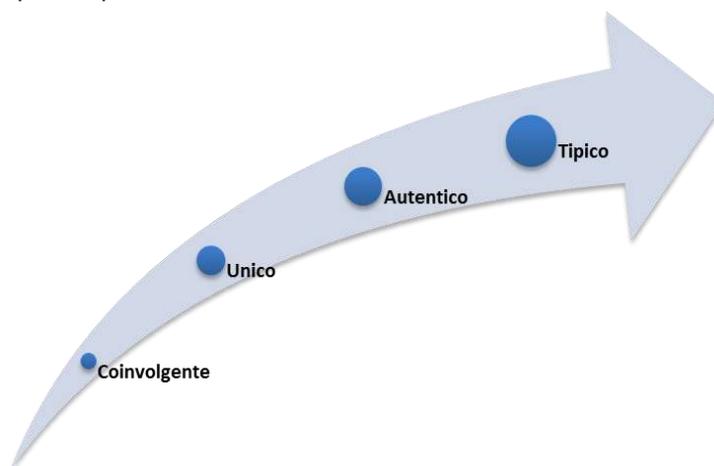
può essere facilmente raggiunto anche per le persone con difficoltà motorie, il secondo piano, allo stato attuale, è inaccessibile.

L'approccio narrativo utilizzato e il coinvolgimento di figure "di impatto emotivo" costituiscono un valore aggiunto per il percorso proposto?

Tutti i partecipanti convergono sull'importanza di una persona con un forte impatto emotivo per vivere appieno l'escursione. Durante la visita alle fortificazioni è stata apprezzata la guida dell'Archeologo Fichera e dello staff del Museo presente all'interno del Forte Santo Stefano.

Valuti l'itinerario, indicando in ordine di priorità i seguenti parametri: autentico, coinvolgente, unico, tipico.

I partecipanti, sulla base dei parametri indicati nelle linee guida del progetto ItinERA, ritengono che la proposta di escursione sia assolutamente tipica ed autentica, data la profonda connessione dell'esperienza con il territorio, la storia ed il patrimonio materiale ed immateriale. Al terzo e quarto posto si collocano, rispettivamente, l'unicità ed il coinvolgimento della proposta. Questi due aspetti hanno una valenza secondaria per i partecipanti.



Gli aspetti di ecosostenibilità introdotti, sono chiaramente percepibili? Rappresentano un valore aggiunto per la qualità dell'itinerario proposto?

Gli aspetti ecosostenibili non rappresentano un tratto distintivo delle fortificazioni del promontorio dell'Argentario e quindi non possono essere considerati un valore aggiunto. La qualità di questa escursione è determinata da altri elementi (naturalistici, storici, culturali).

Quali sono i punti di forza / debolezza?

In merito ai punti di forza i partecipanti concordano sulla bellezza naturalistica che circonda le fortificazioni spagnole. Relativamente alle debolezze, gli operatori pongono la loro attenzione sull'accessibilità ad alcune parti delle strutture visitate.

Come potrebbe essere migliorato l'itinerario?

I partecipanti non hanno presentato suggerimenti in merito a possibili modifiche da apportare all'itinerario per migliorare l'esperienza.



Ipotizzando di inserire l'itinerario nella sua offerta turistica, può indicare un range di valore commerciale che ritiene congruo alle attuali dinamiche di mercato?

I partecipanti non hanno dato indicazioni in merito.

Inserirebbe l'escursione nell'offerta turistica? Perché

Alcuni partecipanti organizzano già attività turistiche sul promontorio, inclusa la visita ai forti, insieme alle escursioni sulla Laguna di Orbetello.

Scheda di valutazione dell'escursione all'Antica Fattoria La Parrina

Educational Tour

Da Livorno a PortArgentario e ritorno

Contenuti e cenni metodologici

Nella scheda sono riportati, in forma grafica, tabellare e di commento, i giudizi e le valutazioni fornite dagli operatori che hanno partecipato al percorso esperienziale. I dati e le informazioni riportate sono stati estrapolati dai questionari e dai diari di bordo compilati dagli operatori e, pur in un grado di "approssimazione quantitativa" dal punto di vista della valenza statistica, costituiscono degli importanti *feedback* qualitativi per il processo di valutazione e validazione dell'offerta proposta.

La struttura del questionario e del diario di bordo, e quindi il contenuto delle risposte, è stata sviluppata in stretta coerenza con le finalità del progetto e delle Linee guida del progetto ITINERA, pertanto gli aspetti indagati sono quelli strettamente di interesse del progetto.

Come valuta i seguenti aspetti degli itinerari proposti (esprima un giudizio nella scala da 1 min a 10 max):

La ristorazione, rispetto alla capacità di valorizzare i prodotti tipici e le tradizioni locali

8/10

10/10

8/10

10/10

9/10

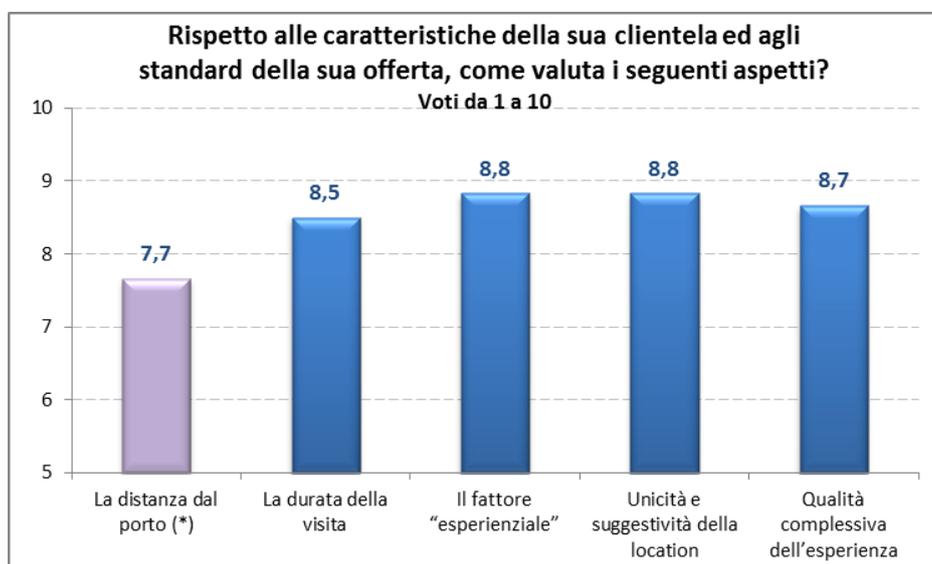
8/10

Media 8,8/10



Come valuta, rispetto alle caratteristiche della sua clientela e agli standard della sua offerta, i seguenti aspetti degli itinerari proposti?

<u>La distanza dal porto</u>	<u>La durata della visita</u>	<u>Il fattore "esperienziale"</u>	<u>Unicità e suggestività della location</u>	<u>Qualità complessiva dell'esperienza</u>
7/10	7/10	8/10	8/10	8/10
9/10	9/10	9/10	9/10	9/10
6/10	7/10	8/10	8/10	7/10
10/10	10/10	10/10	10/10	10/10
9/10	10/10	10/10	10/10	10/10
5/10	8/10	8/10	8/10	8/10
Media 7,7/10	Media 8,5/10	Media 8,8/10	Media 8,8/10	Media 8,7/10



(*) Giudizio espresso in base al porto di operatività del valutatore (Livorno, Porto S. Stefano, Civitavecchia)

Per quali target di clientela ritiene che l'itinerario possa essere di interesse?

Dalle valutazioni dei partecipanti la proposta risulta essere appetibile per diversi target, in quanto l'ampiezza della gamma di soluzioni, strettamente integrate e "modulabili", risponde alle esigenze di più tipologie di turisti e può essere indicata per i viaggiatori singoli, in coppia, in famiglia o in piccoli gruppi che desiderano vivere un'esperienza completa, alla scoperta della natura e della cultura enogastronomica.

Relativamente al fattore "provenienza" l'Antica Fattoria La Parrina è un'escursione di interesse internazionale, appetibile per gli americani e gli europei (italiani, francesi, tedeschi e spagnoli). In merito all'anagrafica dei potenziali target non emergono specifiche indicazioni.

Può essere realizzato in tutti i periodi dell'anno?

I partecipanti concordano sulla fattibilità dell'escursione alla Fattoria in tutte le stagioni, sottolineando il fatto che l'offerta legata alla componente "natura" rende possibile una caratterizzazione della stessa in funzione della stagionalità. Probabilmente, per godere completamente delle opportunità offerte dalla tenuta, sarebbe comunque auspicabile evitare i mesi invernali.

Ritiene che il percorso sia facilmente accessibile alle varie tipologie di clientela?

L'escursione, complessivamente, risulta accessibile a tutti i turisti. I partecipanti, consapevoli però delle esigenze dei propri clienti, invitano a prestare attenzione alle aree esterne ed interne della tenuta, apportando eventuali migliorie, per assicurare l'accessibilità anche a persone con difficoltà/disabilità motoria.

L'approccio narrativo utilizzato e il coinvolgimento di figure "di impatto emotivo" costituiscono un valore aggiunto per il percorso proposto?

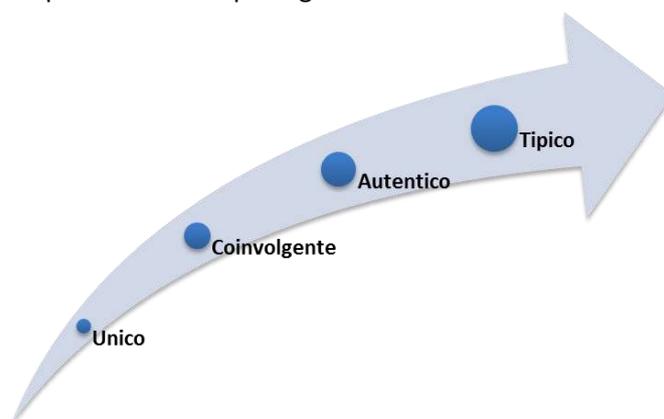
Tutti i partecipanti convergono sull'importanza di una persona con un forte impatto emotivo per vivere appieno l'escursione. Il racconto della Fattoria "ricevuto" è stato particolarmente apprezzato anche se, con maggior tempo a disposizione, avrebbe potuto essere ancora più coinvolgente. Secondo i partecipanti l'approccio storico e l'incontro con la Marchesa, proprietaria della tenuta, rappresentano un "plus" per questa esperienza.

Alcuni operatori hanno suggerito di potenziare l'aspetto narrativo anche nella fase della degustazione dei prodotti: in analogia a quanto fatto per i formaggi, per i quali è stato disegnato una sorta di "percorso" guidato, potrebbe costituire un elemento di valore l'illustrazione in sala da parte dello chef dei piatti presentati, non solo in termini di prodotti ma anche di tradizioni culinarie e legame con il territorio di appartenenza. Analoga riflessione per l'abbinamento con i vini. La percezione, nel complesso alta, della proposta enogastronomica (grazie anche alla cura dei particolari nella *location*) ha elevato le aspettative anche sulla cura dei particolari sopra citati.

Elemento a cui prestare particolare attenzione, proprio in considerazione del valore del "fattore narrativo", è la lingua con cui ci si rapporta agli ospiti. Nel percorso di "traduzione", potrebbe perdersi una parte del valore contenutistico ed emotivo della narrazione; pertanto si consiglia, qualora le figure che narrano non abbiano una conoscenza della lingua dei destinatari, di "fidelizzare" un servizio di traduzione che possa, nel tempo, acquisire i particolari e l'approccio utile a massimizzare l'effetto narrazione.

Valuti l'itinerario, indicando in ordine di priorità i seguenti parametri: autentico, coinvolgente, unico, tipico.

I partecipanti, sulla base dei parametri indicati nelle linee guida del progetto ItinERA, ritengono che la proposta di escursione sia primariamente da considerare tipica ed autentica, data la profonda connessione dell'esperienza con il territorio ed il patrimonio materiale ed immateriale. Seguono a ruota il fattore coinvolgimento ed unicità della proposta. La *cooking class* si è rivelata un'attività interessante ed interattiva che, se adeguatamente potenziata, potrebbe rendere ancora più unica l'esperienza all'Antica Fattoria e garantire ai partecipanti il ruolo di protagonisti.



Gli aspetti di ecosostenibilità introdotti, sono chiaramente percepibili? Rappresentano un valore aggiunto per la qualità dell'itinerario proposto?

I partecipanti sostengono che gli aspetti ecosostenibili sono chiaramente percepibili durante tutto il percorso di conoscenza della tenuta e sono stati particolarmente messi in risalto in occasione della *cooking class*, dove lo *chef* ha insegnato a valorizzare i prodotti a Km 0.

Quali sono i punti di forza / debolezza?

In merito ai punti di forza i partecipanti concordano sulla qualità dei prodotti della Fattoria (formaggi, yogurt, vino, etc.), sulla *location* e sull'atmosfera che si respira in questo contesto ricco di storia, di cultura, di trazione e di lavoro "contadino" che riporta alla luce le nostre origini. Altro "plus" di questa esperienza è la *cooking class* che permette di "sporcarsi le mani" e di capire concretamente come valorizzare i prodotti semplici e genuini della nostra terra.

Relativamente alle debolezze, gli operatori pongono la loro attenzione sull'accessibilità ad alcune parti della tenuta e sull'organizzazione del percorso di visita "frammentato". Probabilmente la percezione di questo ultimo aspetto, è legata al fattore "tempo" con cui è stata presentata la proposta; pertanto deve essere "pesata" con questo filtro di giudizio.

Come potrebbe essere migliorato l'itinerario?

La visita all'Antica Fattoria La Parrina è sostanzialmente completa ed interessante. I partecipanti suggeriscono di pianificare un percorso ad anello, che includa anche la visita alla struttura dove si procede alla produzione casearia e/o al vivaio, ed alcuni percorsi facilitati per persone con difficoltà motorie o che semplicemente vogliono beneficiare di una panoramica della tenuta, senza particolari sforzi ed impegni fisici.

Ipotizzando di inserire l'itinerario nella sua offerta turistica, può indicare un range di valore commerciale che ritiene congruo alle attuali dinamiche di mercato?

Dipende molto dalle *inclusions* inserite nell'offerta. Indicativamente la visita con degustazione (base) potrebbe essere inserita in un range 15/20€. Se a questa attività aggiungiamo la *cooking class* e la cena, il prezzo a persona potrebbe essere 80€.

Inserirebbe l'escursione nell'offerta turistica? Perché

Alcuni partecipanti includono già l'Antica Fattoria La Parrina nelle loro offerte turistiche. Questa esperienza, particolarmente valorizzata dalla *cooking class*, è appetibile per il *target* di interesse degli operatori perché è all'altezza dei clienti del segmento *luxury* per qualità dei servizi, prodotti e *location*, ma riesce ad essere modulabile ed interessante anche per *target* diversi, come famiglie o gruppi.

Scheda di valutazione dell'escursione a Livorno

Educational Tour

Da Livorno a Port'Argentario e ritorno

Contenuti e cenni metodologici

Nella scheda sono riportati, in forma grafica, tabellare e di commento, i giudizi e le valutazioni fornite dagli operatori che hanno partecipato al percorso esperienziale. I dati e le informazioni riportate sono stati estrapolati dai questionari e dai diari di bordo compilati dagli operatori e, pur in un grado di "approssimazione quantitativa" dal punto di vista della valenza statistica, costituiscono degli importanti *feedback* qualitativi per il processo di valutazione e validazione dell'offerta proposta.

La struttura del questionario e del diario di bordo, e quindi il contenuto delle risposte, è stata sviluppata in stretta coerenza con le finalità del progetto e delle Linee guida del progetto ITINERA, pertanto gli aspetti indagati sono quelli strettamente di interesse del progetto.

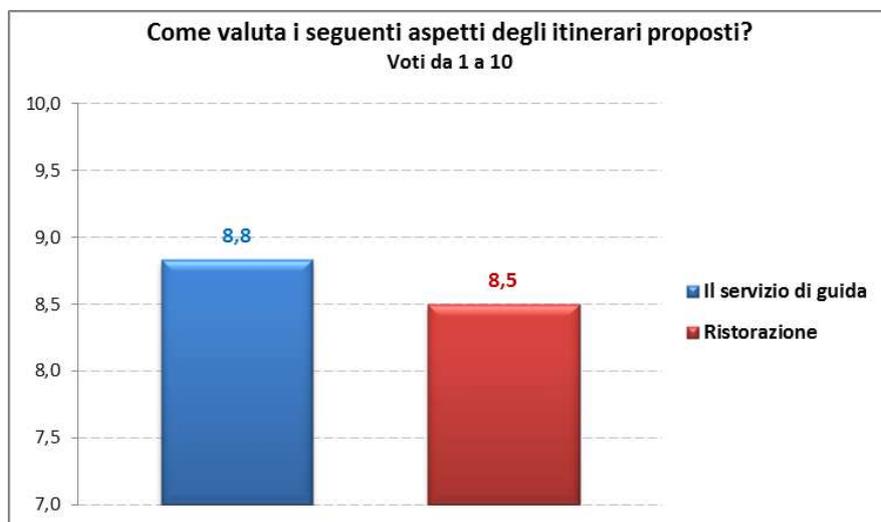
Come valuta i seguenti aspetti degli itinerari proposti (esprima un giudizio nella scala da 1 min a 10 max):

Il servizio di guida, rispetto alla competenza, professionalità e capacità di coinvolgimento dei professionisti

8/10
10/10
8,5/10
10/10
Media 8,8/10

La ristorazione, rispetto alla capacità di valorizzare i prodotti tipici e le tradizioni locali

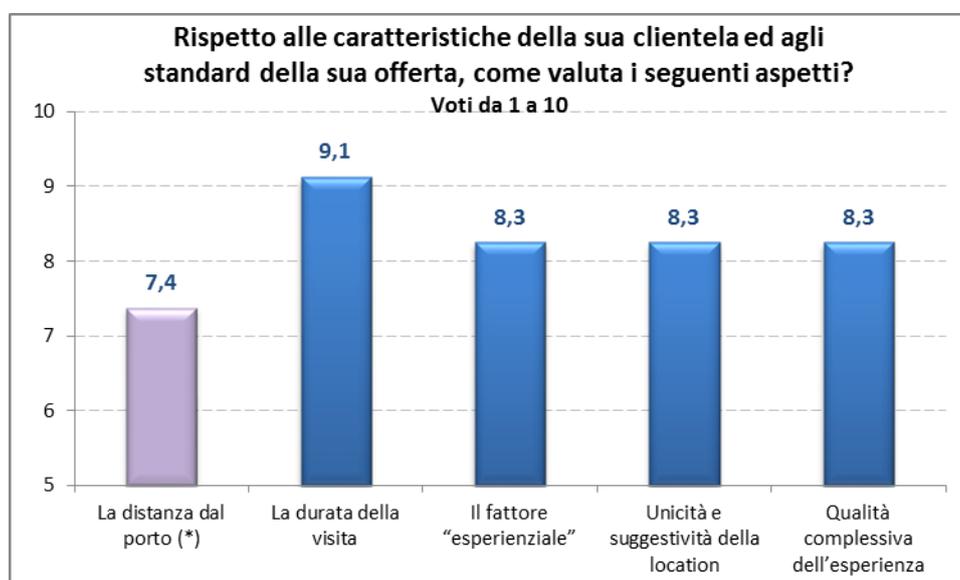
9/10
8/10
8,5/10
9/10
Media 8,5/10





Come valuta, rispetto alle caratteristiche della sua clientela e agli standard della sua offerta, i seguenti aspetti degli itinerari proposti?

<u>La distanza dal porto</u>	<u>La durata della visita</u>	<u>Il fattore "esperienziale"</u>	<u>Unicità e suggestività della location</u>	<u>Qualità complessiva dell'esperienza</u>
2/10	9/10	9/10	9/10	9/10
10/10	10/10	10/10	10/10	10/10
8.5/10	7.5/10	7/10	7/10	8/10
9/10	10/10	9/10	9/10	9/10
Media 7,4/10	Media 9,1/10	Media 8,3/10	Media 8,3/10	Media 8,3/10



(*) Giudizio espresso in base al porto di operatività del valutatore (Livorno, Porto S. Stefano, Civitavecchia)

Per quali target di clientela ritiene che l'itinerario possa essere di interesse?

Dalle valutazioni dei partecipanti risulta una proposta interessante per turisti di varie nazionalità (cittadini americani, francesi, spagnoli, etc.) che viaggiano in famiglia o in gruppo. In merito all'anagrafica dei potenziali target, gli operatori presenti all'educational tour reputano il tour dei fossi e la visita al Mercato delle Vettovaglie una offerta turistica particolarmente appetibile per una fascia medio-giovane.

Può essere realizzato in tutti i periodi dell'anno?

I partecipanti ritengono che la visita nel centro città di Livorno possa essere organizzata in qualsiasi periodo dell'anno, tempo permettendo per quanto riguarda il tour dei fossi.

Ritiene che il percorso sia facilmente accessibile alle varie tipologie di clientela?

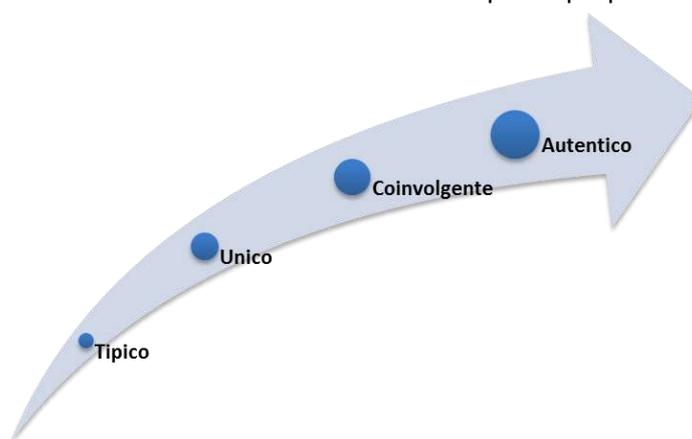
L'escursione, se personalizzabile a seconda delle esigenze della clientela, complessivamente può essere ritenuta accessibile a tutti i target. I partecipanti invitano a prestare attenzione all'accesso al battello, che potrebbe essere difficile per persone con problemi motori, e alla passeggiata per raggiungere Via della Madonna ed il mercato centrale, che potrebbe essere considerata impegnativa da alcune tipologie di turisti.

L'approccio narrativo utilizzato e il coinvolgimento di figure "di impatto emotivo" costituiscono un valore aggiunto per il percorso proposto?

Tutti i partecipanti confermano l'importanza di una persona con un forte impatto emotivo per vivere appieno l'escursione, soprattutto per una città come Livorno che può essere visitata anche autonomamente dai crocieristi. Durante il tour sui fossi e la visita al mercato centrale la presenza di una guida appassionata e preparata è stata un valore aggiunto ed ha permesso agli operatori di calarsi nelle varie epoche ed attività livornesi. Senza questa figura l'esperienza non avrebbe avuto il medesimo significato.

Valuti l'itinerario, indicando in ordine di priorità i seguenti parametri: autentico, coinvolgente, unico, tipico.

I partecipanti, sulla base dei parametri indicati nelle linee guida del progetto ItinERA, ritengono che la proposta di escursione sia autentica, data la profonda connessione dell'esperienza con il territorio, e coinvolgente, grazie alla capacità della guida di trasportare i partecipanti nelle varie anime della città e dei cittadini livornesi. Al terzo e quarto posto si collocano, rispettivamente, l'unicità e la tipicità, che, agli occhi degli operatori, risultano essere meno rilevanti e caratterizzanti questa proposta turistica.



Gli aspetti di ecosostenibilità introdotti, sono chiaramente percepibili? Rappresentano un valore aggiunto per la qualità dell'itinerario proposto?

Secondo i partecipanti gli aspetti ecosostenibili presenti nell'escursione sono percepibili e sono valorizzati dalla visita al Mercato delle Vettovaglie che permette ai visitatori di entrare in contatto con una parte della produzione locale, pur essendo nel centro di una città.

Quali sono i punti di forza / debolezza?

Il punto di forza dell'escursione, oltre alla particolarità di scoprire una città "dal basso", è la narrazione semplice e coinvolgente della guida. Una passeggiata nel centro città si è trasformata in un viaggio nel tempo e nei mestieri di una popolazione molto dinamica ed internazionale. Altro elemento positivo è la vicinanza al porto di Livorno, che permette di raggiungere il punto di partenza dell'escursione in pochi minuti, e la durata stessa della visita. Entrambi gli aspetti permettono di soddisfare la necessità dei crocieristi di dedicare solo una mezza giornata alle escursioni a terra, per godersi i servizi offerti dalla nave su cui viaggiano. La criticità di questa proposta turistica risiede nella sua accessibilità. Secondo alcuni partecipanti le difficoltà di accesso al battello e la lunga camminata per raggiungere il mercato centrale rappresentano un limite, soprattutto se il target sono clienti con difficoltà motorie.

Come potrebbe essere migliorato l'itinerario?

La visita alle tre chiese presenti in Via della Madonna potrebbe chiudere il loop e rendere completa questo itinerario culturale, storico ed enogastronomico.

Ipotizzando di inserire l'itinerario nella sua offerta turistica, può indicare un range di valore commerciale che ritiene congruo alle attuali dinamiche di mercato?

Se nella proposta è previsto il tour in battello, la visita ed il pranzo al mercato centrale, con il supporto di una guida, il range commerciale potrebbe essere 40/50€ a persona.

Inserirebbe l'escursione nell'offerta turistica? Perché

L'escursione è sicuramente interessante per la prospettiva diversa che offre della città e per la genuinità del contesto livornese. Potrebbe essere inserita nell'offerta turistica data la trasversalità del target di clientela e la durata complessiva dell'escursione, in linea con le richieste dei crocieristi di essere impegnati in attività di mezza giornata. La sola perplessità dei partecipanti risiede nella "facile fruibilità" dell'escursione da parte dei turisti. Il tour dei fossi e la visita al mercato centrale possono infatti essere organizzati anche in autonomia, senza il supporto di un'agenzia o tour operator.

Composante T1

Activité T1.6

Prodotto T1.6.9

“Rapport sur le déroulement des educational tours”

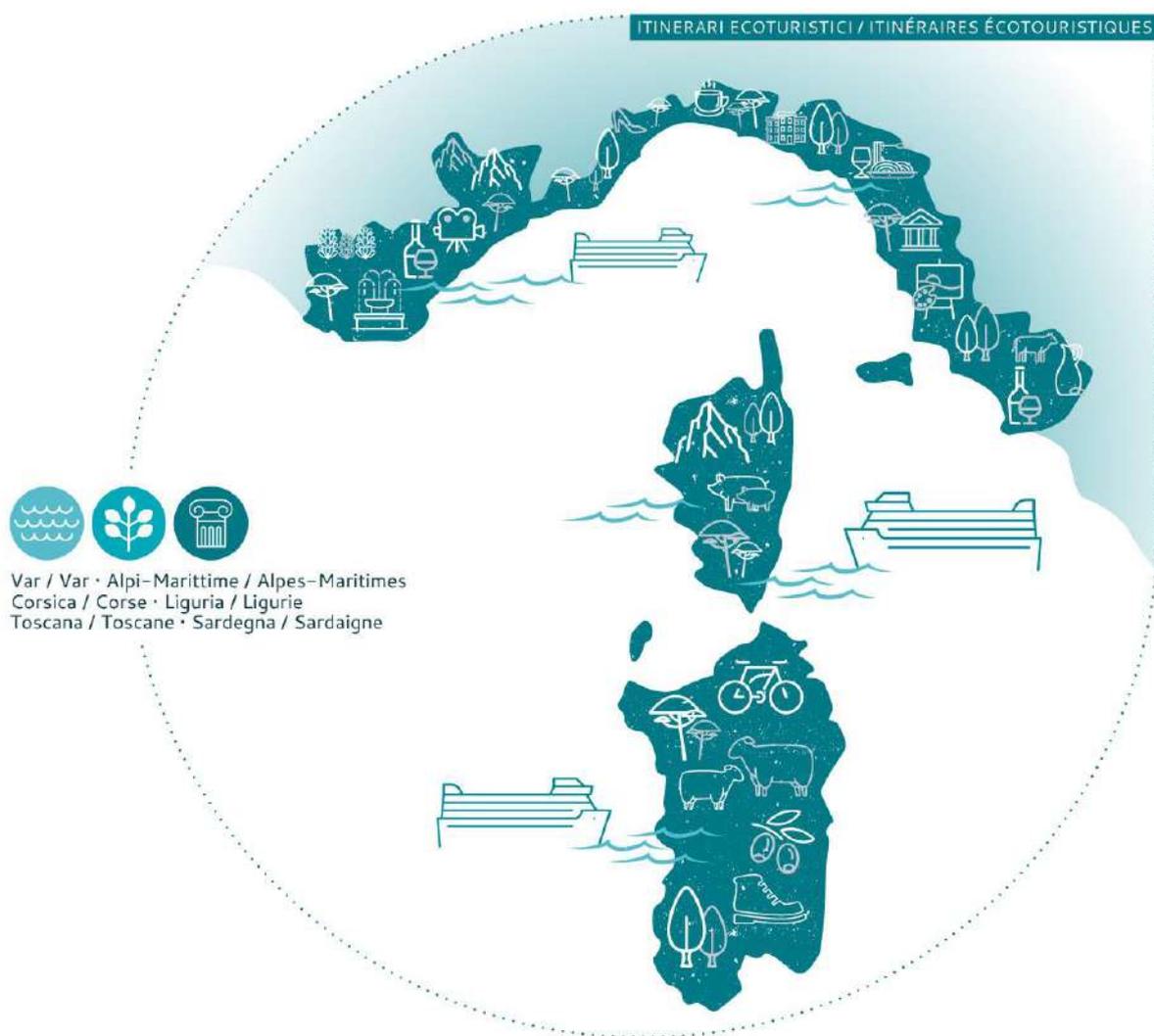




Table des matières

<u>Introduction</u>	3
<u>L'educational tour</u>	4
<u>Les participants</u>	9
<u>Note méthodologique</u>	11
<u>Les évaluations des tour-opérateurs</u>	12
<u>L'objectif de validation sur le territoire</u>	15
<u>Pièces jointes</u>	18
<u>Programme</u>	19
<u>Brochures</u>	21
<u>Eductour 2.0</u>	27
<u>Questionnaire de satisfaction</u>	28
<u>Journal de bord</u>	31
<u>Fiche d'évaluation pour l'excursion à la Rocca di San Silvestro</u>	34
<u>Fiche d'évaluation pour l'excursion à la Rocca di San Frassinello</u>	38
<u>Fiche d'évaluation pour l'excursion à la lagune d'Orbetello</u>	43
<u>Fiche d'évaluation de l'excursion aux fortifications du promontoire</u>	47
<u>Fiche d'évaluation pour l'excursion à l'Antica Fattoria La Parrina</u>	51
<u>Fiche d'évaluation pour l'excursion à Livourne</u>	56

Introduction

Ce document constitue le rapport de la visite éducative (T.1.6.9), préparé par la **Chambre de commerce de la Maremma et Tirreno**, conformément aux spécifications du projet. Le rapport était structuré essentiellement en trois parties :

- la description de la formation, en termes de participants et de programme d'activités ;
- un résumé des impressions / suggestions des tour-opérateurs qui ont participé à la formation en expérimentant les itinéraires proposés. Le résumé de l'activité de synthèse réalisée, dans une logique de complémentarité, avec les acteurs du territoire, de différentes manières, intéressés par le projet ;
- les pièces jointes (programme, brochures, outils d'enquête, résultats détaillés, etc.).

Les activités décrites dans ce document ont été réalisées par la Chambre de commerce avec la collaboration technique organisationnelle de la Fondation IRI et du Centre spécial d'études et de services CSS.

L'éducational tour

L'événement éducatif organisé par la Chambre de commerce avait pour objectif d'expérimenter, avec la collaboration de certains opérateurs spécialisés du secteur des croisières, des itinéraires éco-touristiques élaborés conformément aux orientations définies dans le projet. Les opérateurs ont pu expérimenter certaines « expériences » thématiques identifiées sur le territoire et donner un retour qualifié sur la correspondance réelle de l'offre présentée en ce qui concerne les caractéristiques et les demandes du marché.

Le tour a débuté à Livourne le 18 mars 2019 et s'est achevée le 20 mars à Livourne à travers diverses des plus belles réalités culturelles et naturalistes de la région de Livourne et Grosseto.



LUNDI 18 MARS

La visite éducative a débuté à Livourne, où les organisateurs de croisières et les blogueurs qui ont décidé de participer à cette excursion pour découvrir les ressources des côtes de Livourne et de Grosseto ont été accueillis. La délégation, accompagnée d'un représentant de la Fondation IRI - Chambre de commerce, Fondation pour la recherche et l'innovation - et de l'archéologue Alessandro Giuseppe Fichera (Coopérative CoopERA), s'est dirigée vers la Rocca di San Silvestro. Sur le chemin menant au parc de mines archéologiques, situé derrière Campiglia Marittima et le promontoire de Piombino, l'archéologue a divertit les participants avec des récits sur l'histoire, les légendes et la culture de la Maremma toscane. Une fois à destination, les participants ont pu vivre une expérience archéologique expérimentale. Sous la direction de l'archéologue, ils ont « vécu » la vie quotidienne du début de l'ère médiévale, se promenant dans les rues entourant le château et « travaillant » dans un magasin typique de l'époque. L'excursion s'est terminée par l'accueil du Directeur du parc des mines archéologiques, qui a illustré toutes ses offres touristiques personnalisables en fonction des besoins de la cible touristique de référence. Les participants ont également pu apprécier une dégustation de produits locaux à base de vin et de vin à la Villa Lanzi, une ferme située dans le parc.



La délégation s'est ensuite rendue à la cave Rocca di Frassinello en début d'après-midi. Rocca di Frassinello. Dans ce merveilleux domaine appartenant au Dr. Panerai et conçu par l'architecte Renzo Piano, les participants, accompagnés du directeur, Pericle Paciello, ont pu vivre un voyage « long de 3000 ans » suivant le fil conducteur du « nectar des Dieux » : commencer de la vigne, en compagnie de l'agronome de la société qui a illustré les particularités et les caractéristiques du produit et du processus de production, la visite s'est déplacée dans le pavillon où la sélection et le premier traitement des raisins ont été expliqués, en toute logique éco-durabilité, pour ensuite entrer dans la cave, pour comprendre le processus de transformation, et se terminer par la cave barrique, merveille architecturale et lieu consacré à la transformation du raisin en « nectar des Dieux ».

La valeur ajoutée de l'expérience réside dans la connexion avec l'histoire et le patrimoine culturel liés au vin dans ce contexte territorial spécifique: la visite du musée privé exclusif « Centre de documentation étrusque », qui a permis d'admirer des découvertes archéologiques uniques, d'écouter des histoires du passé et faire une dégustation de vin à la « étrusque ». La vue merveilleuse sur les collines métallifères, la colonie étrusque de Vetulonia et le golfe de Follonica sont les environs. Cette excursion s'est terminée par un dîner à base de produits typiques de la Maremma et une dégustation de vins rouges produits dans cette cave. Pour se plonger pleinement dans cette atmosphère, la délégation a passé la nuit dans les chambres aménagées à l'intérieur du domaine de Frassinello.





MARDI 19 MARS

Avant de reprendre leur voyage en direction du Monte Argentario, certains participants ont visité la nécropole de San Germano, située dans la zone archéologique de la Rocca di Frassinello. Conformément à la politique de la société qui, avec le temps, associe de plus en plus à son activité principale d'autres offres expérientielles liées à la culture et à la nature, accompagnés de Giulio Carli, responsable de la réception de la cave Rocca di Frassinello, les participants sont allés à la découverte de ce petit village construit dans la vallée de Sovata, un lien important sur le territoire de l'ancienne ville étrusque de Vetulonia. La cave organise, en collaboration avec le musée Vetulonia, des excursions sur le site de San Germano et de la Rocca di Frassinello, afin de souligner le lien historique et culturel entre la civilisation étrusque et le nectar des dieux. La Société s'occupe également de l'aménagement d'un sentier naturaliste (avec des affiches illustrant la flore et la faune) reliant la nécropole et la Rocca.

La délégation s'est ensuite rendue à Orbetello, où la coopérative La Peschereccia a présenté l'écosystème de la lagune, les secrets du métier de pêcheur de lagune et a accompagné les participants à la visite de la Peschiera di Santa Liberata. Ici, l'expérience vécue par les opérateurs a été très intéressante, grâce à la combinaison d'une illustration du processus de pêche typique de la lagune et de la dégustation d'un apéritif basé sur la capture du matin (anguille) avec les pêcheurs qui travaillent sur ce site et qui les a accueillis dans leur maison. Cette excursion dans la lagune s'est terminée au centre de dégustation, où le président de la coopérative, Pier Luigi Piro, a accueilli la délégation et lui a présenté la philosophie « pris et mangé », dans le respect de la plus authentique tradition gastronomique locale, qui a fait de la coopérative excellence sur le territoire national ainsi que le présidium « Slow Food ».



La connaissance du promontoire de l'Argentario, où la terre et la mer se confondent à merveille, s'est poursuivie avec la visite de la forteresse espagnole, avec ses expositions permanentes « Memorie Sommerse » et « Maestri d'Ascia », et de Forte Stella, une autre exemple de l'architecture militaire



espagnole du milieu des années 1500. La visite de ces fortifications, qui témoignent de l'importance de la domination espagnole dans cette région, a été dirigée par l'archéologue Fichera, qui a ajouté au récit historique le récit de certaines légendes.



La dernière étape de la deuxième journée de la visite éducative a eu lieu à l'Antica Fattoria La Parrina, l'une des fermes les plus anciennes et les plus fascinantes de la région, où les opérateurs ont pu découvrir le cœur le plus authentique de la Maremma. sentier entre nature, traditions culinaires et excellence. Pour rendre l'expérience unique, en plus de la promenade dans la nature et de la ferme pédagogique du domaine, de la visite de l'usine de vinification et du potager biologique, la délégation a participé à un cours de cuisine. Sous l'œil vigilant du chef Parrina, les participants ont eu l'occasion d'apprendre à cuisiner l'une des recettes traditionnelles de la Maremma : l'acquacotta. Cette activité expérientielle, destinée à renforcer les traditions et les excellences gastronomiques du territoire, s'est terminée par la dégustation des plats préparés avec les ingrédients de la ferme et combinés avec les vins du domaine et par la rencontre agréable avec l'hôtesse, la marquise Franca Spinola, qui a divertie la délégation en retraçant l'histoire de l'ancienne ferme et en racontant les anecdotes les plus amusantes du domaine.





MERCREDI 20 MARS

Le troisième jour, après un copieux petit-déjeuner offert par l'Antica Fattoria La Parrina, où les participants ont séjourné, la délégation s'est rendue à Livourne. Une fois dans la ville de Livourne, les opérateurs ont été accueillis par la coopérative de recherche et de projets Itinera qui, parmi les nombreuses activités organisées dans la province de Livourne, participe également à l'organisation de visites de fossés de la Renaissance. Accompagnée du guide Frabrizio Ottone, la délégation est allée découvrir la ville à travers ses canaux. Cette excursion d'une heure en bateau a été une expérience très relaxante, car confortablement assis sur un bateau, vous entrez en contact avec l'âme « commerciale et multinationale » de la ville, qui culmine dans la Promenade en Via della Madonna, où se trouvent trois églises représentant des cultes et des nations importants de la communauté de Livourne au XIXe siècle, et la visite du marché de Vettovaglie, cœur du commerce de détail des produits locaux. La dernière étape de la visite éducative s'est terminée par une dégustation de produits gastronomiques typiques de la ville de Livourne : au magasin d'alimentation situé à l'intérieur du marché, les participants, après les spécialités culinaires typiques de la Maremma, ont goûté aux plats traditionnels de Livourne.





Les participants

La délégation qui a participé à la visite éducative organisée par la Chambre de commerce était composée des participants suivants .

PRÉNOM ET NOM	RÔLE	SOCIÉTÉ/TOUR OPÉRATEUR/AGENCE	INFORMATIONS SUR LA SOCIÉTÉ/TOUR OPÉRATEUR
Paola Donato	Shorex Manager – Directeur	WestMedTours	Le Tour opérateur du groupe CEMAR Agency Network, basé à Gênes, propose une très large gamme de services au sol et d'itinéraires touristiques vers les principales lignes de croisière opérant dans les grands et petits ports italiens. Ses clients comprennent MSC Crociere, Costa Crociere, Royal Caribbean, Celebrity, Carnival Corporation, Princess Crociere, Club Med Croisieres, Windstar Cruises, Silversea, Seabourne, Star Clippers.
Antoine Zoppi	Directeur des opérations portuaires	Vships	V-Ships est une société opérant dans le domaine de la gestion de navires et fait partie de V.Group Holdings Limited, une société enregistrée à Monaco mais basée à Londres. Avec plus de 60 bureaux dans 30 pays différents, elle fournit depuis 1984 des services de gestion de navires et des services maritimes liés au secteur maritime mondial. Les principales activités marines de V.Group sont gérées par trois divisions opérationnelles: Ship Management, V.Ships Leisure e Crew Management. Les autres divisions comprennent la division Ship Supply Chain, la division Marine Services et la division Offshore. En décembre 2016, V.Group exploitait 60 bureaux internationaux, gérant des navires commerciaux, y compris des navires citerne, des pétroliers, des navires de croisière et des navires off-shore. Elle employait plus de 3000 personnes sur terre et plus de 44000 personnes dans des rôles maritimes et offshore. Aujourd'hui, V.Group représente l'une des plus grandes sociétés de gestion de navires au monde.
Federica Bellinghieri	Coordinateur de zone d'excursions à terre	Silversea Cruises	Depuis sa création, la société a choisi de se spécialiser dans les croisières de luxe et elle a obtenu d'excellents résultats dans ce domaine et a remporté cinq prix, dont celui de « World Best Small Ship Cruise Line », la meilleure compagnie de croisières au monde dans sa catégorie. Elle propose plusieurs itinéraires dans différentes régions du monde avec ses 10 unités.
Letizia Paoletti	Blogger	Liveboat.it	Letizia Paoletti collabore avec Rosalba Scarrone, auteur de Liveboat.it, un blog prestigieux entièrement dédié au secteur des croisières. À travers le blog et ses canaux sociaux, où des articles



			et des vidéos en direct des principaux événements de la croisière sont publiés, Liveboat rejoint des milliers d'utilisateurs. Liveboat n'est pas seulement un site de croisières, où vous pouvez trouver les principales actualités ou communiqués de presse de toutes les lignes de croisières, c'est aussi un forum très populaire, où en direct sont publiés les navires, une chaîne Youtube avec 1454098 vues (https://www.youtube.com/user/liveboat1/feature d), une galerie de photos contenant des milliers de photographies (https://www.liveboat.it/gallery/) et une page Twitter diffusant le contenu à l'étranger (https://twitter.com/liveboatcruises)
Alessia Colle	Département des ventes	Dock&Discover	Fondée en 1998, la Dock&Discover, basée à Civitavecchia, fait partie du groupe CEMAR Agency Group, présente dans les principaux ports italiens avec ses bureaux. Elle exerce les activités d'agent portuaire et de courtier en douane, d'opérateur touristique et de tour opérateur et de société de gestion des destinations. Elle compte parmi ses clients des sociétés telles que le groupe Holland America Group (Hal, Princess Cruises & Seabourn Cruise line), Carnival Cruise Line, Wind Star Cruises, Club Med Croisieres, Mano Maritime, P&O, Carnival UK
Antonella Di Bernardo			
Barbara Carabetti			

À l'occasion des différentes étapes dans les territoires de Livourne et Grosseto ont participé aux activités proposées également des représentants d'institutions et d'organisations publiques actives dans le secteur des croisières touristiques et qui croient fermement en la collaboration pour la définition de propositions expérientielles et d'attraits pour les touristes en visite dans les domaines de compétence de la chambre de commerce.

PRÉNOM ET NOM	RÔLE/DÉPARTEMENT	ORGANISME
Annalisa Ferri	Service de promotion et de communication	Autorité du système portuaire de la mer Tyrrhénienne du Nord (siège de Piombino)
Francesca Morucci	Service de promotion et de communication	Autorité du système portuaire de la mer Tyrrhénienne du Nord (Siège de Livourne)
Carlo Torlai	Administrateur Délégué	Tuscany Terminal Spa
Fabrizio Palombo	Directeur technique	PortArgentario
Eugenia Cerulli	Responsable marketing	PortArgentario
Francesca Ballini	Conseiller pour le tourisme et les activités commerciales, manifestations et événements (sportifs et non)	Municipalité de Monte Argentario



Note méthodologique

La phase d'évaluation et de validation de la visite éducative s'est déroulée par le biais de la planification et de la gestion d'une enquête réalisée à la fois au moyen d'outils « de bureau » (questionnaire et journal de bord - voir pièces jointes) et « sur le terrain » (groupes de discussion).

Le questionnaire et le journal de bord ont été préparés sur la base des « Lignes directrices pour la promotion des itinéraires d'écotourisme » du projet ItinERA et ont été remis aux participants invités à la visite éducative, après une illustration de ceux-ci et une contextualisation par rapport au but de l'enquête.

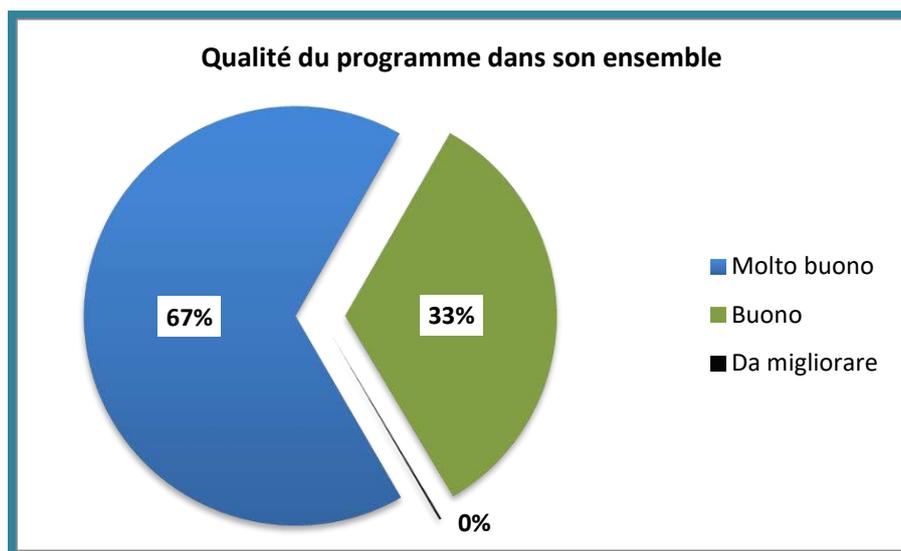
En ce qui concerne les questions qui ont fourni une réponse numérique, donc pour la partie « quantitative », l'analyse des questionnaires a été réalisée comme la somme des résultats de chaque répondant, sur laquelle une moyenne simple a ensuite été calculée. Cela s'est produit à la fois pour les questions générales et pour les questions qui impliquaient des évaluations lors d'une seule visite éducative.

Pour les réponses de nature « qualitative », dans certains cas, des valeurs numériques ont été attribuées dont les résultats ont été traités comme ci-dessus ; dans d'autres cas, une liste ou une matrice a été créée (également utilisée pour l'analyse des commentaires et des réponses contenus dans le « journal ») dans le but de mettre en évidence les différents résultats et les plus indiqués.

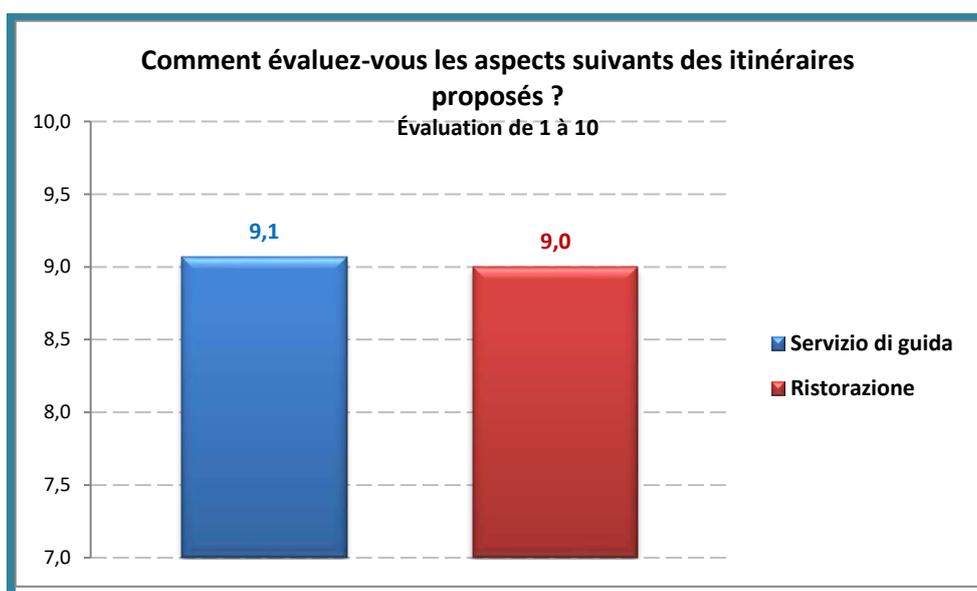


Les évaluations sommaires des tour-opérateurs

L'analyse des données montre tout d'abord une forte appréciation du programme proposé, démontrant que les excursions identifiées et les entreprises impliquées sont des excellences territoriales pouvant être proposées dans l'offre destinée au tourisme expérientiel, ce qui place au centre la personne et son bien-être relationnel.

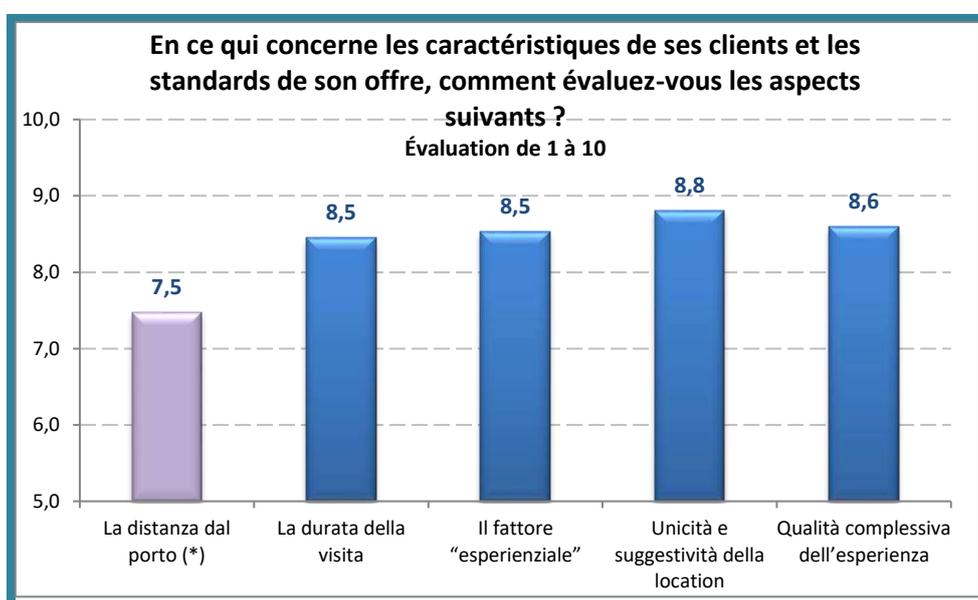


Une évaluation absolument positive est présentée pour le service de guide offert aux participants, qui ont été invités à exprimer un avis sur la compétence, le professionnalisme et la capacité d'implication des professionnels qui ont accompagné la délégation. L'objectif était de vérifier l'impact de l'approche narrative utilisée lors des excursions et la présence de personnages à « impact émotionnel » fort, en tant que valeur ajoutée pour fasciner le touriste et le faire participer au contexte dans lequel il se trouve. La narration apparaît clairement comme un facteur clé dans une proposition centrée sur une activité « expérientielle ».



De même, dans une perspective de tourisme expérientiel éco-durable, l'amélioration du territoire, de ses produits et de ses traditions gastronomiques et viticoles. Dans cette perspective, le jugement sur la restauration, compris comme un canal et un outil fondamental pour mettre en valeur la culture gastronomique et viticole locale, a été pleinement positif, témoignant de la reconnaissance pour l'attention et le soin des entreprises envers un territoire riche en ressources, également pauvres et « sauvages », et leur capacité à savoir comment valoriser ces produits, contribuant ainsi à la réalisation d'une expérience certainement typique et respectueuse du patrimoine immatériel local.

Afin de vérifier le potentiel de marché des excursions proposées lors de la visite éducative, par rapport au panel d'offres touristiques adressé au secteur des croisières, une évaluation a été demandée portant sur cinq éléments : la distance du port ; la durée de la visite ; le facteur expérientiel ; le caractère unique et suggestif du lieu ; la qualité globale de l'expérience.



(*) Avis exprimé sur la base du port d'exploitation de l'évaluateur (Livourne, Porto S. Stefano, Civitavecchia).

Par rapport aux caractéristiques de leurs clients et aux standards de leur offre touristique, les opérateurs ont évalué de manière positive les excursions proposées, notamment pour le caractère unique et suggestif des lieux visités et l'expérience des activités. Ces deux aspects répondent parfaitement aux besoins des clients cibles des tour-opérateurs et des compagnies de transport présentes, qui recherchent des expériences émotionnelles et originales en dehors des itinéraires les plus classiques du tourisme de croisière. La durée des visites proposées a également été jugée positive, car elle reflète la tendance actuelle du secteur des croisières, à savoir la volonté des passagers de participer à des excursions d'une demi-journée, ce qui permet de se mettre en contact avec le territoire qui les accueille, sans toutefois renoncer à bénéficier des services offerts par le navire de croisière (divertissement, soins de spa, shopping, etc.). À déterminer le respect de cette « exigence à temps partiel » des passagers de croisière contribue, bien sûr, la distance du port de mouillage. Selon les opérateurs, les touristes, lorsqu'ils expriment leur volonté de prendre part à des excursions à terre ne les engageant pas plus d'une demi-journée, incluent également dans cette Plus précisément, les croisiéristes n'ont pas l'intention de faire un voyage en voiture ou en bus de plus de deux heures pour atteindre leur destination et revenir à bord (aller-retour) ; Il est donc essentiel d'identifier les lieux facilement accessibles dans ces délais. En ce sens, le jugement des participants à la

visite éducative, bien que positif, est inférieur aux autres éléments pris en compte, car les évaluateurs ont exprimé le vote en fonction de leur port d'exploitation, qui ne correspond pas nécessairement au port géographiquement le plus proche de la destination lieu de l'excursion (voir la Rocca di San Silvestro qui se trouve à environ 30 minutes du port de Piombino, mais aucun participant présent à la formation n'est présent sur ce port ; les ports de Livourne et de Santo Stefano sont donc pris en compte dans le questionnaire).

Vous trouverez ci-joint les fiches de données détaillées relatives aux évaluations effectuées par les opérateurs pour chaque site visité et aux expériences individuelles réalisées.



L'objectif de validation sur le territoire

Dans une logique de complémentarité, à la fois en ce qui concerne l'échantillon intercepté et l'objectif de l'enquête, une réunion avec les parties prenantes du territoire a été organisée à Piombino le 15 avril 2019 au siège du port de l'autorité de la mer Tyrrhénienne septentrionale, c'est-à-dire des entreprises et des institutions qui, à des degrés divers et avec un rôle différent, ont contribué à la définition des excursions entreprises. L'objectif de cette réunion, le partage et l'analyse des évaluations et des observations exprimées par les opérateurs invités, afin de saisir les idées pour une « valorisation » de l'offre touristique éco-durable du territoire, qui s'adresse tout d'abord au segment des navires de croisière moyen - petit.

Luca Bilotti, responsable du projet ItinERA pour la Chambre de commerce, a ouvert la réunion en résumant les objectifs, les activités et les objectifs du projet, en soulignant en particulier le lien entre les aspects suivants : objectif de référence (ligne de croisière de niche), propositions d'offre écotourisme et directives.

La pertinence du lien entre ces aspects a trouvé une correspondance à la fois dans la composition de la délégation ayant participé à la formation (tour opérateur, compagnies de croisières, sociétés de gestion de navires, agents portuaires) et chez les parties prenantes du territoire concerné. Le développement d'une offre touristique telle que celle vécue dans le projet doit en effet avoir comme élément central la pleine implication de toutes les composantes possibles de la chaîne d'approvisionnement, ainsi que la chaîne de valeur du produit touristique souhaité. À cet égard, les personnes présentes ont souligné l'appréciation de la capacité de mise en réseau du projet qui, bien que impliquant des sujets déjà actifs dans le secteur (Porto Argentario, Autorité portuaire, Parcs Val di Cornia), a été en mesure de proposer une nouvelle approche et une nouvelle vision partielle des politiques d'intervention destinées au secteur des croisières.

Grâce à l'action de scouting et de mise en réseau, la Chambre de commerce a réussi, avec le rapprochement de la logique expérimentale du projet, à impliquer les acteurs institutionnels et entrepreneuriaux distinctifs du territoire et représentative de l'approche touristique expérimentale recherchée, où les excursions se caractérisent par leur unicité, leur authenticité, leur divertissement et leur implication (paramètres définis par les directives du projet ItinERA).

La présentation de la version préliminaire de la vidéo la formation résumait les concepts exprimés au début par Luca Bilotti, qui avait ensuite transmis le message à son collègue Federico Doretti, du Centre d'études et de services. La structure méthodologique et les outils utilisés pour l'enquête ont été illustrés, soulignant l'objectif d'élargir la « photographie » présentée, en fusionnant une collecte et une analyse de données mesurées de manière objective (questionnaire) avec des impressions et des réponses ouvertes (journal de bord). La logique consistait à calibrer les instruments en se basant également sur l'objet principal de la mesure: les expériences vécues et les sensations éprouvées.

La présentation de résumés et de résultats détaillés concernant les lieux/expériences individuels a permis d'alimenter le débat entre les participants, en soulignant les aspects partagés et non partagés, les suggestions utiles à recueillir, les évaluations devant être contextualisées de manière appropriée. Parmi les différents aspects discutés, l'attention a été principalement concentrée sur certains éléments jugés les plus critiques :



- **l'accessibilité** - cet aspect, à des degrés divers et bien que « promu » dans l'ensemble, a été considéré comme étant celui qui devait être encore renforcé. Certaines des réflexions sur le sujet sont rapportées :
 - l'attention extrême des opérateurs du secteur des croisières sur l'accessibilité aux sites est dictée, tout d'abord, par l'incidence des polices d'assurance pour les lignes de croisières, qui ont donc tout intérêt à assurer la sécurité de leurs passagers pour se protéger ;
 - les observations sur l'accessibilité sont conditionnées par le public cible des participants à la visite éducative, comme dans le cas des navires de petite et moyenne taille, où les touristes âgés ou qui, quel que soit leur âge, par intérêt et la culture personnelle n'aiment pas particulièrement les activités où un certain niveau d'engagement physique est requis.
 - la nationalité, et donc la « culture » de l'expérience de croisière, peuvent également avoir une incidence sur l'évaluation de l'accessibilité. Les Espagnols, par exemple, sont plus intéressés par les excursions « plus aventureuses », comme par exemple la visite de la Rocca di San Silvestro, tandis que les Anglais préfèrent les expériences moins animées, comme une promenade à la découverte de la ville de Piombino. Le secteur a déjà résolu de manière substantielle le problème, grâce à une spécialisation en termes d'objectifs ; cette tendance permet évidemment aux opérateurs du territoire de personnaliser et de diversifier les propositions en fonction du type de tourisme et, par conséquent, de limiter les problèmes liés à l'accessibilité. Un autre élément en faveur de la résolution de cette criticité potentielle est représenté par les temps de planification/réservation des escales de croisière, qui vous permettent d'agir avec tranquillité : actuellement, les collaborations 2021 sont en cours de définition, vous disposez donc de tout le temps nécessaire s'adapter aux demandes de ce segment et du superyachting, autre secteur maritime qui pourrait avoir des effets positifs sur le territoire et qui intéresse particulièrement les propositions de tourisme expérientiel.
- **l'approche narrative** - l'importance d'une approche narrative à fort impact émotionnel est soulignée, quel que soit le type d'expérience, qu'elle soit culturelle, historique, environnementale ou gastronomique. La suggestion faite par les participants de la visite éducative de tirer le meilleur parti de la dégustation, du déjeuner ou du dîner est emblématique, avec une figure passionnée, experte et engageante qui peut illustrer pour les touristes non seulement la qualité du produit, mais aussi et surtout sa tradition et son histoire. Un exemple est l'approche adoptée par la cave Rocca di Frassinello, où le personnel accompagne ses clients tout au long du voyage, y compris la dégustation des produits, des anecdotes et des traditions permettant aux touristes de se sentir partie intégrante du contexte. Mais étant donné l'importance de cet aspect, lors de l'évaluation d'une offre expérientielle, une attention particulière doit être accordée au facteur « interprète/traduction » qui pourrait avoir un impact négatif sur les touristes étrangers. Le débat des présents concerne le risque de perdre cet aspect fondamental du tourisme expérimental, lorsque des interprètes sont utilisés, en tant qu'intermédiaires de la narration. Deux solutions possibles sont suggérées pour éviter ce risque : la fidélité des services d'interprétation capables de transmettre aux touristes la même passion et le même professionnalisme du personnel ; la qualification linguistique du personnel de l'entreprise, afin qu'elle puisse procéder directement pour accompagner les touristes étrangers pendant l'excursion.

Enfin, les participants ont partagé la question selon laquelle l'identification de certains points critiques par les opérateurs du secteur, dans une évaluation globale clairement positive, devrait être considérée comme



une preuve du fait que les participants à la visite éducative ont compris l'excellence des excursions proposées et, justement parce qu'ils considèrent que ces expériences sont dignes de leur segment de marché, ils ont invité la région de Grosseto et de Livourne à apporter des améliorations.

Le groupe de discussion territorial a réuni :

PRÉNOM ET NOM	RÔLE/DÉPARTEMENT	ORGANISATION/ENTREPRISE
Annalisa Ferri	Service de promotion et de communication	Autorité du système portuaire de la mer Tyrrhénienne du Nord (siège de Piombino)
Massimiliano Barbera	Service de promotion et de communication	Autorité du système portuaire de la mer Tyrrhénienne du Nord (siège de Piombino)
Matteo Valori	Président	Commission de tourisme de la Chambre de commerce de la Maremma et la mer Tyrrhénienne
Fabrizio Palombo	Directeur technique	PortArgentario
Eugenia Cerulli	Responsable marketing	PortArgentario
Giulio Carli	Accueil client et vente directe	Cave Rocca di Frassinello
Carla Casalini	Responsable marketing	Parcs du Val di Cornia
Sergio Andreucci	Conseiller	Chambre de commerce de la Maremma et de la mer Tyrrhénienne
Luca Bilotti	Service de promotion et de développement économique	Chambre de commerce de la Maremma et de la mer Tyrrhénienne
Mauro Schiano	Statistiques	Chambre de commerce de la Maremma et de la mer Tyrrhénienne
Federico Doretti	Statistiques	Centre d'études et de services - Agence spéciale de la Chambre de commerce de la Maremma et la mer Tyrrhénienne
Selene Bottosso	Planification européenne	Fondation de la Chambre de commerce pour l'entreprise, la recherche et l'innovation



CAMERA DI COMMERCIO
MAREMMA E TIRRENO



Interreg 
MARITTIMO-IT FR-MARITIME



ItinERA

ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES

PIÈCES JOINTES



Programme

EDUCATIONAL TOUR

De Livourne à PortArgentario et retour

18-20 MARS 2019

LUNDI 18 MARS

09h00 Rendez-vous à Livourne et transfert à Rocca San Silvestro (1 heure et 15 minutes). Visite du parc de la mine archéologique et expérience de l'archéologie expérimentale. Si le temps le permet, une dégustation sera proposée avec courges cuites au four dans un four médiéval, vin, charcuterie et fromages locaux. Alternativement, il y a une pause déjeuner au restaurant Ristorante del Parco

15h00 Transfert à Rocca di Frassinello (environ 1 heure) et installation dans les chambres

17h30 Brève présentation du projet ItinERA ; suivie d'une visite de la cave conçue par Renzo Piano et du Centre de documentation étrusque, avec une dégustation de vin étrusque

19h30 Dîner et nuit

MARDI 19 MARS

09:00 Transfert à Orbetello (environ 56 minutes)

10h00 Promenade en bateau avec les pêcheurs d'Orbetello, à la découverte du lagon et des secrets d'un commerce ancien (si le temps le permet) ; alternativement, visite des installations de production des Presidia Slow Food Laguna

13h00 Déjeuner au centre de dégustation

15h00 Transfert à Porto S. Stefano et visite de la forteresse espagnole et de ses expositions permanentes « Memorie Sommerse » et « Maestri d'Ascia » ; transfert à Porto Ercole et visite à Forte Stella

17h00 Transfert au domaine de La Parrina et installation dans les chambres

18h30 Cours de cuisine

20h00 Apéritif-dégustation (vins et fromages) suivi d'un dîner et un nuit



MERCREDI 20 MARS

08h30 Transfert à Livourne (environ 2h et 10 min.)

10h45 Visite des tranchées de la Renaissance en bateau et promenade le long de la Via della Madonna, symbole de la nature multiculturelle de la ville

12h30 Balade et déjeuner/dégustation au suggestif marché couvert



CAMERA DI COMMERCIO
MAREMMA E TIRRENO



Interreg



MARITTIMO-IT FR-MARITIME

ItinERA



ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES

Brochures

EDUCATIONAL TOUR

De Livourne à Porto Argentario et retour

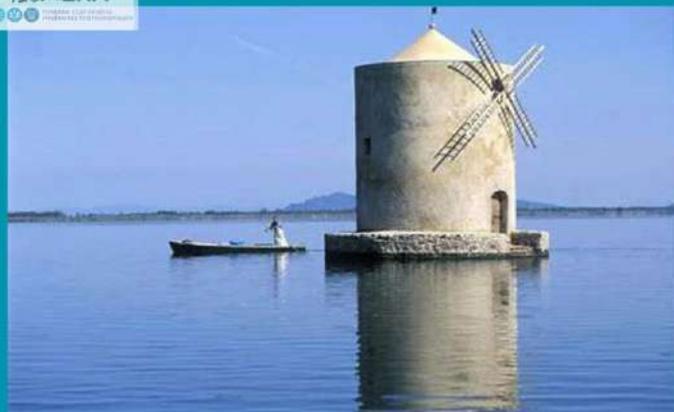
18-20 MARS 2019

Le programme de la visite éducative a été mis au point dans le but d'illustrer et de laisser les opérateurs invités expérimenter des « pilules itinéraire » liées aux différents domaines thématiques identifiés sur le territoire de la Chambre de commerce de la Maremma et du Tyrrhénien ; ce qui suit est une brève description résumée des étapes prévues dans le programme d'éducation.

ItinERA



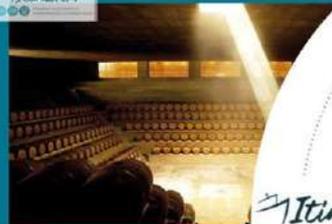
ItinERA



ItinERA



ItinERA



ItinERA



ItinERA

Vie / Vie - Agri - Maremma / Alpes - Marittime
Corsica / Corse - Liguria / Liguria
Toscana / Toscane - Sardegna / Sardaigne

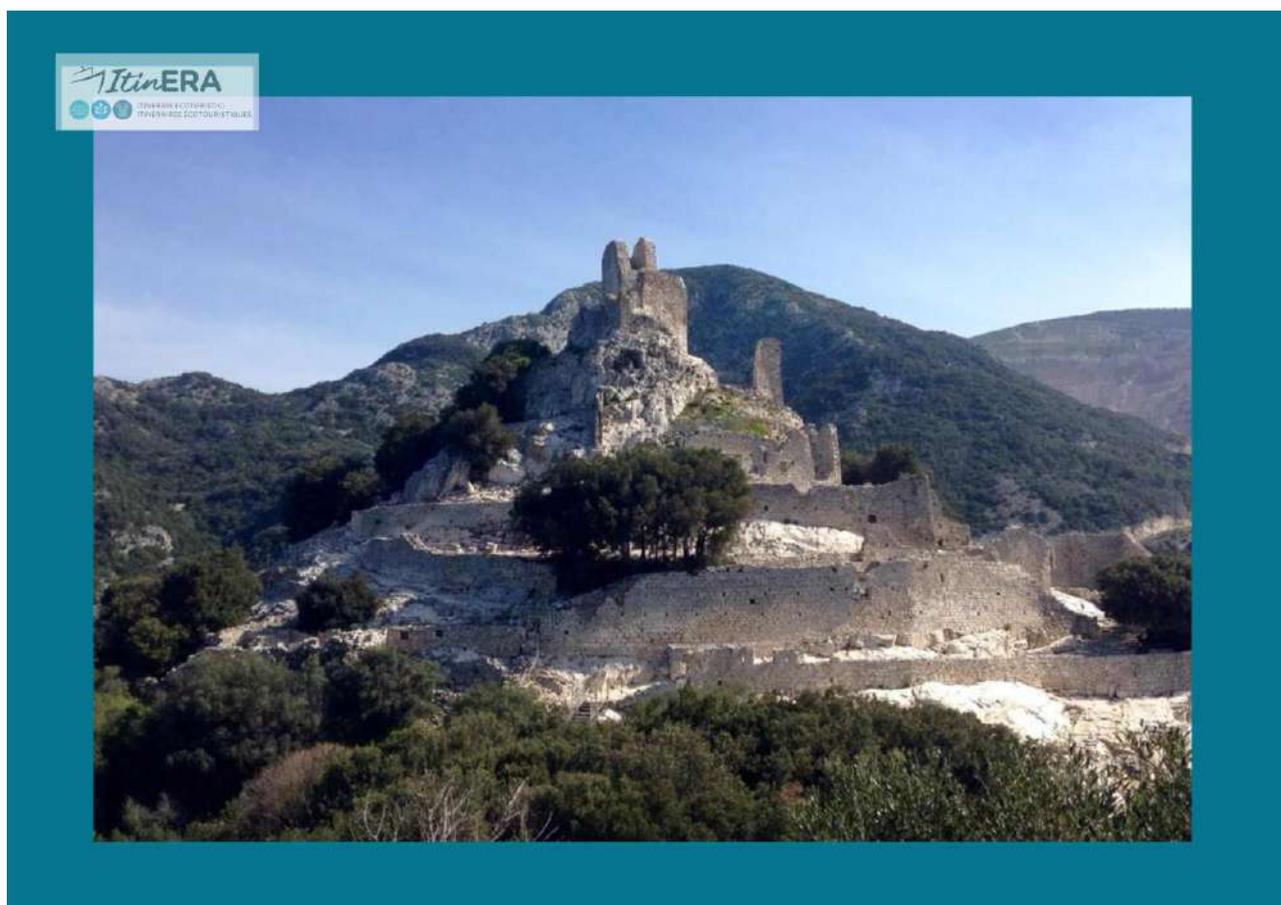




JOUR 1

ROCCA DI SAN SILVESTRO

« *La voie de fer entre l'archéologie et la nature* » (itinéraire thématique - Culture)



RÉGION ET ATTRACTIONS DE L'EXCURSION

L'excursion a lieu sur le territoire du parc minier archéologique de Rocca di San Silvestro, situé derrière Campiglia Marittima et le promontoire de Piombino.

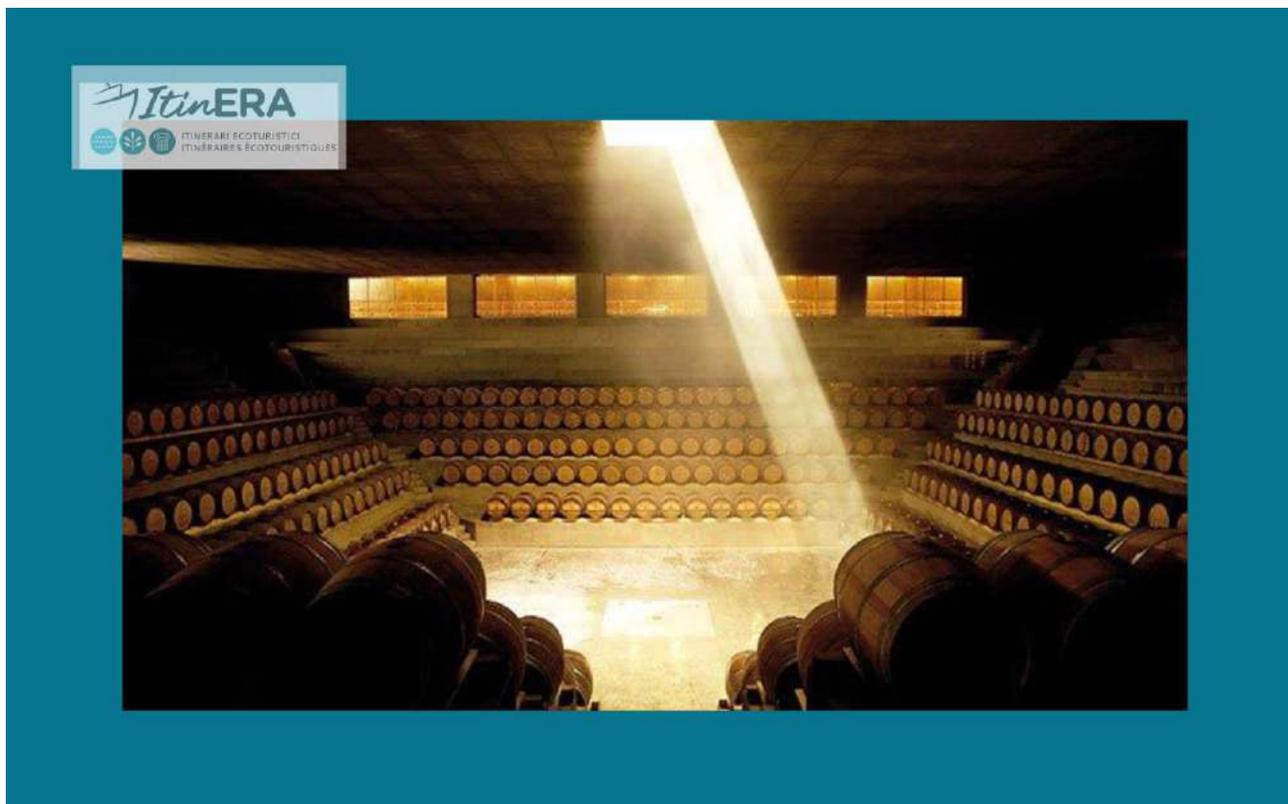
Les itinéraires de visite sillonnent de musées, de galeries minières, d'un village médiéval de mineurs et de fondateurs fondé il y a environ mille ans, ainsi que de sentiers d'intérêt historique, archéologique, géologique et naturaliste, accompagnant le visiteur à la découverte des techniques de recherche l'exploitation minière des minéraux et la beauté et le charme du monde souterrain.

De l'entrée du parc de la mine archéologique, avec une promenade d'environ une demi-heure, vous arrivez à la forteresse médiévale de San Silvestro, avec une visite du château entièrement fouillé et un véritable chantier médiéval, reconstruit grâce à l'archéologie expérimentale, où les personnes intéressées pourront découvrir les activités et les gestes de la vie quotidienne du début du Moyen Âge, allant de la quadrature des pierres au tir à l'arc, de la cuisson du pain à la préparation des mortiers.



CAVE « ROCCA DI FRASSINELLO »

« Le nectar des dieux, des mystères de la civilisation étrusque à l'architecture des caves à vin de l'auteur"» (Itinéraire thématique - Culture et gastronomie)



RÉGION ET ATTRACTIONS DE L'EXCURSION

L'excursion se déroule sur les premières pentes des collines métallifères de Grosseto, dans un cadre naturel caractérisé par des collines vallonnées avec un maquis méditerranéen, des oliveraies et des vignes. L'expérience s'articule autour de la visite de la très moderne Cave de Rocca di Frassinello, conçue par Renzo Piano et insérée par AD Architectural Digest parmi les 14 plus beaux vignobles du monde.

Rocca di Frassinello fait partie de Wine Architecture, un circuit de caves d'auteur et de design, signées par les grands maîtres de l'architecture contemporaine (tels que Mario Botta, Renzo Piano et Tobia Scarpa) ; de véritables temples du vin, parfaitement intégrés au paysage environnant, auxquels sont associées des technologies de pointe en matière de construction et de production, ainsi que des établissements vinicoles hébergeant des installations artistiques et ayant développé des relations intéressantes avec l'art moderne, créant ainsi un système culturel et productif vital et innovant.

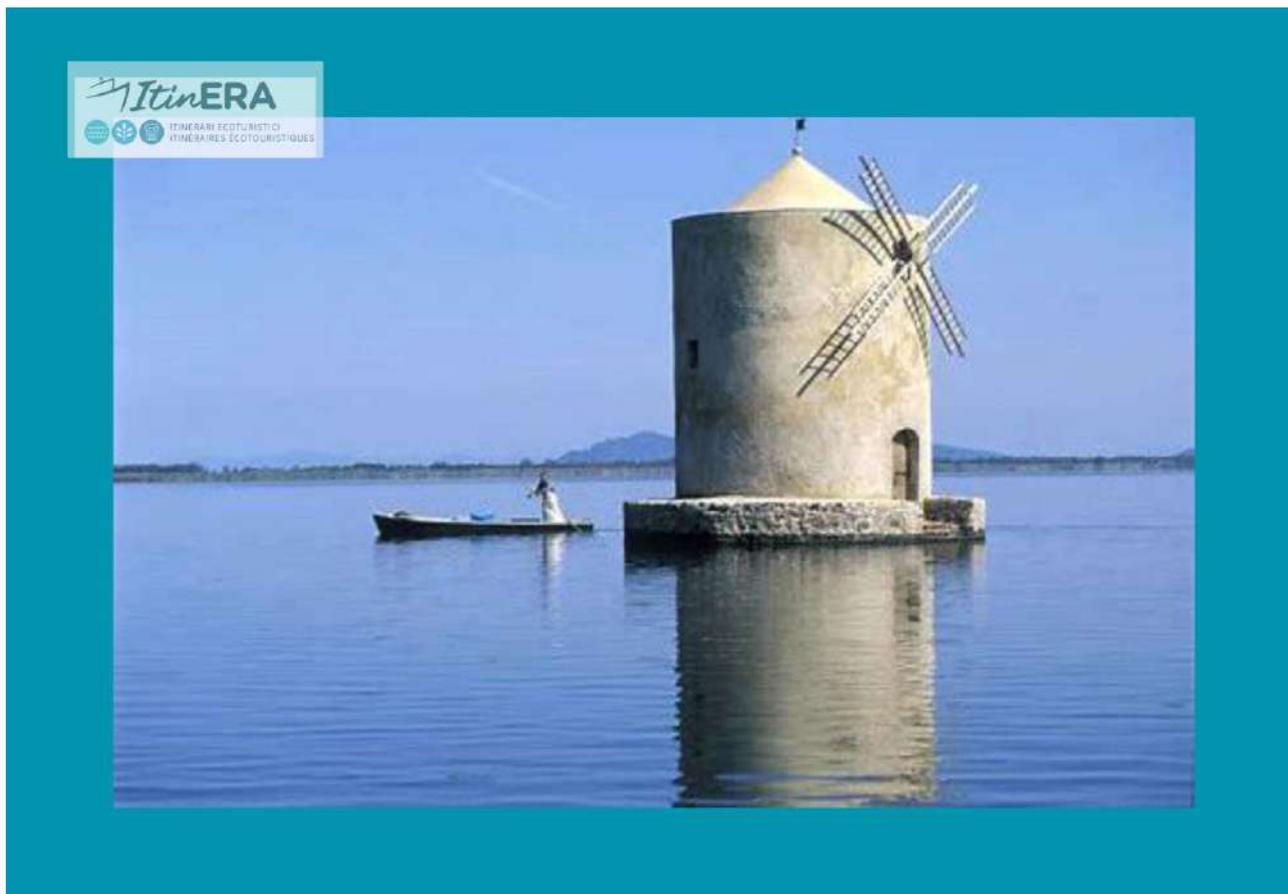
Le visiteur pourra faire un voyage « long de 3000 ans » en suivant le fil conducteur du nectar des dieux ; à partir de la visite du musée privé « Centre de documentation étrusque », où il sera possible de faire une dégustation de vin au restaurant « Étrusque », vous pourrez visiter la cave pour terminer avec un dîner suggestif dans la salle des tonneaux.



JOUR 2

LA LAGUNE D'ORBETELLO ET LES FORTIFICATIONS DU PROMONTOR

« *Entre terre et mer: la lagune d'Orbetello* » (Itinéraire thématique -
Environnement, culture et gastronomie)



RÉGION ET ATTRACTIONS DE L'EXCURSION

L'excursion a lieu dans la région d'Orbetello, à quelques kilomètres du port de Porto Santo Stefano, dans une zone bordée par trois langues de sable élancées qui relient le promontoire de l'Argentario au continent. enfermer le refuge avifaunal de l'oasis WWF à Orbetello

Accompagnés de pêcheurs locaux, gardiens du lagon et héritiers d'une longue tradition de l'art de la pêche et de la transformation du poisson, les visiteurs se rendront en bateau à la découverte du délicat écosystème du lagon. Un voyage à travers la faune et les paysages de la zone protégée, admirablement mêlé à l'histoire des anciens secrets du métier de pêcheur, transmise de génération en génération.

La dernière étape de l'expérience est une halte au centre de dégustation de la coopérative de pêcheurs d'Orbetello, où le visiteur peut goûter et acheter les meilleurs produits du lagon, dont la qualité et la durabilité sont certifiées par la marque *Slow Food*.

La connaissance de l'histoire du territoire, où mer et terre se confondent admirablement, se poursuit par une visite à la forteresse espagnole, avec ses expositions permanentes « *Memorie Sommersa* » et « *Maestri d'Ascia* », et à Forte Stella, un bel exemple de Architecture militaire espagnole du milieu des années 500.



ANTICA FATTORIA LA PARRINA

« Au cœur de la Maremma : un voyage à travers la nature et les traditions gastronomiques et viticoles » (itinéraire thématique - Mets et vins)



RÉGION ET ATTRACTIONS DE L'EXCURSION

Restant dans les scénarios uniques de l'Argentario, nous continuons vers l'Antica Fattoria La Parrina, l'une des fermes les plus anciennes et les plus fascinantes de la région, où les visiteurs peuvent découvrir le cœur le plus authentique de la région, sur un chemin allant de nature en nature, traditions et excellence à découvrir.

Après s'être perdus dans une vue à couper le souffle sur les vignobles qui descendent doucement la mer, ce qui montre l'île de Giglio à l'horizon, les visiteurs participeront à un cours de cuisine sous l'œil vigilant du chef du domaine et auront l'occasion de faire connaissance et apprendre à cuisiner les recettes traditionnelles de la Maremma.

À la fin, il sera possible de consacrer du temps à un moment de rafraîchissement pour goûter les plats préparés avec les ingrédients produits à la ferme et combinés avec les vins du domaine.

JOUR 3

LIVOURNE

« *Livourne, la ville, sa mer* » (itinéraire thématique - Mixte)



RÉGION ET ATTRACTIONS DE L'EXCURSION

La visite a lieu à Livourne, qui est devenue une ville en 1606 par la volonté des Médicis, inextricablement liée à la mer qui fait partie intégrante de son histoire. Son port, le patrimoine artistique de ses églises, son architecture Liberty, ses villas raffinées où ils sont nés et où des personnes comme Amedeo Modigliani, Pietro Mascagni, Giovanni Fattori, Francesco Domenico Guerrazzi l'ont rendu fascinant et unique.

La visite commence par le Tour des Fossi en bateau, excursion insolite dans la vieille ville qui retrace les anciens lieux de travail portuaire et maritime et conduit le visiteur à découvrir l'identité la plus intime de cette ville balnéaire. Une découverte qui se poursuit même après être descendu du bateau avec la visite d'une des anciennes caves de pêcheurs qui s'ouvrent sur l'eau le long des canaux. De là, nous poursuivons par une promenade sur la Via della Madonna, une route qui, en raison de la présence de trois églises nationales, constitue un unicum européen historico-religieux, symbole du cosmopolitisme qui caractérise la ville de Livourne depuis plus de trois siècles. La visite se termine par une pause bien méritée au marché couvert, lieu suggestif et coloré dans lequel découvrir et goûter les produits typiques de la gastronomie de Livourne.



Eductour 2.0

EDUCATIONAL TOUR

De Livourne à Porto Argentario et retour

18-20 MARS 2019

Si vous souhaitez partager les expériences que vous vivez au cours de ce voyage à la découverte de la région de Livourne et de la Maremma, le projet ItinERA met à votre disposition un « paquet social » : page Facebook et profil Instagram. Ci-dessous, nous présentons les tags et les hashtags que vous pouvez utiliser pour diffuser votre vision personnelle de la visite éducative sur les réseaux sociaux.

FACEBOOK

@CameracommercioMaremmaTirreno

@MaremmaTirreno

@Itinera.EU

@interreg.maritime

#ItinERA #Interreg #UE #ecotourism #educationaltour #cameracommercio #maremmaetirreno

INSTAGRAM

@cameramaremmaetirreno

#ItinERA #Interreg #UE #ecotourism #educationaltour #cameracommercio #maremmaetirreno

TWITTER

@CciaaMarTir

@ItinERA_EU

@pc_maritime

#ItinERA #cameracommercio



Questionnaire de satisfaction

Educational Tour

De Livourne à PortArgentario et retour

18-20 mars 2019

La Chambre de commerce de la Maremma et la mer Tyrrhénienne vous invite à prendre quelques minutes pour répondre à cette enquête. Votre avis est important !

Sujet interviewé : _____

Fonction : _____

Société : _____

Contact : _____

Qualité du programme dans son ensemble

Très bien

Bien

À améliorer

Toutes les suggestions et commentaires

**Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés
(exprimer un jugement sur l'échelle de 1 min à 10 max)**

Le service de guide, en ce qui concerne la compétence, le professionnalisme et la capacité d'impliquer des professionnels

Rocca di San Silvestro _____/10

Cave Rocca di Frassinello _____/10

Lagune d'Orbetello _____/10

Fortifications du promontoire _____/10

Les fossés de la Renaissance _____/10

Le restaurant, en ce qui concerne la possibilité de valoriser les produits typiques et les traditions locales :

Rocca di San Silvestro _____/10

Cave Rocca di Frassinello _____/10



Centre de dégustation Laguna di Orbetello ____/10

Antica Fattoria La Parrina ____/10

Alle Vettovaglie (Marché de Livourne) ____/10

Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés par rapport aux caractéristiques de vos clients et aux standards de votre offre ?

Visite à la Rocca di San Silvestro et expérience de l'archéologie expérimentale

La distance du port : ____/10 La durée de la visite : ____/10 Le facteur « expérientiel » : ____/10

Caractère unique et suggestif du lieu : ____/10 Qualité globale de l'expérience : ____/10

Visite et dégustation à la cave Rocca di Frassinello

La distance du port : ____/10 La durée de la visite : ____/10 Le facteur « expérientiel » : ____/10

Caractère unique et suggestif du lieu : ____/10 Qualité globale de l'expérience : ____/10

Visite de la Lagune de Orbetello

La distance du port : ____/10 La durée de la visite : ____/10 Le facteur « expérientiel » : ____/10

Caractère unique et suggestif du lieu : ____/10 Qualité globale de l'expérience : ____/10

Visite des fortifications du promontoire

La distance du port : ____/10 La durée de la visite : ____/10 Le facteur « expérientiel » : ____/10

Caractère unique et suggestif du lieu : ____/10 Qualité globale de l'expérience : ____/10

Cours de cuisine et dégustation à l'Antica Fattoria La Parrina

La distance du port : ____/10 La durée de la visite : ____/10 Le facteur « expérientiel » : ____/10

Caractère unique et suggestif du lieu : ____/10 Qualité globale de l'expérience : ____/10

Tour des fossés de la Renaissance

La distance du port : ____/10 La durée de la visite : ____/10 Le facteur « expérientiel » : ____/10

Caractère unique et suggestif du lieu : ____/10 Qualité globale de l'expérience : ____/10

Visite et dégustation au marché couvert de Livourne

La distance du port : ____/10 La durée de la visite : ____/10 Le facteur « expérientiel » : ____/10

Caractère unique et suggestif du lieu : ____/10 Qualité globale de l'expérience : ____/10



Laquelle des excursions ItinERA pourriez-vous inclure dans votre offre et pourquoi ?

Laquelle des excursions ItinERA n'inclurait pas votre offre et pourquoi ?

Si vous deviez commencer avec une seule image de ce séjour, quelle serait-elle ?

***La Chambre de commerce de la Maremma et la mer Tyrrhénienne vous remercie de votre coopération
et vous souhaite un bon retour !***



CAMERA DI COMMERCIO
MAREMMA E TIRRENO



Interreg
UNIONE EUROPEA
MARITTIMO-IT FR-MARITIME



ItinERA
ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES

Journal de bord

EDUCATIONAL TOUR

De Livourne à Porto Argentario et retour

18-20 MARS 2019

Le programme de la visite éducative a été mis au point dans le but d'illustrer et de laisser les opérateurs invités expérimenter des « pilules itinéraire » liées aux différents domaines thématiques identifiés sur le territoire de la Chambre de commerce de la Maremma et du Tyrrhénien ; ci-dessous un journal de bord est proposé pour l'évaluation des expériences proposées dans la formation.

ItinERA
ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES



ItinERA
ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES



ItinERA
ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES



ItinERA
ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES



ItinERA
ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES





<p>Pour quelle clientèle cible pensez-vous que l'itinéraire pourrait être intéressant ? <i>(Pour : nationalité ; âge ; célibataire; couple ; groupe ; etc.)</i></p>	
<p>Cela peut-il être fait à tout moment de l'année ?</p>	
<p>Pensez-vous que l'itinéraire est facilement accessible aux différents types de clients ?</p>	
<p>L'approche narrative utilisée et l'implication de figures « d'impact émotionnel » constituent-ils une valeur ajoutée pour le parcours proposé ?</p>	
<p>Évaluez l'itinéraire en indiquant par ordre de priorité les paramètres suivants : authentique, engageant, unique, typique,</p>	



<p>Les aspects de durabilité environnementale introduits sont-ils clairement perceptibles ? Représentent-ils une valeur ajoutée pour la qualité de l'itinéraire proposé ?</p>	
<p>Quelles sont les forces/faiblesses ?</p>	
<p>Comment l'itinéraire pourrait-il être amélioré ?</p>	
<p>En supposant d'insérer l'itinéraire dans son offre touristique, pouvez-vous indiquer une gamme de valeur commerciale que vous considérez conforme à la dynamique actuelle du marché ?</p>	

Fiche d'évaluation pour l'excursion à la Rocca di San Silvestro

Educational Tour

De Livourne à PortArgentario et retour

Contenus méthodologiques et grandes lignes

Les jugements et évaluations fournis par les opérateurs ayant participé au parcours expérimental sont présentés sous forme graphique, sous forme de tableau et sous forme de commentaires. Les données et les informations rapportées ont été extrapolées à partir des questionnaires et des journaux de bord compilés par les opérateurs et, bien qu'à un degré « approximatif quantitatif » du point de vue de la valeur statistique, constituent un retour qualitatif important pour le processus d'évaluation et de validation de l'offre proposée.

La structure du questionnaire et du journal de bord, et donc le contenu des réponses, ont été développés en parfaite cohérence avec les objectifs du projet et les directives du projet ITINERA, les aspects étudiés sont donc ceux qui intéressent strictement le projet.

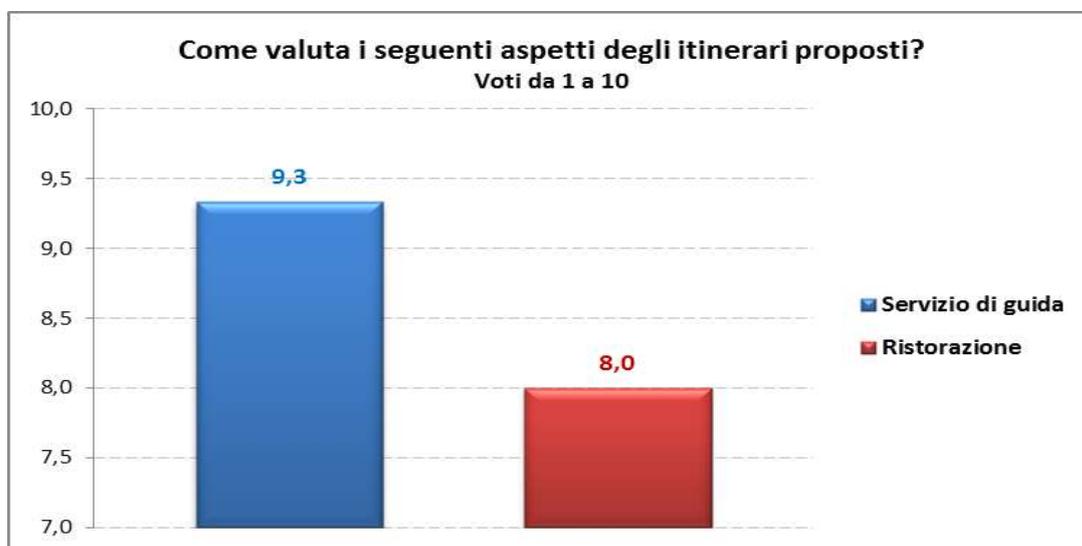
Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés (exprimer un jugement sur l'échelle de 1 min à 10 max) :

Le service de guide, en ce qui concerne la compétence, le professionnalisme et la capacité d'impliquer des professionnels

10/10
10/10
8/10
Moyenne 9,3/10

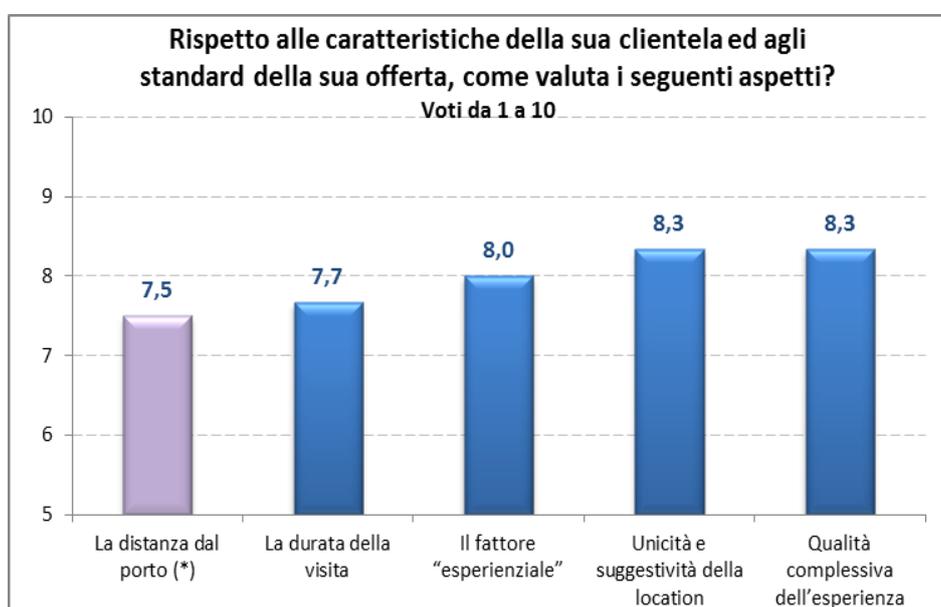
Le restaurant, en ce qui concerne la possibilité de valoriser les produits typiques et les traditions locales

7/10
10/10
7/10
Moyenne 8/10



Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés par rapport aux caractéristiques de vos clients et aux standards de votre offre ?

<u>La distance du port</u>	<u>La durée de la visite</u>	<u>Le facteur « expérientiel »</u>	<u>Caractère unique et suggestif du lieu</u>	<u>Qualité globale de l'expérience</u>
8/10	8/10	8/10	8/10	8/10
7/10	6/10	7/10	7/10	7/10
n.c./10	9/10	9/10	10/10	10/10
Moyenne 7,5/10	Moyenne 7,7/10	Moyenne 8/10	Moyenne 8,3/10	Moyenne 8,3/10



(*) Avis exprimé sur la base du port d'exploitation de l'évaluateur (Livourne, Porto S. Stefano, Civitavecchia).

Pour quelle clientèle cible pensez-vous que l'itinéraire pourrait être intéressant ?

Les participants estiment que l'excursion à la Rocca di San Silvestro peut convenir à des familles ou à de petits groupes de personnes, en particulier s'ils sont passionnés d'architecture et d'histoire. Cette activité pourrait également intéresser les touristes américains et les touristes âgés de 50 à 60 ans.

Cela peut-il être fait à tout moment de l'année ?

Les participants identifient le printemps et l'automne comme des moments idéaux pour cette excursion. Même pendant la saison estivale, cette activité pourrait être proposée, mais en évitant les mois de juillet et août, en raison des températures plutôt élevées et de l'effort physique qui oblige à marcher au soleil pour atteindre la Rocca. Naturellement, le fait de n'avoir bénéficié que d'une seule expérience, face aux nombreuses possibilités offertes par le parc minier archéologique, a conditionné le jugement aux potentialités du site, qui méritent donc d'être approfondies (visite de la mine, du train, etc.).

Pensez-vous que l'itinéraire est facilement accessible aux différents types de clients ?

Le parcours présente des problèmes pour les personnes handicapées/à mobilité réduite. Pour tous les autres types de cibles, il n'y a pas de problèmes. De même, de ce point de vue, le jugement exprimé ne doit être considéré comme partiel et relatif que pour l'excursion à la Rocca.

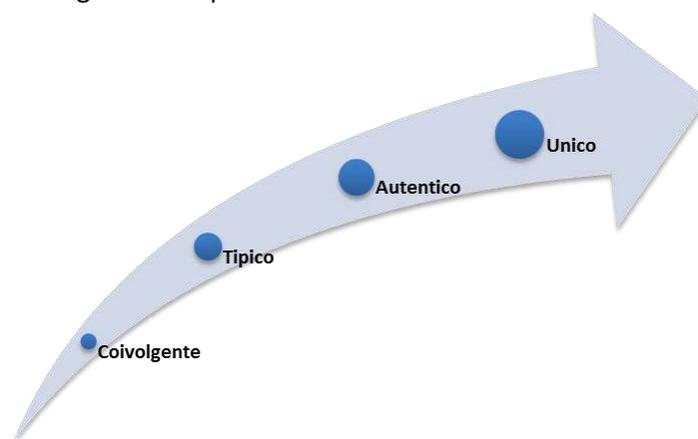
L'approche narrative utilisée et l'implication de figures « d'impact émotionnel » constituent-ils une valeur ajoutée pour le parcours proposé ?

Tous les participants se concentrent sur l'importance d'une personne ayant un impact émotionnel fort pendant l'excursion et se déclarent enthousiastes à propos de l'accompagnement proposé lors de la visite à la Rocca di San Silvestro.

Certains opérateurs ont suggéré de renforcer l'aspect narratif même dans la phase de dégustation des produits utilisés : l'illustration des plats présentés pourrait constituer un élément précieux, non seulement en termes de produits mais également de traditions culinaires et de liens avec le territoire d'appartenance. Un élément auquel il faut prêter une attention particulière, compte tenu précisément de la valeur du « facteur narratif », est le langage avec lequel on se rapporte aux invités. Dans le processus de "traduction", une partie du contenu et de la valeur émotionnelle de la narration pourraient être perdus ; par conséquent, il est conseillé, si les personnages narrés ne connaissent pas la langue du destinataire, de « conserver » un service de traduction qui puisse, avec le temps, acquérir les détails et la démarche utile pour maximiser l'effet narratif.

Évaluez l'itinéraire en indiquant par ordre de priorité les paramètres suivants : authentique, engageant, unique, typique.

Les participants, sur la base des paramètres indiqués dans les lignes directrices du projet ItinERA, estiment que la proposition d'excursion est avant tout unique, dans la mesure où les activités proposées peuvent être réalisées exclusivement dans ce contexte. En second lieu, l'authenticité de l'excursion est classée, c'est-à-dire la connexion profonde de l'expérience vécue avec le territoire, suivie de la typicité, comprise comme un ensemble de caractéristiques d'image, de traditions et de culture du territoire. Au pied du podium se trouve l'implication, destinée à permettre au touriste de faire l'expérience de première main, d'apprendre et de s'émouvoir grâce à l'expérience vécue.



Les aspects de durabilité environnementale introduits sont-ils clairement perceptibles ? Représentent-ils une valeur ajoutée pour la qualité de l'itinéraire proposé ?

Les participants affirment que les aspects éco-durables présents dans l'excursion représentent une valeur ajoutée et sont perceptibles, mais il est essentiel, en ce sens, de faire appel à un guide/accompagnateur pour les mettre en valeur.

Quelles sont les forces/faiblesses ?

En ce qui concerne les points forts, les participants soulignent l'environnement et l'histoire qui distinguent ce site archéologique, qui a été parfaitement préservé. En ce qui concerne les faiblesses, l'accessibilité à la Rocca fait l'unanimité. Un participant a également fait attention à la distance du port, si l'on considère Livourne, Porto Santo Stefano et Civitavecchia comme des ports opérationnels.

Comment l'itinéraire pourrait-il être amélioré ?

Les participants présentent quelques suggestions : organiser l'excursion à la Rocca di San Silvestro avec une autre activité ; améliorer la présentation des produits typiques et des installations sanitaires ; renforcer l'interaction entre le site archéologique et les activités « expérientielles » à proposer aux touristes.

En supposant d'insérer l'itinéraire dans son offre touristique, pouvez-vous indiquer une gamme de valeur commerciale que vous considérez conforme à la dynamique actuelle du marché ?

Les participants n'ont pas donné d'indications à ce sujet, car ils jugent que l'itinéraire ne peut pas être immédiatement inséré dans leur catalogue d'offres.

Souhaitez-vous inclure l'excursion dans l'offre touristique ? Pourquoi

En dépit du jugement de valeur très positif sur le caractère unique et l'authenticité du lieu visité, la Rocca di San Silvestro ne semble pas être une offre qui puisse être immédiatement placée dans les packages des opérateurs hébergés, car l'excursion ne répond pas aux besoins de leur cible de croisière, à la fois en termes d'intérêt (les clients du segment de luxe préfèrent d'autres types d'expérience) et d'accessibilité au site archéologique (de nombreux touristes à mobilité réduite). Le jugement, cependant, doit être considéré comme non définitif, car le récit des autres composantes de l'offre du parc montre un potentiel qui pourrait plutôt être exploité, également en combinaison avec d'autres opportunités sur le territoire, en particulier si le port de référence est Piombino.

Fiche d'évaluation pour l'excursion à la Rocca di San Frassinello

Educational Tour

De Livourne à PortArgentario et retour

Contenus méthodologiques et grandes lignes

Les jugements et évaluations fournis par les opérateurs ayant participé au parcours expérimental sont présentés sous forme graphique, sous forme de tableau et sous forme de commentaires. Les données et les informations rapportées ont été extrapolées à partir des questionnaires et des journaux de bord compilés par les opérateurs et, bien qu'à un degré « approximatif quantitatif » du point de vue de la valeur statistique, constituent un retour qualitatif important pour le processus d'évaluation et de validation de l'offre proposée.

La structure du questionnaire et du journal de bord, et donc le contenu des réponses, ont été développés en parfaite cohérence avec les objectifs du projet et les directives du projet ITINERA, les aspects étudiés sont donc ceux qui intéressent strictement le projet.

Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés (exprimer un jugement sur l'échelle de 1 min à 10 max) :

Le service de guide, en ce qui concerne la compétence, le professionnalisme et la capacité d'impliquer des professionnels

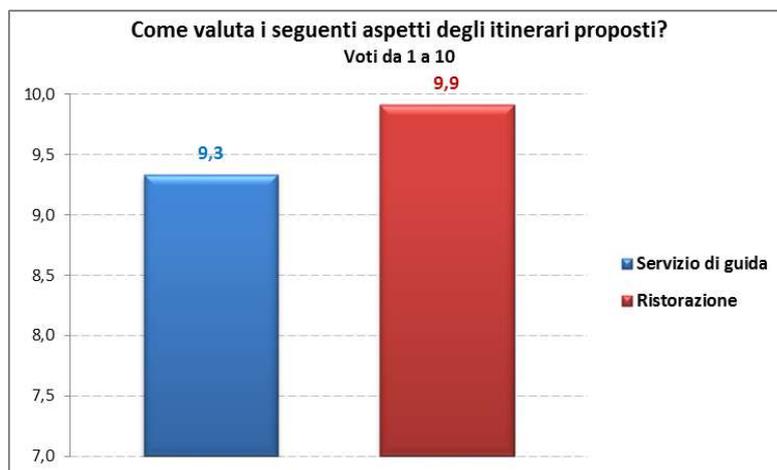
10/10
9/10
9/10
10/10
10/10
8/10

Moyenne 9,3/10

Le restaurant, en ce qui concerne la possibilité de valoriser les produits typiques et les traditions locales

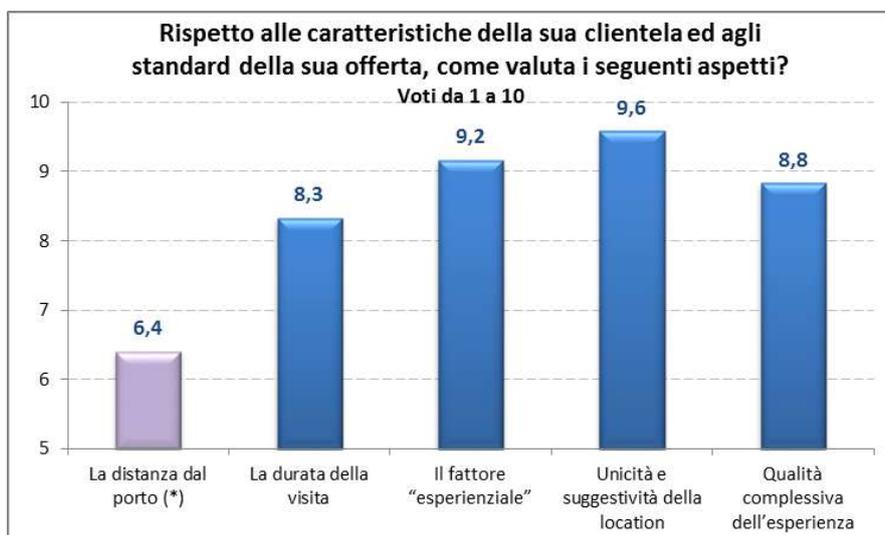
10/10
10/10
10/10
10/10
10/10
9,5/10

Moyenne 9,9/10



Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés par rapport aux caractéristiques de vos clients et aux standards de votre offre ?

<u>La distance du port</u>	<u>La durée de la visite</u>	<u>Le facteur « expérimentiel »</u>	<u>Caractère unique et suggestif du lieu</u>	<u>Qualité globale de l'expérience</u>
8/10	10/10	10/10	10/10	10/10
6/10	6/10	8/10	10/10	8/10
3/10	7/10	10/10	10/10	8/10
n.c./10	10/10	9/10	10/10	10/10
9/10	10/10	10/10	9/10	9/10
6/10	7/10	8/10	8,5/10	8/10
Moyenne 6,4/10	Moyenne 8,3/10	Moyenne 9,2/10	Moyenne 9,6/10	Moyenne 8,8/10



(*) Avis exprimé sur la base du port d'exploitation de l'évaluateur (Livourne, Porto S. Stefano, Civitavecchia).

Pour quelle clientèle cible pensez-vous que l'itinéraire pourrait être intéressant ?

Il ressort des évaluations des participants que la proposition peut concerner différentes cibles, car elle répond aux besoins de davantage de types de touristes et peut être indiquée aussi bien pour les touristes individuels que pour les petits et les grands groupes, compte tenu de la possibilité de personnaliser la visite.

L'offre de la cave Rocca di Frassinello est particulièrement adaptée aux touristes américains et aux Européens de moyenne/haute culture. Du point de vue du registre, les plus de 50 ans pourraient être davantage attirés par cette expérience, même si la fourchette 30/40 ne doit pas être sous-estimée, compte tenu du niveau de revenu présumé. Outre les amateurs de vin, cible naturellement adaptée, le lieu d'intégration offre l'opportunité de découvrir la nature et la culture liées à la culture du vin et était particulièrement intéressant. Sans doute une opportunité à développer avec soin.

Cela peut-il être fait à tout moment de l'année ?

Les participants estiment que la visite de la cave peut être organisée à tout moment. Évidemment, pendant la saison des récoltes, cela peut être encore plus attrayant, fascinant et intéressant.

Pensez-vous que l'itinéraire est facilement accessible aux différents types de clients ?

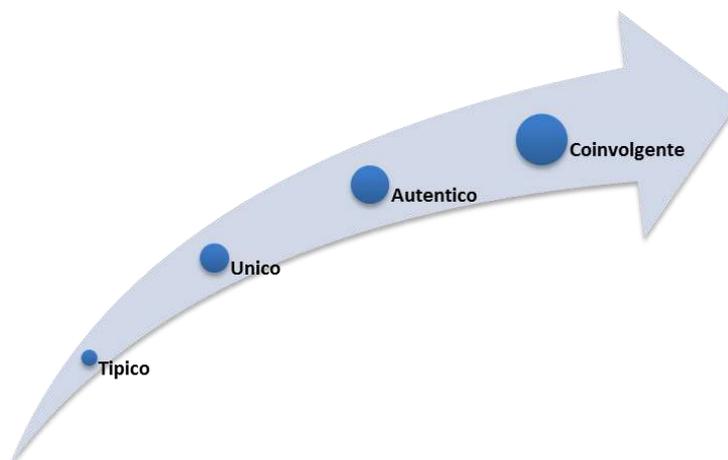
L'excursion dans son ensemble ne présente aucun point critique en termes d'accessibilité. Cependant, les participants suggèrent qu'une plus grande attention devrait être accordée à l'accès aux chambres et aux appartements. Dans cette partie de la structure, il n'y a pas d'installations pour les personnes à mobilité réduite/handicapées. Enfin, nous vous invitons à faire attention aux très basses branches le long de la route qui pourraient rendre difficile l'accès aux autocars de tourisme.

L'approche narrative utilisée et l'implication de figures « d'impact émotionnel » constituent-ils une valeur ajoutée pour le parcours proposé ?

Tous les participants convergent vers l'importance d'une personne ayant un impact émotionnel fort pendant l'excursion et se déclarent enthousiastes à propos de l'accompagnement proposé lors de la visite à la Rocca di Frassinello. L'implication de personnalités (voir agronome) qui vivent au quotidien dans l'entreprise et ont été en mesure de « raconter », même techniquement, le travail et les événements à l'origine du produit, en transmettant la passion du vin, les traditions et l'histoire qui caractérise Frassinello. Le jugement sur l'approche narrative (ou du moins sur le divertissement) pendant le dîner était très positif; la participation d'une personnalité « corporative », capable de divertir les invités en continuant de « raconter » l'entreprise et le vin, représentait une valeur ajoutée. Certains opérateurs ont également suggéré de renforcer l'aspect narratif même pendant la phase de dégustation du produit : l'illustration dans la salle du chef des plats présentés pourrait constituer un élément précieux, non seulement en termes de produits, mais également en termes de traditions culinaires et de lien avec le territoire auquel il appartient. Un élément auquel il faut prêter une attention particulière, compte tenu précisément de la valeur du « facteur narratif », est le langage avec lequel on se rapporte aux invités. Dans le processus de "traduction", une partie du contenu et de la valeur émotionnelle de la narration pourraient être perdus ; par conséquent, il est conseillé, si les personnages narrés ne connaissent pas la langue du destinataire, de « conserver » un service de traduction qui puisse, avec le temps, acquérir les détails et la démarche utile pour maximiser l'effet narratif.

Évaluez l'itinéraire en indiquant par ordre de priorité les paramètres suivants : authentique, engageant, unique, typique.

Les participants, sur la base des paramètres indiqués dans les lignes directrices du projet ItinERA, estiment que la proposition d'excursion est très attrayante, car le visiteur joue un rôle de premier plan et est capable de s'immerger dans le contexte dans lequel il se trouve, en faisant référence à « produit du vin » que dans « l'histoire du vin ». L'authenticité est le deuxième paramètre qui caractérise cette excursion, étant donné le lien profond qui existe entre l'expérience et les environs et qui est intégrée à la cave de Frassinello. La troisième et la quatrième place sont respectivement le caractère unique et la typicité de la proposition. Ces deux aspects, bien que pertinents, ont une importance secondaire pour les participants.



Les aspects de durabilité environnementale introduits sont-ils clairement perceptibles ? Représentent-ils une valeur ajoutée pour la qualité de l'itinéraire proposé ?

Les participants affirment que les aspects de l'éco-durabilité présents dans l'excursion représentent une valeur ajoutée et peuvent être perçus à la fois dans la structure de l'entreprise vinicole et dans les processus de production illustrés.

Quelles sont les forces/faiblesses ?

En ce qui concerne les points forts, les participants s'accordent sur le professionnalisme et la passion du personnel, sur la qualité des produits et sur la capacité de la cave à savoir s'intégrer parfaitement au milieu environnant, contribuant ainsi à la mise en valeur du territoire. Un autre élément évalué positivement est la capacité de Rocca di Frassinello à proposer différentes expériences thématiques, compte tenu de la présence de la nécropole étrusque de San Germano « au pied » du domaine.

En ce qui concerne les faiblesses, le seul aspect souligné par les participants concerne la présence de nombreuses marches dans la structure. Considérant que les croisiéristes, cibles des opérateurs ayant pris part au voyage éducatif, ont tendance à être âgés, la présence d'escaliers pourrait constituer une limite à la concrétisation de l'expérience proposée par la Cave. À évaluer.

Comment l'itinéraire pourrait-il être amélioré ?

Compte tenu de la possibilité de personnaliser la visite à la Rocca di Frassinello, les participants proposent de moduler la proposition en fonction du type de touristes intéressés (nombre, âge, etc.). Une autre suggestion concerne la signalisation, comme elle est présente dans la nécropole de San Germano, il pourrait être intéressant d'introduire également des panneaux explicatifs multilingues du vignoble. La proposition de Frassinello est certainement intégrée à la visite de Vetulonia et de son musée étrusque.

En supposant d'insérer l'itinéraire dans son offre touristique, pouvez-vous indiquer une gamme de valeur commerciale que vous considérez conforme à la dynamique actuelle du marché ?

Y compris une visite à la nécropole, une visite de la cave avec sa dégustation pourrait être incluse dans la gamme commerciale 30-40€. Si le déjeuner ou le dîner est ajouté à cette expérience, le rapport qualité-prix pourrait doubler.



Souhaitez-vous inclure l'excursion dans l'offre touristique ? Pourquoi

À la lumière de toutes les évaluations exprimées à propos de l'expérience vécue à la cave, les participants expriment leur intérêt d'inclure Rocca di Frassinello dans leur offre touristique car c'est une proposition qui répond bien aux besoins de multiples types de tourisme, y compris les clients de luxe, pour la qualité des services, produits alimentaires et viticoles et emplacement.

Fiche d'évaluation pour l'excursion à la lagune d'Orbetello

Educational Tour

De Livourne à PortArgentario et retour

Contenus méthodologiques et grandes lignes

Les jugements et évaluations fournis par les opérateurs ayant participé au parcours expérimental sont présentés sous forme graphique, sous forme de tableau et sous forme de commentaires. Les données et les informations rapportées ont été extrapolées à partir des questionnaires et des journaux de bord compilés par les opérateurs et, bien qu'à un degré « approximatif quantitatif » du point de vue de la valeur statistique, constituent un retour qualitatif important pour le processus d'évaluation et de validation de l'offre proposée.

La structure du questionnaire et du journal de bord, et donc le contenu des réponses, ont été développés en parfaite cohérence avec les objectifs du projet et les directives du projet ITINERA, les aspects étudiés sont donc ceux qui intéressent strictement le projet.

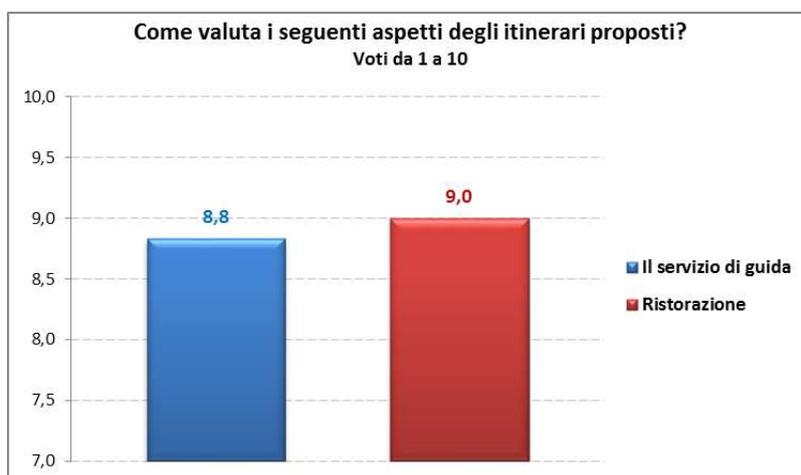
Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés (exprimer un jugement sur l'échelle de 1 min à 10 max) :

Le service de guide, en ce qui concerne la compétence, le professionnalisme et la capacité d'impliquer des professionnels

10/10
9/10
7/10
9/10
10/10
8/10
Moyenne 8,8/10

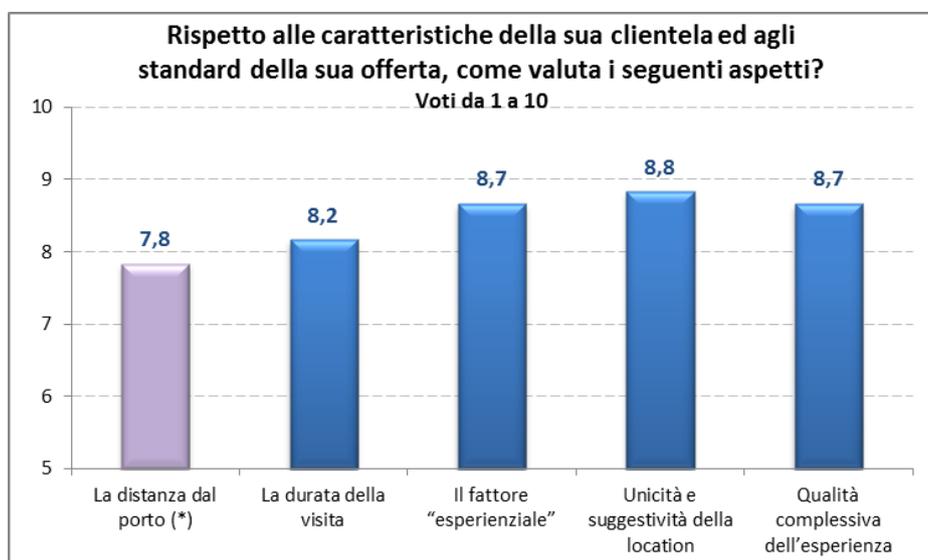
Le restaurant, en ce qui concerne la possibilité de valoriser les produits typiques et les traditions locales

10/10
10/10
8/10
9/10
8/10
9/10
Moyenne 9/10



Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés par rapport aux caractéristiques de vos clients et aux standards de votre offre ?

<u>La distance du port</u>	<u>La durée de la visite</u>	<u>Le facteur « expérimentiel »</u>	<u>Caractère unique et suggestif du lieu</u>	<u>Qualité globale de l'expérience</u>
10/10	10/10	8/10	9/10	10/10
9/10	9/10	9/10	9/10	9/10
5/10	7/10	8/10	8/10	8/10
10/10	9/10	10/10	10/10	10/10
7/10	7/10	7/10	8/10	7/10
6/10	7/10	10/10	9/10	8/10
Moyenne 7,8/10	Moyenne 8,2/10	Moyenne 8,7/10	Moyenne 8,8/10	Moyenne 8,7/10



(*) Avis exprimé sur la base du port d'exploitation de l'évaluateur (Livourne, Porto S. Stefano, Civitavecchia).

Pour quelle clientèle cible pensez-vous que l'itinéraire pourrait être intéressant ?

D'après les évaluations des participants, la proposition s'est révélée attrayante pour différentes cibles, car elle répond aux besoins de davantage de types de touristes et peut être indiquée pour les voyageurs individuels, en couple ou en petits groupes. Outre les amateurs de pêche et les amoureux de la nature, le lagon d'Orbetello peut intéresser les touristes américains et européens (italiens, français et allemands).

En ce qui concerne le registre des cibles potentielles, aucune indication spécifique n'émerge. Les opérateurs présents lors de la visite éducative considèrent toutefois cette proposition comme particulièrement intéressante pour les touristes d'âge moyen.

Cela peut-il être fait à tout moment de l'année ?

Les participants estiment que la visite de la lagune d'Orbetello peut être organisée principalement au printemps, en été et en automne, étant donné l'incidence des conditions météorologiques sur les possibilités d'activités offertes par la coopérative de pêcheurs.

Pensez-vous que l'itinéraire est facilement accessible aux différents types de clients ?

L'excursion, dans l'ensemble, est accessible. Les seuls points critiques détectés par les participants concernant cet aspect concernent l'accès à la pisciculture qui devrait être amélioré avec certaines installations pour les personnes à mobilité réduite. Enfin, pour évaluer l'accessibilité au bateau qui, au moment de la visite éducative, n'était pas prêt pour la sortie.

L'approche narrative utilisée et l'implication de figures « d'impact émotionnel » constituent-ils une valeur ajoutée pour le parcours proposé ?

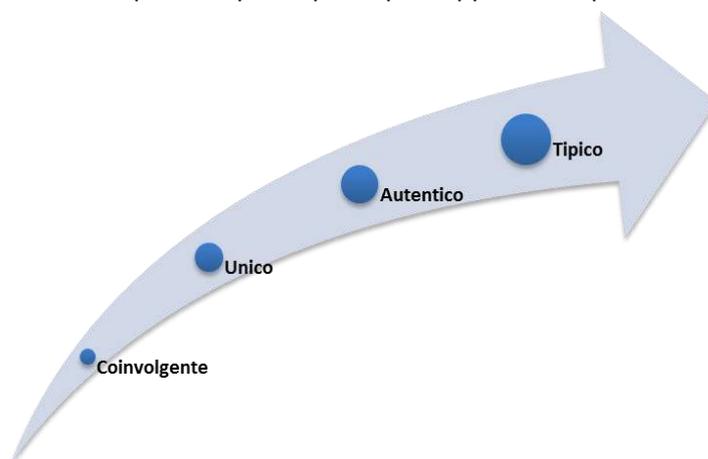
Tous les participants s'accordent sur l'importance d'une personne ayant un impact émotionnel fort pour vivre pleinement l'excursion. Lors de la visite à la lagune d'Orbetello l'accompagnement de Sergio et des autres pêcheurs de la coopérative qui ont exprimé tout leur amour pour le territoire et le travail qu'ils effectuent chaque jour a été apprécié. Le « partage » du moment de rafraîchissement à la pisciculture a été perçu comme une valeur ajoutée de l'offre, dans laquelle le parcours narratif et expérientiel est poursuivi par tous ceux qui « vivent » l'entreprise et le contexte territorial dans lequel ils travaillent tous les jours.

L'accent a été mis sur la narration des plats et des produits utilisés lors de la dégustation dans le bâtiment principal; certains opérateurs estiment qu'en ce qui concerne la valeur et le caractère unique des produits, ainsi que leur lien avec le territoire et les traditions culinaires, cet aspect spécifique peut encore avoir une marge de croissance importante, avec des effets positifs inévitables sur la perception globale de l'offre proposée.

Un élément auquel il faut prêter une attention particulière, compte tenu précisément de la valeur du « facteur narratif », est le langage avec lequel on se rapporte aux invités. Dans le processus de "traduction", une partie du contenu et de la valeur émotionnelle de la narration pourraient être perdus ; par conséquent, il est conseillé, si les personnages narrés ne connaissent pas la langue du destinataire, de « conserver » un service de traduction qui puisse, avec le temps, acquérir les détails et la démarche utile pour maximiser l'effet narratif.

Évaluez l'itinéraire en indiquant par ordre de priorité les paramètres suivants : authentique, engageant, unique, typique.

Les participants, sur la base des paramètres indiqués dans les lignes directrices du projet ItinERA, estiment que l'excursion proposée est absolument typique et authentique, étant donné le lien profond qui existe entre l'expérience acquise avec le territoire et le patrimoine matériel et immatériel. La troisième et la quatrième place sont respectivement le caractère unique et l'implication de la proposition. Ces deux aspects ont une valeur secondaire pour les participants par rapport à l'expérience vécue.



Les aspects de durabilité environnementale introduits sont-ils clairement perceptibles ? Représentent-ils une valeur ajoutée pour la qualité de l'itinéraire proposé ?

Les participants affirment que les aspects de l'éco-durabilité présents dans l'excursion sont perceptibles et que la visite à la pisciculture était certainement « éclairante » en ce qui concerne les techniques de production éco-durables.

Quelles sont les forces/faiblesses ?

En ce qui concerne les points forts, les participants s'accordent sur la beauté naturelle de la lagune d'Orbetello, sur l'authenticité et la qualité des produits à base de poisson dégustés. Un autre « plus » de cette expérience est la disponibilité et l'accueil des pêcheurs qui ont partagé leurs connaissances avec plaisir et ont fait vivre un moment de leur travail quotidien et de leur rafraîchissement.

Concernant les faiblesses, les opérateurs se concentrent sur l'accessibilité de certaines structures visitées (voir la pisciculture), sur la forte incidence des conditions météorologiques sur la réalisation (ou non) d'une activité et sur la nécessité de prévoir des visites dans davantage de langues étrangères. Un dernier aspect souligné par un participant concerne la relation avec une clientèle végétarienne/végétalienne : l'expérience proposée par la Coopérative des pêcheurs pourrait être inadéquate pour ce type de touristes qui risqueraient de participer à une excursion loin de leur philosophie et donc de vivre négativement ce moment.

Comment l'itinéraire pourrait-il être amélioré ?

Avec la visite de la lagune en bateau, l'excursion peut être considérée comme complète et donc répondre aux attentes des touristes qui y participent.

En supposant d'insérer l'itinéraire dans son offre touristique, pouvez-vous indiquer une gamme de valeur commerciale que vous considérez conforme à la dynamique actuelle du marché ?

Cela dépend vraiment des inclusions incluses dans l'offre. À titre indicatif, compte tenu de la typicité des produits slow food, il pourrait s'agir d'une excursion de moyenne à haute gamme, autour de 40€ par personne.

Souhaitez-vous inclure l'excursion dans l'offre touristique ? Pourquoi

Des excursions impliquant la coopérative de pêcheurs de la lagune d'Orbetello, en particulier des excursions en bateau, sont déjà incluses dans certains forfaits proposés. Certains opérateurs ont souligné que la visite de la pisciculture constituait une alternative intéressante à offrir à ses clients au cas où les conditions météorologiques ne permettraient pas la sortie dans la lagune. Ceux qui, à ce jour, n'ont pas encore inclus cette offre touristique mais qui, compte tenu du potentiel, sont intéressés par cette proposition, ont également apprécié cette proposition.

Fiche d'évaluation de l'excursion aux fortifications du promontoire

Educational Tour

De Livourne à PortArgentario et retour

Contenus méthodologiques et grandes lignes

Les jugements et évaluations fournis par les opérateurs ayant participé au parcours expérimental sont présentés sous forme graphique, sous forme de tableau et sous forme de commentaires. Les données et les informations rapportées ont été extrapolées à partir des questionnaires et des journaux de bord compilés par les opérateurs et, bien qu'à un degré « approximatif quantitatif » du point de vue de la valeur statistique, constituent un retour qualitatif important pour le processus d'évaluation et de validation de l'offre proposée.

La structure du questionnaire et du journal de bord, et donc le contenu des réponses, ont été développés en parfaite cohérence avec les objectifs du projet et les directives du projet ITINERA, les aspects étudiés sont donc ceux qui intéressent strictement le projet.

Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés (exprimer un jugement sur l'échelle de 1 min à 10 max) :

Le service de guide, en ce qui concerne la compétence, le professionnalisme et la capacité d'impliquer des professionnels

9/10

9/10

10/10

10/10

7/10

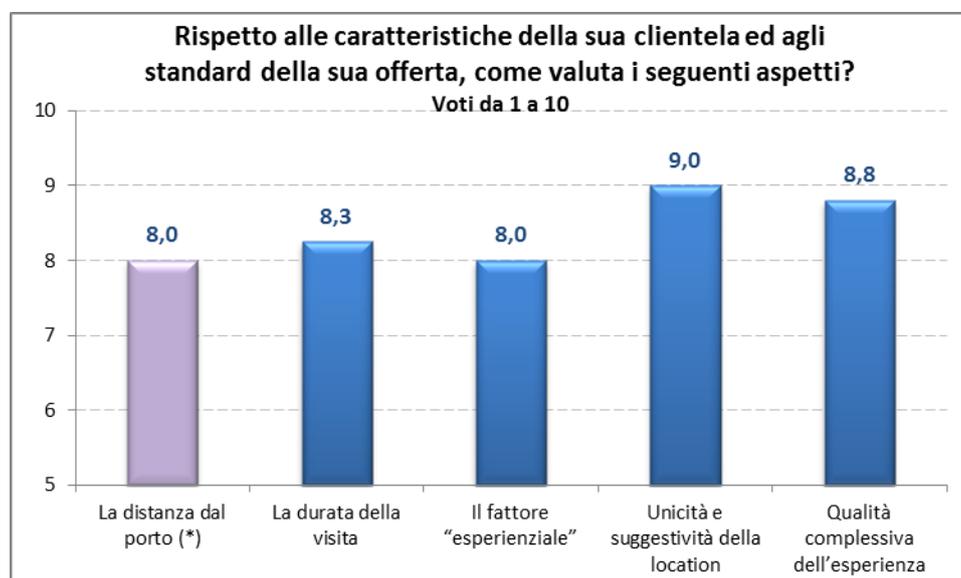
Moyenne 9/10





Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés par rapport aux caractéristiques de vos clients et aux standards de votre offre ?

<u>La distance du port</u>	<u>La durée de la visite</u>	<u>Le facteur</u> <u>« expérientiel »</u>	<u>Caractère unique et</u> <u>suggestif du lieu</u>	<u>Qualité globale de</u> <u>l'expérience</u>
10/10	n.c./10	10/10	10/10	10/10
6/10	6/10	6/10	10/10	8/10
10/10	10/10	8/10	9/10	9/10
9/10	10/10	10/10	9/10	10/10
5/10	7/10	6/10	7/10	7/10
Moyenne 8/10	Moyenne 8,3/10	Moyenne 8/10	Moyenne 9/10	Moyenne 8,8/10



(*) Avis exprimé sur la base du port d'exploitation de l'évaluateur (Livourne, Porto S. Stefano, Civitavecchia).

Pour quelle clientèle cible pensez-vous que l'itinéraire pourrait être intéressant ?

D'après les évaluations des participants, la proposition s'est révélée attrayante pour différentes cibles, car elle répond aux besoins de davantage de types de touristes et peut être indiquée pour les voyageurs individuels, en couple ou en petits groupes. Les fortifications du promontoire du Monte Argentario peuvent être intéressantes pour les touristes américains et européens (italiens, français, allemands). En ce qui concerne le registre des cibles potentielles, aucune indication spécifique n'émerge. Les opérateurs présents lors de la visite éducative considèrent cette proposition particulièrement intéressante pour les touristes du groupe d'âge moyen-jeune.

Cela peut-il être fait à tout moment de l'année ?

Les participants estiment que la visite des fortifications peut être organisée principalement au printemps, en été et en automne pour apprécier pleinement l'expérience.

Pensez-vous que l'itinéraire est facilement accessible aux différents types de clients ?

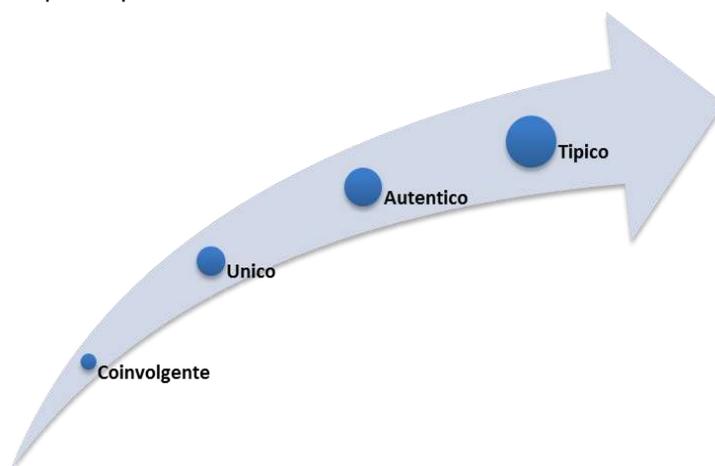
L'excursion, dans l'ensemble, est accessible. Les seuls points critiques détectés par les participants concernant cet aspect concernent l'accès aux étages supérieurs des fortifications. Lorsque le premier étage est facilement accessible, même pour les personnes à mobilité réduite, le deuxième étage est actuellement inaccessible.

L'approche narrative utilisée et l'implication de figures « d'impact émotionnel » constituent-ils une valeur ajoutée pour le parcours proposé ?

Tous les participants s'accordent sur l'importance d'une personne ayant un impact émotionnel fort pour vivre pleinement l'excursion. Lors de la visite des fortifications, le guide de l'archéologue Fichera et du personnel du musée présent à l'intérieur du Fort Santo Stefano a été apprécié.

Évaluez l'itinéraire en indiquant par ordre de priorité les paramètres suivants : authentique, engageant, unique, typique.

Les participants, sur la base des paramètres indiqués dans les lignes directrices du projet ItinERA, estiment que l'excursion proposée est absolument typique et authentique, étant donné le lien profond qui existe entre l'expérience et le territoire, le patrimoine matériel et immatériel. La troisième et la quatrième place sont respectivement le caractère unique et l'implication de la proposition. Ces deux aspects ont une valeur secondaire pour les participants.



Les aspects de durabilité environnementale introduits sont-ils clairement perceptibles ? Représentent-ils une valeur ajoutée pour la qualité de l'itinéraire proposé ?

Les aspects éco-durables ne représentent pas un trait distinctif des fortifications du promontoire de l'Argentario et ne peuvent donc être considérés comme une valeur ajoutée. La qualité de cette excursion est déterminée par d'autres éléments (naturalistes, historiques, culturels).

Quelles sont les forces/faiblesses ?

En ce qui concerne les points forts, les participants s'accordent sur la beauté naturelle qui entoure les fortifications espagnoles. En ce qui concerne les faiblesses, les opérateurs se concentrent sur l'accessibilité de certaines parties des structures visitées.



Comment l'itinéraire pourrait-il être amélioré ?

Les participants n'ont pas présenté de suggestions concernant d'éventuels changements à apporter à l'itinéraire pour améliorer l'expérience.

En supposant d'insérer l'itinéraire dans son offre touristique, pouvez-vous indiquer une gamme de valeur commerciale que vous considérez conforme à la dynamique actuelle du marché ?

Les participants n'ont donné aucune indication à ce sujet.

Souhaitez-vous inclure l'excursion dans l'offre touristique ? Pourquoi

Certains participants organisent déjà des activités touristiques sur le promontoire, notamment une visite des forts et des excursions dans la lagune d'Orbetello.

Fiche d'évaluation pour l'excursion à l'Antica Fattoria La Parrina

Educational Tour

De Livourne à PortArgentario et retour

Contenus méthodologiques et grandes lignes

Les jugements et évaluations fournis par les opérateurs ayant participé au parcours expérimental sont présentés sous forme graphique, sous forme de tableau et sous forme de commentaires. Les données et les informations rapportées ont été extrapolées à partir des questionnaires et des journaux de bord compilés par les opérateurs et, bien qu'à un degré « approximatif quantitatif » du point de vue de la valeur statistique, constituent un retour qualitatif important pour le processus d'évaluation et de validation de l'offre proposée.

La structure du questionnaire et du journal de bord, et donc le contenu des réponses, ont été développés en parfaite cohérence avec les objectifs du projet et les directives du projet ITINERA, les aspects étudiés sont donc ceux qui intéressent strictement le projet.

Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés (exprimer un jugement sur l'échelle de 1 min à 10 max) :

Le restaurant, en ce qui concerne la possibilité de valoriser les produits typiques et les traditions locales

8/10

10/10

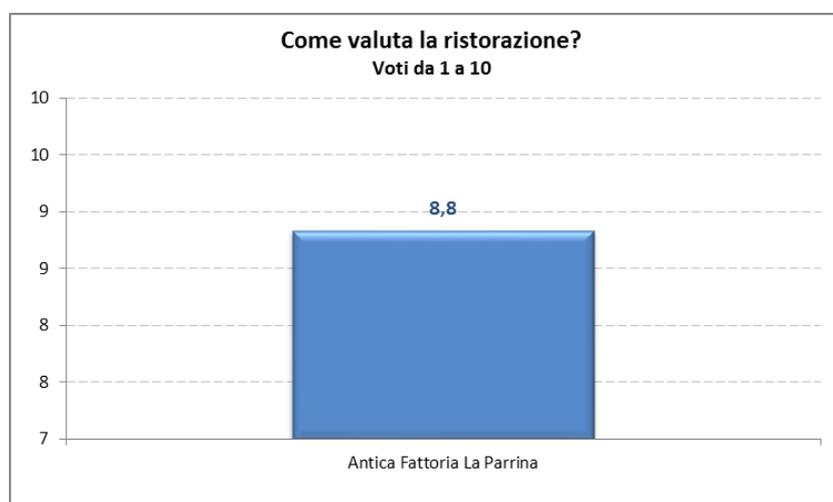
8/10

10/10

9/10

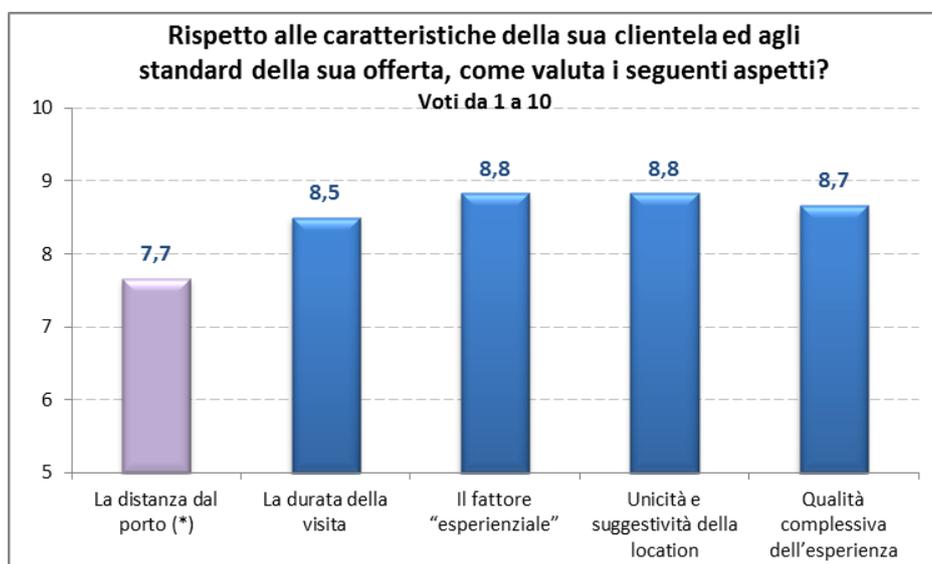
8/10

Moyenne 8,8/10



Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés par rapport aux caractéristiques de vos clients et aux standards de votre offre ?

<u>La distance du port</u>	<u>La durée de la visite</u>	<u>Le facteur</u> <u>« expérientiel »</u>	<u>Caractère unique et</u> <u>suggestif du lieu</u>	<u>Qualité globale de</u> <u>l'expérience</u>
7/10	7/10	8/10	8/10	8/10
9/10	9/10	9/10	9/10	9/10
6/10	7/10	8/10	8/10	7/10
10/10	10/10	10/10	10/10	10/10
9/10	10/10	10/10	10/10	10/10
5/10	8/10	8/10	8/10	8/10
Moyenne 7,7/10	Moyenne 8,5/10	Moyenne 8,8/10	Moyenne 8,8/10	Moyenne 8,7/10



(*) Avis exprimé sur la base du port d'exploitation de l'évaluateur (Livourne, Porto S. Stefano, Civitavecchia).

Pour quelle clientèle cible pensez-vous que l'itinéraire pourrait être intéressant ?

D'après les évaluations des participants, la proposition s'est avérée intéressante pour différentes cibles, car l'étendue de la gamme de solutions strictement intégrées et « modulaires » répond aux besoins d'un plus grand nombre de types de touristes et peut être indiquée pour les voyageurs individuels, en couple, en famille ou en petits groupes qui souhaitent vivre une expérience complète en découvrant la nature et la culture gastronomique et viticole.

En ce qui concerne le facteur « origine », l'Antica Fattoria La Parrina est une excursion d'intérêt international qui séduit les Américains et les Européens (italiens, français, allemands et espagnols). En ce qui concerne le registre des cibles potentielles, aucune indication spécifique n'émerge.

Cela peut-il être fait à tout moment de l'année ?

Les participants s'accordent sur la faisabilité de l'excursion à la Ferme en toutes saisons, soulignant le fait que l'offre liée au volet « nature » permet de la caractériser en fonction de la saisonnalité. Probablement, pour profiter pleinement des possibilités offertes par le domaine, il serait souhaitable d'éviter les mois d'hiver.

Pensez-vous que l'itinéraire est facilement accessible aux différents types de clients ?

L'excursion est dans l'ensemble accessible à tous les touristes. Les participants, conscients toutefois des besoins de leurs clients, invitent à prêter attention aux zones internes et externes du domaine, en apportant les améliorations nécessaires, afin de garantir l'accessibilité même aux personnes à mobilité réduite.

L'approche narrative utilisée et l'implication de figures « d'impact émotionnel » constituent-ils une valeur ajoutée pour le parcours proposé ?

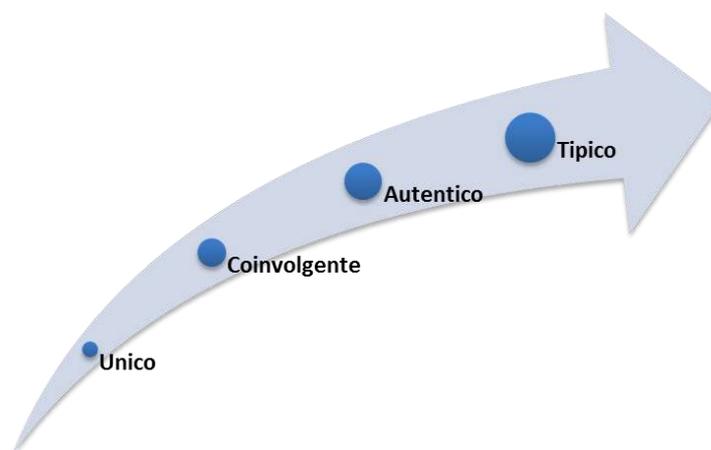
Tous les participants s'accordent sur l'importance d'une personne ayant un impact émotionnel fort pour vivre pleinement l'excursion. L'histoire de la ferme « reçue » a été particulièrement appréciée même si, avec plus de temps disponible, elle aurait pu être encore plus attrayante. Selon les participants, l'approche historique et la rencontre avec la propriétaire du domaine, la Marcquise, représentent un « plus » pour cette expérience.

Certains opérateurs ont suggéré de renforcer l'aspect narratif même lors de la dégustation des produits : par analogie avec ce qui a été fait pour les fromages, pour lesquels une sorte de « parcours » guidé a été conçu, l'illustration pourrait être une illustration précieuse dans la salle à manger par le chef des plats présentés, non seulement en termes de produits mais aussi de traditions culinaires et de liens avec le territoire auquel ils appartiennent. Une réflexion similaire pour la combinaison avec les vins. La perception, dans l'ensemble, de la proposition sur les mets et les vins (grâce également à l'attention portée aux détails dans l'emplacement) a suscité des attentes, y compris en ce qui concerne le soin apporté aux détails mentionnés ci-dessus.

Un élément auquel il faut prêter une attention particulière, compte tenu précisément de la valeur du « facteur narratif », est le langage avec lequel on se rapporte aux invités. Dans le processus de "traduction", une partie du contenu et de la valeur émotionnelle de la narration pourraient être perdus ; par conséquent, il est conseillé, si les personnages narrés ne connaissent pas la langue du destinataire, de « conserver » un service de traduction qui puisse, avec le temps, acquérir les détails et la démarche utile pour maximiser l'effet narratif.

Évaluez l'itinéraire en indiquant par ordre de priorité les paramètres suivants : authentique, engageant, unique, typique.

Les participants, sur la base des paramètres indiqués dans les lignes directrices du projet ItinERA, estiment que l'excursion proposée doit avant tout être considérée comme typique et authentique, étant donné le lien profond qui existe entre l'expérience acquise avec le territoire et le patrimoine matériel et immatériel. L'implication et le caractère unique de la proposition suivent de près. Le cours de cuisine s'est avéré être une activité intéressante et interactive qui, si elle était améliorée, pourrait rendre l'expérience de l'ancienne ferme encore plus unique et garantir aux participants le rôle de protagonistes.



Les aspects de durabilité environnementale introduits sont-ils clairement perceptibles ? Représentent-ils une valeur ajoutée pour la qualité de l'itinéraire proposé ?

Les participants font valoir que les aspects éco-durables sont clairement perceptibles tout au long du chemin de connaissances du domaine et ont été particulièrement mis en évidence à l'occasion du cours de cuisine, où le chef a enseigné à améliorer les produits au km 0.

Quelles sont les forces/faiblesses ?

En ce qui concerne les points forts, les participants s'accordent sur la qualité des produits de la Ferme (fromage, yaourt, vin, etc.), sur l'emplacement et l'atmosphère qui règne dans ce contexte riche en histoire, culture, tradition et travail « paysan » qui ramène à la lumière nos origines. Un autre avantage de cette expérience est le cours de cuisine qui vous permet de vous « salir les mains » et de comprendre concrètement comment mettre en valeur les produits simples et authentiques de notre terroir.

En ce qui concerne les faiblesses, les opérateurs se concentrent sur l'accessibilité de certaines parties du domaine et sur l'organisation du parcours « fragmenté ». La perception de ce dernier aspect est probablement liée au facteur « temps » avec lequel la proposition a été présentée ; par conséquent, il doit être « pesé » avec ce filtre de jugement.

Comment l'itinéraire pourrait-il être amélioré ?

La visite à l'Antica Fattoria La Parrina est essentiellement complète et intéressante. Les participants suggèrent de planifier un itinéraire circulaire comprenant également une visite de la structure où sont réalisées les productions laitière et/ou en pépinière, ainsi que des itinéraires facilités pour les personnes à mobilité réduite ou souhaitant simplement bénéficier d'un aperçu du domaine sans efforts spéciaux et engagements physiques.

En supposant d'insérer l'itinéraire dans son offre touristique, pouvez-vous indiquer une gamme de valeur commerciale que vous considérez conforme à la dynamique actuelle du marché ?

Cela dépend vraiment des inclusions incluses dans l'offre. À titre indicatif, la visite avec dégustation (base) pourrait être incluse dans une fourchette de 15/20€. Si nous ajoutons le cours de cuisine et le dîner à cette activité, le prix par personne pourrait être de 80€.

Souhaitez-vous inclure l'excursion dans l'offre touristique ? Pourquoi

Certains participants incluent déjà l'Antica Fattoria La Parrina dans leurs offres touristiques. Cette expérience, particulièrement appréciée par le cours de cuisine, est intéressante pour les intérêts des opérateurs car elle est à la hauteur des clients du segment du luxe en termes de qualité des services, de produits et de localisation, mais elle parvient à être modulaire et intéressante également pour différentes cibles, telles que familles ou groupes.

Fiche d'évaluation pour l'excursion à Livourne

Educational Tour

De Livourne à PortArgentario et retour

Contenus méthodologiques et grandes lignes

Les jugements et évaluations fournis par les opérateurs ayant participé au parcours expérimental sont présentés sous forme graphique, sous forme de tableau et sous forme de commentaires. Les données et les informations rapportées ont été extrapolées à partir des questionnaires et des journaux de bord compilés par les opérateurs et, bien qu'à un degré « approximatif quantitatif » du point de vue de la valeur statistique, constituent un retour qualitatif important pour le processus d'évaluation et de validation de l'offre proposée.

La structure du questionnaire et du journal de bord, et donc le contenu des réponses, ont été développés en parfaite cohérence avec les objectifs du projet et les directives du projet ITINERA, les aspects étudiés sont donc ceux qui intéressent strictement le projet.

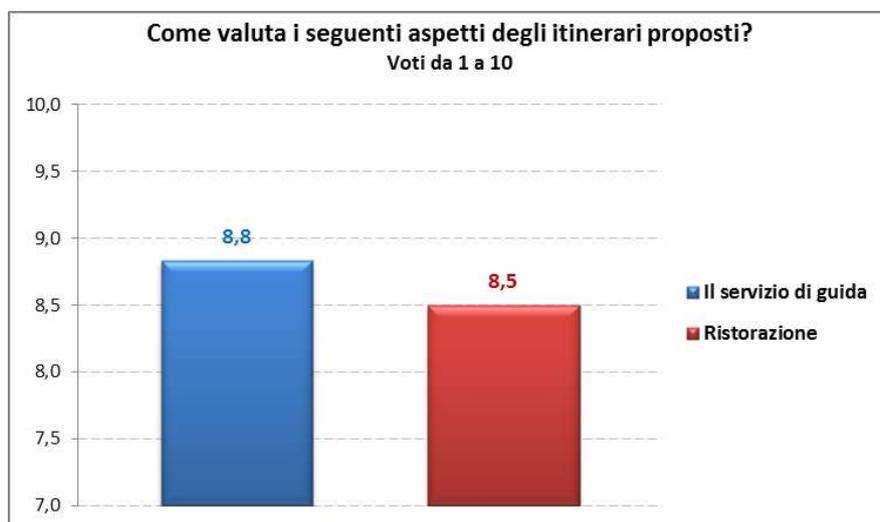
Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés (exprimer un jugement sur l'échelle de 1 min à 10 max) :

Le service de guide, en ce qui concerne la compétence, le professionnalisme et la capacité d'impliquer des professionnels

8/10
10/10
8,5/10
10/10
Moyenne 8,8/10

Le restaurant, en ce qui concerne la possibilité de valoriser les produits typiques et les traditions locales

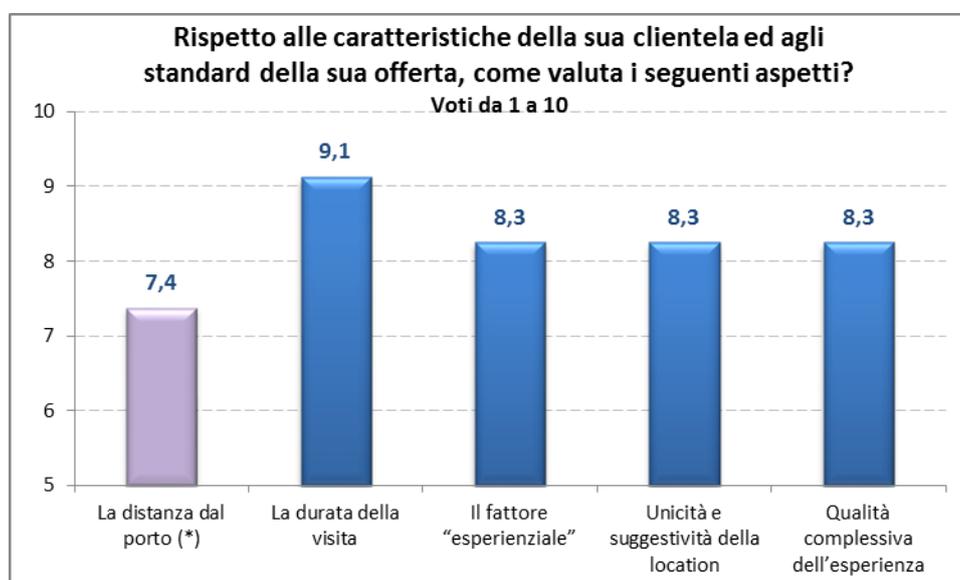
9/10
8/10
8,5/10
9/10
Moyenne 8,5/10





Comment évaluez-vous les aspects suivants des itinéraires proposés par rapport aux caractéristiques de vos clients et aux standards de votre offre ?

<u>La distance du port</u>	<u>La durée de la visite</u>	<u>Le facteur</u> <u>« expérientiel »</u>	<u>Caractère unique et</u> <u>suggestif du lieu</u>	<u>Qualité globale de</u> <u>l'expérience</u>
2/10	9/10	9/10	9/10	9/10
10/10	10/10	10/10	10/10	10/10
8.5/10	7.5/10	7/10	7/10	8/10
9/10	10/10	9/10	9/10	9/10
Moyenne 7,4/10	Moyenne 9,1/10	Moyenne 8,3/10	Moyenne 8,3/10	Moyenne 8,3/10



(*) Avis exprimé sur la base du port d'exploitation de l'évaluateur (Livourne, Porto S. Stefano, Civitavecchia).

Pour quelle clientèle cible pensez-vous que l'itinéraire pourrait être intéressant ?

D'après les évaluations des participants cela constitue une proposition intéressante pour les touristes de différentes nationalités (américaine, française, espagnole, etc.) qui voyagent avec leur famille ou en groupe. En ce qui concerne le registre des cibles potentielles, les opérateurs présents lors de la visite éducative considèrent que la visite des fossés et la visite du marché de Vettovaglie constituent une offre touristique particulièrement intéressante pour un groupe moyennement jeune.

Cela peut-il être fait à tout moment de l'année ?

Les participants estiment que la visite du centre-ville de Livourne peut être organisée à tout moment de l'année, si le temps le permet, pour la visite des fossés.

Pensez-vous que l'itinéraire est facilement accessible aux différents types de clients ?

L'excursion, si elle est personnalisable en fonction des besoins du client, peut être considérée comme accessible à toutes les cibles. Les participants invitent à faire attention à l'accès au bateau, qui pourrait être difficile pour les personnes à mobilité réduite, et à la Promenade pour atteindre la Via della

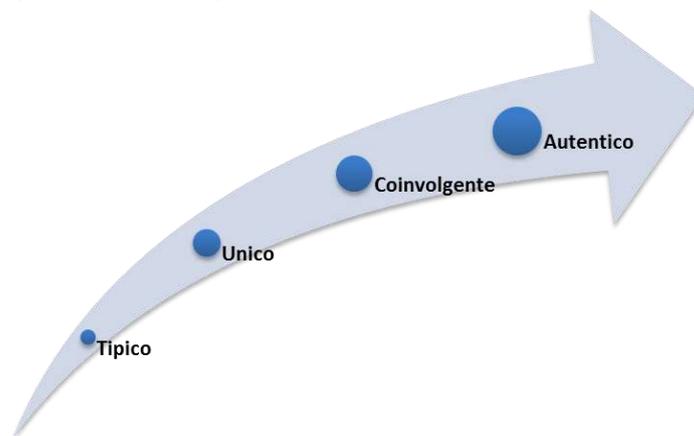
Madonna et le marché central, ce qui pourrait être considéré comme un défi par certains types de touristes.

L'approche narrative utilisée et l'implication de figures « d'impact émotionnel » constituent-ils une valeur ajoutée pour le parcours proposé ?

Tous les participants confirment l'importance d'une personne à fort impact émotionnel pour vivre pleinement l'excursion, en particulier dans une ville comme Livourne, qui peut également être visitée de manière autonome par les croisiéristes. Lors de la visite des fossés et de la visite du marché central, la présence d'un guide passionné et préparé constituait une valeur ajoutée et permettait aux opérateurs de se plonger dans les différentes périodes et activités de Livourne. Sans cette figure, l'expérience n'aurait pas eu le même sens.

Évaluez l'itinéraire en indiquant par ordre de priorité les paramètres suivants : authentique, engageant, unique, typique.

Les participants, sur la base des paramètres indiqués dans les lignes directrices du projet ItinERA, estiment que l'excursion proposée est authentique, étant donné le lien profond qui existe entre l'expérience et le territoire, et engageant, grâce à la capacité du guide à transporter les participants dans les différentes âmes de la ville et des citoyens de Livourne. En troisième et quatrième place se trouvent respectivement le caractère unique et la typicité qui, aux yeux des opérateurs, semblent moins pertinents et caractérisent cette proposition touristique.



Les aspects de durabilité environnementale introduits sont-ils clairement perceptibles ? Représentent-ils une valeur ajoutée pour la qualité de l'itinéraire proposé ?

Selon les participants, les aspects éco-durables présents dans l'excursion sont perceptibles et renforcés par la visite du marché de Vettovaglie, qui permet aux visiteurs de se familiariser avec une partie de la production locale, même s'ils se trouvent au centre-ville.

Quelles sont les forces/faiblesses ?

La force de l'excursion, outre la particularité de découvrir une ville « d'en bas », réside dans la narration simple et engageante du guide. Une promenade dans le centre-ville s'est transformée en un voyage dans le temps et aux métiers d'une population très dynamique et internationale. Un autre élément positif est la proximité du port de Livourne, ce qui vous permet d'atteindre le point de départ de l'excursion en quelques minutes et la durée de la visite elle-même. Les deux aspects permettent de satisfaire le besoin des croisiéristes de ne consacrer qu'une demi-journée à des excursions à terre, afin de profiter des services

offerts par le navire sur lequel ils voyagent. La criticité de cette proposition touristique réside dans son accessibilité. Selon certains participants, les difficultés d'accès au bateau et la longue marche à parcourir pour atteindre le marché central constituent une limite, en particulier si la clientèle visée est des clients à mobilité réduite.

Comment l'itinéraire pourrait-il être amélioré ?

La visite des trois églises présentes dans la Via della Madonna pourrait permettre de boucler la boucle et de compléter cet itinéraire culturel, historique et œnogastronomique.

En supposant d'insérer l'itinéraire dans son offre touristique, pouvez-vous indiquer une gamme de valeur commerciale que vous considérez conforme à la dynamique actuelle du marché ?

Si la proposition comprend la balade en bateau, la visite et le déjeuner au marché central, avec l'aide d'un guide, la fourchette commerciale pourrait être de 40/50€ par personne.

Souhaitez-vous inclure l'excursion dans l'offre touristique ? Pourquoi

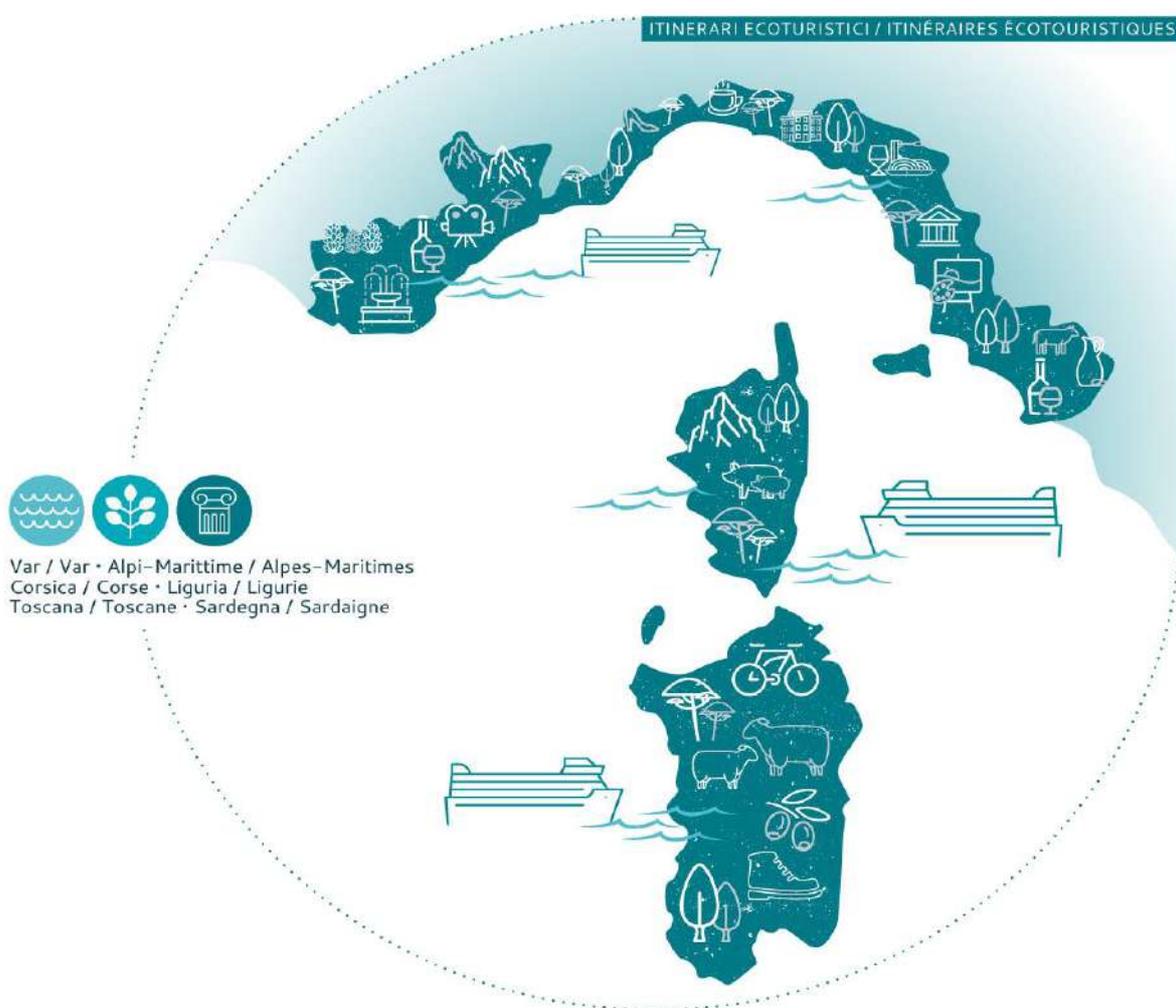
L'excursion est certainement intéressante pour la perspective différente qu'elle offre de la ville et pour l'authenticité du contexte de Livourne. Elle pourrait être incluse dans l'offre touristique compte tenu de la transversalité de la clientèle visée et de la durée totale de l'excursion, conformément aux demandes des croisiéristes de participer à des activités d'une demi-journée. La seule perplexité des participants réside dans la « facilité d'utilisation » de l'excursion par les touristes. La visite des fossés et la visite du marché central peuvent en effet également être organisées indépendamment, sans le soutien d'une agence ou d'un tour opérateur.

COMPONENTE T

Attività T.1.6

Prodotto T.1.6.9

“Report educational tour”



Programma

Mercoledì 12 settembre 2018:

- **14 :00** : Arrivo all'aeroporto di Calvi Sainte Catherine
- **15 :00** : Installazione in albergo
- **17 :30** : Visita di Calvi (città, cittadella, Notre Dame de la Serra)
- **19 :00** : Cena a Calvi

Giovedì 13 Settembre 2018:

- **09 :00** : Visita della cantina « Domaine Alzipratu » e wine tasting
- **10 :30** : Visita della cantina « Clos Culombu » e wine tasting.
- **11 :30** : Direzione l'Île Rousse con la scoperta della città e del mercato coperto. Pranzo sulla spiaggia
- **14 :30** : Partenza per Saint Florent attraverso il deserto dell'Agriate, visita del paese e del atelier di un artigiano di gelati.
- **17 :00** : Partenza in gommone per escursione snorkeling a Fiume Santu
- **18:30** : Cena al Lotu
- **20:30** : Ritorno a Saint Florent e installazione in albergo a Erbalunga

Venerdì 14 Settembre 2018:

- **07 :00** : Gita in kayak di mare lungo le coste del Cap Corse all'alba
- **09 :00** : Tempo libero
- **11 :00** : Visita del paese di Erbalunga
- **12 :00** : Cena sul porto di Erbalunga
- **14 :30** : Escursione in Bastia " sapori e spirito di Bastia"
- **17 :00** : Visita della Cittadella e installazione in albergo
- **20 :00** : Cena sul vecchio porto

Sabato 15 Settembre 2018:

- **09 :00** : Partenza per la Ferme Bordeo a San Nicolao, visita e workshop
- **12 :00** : Cena in riva al mare
- **15 :00** : Visita del Parc Galea e dei suoi percorsi sensoriali
- **17 :30** : Partenza per l'aeroporto di Bastia

Report

Presentazione Globale

Durante 4 giorni, la CCI2B ha ricevuto Melissa Witsoe, Excursions Manager della compagnia americana Windstar Cruises.

Questa prima visita in Corsica è stata l'occasione per scoprire siti eccezionali, luoghi insoliti, produttori e artigiani di alta qualità, ma anche per testare il signor Witsoe nuove attività per il tempo libero da offrire ai suoi passeggeri.

Descrizione del educational tour, giorno dopo giorno:

Giorni 1 e 2 : Balagna - Saint Florent

Dopo una visita di Calvi, dal porto alla Cittadella, passando per Notre Dame de la Serra e il suo panorama stupendo sulla baia, prendiamo la Strada dei Vini di Balagna. In programma, la visita di 2 cantine: il Clos Culombu e il Domaine d'Alzipratu. Il nostro itinerario prosegue verso l'Ile-Rousse, dov'è piaciuto a Melissa Witsoe passeggiare nelle strade pedonali e nei vicoli del mercato coperto.

Dopo un pranzo sulla Marinella, è il Desert dell'Agriate che si apre davanti a noi. Dopo una passeggiata a St Florent e una pausa golosa presso lo showroom del gelatiere locale José Salge, la compagnia Actisub ci fa fare un'escursione di snorkeling a Fiume Santu per scoprire la fauna e la flora marina. Una cena locale nei paesaggi stupendi della baia del Lotu, concluderà questa bella giornata.

Giornata 3: Erbalunga - Bastia

All'alba, si ritrova la società Objectif Nature per una sessione di kayak di mare da Erbalunga a Lavasina, dove faremo uno "spuntinu" con prodotti locali.

Nel pomeriggio, è una visita di Bastia piuttosto insolita e sensoriale che attende Melissa Witsoe. Prima sosta: Solyvia, dove Christophe Fouilleron proporrà un workshop di creazione di profumi basati su essenze corse.

Poi Jean-Etienne Venturi, l'artigiano di A Biscutteria, racconterà le tradizioni culinarie e gastronomiche della Corsica, prima di assaggiare alcune delle sue creazioni dolci e salate. Una visita all'eccezionale Oratorio della Concezione e qui siamo a pochi passi da Zia Antonia, dove Céline Benoit, la creatrice e artista, non ha pari per raccontare le superstizioni e le tradizioni, sacre e profane, della Corsica.

Ultima sosta, la Maison Mattei per una degustazione dei suoi prodotti, tipici dell'isola.

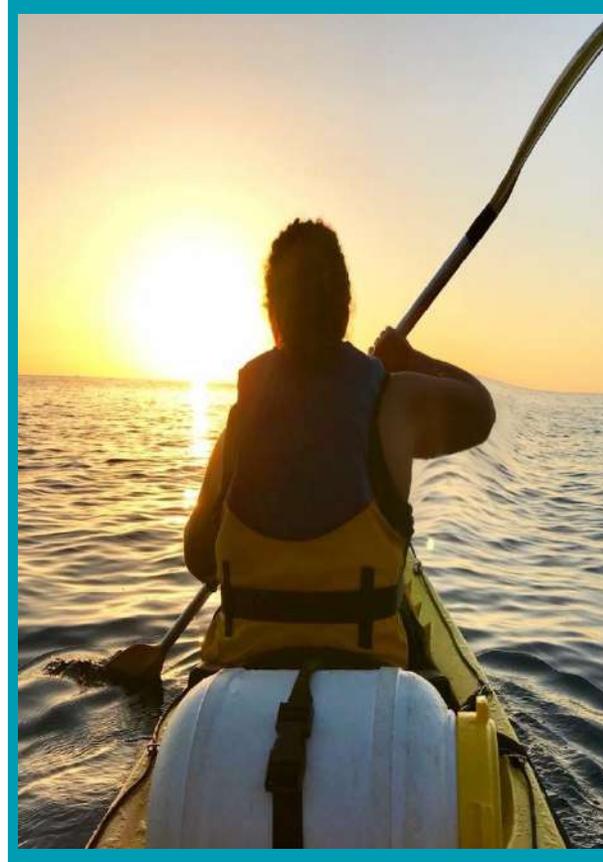
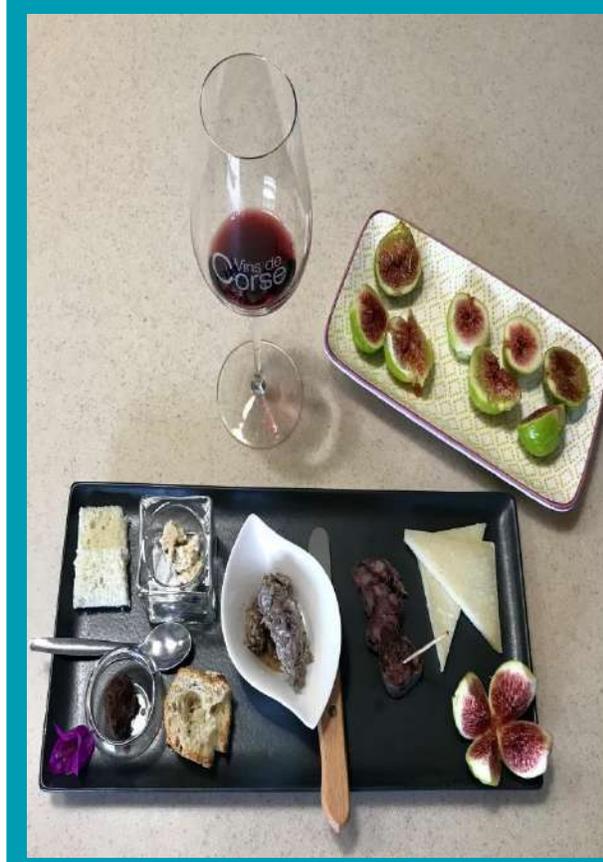
Una passeggiata in città molto apprezzata da Melissa Witsoe, che la porterà fino ai vicoli della Cittadella e al Museo della Città.

Giorno 4:

Dopo aver guidato lungo la Riserva Naturale dello stagno di Biguglia e il sito antico di Mariana, continuiamo a sud verso la Ferme Bordeo di San Nicolao. Qui, tutto è dedicato ai poteri di piante e fiori, che saranno trasformati in oli essenziali e prodotti di bellezza con il marchio Essences Naturelles Corses.

Dopo la visita del giardino botanico e della distilleria, è il momento per un workshop di creazione di cosmesi biologica, con l'oli essenziali prodotti dall'azienda. Una degustazione di prodotti dell'orto e sciroppi fatti in casa con i fiori del giardino completano questa mattina di visita.

Il pomeriggio sarà dedicato alla scoperta del Parc Galea, con il suo direttore Fabrice Fenouillère. Storia della Corsica, laboratori sensoriali e giardini straordinari completano perfettamente e questo giro della Corsica per Melissa Witsoe che tornerà a casa con in mente, la bellezza dei paesaggi e degli incontri fatti durante il suo soggiorno.



EDUCATIONAL WINDSTAR

Bastia & Alta Corsica 12-15/09/2018



Interreg



UNIONE EUROPEA

ItinERA



ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES

MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



Calvi – La Citadella & Notre Dame de la Serra



LA STRADA DEI VINI DI BALAGNA

Domaine Alzipratu – Clos Culombu

Ristorante Piaghja



L'Île-Rousse

I vicoli del Mercato e la spiaggia di Marinella



Saint Florent

Snorkeling e scoperta delle Agriate





La cabane du Lotu

Un luogo unico che si raggiunge soltanto a piedi o in barca...



Erbalunga

Vedere l'alba nel Cap Corse in canoe



Erbalunga Paese di pescatori





BASTIA

Atelier creazione di profumo con Solyvia



Artigiani di Bastia
« A Biscutteria »



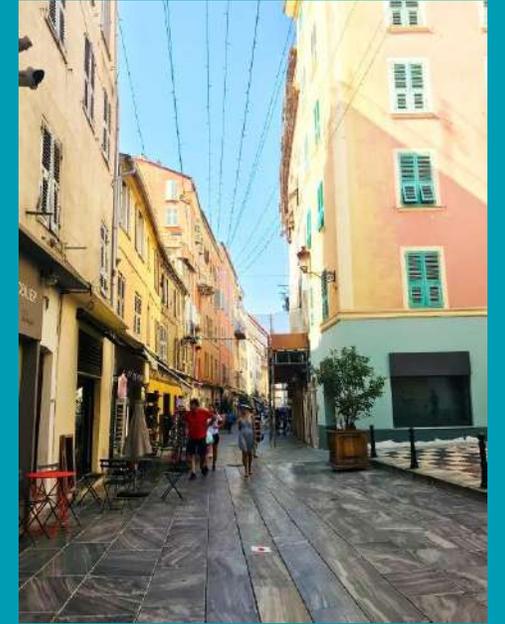
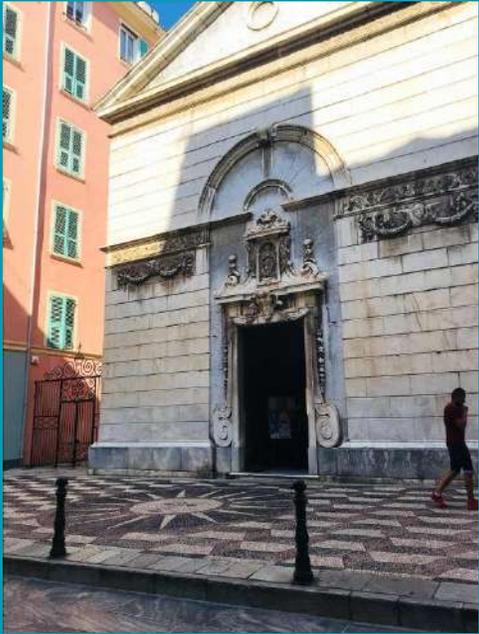
Artigiani di Bastia "Zia Antonia"





Maison LN Mattei

Degustazione « Cap Corse » &
« cédratine »



Bastia, Città autentica



ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES



Ferme Bordeo

Un giardino straordinario





Ferme Bordeo

La distilleria di oli essenziali



La Ferme Bordeo

Atelier di cosmesi biologici



Ferme Bordeo
Degustazione di prodotti locali bio



Essences naturelles corse
Oli essenziali e cosmesi bio



Il Parc Galea

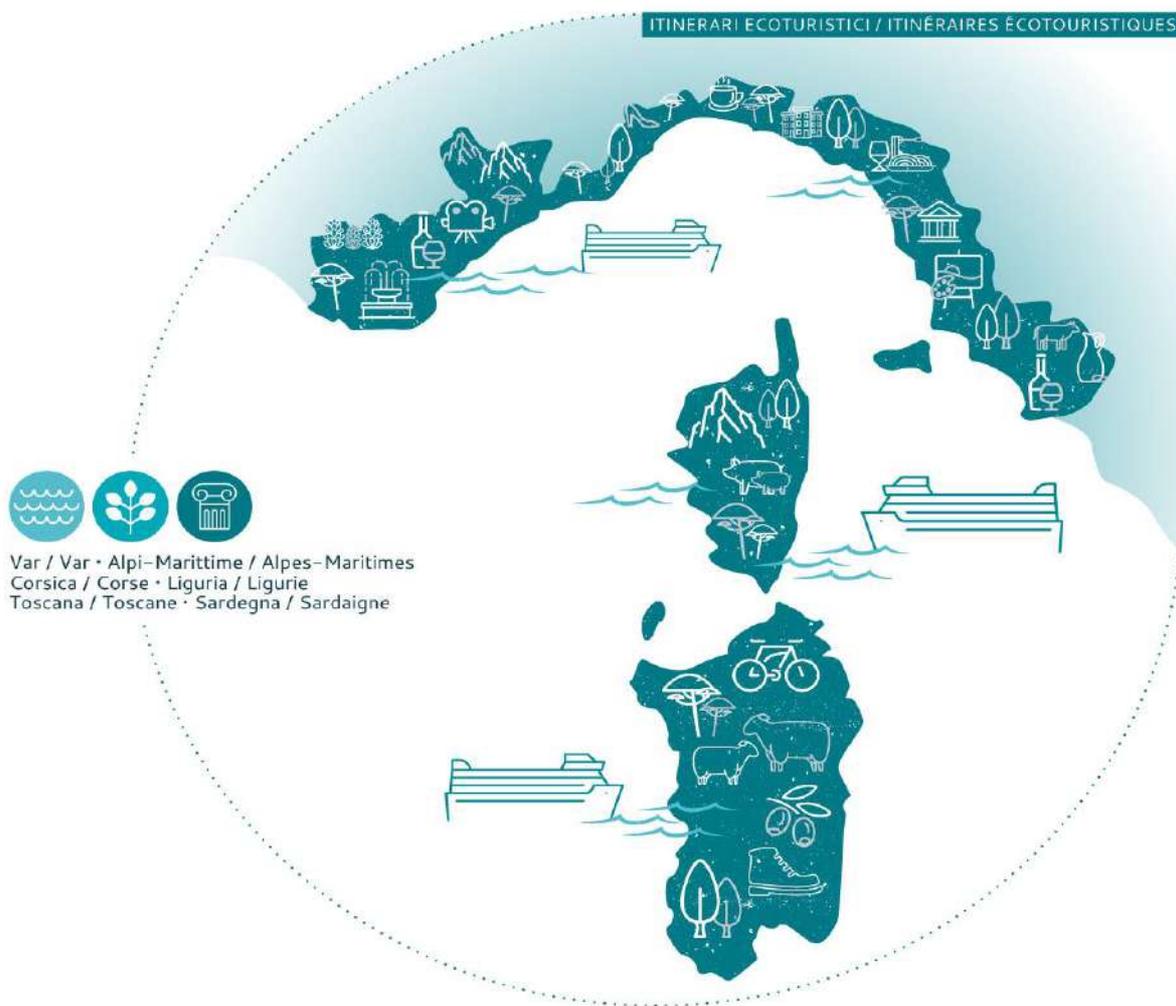
Museo interattivo e percorso sensoriale

COMPOSANTE T

Activité T.1.6

Produit T.1.6.9

“Compte-rendu Eductour Windstar Cruises 12-15.09.2018”



Programme

Mercredi 12 Septembre 2018:

- **14h00** : Arrivée à l'aéroport de Sainte Catherine
- **15h00** : Installation à l'hôtel
- **17h30** : Visite de Calvi (Ville, Citadelle, Notre Dame de la Serra)
- **19h00** : Dîner à Calvi

Jeudi 13 Septembre 2018:

- **09h00** : Visite du Clos Alzipratu avec dégustation
- **10h30** : Visite du Domaine Culombu avec dégustation.
- **11h30** : Continuation vers l'Île Rousse pour la découverte de la ville et du marché couvert.
Déjeuner les pieds dans l'eau
- **14h30** : Départ vers Saint Florent par le désert des Agriate, visite du village et de l'atelier d'un artisan glacier
- **17h00** : Départ en Zodiac pour excursion snorkeling à Fiume Santu
- **18h30** : Apéritif dînatoire à La Cabane du Lotu
- **20h30** : Retour vers Saint Florent et transfert à Erbalunga. Installation à l'hôtel

Vendredi 14 Septembre 2018:

- **07h00** : Départ en kayak pour la découverte des côtes du Cap Corse au lever du soleil
- **09h00** : Retour à l'hôtel & temps libre
- **11h00** : Visite du village d'Erbalunga
- **12h00** : Déjeuner sur le port de pêche d'Erbalunga
- **14h30** : Commencement de la visite de Bastia sur le thème des 5 sens
- **17h00** : Visite de la Citadelle et installation à l'hôtel
- **20h00** : Dîner sur le Vieux Port

Samedi 15 Septembre 2018:

- **09h00** : Départ pour la Ferme Bordeo a San Nicolao avec visite du jardin et de la distillerie et atelier cosmétique
- **12h00** : Déjeuner en bord de mer
- **15h00** : Direction le Parc Galea et ses parcours sensoriels
- **17h30** : Transfert à l'aéroport de Bastia

Compte-rendu

Présentation globale:

Durant 4 jours, la CCI2B a reçu Melissa Witsoe, Responsable des Excursions de la compagnie américaine Windstar Cruises.

Cette première visite en Corse a été l'occasion de lui faire découvrir sites exceptionnels, lieux insolites, producteurs et artisans de grande qualité mais également de faire tester à M. Witsoe de nouvelles activités de loisirs à proposer à ses passagers.

Description de l'éducteur jour après jour:

Jours 1 et 2 : Balagne - Saint Florent

Après une visite de Calvi, du port à la Citadelle en passant par Notre Dame de la Serra et son panorama à couper le souffle, direction la Route des Vins de Balagne. Au programme, la visite de 2 domaines: le Clos Culombu et le Domaine d'Alzipratu. Notre route se poursuit jusqu'à l'Île-Rousse où M. Witsoe prend plaisir à déambuler dans les ruelles piétonnes et dans les allées du Marché couvert.

Après un déjeuner les pieds dans l'eau de la Marinella, c'est le Désert des Agriate qui s'ouvre devant nous. Après une balade dans St Florent et une pause glacé au showroom de l'artisan glacier José Salge, la société Actisub nous embarque pour une randonnée palmée vers Fiume Santu à la découverte de la faune et la flore marine. Un dîner dans le cadre somptueux du Lotu, concocté par la Cabane du Lotu conclura cette journée.

Jour 3: Erbalunga - Bastia

Rendez-vous matinal est pris avec la société Objectif Nature pour une session de kayak au lever du soleil d'Erbalunga à Lavasina, où nous attendra un spuntinu.

L'après-midi, c'est une visite de Bastia tout à fait insolite et sensorielle qui attend Melissa Witsoe.

Première étape: Solyvia, où Christophe Fouilleron proposera un atelier de création de parfums à base de senteurs corses. Puis Jean-Etienne Venturi, artisan de A Biscutteria, racontera les traditions culinaires et gourmandes de la Corse avant de faire déguster quelques-unes de ses créations sucrées et salées. Une visite de l'exceptionnel Oratoire de la Conception et nous voilà quelques pas plus loin chez Zia Antonia, où Celine Benoit, créatrice de la marque, n'a pas son pareil pour narrer les superstitions et traditions, sacrées et profanes, de la Corse.

Dernière étape, la Maison Mattei pour une dégustation de ses produits typiquement insulaires.

Quelques étapes fortement appréciées par Mélissa Witsoe au gré de la visite de la Ville qui la portera jusqu'aux ruelles de la Citadelle et au Musée de la Ville.

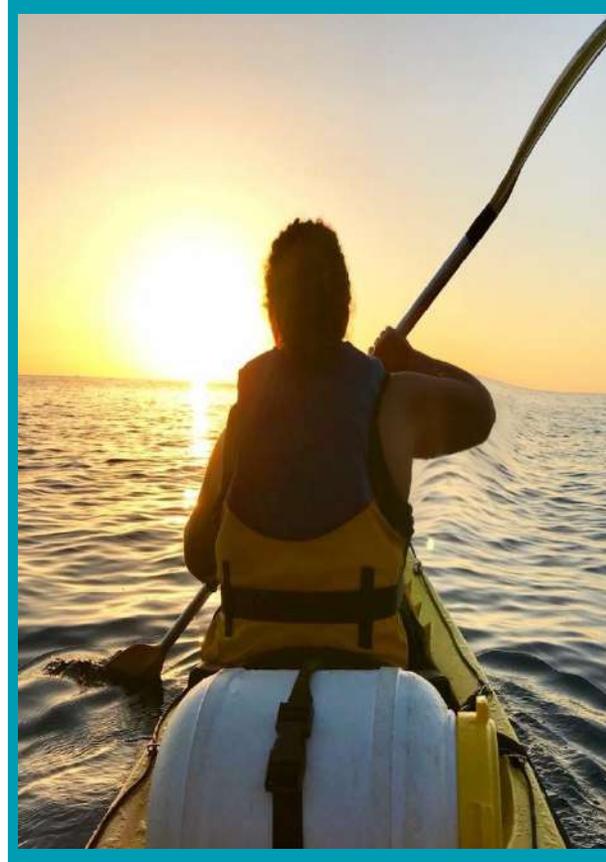
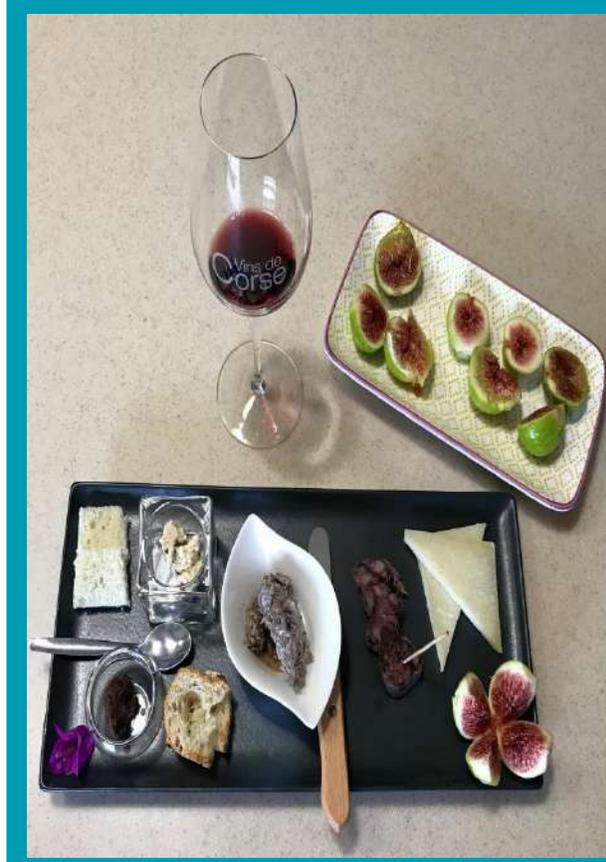
Jour 4:

Après avoir longé la Réserve Naturelle de l'Étang de Biguglia et le site de Mariana, cap au Sud vers la Ferme Bordeo de San Nicolao. Ici, tout est dédié aux pouvoirs des plantes et des fleurs, qui seront transformés en huiles essentielles ou produits de beauté sous la marque Essences Naturelles Corses.

Après la visite du jardin aromatique et de sa distillerie, c'est l'heure d'un atelier de cosmétiques bio à base de hydrolats et huiles essentielles produits sur place. Une dégustation de produits du potager et de sirops maison faits à base de fleurs du jardin achèvera cette matinée.

L'après-midi sera consacré à la découverte du fameux Parc Galea, guides par son directeur Fabrice

Fenuillère. Histoire de la Corse, ateliers sensoriels et jardins extraordinaires se complètent parfaitement et achèvent ce tour de la Haute-Corse pour M. Witsoe qui repartira éblouie par la beauté des paysages mais aussi enchantée de toutes les rencontres faites tout au long de son séjour.



EDUCTOUR WINDSTAR

Bastia & Haute-Corse 12-15/09/2018



Interreg



UNIONE EUROPEA

ItinERA



ITINERARI ECOTURISTICI
ITINÉRAIRES ÉCOTOURISTIQUES

MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



Calvi – La Citadelle & Notre Dame de la Serra



La Route des Vins de Balagne

Domaine Alzipratu – Clos Culombu

Restaurant Piaghja



L'Île-Rousse

Des ruelles du Marché à la plage



Saint Florent

Randonnée snorkeling





La cabane du Lotu

A pieds ou en bateau uniquement..



Erbalunga
Le lever du soleil en kayak



Erbalunga Village de pêcheurs





BASTIA

Atelier création « parfum » SOLYVIA



Artisans de Bastia
« A Biscutteria »

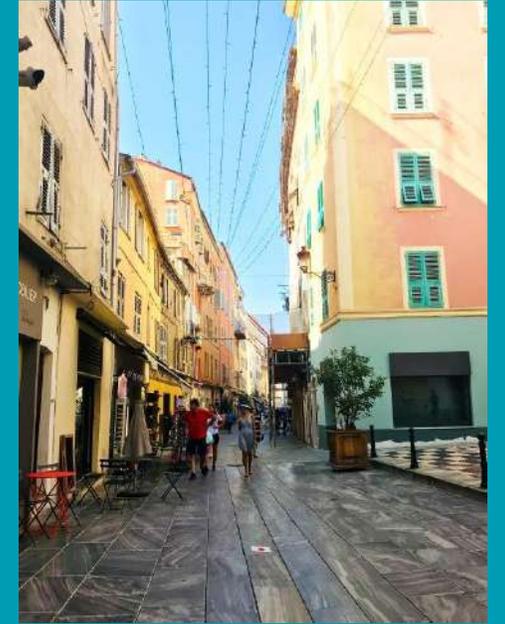
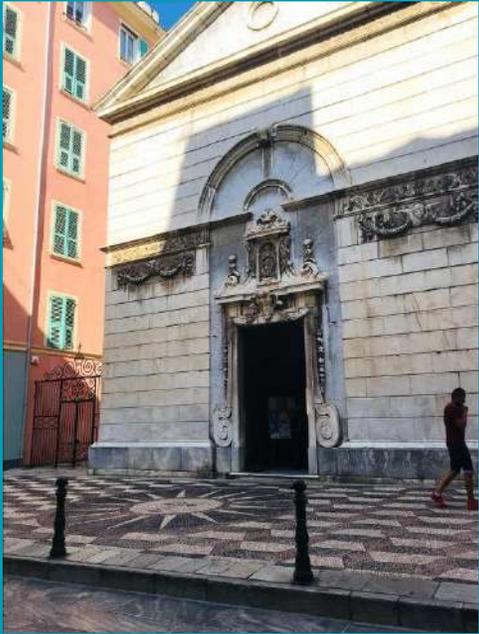


Artisans de Bastia "Zia Antonia"





Maison LN Mattei
dégustation « Cap Corse » &
« cédratine »



Bastia, ville authentique



Ferme Bordeo

Le jardin aromatique





Ferme Bordeo

La distillerie d'huiles essentielles



La Ferme Bordeo

Atelier création de cosmétiques bio



Ferme Bordeo
Dégustation de produits locaux bio



Essences naturelles corses

Produits et cosmétiques bio



Le Parc Galea

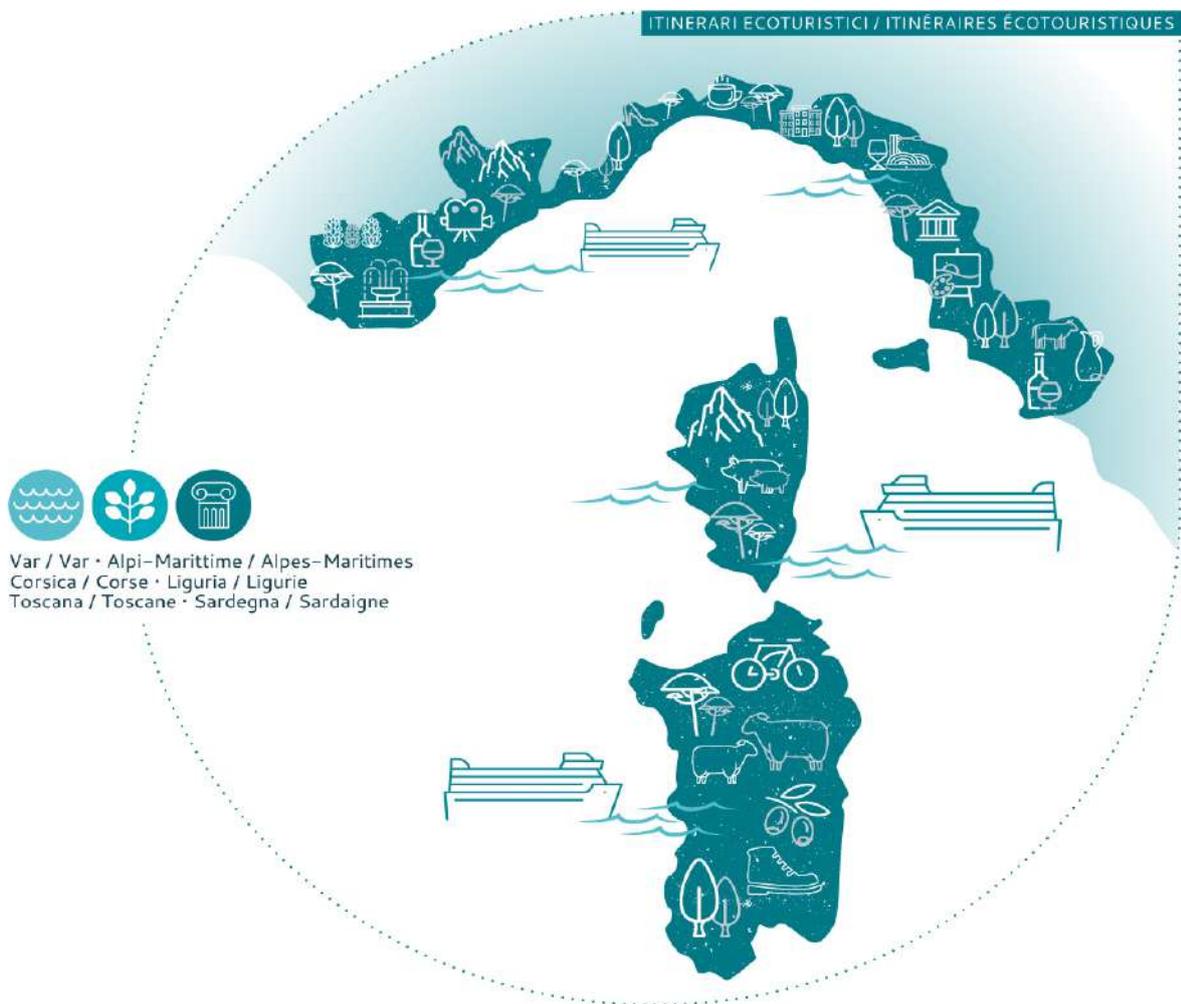
Musée interactif et parcours sensoriel

COMPONENTE T

Attività T.1.6

Prodotto T.1.6.9

“Report sull’educational tour”

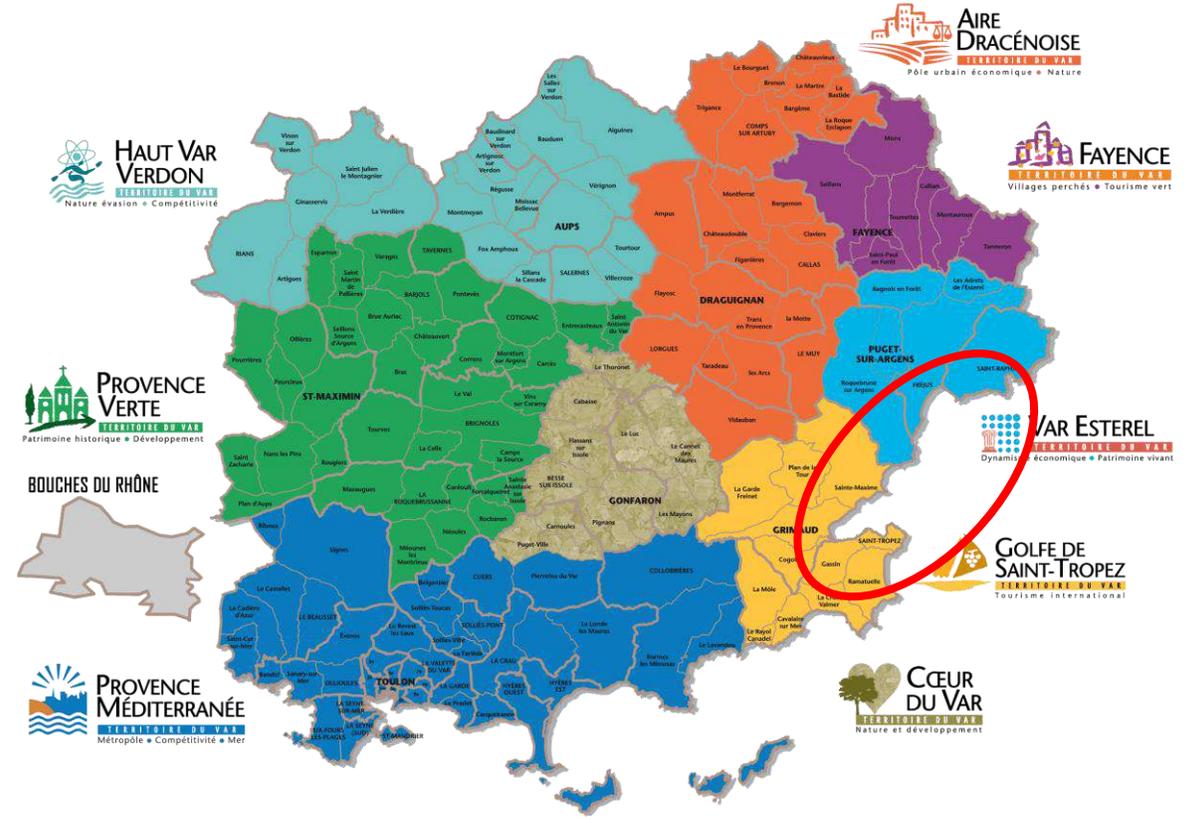




Composante / componente : T1
Activité / Attività : T1.6
Produit / Prodotto : T1.6.9

Rapport sur le déroulement de l'Educational Tour dans le Var / Report sullo svolgimento dell'Educational Tour nel Var

Var Provence 15-18/09/2018



L'ecoturismo allo stato puro/ L'écotourisme à l'état sauvage



Il rifugio ecologico / l'écologie
l'Etoile d'Argens ****

121 Chemin des Étangs, 83370 Fréjus



Navetta marittima sulla riviera Argens /
Navette maritime sur le fleuve Argens





Visita del porto di Frejus /
Visite du port de Fréjus



Arte e storia a Frejus / Art et histoire à Fréjus





Fattoria biologica / Ferme biologique le Jardin de Piboule

148 Route du pont de Vinaigre, 83310 Cogolin



Pic-nic ayurvedico e biologico /
Pique-nique ayurvédique et
biologique



Kayak sulla riviera Argens / Kayak sur la rivière de l'Argens

La Base Du Rocher

19 Chemin du Lac, 83520 Roquebrune-sur-Argens



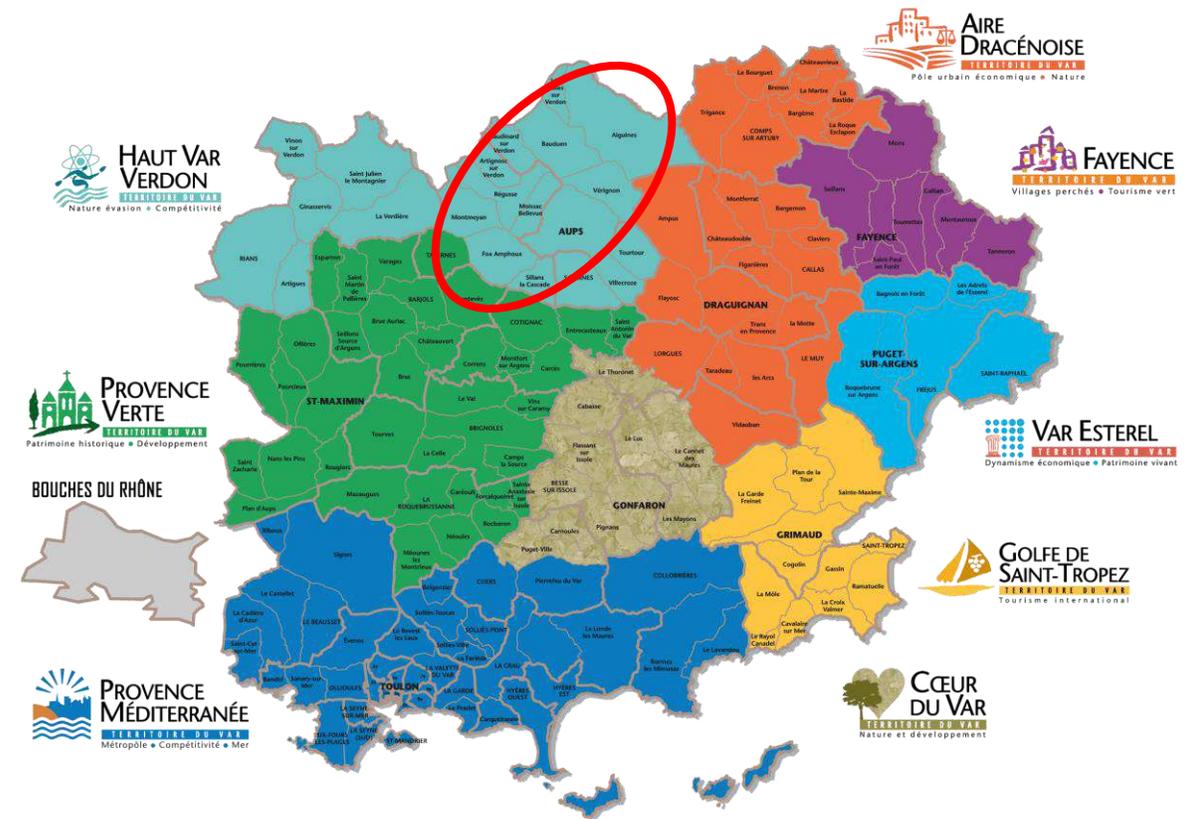
Giro della montagna di Roquebrune-sur-Argens in bicicletta elettrica /
Tour du rocher de Roquebrune-sur-Argens en VTT électrique



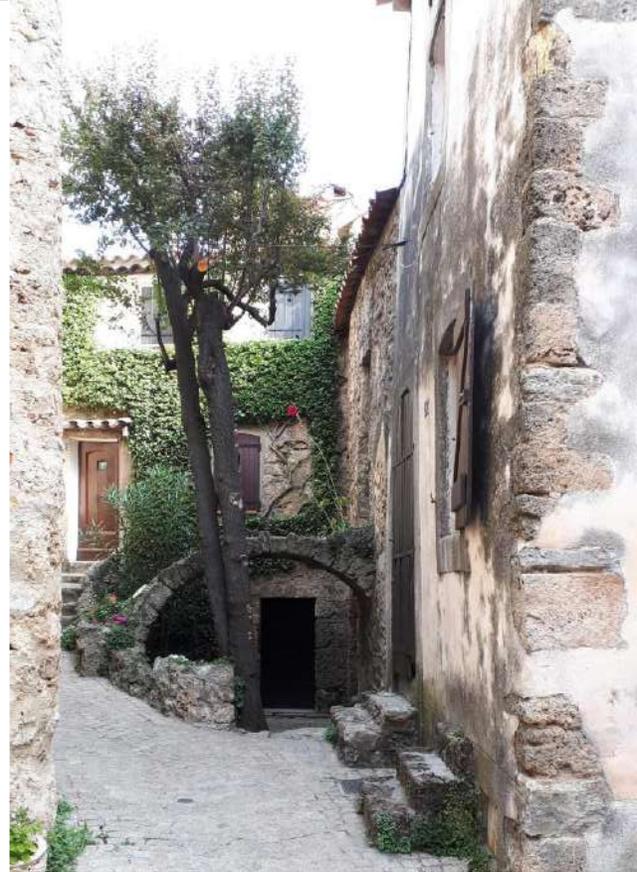
Visita del centro storico di Roquebrune-sur-Argens e del suo museo del Cioccolato/
Visite du centre historique de Roquebrune-sur-Argens et de son musée du Chocolat

Degustazioni
di vino /
Master class
autour du vin





Alla scoperta del tartufo di Aups e delle bellezze naturali del canyon del Verdon /
 A la découverte de la truffe d'Aups et des beautés incroyables des Gorges du Verdon



Visita del centro antico di Tourtour /
Visite du centre historique de Tourtour



Degustazioni di tartufo d'Aups
Master Class autour de la truffe d'Aups



Museo interattivo del Tartufo d'Aups /
Musée interactif de la Truffe d'Aups



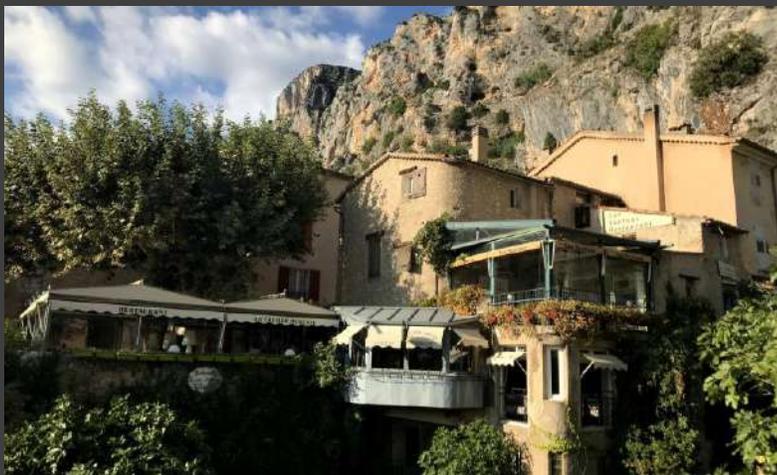
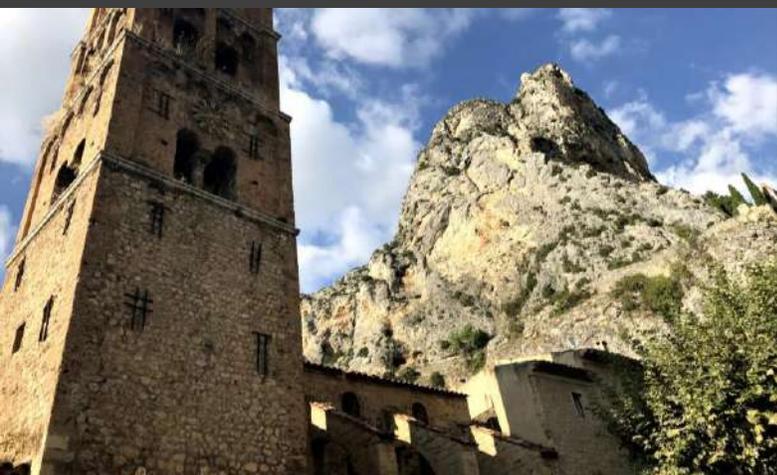
Pranzo / déjeuner au Bistrot de Pays "Le Bellevue"



Catamarano sul lago di Sainte Croix /
Catamaran sur le lac de Sainte Croix



Visita del centro
antico di Moustiers-
Sainte-Marie /
Visite du centre
historique de
Moustiers-Sainte-
Marie

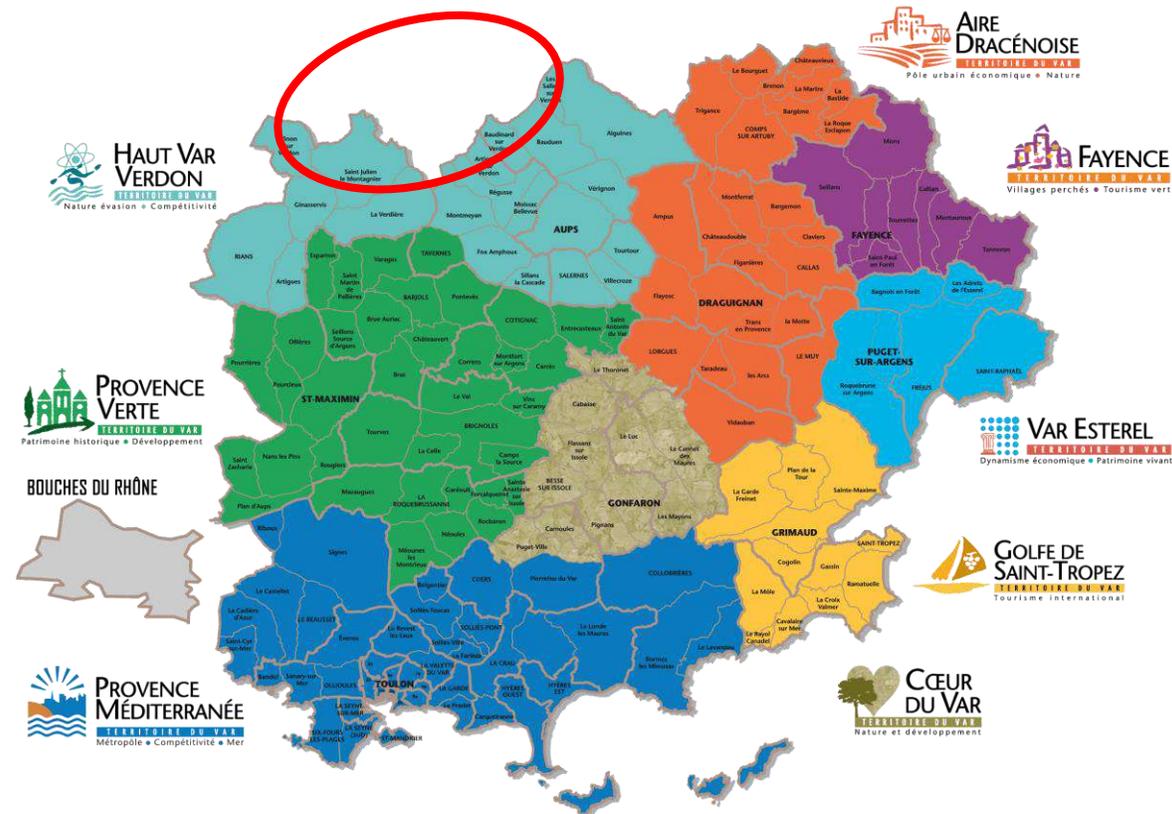




Cena / Diner

Bastide de Calalou ****

Route de Baudinard, 83630 Moissac-Bellevue



Alla scoperta dei campi di lavanda / A la découverte des champs de lavande



Distilleria tradizionale di lavanda /
Distilleries traditionnelles de lavande

In giro tra i campi
di lavanda con la
bicicletta elettrica/
A la découverte
des champs de
lavande en vélo
électrique





Pic-nic biologique tra i campi di lavanda /
Pique-nique bio dans les champs de
lavande



L'Occitane En Provence fabbrica e negozio /
L'Occitane En Provence fabrique et magasin



Composante / componente : T1

Activité / Attività : T1.6

Produit / Prodotto : T1.6.9

Rapport sur le déroulement de l'Educational Tour dans le Var / Report sullo svolgimento dell'Educational Tour nel Var

Table with 8 columns: ACTIVITE / ATTIVITA, COMPAGNIE/ AZIENDA, Contact/Contatto, TEL, MAIL, LES AVIS DES PROFESSIONNELS (Points d'excellence, Points d'amélioration), LE OPINIONI DEI PROFESSIONISTI (Punti di eccellenza, Punti di miglioramento). Rows include Buffet Bio, ECOLOGE, Navette maritime, PORT de FREJUS, Visite de la ville de Fréjus, and FERME / AZIENDA AGRICOLA.

Cours de YOGA/ Corso di Yoga	PURE NATURE YOGA	Emmanuelle JEANNE	(+33)643128713	emmanuelle.jeanne@yahoo.fr	Enseignante vraiment engageante, clairement très compétente, visiblement passionnée par sa pratique. Cadre exceptionnel.	Comme ci-dessus... tout est parfait - ce ne sont que les dernières touches de raffinement qui feront de cette activité un produit vraiment génial. S'il s'agit d'une croisière, une installation de douche intelligente sera nécessaire pour que les passagers puissent se rafraîchir avant de rentrer au navire. Il aurait été bien d'essayer le cours de yoga même pour une cession de 30 minutes. À inclure dans votre prochaine inspection du site.	Insegnante davvero coinvolgente, chiaramente molto competente, ovviamente appassionata della sua pratica. Quadro eccezionale.	Come sopra ... tutto è perfetto - sono solo gli ultimi tocchi di raffinatezza che renderanno questa attività un prodotto davvero eccezionale. Se si tratta di una crociera, sarà necessario un impianto doccia intelligente i passeggeri possono rinfrescarsi prima di tornare sulla nave. Sarebbe stato bello provare la lezione di yoga anche solo per 30 minuti	
Naturopathe / naturopate	Bodo FATH	Bodo FATH	(+33)647182378	contact@bodofath.com	La visite du jardin des herbes et des fleurs comestibles était un interlude intéressant. Cela pourrait certainement devenir une option solide pour les visiteurs mais restera toujours un élément secondaire de l'événement principal. Néanmoins, il convient d'accorder une attention particulière aux faiblesses constatées afin qu'il puisse faire partie intégrante d'une visite. Un livre sur les fleurs et les herbes de ce jardin, relatant certaines des histoires qui nous ont été racontées, serait un cadeau sympa à vendre ici. Peut-être combiner avec l'histoire plus large de la ferme, des recettes et des conseils de yoga... un manuel pour une vie meilleure!	Comme ci-dessus, le principal défaut du jardin résidait dans la finesse de la présentation. Bien que j'apprécie le fait qu'il s'agisse d'un jardin biologique, il serait beaucoup plus attrayant s'il était présenté de manière impeccable - avec un chemin bordé (fait de matériaux naturels), des divisions plus claires entre les plantes / types de plans, une irrigation plus propre et généralement plus soignée. J'ai également sérieusement recommandé que les sujets et le ton de la conversation soient considérés de manière plus réfléchie. Je suis conscient que la communication dans une langue étrangère peut être un défi, mais dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, les commentaires négatifs ne tardent pas.	La visita del giardino di erbe e fiori commestibili è stata un interessante interludio. Questo potrebbe certamente diventare una valida opzione per i visitatori, ma rimarrà sempre un elemento secondario dell'evento principale. Ciononostante, dovrebbe essere prestata particolare attenzione alle carenze individuate affinché possa diventare parte integrante di una visita. Un libro sui fiori e le erbe di questo giardino, che racconta alcune delle storie che ci sono state raccontate, sarebbe un bel regalo da vendere in una boutique. Forse combinare con la più ampia storia della fattoria, ricette e consigli di yoga ... un manuale per una vita migliore!	Come sopra, il difetto principale del giardino era la finezza della presentazione. Anche se apprezzo il fatto che si tratti di un orto biologico, sarebbe molto più attraente se fosse presentato in modo impeccabile - con un percorso pulito (fatto di materiali naturali), divisioni più chiare tra piante / zone, un'irrigazione più ordinata e generalmente più pulita. Ho anche caldamente raccomandato che gli argomenti e il tono della conversazione siano più ponderati. Sono consapevole che la comunicazione in una lingua straniera possa essere una sfida, ma nel settore alberghiero e della ristorazione, i commenti negativi non tardano ad arrivare.	
Buffet Ayurvedic / Catering ayurvedico	Virginie RODRIGUEZ	Virginie RODRIGUEZ	(+33)635448762	contact@boutique-santenutrition.com	Sans doute la meilleure variété de nourriture végétarienne que j'ai jamais testé. C'était presque suffisant pour envoyer un carnivore assumé du côté obscur. La variété, la qualité et la fraîcheur des produits ont été combinées avec talent et mon histoire d'amour avec la betterave a rapidement repris vie!	Il serait faux de suggérer de la viande au menu. Cela serait contre-productif au message que la ferme essaie de véhiculer. Bien que la viande et l'alcool soient des options essentielles pour certains passagers de croisière, j'étais parfaitement satisfait. Cependant, une description claire de la visite est essentielle pour éviter toute déception possible et toute personne venant en sachant à quoi s'attendre sera ravie de ce qu'elle verra et mangera!	Probabilmente la migliore varietà di cibo vegetariano che abbia mai provato. Era quasi sufficiente per mandare un carnivoro dal lato oscuro ! La varietà, la qualità e la freschezza dei prodotti sono stati combinati con il talento e la mia storia d'amore con la barbabietola è tornata rapidamente alla vita!	Sarebbe sbagliato suggerire la carne nel menu. Ciò sarebbe controproducente per il messaggio che l'azienda sta cercando di trasmettere. Anche se la carne e l'alcol sono opzioni essenziali per alcuni passeggeri delle crociere, sono rimasto perfettamente soddisfatto. Tuttavia, una descrizione chiara della visita è essenziale per evitare ogni possibile delusione e chiunque sappia cosa aspettarsi sarà lieto di ciò che vedrà e mangerà!	
Musicien / Cantante	AAA PROD	Elodie AGNES	(+33)770263637	e.agnes@aaaproduct.com	Le musicien a choisi le juste ton. Le choix et le volume de la musique étaient parfaits. Trop souvent, le choix de la musique va à l'encontre de l'occasion et le volume peut être perturbateur. Mais dans cette occasion s'était parfait, assez fort pour l'entendre, mais pas trop fort pour noyer la conversation. C'était parfait ;)	Enregistrer le réglage du volume et les choix de musique... absolument aucune plainte ou suggestion d'amélioration de ma part!	Il musicista ha scelto il tono giusto. La scelta e il volume della musica erano perfetti. Troppo spesso, la scelta della musica va contro l'occasione e il volume può essere dirompente. Ma in questa occasione era perfetto, abbastanza forte da sentirlo, ma non troppo forte per sopraffare la conversazione. È stato perfetto ;)	Registrare le impostazioni del volume e le scelte musicali ... assolutamente nessuna lamentela o suggerimento di miglioramento da parte mia!	
Déscente de l'Argens en kayak / discesa dell'Argens in Kayak	CAP KAYA	Florian ZERBIB	(+33)615117801	florian.zerbib@cap-kaya.fr	Mon partenaire et moi-même avons rapidement adopté un rythme professionnel, contrairement à l'autre équipage! Il s'agissait d'une pagaie facile, bon équipement et beau paysage. Je soupçonne que plus de temps passé sur l'eau offrirait une plus grande récompense. Notre guide était sympathique, poli et a partagé quelques idées intéressantes. L'équipement est bon, il y a un vestiaire et des toilettes pour les invités.	Le temps nous a empêché de nous aventurer trop loin en amont ou en aval et, selon le gérant, nous avons manqué l'opportunité de rouler dans les rapides ou d'observer des paysages plus variés ou spectaculaires. Il est difficile de critiquer une visite sans l'avoir faite entièrement, je ne peux que laisser des critiques positives de ce que j'ai vu. Si je cherchais vraiment, je pense que j'aurais aimé entendre plus d'histoires sur le paysage naturel et la faune de la part de notre guide. Juste besoin d'ajouter des casiers.	Il mio compagno e io abbiamo adottato rapidamente un ritmo veloce, a differenza del resto del gruppo ! Era un percorso facile, con una buona attrezzatura e uno splendido scenario. Sospetto che più tempo trascorso sull'acqua offrirebbe una ricompensa maggiore. La nostra guida è stata cordiale, educata e ha condiviso alcune idee interessanti. L'attrezzatura è buona, c'è un guardaroba e servizi igienici per gli ospiti.	Il tempo ci ha impedito di avventurarci troppo a monte o a valle e, secondo il gestore, abbiamo perso l'opportunità di navigare sulle rapide o di osservare paesaggi più vari o spettacolari. È difficile criticare una visita senza averla fatta interamente, posso solo lasciare recensioni positive su ciò che ho visto. Penso che mi sarebbe piaciuto sentire altre storie sul paesaggio naturale e sulla fauna selvatica dalla nostra guida. aggiungere armadietti sotto chiave.	
Vélo électrique autour du rocher de Roquebrune/ bicicletta elettrica attorno al massiccio di Roquebrune	MOUVNATURE	Yann CLOCHARD	(+33)678166329	yannclochard@mouvnature.fr	Des bicyclettes de haute qualité, de bons casques, un excellent guide et un parcours magnifique à travers un paysage spectaculaire. La notion de sanglier errant dans le sous-bois signifiait que je regardais peut-être plus que d'habitude et que j'appréciais davantage le paysage qu'habituellement. J'ai adoré cette tournée avec la vue magnifique sur les montagnes et facile d'accès, l'équipement est tout neuf et à titre d'information, j'ai réservé un tour pour des amis, mon partenaire et moi-même en octobre et je confirme qu'il s'agit d'un fournisseur sur lequel vous pouvez compter, professionnel et compétent pour expliquer toutes les techniques.	Le terrain était parfois difficile et l'activité devrait être accompagnée d'un avertissement de compétence. Les coureurs plus âgés ou inexpérimentés peuvent le trouver trop difficile et il existe un risque réel de blessure, même pour les personnes les plus compétentes. Cependant, s'il existe un risque, je prendrais encore et encore pour profiter du paysage majestueux, dommage que nous n'ayons vu aucun cochon! Les clients doivent signer un formulaire de renonciation et avoir déjà fait du vélo.	Biciclette di alta qualità, buoni elmetti, una guida eccellente e un magnifico percorso attraverso un paesaggio spettacolare. Ho adorato questo tour con la splendida vista sulle montagne e di facile accesso, l'attrezzatura è nuova di zecca, il fornitore è affidabile, professionale e competente per spiegare tutte le tecniche.	Il percorso era a volte difficile e l'attività dovrebbe essere accompagnata da un avvertimento sul livello richiesto. I passeggeri anziani o inesperti possono trovarlo troppo difficile e c'è un rischio reale di cadere, anche per le persone più competenti. I clienti devono firmare un modulo di rinuncia ed essere abituati a pedalare.	
Musée du Chocolat / Museo del Cioccolato	Office du Tourisme / ufficio del Turismo				Un bâtiment couleur vanille de l'extérieur mais cela ajoute à l'incrédulité de l'intérieur qui a été reconverti avec gaieté. Il existe un parcours facile autour des expositions qui devrait permettre aux visiteurs de suivre la bonne direction.	La collection était intéressante mais il manque peut-être quelques objets de collection et son espace est évidemment limité (bien que rien ne puisse être fait à ce sujet). Je pense que cela ne peut être qu'un court interlude dans un tour plus important avec d'autres moments forts, mais honnêtement, j'ai quand même aimé!	Un edificio color vaniglia molto banale dall'esterno e grande incredulità per l'interno che è stato riconvertito con allegria. La mostra è ben indicata e ciò dovrebbe consentire ai visitatori di seguire la giusta direzione.	La collezione era interessante ma scarna e il suo spazio è ovviamente limitato (anche se non si può fare nulla al riguardo). Penso che questo possa essere solo un breve interludio per un tour più grande con altri punti salienti, ma sinceramente, lo adoro ancora!	
Master class autour du vin/ WINE MASTER CLASS	VIDIVINO	Erwann CHICHERY	(+33)612124212	info@vidivino.fr	Le succès de cet événement n'avait rien à voir avec la qualité de la nourriture et, plus important encore, avec le vin, mais était entièrement dû à la personnalité du sommelier. J'ai assisté à un bon nombre d'événements similaires dans d'autres endroits, mais peu ont été comparables. Si l'excursion peut retenir les services de notre sommelier, ce sera un franc succès.	Difficile à reprocher, mais je soupçonne que l'absence de places assises posera problème à de nombreux croisiéristes, en particulier les plus âgés des navires de niche/ luxe.	Il successo di questo evento non aveva nulla a che fare con la qualità del cibo e, cosa più importante, con il vino, ma era interamente dovuto alla personalità del sommelier. Ho partecipato a un buon numero di eventi simili in altri luoghi, ma pochi sono stati paragonabili. Se l'escursione può conservare i servizi del nostro sommelier, sarà un grande successo.	Difficile da incolpare, ma sospetto che la mancanza di posti a sedere sarà un problema per molti passeggeri delle crociere, specialmente per le navi di nicchia / lusso.	
Buffet pendant le master class/ Catering durante la master class	EVELYNE.COM	Evelyne	(+33)494810977		La nourriture (comme le vin) était excellente - bonne variété, belles saveurs et clairement que d'ingrédients de haute qualité. Dans mes commentaires ci-dessus, je ne veux pas minimiser le rôle de la nourriture, mais il faut noter que cette activité repose entièrement sur les capacités d'un orateur très convaincant. Certes, il y aurait des plaintes si la nourriture n'était pas excellente, mais ça l'était - merci!	Je ne peux rien reprocher à la nourriture, mais j'encouragerais peut-être les organisateurs à établir un lien plus étroit entre le lieu, les ingrédients, les recettes et le vin. Peut-être pointillé de quelques anecdotes qui lient ces éléments ensemble.	Il cibo (come il vino) era eccellente: buona varietà, buoni sapori e chiaramente solo ingredienti di alta qualità. Nei miei commenti sopra, non voglio minimizzare il ruolo del cibo, ma è opportuno notare che questa attività si basa interamente sulle capacità di un oratore molto avvincente. Sì, ci sarebbero lamentele se il cibo non fosse eccellente, ma lo è stato - grazie!	Non posso criticare il cibo, ma potrei incoraggiare gli organizzatori a stabilire un legame più stretto tra il luogo, gli ingredienti, le ricette e il vino. Forse punteggiato da alcuni aneddoti che collegano questi elementi insieme.	
Chocolatier / Cioccolataio	CHOCOLATERIE DU ROCHER	Philippe VINAY	(+33)624840191	philippevinay643@hotmail.fr	Whoa, qui peut critiquer une chocolatière ? quelqu'un qui a consacré sa vie à notre plaisir ? J'adore le chocolat et je suis donc très partial. Voici un bon exemple et j'ai eu un petit béguin pour notre hôte. C'était la célébration d'une des choses les plus subtiles de la vie et c'est donc un grand bravo de ma part :-)	Notre arrivée n'a peut-être pas été programmée à l'avance, mais il doit s'agir d'une activité interactive avec une démonstration suivie d'une participation du public et d'un chocolat à emporter (que vous avez créé ou décoré vous-même).	Whoa, chi può criticare una cioccolata? qualcuno che ha dedicato la sua vita a questo piacere? Amo la cioccolata quindi sono molto parziale. Ecco un buon esempio e ho avuto una piccola cotta per il nostro ospite. E 'stata la celebrazione di una delle cose più amate da me e non posso che incoraggiarlo :-)	Il nostro arrivo potrebbe non essere stato programmato in anticipo, ma deve essere un'attività interattiva con la partecipazione del pubblico e cioccolato da asporto (o che hai creato o decorato da solo).	
					JOUR 2				
Visite du village de Tourtour / Visita del villaggio di Tourtour	Office du Tourisme / ufficio del Turismo	Fabien Perrot	(+33) 4 94 70 19 12	fperrot@cclgv.fr	J'espère qu'il suffit de dire que je reviendrai à Tourtour avec ma femme pour profiter de ce village imaginaire avec un rythme plus tranquille. C'est la France la meilleure et la plus vraie, il faut la partager mais doucement et avec précaution pour ne pas la surcharger. Il est à noter que notre guide a joué un rôle essentiel dans cette impression à travers son récit éducatif et divertissant.	Ne changez rien !	Spero sia sufficiente dire che tornerò a Tourtour con mia moglie per godermi ancora questo villaggio da sogno ma con un ritmo più tranquillo. Questa è la Francia migliore e la più vera, deve essere condivisa ma con delicatezza e attenzione per non danneggiarla. Va notato che la nostra guida ha svolto un ruolo fondamentale attraverso i suoi racconti educativi e divertenti.	Non cambiare nulla!	
					GIORNO 2				

Musée de la Truffe / Museo del Tartufo	Directeur / Direttore	Laurent Pericat	(+33) 4 94 84 00 69	laurent.pericat@wanadoo.fr	Je ne peux penser à une meilleure introduction à la capitale de la truffe qu'une visite au musée qui explique à peu près tout ce que vous devez savoir sur les truffes. Ce produit alimentaire occupe la première place avec le chocolat dans ma liste des «choses les plus raffinées» et ce fut un privilège de passer du temps ici (au musée et dans les envirois).	La langue française a dominé notre visite; panneaux, littérature et conversation. J'en étais très heureux car j'aspire à être français un jour (malgré une très mauvaise maîtrise de la langue!), mais il faudra terminer le travail à cet égard pour faire plaisir aux autres visiteurs étrangers.	Non riesco a pensare ad un'introduzione migliore alla capitale del tartufo di una visita al museo che spiega tutto ciò che c'è da sapere sul tartufo. Nella mia lista di "cose più raffinate", questo alimento è stato classificato per primo con il cioccolato ed è stato un privilegio trascorrere del tempo qui (al museo e nella zona circostante).	La lingua francese ha dominato la nostra visita: pannelli, letteratura e conversazione. Sono stato molto felice perché un giorno aspiro ad essere francese (nonostante le scarse competenze linguistiche!). Ma sarà necessario completare il lavoro in questo senso per compiacere agli altri visitatori stranieri.
MASTERCLASS sur la truffe /sul TARTUFO	CHEF	Sébastien Gaillard	04 94 67 02 41		D'accord, confession: j'ai essayé les œufs et les raviolis quand je suis rentré chez moi avec les truffes achetées au musée. Les truffes ont été un triomphe et l'œuf et les pâtes un désastre. Je vais m'en tenir à la dégustation. Cette master class a grandement contribué à mes impressions entièrement positives sur Tourtour.	Les truffes méritent une visite parfaitement soignée, un niveau de luxe approprié au produit et au potentiel démographique des vacanciers. Tous les efforts doivent être mis en œuvre pour que chaque élément de la livraison atteigne le même classement 5 * du produit cru et cuit.	Ok, confession: ho provato le uova e ravioli quando sono tornato a casa con i tartufi acquistati al museo. I tartufi erano un trionfo e l'uovo e la pasta erano un disastro. Mi atterro' alla degustazione. Questa master class ha notevolmente contribuito alle mie impressioni positive di Tourtour. Sicuramente da raccomandare.	I tartufi meritano una visita perfettamente pulita, un livello di lusso adeguato al prodotto e al potenziale economico dei vacanzieri. Dovrebbe essere fatto ogni sforzo per garantire che tutto raggiunga un livello 5 *.
Catamarano sur le lac Sainte Croix/ Catamarano sul lago di Sainte Croix	Base Nautique / base nautica		(+33) 4 94 76 50 88	spn@lessallessurverdon.fr	Une activité physique vraiment convaincante avec des instructions bien exécutées et un équipement de bonne qualité. L'action sur notre bateau a probablement été un peu plus raide que nous l'avions prévu au départ, mais c'était un bon frisson. L'escalade sur l'île a été un ajout judicieux, avec des histoires intéressantes et une courte formation à la voile.	Je suppose que des boissons fraîches et des collations pourraient être fournies, peut-être une tasse de café sur l'île par une journée plus fraîche. Je pense que ce serait également une bonne idée de présenter une introduction au brevet de voile. C'est un moyen peu coûteux mais efficace de surpasser une aventure par ailleurs excellente.	Un'attività fisica davvero convincente con istruzioni ben eseguite e attrezzature di buona qualità. La difficoltà è stata probabilmente un po' più importante di quanto avevamo inizialmente previsto, ma è stata una bella emozione. La sosta sull'isola è stata un'aggiunta sapiente, con storie interessanti e un breve allenamento in barca a vela.	Immagino che potrebbero essere fornite bevande e snack freschi, magari una tazza di caffè sull'isola in una giornata più fredda. Penso che sarebbe anche una buona idea proporre un'introduzione al brevetto di vela. È un modo economico ma efficace per migliorare ancora di più un'avventura altrimenti eccellente.
Visite du village de / Visita del villaggio di Moustier Sainte Marie	Office du Tourisme / ufficio del Turismo	Aleksandra LUCIANI	(+33) 4 92 74 67 84	aluciani@moustiers.fr	Il village est encore plus agréable que les autres villages français que j'ai visités. Un lieu secret spécial que beaucoup de gens n'espèrent trouver - et ce que j'ai ressenti à Tourtour. Néanmoins, c'est une ville qui a prospéré de son patrimoine et ne doit pas changer. Je souhaite que nous ayons eu plus de temps ici pour mieux explorer certaines des caractéristiques les plus remarquables, mais c'est un joyau incontestable qui ravira les passagers de croisière en visite.	L'accès et les déplacements en ville peuvent poser problème pour certains passagers. Mais la ville ne cherche pas à attirer des milliers de croisiéristes. Cette lacune naturelle aidera donc à contrôler le nombre de croisiéristes. Une visite de la ville soigneusement planifiée, guidée et scénarisée sera un grand succès et les combinaisons sont faciles - mais c'est aussi un risque, une mauvaise narration et des faits saillants mal pensés (pensez variété) laisseront une impression injuste.	MSM è ancora più stereotipato di Tourtour, e la forte frequentazione lo ha fatto diventare un'attrazione turistica piuttosto che uno speciale luogo segreto e speciale. Tuttavia, è una città che ha prosperato grazie al suo patrimonio e non deve cambiare. Mi piacerebbe avere più tempo per esplorare al meglio alcune delle caratteristiche più notevoli, ma è un gioiello indiscutibile che delizierà i visitatori in crociera.	L'accesso e i viaggi nelle città possono essere problematici per alcuni passeggeri. Ma la città non sta cercando di attirare migliaia di passeggeri da crociera. Questo problema naturale aiuterà a controllare il numero di visitatori. Un tour della città attentamente programmato, guidato e sceneggiato sarà un grande successo e le combinazioni sono facili - ma è anche un rischio, una brutta narrazione e punti salienti male pensati lasceranno un'impressione ingiusta.
HOTEL	BASTIDE CALALOU		(+33) 494.70.17.91	info@bastide-du-calalou.com	Et ainsi se conclut notre journée la plus française. Spectaculaire - tout. La bâtisse, la chambre, la nourriture, les installations, le jardin, tout. Cette nuit était envoûtante. Je recommanderai cet hôtel en privé et professionnellement.	Désolé, je ne peux faire aucune suggestion d'amélioration ici. La machine industrielle pour le café le matin...	E così finisce il nostro giorno più francese. Spettacolare - tutto. L'edificio, la stanza, il cibo, le strutture, il giardino, tutto. Questa notte è stata ipnotizzante. Consiglierei questo hotel privatamente e professionalmente.	Spiacente, non posso dare suggerimenti per migliorare qui. La macchina industriale per il caffè al mattino ...

					JOUR 3	GIORNO 3		
Buffet Bio dans un champ de lavande/ catering biologico in un campo di lavanda	POTAGER MODERN	Jean-François and Veronique	(+33) 4 94 77 20 05	lepotagermoderne@gmail.com	Une sélection très réfléchiée de meilleurs produits de la région. De petits groupes seront servis par un si beau buffet. L'ajout de brèves présentations sur les produits en vedette pour éduquer le consommateur est une touche vraiment intelligente. Le traiteur de cet événement devrait gagner une étoile d'or pour sa planification bien pensée. De plus, en conséquence, je recommence à manger du miel - bien que je sois malheureusement à court de ma marque française préférée et que je devrais donc revenir un jour!	Sans doute a-t-il été envisagé de préparer des pique-niques pour les couples romantiques et de prendre en charge différentes tailles de groupes. J'espère que les grands groupes pourront être satisfaits de manière routinière et que ça ne soit pas une touche spéciale pour nous (même si je leur en suis sincèrement reconnaissant!).	Una selezione molto attenta dei migliori prodotti della regione. Piccoli gruppi saranno deliziati da un buffet così bello. Aggiungere brevi presentazioni sui prodotti in vetrina per educare il consumatore è un tocco davvero intelligente. Il catering di questo evento dovrebbe guadagnare una stella d'oro per la sua organizzazione. Inoltre, sto iniziando a mangiare di nuovo il miele - e sfortunatamente sto esaurendo la mia marca francese preferita e quindi dovrò tornare un giorno!	Senza dubbio è stato progettato per preparare picnic per coppie romantiche e prendersi cura di gruppi di piccole dimensioni. Spero che i grandi gruppi possano essere soddisfatti ugualmente e che non sia stato un tocco speciale solo per noi (anche se sono sinceramente grato!).
Distillerie de lavande/ Distilleria di lavanda	ANGELVIN	Jean-Paul ANGELVIN	(+33) 4.92.74.80.53	jean-paul.angelvin@orange.fr	C'est une option de visite inspirée. S'il est correctement vendu aux lignes de croisière, un déjeuner romantique dans les champs de lavande (à l'ombre de l'arbre du cœur) sera à guichets fermés.	J'ai des problèmes avec la qualité de certains produits emballés (étiquettes, contenants, présentation), bien que je reconnaisse que je travaille dans un marché obsédé par l'image de marque et que je puisse être trop critique ici. C'est un petit problème avec une visite par ailleurs très intéressante et impressionnante.	È un'opzione di tour ispirata. Se correttamente venduto alle linee di crociera, un pranzo romantico nei campi di lavanda (all'ombra dell'albero del cuore) sarà esaurito subito.	Ho problemi con la qualità di alcuni prodotti confezionati (etichette, contenitori, presentazione), anche se riconosco che lavoro in un mercato ossessionato dal marchio e che posso essere troppo critico qui. È un piccolo problema rispetto ad una visita molto interessante e impressionante.
Vélo électrique dans les champs de lavande/ bicicletta elettrica nei campi di lavanda	BACHELAS BIKE MANOSQUE	Antoine	(+33) 4 92 72 15 84	Bachelas.location@orange.fr	Notre visite a fourni ma première expérience de vélo de montagne électrique et j'ai adoré les deux occasions. Sur ce site, le voyage sera considérablement amélioré lorsque la lavande sera en pleine floraison. Cela rendra le trajet très agréable et mémorable.	Le vélo de ville n'était pas adapté à la majorité du terrain et je pense que les clients penseraient avoir tiré la paille courte s'ils l'obtenaient plutôt que le vélo de montagne. Mais je soupçonne que l'entreprise le sait déjà. Les discussions sur la nature sont un ajout vraiment charmant à la visite - notre guide était vraiment gentil et enthousiaste, mais j'ai le sentiment que c'était sa première fois avec ce contenu. Avec la pratique et peut-être un peu plus de réflexion et de planification du contenu, cette activité sera encore plus professionnelle.	Il tour in bici elettrica sarà notevolmente migliorato quando la lavanda sarà in piena fioritura. Questo renderà il viaggio molto piacevole e memorabile.	La city bike non era adatta alla maggior parte del terreno e penso che i clienti penserebbero di aver tirato la cannuccia più corta se l'avessero presa piuttosto che la mountain bike. Ma sospetto che la compagnia lo sappia già. I commenti sulla natura circostante sono davvero una bella aggiunta al tour - la nostra guida è stata davvero gentile ed entusiasta, ma credo che sia stata la sua prima volta con questo contenuto. Con la pratica e forse un po' più di pianificazione dei contenuti, questa attività sarà ancora più professionale.
Cantine/ Cantina	Chateau Sainte Roseline	Jérémie MARTINET	(+33) 94 99 50 30	caveau@sainte-roseline.com	Aucun voyage en France ne peut être complet sans au moins une visite dans un domaine viticole et Château Sainte Roseline est un choix parfait. Une visite ici représente bien plus que du vin. Ils exploitent pleinement les atouts structurels et historiques. Les histoires ici sont merveilleuses et de bons guides feront une excursion au-delà de ce qui pourrait être réalisé dans des endroits similaires qui n'auront sûrement pas une histoire aussi fascinante.	Je n'ai aucune critique constructive à formuler ici: l'investissement dans les installations a donné un site très impressionnant.	Nessun viaggio in Francia può essere completo senza almeno una visita ad una cantina e Château Sainte Roseline è una scelta perfetta. È più di un semplice vino. Sfruttano pienamente i beni strutturali e storici. Le storie qui sono meravigliose e le buone guide faranno un'escursione di ben più alto livello rispetto a ciò che si può raggiungere in luoghi simili che non hanno una storia così affascinante.	Non ho alcuna critica costruttiva da fare qui: l'investimento nelle strutture ha dato un sito molto impressionante.
L'OCCITANE EN PROVENCE			04 92 70 19 50		L'histoire du fondateur démarre la visite à l'Occitane et le jeu à la fin de la visite est un outil astucieux pour rendre les gens un peu plus familiers avec les produits, et donc plus susceptibles de passer à l'achat. Ce fut une visite impressionnante de l'usine, mais son succès sur une liste de shox dépendra en grande partie de l'attrait de la marque pour les passagers.	Je ne pense pas que cela puisse réussir comme une excursion en soi, mais serait un argument intéressant si elle était combinée avec une visite aux champs de lavande et une escale dans une communauté agricole pour un déjeuner ou collation.	La storia del fondatore inizia la visita dell'Occitane e il gioco alla fine della visita è uno strumento intelligente per rendere le persone un po' più familiari con i prodotti, e quindi più propensi a spendere nella boutique. È stato un tour impressionante, ma il suo successo su una lista di shox dipenderà in gran parte dall'attrattiva del marchio per i passeggeri.	Non penso che riuscirà come un'escursione in sé, ma sarebbe un argomento interessante se combinato con una visita ai campi di lavanda e una sosta in agriturismo per un pranzo o uno spuntino.