

CRESCITA E SVILUPPO DEL TURISMO RURALE ESPERIENZIALE. COME COGLIERE LE OPPORTUNITÀ: IL CASO DELL'UMBRIA



di

Filippo Gallinella

Presidente della Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati

Ristampa agosto 2022

Prefazione

Il turismo esperienziale all'aria aperta ha acquisito un ruolo da protagonista nelle scelte dei vacanzieri nostrani ed internazionali, divenuti ipersensibili alle prescrizioni igienico-sanitarie conseguenti alla pandemia, e desiderosi di riscattare i periodi di lockdown forzato, ricercando istintivamente il contatto con la natura.

Cogliere le opportunità di tale trend turistico sarebbe possibile per i nostri imprenditori se integrassero nell'offerta della propria azienda proposte di turismo esperienziale rurale: queste ultime, se efficacemente costruite, potrebbero anche avere l'effetto di destagionalizzare i flussi in periodi terzi a quello estivo.

L'analisi di tale fenomeno, è lo scopo di questo lavoro.

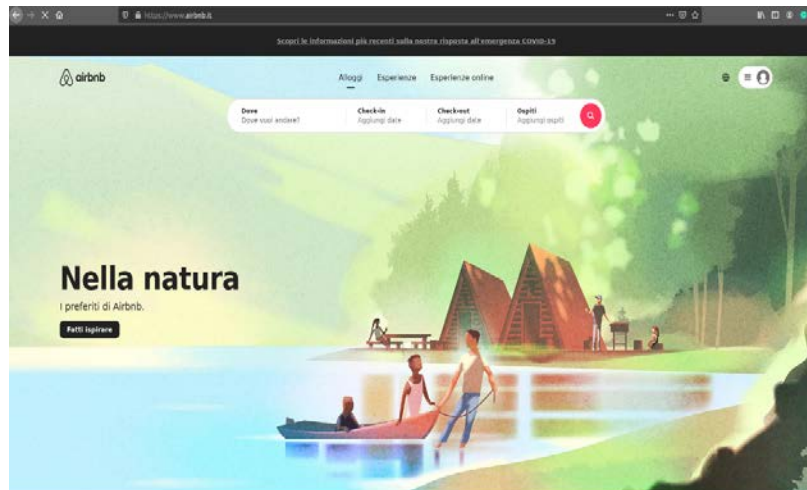
Filippo Gallinella

Introduzione

Questo report è stato sviluppato con lo scopo di supportare gli imprenditori agricoli a cogliere le opportunità di uno dei principali trend che stanno caratterizzando i flussi turistici post-COVID.

Siamo partiti da un'analisi sociologica dei “segnali deboli”⁽¹⁾ come ad esempio la scelta delle immagini utilizzate dalle Online Travel Agency (OTA) che posso avvalersi delle informazioni strategiche ottenute dai big-data estrapolati dall'immensa mole di traffico sulle loro piattaforme – in particolare quelle relative alle campagne di rilancio per la stagione primavera/estate 2021.

A titolo esemplificativo riportiamo in figura (vedi sotto), la grafica ed il copywrite dell'homepage e la newsletter di AirBnB utilizzata a maggio/giugno 2021, che palesemente punta ad alimentare ed evocare nella fase dreaming del turista l'opportunità di esperienze immerse nella Natura (approfondimento nel Capitolo 1).



⁽¹⁾ *Cool hunting. Segnali deboli, trend, metamorfosi di un'idea, 2021*

Rispetto a questo scenario, abbiamo ritenuto necessario definire lo stato dell'arte di questa specifica offerta turistica, scegliendo come zona geografica la regione Umbria per esemplificare la nostra analisi ed una proposta operativa.

Il lavoro si articola in 4 Capitoli.

Nel Capitolo 1 viene descritta come la domanda turistica post-COVID, conseguente anche del macro-trend Biofilia, si caratterizzi per la ricerca di esperienze all'aria aperta.

Nel Capitolo 2, vengono sintetizzate le principali criticità del Sistema Turistico Italia ed indicate le principali regole per poterle superare.

Nel Capitolo 3, l'analisi si focalizza sull'Umbria, partendo dalla descrizione del DMS sviluppato dalle Regione e di come l'offerta "Fattoria Didattica" sia ad oggi marginalmente integrata nello stesso.

In ultimo, viene illustrata la nostra proposta operativa e, a seguire, le conclusioni.

1 – Il trend turistico post-COVID

Il turismo conta il 13 per cento del PIL del nostro Paese⁽²⁾, ed è stato uno dei settori più colpiti dalla pandemia. A tale proposito, risulta dunque fondamentale porsi un quesito: cosa è successo dopo questo anno così complesso di COVID?

È emerso prepotentemente il *trend* “Biofilia” (l’innata tendenza degli esseri umani a farsi attrarre dalle diverse forme di vita e ad affiliarsi emotivamente, con un sentimento che ci lega alla natura), già nei flussi dell’estate 2020: frutto-reazione del forzato periodo di lockdown e, contemporaneamente, soluzione “all’aria aperta” percepita come la più sicura, in termini di minor rischio di contagi.

Ne è conseguito un aumento dei flussi turistici verso zone rurali del Paese, dove la qualità delle produzioni enogastronomiche si sposano con quelle paesaggistiche del territorio, con opportunità di praticare attività all’aria aperta.⁽³⁾

Questa evoluzione del mercato, come evidenziato dai dati della pubblicazione dell’Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) e dell’Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (OMPI) uscita a maggio scorso *Boosting Tourism Development through Intellectual Property*⁽⁴⁾ sottolinea che “Attraverso esempi di produzione di formaggio, tè, pepe, vino o altri prodotti, la pubblicazione mostra come le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine possano essere utilizzate per sostenere la crescita del turismo rurale e fornire benefici alle comunità locali”.

⁽²⁾ *Conto Satellite 2017 Tourism Satellite Account di ISTAT*

⁽³⁾ *Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021*

⁽⁴⁾ *Boosting Tourism Development through Intellectual Property”, WIPO and UNWTO, 2021*
<https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en>

In questo scenario, gioca un ruolo da protagonista il turismo esperienziale rurale, capace di soddisfare nei singoli, nelle coppie e nelle famiglie, l'*istintiva ricerca del contatto ancestrale con la natura*.

Nel quadro legislativo italiano, declinato su scala regionale, sono le “Fattorie Didattiche” (legge regionale) i soggetti deputati ad erogare tale tipologia di esperienza-offerta. A titolo esemplificativo tra i percorsi rappresentati e rappresentativi si menziona:

- conoscenza dell'olio, abbinamenti con la gastronomia locale, degustazioni;
- conoscenza e riconoscimento delle erbe spontanee e impiego nella cucina tradizionale;
- percorsi legati al mondo dei cereali tradizionali, antichi e dei legumi (in questo caso i laboratori e l'offerta possono ricomprendere la realizzazione di prodotti, conoscenza dei semi, delle tradizioni locali);
- laboratori con erbe tintorie;
- attività per conoscere il mondo del miele e delle api;
- attività con la cera e i sottoprodotti dell'apicoltura;
- percorsi nella natura alla scoperta dei "doni" del bosco e attività stagionali con materiale vegetale recuperato durante le escursioni guidate;
- attività didattica con animali (asini, cavalli principalmente) con percorsi ed escursioni;
- percorsi a tema tartufo.

È importante ricordare che, tra gli aspetti da valutare per descrivere l'attività di "Fattoria Didattica" e il coinvolgimento di un'utenza esterna come quella turistica, riveste una particolare importanza la sicurezza nei luoghi di lavoro e la sicurezza alimentare. Inoltre, nell'ultimo quinquennio, sono state approvate e divenute attuative sia la legge sul "Turismo del Vino", sia quella sul "Turismo dell'Olio", che regolamentano il turismo rurale esperienziale in queste due importanti filiere produttive.

2 - Superare le criticità del sistema turistico Italia

Prima di entrare nelle specificità della Regione Umbria, si riportano di seguito le criticità del Sistema Turistico Italia, evidenziate dallo studio “Destination Management System - Analisi del contesto e dei fabbisogni” (condotto nel 2019 dalla Regione Veneto in riferimento a quanto previsto nella Attività 2 del “Progetto Esecutivo”), realizzato dal Coordinamento Nazionale del Turismo e dell’Industria Alberghiera a valere su fondi ex-MiBACT nell’ambito dell’Accordo di Programma – Addendum 2018 (Bibliografia - allegato al presente report).

Lo studio evidenzia che Germania, Austria e Svizzera sono Paesi, dal punto di vista dell’organizzazione territoriale, più strutturati e di conseguenza vincenti, grazie al coinvolgimento capillare del territorio. In Italia, invece, le destinazioni stentano ad organizzarsi in modo concreto con la coesione di tutti i soggetti principali: spesso si procede in ordine sparso e, talvolta, emergono situazioni in cui si trovano sovrapposizioni di ruoli fra organizzazioni, oltretutto in contrapposizione. In alcune destinazioni esistono anche delle strutture organizzative che però si configurano solo come tavoli di coordinamento, quindi solo orientativi e, le azioni intraprese, risultano di conseguenza deboli non riuscendo ad arrivare alla costituzione di una struttura operativa che sia in grado di finalizzare i processi e di garantire concretezza al concetto di gestione. È pur vero che le risorse sono sempre meno, ma si è restii ad avviare attività redditizie di promocommercializzazione, a causa dell’impegno necessario per il coinvolgimento dei fornitori che molti non sono disposti a sostenere. Da questo studio si evidenzia che, nella gestione ottimale della destinazione turistica, le due colonne portanti siano la **soluzione tecnologica** adottata (DMS – Destination Management System) e le **dinamiche socio-relazionali** che caratterizzano la rete di operatori e stakeholder coinvolti, la cui

modellazione ricopre un ruolo di fondamentale importanza. ⁽⁵⁾

⁽⁵⁾ *“Destination Management System - Analisi del contesto e dei fabbisogni”, 2019*

3 – L’Umbria, il suo DMS e l’offerta “Fattoria Didattica”

Un Destination Management System (DMS) si configura come una banca dati centralizzata per l’aggregazione e la classificazione di tutti gli asset turistici del territorio, delle proposte commerciali, dei profili dei turisti/clienti, dei dati di mercato, corredata degli strumenti per operare su di essa.

Il DMS umbro si pone, quindi, al centro dell’ecosistema digitale turistico regionale, innescando quello che è il circolo del valore del prodotto turistico formato principalmente da:

1. analisi del mercato e misurazione ROI;
2. creazione di strategie e politiche di marketing;
3. vendita sul mercato multicanale.

Nel suo complesso, la piattaforma DMS si articola da un punto di vista tecnico-informatico in un insieme di componenti integrate tra loro con licenza di tipo **open source**, e come tale offre:

- la possibilità di consultare il codice sorgente;
- un ampio supporto della comunità di sviluppo al bug fixing e alla documentazione;
- la libertà di utilizzo, modifica.

L’evoluzione pianificata del DMS regionale **umbriatourism.it** nel prossimo futuro prevede:

1. integrazione channel manager;
2. integrazione di un sistema di Sentiment Analysis;
3. realizzazione del carrello, per fatturazione multipla (per gestire coerentemente a normativa pacchetti);
4. integrazioni di tecnologie A.I., necessarie per l’elaborazione della quantità e della diversa tipologia dei dati da analizzare.

Il DMS attualmente dispone di un proprio sistema di analisi dati,

reportistica e produzione di Dashboard (ELK).

In relazione al turismo rurale esperenziale, seppure la piattaforma umbriatourism.it sia abilitata a ricevere il caricamento di offerte-esperienze direttamente dalle Fattorie Didattiche, al 15 settembre 2021 (data di completamento del nostro questionario) risultava che nessuna suddetta attività avesse fatto l'upload e, quindi, utilizzato questo strumento pubblico per promuovere le proprie proposte. Sussistono, su tali temi, solo pochi pacchetti caricati da Agenzie di viaggio e Tour Operator di incoming locali.

4 – La proposta delle Fattorie Didattiche per l’Umbria

Dare avvio a nuovi impulsi è il nostro obiettivo, creando cicli economici virtuosi per i territori (con occhio di riguardo per quelli delle aree interne), che possano passare dall’aumento della diversità biologica attraverso la salvaguardia e l’implementazione di culture storiche, alla “creazione” di prodotti di nicchia interessanti per i turisti, dallo sviluppo di un turismo sostenibile, alla costruzione di offerte educative e di “musei nei campi-vigneti-uliveti, ecc.”.

Nel medio termine, l’obiettivo è quello di dar vita ad un brand che esprima la visione di questa offerta di **Turismo Rurale Esperienziale in Umbria**, come la regione del piacere, tra i boschi, il vino e Assisi (patria di San Francesco) ricca di tradizione e storia, unica per il rapporto tra la terra e le persone. Con al centro il suo mare, il lago Trasimeno.

La nostra proposta è quella di **potenziare** la **rete** esistente delle **Fattorie Didattiche**.

Stato dell’arte

Per effettuare la ricognizione, si è utilizzato come punto di partenza l’Elenco Regionale fattorie didattiche della Regione Umbria aggiornato a settembre 2019, pubblicato sul sito della Regione (Sitografia).

Da una lettura analitica delle informazioni presenti, abbiamo constatato che:

- 251 sono le Fattorie didattiche pubblicate nell’elenco del 2019 (in fase di aggiornamento alla data del 15 settembre 2021, dagli uffici competenti);
- 271 iscritte dall’istituzione dell’elenco, coerentemente ad un successivo raffronto con l’ufficio regionale

competente dell'aggiornamento;

- 98 sono state cancellate;
- 128 attive ad oggi;
- 45 non ancora attive;
- tale elenco non rappresenta una forma di promozione turistico commerciale, ma più propriamente svolge una funzione di albo.

Questionario somministrato

Utilizzando le informazioni di contatto in possesso della Regione, associate all'elenco ufficiale, abbiamo distribuito un breve questionario di 4 domande (vedi allegato 1), al fine di conoscere quali tipologie di attività vengano organizzate nelle singole Fattorie Didattiche e capire come queste vengano promosse commercialmente verso i potenziali turisti/clienti.

Svolgendo questa attività, abbiamo constatato che:

- molte e-mail non sono aggiornate poiché, rispetto a quelle comunicate in fase dell'originaria iscrizione, non viene effettuato un double-check periodico;
- l'aggiornamento in corso non prevede la verifica dei contatti e-mail originariamente dichiarati al momento dell'iscrizione.

Proposta

Si può iniziare con delle sessioni di formazione ad hoc, nelle quali vengano illustrate anche opportunità migliorative, dall'ambito scolastico a quello turistico - con un'offerta opportunamente riformulata.

Considerato il fatto che per diventare Fattorie Didattiche siano necessarie:

- la frequentazione di un corso di “Fattoria Didattica” erogato da un Ente riconosciuto dalla Regione Umbria – durata 90 ore e gratuito (a differenza di altre Regioni, come ad esempio le Marche).
- La stipula di un'assicurazione per responsabilità civile, al momento della presentazione della SCIA nel Comune di appartenenza.

Nel nostro programma di affiancamento, andremmo ad integrare sia i contenuti dei corsi recentemente erogati da Enti di formazione accreditati per la Regione Umbria, sia a supportare l'imprenditore al fine di verificare che le condizioni della polizza stipulata copra le attività che si desiderano sviluppare in azienda.

In particolare, presteremmo speciale attenzione nella formulazione di pacchetti per il caricamento della loro offerta sul portale umbriatourism.it.

Per restituire attraverso una rappresentazione geografica l'attuale portafoglio d'offerta delle Fattorie Didattiche umbre e pianificarne il potenziamento, stiamo attendendo il responso della Direzione incaricata del GIS regionale (Geographic Information System).

In ultimo, nell'ottica di supportare la strategia di promozione turistica della Destinazione Umbria e della sua offerta di turismo esperienziale, abbiamo fatto un confronto con la regione limitrofa

più simile e virtuosa relativamente alle dinamiche turistiche, la Toscana.

Si è evidenziato che, mentre la Toscana utilizza il 50 per cento del suo budget sui media tradizionali e l'altro 50 per cento su quelli digitali - approfittando della precisione consentita dagli strumenti di targetizzazione dettagliata – fornita da social, Google ecc. - l'Umbria ancora applica una strategia caratterizzata da una forte sproporzione di circa 1/25 (digitale vs media tradizionali).

Conclusioni

L'analisi sviluppata nelle precedenti Sezioni, evidenzia come la tendenza caratterizzante la domanda turistica post-COVID veda il macro-trend della "Biofilia" con predominanza del turismo esperienziale all'aria aperta.⁽⁶⁾

Le Fattorie Didattiche sono i soggetti legittimati a declinare l'offerta nelle zone rurali. Purtroppo, per quanto riguarda l'Umbria, il nostro report ha evidenziato che il potenziale dell'offerta di turismo esperienziale rurale è inespresso e non è stato adeguatamente stimolato in vista della stagione estiva 2021, lasciando spazio alle OTA dove tra l'altro si inseriscono di frequente operatori non autorizzati.

A titolo esemplificativo sono stati identificati casi di Truffle experience (ricerca tartufo con cani), così come nelle proposte di insegnamento della preparazione di piatti tipici della trazione. Per esempio AirBnB, nel pubblicare gli annunci degli operatori, non effettua alcuna verifica di legittimità, lasciando le responsabilità tributarie e civili in carico al proponente e alle autorità locali. Al contrario, demanda ogni implicazione giuridica a chi carica la propria offerta sulla piattaforma – in caso di contenzioso con la clientela, o le autorità tributarie, la responsabilità ricadrebbe unicamente sull'operatore.

Per tale ragione, nella proposta operativa che stiamo sviluppando, prevediamo che nella singola formazione degli operatori si dia specifica rilevanza al design delle esperienze e, parallelamente, si approfondisca la comprensione delle polizze assicurative scelte dagli stessi. L'obiettivo, è quello di costruire e consolidare un sistema di supporto e di informazione continua, grazie al quale gli stakeholder acquisiscano la consapevolezza opportuna per cogliere al meglio le potenzialità della domanda di turismo rurale esperienziale sui propri territori.

⁽⁶⁾ <https://www.repubblica.it/promo/nationalgeographic-compiti-per-le-vacanze-godersi-la-natura/>

Addendum:

dal Report alla nascita dell'Associazione

Sulla base dei risultati emersi dal rapporto sul turismo rurale esperienziale, una volta terminata la pubblicazione cartacea della prima versione dello stesso, si è provveduto ad inoltrare una copia a tutte le fattorie didattiche presenti sugli elenchi ufficiali della Regione Umbria.

I feedback ricevuti allora furono positivi: avevamo centrato il tema. Successivamente, il 5 novembre 2021, organizzammo un *webinar* di presentazione del report invitando ovviamente le fattorie didattiche. La partecipazione fu davvero molto ampia. A conclusione della conferenza online, emerse la richiesta di continuare l'approfondimento, anche per dare concretezza a quanto era risultato, sia dal report che dalla riunione. Tutto ciò, ha determinato poi un successivo incontro, tenutosi il 9 dicembre 2021, presso una fattoria didattica di Spoleto. Al termine di una gradevole visita aziendale, nella sala convegni della struttura agrituristica, oltre agli imprenditori presenti, si collegarono in video-conferenza operatori umbri anche da territori più remoti.

Di fronte alle esigenze espresse da parte dei suddetti, decisi insieme ai miei collaboratori di mettere a disposizione le nostre competenze, sia tecniche che organizzative, per iniziare un percorso di accompagnamento di questo primo nucleo di fattorie, allo scopo di:

- fissare precisamente gli obiettivi;
- incontrare le istituzioni regionali;
- creare una forma di “rappresentanza ufficiale” delle fattorie didattiche umbre per dar voce ad un settore identitario che, diversamente, si perderebbe nel mare delle aziende agricole e delle loro rappresentanze.

La prima *conference call* fu organizzata il 10 dicembre 2021. In tale occasione, si partì dalle presentazioni delle singole strutture per capire come fosse composto il gruppo, tipologia di imprese e stile imprenditoriale. Per alimentare un atteggiamento proattivo da parte dei partecipanti, emerse la proposta che ogni imprenditore potesse sul proprio territorio e nella propria rete professionale invitare altre due o tre fattorie didattiche per il successivo appuntamento, così da allargare la rappresentanza.

In data 1° febbraio fu possibile realizzare il secondo appuntamento; in tale occasione, gli operatori furono stimolati affinché potessero formulare cinque istanze prioritarie da presentare all'assessore all'Agricoltura della Regione Umbria, attraverso una lettera che è stata successivamente inviata.

Il terzo incontro, fu organizzato in data 8 febbraio per convergere collegialmente sulle richieste. Il 22 febbraio venne organizzato il quarto incontro per discutere la bozza di lettera. Quest'ultima, conteneva le cinque istanze che in breve vengono qui riportate:

1. pagina dedicata alle fattorie didattiche sul portale *Umbria-tourism.it*;
2. creazione di un logo univoco delle fattorie didattiche;
3. possibilità di avere un ufficio/funzionario di riferimento con cui interloquire;
4. elenco aggiornato delle fattorie didattiche e degli operatori;
5. potersi relazionare con gli uffici scolastici della Regione per le proposte didattiche che le fattorie possono offrire.

La risposta dagli uffici di segreteria dell'assessorato, non tardò ad arrivare, così fu fissato l'incontro presso l'assessorato per la data del 28 marzo.

Fu concordata una presentazione in *Power Point*, corredata da un documento di testo che illustrasse i punti schematicamente rappresentati. L'assessore, positivamente colpito dalle puntuali argomentazioni a sostegno delle cinque istanze, ha subito manifestato la disponibilità a collaborare con l'ausilio degli uffici preposti.

Il risultato fu che, il 16 maggio, tornammo presso gli uffici della Regione. A questo incontro, rispetto alla volta precedente, era presente anche lo staff del sito *Umbriatourism.it* che avrebbe fornito la possibilità di aprire sul proprio spazio, una soluzione specifica di turismo rurale esperienziale. Chiariti inoltre gli altri punti, su come creare un'interlocuzione diretta e come avere una lista aggiornata degli operatori di fattorie didattiche, dall'assessorato è stata anche presentata una bozza del logo delle fattorie didattiche.

Ciò che è emerso è stato che, per interloquire ufficialmente con la Regione, occorreva - come avevo già previsto - che le fattorie didattiche si costituissero come associazione (o altro soggetto di rappresentanza), in modo da conferire una voce univoca al settore anche in vista dei prossimi appuntamenti.

Nel momento in cui sto completando questo scritto, le fattorie didattiche sono in "conclave" per decidere e il mio augurio è che si costituiscano presto Associazione. Se ci riusciranno o meno dipenderà da loro e dalla loro capacità di collaborare.

In conclusione posso solo dire che ho avuto una grande soddisfazione nell'incontrare e nel collaborare con loro e di essere il "babbo" di questo progetto e, non posso che augurare alle fattorie didattiche buon lavoro.

Sitografia:

- <https://www.officinaturistica.com/2020/01/come-e-andato-il-turismo-in-italia-nel-2019/> (sito appartenete al gruppo TRAVEL APPEAL)
- <https://www.qualivita.it/news/rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italiano-2021/> www.umbriatourism.it
- www.liferay.com/it/products/dxp/all-features
- <https://www.umbriatourism.it>

Documenti consultabili:

- “Boosting Tourism Development through Intellectual Property”, WIPO and UNWTO, 2021
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1054.pdf
- “Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2021” finanziato da ENIT, Fondazione Qualivita, ISMEA e Touring Club Italiano, 2021 (presentato anche a Vetrina Toscana, oltre che all’evento all’Elba)
- “Destination Management System - Analisi del contesto e dei fabbisogni”, Veneto Innova, 2019
- “Scheda del programma del corso per fattoria didattica”, CIA, 2021
- “Elenco regionale Fattorie Didattiche”, Regione Umbria, 2019
- “Modello di istanza Fattorie Didattiche”, Regione Umbria, 2021
- “DMS Regione Umbria 2021”

Questionario sottoposto alle Fattorie Didattiche

La invitiamo, cortesemente, a rispondere ai 4 quesiti riportati di seguito:

quesito n. 1) *si prega di evidenziare in grassetto le esperienze laboratoriali da voi organizzate per i vostri ospiti (scuole, famiglie con bambini e/o coppie)*

- conoscenza e riconoscimento delle erbe spontanee e impiego nella cucina tradizionale
- percorsi legati al mondo dei cereali tradizionali, antichi e dei legumi (in questo caso i laboratori e l'offerta può ricomprendere la realizzazione di prodotti, conoscenza dei semi, delle tradizioni locali)
- laboratorio di panificazione
- laboratorio caseario (es. ricotte)
- laboratori con erbe tintorie
- attività per conoscere il modo del miele e delle api
- attività con la cera e i sottoprodotti dell'apicoltura
- percorsi nella natura alla scoperta dei "doni " del bosco e attività stagionali con materiale vegetale recuperato durante le escursioni guidate
- attività didattica con animali (asini, cavalli principalmente) con percorsi ed escursioni
- percorsi a tema tartufo
- potatura (ulivi, viti, altri alberi da frutto)
- raccolta / vendemmia
- laboratorio di bachi da seta
- laboratorio cesteria (cesti di vimini)

L'elenco sopra è esemplificativo, pertanto si invita ad aggiungere nelle righe sottostanti tutte quelle tipologie di esperienze di produzioni agroalimentari, o di lavorazioni nei campi, non riportate nella nostra lista, ma da voi organizzate nel corso dell'anno (basta il titolo dell'attività, non è necessaria una descrizione discorsiva):

.....
.....

quesito n. 2) Per la promozione/acquisto e gestione del calendario delle vostre esperienze utilizzate piattaforme Online Travel Agencies (OTA) come AirBnB, oppure getyourguide, Viator (Gruppo Tripadvisor), Culture Trip, o simili?

SI o NO

Se SI, nella riga sottostante riportare il/i link della vostra esperienza sulla piattaforma OTA utilizzata

.....
.....

quesito n. 3) Avete già caricato una/alcune Vostre esperienze sul sito istituzionale UmbriaTourism.it ?

SI o NO

Se SI nella riga sottostante riportate il link alla specifica pagina.

.....
.....

quesito n. 4) Sul sito web della vostra struttura avete una pagina dedicata queste esperienze laboratoriali?

SI o NO

Se SI nella riga sottostante riportate il link alla specifica pagina.

.....
.....