



GIOVANI SÌ



Regione Toscana



**PIANO STRATEGICO PER L'UTILIZZO, TRASFORMAZIONE
INNOVATIVA E VALORIZZAZIONE DELLA CASTAGNA DEL
MONTE AMIATA IGP NEI SETTORI ALIMENTARE,
NUTRACEUTICO E DEL BENESSERE
CASTAGNA AMIATA BENESSERE CAST-AMI-BEN**



Partenariato Europeo per l'Innovazione in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura

PSR 2014-2020



LA VALORIZZAZIONE ECONOMICA DEI PRODOTTI DELLA CASTAGNA E IL RUOLO DEL TURISMO

Silvia Scaramuzzi, Gianfranco Lorenzo, Alessandro Papini, Francesca Papini, Simona Ferri
Centro Studi Turistici - DAGRI-Università di Firenze



Regione Toscana



A photograph of several chestnuts in their spiky husks, arranged in a woven basket. A small, rectangular sign with handwritten text is placed in front of the chestnuts. The text on the sign reads "LA CASTAGNA DEL MONTE AMIATA". The background is softly blurred, showing more chestnuts and a warm, golden light.

**... obiettivo e
metodologia ...**

Sperimentare insieme agli attori locali un modello di valorizzazione territoriale con l'obiettivo di:

- Sensibilizzare gli attori locali a valorizzare la CASTAGNA quale valore identitario
- Creare valore esperienziale progettando insieme delle iniziative/offerte autentiche
- Progettare un modello di integrazione locale, allargato a tutti gli attori del territorio

Strumenti impiegati

- Organizzazione di incontri
- Indagini rivolte ad una pluralità di stakeholder (turisti, imprese, altri interlocutori privilegiati)

LA VALORIZZAZIONE E L'INTEGRAZIONE CON IL TERRITORIO

Le fasi per una valorizzazione sostenibile dei prodotti d'origine:

- **Attivazione** delle risorse e degli attori del sistema locale
- **Qualificazione** del prodotto
- **Remunerazione** sul mercato e mediante altre forme
- **Riproduzione** e miglioramento delle risorse specifiche
- **Integrazione** con il territorio



- **Rafforzare** i legami tra il prodotto tipico e le altre risorse sul territorio
- **Coerenza** dell'integrazione e **sinergia**
- **Potenzialità** per catturare **flussi turistici**

... il punto di vista di un panel di operatori economici dell'Amiata...

*LA CASTAGNA: UN PRODOTTO
TURISTICO PER 365 GIORNI E NON
SOLO PER L'AUTUNNO*

L'obiettivo è cogliere le valutazioni e i differenti punti di vista di coloro che contribuiscono attivamente al mantenimento dei processi di filiera, sia piccoli commercianti che si interfacciano direttamente con il consumatore-turista, sia produttori che coltivano e trasformano i prodotti



Definire il
posizionamento del
**"PRODOTTO
CASTAGNA"**

Il **crescente interesse** per le produzioni tipiche e l'enogastronomia influenza oramai anche il **settore turistico** e di conseguenza anche le proposte del territorio e delle imprese locali e i comportamenti dei turisti

Le offerte si declinano sempre più come "**esperienze culturali**": conoscere i processi e le modalità di produzione dei prodotti e le origini delle tradizioni enogastronomiche significa scoprire il territorio, la sua storia, la vita delle persone del luogo

Il **turista enogastronomico** si configura come un visitatore con un discreto livello culturale e una elevata capacità e propensione di spesa; riesce ad abbinare l'interesse per le bellezze artistiche e paesaggistiche al rispetto per la cultura, le sue tradizioni, l'autenticità, la sostenibilità e il benessere psico-fisico

Il **TURISMO ENOGASTRONOMICO** può contribuire allo sviluppo socio-economico dei territori: oltre a valorizzare e far conoscere i prodotti tipici delle aree visitate, concorre anche a creare sinergie tra operatori

- I. **Mappatura** delle imprese turistiche, del **commercio e artigianato** del **territorio**
- II. Il mercato turistico: analisi delle **statistiche ufficiali** su **offerta e domanda turistica** del territorio pre e post pandemia; confronto del territorio amiatino con altri quattro ambiti regionali, dove viene coltivata la castagna e utilizzata a fini turistici
- III. I comportamenti dei turisti: risultati di un **indagine campionaria** con interviste ai **visitatori** del territorio
- IV. Il posizionamento del "prodotto castagna": risultati di alcune **interviste rivolte ad operatori economici ed interlocutori privilegiati** del territorio (la filiera)



IL MERCATO TURISTICO

- Territorio dalla **consolidata tradizione turistica** che però presenta una **dimensione del mercato ancora contenuta**; programmare e pensare ad uno *sviluppo* nel rispetto delle proprie **possibilità** e **caratteristiche**
- L'**offerta ricettiva** si caratterizza per un alto numero di **agriturismo** e in generale di *micro-imprese*
- I **flussi** presentano una **discreta stagionalità** soprattutto nei mesi più caldi dell'anno, moderato interesse anche per l'autunno e l'inverno
- Alta incidenza della **componente domestica** (77% nel 2019)
- In crescita l'interesse per i **mercati esteri** in prospettiva
- Alta incidenza di **mercati di prossimità: Lazio e Toscana**
- La domanda internazionale è di matrice quasi esclusivamente **europea: Germania** e a seguire **Svizzera** e **Paesi Bassi**

- **214 strutture ricettive**
- **4.409 posti letto**
- **44.803 arrivi**
(49 mila nel 2019)
- **117.412 presenze**
(144 mila nel 2019)
- **2,6 notti di p. m.**
(2,9 notti nel 2019)

Il visitatore dell'Amiata ...

- Viaggia prevalentemente in **coppia** o in **famiglia**, ha già visitato il territorio in passato (**77% repeaters**), usa l'**auto** per arrivare e per gli spostamenti
- Forte interesse e soddisfazione per l'offerta **naturalistica** e **paesaggistica** e a seguire per il **patrimonio artistico e culturale**; l'**enogastronomia** rappresenta un "**attrattore trasversale**" per molti turisti
- Dimostra un **elevato livello di conoscenza** delle produzioni tipiche dell'Amiata, così come dei prodotti **derivati dalla castagna**
- **Acquista** spesso i **prodotti tipici del territorio**, soprattutto gli stranieri
- Spende in media **88,4 euro al giorno**, di questi **6,4 euro** in **prodotti tipici**
- E' **molto soddisfatto** per l'esperienza di visita; la ristorazione e i prodotti tipi sono tra gli aspetti più apprezzati

- E' informato sulle **produzioni tipiche del territorio** e in particolare della **castagna**
- Il **61%** ha dichiarato acquisti in prodotti tipici (**57% degli italiani e 68% degli stranieri**)
- Spende mediamente **6,4 euro** in tali acquisti (**5,4 euro gli italiani, 8,6 gli stranieri**)

I LE INTERVISTE AGLI OPERATORI ECONOMICI LOCALI E INTERLOCUTORI PRIVILEGIATI

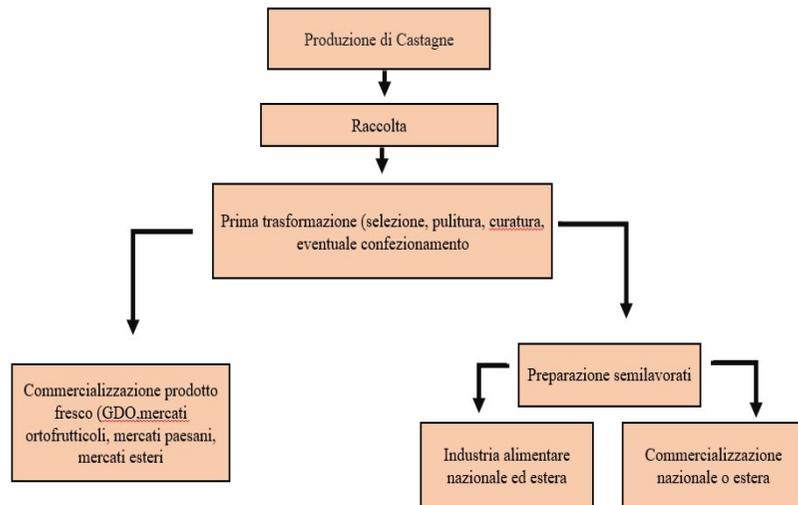
Principali aspetti emersi dalle interviste:

- Il visitatore è **ben informato e consapevole** sulla castagna e in generale sui prodotti tipici e manifesta una buona propensione all'acquisto
- Non c'è un problema di informazione, ma piuttosto le criticità riguardano le **modalità di distribuzione e presentazione** dei prodotti che non sempre riescono ad orientare all'acquisto i consumatori più indecisi
- Inoltre, il visitatore tende ad abbinare l'immagine del prodotto castagna e di conseguenza a concentrare gli acquisti, anche dei prodotti derivati, al solo **periodo autunnale**

- I **target** interessati sono **ampi e variegati**; solamente per i prodotti di "nicchia" il turista è riconducibile a un target medio – alto, con una conoscenza specifica e specialistica del prodotto
- Varie **azioni** suggerite per la **valorizzazione**: dall'organizzazione di eventi di varia natura da realizzare sia sul territorio sia nelle grandi città, al coinvolgimento della rete ristorativa; dalla partecipazione a fiere di settore all'organizzazione di press tour mirati

E' emersa l'idea di **costituire una "Rete"** di produttori delle tipicità locali, sia per un sostegno ai processi produttivi, sia per condividere esperienze e conoscenze dei mercati. Inoltre molti auspicano maggiori **sinergie tra pubblico e privato** in modo da affermare un'immagine univoca e autentica dell'Amiata

STRUTTURA E DINAMICHE DELLA FILIERA: RISULTATI DELL'INDAGINE DIRETTA



Fase agricola

- larga diffusione di aziende di piccole dimensioni, aziende hobbiste che spesso non superano i 10.0000 m2 di superficie,
- mentre la diffusione di imprese agricole professionali (5-15 ha di castagneto), risulta essere molto limitata.

Prima lavorazione

- Selezione
- Vendita della maggior parte del prodotto in maniera indifferenziata, più raramente prima differenziazione o per varietà o per pezzatura.
- Nelle aziende hobbiste di piccole dimensioni viene effettuata una fase di preselezione manuale o dopo la raccolta o addirittura sul castagneto al momento della raccolta.
- centri di raccolta rappresentati dai commercianti che hanno dei vagli e le selezionano in base alla dimensione.

• Curatura

- pratica quasi in disuso, per muffa e sviluppo di nuove malattie.

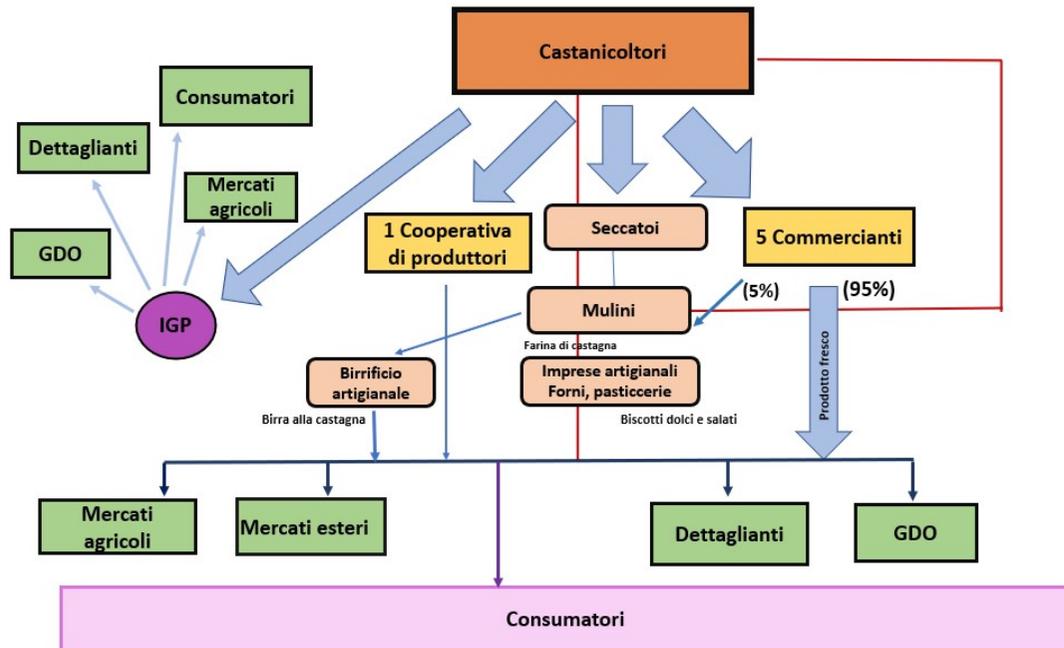
Confezionamento

- le operazioni di confezionamento vengono effettuate dai commercianti.
- Nel territorio dell'Amiata c'è una sola cooperativa di produttori creatasi di recente e che effettua sia la fase di selezione che il confezionamento.

Altre fasi

- solo alcuni commercianti sono provvisti di strutture di conservazione come le celle frigorifere e solo uno nel territorio del Monte Amiata che ha la sterilizzatrice.

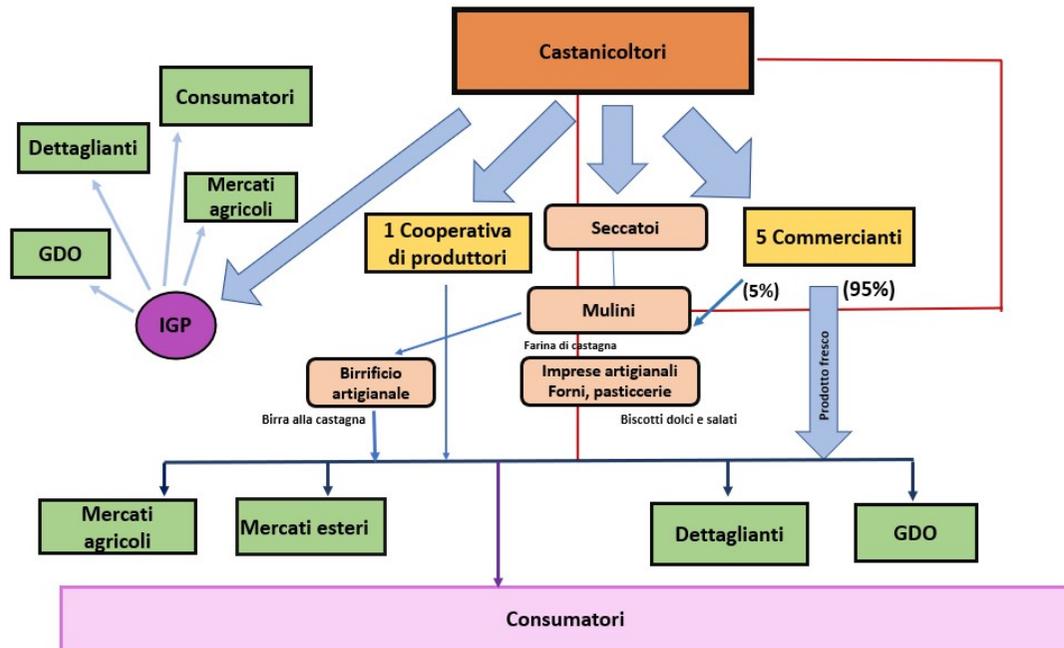
STRUTTURA E DINAMICHE DELLA FILIERA: LE CRITICITA' (1/2)



Fonte: nostra elaborazione su indagine diretta

- **Valore Aggiunto** - il 95% del prodotto è venduto fresco. Solo il 1-2% con denominazione.
 - la maggior parte delle aziende è di piccole dimensioni e privilegia il pagamento immediato anche se meno remunerativo che viene effettuato dal commerciante.
 - Nessuna azione è stata sviluppata al momento per la vendita diretta del prodotto da parte dei castanicoltori, neanche all'interno delle numerose feste della Castagna organizzate nei diversi comuni ad opera delle Proloco.
 - scarsa informazione e consapevolezza del consumatore su attributi di qualità (solo prezzo e dimensione).
- Solo una parte limitata (5% del prodotto) è destinata alla trasformazione → farina di castagne.
-
- **Problemi strutturali:**
 - gli essiccatoi sull'Amiata sono un numero molto limitato. Di questi $\frac{3}{4}$ sono essiccatoi tradizionali, mentre sono presenti anche alcuni essiccatoi più moderni di proprietà dei commercianti.
 - La presenza di solo 2 mulini vincola fortemente le quantità trasformate.

STRUTTURA E DINAMICHE DELLA FILIERA: LE CRITICITA' (2/2)



Fonte: nostra elaborazione su indagine diretta

La fase commerciale

- Il pivot dell'intera filiera è rappresentato dai commercianti (circa 5) spesso i commercianti non comprano solo nel territorio, ma acquistano castagne provenienti dall'estero (i.e. Cile) successivamente confezionate nel territorio e poi vendute nella GDO, senza la certificazione IGP, in cui il consumatore può essere ingannato dal luogo di confezionamento menzionato all'interno dell'etichetta.

IGP non trova ancora spazio nel mercato.

- I commercianti non sono interessati all'IGP,
- mentre la vendita diretta rende meno appetibile la certificazione.
- All'interno della GDO, l'IGP Amiata non riscuote un grande successo. Spesso la GDO acquista una minima quantità come "prodotto civetta", ma effettua il maggior turnover sul prodotto non certificato.
- Si ha un grande interesse e impegno da parte dell'Associazione per la Valorizzazione della Castagna del Monte Amiata IGP nel cercare di creare un maggiore interesse da parte della GDO per questo prodotto, ma senza riscontrare forti miglioramenti, in termini di valorizzazione economica.

IL CHOICE EXPERIMENT

Obiettivo: comprendere interesse da parte dei consumatori su una BISCOTTO SALATO A BASE DI FARINA DI CASTAGNA

Materiale e metodi: creazione di un questionario impostato seguendo il metodo del **choice experiment**



**Indagine sul
consumo del
biscotto salato alla
castagna**

Consiste nella creazione di un mercato ipotetico in cui si chiede all'intervistato di scegliere due prodotti che differiscono solamente tra loro per alcuni livelli di determinati attributi

UN SUPPORTO ALLA VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO TRASFORMATO: RISULTATI DI UN CHOICE EXPERIMENT

152 rispondenti al questionario

IL CHOICE EXPERIMENT



Attributo di sostenibilità sociale, rappresentato dalla presenza sul packaging del prodotto del claim “prodotto da una cooperativa sociale”.



l'origine del prodotto, rappresentato dalla presenza sul packaging dei riferimenti al Monte Amiata



la composizione del packaging. L'attributo è espresso dai livelli packaging trasparente e packaging opaco, in cui il prodotto risulta visibile solo attraverso una finestra centrale.

UN SUPPORTO ALLA VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO TRASFORMATO: RISULTATI DI UN CHOICE EXPERIMENT

Esempio di un choice task all'interno del questionario

Immagini di essere al supermercato e di voler comprare una confezione *
di biscotti alla castagna della Biofan . Scegli l'alternativa che preferisce
o può decidere di non comprare nessuna delle due. **Entrambe le
confezioni sono da 150g**



3,50€



4,00€

Acquisto la confezione A

Acquisto la confezione B

Preferirei non acquistare nessuna delle due confezioni

Livello dei prezzi

3,50 € 4€ 4,50€ 5€

I quattro livelli dei prezzi sono stati scelti prendendo in considerazione: in primis il prezzo attuale del bene, essendo già commercializzato e partendo da quello, effettuando valutazioni con i beni competitor

UN SUPPORTO ALLA VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO TRASFORMATO: RISULTATI DI UN CHOICE EXPERIMENT

Attributo	Coefficiente	Coefficiente Prezzo	Coeff. Attrib/Coeff. Prezzo (Disponibilità a pagare)
Sostenibilità sociale	.39173***	-.81547***	.81548
Origine	.30408***	-.81547***	.37289
Packaging opaco	.99248***	-.81547***	.1,21707

- Il packaging opaco di carta è stato di gran lunga preferito rispetto al packaging classico di plastica trasparente. La scelta può essere dettata dal fatto che:
 - sempre di più si sta acquisendo la consapevolezza delle problematiche ambientali esistenti e del concetto di sostenibilità
 - dare l'idea di una maggiore artigianalità del prodotto
 - il fattore curiosità può aver influito, spesso non sempre avere la visuale completa del prodotto si traduce in un aspetto positivo
- Buona disponibilità a pagare per il riferimento alla cooperativa sociale, che veniva rappresentato dall'attributo di sostenibilità sociale.
- Per l'attributo origine seppur si noti un'influenza positiva sul prezzo, la disponibilità a pagare risulta inferiore rispetto a quella presente per gli attributi precedentemente elencati. Questo dato ci può far riflettere sulla necessità di promuovere in maniera più intesa la castanicoltura in questo territorio.



**... la strategia di
valorizzazione del
territorio...**

Le direttrici della strategia

1

**Coerente con la vocazione attuale,
VALORIZZARE LE OPPORTUNITA' PRESENTI
SUL TERRITORIO**

2

**Radicale innovazione, VALORIZZARE UNA
NUOVA IDENTITA' TERRITORIALE
INTORNO ALLA CASTAGNA**



puntare sulla valorizzazione della CASTAGNA chiave competitiva il successo e la sua attrattività, contribuendo pertanto a costruire una strategia di sviluppo forte, riconoscibile, comunicativa e soprattutto condivisibile con gli attori locali

... obiettivi della strategia ...

1

stimolare un incremento delle presenze turistiche, attraverso la conquista di nuovi mercati, l'allungamento della stagionalità e l'aumento della permanenza media;

2

rafforzare i valori identitari del territorio intorno alla CASTAGNA;

3

stimolare formule di cooperazione e integrazione tra le imprese;

4

attivare iniziative a supporto di una promocommercializzazione integrata del territorio e al rafforzamento della sua visibilità nei mercati internazionali.

... azioni a supporto della strategia ...

1

azioni che stimolano negli attori locali una consapevolezza circa i valori del proprio territorio, in particolare, legati alla coltura del CASTAGNO quale risorsa intorno alla quale costruire un BRAND TERRITORIALE;

2

azioni volte a rinforzare e innovare le componenti della offerta territoriale anche attraverso nuove iniziative/proposte ESPERIENZIALI, autentiche e integrate;

3

azioni volte a valorizzare l'organizzazione del territorio attraverso MODELLI DI INTEGRAZIONE e azioni indirizzate a coinvolgere gli attori locali nella condivisione e sviluppo di strategie di MARKETING TERRITORIALE;

Alcune proposte ESPERIENZIALI

«progettare una esperienza significa coniugare intrattenimento e coinvolgimento emotivo e sensoriale, non fine a se stesso, ma teso a trasmettere un sistema dei valori».



PASSEGGIATA A CAVALLO TRA CASTAGNETI E VIN BRULÈ



Passeggiare in sella ad un cavallo è già bellissimo ma farlo in autunno quando i boschi di castagni dei monti amiatini si tingono di colori caldi come il rosso, il giallo e il marrone è un'esperienza davvero unica e speciale.

Dopo aver cavalcato accompagnati dal fruscio delle foglie cadute potrete fermarvi ad una cantina per una degustazione di un caldo vin brulè, caldarroste e un buon tagliere di salumi e formaggi provenienti da aziende del territorio

Con questa gustosa pausa recupererete tutte le energie per intraprendere la strada del ritorno!

Numero di partecipanti: Min: 2 - Max: 4

Periodo: autunno

Giorni: Dal Martedì alla Domenica

Orario: 9.00

Prezzi: Adulti: 85€

Meeting Point

Durata: 5h e 30m circa

Lingue: italiano, inglese

Servizi inclusi

Fornitura di cappello e attrezzatura per montare

Passeggiata a cavallo guidata

Degustazione di vini con salumi e formaggi presso una cantina

Abbigliamento richiesto

Scarpe comode e pantaloni lunghi

Note

L'attività non è accessibile a clienti con disabilità.

L'attività è adatta a ragazzi da 14 anni in su e over 65.

La passeggiata ha una lunghezza di circa 20 Km. Il percorso è di media difficoltà ed è consigliato soprattutto agli esperti.

Politica in caso di pioggia

La passeggiata è posticipabile a discrezione del cliente, altrimenti può essere svolta anche sotto la pioggia se ritenuto possibile dal responsabile dell'esperienza

RISCALDA L'ANIMA CON I COLORI CALDI ED INTENSI DELL'AUTUNNO



L'autunno è una delle stagioni più suggestive, e anzi, forse è quella che più rievoca emozioni, sentimenti e malinconia; con i suoi colori, le tinte del cielo, il *foliage* e le sfumature rossastre, questa stagione possiede anche un non so che di malinconico, nostalgico, struggente e profondo, che ovviamente non può sfuggire agli animi più sensibili dei grandi artisti. E per questo le opere d'arte sull'autunno sono sicuramente quelle più emozionanti.

Se vuoi trovare ispirazione anche tu da questa magica stagione e provare a cimentarti con il pennello, sarai seguito da mani esperte che ti guideranno con l'arte dei colori in un'esperienza unica ed esclusiva

Numero di partecipanti: Min: 3 - Max: 5

Periodo: autunno

Giorni: Su prenotazione

Orario:

Prezzi: Adulti: 50 euro

Meeting Point

Durata: 3 ore

Lingue: italiano, inglese

Servizi inclusi

Fornitura di materiale per il disegno

Abbigliamento richiesto

Note

Politica in caso di pioggia

La passeggiata è posticipabile a discrezione del cliente

CONOSCI LA CASTAGNA, L'AMICA PER LA PELLE



Numero di partecipanti

Periodo: autunno, inverno

Giorni: Su prenotazione

Orario

Prezzi: Adulti: 50 euro

Meeting Point

Durata: 1 ora

Lingue: italiano, inglese

Note

Concediti l'esperienza unica di un trattamento di bellezza creato dalle tue stesse mani! Unendo la polpa delle castagne bollite e schiacciate al succo di un'arancia otterrai una maschera per il viso dalle proprietà astringenti indicata per le pelli grasse. Unendo invece la stessa polpa a miele, latte o yogurt otterrai una fantastica maschera idratante ed emolliente per le pelli più secche. In entrambi i casi il risultato sarà un viso luminoso e dall'incarnato salutare.

Naturalmente potrai portare a casa il tuo preparato per continuare a usufruire delle proprietà benefiche di questo fantastico frutto!

UN POMERIGGIO CON L'APICOLTORE | SMIELATURA E DEGUSTAZIONE



Il miele, questo sconosciuto. In pochi conoscono le fasi di produzione del miele e il faticoso lavoro delle api! Siete curiosi di conoscere i segreti di questa antica delizia per il palato? Thomas sarà lieto di raggiungervi in agriturismo per offrirvi un pomeriggio all'insegna della dolcezza! Vi mostrerà le fasi di lavorazione del miele di castagno, dall'estrazione dai telai fino al barattolo per poi proporvi una degustazione dei suoi prodotti.

Numero di partecipanti

Min: 8

Max: dipende dalla capienza massima della sala dove viene allestita l'esperienza

Periodo: Giugno, luglio

Giorni: Venerdì-Domenica

Orario: Pomeriggio

Prezzi:

Durata: 3h circa

Lingue: italiano, inglese

Servizi inclusi

Dimostrazione dell'estrazione del miele

Degustazione del miele

Note

L'attività è idonea per tutte le età.

Politica in caso di pioggia

L'esperienza si svolge regolarmente.

REGOLE D'ORO PER FOTOGRAFARE L'AUTUNNO SUL MONTE AMIATA



FOLIAGEIl termine descrive i boschi e l'insieme degli alberi nell'esplosione dei loro colori autunnali. Questo spettacolare fenomeno sul Monte Amiata crea paesaggi fiabeschi e romantici, grazie ai castagni che cambiano il colore dal verde al marrone, dal rosso al giallo e ad altre numerose tonalità.

Andare per boschi e fotografarne i colori è senza dubbio un momento che regala estremo benessere. Ma non solo, perché il fenomeno è stato considerato anche un vero e proprio toccasana per la salute: qualche ora immersi nella natura aiuta a staccare la spina e a ricaricarsi.

L'autunno è una delle stagioni più colorate dell'anno e la preferita da tanti fotografi.

Scopri i consigli dei nostri esperti ed impara ad utilizzare le impostazioni della fotocamera per ottenere i migliori risultati.

Al rientro dal tour verrete omaggiati di un video ricordo dell'esperienza vissuta.

Numero di partecipanti

Min: 4 - Max: 8

Periodo: ottobre-novembre

Giorni

Orario: 6-10

Prezzi 60 euro

Durata: 4 ore

Lingue: italiano, inglese

Servizi inclusi

Accompagnatore, pulmino, assicurazione

Abbigliamento richiesto

Abbigliamento da trekking

Politica in caso di pioggia:

In caso di pioggia verrà rimandato

CONOSCI IL MIELE DI CASTAGNO DALLE MOLTEPLICI VIRTU'



In cucina e non solo vieni a scoprire i molteplici usi del miele di castagno tipico delle nostre zone amiatine.

La nostra esperta vi illustrerà tutte le proprietà di questo miele e la sua versatilità.

Date le sue proprietà astringenti e purificanti, può essere applicato sulla pelle per scrub o maschere che contrastano l'acne e le impurità dovute ad un'eccessiva produzione sebacea. È idratante ed emolliente anche sui capelli secchi e può quindi essere usato per creme ed impacchi rigeneranti.

Tornando all'ambito culinario, il miele di castagno è particolarmente indicato in accompagnamento ai piatti salati. Dato infatti il suo sapore poco dolce, esso è adatto non solo per preparare torte e biscotti ma anche in aggiunta a formaggi e secondi piatti in genere. Si presta per le glassature, sia dolci che salate, e per insaporire tè e tisane.

Passerai un pomeriggio assai piacevole dove sperimenterai con le tue mani come beneficiare delle proprietà di questo nettare delizioso

Numero di partecipanti

Min: 4 - Max: 8

Periodo: ottobre-novembre

Giorni

Orario: 14-18

Prezzi 60 euro

Durata: 4 ore

Lingue: italiano, inglese

Servizi inclusi

Accompagnatore, pulmino, assicurazione

Abbigliamento richiesto

Abbigliamento da trekking

Politica in caso di pioggia:

In caso di pioggia verrà rimandato

UN TRATTAMENTO DAVVERO SQUISITO MA NON SI MANGIA!



Sembra irresistibile, in realtà è super rilassante, è il trattamento al miele di castagno!

Le nostre esperte si occuperanno di voi, per migliorare l'aspetto dei vostri capelli e della vostra barba. Questi trattamenti ideati sia per le donne che per gli uomini, sono ricchi di proprietà e donano molti benefici.

Per quanto riguarda l'uomo, dedicherete un'ora del vostro tempo al relax e al benessere della pelle, oltre alla cura del viso e della barba. Il trattamento consiste prima nella rifilatura della barba e successivamente in uno scrub, con massaggio rilassante, fatto con lo zucchero di canna miscelato al miele di castagno, il tutto ammorbidito dal tepore di un panno caldo.

Per quanto riguarda la donna utilizzeremo gli stessi deliziosi ingredienti, ovvero il miele di castagno e lo zucchero di canna, per andare a fare un massaggio purificante con effetto a scurb, in radice. Questo trattamento è indicato per combattere la forfora, la psoriasi e lenisce il prurito al cuoio capelluto; rallenta la caduta, idrata i capelli secchi e sfibrati donando lucentezza.

Numero di partecipanti

Periodo: autunno, inverno

Giorni: Su prenotazione

Orario

Prezzi: Adulti: 50 euro

Durata: 1 ora

Lingue: italiano, inglese

Note

METTI LE MANI IN PASTA E MANGIA!



Vi accogliamo nel nostro agriturismo per una speciale lezione di cucina all'insegna del divertimento e del buon cibo. Vi cimenterete nella preparazione di un piatto tipico amiatino: i ravioli di castagne. Vedrete, con le mani in pasta si divertiranno anche i bambini!

Al termine della preparazione non vi resterà altro che gustare in sala il vostro piatto e brindare con i vostri amici "chef" con del buon vino rosso locale.

Numero di partecipanti:

Min: 2 - Max: 10

Periodo: autunno

Orario 10.00 (pranzo) o 17.00 (cena)

Prezzi: Adulti: 40 euro

Durata 4 ore

Lingue: italiano, inglese

Servizi inclusi

Cooking class

Cena o pranzo

Acqua e vino

Abbigliamento richiesto: comodo

ANDIAMO NEL BOSCO A RACCOGLIERE LE CASTAGNE



Non abbiamo bisogno di cose particolari per andare a castagne: un paio di buoni scarponi e un abbigliamento adeguato, ma soprattutto tanta pazienza e buona volontà.

Gli alberi di castagno sembrano giganti, testimoni di una storia secolare e che ancora ci donano i loro frutti preziosi.

Le foglie sono di colore verde chiaro, un contrasto perfetto con il marrone scuro delle castagne che sono coperte da un guscio spinoso. Gli alberi sono molto alti, ma non c'è bisogno di arrampicarsi. I frutti cadono a terra e rimangono lì, pronti per essere raccolti.

La prima ora se ne va! Due chiacchiere mentre si lavora, si ascolta la foresta, il suono del vento, il richiamo degli uccelli e il rumore delle foglie.

Il tempo vola mentre si raccolgono le castagne ... il raccolto è già abbondante e siamo arrivati all'ora di pranzo; che ne dite di entrare in agriturismo per sentire cosa a cucinato oggi di buono la signora Lucia?

Numero di partecipanti

Min: 4 - Max: 8

Periodo: ottobre-novembre

Giorni

Orario: 6-10

Prezzi 30 euro

Durata: 4 ore

Lingue: italiano, inglese

Servizi inclusi

Accompagnatore, pulmino, assicurazione

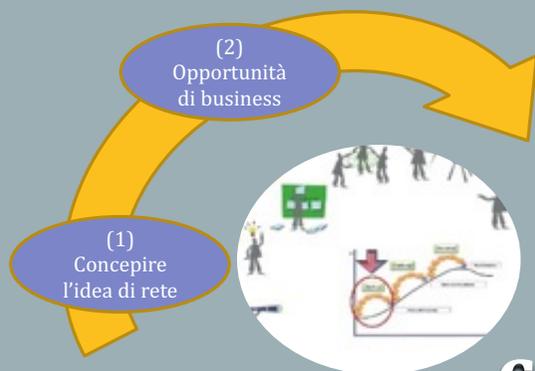
Abbigliamento richiesto

Abbigliamento da trekking

Politica in caso di pioggia:

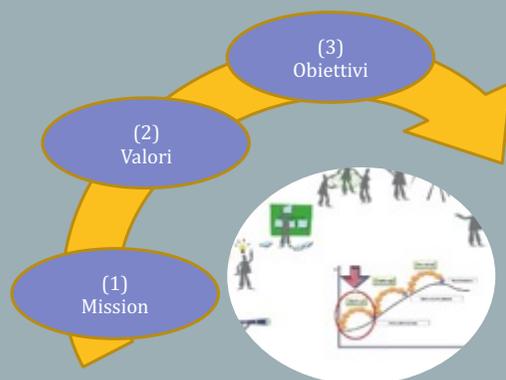
In caso di pioggia verrà rimandato

Dal branding di prodotto al branding territoriale

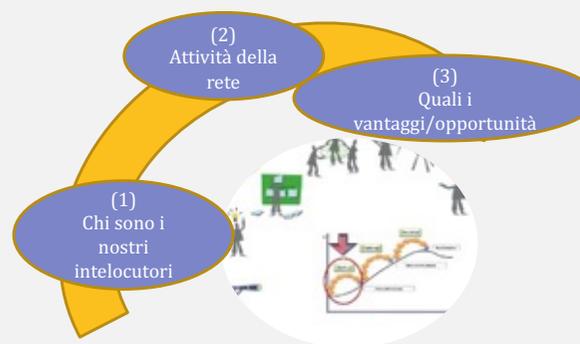


Il percorso di condivisione

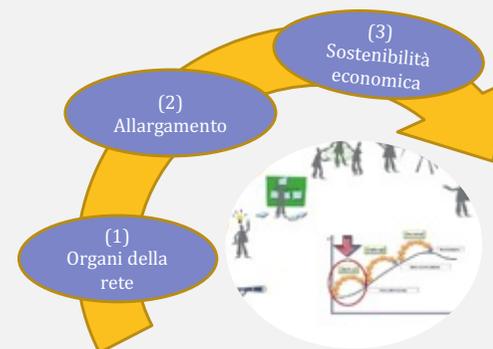
Condividere l'idea di fare rete



Costruire la visione



Chi sono gli interlocutori e le attività



Azioni a supporto del funzionamento

SOCIAL-CAST CASTANICOLTURA SOCIALE MISURA 16.9

Il futuro:
Finanziato

Obiettivo generale

- Social-Cast prospetta la sperimentazione e lo sviluppo della castanicoltura sociale come strumento di diversificazione integrata nei territori montani come quello amiatino, attraverso la strutturazione di una rete integrata fra servizi sociali soggetti della ricerca e mondo agro-rurale.
- In particolare, si individuano le aziende castanicole professionali e i castagneti da frutto coltivati come siti esclusivi per la sperimentazione e la diversificazione agro sociale, partendo dal fatto che i castagneti sono adatti anche al “Forest bathing” e quindi altamente idonei all’accoglienza inclusiva dei soggetti svantaggiati;
- per i castanicoltori, invece, è fondamentale diversificare le fonti di reddito, proprio per il mantenimento della loro attività, a seguito delle problematiche produttive determinate dai cambiamenti climatici.



GIOVANI SÌ



Regione Toscana



CASTANEOTURISMO

CASTANICOLTURA CON NUOVI SERVIZI ECOSISTEMICI, ORGANIZZATA PER IL TURISMO

Il futuro:
In graduatoria
Mis. 16.2

Obiettivo

il mantenimento e il miglioramento costante della castanicoltura come attività produttiva, introducendo attività di diversificazione che possono supportare il reddito dell'agricoltore e aumentino le funzionalità ecosistemiche associate ad una gestione sostenibile dei castagneti da frutto.

Gli obiettivi specifici sono:

- aumentare la diversificazione e la multifunzionalità dell'impresa castanicola evidenziandone il ruolo agro-ambientale, agro-naturalistico, agro-turistico, agro-artigianale ed i possibili servizi ecosistemi;
- migliorare il contributo della castanicoltura alla sostenibilità ambientale, esaltandone i servizi ecosistemic;
- valutare e monitorare il contributo dei castagneti da frutto alla stabilità idrogeologica del territorio e alla tutela della biodiversità;
- mettere a punto e modellizzare le prime attività di "castaneoturismo" in Toscana;
- sperimentare ed organizzare i bagni di castagneto per ritrovare il benessere;
- favorire attività artigianali di eco-design del castagno; testare la castanicoltura sociale, dello sport e della salute;
- rendere attrattiva l'attività castanicola anche con nuove certificazioni come la "Biodiversity Friends".



GIOVANI *si*



Unione Europea



REPUBBLICA ITALIANA

Regione Toscana



Grazie per l'attenzione