

# AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ

A cura di **Amalia Vitagliano**

## 1. I NUMERI DEL SETTORE

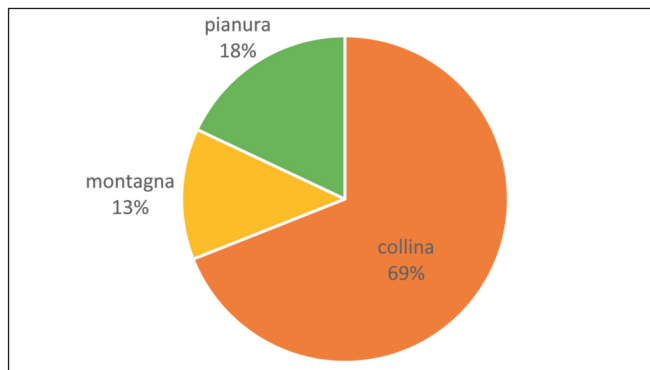
Le aziende agricole negli ultimi 15 anni hanno puntato molto sulla multifunzionalità e la diversificazione. Tra le singole attività secondarie spiccano la produzione di energie rinnovabili e le attività agrituristiche. Per quanto riguarda l'agriturismo si contano 950 aziende nel Lazio, che rappresentano il 4,2% del totale nazionale, pari a 22.238 e l'1,1% delle aziende agricole regionali, pari a 82.777. Nelle strutture agrituristiche della regione Lazio, si contano 11.261 posti letto, ovvero il 4,7% del totale nazionale, pari a 238.323. La media regionale di posti letto è pari a 15,6 per azienda, e supera la media nazionale che è pari a 13 posti letto per azienda. Secondo i dati ISTAT 2016, gli arrivi e le presenze nell'anno 2015 risultano essere pari rispettivamente a 29.191 e 78.309. Gli arrivi regionali sono pari all'1,05% degli arrivi nazionali (2.782.298), e le presenze regionali sono pari allo 0,69% delle presenze nazionali (11.321.533). La durata media dei soggiorni, ovvero la permanenza media è pari a 2,68 giorni.

Le aziende agrituristiche autorizzate allo svolgimento di attività didattiche sono 53, pari al 3,8% del totale nazionale. Nel 2015 si contano 950 aziende (+ 1,1% rispetto al 2014), in aumento anche l'offerta di alloggio (+0,6%),

di degustazione (+4,6%) e altre attività (+1,7%). In controtendenza l'offerta di ristorazione che diminuisce (-1,6%) rispetto al 2014. In 10 anni (2005-2015) il numero di aziende (e l'offerta dei principali servizi) è più che raddoppiato (+124%). In termini di "peso" sull'offerta nazionale e per macro-aree, il Lazio rappresenta il 4,27% dell'offerta nazionale e il 12,43% del Centro Italia. Spicca il servizio di ristorazione, proposto da 618 aziende (il 5,51% dell'offerta italiana e il 21,78% dell'offerta del Centro Italia). Nel 2015 si registrano 53 nuove aperture e 43 «chiusure». Il saldo regionale rimane positivo (+10), ma negli anni si è ridotto il divario tra nuove aziende agrituristiche e aziende cessate.

Con la conseguente riduzione (in linea con l'andamento nazionale) del tasso annuale di crescita, dal 7,6% nel biennio 2004/2005 all'1,1% nel biennio 2014/2015. La provincia di Viterbo con 346 aziende costituisce il territorio con la maggiore presenza di aziende (36%); segue la provincia di Roma con 233 aziende (25%), Rieti con 167 aziende (18%), Latina con 107 aziende (11%) e Frosinone con 99 aziende (10%). La maggiore disponibilità di posti letto si trova nella provincia di Viterbo con 5.380 posti letto (48%), seguita da Roma con 2.814 (25%), Rieti con 1.656 (15%), Latina con 906 (8%) e Frosinone con 505 posti letto (4%).

Grafico 1 - Le aziende agrituristiche nel Lazio 2015

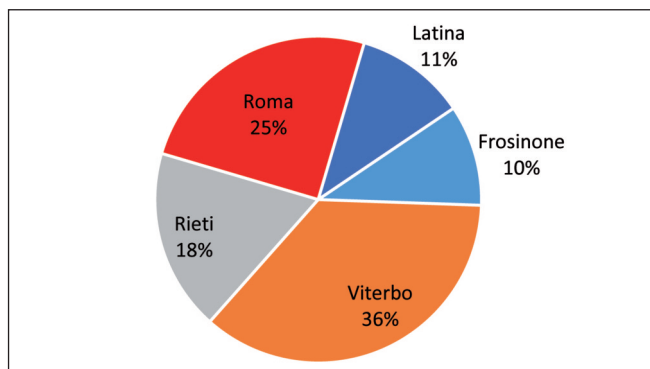


Fonte: Elaborazione RRN-Ismea su dati ISTAT. Report (Le aziende agrituristiche in Italia 2015). Anno 2016

Oltre otto aziende agrituristiche su dieci (82%) sono attive in aree collinari (69%) e montane (13%), il 18% in aree pianeggianti.

Negli ultimi 5 anni, a fronte dell'aumento delle aziende in pianura e in collina, è rimasto stabile il numero di aziende in montagna (119 nel 2015, come nel 2010).

Grafico 2 - Le aziende agrituristiche in Italia 2015



Fonte: Elaborazione RRN-Ismea su dati ISTAT. Report (Le aziende agrituristiche in Italia 2015). Anno 2016

## 2. LO STATO DELL'ARTE

Negli ultimi anni l'offerta di capacità ricettiva e di ristorazione sembrerebbe risentire della nascita e del rapido sviluppo di nuove formule di accoglienza (ad esempio, case private e altre forme ricettive), e del costo dell'intermediazione (le grandi O.T.A.), stante, tra le altre cose, la generale stagnazione della domanda e il rallentamento del movimento turistico nazionale.

L'offerta di ristorazione da un punto di vista quantitativo è da ritenersi più che soddisfacente, tuttavia risente, in alcuni frangenti, di contaminazioni troppo commerciali a scapito della componente agricola aziendale e territoriale.

Tra le aziende autorizzate all'alloggio (721 in totale), il 53% offre solo il pernottamento (383 aziende), il 16% propone la prima colazione (112 aziende), il 26% delle aziende propone la mezza pensione e la pensione completa (rispettivamente 189 e 190 aziende).

L'offerta della formula "notte e prima colazione" - strategica per il marketing aziendale e per la fidelizzazione degli ospiti, la promozione dei prodotti, etc. - ha certamente margini di crescita importanti.

Tra le altre attività (oltre alle attività varie) spiccano le escursioni, proposte da 187 aziende (il 30% delle 608 autorizzate) e le attività sportive, proposte da 142 aziende (23%), in entrambi i casi localizzate principalmente nella provincia di Viterbo (come per le proposte di mountain bike ed equitazione); i corsi (cucina, etc.) sono proposti da 128 aziende (21%) principalmente localizzate nella provincia di Rieti; mentre nella provincia di Roma si trova la maggior parte delle aziende agrituristiche autorizzate per le attività didattiche (47%).

Nel Lazio un grande peso ha l'equitazione che rappresenta il 7,33%, a seguire le osservazioni naturalistiche (7,21%) e la proposta di corsi (6,56%).

### I “nodi” dello sviluppo

Le parole chiave alla base di un percorso di sviluppo del settore sono date dall'autenticità del territorio che può accrescere grazie a collaborazioni e reti territoriali tra organismi pubblici e privati. Ai fini di una maggiore fidelizzazione degli ospiti è necessaria una altissima reputazione sul web. Inoltre, la forte connotazione agricola dell'offerta di attività secondarie (es. ospitalità, ristorazione, ecc.) insieme all'implementazione e lo sviluppo delle attività culturali, ricreative, sportive, etc., può favorire una permanenza più duratura da parte degli ospiti.

I Punti di debolezza sono, invece, dati dalla vicinanza con la città di Roma, catalizzatore della domanda, dalla carente capacità turistico-imprenditoriale dei territori laziali, dalla burocrazia e dalla scarsa promozione e conoscenza dei territori.

### 3. LE PAROLE CHIAVE PER IL FUTURO DEL SETTORE

L'agriturismo non può essere considerato un comparto a sé stante, ma come componente *agricola* ben integrata e integrante l'offerta turistico-commerciale complessiva, nonché culturale e sociale, di un territorio. L'offerta deve essere differenziata in relazione alle esigenze del *turista-cliente*, dando particolare importanza a una competitività focalizzata sui fattori *no-price*, tra i quali assumono particolare rilievo la qualità d'area, intesa come qualità complessiva del territorio “destinazione”, e la tutela del consumatore.

Per porre le basi di un percorso di crescita è necessaria una maggiore attenzione al **territorio** e alle sue **aziende**, al prodotto, prima che alla promozione, che deve essere

concepito e realizzato in un'ottica di autenticità e valorizzazione delle specificità del contesto, e in modo tale da permettere il massimo della personalizzazione e del valore esperienziale della vacanza. Un intervento pubblico, non solo di tipo istituzionale, ma anche funzionale, può favorire nella scelta e nell'attuazione dei progetti, il **coordinamento e la cooperazione tra organismi pubblici e privati**, con l'obiettivo di attivare le **risorse locali**, di **fare sistema**. Le comunità locali d'impresе e di cittadini, nonché di istituzioni, hanno un importante ruolo insieme alle componenti territoriali (es., la cultura, le tradizioni, la gastronomia, l'arte, etc.) ai fini di una crescita del settore. Infatti, il carattere collettivo del consumo turistico rende le destinazioni particolarmente esposte alle esternalità negative, sia di produzione (es., conflittualità con altri settori e deterioramento dell'ambiente da parte dell'attività turistica), sia di consumo e sociali (*gentrification*).

Per attivare una impresa turistica è molto importante attivare:

- la **formazione** di figure imprenditoriali e professionali in grado di interagire con la complessità e competitività del mercato,
- la messa a punto e diffusione di strumenti conoscitivi e operativi idonei, che forniscano il supporto informativo indispensabile nella gestione dell'impresa, nelle relazioni tra le imprese, gli attori pubblici, il territorio e il mercato;
- la realizzazione di forme di **diversificazione e innovazione** (di prodotto / processo);
- la realizzazione di forme di **aggregazione** all'interno del territorio, capaci di tutelare e mettere a valore il *prodotto-area* in modo integrato secondo una logica di sistema, sviluppando vantaggi sotto il profilo della differenziazione dei prodotti e servizi, e favorendo il conseguimento di diverse economie (di scala, di scopo, etc.).

#### 4. GLI STRUMENTI DI POLITICA REGIONALE

Le modifiche della legge 14/2006 e della legge 38/99, i nuovi regolamenti sull'agriturismo e sulle attività multi-imprenditoriali si configurano come un vero e proprio "giro di boa" in quanto intervengono sul settore agricolo in modo organico, seppur non esaustivo, con particolare riferimento all'incremento delle opportunità per le imprese agricole, con i previsti interventi in materia di multifunzionalità, e in tema di autorizzazioni amministrative. Per queste ultime, in particolare, la nuova norma, grazie anche alla disciplina dell'utilizzo del PUA in essa contenuta, è in grado di offrire una maggiore certezza nelle procedure amministrative. La perdurante crisi economica e amministrativa, che continua a gravare sulle imprese agricole e sull'intero sistema paese, ha provocato, in particolare, nella regione Lazio, una riduzione del numero delle imprese, che ha generato, seppur in modo estremamente parziale, il solo risultato positivo di una modesta crescita della superficie media aziendale.

In questo contesto, è necessario accompagnare il settore agricolo in una crescita organizzata e strutturata, incentrata sul superamento delle principali criticità attraverso il perseguimento dei seguenti obiettivi:

- crescita dimensionale delle imprese unite ad una aggregazione dell'offerta all'interno di filiere produttive ben strutturate;
- realizzazione di infrastrutture primarie per il settore agricolo, in particolare quelle riguardanti le filiere agroalimentari, come i centri di logistica;
- completo utilizzo delle superfici agricole da parte delle imprese agricole, volto, oltre che ad aumentare la competitività, anche ad arginare forme di degrado ambientale e territoriale;
- semplificazione e certezza alle procedure amministrative;
- messa a sistema dell'enorme patrimonio di conoscenza presente sul nostro territorio costituito, in particolare, dalle tante Università, dalle tre organizzazioni delle Nazioni Unite con sede a Roma (FAO, PAM E IFAD), dai numerosi centri di ricerca scientifica etc.;
- sostegno pieno e mirato delle risorse comunitarie, in particolare di quelle del Programma di Sviluppo Rurale, individuando anche i termini di qualità della spesa;
- promozione del nostro territorio sia attraverso lo sviluppo della multifunzionalità delle imprese agricole, sia favorendo forme di collaborazione tra gli imprenditori agricoli e altre figure imprenditoriali esercitanti attività comunque compatibili con l'agricoltura.

Al fine di perseguire gli obiettivi di rilancio precedentemente individuati si auspica un Testo Unico dell'Agricoltura e una programmazione strutturata attraverso la redazione del Piano Agricolo Regionale, nonché una classificazione e un marchio introdotti con il nuovo regolamento.