

Report

Workshop Agriturismo e Multifunzionalità dell'azienda agricola

Strumenti per le imprese, modelli e idee a confronto

A cura di Angela Galasso e Francesco Fratto

12-13 novembre 2016

AGRIETOUR – AREZZO

Arezzo Fiere e Congressi

INDICE

Le buone prassi.....	5
Il Workshop Agriturismo e multifunzionalità dell'azienda agricola	6
Sessioni e modalità di lavoro	6
Partecipanti	7
Risultati.....	8
Contesto	8
Dati generali	9
Dati specifici per ciascuna macro-categoria	11
Attività svolte dalle imprese	16
Il mercato.....	18
Intermediazione	20
Punti di forza e criticità.....	22

WORKSHOP AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITA'

Il Workshop Agriturismo e multifunzionalità rientra nel più ampio progetto "Agriturismo e Multifunzionalità" condotto nell'ambito della programmazione 2014-2020 della Rete Rurale Nazionale.

Il progetto è stato strutturato e finalizzato per la realizzazione di tre "output", che vogliono altresì costituire altrettanti strumenti pratici e utili per gli imprenditori agricoli orientati verso la diversificazione e l'innovazione, ovvero già impegnati nella conduzione di aziende "multifunzionali".

Più nel dettaglio, insieme alla redazione di un manuale per il management delle imprese agricole agrituristiche e multifunzionali e ad una raccolta "ordinata" di norme e documenti statali riguardanti la multifunzionalità, è stata avviata la costituzione di una comunità di pratiche (a partire da alcune buone prassi aziendali) che ha previsto, oltre all'attività di studio ed analisi e di elaborazione di modelli (esempi) di pianificazione economico-finanziaria, anche un momento di incontro e confronto, tenutosi in occasione del workshop di Arezzo nel corso di Agri e Tour, il 12 e il 13 novembre 2016.

Il presente documento, frutto di quanto emerso durante il workshop, costituisce una sorta di verbale "tecnico" ed una traccia di quanto discusso e rappresenta, il punto di partenza di un percorso di confronto e scambio, con spunti nuovi di studio e analisi.

Il documento riporta, secondo le stesse modalità di svolgimento delle sessioni, dopo una breve presentazione delle "buone prassi", la metodologia di svolgimento e organizzazione dei lavori, un sintetico quadro generale (normativo e di mercato) delle principali attività agrituristiche e multifunzionali, per poi proseguire con un focus sulle tre macro-aree di discussione (topics delle sessioni), una "fotografia di gruppo" delle attività multifunzionali svolte delle buone prassi e i loro approcci al mercato (domanda, intermediazione), con alcune note e spunti di riflessione e analisi.

Si conclude con due elenchi che riportano – secondo gli imprenditori delle buone prassi - i punti di forza (motori di sviluppo) e le criticità (freni allo sviluppo) da loro stessi riscontrati nei percorsi imprenditoriali e un report di sintesi dei questionari di valutazione e suggerimenti consegnati dai partecipanti alle tre sessioni. Il documento si completa con il verbale delle tre sessioni in allegato.

Le buone prassi

Per buone prassi (o buone pratiche) si intendono le esperienze, le procedure o le azioni più significative che hanno permesso, relativamente al contesto di attività agrituristiche e multifunzionali e rispetto ad obiettivi preposti, di ottenere i migliori risultati.

Parallelamente alla redazione del manuale "Agriturismo e multifunzionalità dell'azienda agricola: strumenti e tecniche per il management" il gruppo di lavoro "Agriturismo e multifunzionalità" RRN-ISMEA ha incontrato ed intervistato numerosi imprenditori agricoli: l'attività è consistita nell'individuazione, analisi e descrizione di 20 buone prassi di successo italiane ed estere (4 estere e le restanti italiane).

Le buone pratiche, attraverso il racconto delle esperienze imprenditoriali, l'analisi e la rappresentazione dei modelli aziendali, possono costituire un importante riferimento sia per gli imprenditori che intendono avviare, innovare, diversificare l'attività agricola, sia per i policy makers nella definizione di regole e strumenti a supporto delle imprese.

Le imprese incontrate e descritte sono rappresentative delle tante imprese che nel rispetto delle leggi hanno interpretato e continuano ad interpretare al meglio il ruolo dell'impresa agricola, diversificandone le funzioni e le fonti di reddito: la progettazione dell'impresa, il corretto approccio al mercato, l'integrazione forte tra attività agricola e ospitalità e attività connesse, relazioni e interazioni territoriali, la capacità di diversificazione e innovazione.

Il documento "Buone prassi di multifunzionalità nello sviluppo rurale - Raccolta di esperienze aziendali" allegato al manuale "Agriturismo e multifunzionalità dell'azienda agricola: strumenti e tecniche per il management" (presentato ad AgrieTour) contiene una sintesi dell'analisi emersa dai casi aziendali e la descrizione della metodologia utilizzata per l'individuazione e l'analisi.

Il Workshop Agriturismo e multifunzionalità dell'azienda agricola

La Comunità delle buone pratiche nata con il progetto "Agriturismo e multifunzionalità" si è riunita in occasione del **Workshop "Agriturismo e multifunzionalità dell'azienda agricola"**, organizzato da Ismea nell'ambito della Rete Rurale Nazionale 2014-2020, tenutosi durante la 15a edizione di AgrieTour - Salone Nazionale dell'Agriturismo e dell'Agricoltura Multifunzionale (11-13 novembre presso il Centro Fiere e Congressi di Arezzo).

AgrieTour, giunta alla quindicesima edizione a quindici anni dalla pubblicazione della c.d. "Legge di orientamento e modernizzazione" del settore agricolo (Decreto Legislativo 228 del 2001), ha ospitato diversi momenti di studio ed approfondimento su questi primi quindici anni di multifunzionalità in Italia, ripercorrendone le tappe più importanti, dalla nascita allo sviluppo, in chiave normativa, aziendale e di mercato; in questo contesto ha trovato il primo momento di incontro la comunità delle buone pratiche dell'agriturismo e dell'agricoltura multifunzionale nata nell'ambito della Rete Rurale Nazionale.

Il Workshop ha rappresentato la prima tappa di un percorso avviatosi con l'individuazione, l'incontro, l'analisi e poi la descrizione di modelli aziendali, meritevoli, in riferimento al contesto di attività agrituristiche e multifunzionali, di avere ottenuto ottimi risultati, interpretando al meglio il ruolo dell'impresa agricola e le sue diverse funzioni.

Sessioni e modalità di lavoro

Il Workshop è stato suddiviso in **tre sessioni** in cui sono state presentate, raggruppate in **3 macro-categorie**, tutte le principali attività multifunzionali:

- Sabato 12 novembre Ore 10.00 - **WS SESSIONE 1: Buone pratiche multifunzionalità - Agriturismo e ristorazione**
- Sabato 12 novembre Ore 16.00 - **WS SESSIONE 2: Buone pratiche multifunzionalità - Attività sociali e didattiche**

- Domenica 13 novembre Ore 10.30 - **WS SESSIONE 3: Buone pratiche multifunzionalità - Attività ricreative ed altre attività** (vendita diretta, degustazioni, corsi, attività equestri, escursioni, osservazioni naturalistiche, etc.)

Ciascuna sessione ha avuto una durata di circa 150 minuti ed ha visto, nell'ordine:

- ✓ una breve analisi e descrizione del contesto;
- ✓ la presentazione di ciascuna buona pratica, attraverso:
 - la descrizione dell'offerta;
 - le relazioni di mercato;
 - i punti di forza e le criticità;
- ✓ un dibattito di approfondimento con il pubblico partecipante con finalità propositive, sul rapporto fra l'azienda ed i clienti, l'azienda e le istituzioni, l'azienda e il territorio.

Partecipanti

Alle tre sessioni hanno partecipato i titolari (o loro collaboratori) delle aziende italiane ed estere:

Jean-Louis e Chris Villars, Azienda Montana Odoro, Vogorno, Svizzera Canton Ticino, CH

Rosario Romeo, Case Perrotta, Sant'Alfio, CT

Manuel Lombardi, Le Campestre, Castel di Sasso, CE

Domenico Lanera, Agriturismo Serragambetta, Castellana Grotte, BA

Ijsbrand e Caroline Snoeij, Boerderij Paradijs, Barneveld, Gelderland - Olanda

Antonello Lattanzi, Agrileisuretime srl, Spoleto, PG

Angela Albanese, Arca di Noè - Azienda Agricola Bagalini Roberto, Fermo, FM

Alessandra Morandi, Dosso Badino, Monticelli Brusati, BS

Massimo Scalet, Agritur Dalaip De Pape, Primiero San Martino di Castrozza, TN

Vytis Stelvis, Homestead Kliukai, Moletai region - Lithuania LT

Anna Enrica Bartolini, Azienda Agricola Il Poggio, San Casciano dei Bagni, SI

Mariangela Costantino, Azienda Agricola Costantino Mariangela, Maida, CZ

Gianpietro Massella, Agriturismo Tirtha, Pescantina, VR

Anna Serusi, Parco Donnortei, Fonnì, NU

Anna Cedrini, Agriturismo Poggio Nebbia, Tarquinia, RM

Per cause di forza maggiore non erano tra i presenti i titolari delle aziende: Orto di Lucania (Montescaglioso, MT), Il Frutto Permessso (Bibiana, TO), Parco Rurale Altire di Polazzo (Fogliano di Redipuglia, GO).

Ogni sessione è stata seguita mediamente da oltre 40 persone (di cui in media 25 registrati/accreditati), cui è stato somministrato un questionario di valutazione e suggerimenti (si rinvia all'ultimo paragrafo di questo documento per un report dei questionari raccolti).

Tra i partecipanti, presenti in tutte le sessioni: la d.ssa Briscolini e il dr. Schipani (Mipaaf), il dr. Selmi e la d.ssa Buonocore (Ismea). Hanno inoltre seguito e partecipato attivamente: imprenditori agricoli, agrituristici, operatori agro-sociali, dirigenti e funzionari degli assessorati all'agricoltura di diverse regioni italiane (Toscana, Lazio, Marche, Sardegna), agronomi, consulenti e tecnici, ricercatori e studenti universitari.

Nella tabella sottostante sono riportate tutte le (aziende) buone pratiche che hanno portato la propria testimonianza durante i lavori in base alle loro esperienze imprenditoriali.

Tabella 1 - Imprese agrituristiche intervenute durante il Workshop "Agriturismo e multifunzionalità"

	Sessione	Provenienza	Parola chiave
Azienda Montana Odro	1-Agriturismo e ristorazione	Svizzera	Ospitalità, presidio
Agriturismo Case Perrotta	1-Agriturismo e ristorazione	Catania	Ristorazione, escursionismo
Azienda agrituristiche Le Campestre	1-Agriturismo e ristorazione	Caserta	Ristorazione e vendita diretta
Bioagriturismo Serragambetta	1-Agriturismo e ristorazione	Bari	Ospitalità
Boerderij 't Paradijs	2-Attività sociali e didattiche	Olanda	Sociale
Agrileisuretime	2-Attività sociali e didattiche	Perugia	Didattica e Sport
Bagalini – Arca di Noè	2-Attività sociali e didattiche	Fermo	Agrinido
Agriturismo Dosso Badino	2-Attività sociali e didattiche	Brescia	Ristorazione, didattica e sociale
Dalaip dei Pape	2-Attività sociali e didattiche	Trento	Didattica e sociale
Sodyba Kliukai	3-Attività ricreative e altre attività	Lituania	Pesca e Natura
Azienda agricola Costantino Mariangela	3-Attività ricreative e altre attività	Catanzaro	Degustazioni
Agriturismo Tirtha	3-Attività ricreative e altre attività	Verona	Corsi
Azienda agricola Il Poggio	3-Attività ricreative e altre attività	Siena	Attività equestri
Parco Donnortei	3-Attività ricreative e altre attività	Nuoro	Natura
Agriturismo Poggio Nebbia	3-Attività ricreative e altre attività	Viterbo	Escursionismo

Risultati

Contesto

Ciascuna delle tre sessioni del Workshop è stata aperta da una breve presentazione delle dinamiche di contesto generali e specifiche per ciascun tema della sessione.

Dati generali

L'approccio analitico ha seguito un percorso necessariamente "abbreviato" ed estremamente sintetico, con lo scopo di dare un inquadramento generale - in termini di normativa, dati macro-economici sull'andamento dell'offerta e della domanda - per poi porre particolare attenzione alle attività di ospitalità, ristorazione, didattica, sociale, attività ricreative, sportive e culturali.

Dal punto di vista normativo, è del 1972 la prima Direttiva in cui compare l'intenzione di favorire l'integrazione dei redditi degli agricoltori con i proventi da attività extra agricole, tra le quali il turismo rurale; segue nel 1973 la legge della Provincia Autonoma di Trento "Interventi a favore dell'agriturismo". Bisogna attendere il 1985 per avere la prima Legge Quadro "Disciplina dell'Agriturismo" n. 730 cui fanno seguito lentamente le leggi regionali per completare l'intero quadro normativo nazionale, che si chiude con la legge della Regione Sicilia, datata 9 giugno 1994.

Nel 2006 arriva la seconda Legge Quadro sull'agriturismo (n. 96/2006) che dà indicazioni alle Regioni circa i principi generali di definizione dell'attività agrituristica. Nel 2015, con la Legge Regionale sarda, si completa il quadro normativo regionale. La legge del 2006 riporta all'art. 1 le finalità dell'agriturismo, cui si aggiungono 88 (tra norme, circolari e documenti) che l'imprenditore agricolo è chiamato a rispettare.

Le Finalità

(art. 1 Legge n. 96/2006 – Disciplina dell'agriturismo)

- a) tutelare, qualificare e valorizzare le risorse specifiche di ciascun territorio;
- b) favorire il mantenimento delle attività umane nelle aree rurali;
- c) favorire la multifunzionalità in agricoltura e la differenziazione dei redditi agricoli;
- d) favorire le iniziative a difesa del suolo, del territorio e dell'ambiente da parte degli imprenditori agricoli attraverso l'incremento dei redditi aziendali e il miglioramento della qualità di vita;
- e) recuperare il patrimonio edilizio rurale tutelando le peculiarità paesaggistiche;
- f) sostenere e incentivare le produzioni tipiche, le produzioni di qualità e le connesse tradizioni enogastronomiche;
- g) promuovere la cultura rurale e l'educazione alimentare;
- h) favorire lo sviluppo agricolo e forestale.



Gli otto obiettivi dell'articolo 1 della legge quadro "Disciplina dell'agriturismo" n. 96 del 2006 indicano le funzioni dell'agricoltura ed i suoi ambiti di "competenza": ambiente, paesaggio, territorio, qualità alimentare. Non solo produzione di beni primari, ma anche "secondari" e "terziari".

Tutela delle risorse territoriali, vitalità e qualità di vita delle aree rurali, differenziazione dei redditi, difesa del suolo, salvaguardia ambientale e tutela paesaggistica, recupero del patrimonio edilizio rurale,



valorizzazione delle produzioni tipiche, delle tradizioni e della cultura rurale: sono espressione della multifunzionalità in agricoltura.

Sono le finalità dell'agriturismo, ma ne sono anche i "mezzi", gli strumenti strategici ed operativi, fattori necessari per lo sviluppo sostenibile di un'azienda e di un territorio (comunità di persone); materia prima per il miglioramento della "qualità di vita" (ambiente, paesaggio, alimentazione) e per altre attività sociali (cultura, welfare, occupazione, etc.) ed economiche (es: turismo, enogastronomia, etc.).

Le "buone prassi", con diversi livelli di diversificazione e specifiche attività, interpretano tutte le finalità sopra elencate.

Le norme

Al 30 settembre 2016, sono 88 le norme statali e i documenti riguardanti la multifunzionalità agricola (*vedasi Appendice Manuale «Agriturismo e multifunzionalità dell'azienda agricola. Strumenti e tecniche per il management»*)

- ✓ Attività connesse – Norme di settore (14);
- ✓ Trasformazione e vendita diretta dei prodotti agricoli - Norme di settore (21);
- ✓ Agriturismo, pescaturismo, ittiturismo - Norme di settore (12);
- ✓ Agriturismo - Norme di settore su alloggio e agriturismo (7);
- ✓ Agriturismo - Norme di settore sulla ristorazione (10);
- ✓ Agriturismo - Norme di settore sulle attività ricreative (7);
- ✓ Agricoltura sociale - Norme di settore (3);
- ✓ Norme generali - multisettoriali (14).

A cui si aggiungono le norme regionali.

Rete Rurale Nazionale
 Autorità di gestione:
 Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
 Via XX Settembre, 20 - Roma
 reterurale@politicheagricole.it
 www.reterurale.it - @reterurale - www.facebook.com/reterurale

La diversificazione della attività (e dei redditi), l'utilizzo di nuovi fattori produttivi finalizzati all'erogazione di nuovi servizi, l'ampliamento della gamma e della varietà di servizi, rende di fatto l'impresa agricola, agrituristica e multifunzionale, soggetta al rispetto di molte norme di diversa natura (di settore e trasversali/multisetoriali), in base alle diverse attività (ospitalità, somministrazione, trasformazione e vendita, etc.) e in base alle competenze amministrative (statali, regionali o provinciali).

Il quadro normativo, certamente generoso, si traduce per gli imprenditori nell'obbligo del rispetto di tantissime regole ed adempimenti, con un conseguente carico in termini di burocrazia, appesantito a volte dalla lentezza delle Pubbliche Amministrazioni, dalla poca chiarezza e discrezionalità interpretativa di alcune norme.

Con riferimento al mercato, e in particolare all'offerta, la tabella seguente mostra l'andamento delle aziende agrituristiche italiane per principali tipologie di attività dal 2005 al 2015.

Tabella 2 - Aziende agrituristiche

Aziende agrituristiche per tipologia (*)							
Fonte: ISTAT						Variazioni 2015/2005	
	2005	2010	2014	2015	Assolute	%	
ALLOGGIO							
- Aziende	12.593	16.504	17.793	18.295	5.702	45,3	
- Posti letto	150.856	206.145	232.580	238.323	87.467	58,0	
- Piazzole di sosta	5.826	8.759	9.263	10.660	4.834	83,0	
RISTORAZIONE							
- Aziende	7.201	9.914	11.061	11.207	4.006	55,6	
- Posti a sedere	277.866	385.470	423.777	432.884	155.018	55,8	
DEGUSTAZIONE							
- Aziende	2.542	3.836	3.837	4.285	1.743	68,6	
ALTRE ATTIVITA'							
- Aziende	8.755	11.421	12.307	12.416	3.661	41,8	
di cui con:							
- Equitazione	1.478	1.638	1.222	1.269	-209	-14,1	
- Escursionismo	2.981	3.190	3.143	3.242	261	8,8	
- Osservazioni naturalistiche	575	784	1.037	1.110	535	93,0	
- Trekking	1.426	1.950	1.767	1.838	412	28,9	
- Mountain bike	2.258	2.800	2.656	2.666	408	18,1	
- Fattorie didattiche	-	752	1.289	1.402	1.402	-	
- Corsi	942	1.967	1.887	1.952	1.010	107,2	
- Sport	3.474	4.152	5.013	4.846	1.372	39,5	
- Varie	4.288	6.312	6.391	6.443	2.155	50,3	
AGRITURISMO							
- Aziende in complesso	15.327	19.973	21.744	22.238	6.911	45,1	

(*) Un'azienda agricola può essere autorizzata all'esercizio di una o più tipologie di attività agrituristiche

Fonte: Elaborazioni RRN su dati Istat

Dal 2005 al 2015 le aziende agrituristiche passano da 15.327 a 22.238, con un aumento in valore assoluto di 6.911 aziende, pari al 45,1% . Mediamente in Italia, dal 2005 al 2015, sono nati due agriturismi al giorno, per dieci anni, ogni giorno.

Si conferma la tendenza a diversificare i servizi, con la proposta di pacchetti integrati:

- 8.162 aziende con attività di alloggio e ristorazione
- 10.440 aziende con alloggio e altre attività
- 1.707 aziende con tutte le tipologie di attività.

Nota: oltre otto aziende agrituristiche su dieci (83,9%) sono attive in aree collinari (51,9%) e montane (32%), il 16,1% in aree pianeggianti. Nelle aree interne le aziende agrituristiche sono presenti in quasi tutti i Comuni interessati (99,1%), con una densità più accentuata nell'Italia centrale e in Alto Adige, confermando il contributo dell'agriturismo al mantenimento degli insediamenti e dell'attività agricola in zone spesso svantaggiate.

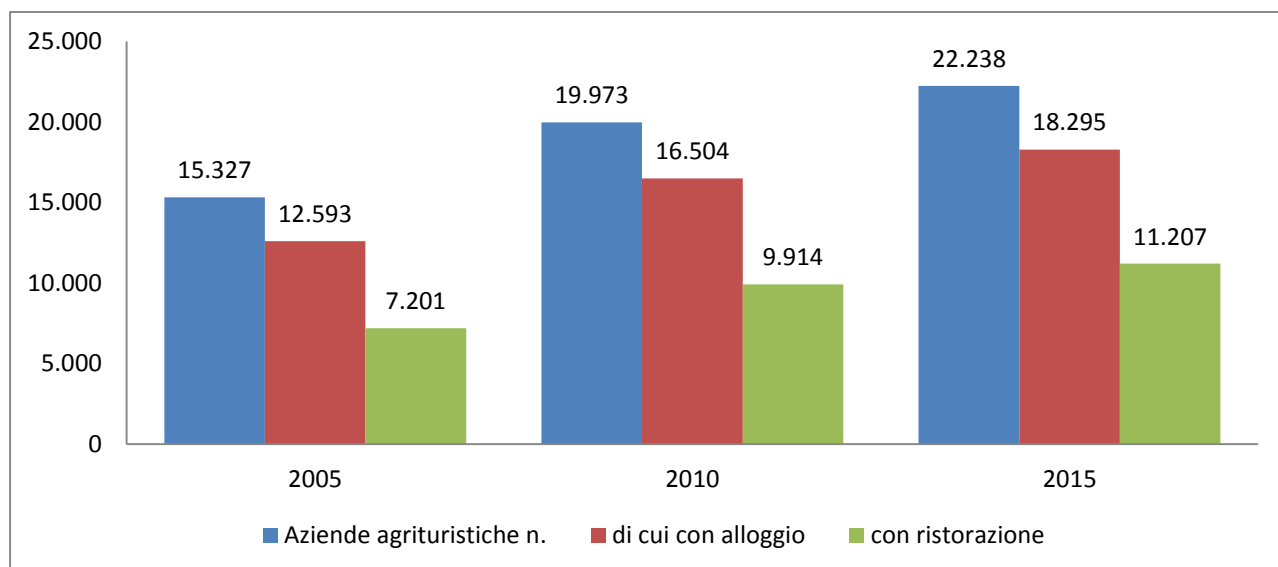
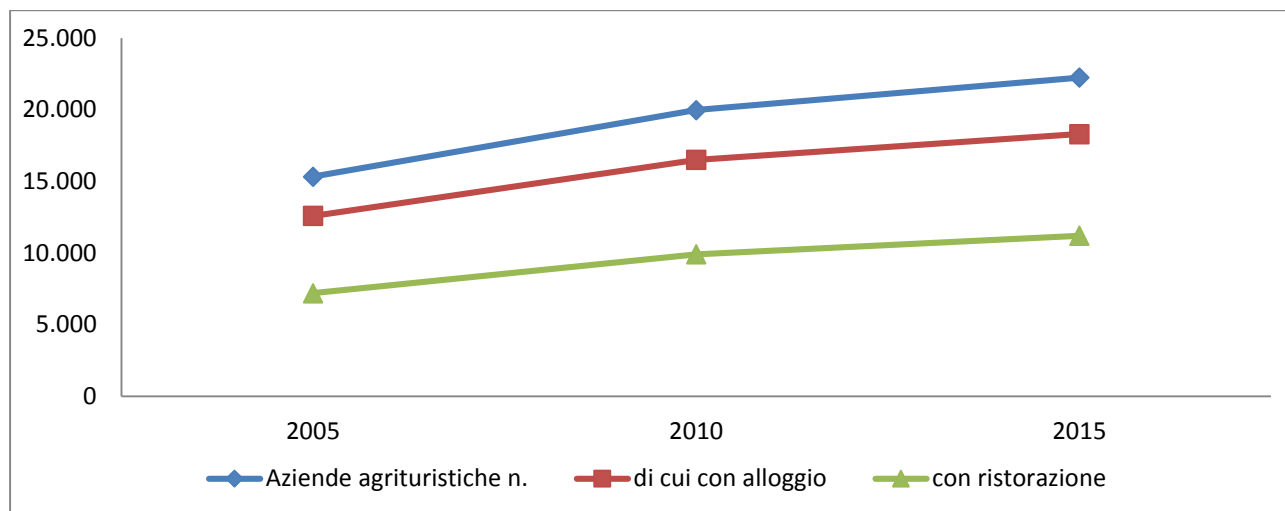
Dati specifici per ciascuna macro-categoria

WS SESSIONE 1: Buone pratiche multifunzionalità - Agriturismo e ristorazione

Nel 2015 si contano 18.295 aziende (82,3% del totale nazionale) autorizzate a fornire servizio di alloggio (+2,8% rispetto al 2014); dispongono di 238.323 posti letto (+2,5% sull'anno precedente, con una media di 11,6 posti letto per azienda) e di 10.660 piazzole di sosta per l'agri-campeggio (+15,1%).

Le aziende autorizzate al servizio di ristorazione sono 11.207 e dispongono di 432.884 posti a sedere (con una media di 38,6 posti a sedere per azienda).

Figura 1 - Andamento offerta: ospitalità e ristorazione

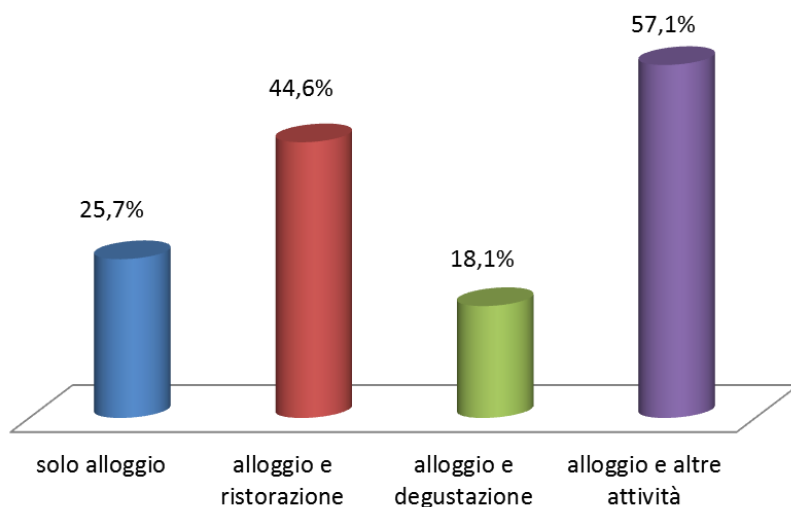


Fonte: Elaborazioni RRN su dati Istat

Dal 2005 al 2015 le aziende agrituristiche con alloggio sono aumentate del + 45,3% e le aziende con ristorazione del + 55,6%.

Le aziende con alloggio: da 12.593 nel 2005 a 18.925 nel 2015 (+ 5.702 in valore assoluto). Le aziende con ristorazione: da 7.201 del 2005 a 11.207 del 2015 (+4.006).

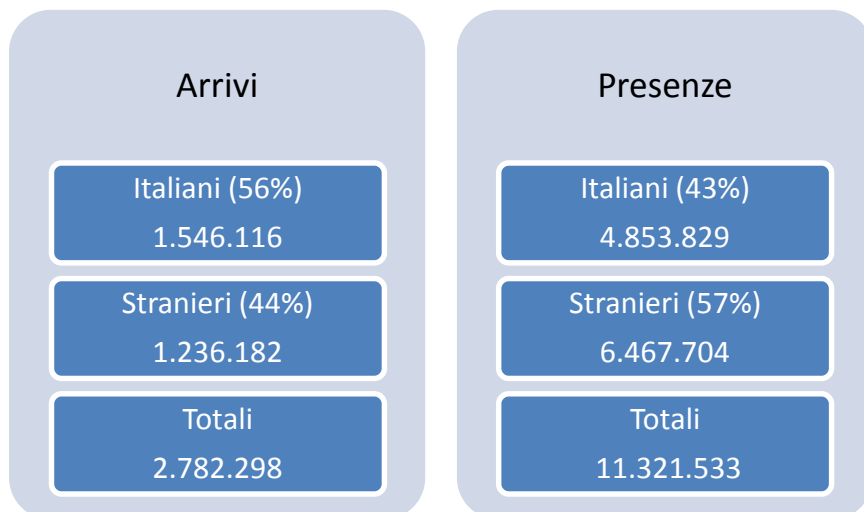
Figura 2 - Composizione dell'offerta per principali servizi



Fonte: Elaborazioni RRN su dati Istat

Tra le aziende autorizzate all'alloggio, 4.701 (oltre un quarto del totale) offrono solo l'ospitalità, 8.162 (44,6%) abbinano l'alloggio alla ristorazione, 3.309 (18,1%) associano l'ospitalità con la degustazione e 10.440 (57,1%) arricchiscono l'offerta di alloggio con altre attività (equitazione, escursionismo, sport, corsi, ecc.).

Figura 3 - Andamento domanda turistica



Fonte: Elaborazioni RRN su dati Istat

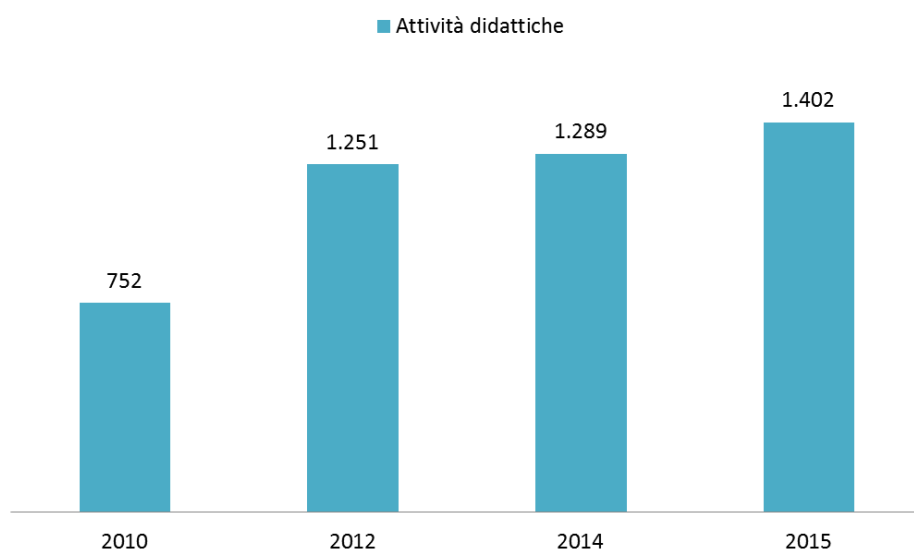
Aumenta del 3,02% il fatturato dell'agriturismo, da 1.153,6 del 2014 a 1.188,4 del 2015 (milioni di euro, valori correnti). Gli italiani soggiornano in media 2,9 giorni, gli stranieri 5,2 giorni. Rispetto al 2014 l'incremento delle presenze è stato pari al 4,9%.

WS SESSIONE 2: Buone pratiche multifunzionalità - Attività didattiche e sociali

Le attività didattiche vengono proposte da 1.402 aziende agricole con autorizzazione per agriturismo.

Rispetto al 2014 sono aumentate di 113 unità (+ 8,7%), mentre rispetto al 2010 (anno della prima rilevazione) sono aumentate dell'86,4%.

Figura 4 - Attività didattiche



Fonte: Elaborazioni RRN su dati Istat

Le attività didattiche vengono svolte in 2.384 aziende agricole. Dal 2010 al 2015 le autorizzazioni per attività didattiche delle aziende agrituristiche sono aumentate del 53,3%. Meno chiaro il quadro sull'agricoltura sociale: nel 2015 è stata approvata la legge quadro nazionale (n. 141/2015 Disposizioni in materia di agricoltura sociale), ad oggi non esistono ricerche e dati ufficiali. Si stima che circa 1.200 aziende (elaborazione Ismea-RRN) svolgono attività di agricoltura sociale.

Tabella 3 - Attività sociali

	Aziende agro-sociali (n.)
Paesi Bassi	800
Irlanda	100
Italia *	1.200
Francia **	2.100
Germania	160
Fiandre	300
Slovenia	15

* stima (elaborazione RRN anno 2016); ** comprese attività didattiche.
Fonte: progetto UE SoFar Social Farming – UniPisa (dati 2009)

Attività sociali in agricoltura: chi le pratica?

- **Aziende agro-sociali:** aziende agricole professionali che decidono di praticare agricoltura sociale (azioni inclusive, relazionali, creazione di lavoro, co-terapie verdi o con animali)
- **Strutture socio-assistenziali che fanno uso di pratiche agricole:** cooperative ed enti morali a prevalente finalità sociale che fanno uso di risorse agricole per affrontare in modo diverso il tema dell'inclusione (riabilitazione, inclusione, creazione di lavoro con agricoltura)

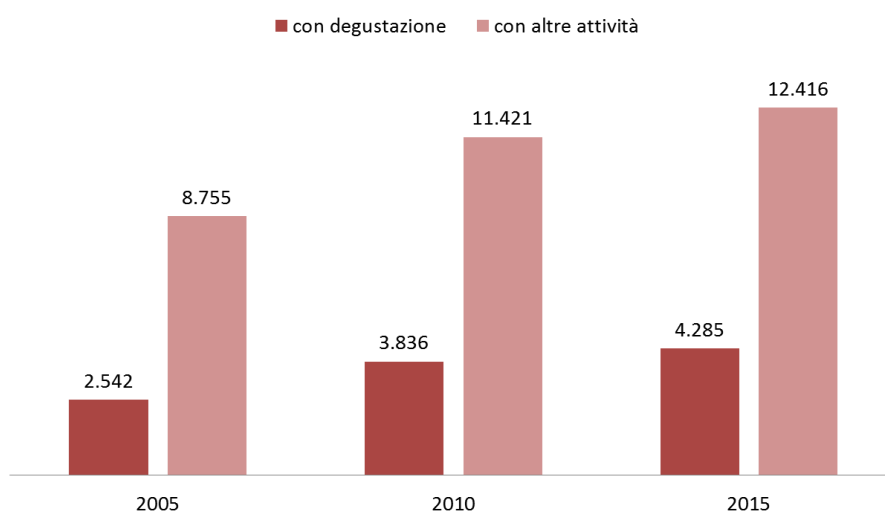
Fonte: Di Iacovo (UniPisa), Durastanti, Galasso (AiCARE), 2012

Nel corso del Workshop sono state approfondite le attività sociali svolte da aziende agricole. Come ben evidenziato anche dalle testimonianze dirette degli imprenditori, l'attività didattica e sociale non è un'attività "altra" rispetto all'agricoltura (attività primaria), ma ne rappresenta una "costola" validissima, strettamente connessa al resto delle attività, sia primarie che secondarie.

WS SESSIONE 3: Buone pratiche multifunzionalità – Altre attività

Le aziende con degustazione passano da 2.542 nel 2005 a 4.285 nel 2015 (+1.743 aziende, pari ad un aumento del 68,6%).

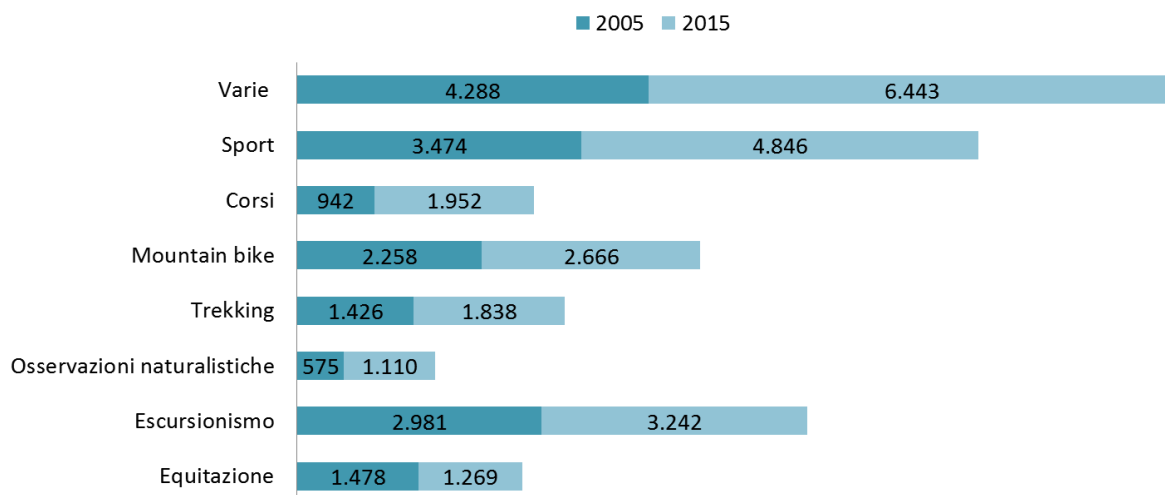
Figura 5 - Degustazioni e "Altre attività"



Fonte: Elaborazioni RRN su dati Istat

Le aziende con altre attività da 8.755 del 2005 a 12.416 del 2015 (+3.661, pari al 41,8%).

Figura 6 - Altre attività e attività varie



Fonte: Elaborazioni RRN su dati Istat

Nel 2015 anche le «altre attività» offerte dagli agriturismi, risultano in forte aumento.

Corsi (+107,2%) osservazioni naturalistiche (+93%), attività varie (+50,3%) e sport (+39,5%).

In calo l'equitazione (-14%).

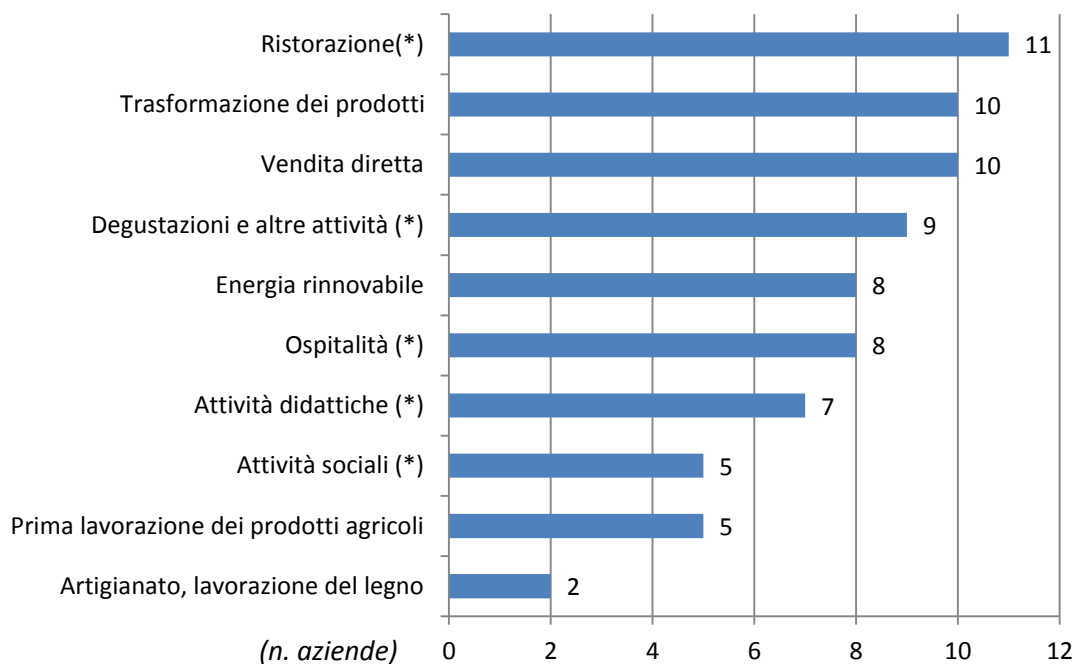
Attività varie: comprendono tutte quelle attività varie non incluse nelle voci equitazione, escursionismo, osservazioni naturalistiche, trekking, mountain bike, corsi e sport; in particolare le attività varie comprendono: partecipazione ai lavori agricoli dell'azienda, attività ricreative, giochi per bambini, piscina, utilizzo di sale riunioni organizzate per convegni o altro, manifestazioni folcloristiche, ecc.

NOTA: importanza delle altre attività connesse e non in riferimento a: segmentazione domanda, destagionalizzazione, arricchimento contenuti "esperienziali" dell'offerta, relazioni ed interazioni con il territorio.

Attività svolte dalle imprese

Nella figura 7 vengono rappresentate le attività multifunzionali (secondarie e di supporto) svolte dalle buone prassi partecipanti al Workshop. Ciascuna impresa può svolgere, e di norma svolge, più di un'attività.

Figura 7 - Attività di supporto e secondarie svolte dalle imprese

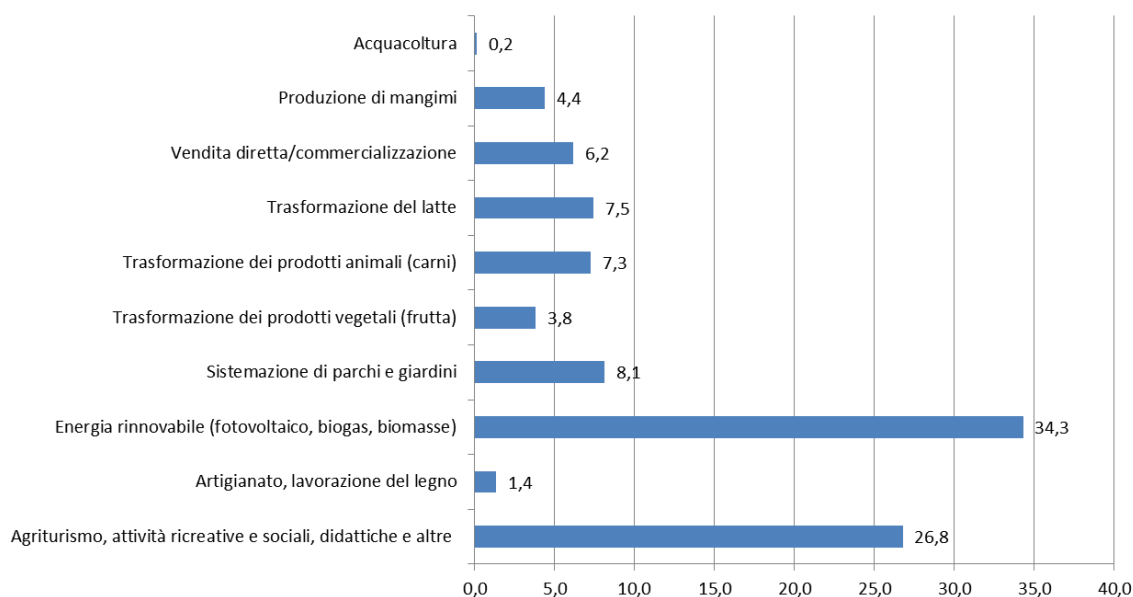


Fonte: elaborazione RRN su dati Workshop

Le cinque voci contraddistinte da un asterisco (*) sono le attività riconducibili ad "agriturismo, attività ricreative e sociali, didattiche ed altre attività".

Nella figura 8 si rappresenta il "peso" (in valori %) ovvero l'incidenza delle attività secondarie sull'intero settore agricolo.

Figura 8 - Incidenza delle singole attività secondarie sul settore agricolo



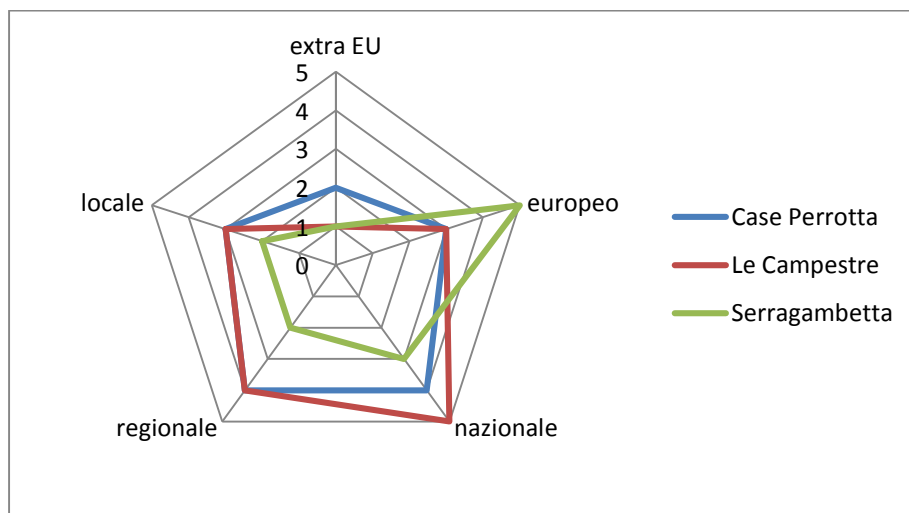
Sarà certamente utile indagare quali attività, fra quelle non svolte dalle imprese, sono frutto di scelta spontanea ovvero sono o potrebbero essere prese in considerazione per futuri investimenti e quali le eventuali barriere all'entrata.

Il mercato

Ferme restando l'originalità e l'identità di ciascuna offerta aziendale, la localizzazione, la produzione agricola, la struttura dell'offerta (ospitalità, ristorazione, didattica, sociale, altre attività), il grado di diversificazione e differenziazione, la combinazione dei servizi, le strategie utilizzate e di conseguenza il mercato di riferimento, è stato chiesto a tutti gli imprenditori di dare un peso, in scala pentenaria da 0 (nullo) a 5 (altissimo), circa i prevalenti mercati di provenienza geografica della loro domanda.

Lo scopo, senza pretesa di valore statistico, è stato di avere un indicativo riferimento al mercato o ai mercati di sbocco. Sulla base delle risposte sono stati costruiti i grafici (figure 9, 10 e 11) che ne rappresentano gli orientamenti.

Figura 9 - Il mercato con riferimento all'ospitalità e alla ristorazione (formule BB, HB e FB *), peso 0-5



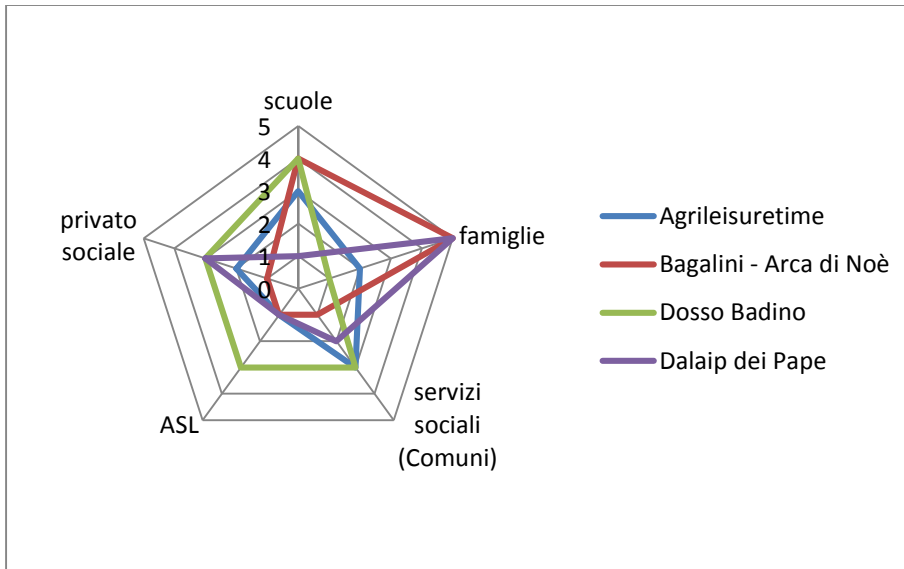
(*) BB=Bed and breakfast, HB=mezza pensione, FB=pensione completa

Fonte: elaborazione RRN su dati Workshop

Dalla figura si evince come le aziende abbiano diversi mercati prevalenti, in relazione a diversi fattori. Tuttavia da una visione complessiva emerge come sia il mercato extraeuropeo ad avere ancora margini di sviluppo per le imprese; se sui mercati locali, regionali e nazionali bisogna consolidare il posizionamento, i nuovi mercati extraeuropei (su cui investire in comunicazione e promozione) possono costituire "potenziali" target-obiettivo.

Emerge forte la necessità di un coordinamento centrale e di un piano di comunicazione e promozionale di tipo istituzionale.

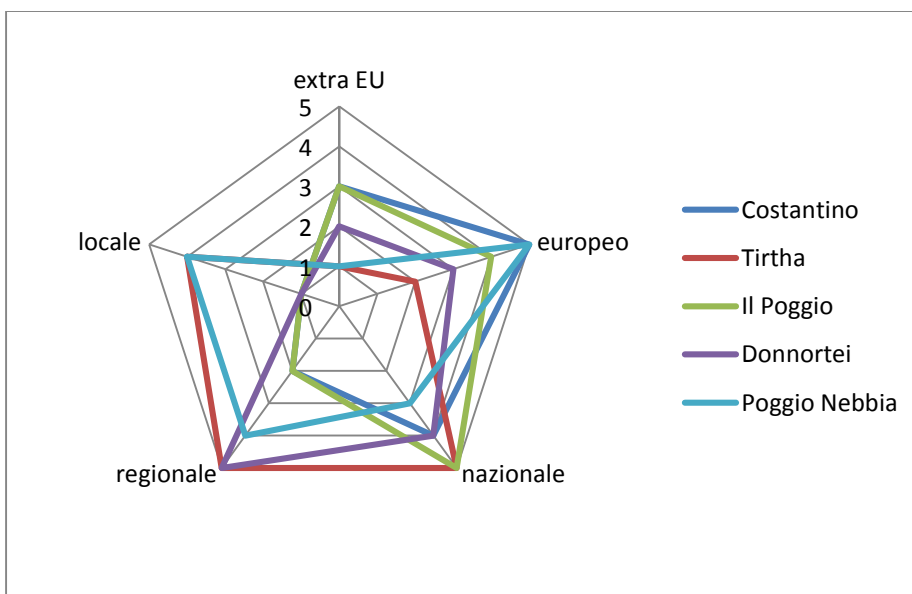
Figura 10 - Il mercato con riferimento alle figure-cliente delle attività didattiche e sociali, peso 0-5



Fonte: elaborazione RRN su dati Workshop

Le imprese presenti hanno avviato attività di collaborazione con soggetti pubblici (ASL, Amministrazioni Comunali, scuole) e privati (imprese sociali e famiglie). Il contatto diretto con le famiglie appare essere il canale privilegiato al momento, dovuto probabilmente alla tipologia di servizi (infanzia/agricolo e attività riabilitative/ricreative) e alla maggiore “accessibilità” per le aziende rispetto all’avvio di una relazione con un soggetto pubblico (ASL, servizi sociali Comuni), tradizionalmente distante dal mondo agricolo. Le scuole rappresentano una figura molto presente nelle aziende, per via della tradizione della didattica ormai da lunghi anni sperimentata dal settore agricolo.

Figura 11 - Il mercato con riferimento alle “altre attività”, peso 0-5



Fonte: elaborazione RRN su dati Workshop

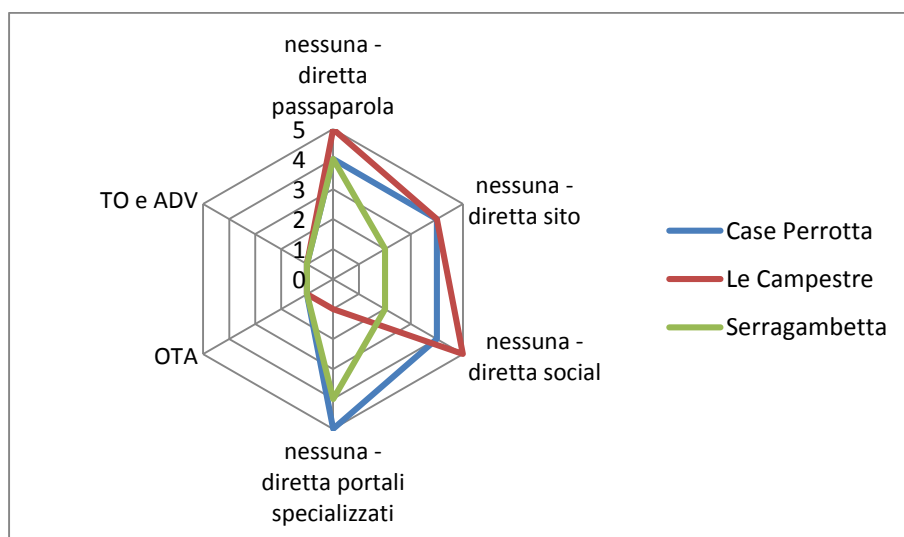
Per quanto riguarda le “altre attività”, possono valere le stesse osservazioni di cui alla figura 9; gran parte delle altre attività vengono offerte agli ospiti che pernottano, ma non esclusivamente, si può infatti notare una maggiore incidenza dei mercati locali e regionali, “mercati di prossimità”, fondamentali per la destagionalizzazione e per fruire di quei servizi che non presuppongono necessariamente il pernottamento.

Intermediazione

Per avere un quadro di riferimento circa l’approccio in termini di intermediazione con la domanda di mercato, abbiamo chiesto a tutti gli imprenditori di dare un peso, in scala pentenaria da 0 (nullo) a 5 (altissimo), in merito al grado di intermediazione e al relativo canale principalmente utilizzato.

Lo scopo, anche in questo caso senza pretesa di valore statistico, è stato di avere riferimenti indicativi sulla base dei quali si sono costruiti i grafici (figure 12, 13 e 14) che rappresentano gli orientamenti aziendali.

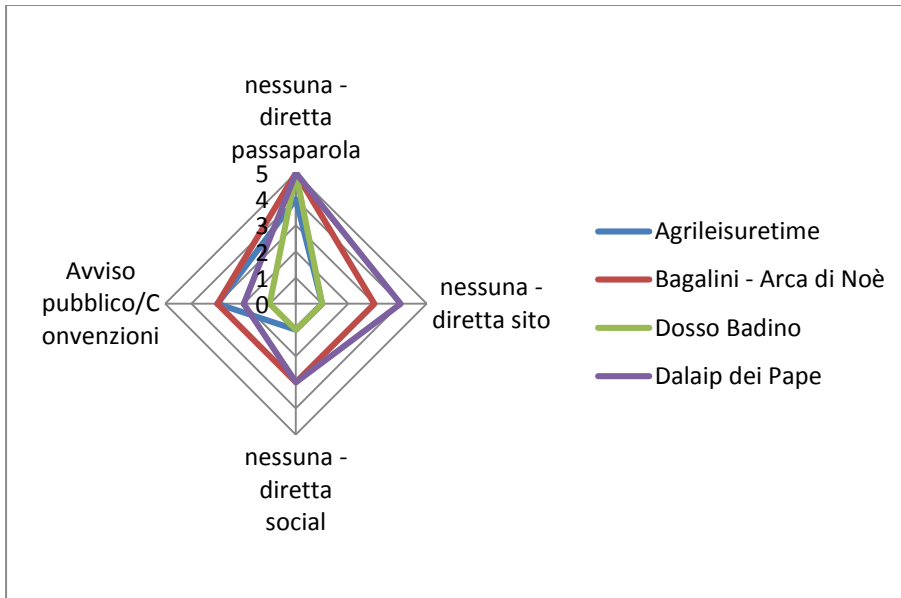
Figura 12 - Grado di intermediazione con il mercato, peso 0-5 (agriturismo e ristorazione)



Fonte: elaborazione RRN su dati Workshop

Con riferimento all’agriturismo ed in particolare alle attività di ospitalità e ristorazione (intese anche nelle formule combinate di B&B, mezza pensione e pensione completa), nella fattispecie emerge la consolidata tendenza alla disintermediazione, ovvero la promozione tramite il passaparola e gli ospiti fidelizzati, tramite un buon utilizzo dei social network e del proprio sito (gestione dinamica e buona indicizzazione) oltre alla buona scelta dei portali su cui promuoversi. Le tradizionali Agenzie di Viaggi e Tour Operator e le moderne Online Travel Agency (OTA), nel caso delle tre buone prassi rimangono i canali meno utilizzati, grande merito va agli imprenditori, riuscire a difendere in questo campo la propria autonomia, significa a parità di arrivi e presenze, guadagnare quel 15-18% dei ricavi che altrimenti diventerebbe un costo con la voce “provvigioni - commissioni”.

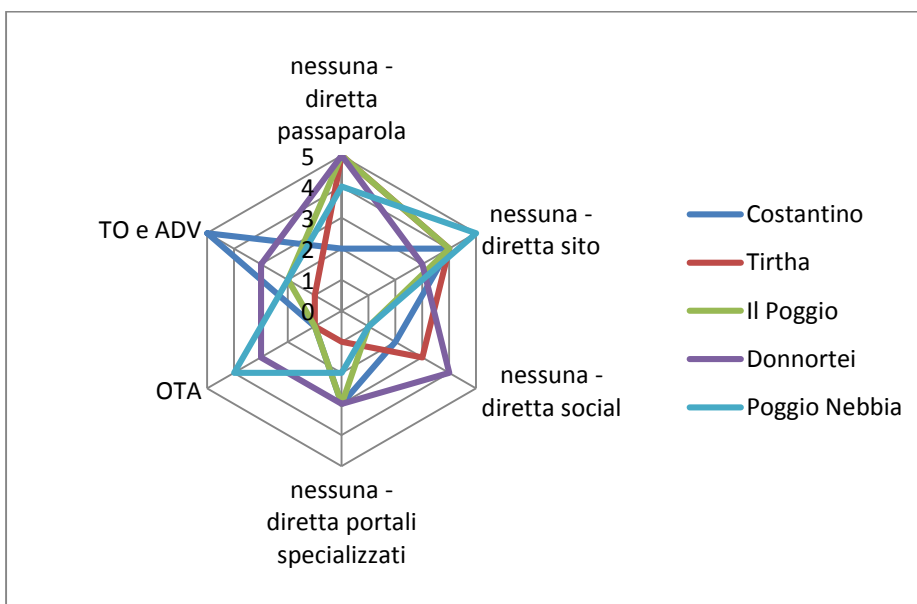
Figura 13 - Grado di intermediazione con il mercato, peso 0-5 (attività didattiche e sociali)



Fonte: elaborazione RRN su dati Workshop

Se le imprese specializzate nei servizi di ospitalità e ristorazione, oltre al passaparola, scelgono la promozione e l'intermediazione via web e si rivolgono ad una clientela molto differenziata, le imprese che svolgono attività didattiche e sociali (così come fu inizialmente per l'agriturismo) si servono principalmente del passaparola per raggiungere e farsi conoscere dagli utenti ed operare con i soggetti pubblici, ASL, Amministrazioni Comunali, Regioni.

Figura 14 - Grado di intermediazione con il mercato, peso 0-5 (altre attività)



Fonte: elaborazione RRN su dati Workshop

Dalla lettura delle figura 14 si evince una situazione che vede nella disintermediazione la preferenziale scelta delle aziende. Tuttavia in questo caso, contesti ad alta densità di offerta, tipologie di servizi offerti, impongono investimenti (costi) per l'intermediazione professionale, laddove il passaparola o il proprio web marketing possono non essere sufficienti per garantire il numero atteso di ospiti e clienti.

A parità di clienti (e notti nel caso dell'ospitalità) questa scelta (in molti casi obbligata) produce un'erosione dei ricavi, (ovviamente il contrario in caso di aumento degli ospiti), indirettamente può creare nuove occasioni di business e nuovi ospiti fidelizzati (favorendo il passaparola e future prenotazioni dirette).

Punti di forza e criticità

Di seguito riepiloghiamo i principali punti di forza (motori per la crescita, TOP) e le principali criticità (freni, DOWN) emersi dalle imprese e durante le sessioni:

TOP

Accoglienza familiare (convivialità), atmosfera e clima aziendale

Conduzione familiare

Qualità dei prodotti, genuinità dei menu proposti

Senso di appartenenza, coinvolgimento, fiducia e partecipazione dei collaboratori

Possibilità di mangiare prodotti aziendali e di "vederne" la provenienza

Formazione e professionalità dell'imprenditore e dei collaboratori

Contatto diretto con il consumatore

Una buona comunicazione

Rete e collaborazione con altre imprese

Diversificazione dell'attività e sinergia fra attività agricola e attività di diversificazione

Certificazioni ambientali e di origine dei prodotti e dei servizi

Innovazione nei processi produttivi

Vicinanza ad un importante sito culturale

Cura e bellezza della campagna e del paesaggio, cura degli spazi verdi aziendali

Qualità dell'accoglienza, cordialità

Attività sportive

Disponibilità e qualità degli spazi interni ed esterni

Risorse ambientali, archeologiche e territoriali

Sinergia e messa a sistema delle diverse attività dell'azienda

Costruzione di reti nel territorio per la collaborazione tra aziende

Mercato fondato su qualità, fiducia e reputazione

“Personalità” dell'offerta

Biodiversità, biologico, basso impatto ambientale dell'aziendale

DOWN

Burocrazia

Confusione normativa (sovrapposizione norme e margini interpretativi delle norme)

Livello di competenza di alcuni interlocutori di PPAA/Istituzioni locali

Barriere culturali

Immagine negativa dell'area/territorio

Scarsa qualità della viabilità, accesso limitato alle scuole (no bus)

“Analfabetismo alimentare”, scarsa conoscenza gastronomica

Scarsa informazione della “filosofia” dell'agriturismo

Accesso a risorse del PSR

Ricerca di personale affidabile e preparato

Accesso al credito e rapporti con banche

Equilibrio fra competenze “turistiche” e agricole, l'attenzione agli ospiti e la presenza in azienda

Tempo-lavoro, aggiornamento normativa

Percentuale materia prima

Controlli/ scarsa tutela

Difficoltà di pianificazione