

## DINAMICHE EVOLUTIVE DEL SETTORE AGRITURISTICO IN ITALIA

*Massimiliano Vavassori<sup>1</sup>*

### **Abstract:**

*Since the '80s agritourism has become the most evident expression of rural tourism in Italy. Perhaps, at the beginning, the possibility of finding particularly cheap board and lodging has given a significant boost to the diffusion of this tourism. On the other hand, it should not be forgotten the decisive role played by policies in favour of the "multifunctionality" of farms. These policies have contributed to the success of agritourism, so that in the last decades rural accommodations in Italy have doubled.*

*This paper, presented by the Research Department of Touring Club of Italy – association always involved in the promotion of tourism values and protection of national heritage and environment –, is intended to deepen the trends of this sector and point out the renewed attention to rural areas as "tourist object".*

### **1. Introduzione**

Il desiderio di allontanarsi dai ritmi delle città e l'importanza attribuita alla riscoperta di tradizioni, storia e cultura del nostro entroterra rurale hanno portato in questi ultimi anni alla crescita della domanda verso un tipo di vacanza che possiamo definire, con un termine generico, "verde". Un aggettivo che ben si adatta a diverse forme di turismo: della montagna, dei laghi e dei fiumi, della natura e faunistico, dell'enogastronomia e così via.

Le potenzialità di questi segmenti, sempre più ricercati dai viaggiatori nazionali e internazionali, sono tra gli elementi decisivi per il rilancio del turismo italiano e la definizione di strategie per il prossimo futuro.

---

<sup>1</sup> Direttore Centro Studi Touring Club Italiano

In questo contesto, l'agriturismo si è dimostrato la tipologia ricettiva che – meglio di altre – ha saputo rispondere alle esigenze di una domanda sempre più eterogenea. La capacità di soddisfare target diversi è insita nella sua natura. Nato come opportunità di integrazione del reddito rivolta agli agricoltori, esso si è rivelato presto uno strumento importante per la valorizzazione di ambiente, cultura e tradizioni del contesto rurale.

## **2. Una definizione di turismo rurale**

Una definizione condivisibile di turismo rurale prevede un lavoro analitico preliminare da svolgere con qualche attenzione. Per provare a circoscriverne i confini, si potrebbe cominciare da quattro prospettive:

- la motivazione dei turisti che desiderano entrare in contatto con la storia e le tradizioni che caratterizzano un territorio;
- gli “attrattori”: il paesaggio, in primo luogo, ma anche tutti quegli elementi che hanno dato al territorio negli anni una specifica identità. Si tratta delle tradizioni artigianali che caratterizzano i luoghi della produzione agroalimentare “disegnando” le campagne, dell’enogastronomia locale che rappresenta una sintesi della cultura del territorio e così via;
- gli aspetti di servizio a disposizione dei turisti. A questo proposito, l’azienda agricola, nel suo duplice ruolo di protagonista e custode dei principali aspetti della cultura materiale locale nonché di attore economico per i prodotti che distribuisce (attività tradizionale) e per i servizi di accoglienza che può approntare (attività innovativa), rappresenta uno dei “simboli” più riconoscibili e apprezzati del turismo rurale;
- la forte identificazione con valori “locali”, in contrapposizione con la standardizzazione che caratterizza altre forme di turismo più propriamente di massa. La connotazione locale è originata da diversi fattori: in primo luogo, perché spesso il turismo in aree rurali nasce su impulso di imprenditori locali che decidono di “aprirsi” agli ospiti; in seconda battuta perché il turismo rurale resta, nella stragrande maggioranza dei casi, a gestione locale e perché, proprio sulla base di quanto già detto, gran parte dei profitti ricade direttamente sul territorio. Infine, perché esso esiste solo in funzione di un paesaggio e una cultura locali che diventano gli elementi che valorizzano l’esperienza turistica in quella specifica area.

In questo senso il turismo rurale – e conseguentemente l’agriturismo che ne rappresenta, oggi, la manifestazione più evidente in quanto interpreta il ruolo tradizionale di “luogo di produzione” e quello più contemporaneo di “luogo di erogazione di servizi” anche a valenza turistica – risulta intrinsecamente legato al tema della qualità, della bontà e genuinità dell’offerta e alla notorietà delle risorse (paesaggistiche, agroalimentari ed enogastronomiche) che ne costituiscono l’essenza.

### 3. L’agriturismo in cifre

A voler ripercorrere la storia dell’agriturismo, occorre considerare che è a partire dagli anni 80 del secolo scorso che ha iniziato ad affermarsi in Italia come espressione più evidente del turismo rurale. Forse, inizialmente, la possibilità di trovare vitto e alloggio a prezzi particolarmente convenienti ha rappresentato un volano importante per il diffondersi di questa pratica turistica. Dall’altro lato, non bisogna dimenticare il decisivo ruolo giocato dalle politiche di sostegno a favore delle imprese agricole che, puntando sul concetto di multifunzionalità, hanno contribuito al diffondersi di questa offerta, tanto che negli ultimi decenni (Tabella 1) il numero di aziende agrituristiche in Italia – limitatamente a quelle che offrono servizio di alloggio – sono passate secondo l’Istat dalle circa 8.000 unità della fine degli anni 90 alle oltre 16.000 del 2010.

*Tabella 1 – L’offerta agrituristica con alloggio in Italia (1998-2010)*

<b>Anni</b>	<b>Esercizi</b>	<b>Posti letto</b>	<b>Anni</b>	<b>Esercizi</b>	<b>Posti letto</b>
1998*	8.034	93.824	2006	13.854	167.087
2003	10.797	130.195	2007	14.822	179.985
2004	11.575	140.685	2008	15.334	189.013
2005	12.593	150.856	2009	15.681	193.480
			2010	16.504	206.145

Fonte: Elaborazione Centro studi TCI su dati Istat *Le aziende agrituristiche in Italia*

\*Trattandosi della prima indagine statistica sull’agriturismo svolta dall’Istat in via sperimentale, i dati del 1998 non sono pienamente confrontabili con quelli delle rilevazioni successive che, dal 2003, monitorano invece le aziende in modo continuativo. I dati, comunque, sono indicativi del grande sviluppo che il settore ha avuto negli ultimi decenni

Prendendo in esame il numero delle strutture che compongono l'offerta extralberghiera nazionale (Tabella 2), l'agriturismo si posiziona al terzo posto (con un peso del 14,3% sul totale) subito dopo gli alloggi in affitto e i bed&breakfast (rispettivamente il 61,2% e il 18,8% delle oltre 116mila strutture complementari totali).

Tabella 2 - Offerta extralberghiera italiana (2010)

<b>Categorie e tipi di esercizio</b>	<b>Esercizi</b>	<b>Quota %</b>	<b>Var.% 2010/05</b>	<b>Letti 1000</b>	<b>Quota %</b>	<b>Var.% 2010/05</b>	<b>Dim. Media</b>
Campeggi e villaggi turistici	2.610	2,2	8,3	1.354	57,9	0,7	519,7
Alloggi in affitto	71.130	61,2	4,0	560.	25,6	-5,7	7,9
Alloggi agrituristici	16.639	14,3	41,5	216	6,0	54,1	13,0
Ostelli per la gioventù	456	0,4	21,3	27	0,9	27,1	59,6
Case per ferie	2.222	1,9	35,7	127	4,4	24,7	57,1
Rifugi alpini	1.035	0,9	21,1	33	1,2	13,5	31,5
Altri esercizi ricettivi	372	0,3	47,5	12	1,7	-69,9	31,5
Bed and Breakfast	21.852	18,8	112,6	117	2,3	121,4	5,4
<b>Tot. esercizi extralberghieri</b>	<b>116.316</b>	<b>100</b>	<b>20,6</b>	<b>2.446</b>	<b>100</b>	<b>5,3</b>	<b>21,0</b>

Fonte: Elaborazione Centro studi TCI su dati Istat *Censimento degli esercizi ricettivi*

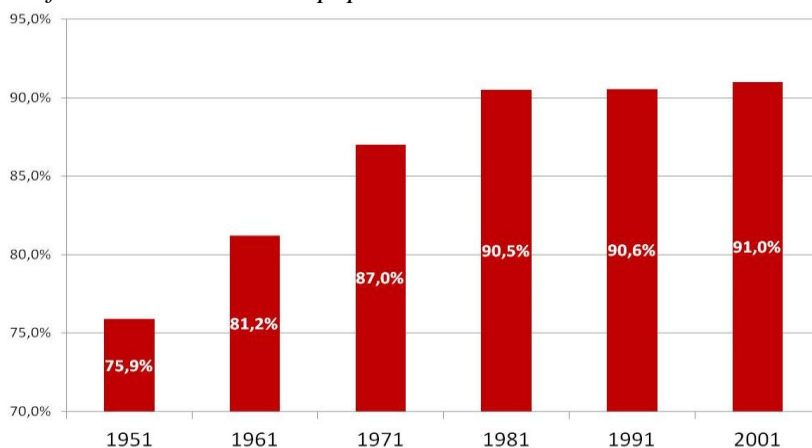
\* I dati non coincidono esattamente con quelli della Tabella 1 in quanto provengono da una rilevazione Istat differente.

La caratteristica principale dell'agriturismo è quella di costituire un'emanazione diretta dell'azienda agricola e di non rappresentare la fonte di reddito principale dell'imprenditore. A lato delle politiche a sostegno della diversificazione delle attività nel settore agricolo, il legislatore (nazionale e regionale) ha definito i tratti distintivi

dell'agriturismo (si veda a questo proposito il par. 5), che rientra tra le forme di ricettività extralberghiera e rappresenta la connessione tra settore turistico e agricolo.

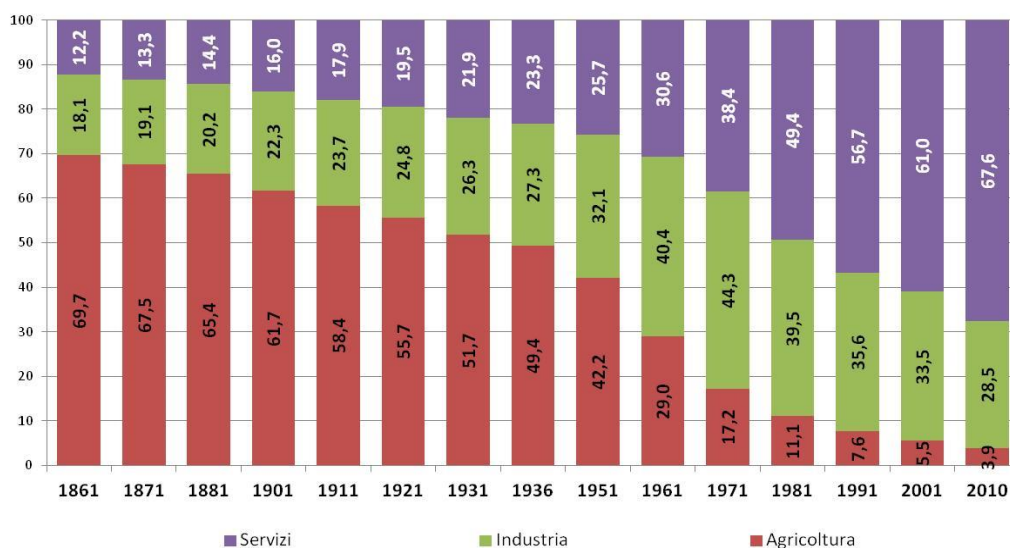
La possibilità data all'imprenditore di dedicarsi all'ospitalità – integrando così i redditi provenienti dall'attività principale – risponde al tentativo di limitare lo spopolamento delle aree rurali (Grafico 1) e di valorizzare colture e tradizioni a rischio di abbandono (Grafico 2)

Grafico 1 - Percentuale di popolazione italiana residente in centri abitati (1951-2001)



Fonte: Elaborazione Centro studi TCI su dati Istat

Grafico 2 - Popolazione impiegata per settore di attività economica (1861-2010)



Fonte: Elaborazione Centro studi TCI su dati Istat

Oltre all'opportunità di alloggiare in una casa contadina e di condividere con il proprietario gli spazi e le aree destinate alle attività agricole, al turista sono rivolte diverse proposte: alloggio, ristorazione e altre attività, come ad esempio trekking,

escursioni a cavallo e laboratori di cucina, per consentire un contatto più diretto con natura e cultura del luogo (Tabella 3).

Per sintetizzare, gli elementi principali della ricettività in agriturismo sono i seguenti:

- accoglienza familiare;
- esperienza a contatto con la natura e con la vita di campagna;
- cucina sana e cibi provenienti da filiere corte;
- conoscenza delle tradizioni del territorio.

Dal lato della domanda, nell'ultimo decennio si è registrato un forte incremento del numero di presenze nelle strutture agrituristiche italiane che forniscono servizio di alloggio (Grafico 3): si è passati, infatti, dai circa 4 milioni del 2000 ai 9,5 milioni del 2010 (+128%).

*Tabella 3 – I servizi offerti dalle strutture agrituristiche italiane (2010)*

<b>Servizi</b>	<b>N.°</b>	<b>Quota % su totale*</b>
Alloggio	16.504	82,6
Ristorazione	9.914	49,6
Altro	6.312	31,6
Sport	4.152	20,8
Degustazione	3.836	19,2
Escursionismo	3.190	16,0
Mountain bike	2.800	14,0
Corsi	1.967	9,8
Trekking	1.950	9,8
Equitazione	1.638	8,2
Osservazioni naturalistiche	784	3,9
Fattorie didattiche	752	3,8
<b>Totale aziende</b>	<b>19.973</b>	<b>100,0</b>

\* La somma delle quote non è pari a 100 in quanto ogni struttura può offrire più servizi tra quelli riportati in tabella.

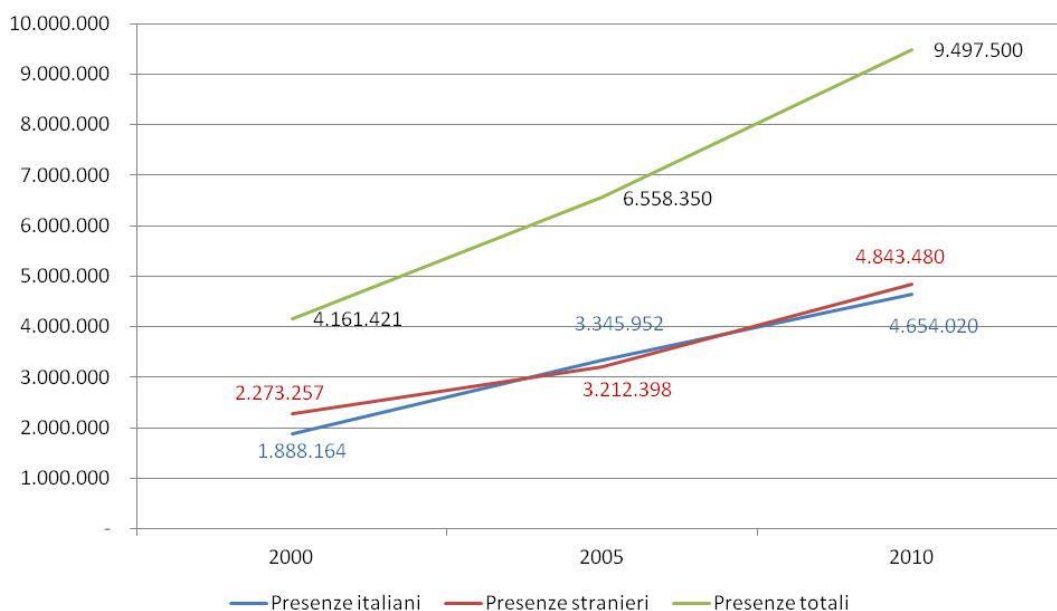
Fonte: Elaborazione Centro studi TCI su dati Istat *Le aziende agrituristiche in Italia*

Considerando poi i pernottamenti dell'ultimo anno disponibile, si può verificare che il 51% proviene dall'estero, dato ben al di sopra di quello medio nazionale riferito a tutte le strutture pari al 44%. Tra i Paesi incoming troviamo al primo posto la Germania (con il 42,7% delle presenze) seguita da Olanda, Francia e Belgio (Grafico 4).

Per quanto riguarda, invece, il turismo interno i dati confermano una tendenza che si mantiene stabile già da qualche anno: i connazionali che scelgono gli agriturismi per le loro vacanze provengono prevalentemente da Lombardia (20,8% delle presenze totali italiane), Lazio (13,4%) e Veneto (11,9%).

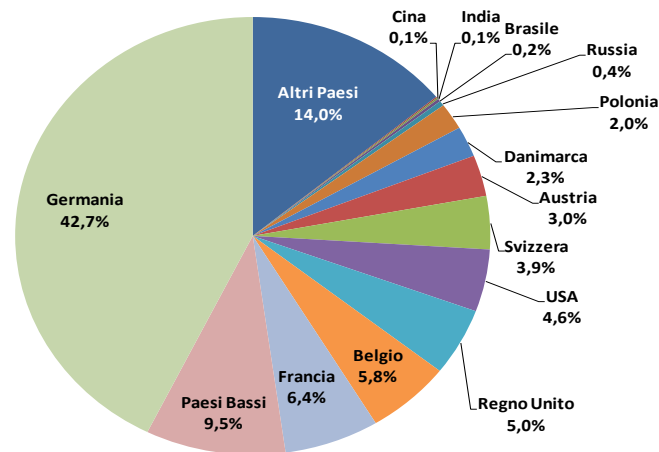
Se si considerano, poi, le destinazioni preferite, la Toscana è al primo posto (32,1% delle presenze totali): seguono la provincia di Bolzano e l'Umbria (Tabella 4).

Grafico 3 – Presenze italiane, straniere e totali nelle strutture agrituristiche (2000, 2005, 2010)



Fonte: Elaborazione Centro studi TCI su dati Istat

Grafico 4 - Principali mercati esteri dell'agriturismo - Quota % su totale presenze straniere (2010)



Fonte: Elaborazione Centro studi TCI su dati Istat

Tabella 4 – Arrivi e presenze negli agriturismi per provincia/regione di destinazione  
Dati ordinati per presenze (2010)

Rank	Province regioni	Arrivi	Presenze	% presenze in agriturismo su totale presenze	% presenze straniere
1	Toscana	574.674	3.047.778	32,1	64,8
2	Bolzano	280.654	1.943.186	20,5	67,2
3	Umbria	258.182	978.534	10,3	38,5
4	Veneto	160.906	532.419	5,6	45,1
5	Marche	121.698	493.027	5,2	30,4
6	Lombardia	94.364	316.099	3,3	42,1
7	Sicilia	91.005	284.973	3,0	44,8
8	Emilia-Romagna	81.803	253.482	2,7	20,7
9	Puglia	67.276	247.034	2,6	15,3
10	Piemonte	87.681	242.608	2,6	49,2
11	Trento	51.465	202.600	2,1	26,0
12	Liguria	43.207	192.891	2,0	45,2



13	Campania	39.588	184.439	1,9	16,7
14	Friuli Venezia G.	49.156	154.621	1,6	37,6
15	Lazio	29.047	123.418	1,3	27,7
16	Abruzzo	20.665	96.574	1,0	26,0
17	Basilicata	21.506	70.356	0,7	12,8
18	Calabria	13.035	55.239	0,6	14,5
19	Sardegna	11.318	41.449	0,4	37,4
20	V. d'Aosta	8.300	25.518	0,3	14,2
21	Molise	4.570	11.255	0,1	4,7%
	<b>Italia</b>	<b>2.110.100</b>	<b>9.497.500</b>	<b>100,0</b>	<b>51,0</b>

Fonte: Elaborazione Centro studi TCI su dati Istat

#### 4. Le contraddizioni del settore

Nel corso degli anni per rispondere a un mercato competitivo e alla richiesta sempre più diversificata di servizi, gli imprenditori agricoli hanno cominciato a investire parecchio su nuovi servizi non sempre, però, in linea con la vocazione rurale del contesto di appartenenza proponendo strutture e attività in cui centralità agricola è a volte difficile da percepire (campi da golf, piscine e così via).

A distanza di decenni, infatti, l'aspetto più evidente dello sviluppo del turismo rurale – e dell'agriturismo in particolare – sembra essere quello di un'inevitabile e progressiva contraddizione tra “radici” del fenomeno e innovazioni di prodotto per venire incontro alle esigenze della domanda.

Da una rilevazione sugli utenti<sup>2</sup> emergono alcune significative tendenze di cosa l'agriturista ricerchi durante il suo soggiorno: risulta irrinunciabile per la stragrande maggioranza degli intervistati (82,5%) la presenza di servizi in camera, così come l'accoglienza definita “familiare” (74,5%). Per un buon 50% è importante anche la presenza di una ristorazione che utilizzi prodotti dell'azienda agricola e preveda

<sup>2</sup> L'indagine è stata condotta da agriturismo.it in collaborazione con il Centro Studi del Touring Club Italiano nel mese di settembre 2010 e i risultati sono stati presentati in occasione della fiera Agri&Tour di Arezzo il 13 novembre 2010.

l'offerta di piatti tipici. Oltre un intervistato su tre (37%), infine, ritiene fondamentale la presenza di una piscina e di una vista panoramica sul territorio circostante.

Tali dati ci permettono di affermare che la soluzione per prospettare un futuro positivo al settore sta probabilmente nella capacità che gli operatori avranno di gestire bene questa contraddizione salvaguardando, da una parte, la propria identità agricola e continuando, dall'altra, a soddisfare le aspettative, sempre più mutevoli, di una clientela che indugia spesso tra il desiderio del contatto con la natura (tratto fondamentale del turismo rurale) e la comodità dei servizi turistici (aspetto distintivo, invece, di un'offerta ricettiva tradizionale). In questo senso, un ruolo fondamentale ha anche la comunicazione che dovrebbe sensibilizzare i viaggiatori sulle peculiari caratteristiche che connotano il "prodotto rurale".

## 5. La legislazione dell'agriturismo

Le prime leggi sull'agriturismo sono state emanate a livello regionale e provinciale per sostenere e promuovere le iniziative di turismo rurale che cominciavano a diffondersi in Italia già a partire dagli anni 70. La definizione di criteri e limiti alla pratica agrituristica che possano essere estesi a scala nazionale è stato il fine che si è posto lo Stato con la stesura della prima legge quadro 5 dicembre 1985 n.730, "Disciplina dell'Agriturismo".

La doppia natura – agricola e turistica – dell'agriturismo ha reso il compito del legislatore nazionale non semplice. Un'ulteriore difficoltà è emersa a causa dell'estrema diversificazione del paesaggio agricolo italiano che non ha reso facile l'individuazione di elementi strutturali comuni a tutti gli agriturismi.

Tuttavia, la strada intrapresa dal nostro Paese è passata attraverso la formulazione di una legge ad hoc che, regolamentando questa particolare forma di turismo, ha contribuito a sancirne l'importanza a livello nazionale.

L'agriturismo in Italia ha trovato la sua ragione d'essere nel principio di connessione e complementarietà rispetto all'attività agricola. Ricezione e ospitalità devono quindi essere esercitate *"attraverso l'utilizzazione della propria azienda, in rapporto di connessione e complementarietà rispetto alle attività di coltivazione del fondo, silvicoltura, allevamento del bestiame, che devono comunque rimanere principali. Lo svolgimento di attività agrituristiche (...) non costituisce distrazione della destinazione agricola dei fondi e degli edifici interessati"* (art. 2, L.730/85).

L'emanazione della prima legge quadro ha avviato il processo di adeguamento delle Regioni, cui è stato affidato il compito di disciplinare in merito ad alcuni aspetti tra cui: il recupero delle strutture adibite all'esercizio delle attività agrituristiche, la definizione di limiti e obblighi amministrativi per lo svolgimento delle suddette attività, la definizione dei criteri applicativi in materia igienico-sanitaria.

Il ruolo normativo delle Regioni è, dunque, determinante nel supportare il processo di promozione e valorizzazione dei rispettivi contesti rurali attraverso l'agriturismo, tuttavia è anche causa di quella frammentazione che ancora si riscontra nell'offerta agrituristica e turistica più in generale.

Nel 2001 la Riforma del Titolo V della Costituzione ha rinsaldato questa tendenza e ha posto le basi per la creazione di un quadro che, pur riflettendo differenze culturali e ambientali del paesaggio italiano, spesso crea confusione nella domanda sul significato stesso del termine "agriturismo".

Su queste premesse complesse si è inserita la Legge Quadro n. 96/2006 che – abrogando la precedente – intendeva rendere più omogenee le leggi regionali, attualizzare alcuni concetti integrando nella normativa nazionale le disposizioni della politica comunitaria in materia di agricoltura e turismo rurale, riconoscere e inquadrare le molte attività che caratterizzano e diversificano l'offerta agrituristica.

Alcune Regioni – tra cui Lazio e Toscana – hanno fatto ricorso presso la Corte Costituzionale evidenziando come la nuova legge sia intervenuta con disposizioni di eccessivo dettaglio su materie di competenza regionale. Tale azione ha portato alla dichiarazione di illegittimità per molti articoli della L. 96/2006. Gli articoli dichiarati legittimi e quelli che non sono stati impugnati, costituiscono oggi le linee guida che le Regioni sono tenute a recepire e in base alle quali aggiornare la propria normativa.

A fronte di questo quadro complicato, attualmente uno dei fattori più critici è proprio la mancanza di una classificazione degli agriturismi valida su tutto il territorio nazionale: un elemento che ha contribuito a creare un panorama dell'offerta alquanto disomogeneo e che rischia di penalizzare tutto il mercato.

Per la verità già l'art. 9 della Legge Quadro 96/2006 "Disciplina dell'agriturismo" prevedeva l'avvio di un'attività coordinata tra Ministero delle Politiche Agricole, Dipartimento del Turismo e Regioni, che portasse a definire un sistema di classificazione omogeneo.

Tuttavia solo recentemente, con il Decreto Ministeriale del 22 dicembre 2009, il compito è stato affidato all'Osservatorio nazionale dell'Agriturismo<sup>3</sup>. Questo soggetto, composto da rappresentanti delle istituzioni centrali e locali, oltre che dalle associazioni di categoria e da altri soggetti, tra cui anche il Touring Club Italiano, ha approvato a fine gennaio 2012, in sede tecnica, i criteri di classificazione nazionale delle aziende agrituristiche che – speriamo nel breve – possano aprire la strada a una risoluzione di questo annoso problema che impatta pesantemente sull'affidabilità e sulla credibilità di un intero comparto.

## 6. Conclusioni

Lo sviluppo del turismo rurale – e in particolare dell'agriturismo – costituisce un esempio sicuramente virtuoso di come sia possibile riattualizzare con successo la storia di un settore come quello agricolo facendone un volano di economia locale ma anche un presidio attivo per la salvaguardia del nostro paesaggio.

Si tratta di una dinamica che dovrebbe “contaminare” il turismo nazionale più in generale che spesso si interroga su quali possano essere i modelli di sviluppo vincenti per un comparto che rappresenta quasi il 9% del prodotto interno lordo italiano.

Sappiamo bene, infatti, che il binomio “sole e mare”, che pure ha contribuito a creare il mito del Bel Paese, non può più funzionare come una volta, o meglio, non può essere la sola risorsa sulla quale fondare l'attrattività turistica dell'Italia.

Il Touring Club Italiano crede fermamente che ci sia una risposta che è sotto gli occhi di tutti, una risposta che si basa su tre assunti principali che dovrebbero essere più spesso oggetto di attenzione e di riflessione da parte dei decisori:

- l'indiscutibile valore del patrimonio culturale italiano che, pur con i mille problemi di tutela e conservazione, costituisce non solo un capitale storico e artistico di rilievo ma anche un capitale d'immagine fortissimo. Quando si parla, però, di patrimonio culturale italiano non si deve far riferimento soltanto alle eccellenze che ci distinguono nel mondo (il cosiddetto “turisdotto”) ma anche a quel patrimonio culturale diffuso su tutto il territorio che merita di essere valorizzato. Proprio in questo senso vanno alcune iniziative della nostra associazione come il marchio di qualità

---

<sup>3</sup> Per approfondimenti: <http://www.reterurale.it/agriturismo>

“Bandiere arancioni” che certifica quelle località dell’entroterra che presentano caratteristiche distintive di pregio e servizi di accoglienza per il turista;

- la produzione agroalimentare e l’enogastronomia costituiscono un naturale completamento dell’offerta culturale perché contribuiscono a definire e a caratterizzare l’identità del nostro Paese e delle sue diverse realtà locali;
- infine il paesaggio, ovvero l’impronta che la storia e l’uomo hanno lasciato sul territorio e che qualifica, per la sua bellezza e per le sue peculiarità, l’Italia agli occhi del mondo.

È sulla base di questi tre pilastri, che definiscono anche i vantaggi competitivi del nostro Paese, che occorre ripartire per proporre ai turisti un’offerta che integri cultura, enogastronomia e paesaggio. Un’offerta che dovrà sempre più identificare, per il settore turistico analogamente a quanto avviene per la moda o per il design, un Made in Italy fortemente riconoscibile.

Per ripartire da questi presupposti, però, occorre anche che si verifichi un processo di ampia condivisione su tale modello e che si definiscano concordemente politiche di rilancio del turismo ai diversi livelli decisionali (centrali e periferici) per poter incidere profondamente, ora più che mai.