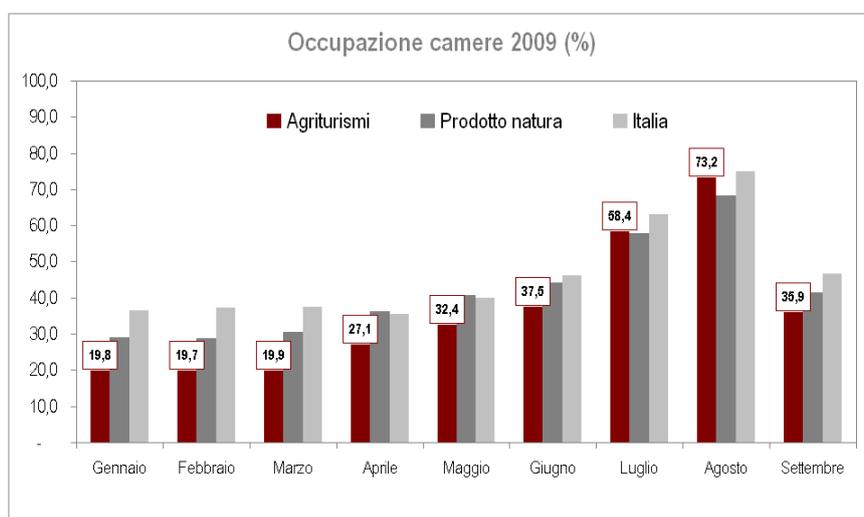


IL MERCATO AGRITURISTICO NELLE RILEVAZIONI DELL'OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO

ISNART
Dicembre 2009

L'indagine, realizzata all'interno di uno studio condotto dall'Osservatorio Nazionale del Turismo presso gli operatori del settore ricettivo in Italia, ha centrato la sua attenzione sui risultati dell'attività agrituristica nel 2009.

La vacanza in agriturismo segue la stagionalità classica del movimento turistico in Italia, ma con risultati di vendita che non riescono a raggiungere il livello nazionale. Si è rivelata, infatti, particolarmente esposta agli effetti della crisi: nei primi tre mesi del 2009 meno del 20% di camere risultano vendute, e soltanto agosto, con il 73,2%, permette di tirare un sospiro di sollievo, superando la media delle aree naturalistiche e sfiorando quella registrata in tutta Italia, che invece resta un obiettivo irraggiungibile sia a luglio (58,4% rispetto al 63,1% della media italiana) che a settembre (35,9% e 46,6%).



È Internet il punto di forza tra i canali di commercializzazione utilizzati dalle strutture agrituristiche: è possibile prenotare on-line in 8 aziende su 10 ed oltre la metà della clientela prenota attraverso Internet. La rete non rappresenta soltanto uno strumento che facilita il rapporto con la clientela ma si connota come una vera e propria variabile strategica, in grado di intervenire nella fase di scelta della destinazione attraverso le informazioni disponibili e le proposte messe on-line dagli operatori, sia nei confronti del mercato straniero sia di quello italiano.

L'intermediazione fa meno parte della prassi gestionale degli agriturismi: le strutture che vi affidano parte della commercializzazione oscillano tra il 25% e il 30% del totale; meno dell'11% della clientela arriva nelle strutture grazie al circuito delle agenzie e dei tour operators.

Sui mercati internazionali l'interesse per la vacanza nelle aziende agrituristiche è in netta crescita, anche se le potenzialità da cogliere sono ancora molte.

Nel 2009 le vacanze in agriturismo sono state vendute dal 15,2% degli operatori europei che trattano l'Italia e dal 10% di quelli statunitensi; la destinazione preferita è la Toscana.

Principali regioni vendute per il prodotto agriturismo dai Tour Operator nel 2009			
	1°	2°	3°
Europa	Umbria	Marche	Toscana
Usa	Toscana	Umbria	Valle d'Aosta
Giappone	Toscana	Piemonte	Umbria
India	Toscana		

Per il 2010 i singoli mercati si muovono in direzioni diverse: leggero calo delle vendite in Europa, stabilità negli Stati Uniti, incremento in India e ridimensionamento significativo in Giappone.

Il principale target di riferimento per questa tipologia di strutture è quello delle famiglie (soprattutto nel 3° trimestre dell'anno), seguito dalle coppie.

Il turismo italiano e quello straniero configurano due target piuttosto diversi che, tuttavia, presentano tratti comuni che permettono di delineare il tipo di turismo che sceglie queste strutture.

Agriturismo: Le più diffuse ragioni principali del soggiorno		
possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti		
	Italiani	Stranieri
Posto ideale per riposarsi	46,7	44,0
Bellezze naturalistiche del luogo	44,8	49,9
Posto ideale per praticare sport	30,7	15,0
Località esclusiva	18,1	6,6
Prezzi convenienti	16,6	17,6
Il desiderio di vedere un posto mai visto	15,0	13,3
Interessi enogastronomici	8,3	14,1
Per i divertimenti che offre	7,7	7,9
Posto adatto per bambini piccoli	7,4	16,1
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	6,3	15,2

Gli italiani rappresentano poco oltre la metà dei turisti che pernottano nelle strutture agrituristiche: rispetto al 2000 vi è stata una crescita molto significativa sia in termini di arrivi (erano poco oltre 390 mila) che di presenze (pari a circa 1,9 milioni), con una contrazione graduale ma costante della durata del soggiorno, passato da 4,8 notti a 3,8.

Chi sceglie l'agriturismo, oltre alla necessità di concedersi qualche giorno di relax in contesti di particolare bellezza e pregio naturalistico, è alla ricerca di un'esperienza molto più complessa, dove alla natura si affianca, ad esempio, l'esclusività dei luoghi o il desiderio di vedere un posto

ancora sconosciuto, per scoprirne l'identità attraverso la ricchezza del suo patrimonio enogastronomico, le tradizioni e la cultura delle comunità che lo abitano. In questo tipo di vacanza, inoltre, le bellezze naturalistiche sono lo scenario ideale per praticare uno sport.

I turisti stranieri provengono principalmente dalla Germania, Francia, Stati Uniti e Spagna. Negli ultimi anni sia gli arrivi che le presenze sono cresciuti quasi in modo esponenziale, con una durata del soggiorno che supera di poco le 6 notti.

Così come per gli italiani, il relax e la bellezza naturalistica del luogo sono le ragioni principali per la scelta di questo tipo di vacanza, che anche in questo caso, tuttavia si riempie di contenuti ed aspettative molto più articolate: gli interessi culturali, sia in termini di patrimonio artistico e monumentale, sia di presenza di eventi culturali; la presenza di servizi adatti ai bambini piccoli; gli interessi gastronomici e quelli legati alla scoperta della cultura locale.

Per gli italiani la vacanza in agriturismo comporta una spesa media a persona di circa 97 euro per il viaggio e di quasi 40 euro a notte per l'alloggio. In aggiunta a queste voci, ogni turista spende mediamente circa 66 euro al giorno per acquistare i servizi sul territorio. In particolare, circa l'80% dei turisti spende al giorno a testa 23,60 euro per i pasti consumati nei ristoranti e 6,90 euro per i pasti consumati nei bar.

Per gli stranieri la vacanza in agriturismo comporta una spesa media a persona di 180,50 euro per il viaggio e di circa 38 euro a notte per l'alloggio. Ogni turista, inoltre, spende mediamente circa 61 euro al giorno per acquistare i servizi sul territorio, in particolare, pranzi e cene nei ristoranti (circa l'85% dei turisti vi spende 17,20 euro al giorno a testa).

Gli stranieri si fanno tentare dallo shopping più degli italiani (questa spesa coinvolge il 30,2% ed è di circa 11 euro al giorno). L'acquisto di prodotti gastronomici coinvolge il 27% dei turisti stranieri, con un importo pro – capite giornaliero di 11 euro. Il 30% dei turisti stranieri acquista manufatti dell'artigianato locale, per un importo medio di circa 13,2 euro pro – capite al giorno.