AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ
SCENARIO E PROSPETTIVE

RAPPORTO 2021

RETE RURALE NAZIONALE 2014 2020

mipaaf ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

ISMEA

AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ
SCENARIO E PROSPETTIVE

RAPPORTO 2021

RETE RURALE NAZIONALE 2014 2020
mipaaf ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
ISMEA

Documento realizzato nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-20
Piano di azione 2021-23
Scheda Progetto Ismea 13.1 "Agriturismo e multifunzionalità"

Autorità di gestione: Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari
Ufficio DISR3 - Referente: Pietro Schipani

Responsabile scientifico: Fabio Del Bravo

Autori: Antonella Finizia, Francesco Fratto, Angela Galasso, Carlo Hausmann,
Maria Nucera, Umberto Selmi

Supporto nell'estrazione ed elaborazione dei dati: Massimo Paschino

Editing e revisione testi: Gabriella Pastore

Si ringraziano: le Amministrazioni Regionali, l'ISTAT,
le Associazioni nazionali agrituristiche Agriturist, Terranostra e Turismo Verde,
il Gestore dei Servizi Energetici (GSE)

Dicembre 2021

Layout e artwork: Davide Moretti

EXECUTIVE SUMMARY

PREFAZIONE 1

1. AGRITURISMO E TURISMO: GLI IMPATTI DOPO UN ANNO DI COVID-19 7
1.1. Un quadro generale sull'impatto della pandemia 8
1.2 L'impatto del Covid-19 sulle imprese agrituristiche nel 2021 9
1.3 Il ruolo di internet e i cambiamenti nel turismo 15

2. PRODUZIONE AGRICOLA E ATTIVITÀ CONNESSE 23
2.1 Il quadro nazionale 24
2.2 Il quadro regionale 26
2.3 Il quadro europeo 27
2.4 Energie rinnovabili 30

3. L'AGRITURISMO 37
3.1 Il mercato dell'agriturismo nel 2020 38
3.2 L'offerta dell'agriturismo nel Repertorio nazionale 39
3.3 La domanda turistica e agrituristica 40
3.4 Il mercato del turismo nazionale e internazionale 52

4. TENDENZE E PROSPETTIVE 59
4.1 Nuovi bisogni e tendenze del mercato 60
4.2 Percorsi di resilienza delle imprese 61
4.3 La nuova domanda dell'agriturismo italiano 67
4.4 Le fattorie didattiche e l'agricoltura sociale 71

5. LA NORMATIVA 77
5.1 Il quadro normativo nazionale 78
5.2 Aggiornamenti legislativi regionali 80

EXECUTIVE SUMMARY

Il Rapporto Agriturismo e multifunzionalità, giunto alla quinta edizione, si propone come strumento di conoscenza e analisi del comparto a supporto delle decisioni dei soggetti pubblici e privati.

L'edizione 2021, oltre a rappresentare la prosecuzione delle precedenti, si ricollega a quella del 2020 nell'analisi delle dinamiche connesse all'impatto del Covid-19 sulle aziende agricole multifunzionali e sull'agriturismo in particolare.

Nonostante il duro colpo subìto, a causa della pandemia, la maggior parte delle aziende agrituristiche ha continuato a restare sul mercato utilizzando spesso la fase di attesa per ripensare la propria offerta di prodotti e servizi, introducendo novità che, in molti casi, sarebbero state impensabili prima della pandemia.

Per meglio comprendere gli effetti del Covid-19 e provare a leggere i cambiamenti, le tendenze e le prospettive dell'agriturismo, con il supporto e la collaborazione delle Regioni e delle Associazioni nazionali agrituristiche, nel mese di ottobre 2021, è stata realizzata un'indagine presso un panel di oltre 300 imprese agrituristiche italiane. In una situazione generale senza precedenti dal secondo dopoguerra, con una emergenza sanitaria mai del tutto arrestata, e con l'economia in ripresa dopo la recessione del 2020, i risultati evidenziano una serie di cambiamenti strutturali nella domanda e nell'offerta, riflettendo i mutamenti sociali e di mercato in atto.

Ne è emerso un quadro in cui, l'agriturismo italiano ha dimostrato una grande capacità di resilienza, essenzialmente dovuta alla sua natura agricola e alla connessione con l'attività primaria, che ha permesso – seppure tra le tante difficoltà – di mantenere vitali le aziende e garantire redditività nei periodi di chiusura, quando le attività integrative si erano totalmente fermate. Il sistema agrituristico ha saputo reagire allo shock di mercato imposto dalla pandemia, limitando le perdite meglio di altri comparti turistici e, allo stesso tempo, ha mostrato una grande capacità di innovazione. Molte imprese hanno utilizzato il periodo del primo lockdown per ripensare la propria offerta di prodotti e servizi, ripartendo dalla fase primaria e introducendo novità importanti, in linea con le esigenze dei clienti, come la consegna di prodotti a domicilio o l'allestimento di locali attrezzati per il lavoro da remoto. Nell'evidente accelerazione di alcuni processi evolutivi della domanda, come il desiderio di vacanze e abitudini più sostenibili e connesse alla natura e all'ambiente, l'agriturismo italiano – con le sue varie espressioni – è stato da subito in prima linea, facendo perno su alcuni indiscutibili punti di forza: un'alta reputazione, un ottimo rapporto con il consumatore, un'immagine di affidabilità e pulizia e, soprattutto, il grande spazio disponibile in un momento in cui le attività sociali hanno subìto un complessivo ripensamento anche a causa dell'affollamento caratterizzante alcune altre tipologie di offerta turistica.

Con la pandemia l'agriturismo ha continuato a riscontrare – e forse ad aumentare – un indiscusso gradimento da parte dei consumatori, confermandosi una delle componenti più importanti dei sistemi economici e sociali delle aree rurali. Allo stesso tempo, l'offerta agrituristica ha rinsaldato il suo ruolo caratterizzante il sistema turistico italiano, grazie ai contenuti ecologici, paesaggistici e culturali, contribuendo a differenziare l'offerta in termini di esperienze, benefici e valori e garantendo accoglienza in territori altrimenti sprovvisti.

Anche nel 2021, per il secondo anno consecutivo, il pubblico italiano è stato protagonista della vacanza agrituristica. La domanda interna ha sommato in sé i frequentatori abituali dell'agriturismo e molti nuovi clienti.

Nel corso del 2021, circa il 70% delle imprese intervistate ha registrato segnali di ripresa e quasi un quarto ha registrato aumenti di richieste da parte di ospiti della zona (domanda di prossimità) e fidelizzati. In particolare, sono emerse valutazioni positive anche per i mesi di giugno e settembre, oltre che per quelli di altissima stagione, a testimonianza di una certa tendenza verso la destagionalizzazione della vacanza in agriturismo.

Per oltre il 39% delle imprese intervistate, rispetto al 2020, c'è stata, inoltre, una tendenza alla disintermediazione, testimoniata dall'aumento delle richieste dirette di ospitalità a discapito di quelle veicolate da portali o agenzie di viaggio.

Le vacanze dell'ultimo minuto hanno caratterizzato la stagione 2021, soprattutto a causa delle incertezze legate all'emergenza sanitaria. Per l'81% delle imprese le prenotazioni da parte degli ospiti stranieri sono state fatte con un anticipo inferiore o uguale a un mese dall'arrivo nella struttura, il dato sale al 92% nel caso degli ospiti italiani. Allo stesso tempo si è ridotta la tendenza "mordi e fuggi", come conferma l'aumento della permanenza media degli ospiti, in controtendenza rispetto a quanto verificatosi negli ultimi anni.

Nonostante il difficile 2020, l'insieme delle attività secondarie e di supporto all'agricoltura continua a rappresentare circa il 20% del valore complessivo della produzione del settore primario. Tutte le voci dell'agricoltura, a eccezione delle coltivazioni erbacee, hanno subìto cali importanti di valore con la perdita maggiore registrata dalle attività secondarie che subiscono, per la prima volta dopo molto tempo, una brusca battuta d'arresto causata principalmente dalle restrizioni e chiusure che hanno coinvolto le attività agrituristiche.

Se l'agricoltura ha resistito, limitando le perdite nell'ultimo biennio, per contro il turismo è stato uno dei settori più colpiti dalla crisi, per via delle restrizioni negli spostamenti. Nel 2020, con il blocco delle frontiere, che ha drasticamente frenato i flussi di visitatori dall'estero, la spesa delle famiglie non residenti ha subìto una contrazione, rispetto al 2019, di circa 26,8 miliardi di euro (-60%).

In questo contesto, inevitabilmente, anche l'offerta agrituristica italiana, con quasi 25 mila aziende, ha affrontato una crisi di liquidità senza precedenti laddove sono venute a mancare in particolare le entrate del primo periodo di lockdown, coincidente con l'apertura della stagione.

L'agriturismo, che ha perso più di 750 milioni di euro su base annua, vede il suo valore della produzione dimezzarsi passando da 1,56 miliardi di euro del 2019 a 802 milioni di euro del 2020, rallentando bruscamente la crescita ininterrotta degli ultimi anni.

L'analisi dei dati dei movimenti turistici negli esercizi ricettivi restituisce un quadro, nel complesso, impietoso. Lo shock del turismo non ha risparmiato nessuna tipologia di attività, tuttavia, l'agriturismo è stato il comparto che in assoluto ha registrato le perdite minori. Se, nel 2020, il turismo italiano ha perso complessivamente 228,3 milioni di notti (-53% rispetto al 2019), l'agriturismo ha registrato 9,2 milioni di pernottamenti, con una riduzione del 34% su base annua, determinata soprattutto dal crollo della domanda estera (-57,9%), in parte attenuata da una minor flessione della domanda interna che si è ridimensionata appena del 2,7%. Proprio in conseguenza di queste dinamiche, l'agriturismo ha aumentato la propria quota di mercato sull'intero settore turistico passando dal 2,9% al 4% per numero di ospiti e dal 3,2% al 4,4% per pernottamenti.

Con la pandemia sono cambiate le modalità di organizzazione dei viaggi con un sensibile aumento della quota di italiani che ha prenotato direttamente presso le strutture ricettive, cresciuta dal 24,1% al 39,4%, che si traduce in una riduzione del ricorso all'intermediazione e ai grandi i portali di prenotazione (*Online Travel Agency* e metamotori). Allo stesso modo è aumentata ulteriormente la quota delle prenotazioni effettuate tramite internet (sette italiani su dieci). Conseguentemente al minor ricorso all'intermediazione via web, si continua a registrare un calo di strutture disponibili sulle piattaforme online, tendenza che riguarda anche l'agriturismo.

Se nel 2020 l'agriturismo ha subìto ingenti perdite, la produzione di energia rinnovabile risulta in controtendenza e registra un incremento giungendo a rappresentare circa il 50% del valore delle attività secondarie.

Un importante contributo allo sviluppo delle energie rinnovabili in Italia è stato fornito dal solare fotovoltaico che, grazie agli incentivi del "Conto Energia", ha fatto registrare una vera e propria impennata della produzione annua a partire dal 2011, passando da circa 1.900 GWh del 2010 a quasi 25.000 GWh del 2020. Tra le varie tipologie di rinnovabili prodotte dal comparto agricolo, in considerazione del futuro sviluppo delle tecnologie, il solare fotovoltaico è quello con il più ampio margine di riduzione dei costi e a maggior potenziale di aumento dell'efficienza. Per tale ragione, assume particolare importanza nell'ottica della transizione verso un sistema energetico a basse emissioni che nei prossimi anni sarà sostenuta con fondi pubblici. A tal proposito, basti pensare che dei circa 4,5 miliardi di euro stanziati dal PNRR per le agro bioenergie

si stima che 1,1 miliardi di euro saranno destinati all'agrivoltaico e 1,5 miliardi di euro all'agrisolare.

Attualmente nel settore primario risulta installato poco più del 4% degli impianti fotovoltaici nazionali, corrispondenti a una quota dell'11,5% in termini di potenza installata e produzione lorda. Gli impianti fotovoltaici agricoli risultano maggiormente distribuiti al Nord (59%) rispetto al Centro e al Sud, nonostante il maggior irraggiamento sul quale può contare il Mezzogiorno. In termini di potenza installata e produzione lorda, questo squilibrio è leggermente inferiore perché nelle regioni meridionali sono presenti alcuni impianti di grandi dimensioni.

Nuove abitudini di consumo turistico sembrano essersi diffuse. Dopo il Covid-19 la domanda turistica è mutata, esprimendo nuovi bisogni e maggiore attenzione, facendo emergere un nuovo modo di concepire il viaggio, che va nella direzione della sicurezza e della sostenibilità. I nuovi orientamenti vedono una crescita degli spostamenti per viaggi di medio e breve raggio e del turismo di prossimità, la tendenza a prenotazioni last minute o comunque ravvicinate, la preferenza per attività all'aria aperta e luoghi poco frequentati, che permettono di mantenere il distanziamento sociale e favoriscono condizioni d'igiene adeguate, la ricerca di soluzioni flessibili (con politiche di cancellazione favorevoli) privilegiando sistemazioni abitative autonome.

E, proprio in relazione alle nuove esigenze della domanda turistica, il modello italiano della multifunzionalità costituisce un caso di successo nel panorama dello sviluppo rurale internazionale, ricco di molteplici forme e attività che si sono via via sviluppate intorno alle risorse dell'azienda agricola. Fra i percorsi più recenti vi è anche quello dei servizi alla persona offerti dalle aziende agricole, quali quelli delle fattorie didattiche e sociali, che molto spesso affiancano i servizi offerti dall'agriturismo.

Fattorie didattiche e agricoltura sociale rivestono un ruolo sempre più importante, sia in termini quantitativi (numero di imprese) che qualitativi (tipologie di servizi offerti), e sono al centro di un forte interesse da parte della società, della domanda - talvolta ancora potenziale, ma con elevate aspettative - e delle stesse imprese agricole. In questo settore gli imprenditori intravedono l'opportunità di offrire risposte ai bisogni delle persone partendo dalle esperienze già maturate e sperimentate sul campo. L'interesse è forte anche da parte dei consumatori, disponibili a premiare chi si impegna per obiettivi con ricadute positive sulla collettività e sulle persone (educazione ambientale e alimentare, inclusione, diritti, ecc.) oltre che per i propri obiettivi aziendali. Il protrarsi dell'emergenza sanitaria ha, inoltre, confermato la forte attualità di queste attività, come già emerso nel corso del 2020.

Le fattorie didattiche, ad esempio, in questi mesi si sono trasformate in vere e proprie "aule" a sostegno dell'apprendimento scolastico, utili risorse per favorire la conciliazione del tempo delle famiglie con quello del lavoro e per sostenere la connessione con la natura e la sua forte valenza educativa.

Parallelamente, l'agricoltura sociale ha creato occasioni per le fasce più fragili della popolazione, più direttamente colpite dalle conseguenze dell'emergenza sanitaria: apprendimento per bambini e ragazzi con disabilità, socializzazione e recupero di buone condizioni psicofisiche per anziani, attività ricreative e vacanze per persone con bisogni speciali, soggiorni post Covid-19.

Proprio queste forme multifunzionali possono risultare estremamente importanti nel perseguire le priorità politiche indicate dalla Commissione europea nell'ambito del Piano d'azione sul pilastro europeo dei diritti sociali.

PREFAZIONE

Il settore dell'agricoltura multifunzionale e dell'agriturismo rappresenta certamente una *singolarità*, e non può essere considerato solo un segmento del grande sistema turistico italiano. Infatti, anche nel 2021, il settore ha dimostrato la sua diversità di comportamento rispetto alle tendenze generali della domanda e, ancora una volta, ha confermato la sua grande capacità di adattamento, di reazione e di vitalità.
Il secondo anno della pandemia ha portato con sé segnali di speranza in una rinnovata "normalità", all'interno però di un processo evolutivo che si sta definendo a poco a poco. Una trasformazione del sentire la vacanza come esperienza intima, profonda, naturale, tranquilla, umana.
Tutti questi valori sono storicamente legati all'accoglienza agrituristica. Si sono rafforzati nel tempo e fanno di questo settore un modello sempre più imitato in Europa e nel mondo proprio per la sua capacità di rispondere in modo originale alle nuove esigenze di esperienza turistica.
Dall'indagine condotta quest'anno, emerge con chiarezza come questa personalità collettiva del modello italiano copra in modo omogeneo tutte le sue specializzazioni di offerta, che sono molte e sempre più articolate. Una personalità percepita ed apprezzata dagli ospiti, sia italiani, sia stranieri.
Il pubblico italiano è stato, per il secondo anno, il vero protagonista della vacanza agrituristica. Una domanda che ha sommato in sé i frequentatori più assidui, quelli più consolidati nella scelta dell'agriturismo, ma anche molti nuovi clienti, quelli che, soprattutto in conseguenza della pandemia, hanno convertito la propria scelta di vacanza, che prima si rivolgeva soprattutto all'estero o prediligeva il soggiorno in albergo, verso la campagna italiana.
Questo fenomeno costituisce un elemento di evoluzione molto importante per il settore, non solo perché apporta nuovi frequentatori, ma soprattutto perché provoca un grande movimento di scoperta dei territori, o meglio una riscoperta del grande patrimonio di natura, paesaggio, arte ed enogastronomia che è organizzato e proposto attraverso l'agriturismo.
Va fatta però una considerazione rispetto al livello di fruizione del nuovo ospite italiano, nel momento in cui si riavvicina alle proprie radici: mentre il turista estero manifesta facilmente entusiasmo per la ricchezza dell'offerta a cui si trova davanti, alla facilità di fruizione e alla grande concentrazione di cose belle presenti praticamente in tutti i territori, il pubblico italiano si presenta più esigente, selettivo, meno facile da accontentare.
Soprattutto in tema di enogastronomia gli italiani rivelano molta attenzione per la reale qualità dell'offerta, la presenza effettiva di specialità del territorio, l'auto-produzione aziendale, la qualità delle lavorazioni gastronomiche.
Sempre in tema di scelte da parte del pubblico nazionale, si è confermata anche quest'anno la richiesta di soggiorni più lunghi, sia in funzione dell'allungamento della vacanza, sia in virtù della possibilità di spostarsi a lavorare in campagna per periodi anche superiori alle due settimane.
In sintesi, il 2021 è stato l'anno della "voglia di campagna", e su questo tema vale la pena di avviare una riflessione più attenta, un'analisi sulle motivazioni profonde che spingono i cittadini verso le aree rurali, sulle modalità con le quali questo strato profondo del sentire della nostra società influirà sulle scelte dei prossimi anni. Non si tratta, infatti, di una

fuga dalla città alla ricerca di svago e di libertà, piuttosto di una scelta matura e consapevole della campagna come orizzonte di vita o, almeno, di una parte di essa.

È stato un anno al quale bisogna guardare con attenzione. Un periodo in cui la percezione del futuro si è profondamente modificata. L'ondata emotiva della pandemia ha già provocato intensi cambiamenti nel comportamento dei consumatori e l'agriturismo, ancora una volta, ha dimostrato di saper dare risposta a questo complesso di esigenze. Probabilmente anche perché il settore può godere di un rapporto diretto e costantemente aggiornato con l'ospite.

Nelle tendenze più evidenti troviamo oggi la determinazione ad ampliare la gamma dei servizi e rendere completa l'offerta (quest'anno l'agriturismo ha registrato una vera e propria esplosione di nuove proposte), una crescita importante di tutti i valori collegati al cibo (una discreta rivincita della ristorazione agrituristica che aveva subìto un certo decremento negli ultimi anni, ma anche un forte potenziamento del *delivery* dei prodotti aziendali), e una generale propensione a privilegiare le attività all'aria aperta (anche quelle di accoglienza, come l'agricampeggio).

La salute, la conservazione dell'ambiente, il clima, la socialità, la cultura, la rassicurazione, un nuovo modo di sapersi divertire, sono stati il motore che ha consentito al tessuto di offerta dell'agriturismo italiano di essere protagonista in un tempo difficile.

Certamente il parziale effetto di sostituzione del turismo straniero con quello italiano ha avuto una parte importante in questo scenario di successo. Gli italiani hanno riscoperto l'Italia, per il secondo anno consecutivo, mentre il pubblico straniero ha cominciato timidamente a riaffacciarsi nel corso dell'estate. Ora gli interrogativi che il settore si deve porre riguardano l'evoluzione nel prossimo futuro; come poter consolidare questo nuovo patrimonio di simpatia, di contatti, di reputazione; come valorizzare un'immagine complessiva di pulizia e di attrattività.

La risposta a queste domande è condizionata dalla capacità di saper leggere una visione più complessiva del fenomeno del turismo, perché l'agriturismo non è il solo attore in questo scenario.

Tutti i valori che sono stati al centro dell'interesse del mercato, nel periodo immediatamente successivo al Covid 19, trovano risposta anche nelle altre componenti del turismo rurale, come le case vacanze, i Bed & Breakfast, i villaggi turistici, i campeggi e le altre forme che via via si stanno sviluppando in questo segmento di offerta.

È una situazione delicata perché se l'agriturismo è stato il primo ad aprire la strada, rischia ora di essere sopravanzato da concorrenti più forti da un punto di vista organizzativo, finanziario e comunicativo.

Per questo può essere utile entrare maggiormente nel merito di quelli che sono i principali fattori evolutivi del mercato turistico o, ancora meglio, del comportamento dei consumatori, per capire quali sono le leve su cui è importante costruire il futuro.

La figura che segue rappresenta una *mappa dei valori* dell'agriturismo così come si può comporre oggi, sulla base della sovrapposizione tra richieste degli ospiti e proposte delle aziende. Una visione d'insieme di quei fattori in realtà già presenti nell'offerta agrituristica, che sono stati rinforzati durante la pandemia, e che oggi rappresentano altrettanti probabili percorsi di crescita verso il futuro.

La lettura di questa mappa può essere suddivisa in tre grandi momenti e tre grandi percorsi.

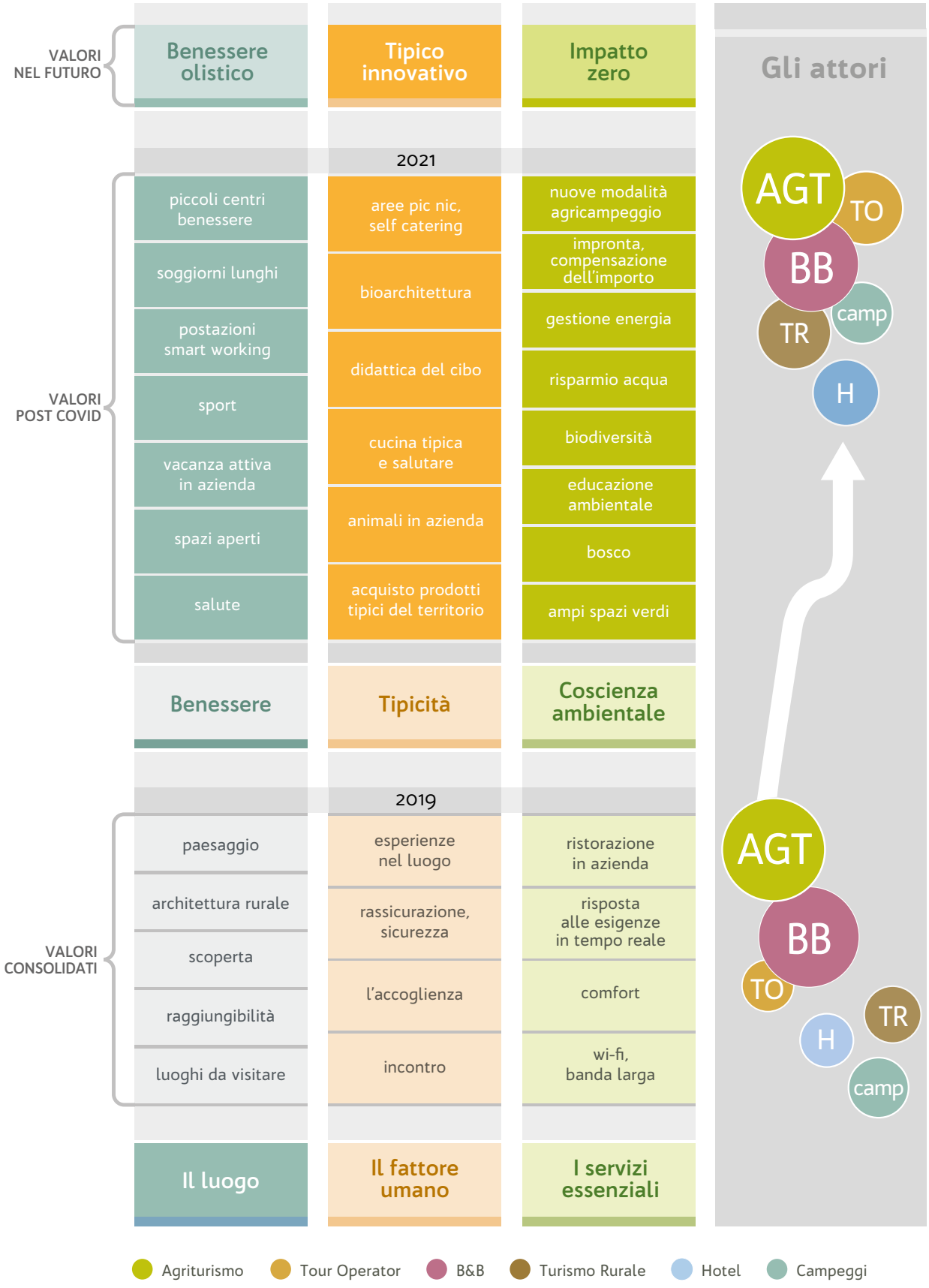
Il primo percorso, il più sentito nell'epoca della pandemia, è costituito dal benessere, dalla salute e dalla cura di sé stessi. E la prima delle attenzioni, assieme al distanziamento sociale, è stata per il mezzo scelto per viaggiare: l'automobile.

È curioso, ma questo è stato l'elemento che ha riportato indietro l'orologio dell'agriturismo ai primi anni della sua storia, quando il primo marchio collettivo sintetizzava un paesaggio visto attraverso i raggi del volante di un'automobile.

È stata infatti l'automobile la protagonista, il mezzo di trasporto preferito in questo periodo in cui i tragitti sono più brevi (la riscoperta dei luoghi e delle bellezze vicino a casa propria), e si ritiene di poter viaggiare con maggiore sicurezza con i mezzi privati.

Ovviamente, l'agriturismo ha vinto in questa fase per la disponibilità di spazi all'aria aperta, di un distanziamento sociale realizzato, non mediante barriere, ma con la distribuzione degli ospiti all'aperto, in ampie superfici. L'aria, il sole, i prati, la vegetazione, la libertà di movimento, la lontananza da luoghi affollati sono tutti elementi che creano immediatamente questo sentimento di rassicurazione e di tranquillità. Ma il benessere ha spinto anche tutte

Mappa dei valori dell'agriturismo dal 2021 verso il futuro



quelle situazioni in cui il contesto (montagna, bosco, lago, spazi aperti) poteva essere già di per sé considerato salubre e la sua fruizione era rinforzata da proposte in tema.

Le prospettive future sono in questo caso rappresentate da pacchetti di offerta ancora più professionali e omnicomprensivi, una sorta di benessere olistico immerso nella natura.

Il secondo percorso annovera tutto quello che possiamo riunire sotto la parola "tipicità", intendendo con questo la riproposizione in chiave moderna di ciò che la tradizione ci ha conservato e tramandato (le forme tradizionali di agricoltura, di allevamento, gli antichi mestieri) ma anche, soprattutto, i due grandi temi della enogastronomia e del patrimonio edilizio rurale storico.

Fino ad oggi questa è stata la carta d'identità dell'agriturismo italiano, un segno particolare che lo ha sempre reso riconoscibile e distinto.

Oggi il tipico guarda al futuro, adottando forti componenti di innovazione (per es. tecniche di trasformazione dei prodotti o tecniche di bioarchitettura per i restauri) che però non snaturino la matrice e le forme della tradizione.

Il terzo grande percorso riguarda la nuova coscienza ambientale, che oggi diviene una chiave di scelta dei propri acquisti turistici.

È noto che questo stile rappresenterà il più grande fattore di evoluzione della società nei prossimi anni, e non solo per le giovani generazioni.

Questo fattore influenza già oggi le scelte delle vacanze, costituisce un elemento di selezione del soggiorno, ma incide sulle modalità di fruizione dello stesso. Tutto deve essere sostenibile e deve poterlo dimostrare, ma la declinazione di un'offerta pienamente compatibile con questa nuova coscienza non è semplice, perché investe ogni elemento dell'offerta, dal cibo, alle tecniche di costruzione degli immobili, alla conservazione della biodiversità, all'uso dell'acqua, all'autoproduzione di energia, alla conservazione della sostanza organica, alla tutela del verde (piantumazioni, bosco, foresta), fino ad arrivare, in prospettiva, a un vero e proprio impatto zero dell'attività turistica.

Certamente, l'agriturismo parte con un vantaggio importante rispetto alle forme concorrenti di turismo, e già gode di una notevole reputazione *green*. In questo campo tutta l'agricoltura è avvantaggiata perché ha a disposizione spazi, tecniche e, soprattutto, una dimensione di impresa che le consente di modificarsi ed evolvere con molta velocità. Ma a fronte di questa velocità con cui stiamo trasformando il nostro modo di vivere, apprezziamo sempre più la lentezza, o meglio la lunghezza dei tempi dell'agriturismo.

L'agriturismo è stato, e lo è tuttora, un luogo dove stare, dove trascorrere del tempo. Per questa ragione è aumentata la richiesta di cose da fare in azienda, ed è contestualmente cresciuta la richiesta di periodi di soggiorno più lunghi, a volte anche notevolmente lunghi. Questa richiesta è espressa da chi vuole trasferirsi per un po' di tempo a lavorare in un contesto gradevole, o da chi sta addirittura meditando di trasferirsi in campagna, ma vuole sperimentare un contesto non isolato, abitato, socialmente accogliente.

Queste idee disegnano in modo molto sintetico il percorso che l'agriturismo italiano ha davanti a sé. La tipicità, l'ambiente, la salute, la voglia di scoperta (anche di cosa abbiamo vicino, ma che non avevamo mai avuto occasione di conoscere) continueranno a sostenere questo sistema di offerta che continuerà a differenziarsi e a integrarsi.

Tra gli attori dell'offerta turistica, in questo cammino verso il futuro (rappresentato nella colonna di destra del grafico), il settore dell'agriturismo continuerà ad esercitare la sua leadership.

Accanto all'agriturismo possiamo immaginare ancora un forte protagonismo dei B&B, una discreta crescita dei *Tour Operator* che stanno investendo sui pacchetti esperienziali. Più in basso il settore del *plein air* sale di una posizione, sostenuto dalla spinta delle attività all'aria aperta, mentre gli operatori meno qualificati (il resto del turismo rurale), e lo stesso settore alberghiero extra-urbano, sembrano destinati a rimanere un passo indietro.

Si deve ancora una volta sottolineare che l'agriturismo, nella sua accezione più nobile e vera, non può essere scisso dal suo sistema agricolo, inteso sia come connessione all'interno dell'unità aziendale, sia nello sviluppo del partenariato locale con le altre aziende agricole della zona, sia nella valorizzazione della cultura locale. Questa integrazione è il vero segreto di un successo duraturo.

Parallelamente, il concetto di multifunzionalità si trasforma, ma rimane un punto di forza insostituibi-

le per le imprese agricole: costruire l'offerta di prodotti e di servizi è un percorso di crescita fondamentale, ancora in gran parte da sviluppare.

L'agriturismo, e con esso anche tutto il sistema complementare dell'agricoltura multifunzionale (la vendita diretta, la didattica e la formazione, la produzione di beni ambientali, l'agricoltura sociale), può quindi vincere la sua battaglia, ma ad alcune condizioni: far crescere l'integrazione dell'offerta territoriale senza dimenticare l'autenticità e la forte componente dell'incontro umano. Un'offerta vera, autentica, costruita sulle donne e sugli uomini che vivono la campagna e la presentano di persona ai propri ospiti.

Infine, non si può dimenticare l'obiettivo di una sostenibilità globale nell'offerta agrituristica italiana. Di certo l'agriturismo già contiene in sé alcuni percorsi di sviluppo sostenibile così come codificati dalle Nazioni Unite (ad esempio crea, conserva e stabilizza lavoro in zone fragili, e offre un "contesto educativo di qualità" così come definito dagli obiettivi 4 e 8 dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile[1]).

Sono molte le imprese che hanno fatto della sostenibilità la loro bandiera, la loro impronta più riconoscibile, investendo in termini di biodiversità, di cultura locale, di riduzione dell'uso della chimica, di conservazione e ricostituzione del paesaggio, della cura del suolo, della riforestazione.

Questo lato *green* dell'agriturismo non mancherà di caratterizzare il futuro consentendo di costruire un nuovo mercato di successo adeguato alla crescente sensibilità ambientale della nostra società.

1 *https://www.un.org/sustainabledevelopment/*

1.

AGRITURISMO E TURISMO: GLI IMPATTI DOPO UN ANNO DI COVID-19

Dopo il periodo di recessione innescato dalla pandemia l'economia ha cominciato la fase di recupero. Sin dai primi mesi del 2021, tutte le componenti del prodotto interno lordo italiano, crollate nel 2020, hanno dato importanti segnali di ripresa. Il settore agricolo, nel primo trimestre del 2021, ha rilanciato la ripresa economica del Paese, sostenuta anche dalla ripartenza dell'industria e del settore terziario, trainato dalla riapertura del turismo nei mesi estivi. Nonostante il duro colpo subìto in termini di fatturato e volume di attività, le aziende agricole e agrituristiche hanno continuato a restare sul mercato; molti imprenditori hanno utilizzato il periodo del primo lockdown per ripensare la propria offerta di prodotti e servizi, ripartendo dalla fase primaria e introducendo novità che spesso sarebbero state impensabili prima della pandemia. E proprio i cambiamenti prodotti dal Covid-19 e le risposte organizzative delle aziende alle nuove sollecitazioni del mercato, inevitabilmente mutato, sono stati oggetto dell'indagine condotta ad ottobre 2021 tra le aziende agrituristiche e multifunzionali italiane. Ne viene fuori uno scenario in cui, di fronte a una domanda ancora incerta, ma molto più attenta e selettiva, le imprese hanno saputo ben adattare e innovare la propria offerta, restando competitive in un sistema in cui internet e, più in generale, la digitalizzazione, ricoprono un ruolo sempre più importante.

3,9%

la crescita congiunturale del valore aggiunto dell'agricoltura nel primo trimestre del 2021 (+1,8% dell'industria e -0,4% dei servizi).

71,2%

l'aumento del fatturato delle attività dei servizi di alloggio e ristorazione nel terzo trimestre del 2021 rispetto al trimestre precedente.

70%

le imprese agrituristiche con ricavi stabili o in ripresa nel 2021.

65,9%

le prenotazioni di alloggio effettuate via internet nel 2021.

39,2%

le imprese agrituristiche che hanno registrato un aumento di richieste dirette da parte degli ospiti nel 2021.

1.

AGRITURISMO E TURISMO: GLI IMPATTI DOPO UN ANNO DI COVID-19

1.1 UN QUADRO GENERALE SULL'IMPATTO DELLA PANDEMIA

L'economia mondiale, tra la fine del 2020 e l'inizio del 2021, dopo mesi di profonda crisi ha ripreso una fase di lenta crescita, favorita dai progressi delle campagne vaccinali, dall'efficacia delle misure di distanziamento sociale adottate e dagli interventi pubblici di sostegno a famiglie e imprese. La recessione globale dello scorso anno, tanto violenta quanto inaspettata, sembra essersi arrestata, invertendo la tendenza a favore di un percorso di ripresa che sta caratterizzando l'economia di molti tra i principali Paesi, tra cui l'Italia.

La crisi sanitaria aveva determinato, nel 2020, una contrazione dell'8,9% dell'economia italiana - la peggiore dopo la Seconda guerra mondiale - causata prevalentemente dal crollo della domanda interna, con i consumi delle famiglie diminuiti del 10,7%. L'andamento congiunturale faceva registrare, dopo il crollo del secondo trimestre, un veloce recupero nel terzo, per poi chiudere in negativo il quarto trimestre per via della risalita della curva dei contagi e delle conseguenti misure di emergenza. A fine 2020, i dati per tutti gli aggregati economici riportavano perdite importanti: -10,9% il valore aggiunto (a valori concatenati con anno base 2015) dell'industria in senso stretto, -8,3% nei servizi e -6,4% nel settore delle costruzioni, -6,3% il valore aggiunto della branca agricoltura, silvicoltura e pesca.

Se l'agricoltura ha resistito, perdendo nell'ultimo biennio solo l'1% della produzione, il turismo è stato uno dei settori più colpiti dalla crisi, per via del blocco delle frontiere che hanno drasticamente frenato i flussi di visitatori dall'estero che hanno subito, nel 2020, una contrazione su base annua di circa 26,8 miliardi di euro (-60%) in termini di spesa[2].

Il 2021, per l'economia italiana, è cominciato con incoraggianti segnali di ripresa. Nel primo trimestre il PIL è aumentato dello 0,1% - a valori concatenati (con anno base 2015) - rispetto al trimestre precedente. Una spinta fondamentale per la ripartenza dell'economia italiana è arrivata dall'agricoltura, che ha segnato una crescita congiunturale del valore aggiunto pari al 3,9%, e dall'industria (+1,8%). Il settore dei servizi ha registrato una contrazione (- 0,4%): il turismo in particolare e altri comparti del terziario hanno maggiormente risentito del clima di incertezza legato all'avvio della campagna vaccinale e delle misure di sicurezza.

Il percorso di recupero dell'Italia è proseguito nel secondo trimestre del 2021 quando il PIL è aumentato del 2,7% rispetto al trimestre precedente (e del 17,3% rispetto al secondo trimestre del 2020), trainato dall'aumento congiunturale dei consumi (+3,4%), degli investimenti fissi lordi (+2,4%), delle importazioni e delle esportazioni (rispettivamente +2,3% e +3,2%).

La ripresa si è consolidata nel terzo trimestre con una crescita del PIL pari al 2,6% rispetto al trimestre

2 Banca d'Italia (2021), Indagine sul turismo internazionale. Anno 2020.

precedente (+3,9% tendenziale). Si è registrato un significativo aumento del valore aggiunto nel terziario (+3,4% congiunturale e +3,7% tendenziale), dove è cresciuto in particolare l'aggregato commercio, trasporto, alloggio e ristorazione (+8,6% congiunturale, +10,1% tendenziale). Favorite dalla ripresa degli spostamenti e del turismo, contestualmente al positivo andamento del piano delle vaccinazioni, sono ripartite le attività dei servizi di alloggio e ristorazione con un aumento del fatturato del 71,2% (rispetto al trimestre precedente).

Sull'onda della ripresa internazionale e in generale del clima di fiducia (famiglie e imprese), compatibilmente con l'evoluzione della situazione sanitaria, sembra ipotizzabile un ulteriore recupero per l'economia del nostro Paese anche per i mesi a venire.

La ripartenza degli investimenti, che avranno ulteriori impulsi con l'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), il ritorno del turismo, la transizione verso la sostenibilità ambientale, la resilienza e il rinnovato protagonismo dell'agricoltura, rappresentano le basi con le quali l'Italia si prepara ad affrontare le prossime sfide che coinvolgeranno trasversalmente tutti i settori economici e tutte le aree del Paese.

Per esaminare l'impatto del Covid-19 sull'andamento dell'agriturismo italiano e provare a comprendere l'evoluzione del mercato, è stata realizzata una indagine (cfr. successivo paragrafo 1.2 e capitolo 4) alla quale hanno partecipato oltre 300 aziende agrituristiche e multifunzionali. Le risposte degli imprenditori, seppure non rappresentative dell'intero movimento, restituiscono l'immagine di un comparto reattivo e dinamico, con una buona capacità innovativa e flessibilità nelle strategie di integrazione a valle (vendita diretta, consegna a domicilio), con una forte connotazione agricola e la capacità di rispondere ai bisogni di una domanda sempre più attenta ed esigente.

1.2 L'IMPATTO DEL COVID-19 SULLE IMPRESE AGRITURISTICHE NEL 2021

1.2.1 L'indagine e il profilo delle imprese

Nel corso del mese di ottobre 2021, nell'ambito delle attività della Rete Rurale Nazionale, è stata realizzata l'indagine "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19" con l'obiettivo di indagare i cambiamenti indotti dalla pandemia sulle imprese agricole multifunzionali (in particolare sull'offerta agrituristica), conoscere i principali effetti generati sul piano economico e organizzativo, e indagare i cambiamenti in atto e le nuove esigenze della domanda.

Per la rilevazione è stato utilizzato il metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Le imprese, in forma anonima, hanno risposto a un questionario composto da 4 sezioni (anagrafica, impatti Covid, reazioni e resilienza al Covid, prospettive).

Il questionario è stato compilato da 325 imprese provenienti per il 50,2% dalle regioni del Nord, per il 26,3% dal Centro e per il 23,5% dal Mezzogiorno (Sud e Isole).

Quasi la metà delle imprese intervistate (45,2%), nella conduzione dell'azienda si avvale di collaboratori esterni (operai a tempo determinato e/o indeterminato e/o altre forme di collaborazione).

Il 43,3% delle imprese intervistate ha una dimensione compresa tra i 6 e i 20 ettari di SAU (Superficie Agricola Utilizzata), le aziende con meno di 5 ettari rappresentano circa un quinto del panel (21,7%), mentre quelle con oltre 50 ettari sono il 13,3%. Il restante 21,7% è rappresentato da aziende nella classe 21-50 ettari.

Le imprese che hanno partecipato all'indagine sono aziende piuttosto consolidate: il 71,8% ha un ciclo di vita aziendale superiore ai dieci anni di attività, il 16,1% si trova nella fase di sviluppo aziendale (6-10 anni) e solo il restante 12,1% si trova, invece, nella fase di avvio-*start up* (1-5 anni).

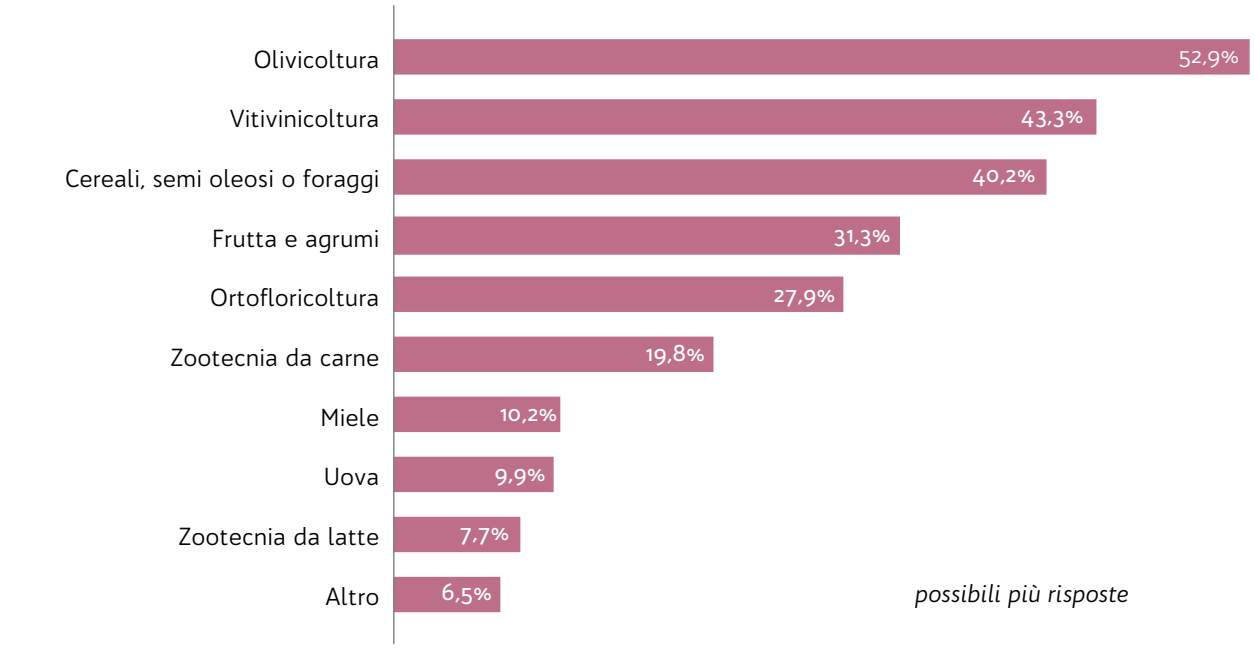
Circa l'ordinamento produttivo le aziende intervistate appaiono diversificate per il 74% dei casi (due o più ordinamenti) con il 42,7% che addirittura ha tra i tre e i sette diversi ordinamenti. Solo poco più di un quarto delle aziende (26,0%) è specializzata (un solo ordinamento produttivo).

Riguardo alla tipologia di attività che caratterizza l'azienda, oltre la metà delle aziende intervistate (52,9%) dichiara di avere l'olivicoltura come orientamento tecnico economico (OTE), poco meno della metà (43,3%) la vitivinicoltura, a seguire le restanti produzioni vegetali e, quindi, le diverse produzioni zootecniche (Fig. 1).

L'81,4% delle imprese intervistate, oltre l'attività primaria, svolge almeno due tipologie di attività fra quelle connesse, il 61,6% ne svolge almeno tre, quasi la metà delle imprese (44,6%) ne svolge quattro o più. L'ospitalità è l'attività maggiormente praticata, a seguire la

FIG. 1

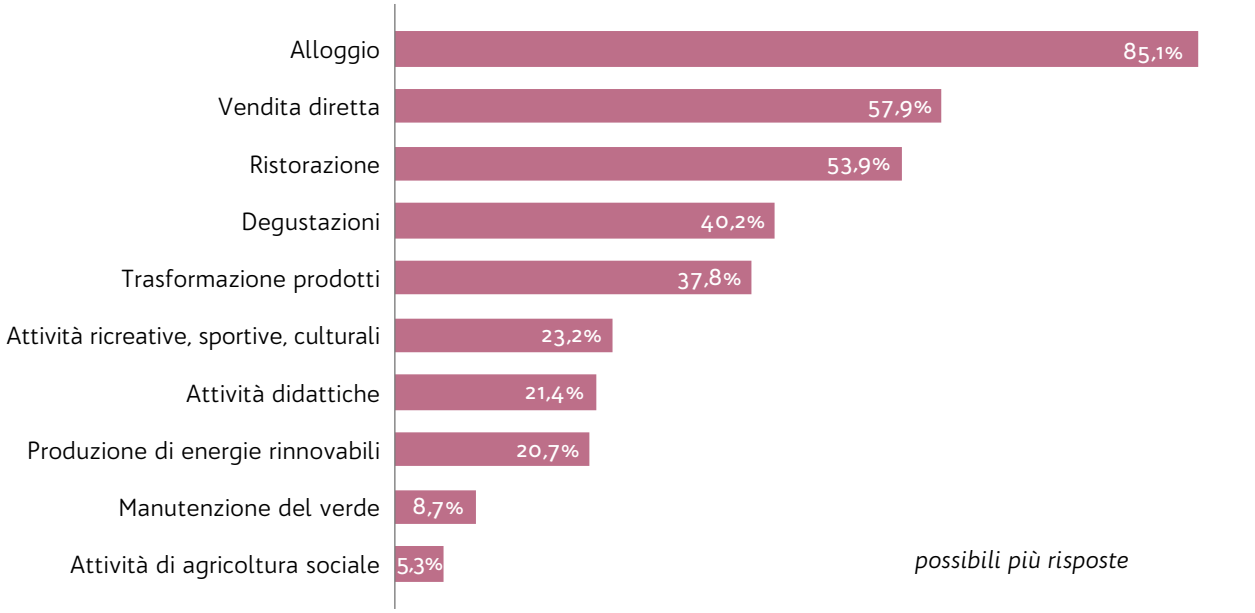
Orientamenti tecnico economici delle aziende agricole intervistate



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 2

Tipologia di attività connesse svolte dalle imprese intervistate



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

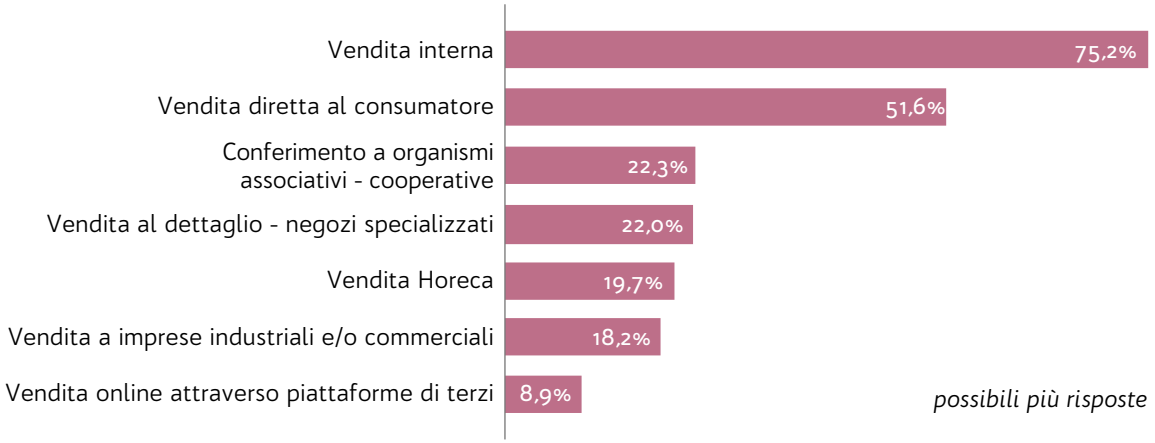
vendita diretta e la ristorazione. Queste ultime due voci, rispetto alla medesima indagine svolta nel 2020, risultano invertite, a conferma del consolidamento del ruolo della vendita diretta (Fig. 2).

La complessità organizzativa si traduce anche nell'utilizzo simultaneo di diversi canali di vendita (58,3% dei rispondenti). Oltre la metà delle imprese che utilizzano un solo canale di vendita fa riferimento all'uso dei propri prodotti esclusivamente per soddisfare il fabbisogno dell'azienda agrituristica (ristorazione), la cosiddetta vendita interna. Significativo anche il numero di imprese che, oltre a fare ricorso alla vendita interna, spaziano dalla vendita diretta (51,6%) ai canali più tradizionali quali vendita al dettaglio (22,0%) e conferimento a organismi associativi (22,3%), fino all'e-commerce (8,9%) (Fig. 3). I dati sembrano confermare il più ampio utilizzo della vendita diretta da parte degli agriturismi rispetto al totale delle aziende agricole, per le quali la quota che utilizza questo canale è stimata intorno al 22% (Ismea, 2020).

Quasi la metà delle imprese intervistate (45,5%) utilizza almeno due canali di vendita diretta. Tra questi, quello numericamente più importante è rappresentato dalla vendita in azienda (nove imprese su dieci); l'83% di chi utilizza un solo canale di vendita diretta, inoltre, utilizza il proprio punto vendita aziendale.
Si conferma la diffusione della consegna a domicilio dei prodotti, che riguarda quasi tre aziende su dieci, e della vendita online tramite il proprio sito web, praticata da oltre un quinto delle imprese del panel (Fig. 4). Questi ultimi canali, utilizzati spesso in abbina-

FIG. 3

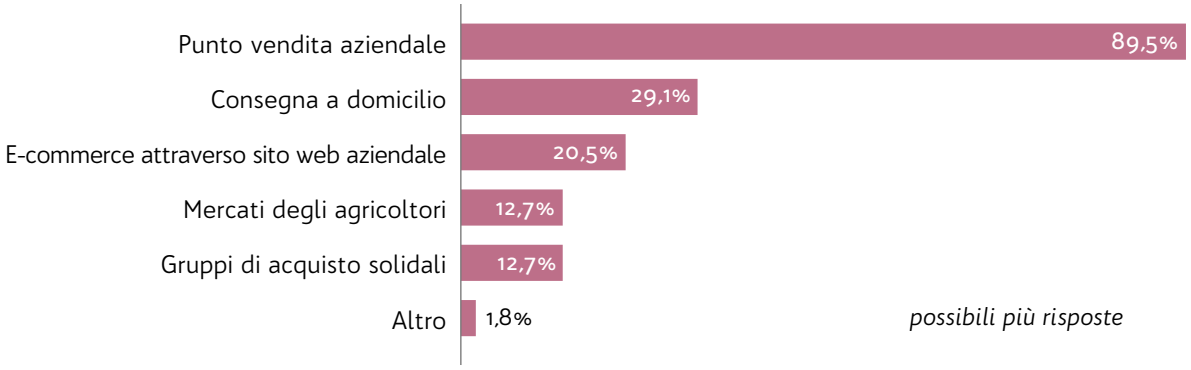
Canali di vendita dei prodotti utilizzati dalle imprese intervistate



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 4

Canali di vendita diretta utilizzati dalle imprese intervistate



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

mento al punto vendita aziendale, sono stati potenziati già nel 2020 e in alcuni casi attivati ex-novo dalle imprese che, in tal senso, hanno orientato anche la comunicazione aziendale e implementato un sistema di organizzazione interno, tramite revisione dei processi produttivi e distributivi (Ismea-RRN, 2020).

1.2.2 L'impatto del Covid-19 sulla stagione agrituristica 2021

Nel 2021, fino al mese di settembre, si sono registrati segnali di ripresa per il 70% delle imprese del panel: il 41,8% degli intervistati ha indicato un aumento dei ricavi complessivi (nell'indagine condotta nel 2020 questa quota era del 5%), mentre per il 28,2% delle imprese sono rimasti stabili. Circa un quarto delle imprese ha rilevato, invece, una ulteriore riduzione dei ricavi (Fig. 5).

Tra le diverse tipologie di attività connesse svolte dalle imprese, alloggio e ristorazione sono i segmenti di attività che hanno registrato i risultati migliori, rappresentando, per oltre l'82% delle aziende con ricavi in aumento, le voci principali (Fig. 6).

I risultati positivi sono stati trainati dall'aumento e dal consolidamento della domanda di prossimità[3] e di quella fidelizzata, dei clienti cioè che avevano già acquistato prodotti aziendali o servizi agrituristici nel corso dell'anno precedente e/o prima dell'emergenza Covid-19. Quasi un quarto delle imprese intervistate ha registrato aumenti di richieste da parte di ospiti della zona (22,6%) e fidelizzati (22,9%), inoltre, circa metà delle imprese ritiene stabili queste categorie di clienti (Fig. 7).

L'analisi del grado di soddisfazione, per mese, rispetto al volume di affari nel periodo maggio-settembre 2021, restituisce valutazioni positive anche per giugno e settembre, oltre che per i consueti mesi di altissima stagione, a testimonianza di una tendenza verso la destagionalizzazione della vacanza in agriturismo (Fig. 8).

Per il 39,2% delle imprese intervistate, rispetto al 2020, c'è stato, inoltre, un aumento delle richieste dirette di ospitalità (sito web, email aziendali, social, telefono, ecc.) e si conferma una minore efficacia del contatto attraverso intermediari (portali, agenzie, ecc.) rispetto al periodo precedente l'emergenza Covid-19 (Fig. 9).

FIG. 5

Andamento dei ricavi complessivi rispetto al 2020 - Distribuzione % delle aziende rispondenti

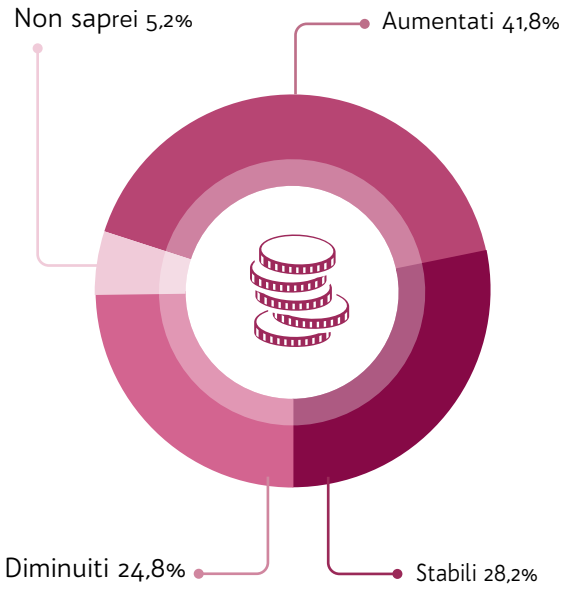
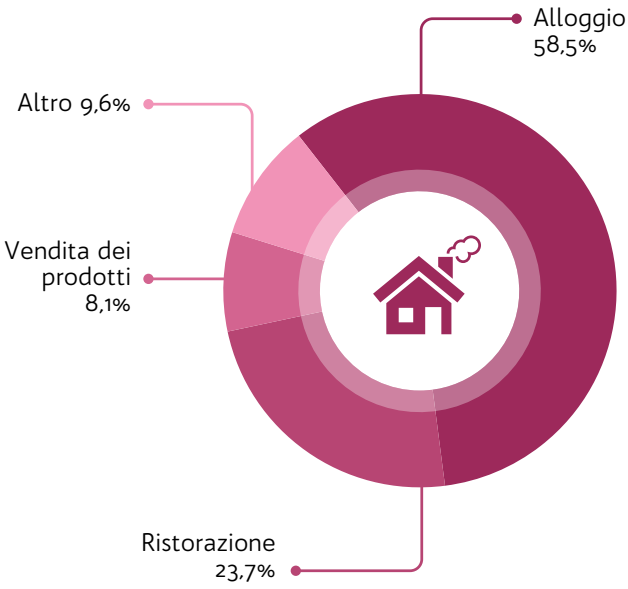


FIG. 6

Distribuzione % delle aziende intervistate con ricavi in aumento nel 2021 rispetto al 2020 per tipologia di servizio

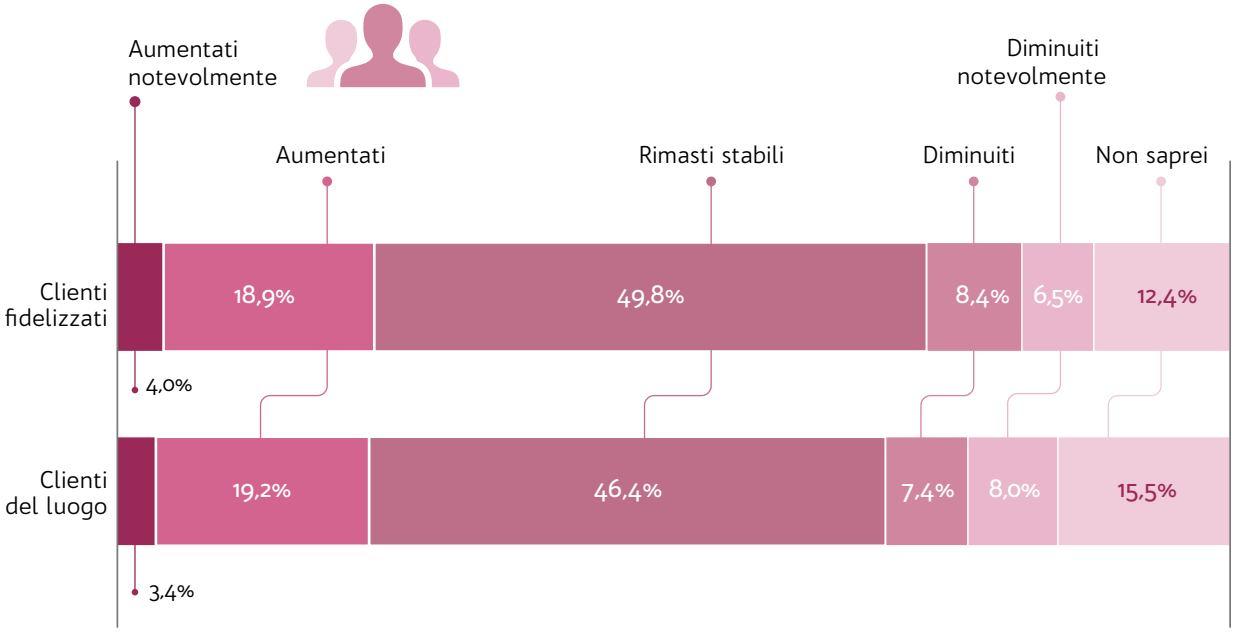


Fonte: elaborazioni Ismea RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

3 Domanda da parte delle persone del luogo: quelle che vivono in un raggio di 150 Km. dall'azienda, pari all'incirca ad un'ora e mezza di viaggio in auto.

FIG. 7

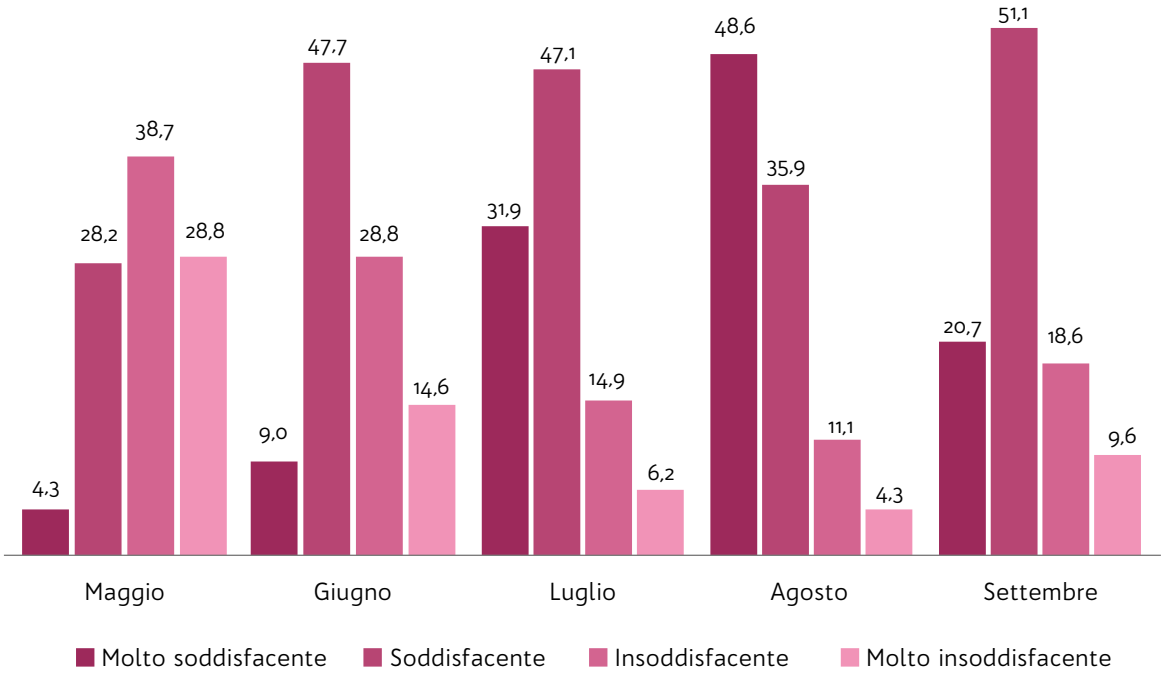
Ricavi da acquisti di prodotti e servizi da parte di clienti del luogo e clienti fidelizzati rispetto al 2020 - Quota % delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 8

Grado di soddisfazione sul volume di affari per mese nel 2021 - Quota % delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

Per circa un quarto delle imprese (24,7%) la durata dei soggiorni rispetto all'anno 2020 è aumentata, per il 22,9% è diminuita, mentre è rimasta stabile per la maggior parte degli intervistati (52,3%). Circa la durata media dei soggiorni nel 2021, più di metà delle imprese ha registrato una durata media da 1 a 3 notti e quasi un terzo delle imprese una durata da 4 a 7 notti (Fig. 10).

Infine, analizzando le risposte relative all'intervallo medio di tempo tra la prenotazione e il soggiorno degli ospiti, si rileva che le vacanze dell'ultimo minuto hanno caratterizzato la stagione 2021, anche a causa delle incertezze legate all'emergenza sanitaria (piani vaccinali, diffondersi delle varianti, ecc.). Per circa l'81% delle imprese le prenotazioni da parte degli ospiti stranieri sono state fatte con un anticipo inferiore o uguale a un mese dall'arrivo nella struttura, il dato sale al 92% nel caso degli ospiti italiani (Fig. 11).

Le imprese intervistate hanno indicato anche le principali difficoltà riscontrate nel corso del 2021. La maggior parte di loro (65%) restituisce la visione di una stagione caratterizzata da continue chiusure e restrizioni che hanno reso necessari molti sforzi economici e organizzativi per garantire il rispetto di tutte le norme anti-Covid (sanificazioni, distanziamento, controlli sui clienti). Rilevante anche la quota di imprese che ha avuto difficoltà legate al reperimento di manodopera e personale qualificato, anche stagionale (16%). Quasi il 10% degli intervistati indica,

FIG. 9

Richieste dirette di ospitalità rispetto al 2020 - Distribuzione % delle aziende rispondenti

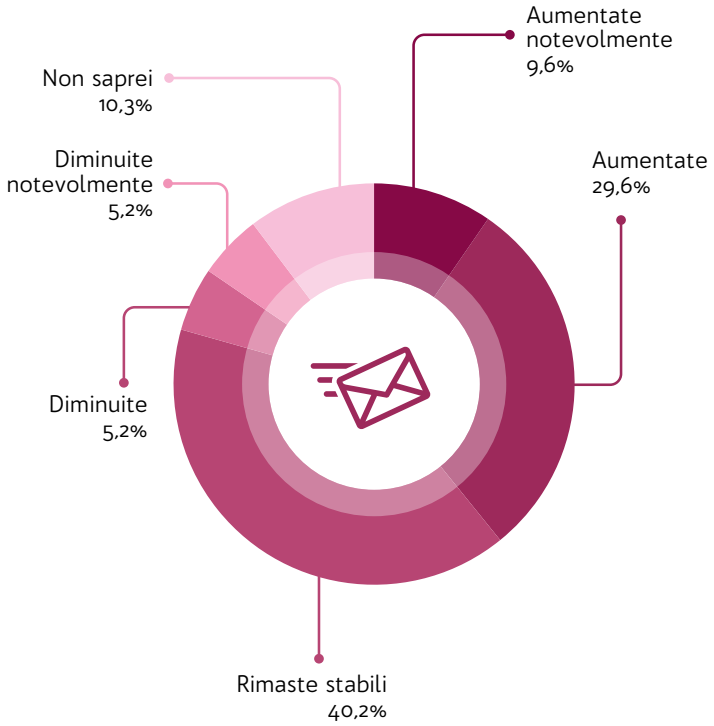
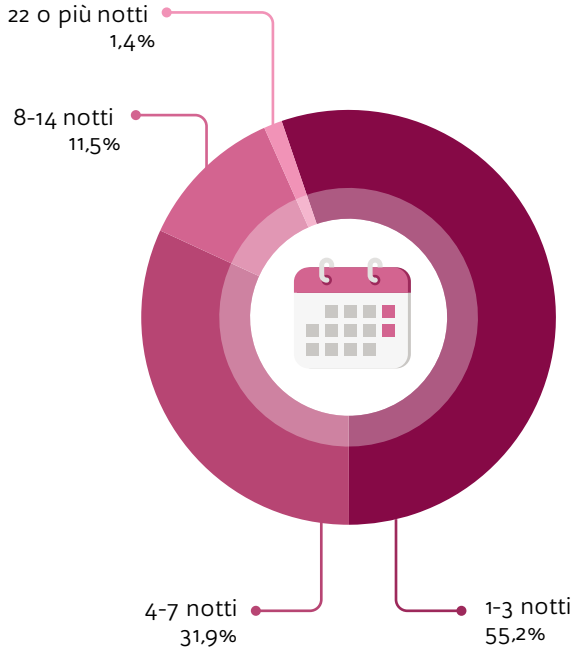


FIG. 10

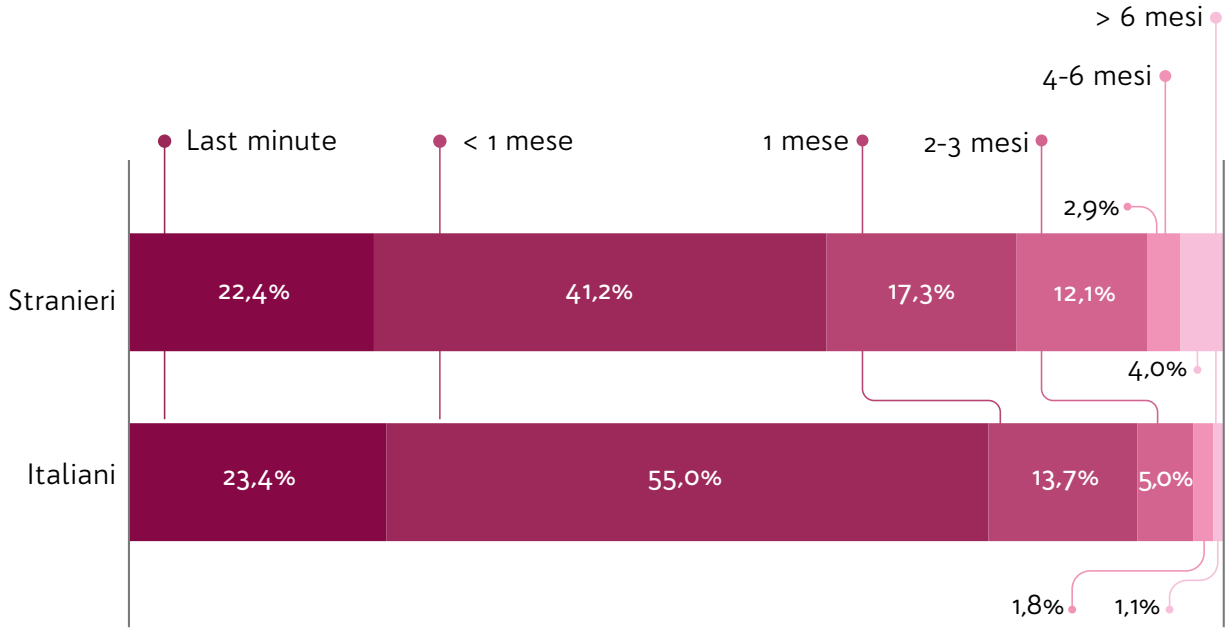
Durata media dei soggiorni nel 2021 - Distribuzione % delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 11

Tempi di prenotazione degli ospiti nel 2021 - Distribuzione % delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

poi, le condizioni climatiche avverse (gelate e siccità) come principale difficoltà dell'annata con conseguente riduzione della produzione agricola. Circa il 5% delle imprese intervistate segnala come maggior criticità l'aumento dei prezzi delle materie prime e delle forniture, con conseguente crescita dei costi di gestione. Infine, con percentuali più piccole, vengono segnalati i seguenti problemi: difficoltà finanziarie, assenza di infrastrutture e di connessione veloce a internet (banda larga o ultra larga), complessità derivanti dalla gestione della diversificazione, l'età avanzata dei titolari dell'azienda.

Fra i punti di forza aziendali, quasi una azienda su tre indica come certezza le produzioni aziendali, valorizzate attraverso la ristorazione (citate spesso anche le colazioni), la trasformazione e la vendita diretta. Circa il 30% delle imprese ritiene che, nella stagione 2021, il punto di forza più rilevante sia stato la disponibilità di ampi spazi all'aperto, la campagna e la natura, associati ai diversi servizi (piscina, ristorazione all'aperto, attività ricreative). Circa il 17% delle imprese individua nella qualità dei servizi il proprio principale punto di forza, inteso come cura dei dettagli e degli ospiti, flessibilità, garanzie nel rispetto di tutte le norme (Covid e non solo). Spicca, inoltre, la gestione familiare, ritenuta per circa il 12% delle imprese l'elemento chiave in grado di fare la differenza in questa stagione. Tra le voci residuali dei punti di forza, emergono anche la posizione geografica dell'azienda particolarmente favorevole (vicinanza con città d'arte, borghi, mare e terme), la presenza di clienti fidelizzati e la diversificazione dell'offerta (ristorazione, alloggio, didattica, organizzazione di attività ricreative e sportive ma anche la produzione di energia da fonti rinnovabili).

1.3 IL RUOLO DI INTERNET E I CAMBIAMENTI NEL TURISMO

Durante la pandemia l'utilizzo di internet, da reti fisse e mobili, ha continuato a crescere esponenzialmente. Una crescita proseguita anche nel 2021, con un consumo medio complessivo su reti mobili che a marzo 2021 ha raggiunto 23,2 petabyte [4] contro i 16,6 petabyte di marzo 2020 (+39,8%) e un consumo medio unitario (di circa 11,7 gigabyte/mese) cresciuto del 27,9% rispetto all'anno precedente. Nel secondo trimestre 2021 il traffico internet è aumentato del 22% rispetto allo stesso periodo del 2020 e

4 Il petabyte è un'unità di misura dell'informazione o della quantità di dati, il termine deriva dalla unione del prefisso peta con byte e ha per simbolo PB. Il prefisso peta deriva dal termine greco penta a indicare la quinta potenza di 1000 ovvero 10^{15}.

dell'83% rispetto al 2019. Il 73% delle linee residenziali ha effettuato traffico dati principalmente per via della DAD (didattica a distanza) e il lavoro da remoto - *smart working* – voci che si sono aggiunte a quelle tradizionali dell'entertainment domestico via web (*gaming*, *streaming* video/audio e acquisti *on-line*). Il settore dell'*e-commerce*, in particolare, ha aumentato in media del 24,5% i ricavi complessivi nella prima metà dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2020. Ad accelerare il consumo di dati sono state principalmente le connessioni domestiche: nel mese di giugno 2021, 44,5 milioni di utenti unici hanno navigato in rete per una media di 57 ore di navigazione mensili per persona. L'utilizzo della rete internet si è concentrato in particolare sulle grandi piattaforme e social network, confermando il trend in crescita.

Internet, dunque, ha giocato un ruolo centrale durante e dopo le prime fasi dell'emergenza epidemiologica, dimostrandosi in molti casi essenziale per cittadini e imprese e più in generale per l'intero sistema economico e sociale. In Italia, negli ultimi 10 anni, i cittadini che utilizzano regolarmente internet sono aumentati dal 43,9%, al 69,2%.

Con la pandemia, inoltre, sono sensibilmente aumentati gli accessi alla rete tramite tecnologie qualitativamente superiori, con un aumento delle prestazioni in termini di velocità di connessione. Le linee con velocità pari o superiori ai 100 Mbit/s, negli ultimi quattro anni, sono passate dall'8,3% al 57,4% del totale. Nonostante l'aumento delle connessioni veloci in fibra ottica - l'FTTC (VDSL) [5] è aumentata del 7% rispetto all'anno precedente e la fibra FTTH[6] del 2,5% - il 39% delle linee è ancora presidiato dal Rame ADSL e un italiano su quattro non dispone di una connessione a banda larga.

L'Italia sconta ancora un importante nodo infrastrutturale che sta alla base di un divario digitale importante: un terzo delle famiglie italiane non dispone di computer e accesso a internet da casa, le donne sono meno propense al digitale degli uomini, gli anziani continuano ad avere meno familiarità con la tecnologia e solo l'11,5% delle imprese italiane effettua vendite ai consumatori finali tramite il web. Il Sud rimane pesantemente penalizzato (il gap tra Nord e Mezzogiorno si è allargato del 10% nel 2020, il 3% in più rispetto al 2010) così come le aree rurali. L'Italia, inoltre, è agli ultimi posti (con Romania e Bulgaria) nella classifica delle *digital skills* tra i giovani, solo il 65% di ragazzi tra i 16 e 24 anni possiede competenze digitali di base o superiori.

Il divario digitale può penalizzare molti cittadini e molte aziende, con il rischio di creare situazioni di emergenza e forme di disuguaglianza sociale, culturale, economica, interferendo nei processi educativi, nello sviluppo e indebolendo la competitività del sistema produttivo. La digitalizzazione è diventata dunque una priorità per l'Italia e per l'Europa, secondo le linee guida della Commissione Europea sull'utilizzo del Next Generation EU, almeno il 20% dei fondi dovrà essere dedicato alla transizione digitale.

In questo contesto è chiaro che la digitalizzazione e l'innovazione rappresentano una delle missioni più importanti del PNRR - Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza – per sostenere la competitività delle imprese del settore turistico che sono, per l'Italia, obiettivi strategici prioritari.

E proprio il turismo italiano, finalmente, dopo mesi bui, sta registrando un tasso di crescita superiore rispetto allo scorso anno e la digitalizzazione è senza dubbio tra i fattori che stanno contribuendo in modo sostanziale alla ripresa del settore.

Con la pandemia e l'aumento dell'utilizzo di internet sono cambiati alcuni comportamenti della domanda turistica. In particolare, è mutato il modo di prenotazione dell'alloggio, che avviene principalmente via internet: nel 2020 il 65,9% delle prenotazioni è avvenuto online, contro il 58,4% del 2019. Inoltre, aumenta la quota delle prenotazioni dirette effettuate contattando la struttura senza il ricorso di intermediari (Tour Operator, agenzie o piattaforme digitali, OTA, ecc.). Soprattutto, riguardo i viaggi con prenotazione online dell'alloggio, il ricorso a intermediari online diminuisce drasticamente (-72%) con un'incidenza che passa dal 68,7% nel 2019 al 32,1% nel 2020. I canali web stanno dunque rispondendo molto meglio alle esigenze dei viaggiatori nel periodo post-Covid, determinando un nuovo assetto in cui le prenotazioni online superano di gran lunga quelle offline. Inoltre, il canale diretto (prenotazione attraverso il sito web della struttura), ha registrato anche a livello mondiale aumenti fino al 300% e ha guadagnato importanti quote di mercato, avvicinandosi a Booking.com e superando Expedia.

5 FTTC (Fiber To The Cabinet - Fibra fino alla Cabina) o connessione in VDSL2 (Very-high-bit-rate digital subscriber line 2), quando il collegamento in fibra ottica arriva fino alla centrale più vicina all'abitazione dell'utente, che viene raggiunta tramite il cavo in rame.

6 FTTH (Fiber to the Home - Fibra fino a casa), quando la fibra raggiunge direttamente l'abitazione dell'utente.

Contestualmente al minor ricorso all'intermediazione via web, si continua a registrare un calo di strutture disponibili sulle piattaforme online, calo che riguarda anche l'agriturismo. Nelle edizioni 2019 e 2020 di questo Rapporto si rappresentava una fotografia della vetrina online del turismo italiano per le principali tipologie di strutture ricettive presenti su Booking.com riferita al periodo luglio-settembre del 2019 e del 2020. Anche dopo il terzo trimestre del 2021 l'offerta dell'agriturismo, che rappresenta il 2,9% delle strutture ricettive italiane presenti sul portale, si è ridotta ulteriormente con un calo complessivo, tra il 2019 e il 2021, di oltre 1.400 aziende (-21,9%) (Tab. 1 e 2).

TAB. 1

L'offerta agrituristica sul totale delle strutture italiane presenti su www.booking.com (ottobre 2021)

	Agriturismo	Totale strutture	Peso % dell'agriturismo
Abruzzo	80	2.945	2,7
Basilicata	37	1.466	2,5
Calabria	92	3.811	2,4
Campania	188	13.382	1,4
Emilia - Romagna	235	5.640	4,2
Friuli - Venezia Giulia	104	1.911	5,4
Lazio	225	13.296	1,7
Liguria	150	8.767	1,7
Lombardia	272	14.812	1,8
Marche	180	3.362	5,4
Molise	21	601	3,5
Piemonte	299	6.824	4,4
Puglia	284	15.166	1,9
Sardegna	159	12.502	1,3
Sicilia	287	23.363	1,2
Toscana	1.366	21.369	6,4
Trentino - Alto Adige	386	9.104	4,2
Umbria	408	3.859	10,6
Valle d'Aosta	7	1.781	0,4
Veneto	344	11.354	3,0
ITALIA	**5.124**	**175.315**	**2,9**

Fonte: elaborazione Ismea – RRN, rilevazioni online del 15.10.2021 (www.booking.com)

TAB. 2

Offerta agrituristica per regione su www.booking.com, confronto 2019, 2020 e 2021

	2019 | 3° trim.	2020 | 3° trim.	2021 | 3° trim.	2021/20 Variazioni. %	2021/19 Variazioni. %
Abruzzo	118	92	80	-13,0	-32,2
Basilicata	62	44	37	-15,9	-40,3
Calabria	145	106	92	-13,2	-36,6
Campania	228	197	188	-4,6	-17,5
Emilia - Romagna	278	254	235	-7,5	-15,5
Friuli - Venezia Giulia	117	118	104	-11,9	-11,1
Lazio	290	235	225	-4,3	-22,4
Liguria	199	156	150	-3,8	-24,6
Lombardia	299	289	272	-5,9	-9,0
Marche	246	195	180	-7,7	-26,8
Molise	30	25	21	-16,0	-30,0
Piemonte	332	320	299	-6,6	-9,9
Puglia	410	304	284	-6,6	-30,7
Sardegna	252	192	159	-17,2	-36,9
Sicilia	393	299	287	-4,0	-27,0
Toscana	1.799	1.481	1.366	-7,8	-24,1
Trentino - Alto Adige	460	414	386	-6,8	-16,1
Umbria	502	427	408	-4,4	-18,7
Valle d'Aosta	12	9	7	-22,2	-41,7
Veneto	385	358	344	-3,9	-10,6
ITALIA	**6.557**	**5.515**	**5.124**	**-7,1**	**-21,9**

Fonte: elaborazione Ismea – RRN, rilevazioni online del 10.09.2019, del 02.10.2020 e del 15.10.2021 (www.booking.com)

Nuove abitudini di consumo turistico sembrano dunque essersi diffuse. Dopo il Covid-19 la domanda turistica è mutata, esprimendo nuovi bisogni e maggiore attenzione, facendo emergere un nuovo modo di concepire il viaggio. Le tendenze dei viaggi nel post-Covid sono state oggetto di moltissime ricerche e studi, condotti dai principali player del settore turistico, nonché dagli istituti di ricerca e dalla stampa specializzata e non, tra cui anche Booking.com, TripAdvisor, Skyscanner, Arival, Forbes.

Le tendenze su cui tutte le ricerche sembrano convergere vedono certamente una crescita degli spostamenti per viaggi di medio e breve raggio e del turismo di prossimità, la tendenza a prenotazioni last minute e comunque ravvicinate, la preferenza per attività all'aria aperta e luoghi poco frequentati, che permettono di mantenere il distanziamento sociale e favoriscono condizioni d'igiene adeguate, la ricerca di soluzioni flessibili (con politiche di cancellazione favorevoli) e soluzioni abitative autonome.

La domanda turistica, dunque, va nella direzione della sicurezza, della sostenibilità e della possibilità di lavoro a distanza. Nascono così nuove proposte e il glossario turistico si arricchisce di nuovi termini, dall'*undertourism*, con la rivincita delle mete minori e meno affollate (in contrapposizione all'*overtourism* e ai suoi effetti dannosi), al *southworking* e alle formule ibride vacanza-lavoro (*workation*: work+vacation, *bleisure*: business+leisure).

Nuovi comportamenti e nuove abitudini di consumo turistico e approccio al tempo libero si riscontrano anche nella domanda agrituristica, come è emerso dall'indagine di cui al successivo capitolo 4 di questo Rapporto e come è possibile intravedere anche attraverso l'andamento delle ricerche effettuate su Google.

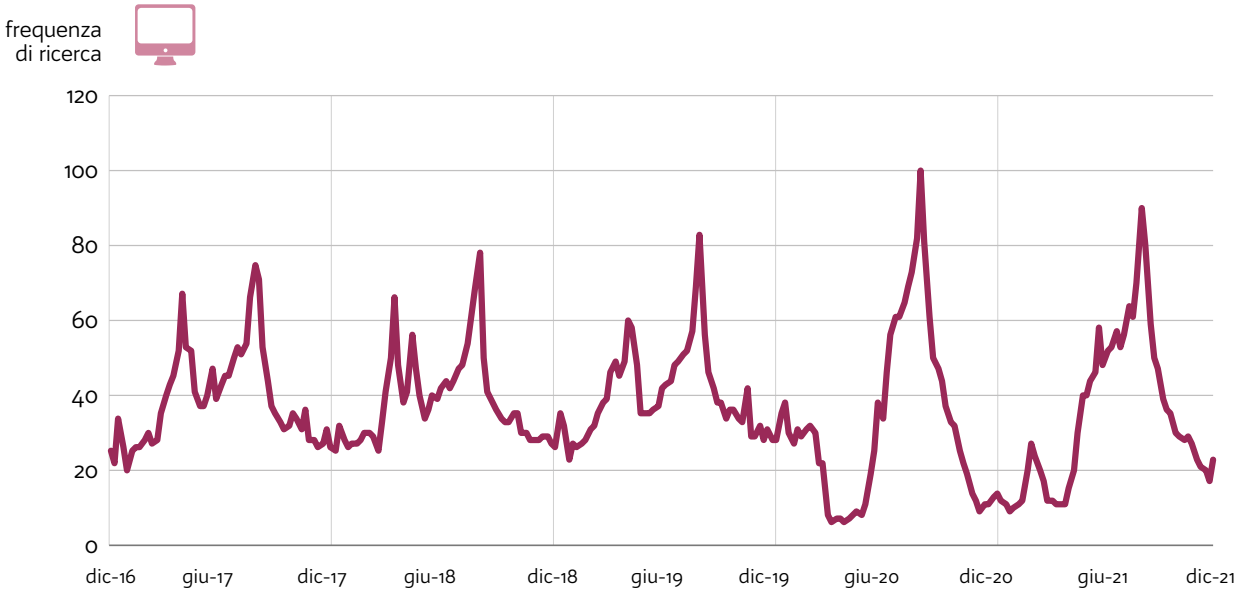
Con la pandemia, le rilevazioni sulla frequenza [7] di ricerca del termine "agriturismo" hanno raggiunto i picchi più alti degli ultimi 5 anni, in corrispondenza dei mesi di luglio e agosto, sia nel 2020 (picco in assoluto più alto) che nel 2021 (che supera gli anni precedenti al 2019). Come nel 2020, anche nel 2021 l'impennata delle ricerche arriva dopo un periodo in cui queste erano precipitate ai livelli minimi, coincidenti con i periodi primaverili del lockdown e delle misure restrittive di contrasto della pandemia (Fig. 12). L'agriturismo, in forte ripresa nella stagione estiva, dunque ha saputo attirare una discreta fetta di turisti, anche in quanto luogo più naturalmente predisposto a fornire elementi di sicurezza come gli ampi spazi aperti o gli alloggi indipendenti e vicini a casa (la query "vicino a me" è una delle ricerche più frequenti associate ad agriturismo, in aumento di oltre il 3.000%).

Con lo scoppio della pandemia, le ricerche delle espressioni "agriturismo vicino a me" o "agriturismo in zona" sono state tra le più frequenti su Google. In retrospettiva si osserva come il concetto di prossimità connotasse la domanda agrituristica già prima del 2019, in particolare nei mesi primaverili (Fig. 13 e 14).

Stessa considerazione vale per la ricerca in base al tipo di abitazione (case e appartamenti indipendenti o camere). Anche in questo caso, infatti, si riscontra come il fenomeno fosse già in atto nell'agriturismo prima della pandemia (Fig. 15). Un'altra conferma arriva, infine, circa l'esigenza di riposo e relax, di contatto con gli animali e buon cibo locale, come dimostrano le buone frequenze di ricerca per "agriturismo con piscina" (in assoluto la più cercata), seguita da "agriturismo con animali" e "agriturismo con ristorante", che superano di gran lunga tutte le altre ricerche per servizi o attività (per esempio con maneggio, con biciclette, con corsi, ecc.).

FIG. 12

Frequenza delle ricerche su Google del termine "agriturismo" effettuate in Italia da dicembre 2016 a dicembre 2021

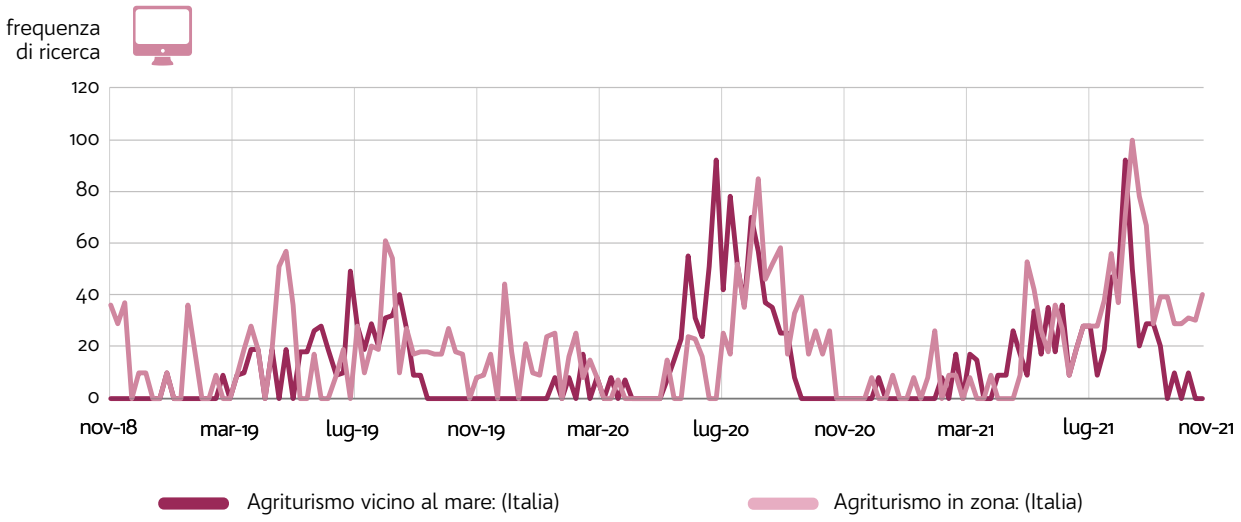


Fonte: elaborazioni Ismea – RRN, rilevazioni online al 06 dicembre 2021 (Google trends)

7 La frequenza di ricerca è un indicatore sintetico che restituisce il valore relativo alla numerosità delle ricerche per una determinata parola chiave.

FIG. 13

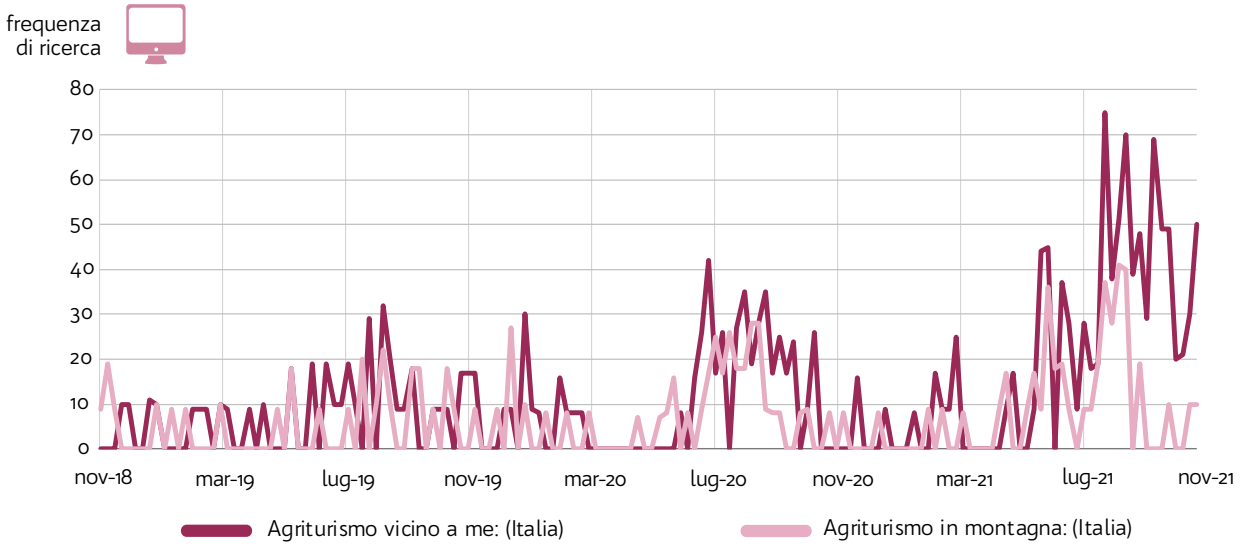
Frequenza delle ricerche su Google effettuate in Italia dal 2018 al 2021
(agriturismo vicino al mare - in zona)



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN, rilevazioni online del 2 novembre 2021 (Google trends)

FIG. 14

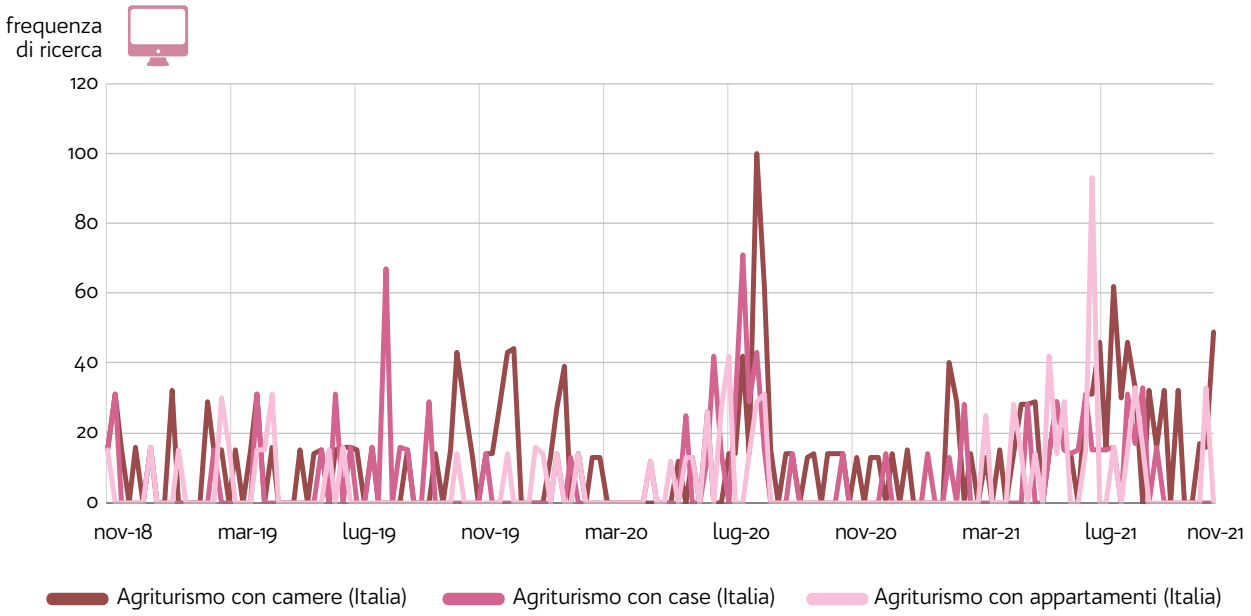
Frequenza delle ricerche su Google effettuate in Italia dal 2018 al 2021
(agriturismo vicino a me - in montagna)



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN, rilevazioni online del 2 novembre 2021 (Google trends)

FIG. 15

Frequenza delle ricerche su Google effettuate in Italia dal 2018 al 2021
(*agriturismo con camere - con case - con appartamenti*)



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN, rilevazioni online del 2 novembre 2021 (Google trends)

Riferimenti bibliografici e fonti informative

- Ismea-RRN (2020), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- Ismea (2020), Agrimercati. La congiuntura agroalimentare del II trimestre, le anticipazioni e le prospettive
- Istat (2021), Conti economici trimestrali. I-II-III trimestre 2021
- Istat (2021), Conti economici nazionali. Anni 2018-2020
- Istat (2021). Rapporto Annuale 2021. La situazione del Paese
- Istat (2021). Le prospettive per l'economia italiana nel 2021-2022
- Istat (2021), Rapporto BES 2020. Il benessere equo e sostenibile in Italia
- Banca d'Italia (2021), Indagine sul turismo internazionale. Anno 2020
- AGCOM - Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (2021), Osservatorio sulle comunicazioni. Monitoraggio Covid-19
- Deloitte (2020) www2.deloitte.com/it/it.html www2.deloitte.com/it/it/blog/italy/2020/istruzione-e-digitalizzazione---paolo-gibello.html
- SiteMinder (2021), Report Top booking revenue makers of 2020 plus predictions and tips for 2021 sm.siteminder.com/top-booking-channels-2020-global.html
- www.unwto.org
- www.agcom.it
- www.ilsole24ore.com
- www.booking.com
- https://forbes.it
- https://trends.google.it

2.

PRODUZIONE AGRICOLA E ATTIVITÀ CONNESSE

Nel 2020, anche il settore primario nazionale, come del resto l'intera economia, ha subìto gli effetti della crisi pandemica. Tuttavia per l'agricoltura, in quanto attività essenziale, gli impatti sono stati nettamente più contenuti. Tra i comparti della branca agricola, la pandemia ha invece fortemente penalizzato le attività secondarie, in particolare l'agriturismo e, in misura molto minore, le attività di supporto. Addirittura, risulta in controtendenza tra le attività secondarie la produzione di energie rinnovabili, che cresce dello 0,8% su base annua, giungendo a rappresentare circa il 50% del valore dell'aggregato.

L'agricoltura italiana rimane comunque fortemente orientata alla diversificazione delle attività agricole e alla multifunzionalità. Le attività connesse e i servizi in agricoltura continuano a rappresentare una quota importante del valore complessivo della produzione in tutte le regioni italiane. Anche nel 2020, l'Italia conferma la sua leadership in Europa per valore aggiunto, per la produzione di servizi e delle attività secondarie.

20,1%

l'incidenza delle attività di diversificazione sulla produzione agricola.

4,4 miliardi di €

il valore della produzione delle attività secondarie.

4,5 miliardi di €

le risorse stanziate nel PNRR per le agro bioenergie.

4%

la quota di impianti fotovoltaici nel settore primario in Italia, corrispondenti all'11,5% in termini di potenza.

2.

PRODUZIONE AGRICOLA E ATTIVITÀ CONNESSE

2.1 IL QUADRO NAZIONALE

L'economia agricola italiana nel 2020 ha risentito inevitabilmente degli effetti della pandemia. Il valore a prezzi correnti della produzione complessiva (branca agricoltura, silvicoltura e pesca) è passato, infatti, dai 62,6 miliardi di euro del 2019 ai 59,6 miliardi di euro nel 2020 (-2,5%), mentre il valore aggiunto (valore della produzione meno i consumi intermedi) si è attestato a 32,9 miliardi di euro (-3,8% rispetto al 2019). Le stesse grandezze, considerate in quantità (valori concatenati che neutralizzano le variazioni di prezzo) si sono ridotte rispettivamente del 3,2% e del 6%.

Focalizzandosi sul settore agricolo in senso stretto, il valore corrente della produzione è arrivato a 55,7 miliardi di euro nel 2020, in calo rispetto al 2019 del 2,4% a prezzi correnti e del 3,2% considerato in quantità. A comporre il valore dell'agricoltura concorrono la produzione di beni (da coltivazioni erbacee, legnose, foraggere, zootecnia), di servizi (attività di supporto) con 52,3 miliardi di euro, oltre alle attività secondarie[8] svolte da soggetti agricoli, come l'agriturismo, la vendita diretta, le attività didattiche, sociali, la produzione di energie rinnovabili, ecc., per circa 4,4 miliardi di euro. Al valore complessivo così ottenuto va poi sottratto quello delle attività agricole (coltivazioni o allevamenti) svolte da soggetti appartenenti ad altri settori che nel 2020 è arrivato a 933 milioni di euro.

Nel 2020, tutte le voci dell'agricoltura, a eccezione delle coltivazioni erbacee, hanno subìto cali importanti di valore con la perdita maggiore (-20,6%) registrata dalle attività secondarie. Considerando le variazioni in quantità, il comparto degli allevamenti zootecnici è l'unico a non registrare un segno negativo, mentre per le attività secondarie si conferma una riduzione di oltre un quinto rispetto ai livelli del 2019 (Tab. 3).

Le attività secondarie registrano dunque, per la prima volta dopo molto tempo, una vera e propria debacle causata dalle restrizioni e chiusure che hanno coinvolto le attività agrituristiche. Nonostante un calo del 3% in valore (poco più di 200 milioni di euro), il peso delle attività di supporto rimane invece pressoché stabile al 12,2%. Insieme, le attività di supporto e secondarie continuano a rappresentare circa un quinto della produzione dell'intera branca agricoltura (20,1%). Tale incidenza risulta inferiore di 1,7 punti percentuali rispetto al 2019, in ragione proprio del calo registrato dalle attività secondarie, rimanendo comunque più alta rispetto al 16% del 2007 (Fig. 16 e 17).

8 *Le attività secondarie (+) sono le attività non agricole effettuate da agricoltori, quali agriturismo, attività ricreative e sociali, produzione di energia rinnovabile, trasformazione e commercializzazione, ecc. Con attività secondarie (-), invece, s'intendono le attività economiche agricole esercitate da soggetti di altri settori, ad esempio coltivazione o allevamento esercitato da imprese commerciali. Per ulteriori approfondimenti si rimanda al glossario a fine capitolo.*

TAB. 3

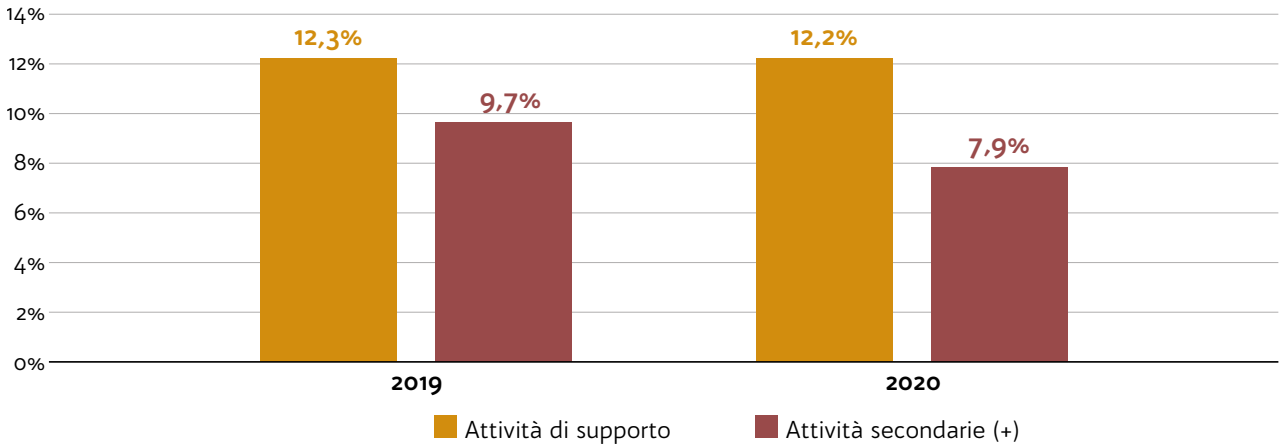
Produzione dell'agricoltura (produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi) – milioni di euro a prezzi correnti e variazioni %

ATTIVITÀ ECONOMICHE	2019	2020	Variazioni % 2020/19 a prezzi correnti	Variazioni % 2020/19 a valori concatenati (anno base 2015)
Produzione dell'agricoltura (produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi)	**57.091,4**	**55.740,2**	**-2,4**	**-3,2**
Produzione di beni e servizi:	**52.556,4**	**52.275,0**	**-0,5**	**-1,4**
Coltivazioni erbacee	14.480,5	15.036,9	3,8	-0,1
Coltivazioni legnose	12.934	12.725,8	-1,6	-3,2
Coltivazioni foraggere	1.786,8	1.700,3	-4,8	-0,7
Allevamenti zootecnici	16.349,4	16.016,43	-2,0	0,0
Attività di supporto	7.005,4	6.795,7	-3,0	-4,1
Attività secondarie (+)	**5.537,8**	**4.398,6**	**-20,6**	**-20,3**
Attività secondarie (-)	***1.002,8***	***933,4***	***-6,9***	***0,4***

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 16

Incidenza del valore della attività di diversificazione sulla produzione agricola a prezzi correnti



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Dalla seconda metà degli anni duemila e fino al 2019, le attività secondarie hanno sempre registrato un andamento positivo, grazie anche all'impulso dato dalle energie rinnovabili cresciute, nel triennio successivo al 2010, a un ritmo elevatissimo beneficiando della disponibilità di incentivi pubblici.

Tenendo presente che nel 2019 la voce "Agriturismo, fattorie didattiche e sociali" rappresentava circa il 28% del valore del comparto delle attività secondarie, non sorprende che nel 2020 gli effetti della pandemia abbiano determinato un calo di questo aggregato decisamente più accentuato rispetto a quello delle attività di supporto e dell'intero settore agricolo. Va evidenziato inoltre come, nonostante il difficile 2020, le attività secondarie nel lungo periodo abbiano mantenuto un saldo decisamente positivo (+38% dal 2007), che con ogni probabilità, già dal 2021, in virtù della ripresa delle attività agrituristiche, tornerà a riavvicinarsi ai livelli pre-pandemici (Fig. 18).

Buona parte del calo delle attività secondarie, infatti, è riconducibile all'agriturismo che, perdendo 802 milioni di euro, vede il valore della produzione dimezzarsi su base annua.

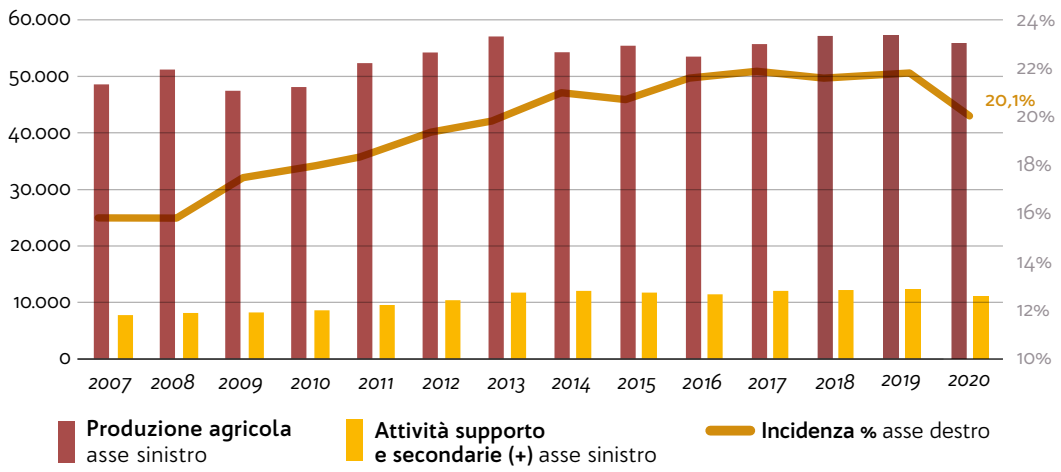
Contestualmente, la produzione di energia rinnovabile, in controtendenza, registra un incremento, giungendo a rappresentare nel 2020 circa il 50% del valore dell'aggregato.

2.2 IL QUADRO REGIONALE

L'impatto della crisi pandemica ha avuto ripercussioni sull'economia agricola di tutte le regioni italiane. Tra il 2019 e il 2020, gli unici segni positivi sul valore corrente della produzione della branca agricoltura si registrano in Veneto (+1,1%), Lazio (+2,2%), Campania (+1,9%) e Basilicata (+1,8%), per tutte le altre il segno è negativo. La perdita maggiore nelle Province Autonome di Bolzano (-17%) e Trento (-10,2%), poi

FIG. 17

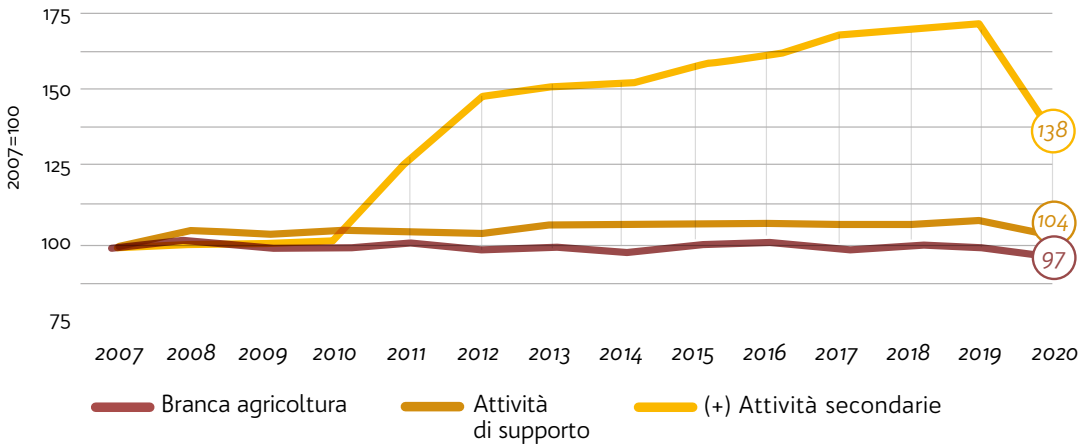
Valore della produzione agricola e delle attività di diversificazione a prezzi correnti (milioni di euro) e incidenza di queste ultime sul totale (%)



Fonte: Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 18

Andamento della produzione agricola di beni e servizi, delle attività secondarie (+) e di supporto a valori concatenati, anno base 2015 (Indice 2007=100)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Friuli-Venezia Giulia e Valle d'Aosta (-9,5% e -9,3%), Toscana (-8,2%) e Lombardia (-0,6%).

Reggono meglio le attività di supporto, seppure con segno negativo in tutte le regioni, mentre, le attività secondarie (+) subiscono un tracollo imputabile principalmente alle attività agrituristiche. Laddove, infatti, la presenza dell'agriturismo è più marcata (in rapporto alle attività agricole totali) si registrano le perdite più alte: le Province Autonome di Bolzano e Trento (-42,5%), la Toscana (-44%), la Valle d'Aosta (-46,6%).

Le attività di supporto e secondarie, nonostante la crisi, si confermano una componente strutturale fondamentale nei sistemi agricoli regionali. Il loro contributo in termini di valore prodotto per l'intera economia agricola regionale, sebbene abbia subìto un ridimensionamento, rimane decisamente alto in tutti i territori (Tab. 4 e Fig. 19).

2.3 IL QUADRO EUROPEO

La produzione agricola europea (EU 27), nel 2020, sembra avere retto bene alla crisi.

Il valore complessivo della produzione, pari a 411 miliardi di euro, registra un arretramento relativamente contenuto dell'1,4% rispetto al 2019, mentre il valore aggiunto, con 177 miliardi di euro, perde il 2,2%. La produzione agricola di servizi, pari a 20,1 miliardi, resta stabile rispetto al 2019 (+0,2%) mentre l'elemento più evidente è il calo marcato (-4,6%) della produzione delle attività secondarie (come agriturismo, vendita diretta, ecc.) dove Italia e Regno Unito riportano le perdite maggiori.

L'agricoltura italiana si conferma, comunque, protagonista in Europa, continuando a mantenere il primato per valore aggiunto (con una quota del 17,8%) oltre che per valore della produzione dei servizi (24,8%) e delle attività secondarie (29,6%) (Tab. 5).

TAB. 4

Produzione agricola e delle attività di diversificazione a prezzi correnti per Regione (migliaia di euro, peso e variazione %)

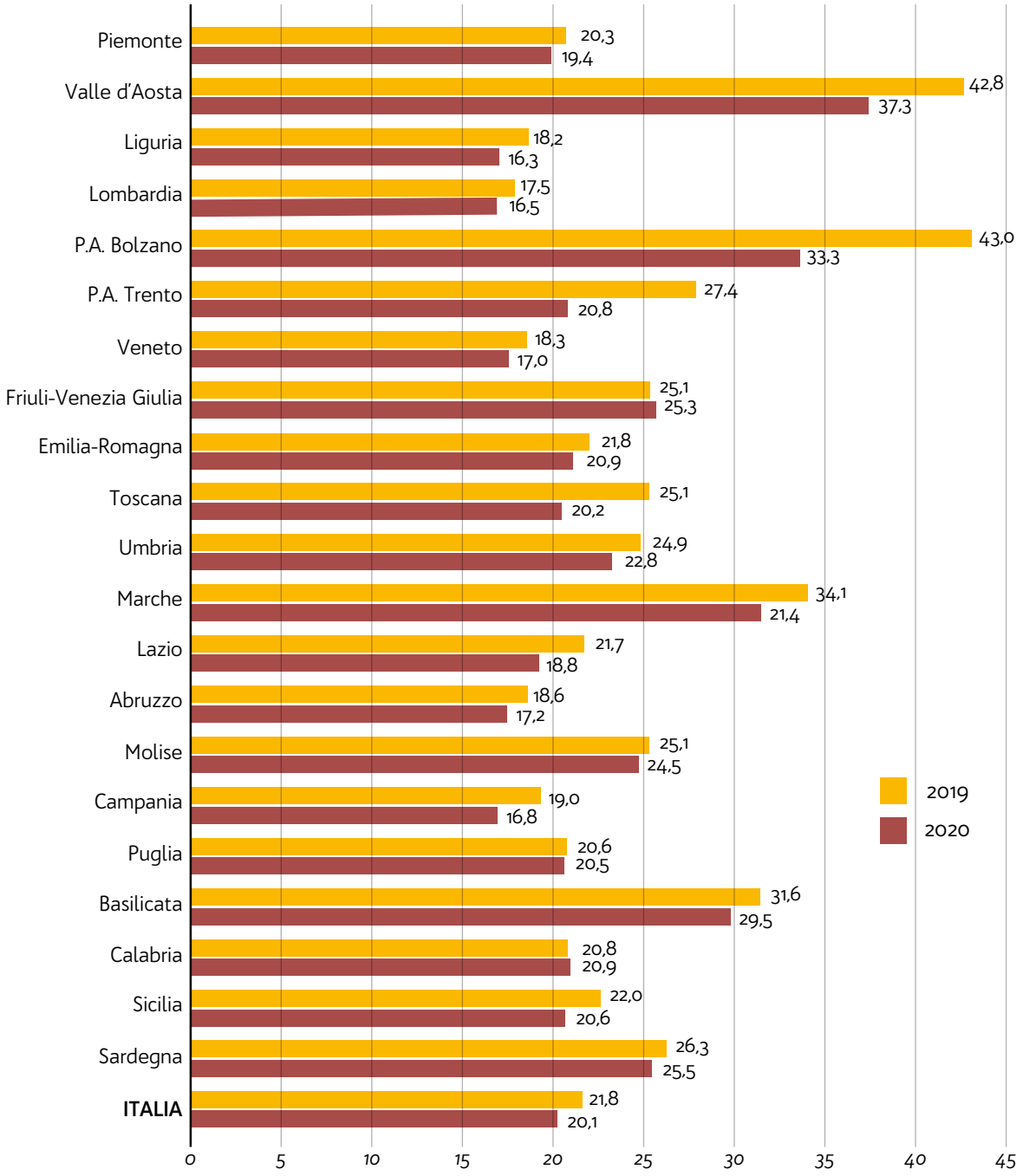
		2019	Peso %	2020	Peso %	2020/19 variazione %
Piemonte	produzione branca agricoltura	3.998.149	100,0	3.904.689	100,0	-2,3
	attività secondarie (+)	414.219	10,4	362.281	9,3	-12,5
	attività di supporto	410.192	10,3	396.732	10,2	-3,3
Valle d'Aosta	produzione branca agricoltura	97.953	100,0	88.855	100,0	-9,3
	attività secondarie (+)	26.538	27,1	19.622	22,1	-26,1
	attività di supporto	13.713	14,0	13.492	15,2	-1,6
Liguria	produzione branca agricoltura	650.315	100,0	619.915	100,0	-4,7
	attività secondarie (+)	70.972	10,9	54.999	8,9	-22,5
	attività di supporto	48.235	7,4	46.356	7,5	-3,9
Lombardia	produzione branca agricoltura	7.806.708	100,0	7.760.867	100,0	-0,6
	attività secondarie (+)	771.326	9,9	698.132	9,0	-9,5
	attività di supporto	588.385	7,5	579.195	7,5	-1,6
P.A. Bolzano	produzione branca agricoltura	1.303.732	100,0	1.082.005	100	-17,0
	attività secondarie (+)	481.781	37,0	277.639	25,7	-42,4
	attività di supporto	87.079	6,7	82.864	7,7	-4,8
P.A. Trento	produzione branca agricoltura	795.369	100,0	713.914	100,0	-10,2
	attività secondarie (+)	169.274	21,3	97.549	13,7	-42,4
	attività di supporto	53.621	6,7	51.025	7,1	-4,8
Veneto	produzione branca agricoltura	6.026.555	100,0	6.093.943	100,0	1,1
	attività secondarie (+)	436.029	7,2	362.739	6,0	-16,8
	attività di supporto	692.907	11,5	673.251	11,0	-2,8
Friuli-Venezia Giulia	produzione branca agricoltura	1.232.321	100,0	1.115.010	100,0	-9,5
	attività secondarie (+)	160.803	13,0	131.099	11,8	-18,5
	attività di supporto	153.766	12,5	151.227	13,6	-1,7

		2019	Peso %	2020	Peso %	2020/19 variazione %
Emilia-Romagna	produzione branca agricoltura	6.819.727	100,0	6.703.322	100,0	-1,7
	attività secondarie (+)	701.397	10,3	631.989	9,4	-9,9
	attività di supporto	792.586	11,6	767.060	11,4	-3,2
Toscana	produzione branca agricoltura	3.145.803	100,0	2.886.611	100,0	-8,2
	attività secondarie (+)	505.334	16,1	280.726	9,7	-44,4
	attività di supporto	309.684	9,8	302.556	10,5	-2,3
Umbria	produzione branca agricoltura	904.660	100,0	852.100	100,0	-5,8
	attività secondarie (+)	102.035	11,3	71.058	8,3	-30,4
	attività di supporto	124.925	13,8	123.387	14,5	-1,2
Marche	produzione branca agricoltura	1.315.065	100,0	1.264.833	100,0	-3,8
	attività secondarie (+)	190.557	14,5	143.390	11,3	-24,8
	attività di supporto	259.639	19,7	253.506	20,0	-2,4
Lazio	produzione branca agricoltura	2.984.097	100,0	3.050.270	100,0	2,2
	attività secondarie (+)	265.787	8,9	208.409	6,8	-21,6
	attività di supporto	378.575	12,7	366.393	12,0	-3,2
Abruzzo	produzione branca agricoltura	1.580.243	100,0	1.509.613	100,0	-4,5
	attività secondarie (+)	124.785	7,9	87.630	5,8	-29,8
	attività di supporto	178.693	11,3	172.419	11,4	-3,5
Molise	produzione branca agricoltura	539.402	100,0	536.496	100,0	-0,5
	attività secondarie (+)	39.343	7,3	37.412	7,0	-4,9
	attività di supporto	95.098	17,6	94.091	17,5	-1,1
Campania	produzione branca agricoltura	3.512.647	100,0	3.578.542	100,0	1,9
	attività secondarie (+)	211.107	6,0	170.845	4,8	-19,1
	attività di supporto	451.988	12,9	428.787	12,0	-5,1
Puglia	produzione branca agricoltura	4.678.081	100,0	4.500.451	100,0	-3,8
	attività secondarie (+)	266.008	5,7	236.237	5,2	-11,2
	attività di supporto	707.762	15,1	685.788	15,2	-3,1
Basilicata	produzione branca agricoltura	931.483	100,0	957.330	100,0	2,8
	attività secondarie (+)	51.037	5,5	46.484	4,9	-8,9
	attività di supporto	241.872	26,0	236.011	24,7	-2,4
Calabria	produzione branca agricoltura	2.227.815	100,0	2.068.488	100,0	-7,2
	attività secondarie (+)	133.234	6,0	114.391	5,5	-14,1
	attività di supporto	331.410	14,9	318.277	15,4	-4,0
Sicilia	produzione branca agricoltura	4.687.272	100,0	4.628.436	100,0	-1,3
	attività secondarie (+)	220.796	4,7	189.399	4,1	-14,2
	attività di supporto	788.603	16,8	763.915	16,5	-3,1
Sardegna	produzione branca agricoltura	1.854.004	100,0	1.824.543	100,0	-1,6
	attività secondarie (+)	195.451	10,5	176.535	9,7	-9,7
	attività di supporto	296.666	16,0	289.322	15,9	-2,5

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 19

Incidenza delle attività di diversificazione sul totale della produzione agricola a prezzi correnti (%)



TAB. 5

Composizione per Paese delle variabili fondamentali agricole a prezzi correnti dell'UE 27, anno 2020 (valori %)

	Produzione agricola totale	Valore aggiunto	Produzione agricola di servizi	Attività secondarie
ITALIA	**13,7**	**17,8**	**24,8**	**29,6**
Francia	18,3	17,1	23,9	16,4
Germania	13,8	11,4	12,1	6,3
Spagna	12,9	16,5	2,7	7,9
Regno Unito	7,2	5,9	7,4	7,4
Paesi Bassi	6,9	6,0	13,9	5,3
Romania	4,1	4,5	1,5	10,3
Polonia	6,6	6,2	3,0	0,5
Grecia	2,9	3,5	1,4	5,2
Danimarca	2,7	1,7	3,0	1,1
Altri stati membri	***11,1***	***9,5***	***6,3***	***9,1***
UE 27	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Eurostat

2.4 ENERGIE RINNOVABILI

2.4.1 Il quadro nazionale

A luglio 2020, il Regolamento (UE) 2020/2094 ha istituito lo strumento dell'Unione europea per la ripresa, Next Generation EU o NGEU, per promuovere la ripresa economica dopo la crisi Covid-19, stanziando complessivamente circa 750 miliardi di euro per sostenere gli Stati membri colpiti dalla pandemia. All'interno del Piano si specifica che almeno il **37%** del budget dei nuovi piani nazionali in materia energetica deve sostenere il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi climatici europei (*Sustainable Development Goals*[9], Accordo di Parigi ed *European Green Deal*), tra i quali la riduzione del 55% di emissioni di gas clima-alteranti entro il 2030.

In tale contesto appare fondamentale comprendere il ruolo che avrà nel nostro Paese lo sviluppo delle energie rinnovabili attualmente disponibili in attesa che altre fonti, come l'idrogeno verde, possano integrarle.

Il PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza) è il documento che contiene il programma operativo per l'Italia per l'impiego dei fondi del NGEU. Al suo interno sono individuati gli investimenti da effettuare per accelerare la transizione ecologica e digitale, rafforzare il sistema produttivo e conseguire una maggiore equità di genere, territoriale e generazionale.

Le risorse del PNRR, da impiegare nel periodo 2021-2026, ammontano complessivamente a 191,5 miliardi di euro, dei quali 68,9 miliardi sono sovvenzioni a fondo perduto. Delle sei *missioni* in cui è articolato il Piano la n°2, "Rivoluzione verde e transizione ecologica", è quella che contiene i dettagli in merito alla transizione ecologica e per la quale sono destinati circa 59,5 miliardi di euro pari al 31% delle risorse complessive (Fig. 20).

Le politiche per lo sviluppo delle fonti rinnovabili e per l'efficienza energetica hanno consentito all'Italia di essere uno dei pochi Paesi in Europa ad aver conseguito i target 2020 in materia, con la penetrazione delle energie rinnovabili che si è attestata, nel 2019, al 18,2%, contro un target europeo del 17% e la quota di energie rinnovabili sulla produzione complessiva di energia elettrica che ha raggiunto il 35%, superando di un punto la media europea.

Analizzando i dati ufficiali sulla produzione complessiva di energia da fonti rinnovabili [10], si nota come nel periodo 2005-17 questa si sia più che raddoppiata passando da circa 50mila GWh a quasi 104mila GWh (Fig. 21).

È interessante notare come, nel 2005, l'energia idroelettrica e quella geotermica rappresentassero complessivamente l'83% della produzione di energie da fonti rinnovabili mentre nel 2017 la loro quota si è ridotta al 41%. Nel 2017, la quota delle energie eolica, solare fotovoltaica e da biomasse e rifiuti ha conseguentemente raggiunto il 59% del totale, contro il 12% del 2005 quando per eolica e solare fotovoltaica si registravano valori non significativi.

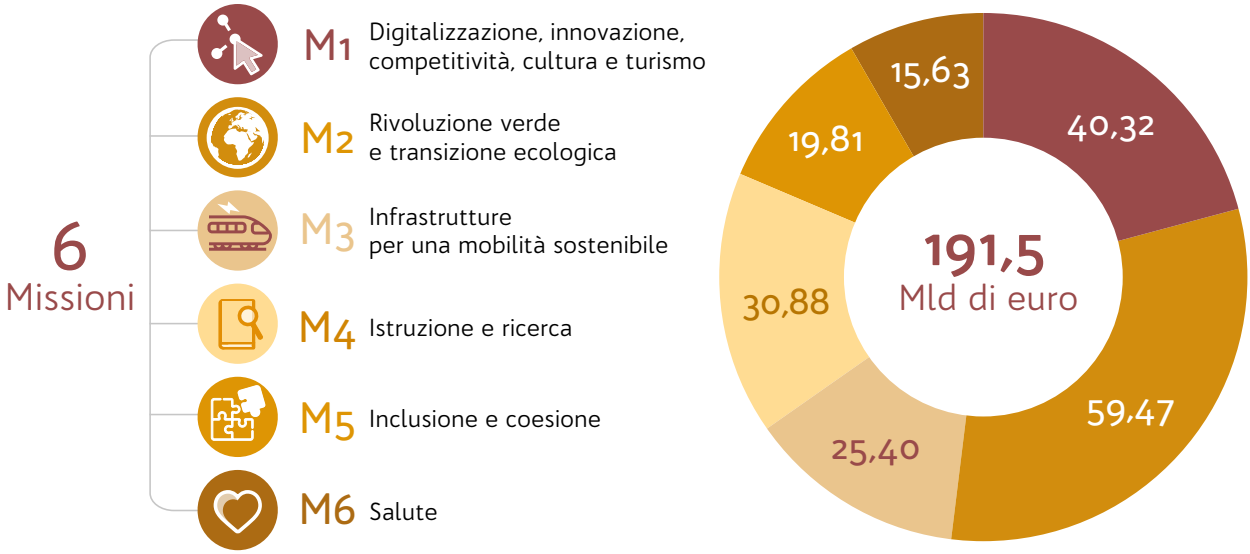
Nel dettaglio, la produzione di energia solare fotovoltaica, come detto precedentemente, ha registrato una vera e propria impennata a partire dal 2011 arrivando a rappresentare nel 2017 il 23% del totale.

9 *https://sdgs.un.org/goals*

10 *Le statistiche ufficiali relative al settore elettrico nazionale sono prodotte dall'ufficio statistico della società Terna - Rete Elettrica Nazionale S.p.A. A partire dal 1999 il Gestore dei Servizi Energetici fornisce un quadro riguardo alla situazione delle fonti rinnovabili utilizzate in Italia. L'energia che deriva da fonti rinnovabili si ricava da fonti non fossili e viene classificata in base alle seguenti tipologie: solare, eolica, idraulica, geotermica, da biomasse, del moto ondoso e maremotrice (maree e correnti).*

FIG. 20

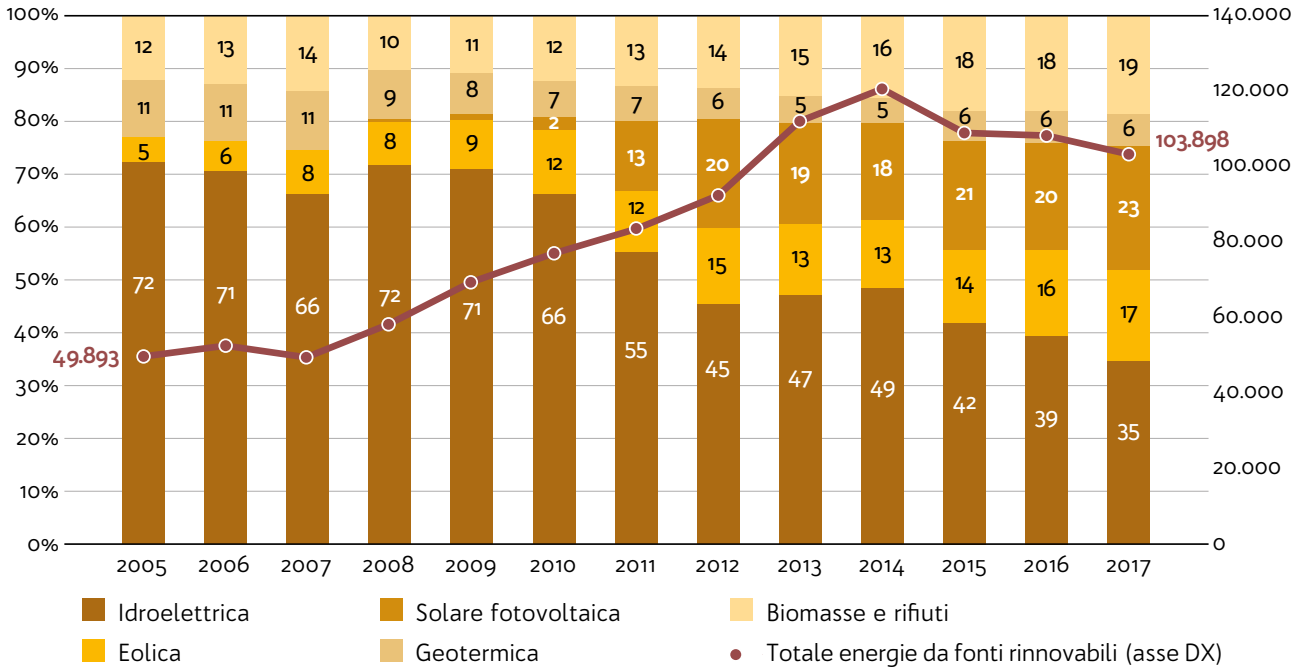
Le sei missioni del PNRR



Fonte: PNRR

FIG. 21

Produzione complessiva in GWh di energie da fonti rinnovabili in Italia (asse dx) e quota % per tipologia (asse sx)



Fonte: Terna-GSE

2.4.2 Il solare fotovoltaico in Italia e nel comparto agricolo

Come emerso dal paragrafo precedente, un importante contributo allo sviluppo delle energie rinnovabili in Italia è stato fornito dal solare fotovoltaico che, grazie agli incentivi del "Conto Energia"[11], ha fatto registrare una vera e propria impennata della produzione annua a partire dal 2011, passando dai circa 1.900 GWh del 2010 ai quasi 25.000 GWh del 2020 (Fig. 22).

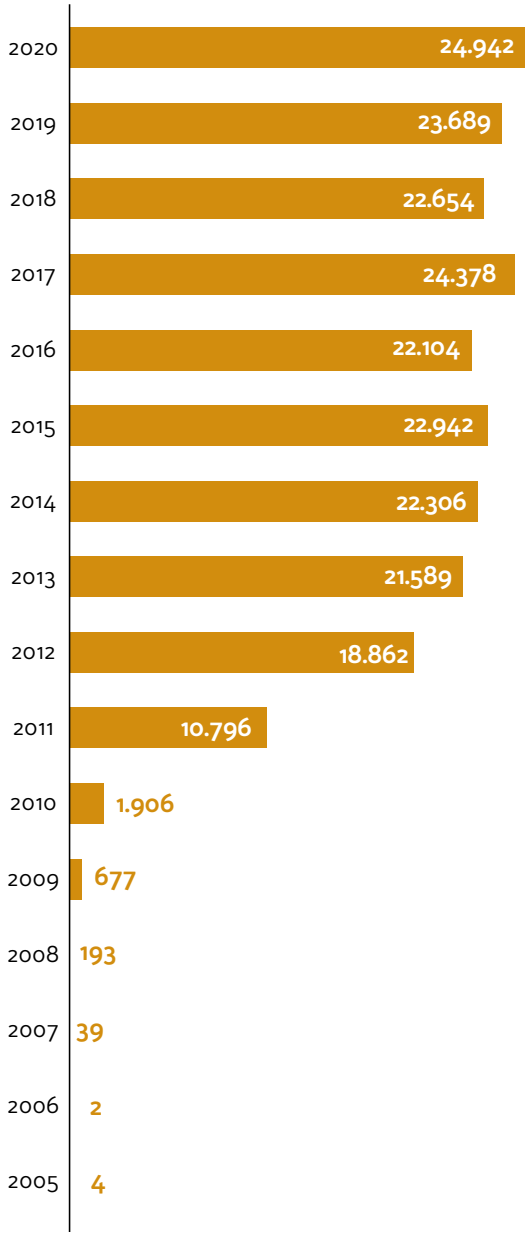
Nel settore primario, come visto nel paragrafo 2.1, nel 2020 il valore complessivo della produzione delle energie rinnovabili (fotovoltaico, biogas, biomasse) ha superato i 2,2 miliardi di euro, in crescita dello 0,8% su base annua, arrivando a rappresentare oltre il 50% del valore complessivo delle attività secondarie. La crescita della produzione di energia rinnovabile in piena pandemia fornisce una prima conferma del ruolo di integrazione, stabilizzazione e compensazione del reddito degli imprenditori agricoli svolto da questa attività.

Tra le varie tipologie di rinnovabili prodotte dal comparto agricolo, il solare fotovoltaico è quello col più ampio margine di riduzione dei costi e a maggior potenziale di aumento dell'efficienza. Per tale ragione, assume particolare importanza nell'ottica della transizione verso un sistema energetico a basse emissioni che nei prossimi anni sarà sostenuta con fondi pubblici. A tal proposito, basti pensare che dei circa 4,5 miliardi di euro stanziati dal PNRR per le agro-bioenergie si stima che 1,1 miliardi di euro saranno destinati all'agrivoltaico e 1,5 miliardi di euro all'agrisolare.

Da questo punto di vista sembra utile fotografare lo stato dell'arte relativo al numero e alla tipologia di impianti di produzione di energia solare fotovoltaica nel settore agricolo per valutare quello che sarà l'impatto delle future azioni di sostegno.

FIG. 22

Produzione annuale degli impianti fotovoltaici in Italia - GWh



Fonte: GSE

11 *Il Conto Energia è stato introdotto in Italia con la Direttiva comunitaria 2001/77/CE e poi recepita con l'approvazione del Decreto legislativo 387 del 2003. Nel 2010, con il D.M. 06/08/2010 è entrato in vigore il III° Conto Energia, applicabile agli impianti entrati in esercizio a partire dal 1° gennaio 2011 e fino al 31 maggio 2011, che ha introdotto specifiche tariffe per impianti fotovoltaici integrati con caratteristiche innovative e impianti fotovoltaici a concentrazione.*

Nel settore primario risulta installato poco più del 4% degli impianti fotovoltaici nazionali, corrispondenti a una quota dell'11,5% in termini di potenza installata e produzione lorda (Tab. 6).

Gli impianti fotovoltaici agricoli risultano maggiormente distribuiti al Nord (59%) rispetto al Centro e al Sud, nonostante il maggior irraggiamento sul quale può contare il Mezzogiorno. In termini di potenza installata e produzione lorda, questo squilibrio è leggermente inferiore perché nelle regioni meridionali sono presenti alcuni impianti di grandi dimensioni.

Confrontando i dati sugli impianti in agricoltura con quelli totali, emerge come la concentrazione degli impianti al Nord sia maggiore nel settore primario rispetto al totale (59% contro 55%). In termini di potenza e produzione questo dato è ancora più evidente (Tab. 7).

La diffusione dell'energia fotovoltaica in agricoltura, pur essendo vista come un'importante opportunità di integrazione dei redditi per gli agricoltori, è osservata con attenzione soprattutto in relazione rischio di sottrazione di terra alle attività di produzione del settore primario con conseguente perdita di suolo agricolo.

A tal riguardo, è possibile stimare che attualmente la quota di impianti fotovoltaici a terra nel settore agricolo sia di poco superiore all'8,2%. Tale percentuale è più alta al Centro (16,2%) rispetto al Nord e al Mezzogiorno (Tab. 8). Tra le regioni con la quota maggiore di impianti a terra, troviamo le Marche (24,8%) seguite da Abruzzo (19%), Toscana (17,5%) ed Emilia-Romagna (16,3%).

In termini di potenza installata, gli impianti a terra rappresentano complessivamente il 35,3% del totale. Al Centro e al Sud la quota è maggiore rispetto alla media nazionale (rispettivamente 54,7% e 39,2%). Tra le regioni con maggior quota di potenza assicurata dagli impianti a terra, ci sono la Sardegna (72%) seguita dalle Marche (70,4%), dalla Basilicata (66,6%) e dalla Toscana (57,3%).

TAB. 6

Impianti fotovoltaici in Italia per settore prevalente di appartenenza dell'azienda titolare - Anno 2020

	Domestico	Terziario	Industria	Agricoltura[12]	TOTALE	Agricoltura su totale
Numero impianti	756.799	100.965	39.959	38.115	935.838	**4,1%**
Potenza installata (MW)	3.458	4.682	11.013	2.497	21.650	**11,5%**
Produzione lorda (GWh)	3.732	4.929	13.411	2.870	24.942	**11,5%**

Fonte: elaborazioni RRN-Ismea su dati GSE

12 *I dati GSE relativi al settore "Agricoltura" si riferiscono al settore economico prevalente di appartenenza dell'azienda titolare dell'impianto. Per questa ragione, il relativo dato potrebbe essere sottostimato in quanto non tiene conto degli impianti localizzati su terreni agricoli di titolarità di imprese operanti prevalentemente in altri settori.*

TAB. 7

Distribuzione geografica per macroarea degli impianti fotovoltaici in Italia – Anno 2020

	AGRICOLTURA			TOTALE		
	Numero impianti	Potenza installata (MW)	Prod. lorda (GWh)	Numero impianti	Potenza installata (MW)	Prod. lorda (GWh)
Nord	59%	57%	54%	55%	45%	**40%**
Centro	17%	17%	17%	17%	18%	**19%**
Mezzogiorno	24%	26%	29%	27%	37%	**41%**

Fonte: elaborazioni RRN-Ismea su dati GSE

TAB. 8

Distribuzione geografica per macroarea e tipologia degli impianti fotovoltaici in Italia – Anno 2020

	Impianti a terra		Impianti non a terra		TOTALE		Quota impianti a terra	
	Numero impianti	Potenza installata (MW)	Numero impianti	Potenza installata (MW)	Numero impianti	Potenza installata (MW)	Numero impianti	Potenza installata (MW)
Nord	1.542	400	20.864	1.031	22.406	1.431	6,9%	27,9%
Centro	1.076	227	5.559	187	6.635	414	16,2%	54,7%
Mezzogiorno	523	256	8.551	396	9.074	652	5,8%	39,2%
Totale Italia	**3.141**	**882**	**34.974**	**1.615**	**38.115**	**2.497**	**8,2%**	**35,3%**

Fonte: elaborazioni RRN-Ismea su stime GSE

Glossario:

Produzione: si intende la produzione di beni e servizi a prezzi base e consiste nei prodotti risultanti dall'attività di produzione nel corso del periodo contabile.

Attività di supporto: sono le attività di contoterzismo, prima lavorazione dei prodotti agricoli, lavorazioni sementi per la semina, nuove coltivazioni e piantagioni, manutenzione del terreno al fine di mantenerlo in buone condizioni agricole ed ecologiche, attività di supporto all'allevamento del bestiame, altre attività di supporto.

Attività secondarie (+): sono le attività economiche non agricole, secondo la classificazione Ateco, effettuate nell'ambito della branca agricola e svolte da soggetti agricoli, vengono contrassegnate con il segno (+) e sono: agriturismo, attività ricreative e sociali, didattiche e altre, artigianato, lavorazione del legno, energia rinnovabile (fotovoltaico, biogas, biomasse), sistemazione di parchi e giardini, trasformazione dei prodotti vegetali (frutta) e animali (carni), trasformazione del latte, vendita diretta/commercializzazione, produzione di mangimi, acquacoltura.

Attività secondarie (-): sono le attività economiche agricole esercitate in altre branche (per esempio le coltivazioni o gli allevamenti di imprese commerciali), vengono contrassegnate con il segno (-).

Vendite dirette-commercializzazione: si intende il valore della risorsa costituita dai margini di commercio e di trasporto delle aziende agricole che, vendendo direttamente i loro prodotti, vengono trattenuti e inglobati dall'azienda stessa e non ceduti al settore del commercio e dei trasporti e si riferisce essenzialmente a frutta e ortaggi.

Prezzo base: misura l'ammontare effettivo ricevuto dal produttore. Include i contributi sui prodotti ed esclude le imposte sui prodotti e ogni margine commerciale e di trasporto fatturato separatamente dal produttore.

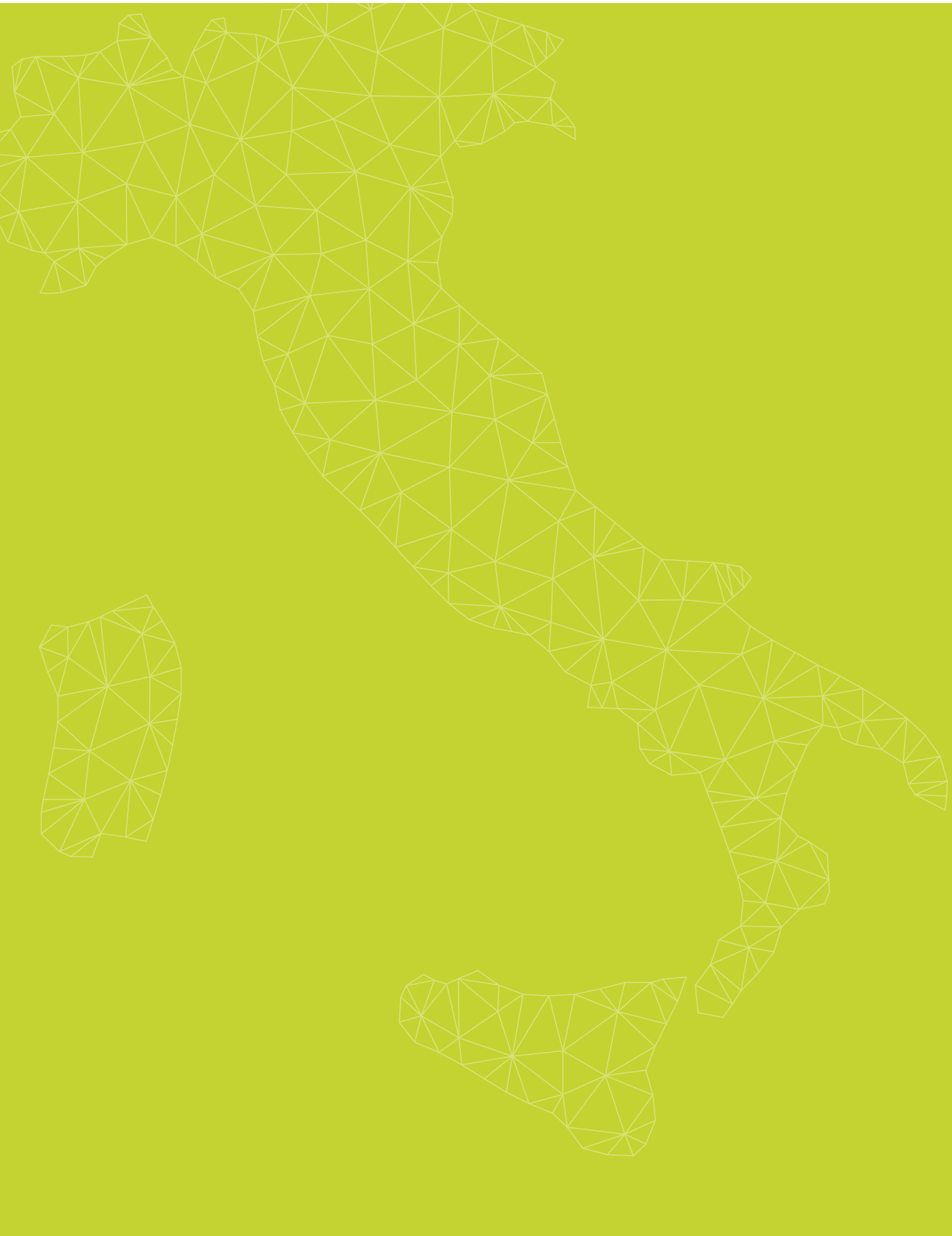
Valore aggiunto ai prezzi base: differenza tra il valore della produzione di beni e servizi e il valore dei costi intermedi sostenuti a fronte di tale produzione. La produzione è valutata ai prezzi base, cioè al netto delle imposte sui prodotti e al lordo dei contributi ai prodotti e dei costi intermedi ai prezzi di acquisto. Corrisponde alla somma delle retribuzioni dei fattori produttivi e degli ammortamenti.

Valore concatenato: misura in volume degli aggregati di contabilità nazionale che permette di rappresentare la reale dinamica delle grandezze economiche al netto delle variazioni dei prezzi. Per ogni aggregato e per ogni anno si calcola il rapporto fra il valore espresso ai prezzi dell'anno precedente e il valore corrente dell'aggregato riferito all'anno precedente. Gli indici di volume in base mobile così ottenuti sono poi riportati a una base di riferimento fissa (attualmente il 2015) dando luogo a indici di volume concatenati. Moltiplicando questi ultimi per il valore corrente relativo all'anno di riferimento si ottiene l'aggregato in valori concatenati.

Valore corrente: è il valore di un'attività nel momento in cui la si osserva ovvero la valutazione di un bene eseguita al prezzo di mercato. Il valore corrente, pertanto, risente del processo inflazionistico e si differenzia dal valore concatenato che non tiene conto della variazione dei prezzi.

Riferimenti bibliografici e fonti informative

- GSE (2021), Rapporto statistico 2020 sul solare fotovoltaico in Italia.
- Istat (2021), L'andamento dell'economia agricola. Anno 2020.
- Eurostat (2021), Economic accounts for agriculture 2021.
- Eurostat, Agriculture, forestry and fishery / Agriculture / Economic Accounts for Agriculture. Anno 2019.
- United Nations - Department of Economic and Social Affairs: https://sdgs.un.org/goals



3.

L'AGRITURISMO

L'agriturismo italiano nell'anno della pandemia ha dimostrato una grande capacità di resilienza, essenzialmente dovuta alla connessione con l'attività primaria, che ha permesso - seppure tra le tante difficoltà - di mantenere vitali le aziende e garantire redditività nei periodi di chiusura, quando le attività integrative si sono totalmente fermate. Nonostante il tracollo del turismo, l'agriturismo è stato il comparto che ha subìto le perdite minori nel quadro complessivo della ricettività italiana, con particolare riferimento alla domanda interna che ha perso "soltanto" 160 mila notti rispetto al 2019.

Con la pandemia l'agriturismo ha continuato a riscontrare – e forse aumentare - un indiscusso gradimento da parte dei consumatori, confermandosi una delle componenti più importanti dei sistemi economici e sociali delle aree rurali. Allo stesso tempo, l'offerta agrituristica ha confermato il suo ruolo caratterizzante il sistema turistico italiano, grazie ai suoi contenuti ecologici, paesaggistici e culturali, contribuendo a differenziare l'offerta in termini di esperienze, benefici e valori e garantendo accoglienza in territori altrimenti sprovvisti.

5,6 milioni

i pernottamenti degli italiani in agriturismo nel 2020 (-2,7% rispetto al 2019).

4,4%

la quota dell'agriturismo sui pernottamenti complessivi del turismo italiano.

24.515

le aziende presenti nel Repertorio Nazionale dell'Agriturismo.

4.934

le aziende aderenti al sistema di classificazione nazionale in girasoli.

3.

L'AGRITURISMO

3.1 IL MERCATO DELL'AGRITURISMO NEL 2020

Nell'anno della pandemia l'agriturismo italiano ha subìto un duro colpo in termini di valore della produzione che si dimezza rispetto al 2019 (cfr. capitolo 2), dovuta prevalentemente alle chiusure delle attività durante i mesi primaverili. Il fatturato dell'agriturismo è passato, infatti, da 1,56 miliardi di euro del 2019 a 802 milioni di euro del 2020, rallentando bruscamente una crescita che fino al 2019 viaggiava a un tasso medio annuo del +4,8% (Fig. 23).

L'offerta agrituristica italiana – con quasi 25 mila aziende - ha dunque affrontato una crisi di liquidità senza precedenti - come del resto tutto il settore turistico e più in generale tutti i comparti delle attività non essenziali - laddove sono venute a mancare le entrate dei servizi agrituristici durante il primo periodo di *lockdown* coincidente con l'apertura della stagione.

Con il crollo dei redditi integrativi (in particolare derivanti dall'offerta di alloggio, ristorazione, attività didattiche, ricreative, sportive e culturali), nel secondo e quarto trimestre dell'anno, la componente agricola (principale *ex lege*) ha rappresentato per la quasi totalità delle aziende la leva economica fondamentale per restare sul mercato, superare i mesi più difficili e proseguire l'attività.

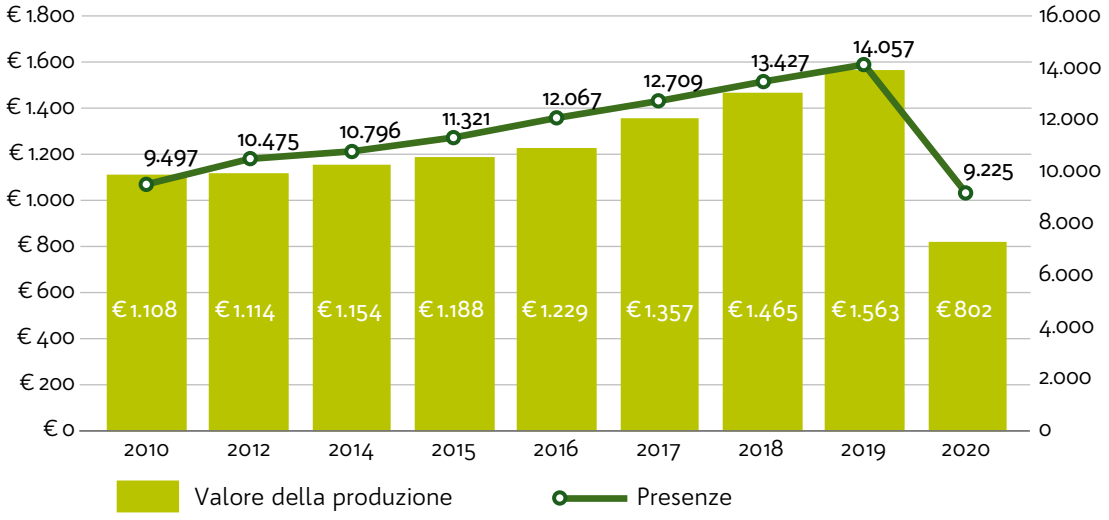
In termini di domanda, l'analisi dei dati dei movimenti turistici negli esercizi ricettivi restituisce un quadro nel suo complesso impietoso. Lo shock del turismo non ha risparmiato nessuna tipologia di attività, tuttavia, l'agriturismo è stato il comparto che in assoluto ha registrato le perdite minori. Nel 2020, il turismo italiano nel suo insieme ha perso 228,3 milioni di notti (presenze), con un calo di circa il 53% rispetto al 2019; la domanda agrituristica ha registrato 9,2 milioni di pernottamenti, con una riduzione del 34% su base annua, determinata dal crollo della domanda estera (–57,9%), in parte attenuato dalla domanda interna, che si è ridotta solamente del 2,7%.

Sebbene l'agriturismo abbia registrato, per la prima volta nella sua storia, un vistoso calo nel numero di ospiti e pernottamenti, la sua quota di mercato sull'intero movimento turistico italiano nel 2020 è cresciuta, in conseguenza del crollo molto maggiore registrato dagli altri comparti turistici e in particolare da quello alberghiero (-60% ospiti e -56% pernottamenti). La quota complessiva di ospiti dell'agriturismo nel 2020 si è attestata al 4% e quella dei pernottamenti al 4,4% (nel 2019 erano rispettivamente il 3,2% e il 2,9%) (cfr. paragrafo 3.3).

L'agriturismo, dunque, ha dimostrato una grande capacità di resilienza, forte anche di una serie di attributi e connotazioni strutturali favorevoli: la localizzazione in campagna e in aree generalmente meno affollate, la diffusione capillare in tutti i territori, l'ampia disponibilità di spazi all'aperto e di soluzioni abitative indipendenti e autonome e il poter contare su una quota molto alta di ospiti già fidelizzati, spesso in relazione con gli imprenditori. Sono essenzialmente queste le leve con cui l'ospitalità agrituristica ha risposto alla crisi pandemica, riuscendo a offrire – probabilmente meglio di altri comparti - risposte ai bisogni e alle richieste di un mercato inevitabilmente mutato a causa della pandemia (cfr. paragrafo 3.4 e capitolo 4).

FIG. 23

Andamento del valore della produzione e delle presenze dell'agriturismo dal 2010 al 2020 (prezzi correnti in milioni di euro asse sx - valori in migliaia asse dx)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

3.2 L'OFFERTA DELL'AGRITURISMO NEL REPERTORIO NAZIONALE

Il Repertorio nazionale dell'agriturismo[13] contiene l'elenco ufficiale delle aziende agrituristiche operanti sul territorio nazionale in base alla normativa nazionale e alle leggi regionali vigenti.

L'aggiornamento del Repertorio è condotto dal Mipaaf, con il supporto dell'Ismea, raccogliendo i dati forniti dalle Regioni e dalle Province Autonome (P.A.) di Trento e Bolzano e integrandoli con quelli di altre banche dati pubbliche e in particolare con le informazioni presenti nel fascicolo aziendale SIAN.

Mediante il Repertorio, dunque, viene condotto un monitoraggio continuativo dell'offerta agrituristica nazionale e sono individuate le aziende abilitate all'uso del marchio «Agriturismo Italia»[14] e quelle che hanno aderito al sistema di classificazione nazionale omogeneo che prevede l'attribuzione del simbolo dei girasoli (da 1 a 5)[15].

Al 23 novembre 2021, il Repertorio nazionale conta 24.515 agriturismi, distribuiti per oltre un quinto in Toscana; complessivamente, il 73% delle aziende è concentrato nelle otto regioni che, insieme alla P.A. di Bolzano, hanno più di mille agriturismi (Tab. 9).

I territori con il maggior numero di agriturismi con alloggio sono la Toscana, la P.A. di Bolzano e l'Umbria. Complessivamente, in queste aree risulta allocato il 45% delle aziende con offerta di alloggio.

Circa la ristorazione, oltre alla Toscana, le regioni con maggior numero di agriturismi risultano essere la Lombardia, il Piemonte, l'Emilia-Romagna, il Veneto e il Lazio. In queste aree è presente oltre il 50% delle aziende con offerta in questo segmento.

Continua a crescere gradualmente anche il numero di aziende che adottano il marchio "Agriturismo Italia" e aderiscono al sistema di classificazione nazionale. Attualmente le aziende con girasoli operanti nelle regioni in cui la classificazione è attiva sono quasi 5.000, circa il 40% delle aziende interessate.

13 *Istituito presso il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali con DM del 3 giugno 2014.*

14 *Il marchio Agriturismo Italia è stato adottato con DM 3 giugno 2014 da tutte le Regioni italiane, ma non dalle P.A. di Bolzano e Trento che hanno mantenuto i simboli provinciali.*

15 *Il sistema omogeneo di classificazione degli agriturismi è stato adottato DM 13 febbraio 2013 e si applica a tutte le aziende con offerta di alloggio operanti sul territorio nazionale ad eccezione di quelle trentine.*

TAB. 9

Numero di aziende presenti nel Repertorio nazionale dell'agriturismo al 23/11/2021

	Agriturismi	Con alloggio	Con ristorazione	Con degustazione	Con campeggio	Con altre attività	Classificati con girasoli
Piemonte	1.315	940	842	733	64	915	n.d.
Valle d'Aosta	57	40	35	23	-	15	39
Liguria	658	550	339	87	32	260	550
Lombardia	1.743	963	1.097	204	5	319	524
*P.A. Bolzano**	3.261	2.793	548	242	-	1.047	-
P.A. Trento	454	335	121	168	12		-
Veneto*	1.529	1.015	757	673	81	441	n.d.
Friuli-Venezia Giulia	702	390	526	11	8	192	139
Emilia-Romagna	1.180	821	839	n.d.	73	561	467
Toscana	5.424	4.962	1.880	1.679	165	758	2.249
Umbria	1.339	1.312	429	287	46	888	577
Marche*	1.068	934	463	405	66	535	n.d.
Lazio	1.188	942	709	290	80	626	84
Abruzzo	569	440	378	92	64	257	n.d.
Molise	134	96	107	46	11	82	71
Campania	755	589	648	505	58	400	n.d.
Puglia	835	761	618	767	135	610	-
Basilicata	206	165	170	18	26	136	85
Calabria	569	492	443	411	57	363	n.d.
Sicilia	749	692	498	439	150	721	-
Sardegna	780	618	586	106	68	165	149
ITALIA	**24.515**	**19.850**	**12.033**	**7.186**	**1.201**	**9.291**	**4.934**

(*) Per Marche, Veneto e P.A. di Bolzano sono stati utilizzati dati Istat al 31/12/2020

3.3 LA DOMANDA TURISTICA E AGRITURISTICA

Tra i settori più colpiti dalla crisi, nel 2020 il turismo italiano ha registrato rilevanti perdite, la pandemia e le conseguenti misure di sicurezza hanno causato un crollo senza precedenti: complessivamente rispetto al 2019 l'intero settore ha perso 75,7 milioni di arrivi (-57,6%) e 228,3 milioni di presenze (-52,3%)[16].

Il comparto alberghiero è stato il più colpito, precipitando ai livelli minimi degli ultimi anni per numero di turisti e notti, con 39 milioni di arrivi (-60,1% rispetto al 2019) e 123,3 milioni di presenze (-56,1%). Gli esercizi extralberghieri nell'insieme hanno perso il 50,3% degli arrivi (-16,9 milioni di turisti) e il 45,3% delle presenze (-70,6 milioni di pernottamenti).

L'agriturismo nel 2020 con 2,2 milioni di arrivi e 9,2 milioni di presenze ha perso, rispetto al 2019, il 41,4% degli arrivi (-1,5 milioni di turisti) e il 34,4% delle presenze (-4,8 milioni di pernottamenti), meno di tutti gli altri comparti per numero di notti perse e secondo, dopo i campeggi, per numero di ospiti (Tab. 10 e 11) e (Fig. 24 e 25).

16 Le rilevazioni sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi sono svolte in conformità al Regolamento (UE) n. 692/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 6 luglio 2011 che regola le Statistiche Europee sul Turismo. Le statistiche sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi vengono elaborate dall'Istat cui si rinvia per le informazioni sulla metodologia di rilevazione e le elaborazioni statistiche.

TAB. 10

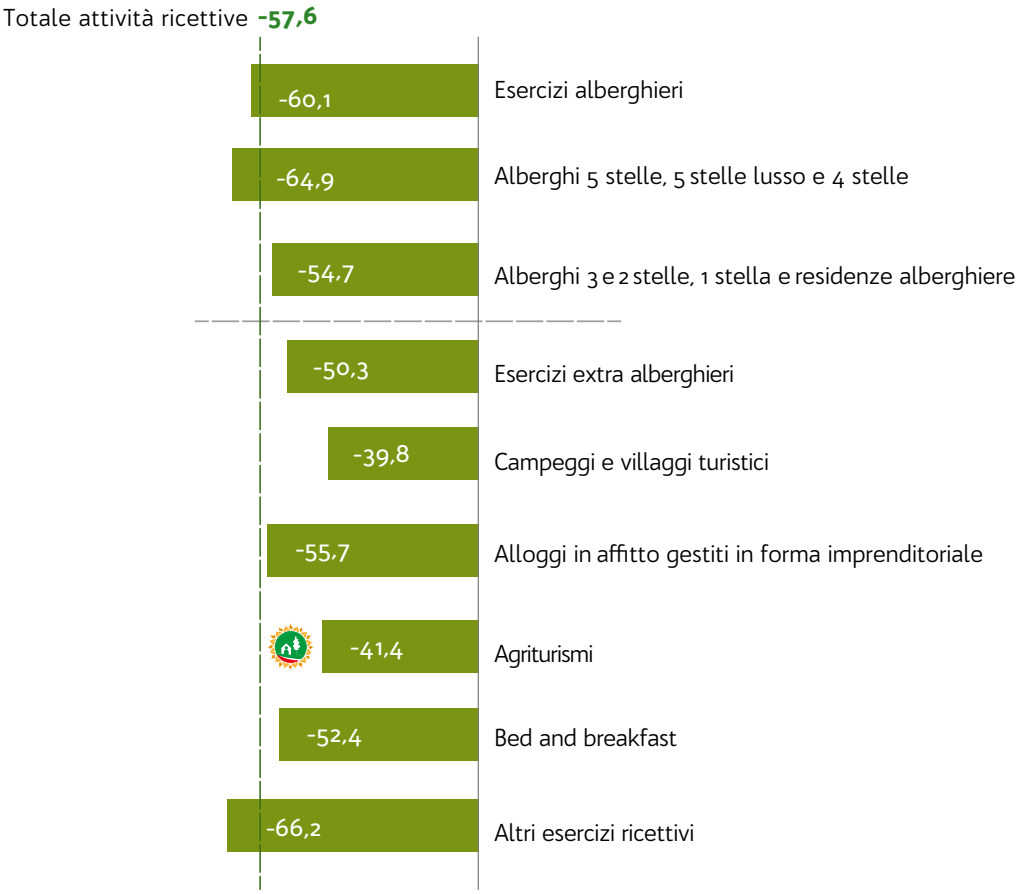
Arrivi (ospiti) in Italia per tipologia di esercizio

	2016	2017	2018	2019	2020	Variazione 2020/2019 Valori assoluti
Totale esercizi ricettivi	**116.944.243**	**123.195.556**	**128.100.932**	**131.381.653**	**55.702.138**	**- 75.679.515**
Esercizi alberghieri	**90.256.224**	**93.790.168**	**96.772.845**	**97.798.618**	**39.026.874**	**- 58.771.744**
Alberghi di 5 stelle, 5 stelle lusso e 4 stelle	46.084.380	48.616.288	50.486.780	51.766.002	18.151.867	- 33.614.135
Alberghi di 3 e 2 stelle, 1 stella e residenze alberghiere	44.171.844	45.173.880	46.286.065	46.032.616	20.875.007	- 25.157.609
Esercizi extra-alberghieri	**26.688.019**	**29.405.388**	**31.328.087**	**33.583.035**	**16.675.264**	**- 16.907.771**
Campeggi e villaggi turistici	9.691.264	10.141.078	10.155.989	10.288.906	6.189.893	- 4.099.013
Alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	8.197.666	9.857.196	11.026.093	12.296.051	5.448.982	- 6.847.069
Agriturismi	3.038.397	3.242.443	3.432.717	3.760.734	2.205.647	- 1.555.087
Bed and breakfast	2.144.400	2.414.575	2.591.079	2.800.749	1.331.948	- 1.468.801
Altri esercizi ricettivi	3.616.292	3.750.096	4.122.209	4.436.595	1.498.794	- 2.937.801

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 24

Variazione degli arrivi in Italia dal 2019 al 2020 (Valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 11

Presenze (pernottamenti) in Italia per tipologia di esercizio

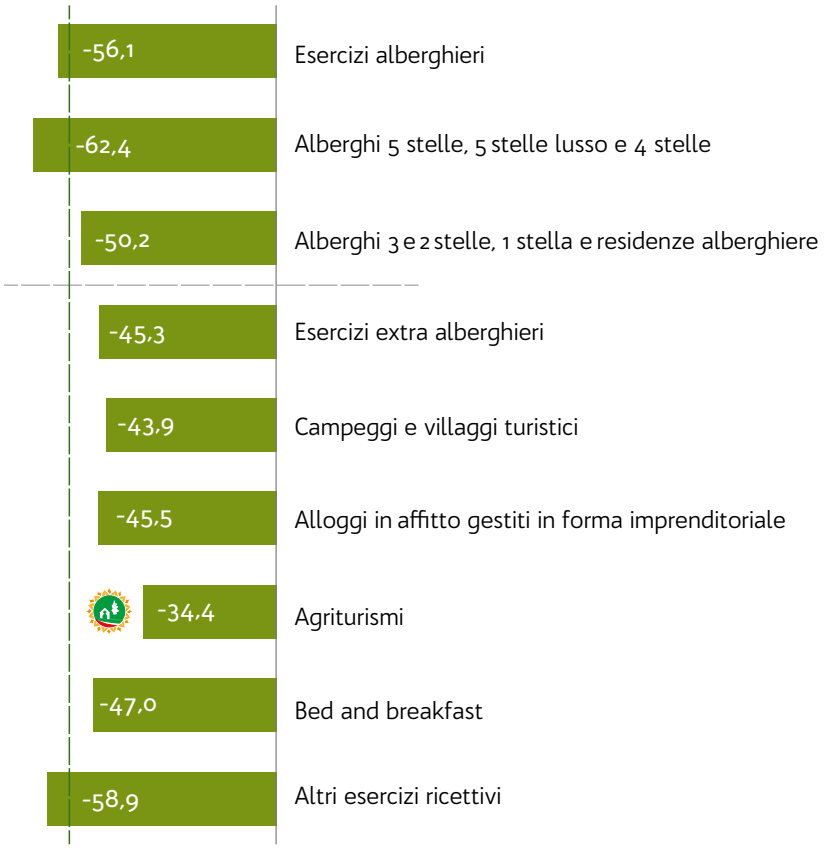
	2016	2017	2018	2019	2020	Variazione assoluta 2020/2019
Totale esercizi ricettivi	**402.962.113**	**420.629.155**	**428.844.937**	**436.739.271**	**208.447.085**	**- 228.292.186**
Esercizi alberghieri	**267.675.213**	**275.133.547**	**279.470.236**	**280.937.897**	**123.266.144**	**- 157.671.753**
Alberghi di 5 stelle, 5 stelle lusso e 4 stelle	123.198.240	128.965.543	133.144.327	135.955.979	51.123.996	- 84.831.983
Alberghi di 3 e 2 stelle, 1 stella e residenze alberghiere	144.476.973	146.168.004	146.325.909	144.981.918	72.142.148	- 72.839.770
Esercizi extra-alberghieri	**135.286.900**	**145.495.608**	**149.374.701**	**155.801.374**	**85.180.941**	**- 70.620.433**
Campeggi e villaggi turistici	64.146.721	67.667.895	66.774.395	66.844.384	37.516.650	- 29.327.734
Alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	38.597.787	43.786.705	47.010.565	51.415.529	28.006.362	- 23.409.167
Agriturismi	12.067.694	12.709.327	13.427.706	14.057.535	9.224.929	- 4.832.606
Bed and breakfast	5.117.893	5.795.467	6.074.244	6.509.723	3.448.398	- 3.061.325
Altri esercizi ricettivi	15.356.805	15.536.214	16.087.791	16.974.203	6.984.602	- 9.989.601

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 25

Variazione delle presenze in Italia dal 2019 al 2020 (Valori %)

Totale attività ricettive **-52,3**



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Con una buona parte delle strutture favorite dall'ubicazione in aree rurali con spazi aperti e capacità ricettive generalmente più contenute, il comparto extralberghiero, che nel 2019 rappresentava il 25,6% degli arrivi dell'intero movimento turistico nazionale, nel 2020 ha raggiunto il 29,9%; analogamente la relativa quota di presenze è passata dal 35,7% al 40,9%.

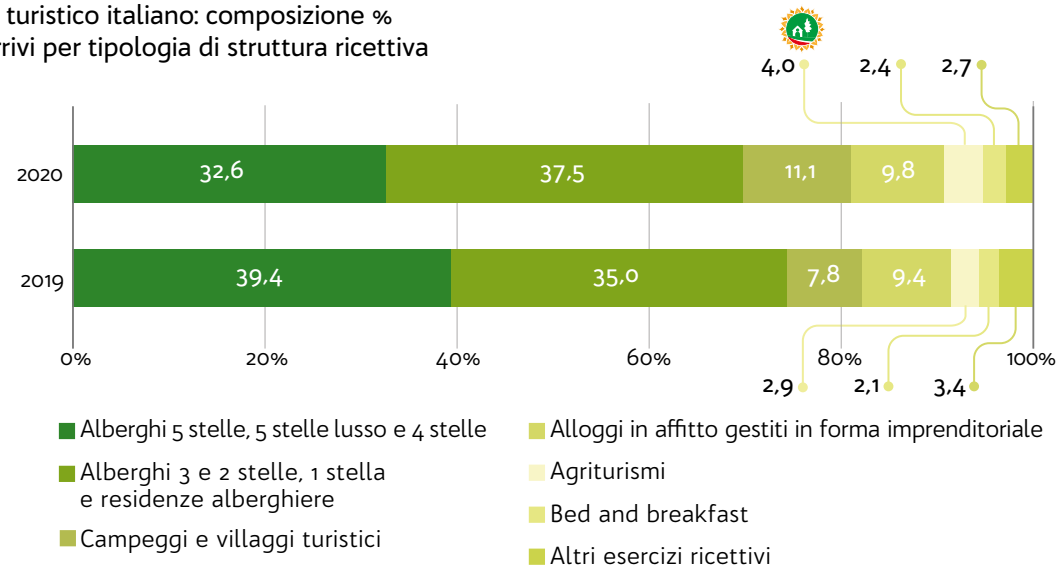
L'agriturismo è tra le attività che più hanno aumentato la propria quota di mercato sull'intero settore turistico passando dal 2,9% al 4% per numero di ospiti e dal 3,2% al 4,4% per pernottamenti (Fig.26 e 27).

In crescita anche la quota di mercato agrituristica all'interno dell'extralberghiero con il 13,2% degli arrivi e il 10,8% delle presenze, contro l'11,2% e il 9% del 2019. Nel riassetto dello scenario competitivo dell'extralberghiero, insieme all'agriturismo è aumentata la quota dei campeggi, mentre si è ridotta, per numero di arrivi, quella degli alloggi privati (Fig. 28 e 29).

Tra il 2019 e il 2020, a fronte della drastica riduzione degli ospiti stranieri (-62,7%) si registra un calo più contenuto degli italiani (-21,9%). Tale tendenza è ancor più evidente se si guarda ai pernottamenti

FIG. 26

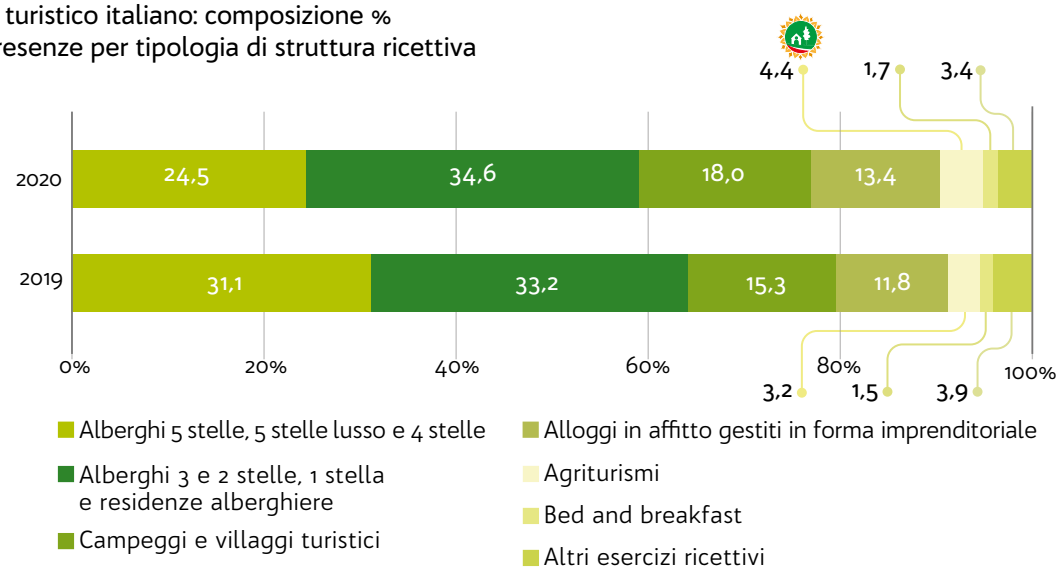
Settore turistico italiano: composizione % degli arrivi per tipologia di struttura ricettiva



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 27

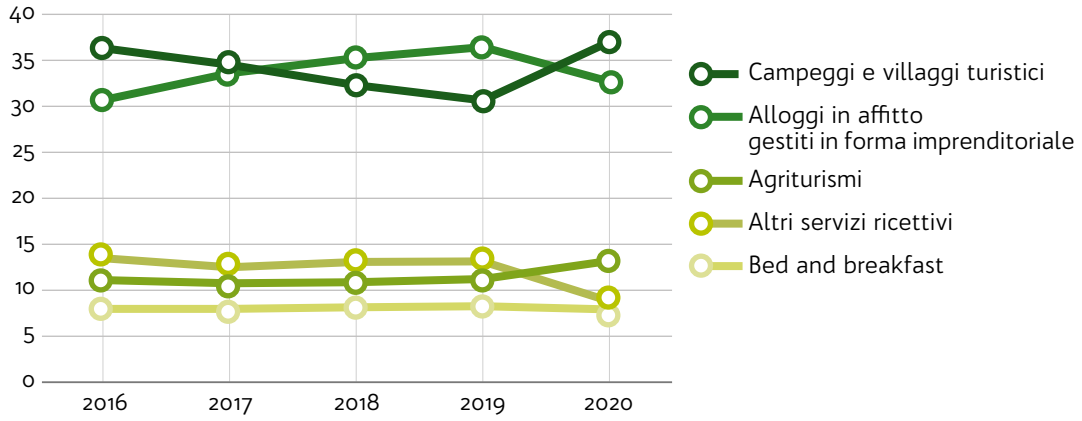
Settore turistico italiano: composizione % delle presenze per tipologia di struttura ricettiva



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 28

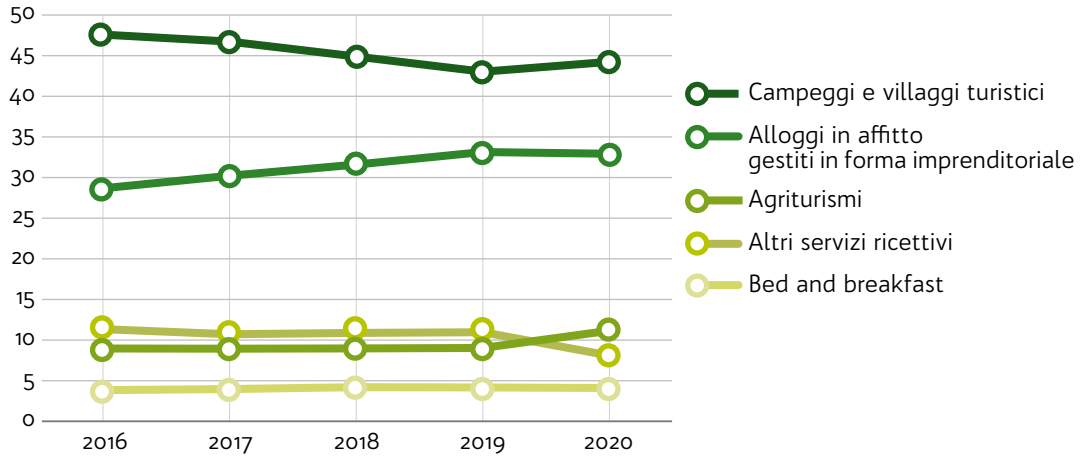
Settore extralberghiero italiano: quota % degli arrivi per tipologia di struttura



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 29

Settore extralberghiero italiano: quota % delle presenze per tipologia di struttura



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

che si riducono del 56,9% per gli ospiti provenienti dall'estero e solo del 2,7% per ciò che concerne la domanda interna (Tab. 12 e 13) e (Fig. 30)

Gli ospiti italiani hanno, seppure lievemente, attenuato il colpo causato dalla caduta della domanda estera che ha pesato per il 72% sul calo degli ospiti e per il 96% sul calo dei pernottamenti. In conseguenza di ciò, gli arrivi nazionali nel 2020 hanno rappresentato il 70% del mercato e, per la prima volta dalla metà degli anni duemila, le notti degli italiani hanno superato quelle degli stranieri passando dal 42% al 62% di quelle totali (Fig. 31). In controtendenza rispetto agli ultimi anni si registra, inoltre, un aumento della permanenza media che è ritornata a superare i 4 giorni (Fig. 32).

La pandemia ha dunque frenato l'andamento positivo della domanda dell'agriturismo, che nel quinquennio 2015-2019 era cresciuta a un tasso medio annuo del 7,8% per gli arrivi e del 5,4% per le presenze con gli stranieri che, nello stesso periodo, crescevano annualmente in media del 9,5% per numero di turisti e del 6,1% per numero notti. Per contro, è emersa una rinnovata domanda interna, in cerca di soluzioni spesso vicine alla propria abitazione e allo stesso tempo sicure, anche grazie alla disponibilità di soluzioni abitative autonome, con ampi spazi all'aperto e connesse al contesto naturale. Soluzioni che l'agriturismo ha dimostrato di saper garantire e sulle quali possibilmente poter costruire nuove relazioni di mercato più orientate alla sostenibilità, alla prossimità e alla destagionalizzazione.

TAB. 12

Arrivi nelle aziende agrituristiche

	2019	2020	Variazione 2020/2019. Valori %	Composizione % 2019	Composizione % 2020
Totali	**3.760.734**	**2.205.647**	**- 41,4**	**100%**	**100%**
Italiani	1.965.185	1.535.715	- 21,9	52%	70%
Stranieri	1.795.549	669.932	- 62,7	48%	30%

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 13

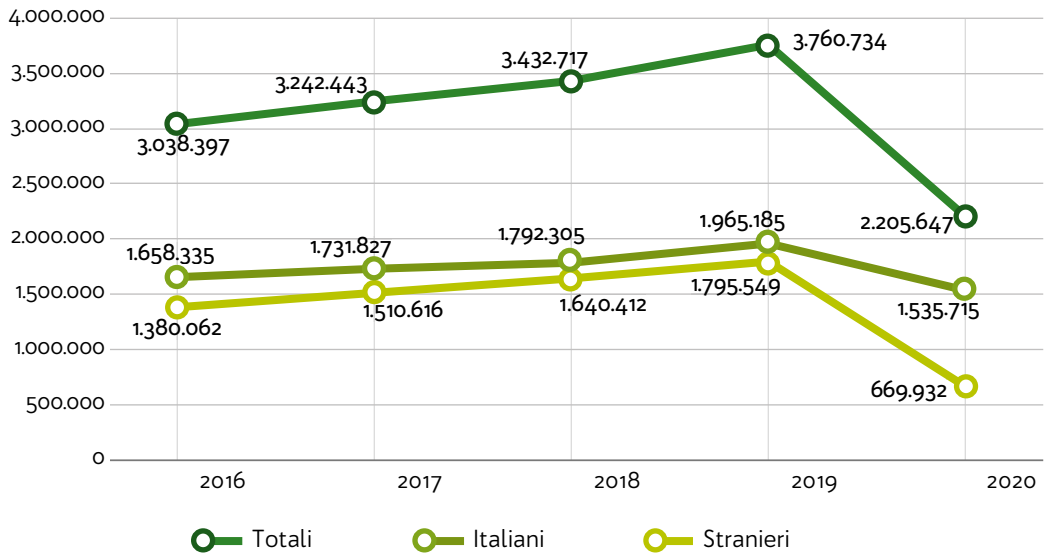
Presenze nelle aziende agrituristiche

	2019	2020	Variazione 2020/2019. Valori %	Composizione % 2019	Composizione % 2020
Totali	**14.057.535**	**9.224.929**	**- 34,4**	**100%**	**100%**
Italiane	5.842.530	5.682.517	- 2,7	42%	62%
Straniere	8.215.005	3.542.412	- 56,9	58%	38%

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 30

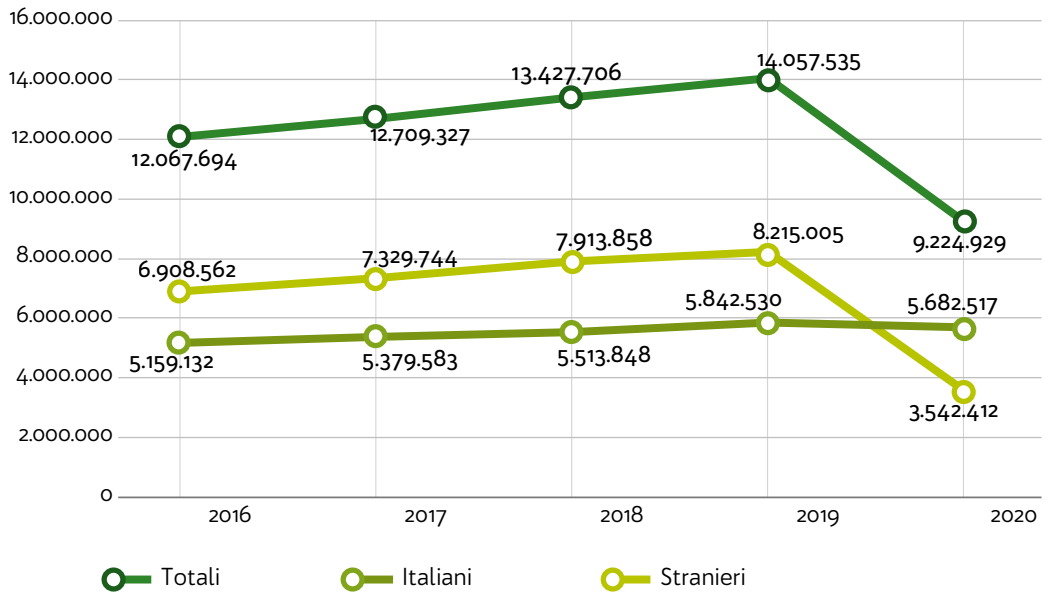
Andamento degli arrivi in agriturismo dal 2016 al 2020



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 31

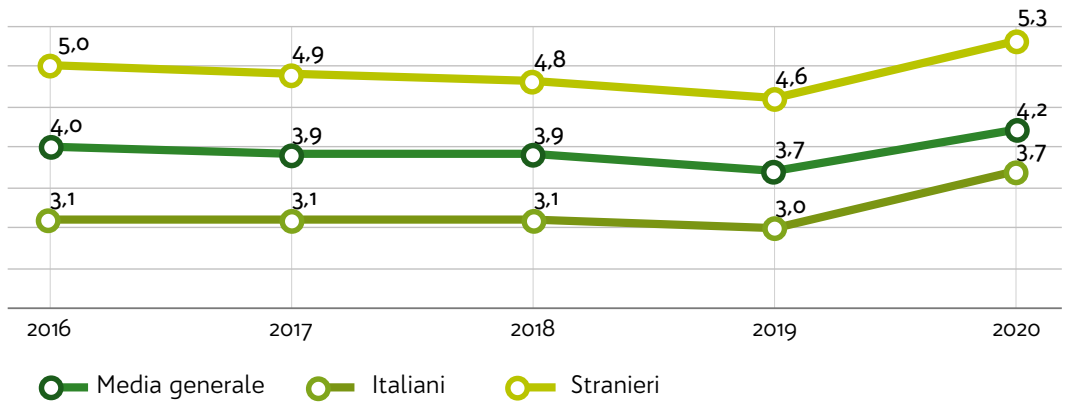
Andamento delle presenze in agriturismo dal 2016 al 2020



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 32

Durata media dei soggiorni in agriturismo dal 2016 al 2020 (Numero di giorni)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

La Germania, nell'anno del Covid-19, si è confermata il principale mercato estero di provenienza degli ospiti. Anche per via del crollo della domanda di tutti i Paesi extra europei, tra cui gli Stati Uniti (-94% rispetto al 2019), il Regno Unito (-75%) e la Danimarca (-81%), il mercato teutonico è arrivato a rappresentare circa la metà dell'intera domanda estera (il 46% degli arrivi e il 53,3% delle presenze straniere), seguito per numero di ospiti da Svizzera, Paesi Bassi, Francia e Belgio (Tab. 14) e (Fig. 33 e 34).

Dopo gli italiani, i turisti tedeschi, benché in diminuzione rispetto al 2019, continuano a rappresentare la quota più alta di ospiti in assoluto (14% degli arrivi complessivi e il 20,5% delle notti), con un soggiorno medio di 6 notti.

TAB. 14

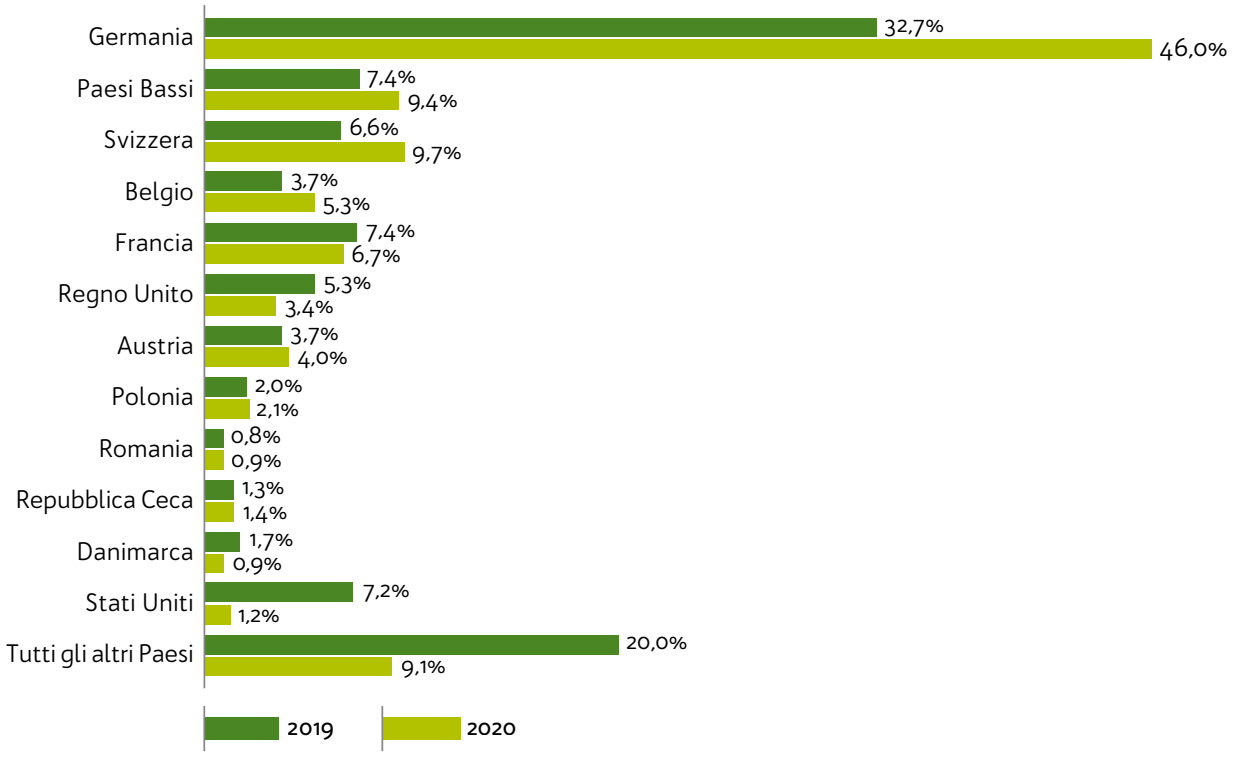
Arrivi e presenze degli stranieri in agriturismo: principali Paesi di provenienza

	Arrivi		Var. %	Presenze		Var. %
	2019	2020	2020/19	2019	2020	2020/19
Germania	587.569	307.988	- 47,6	3.391.401	1.886.647	- 44,4
Paesi Bassi	133.154	62.986	- 52,7	674.437	325.684	- 51,7
Svizzera	118.266	64.800	- 45,2	398.347	239.537	- 39,9
Belgio	66.832	35.387	- 47,1	333.245	182.448	- 45,3
Francia	132.446	44.852	- 66,1	459.534	167.462	- 63,6
Regno Unito	95.568	22.993	- 75,9	402.177	105.893	- 73,7
Austria	67.275	27.087	- 59,7	247.547	104.451	- 57,8
Polonia	35.527	13.960	- 60,7	186.102	81.504	- 56,2
Romania	14.526	5.775	- 60,2	89.763	58.947	- 34,3
Repubblica Ceca	23.881	9.303	- 61,0	104.157	42.818	- 58,9
Danimarca	31.362	5.922	- 81,1	171.702	30.210	- 82,4
Stati Uniti	129.811	7.713	- 94,1	498.930	31.783	- 93,6
Tutti gli altri Paesi	359.332	61.166	- 83,0	1.257.663	285.028	- 77,3
TOTALE	**1.795.549**	**669.932**	**- 62,7**	**8.215.005**	**3.542.412**	**- 56,9**

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 33

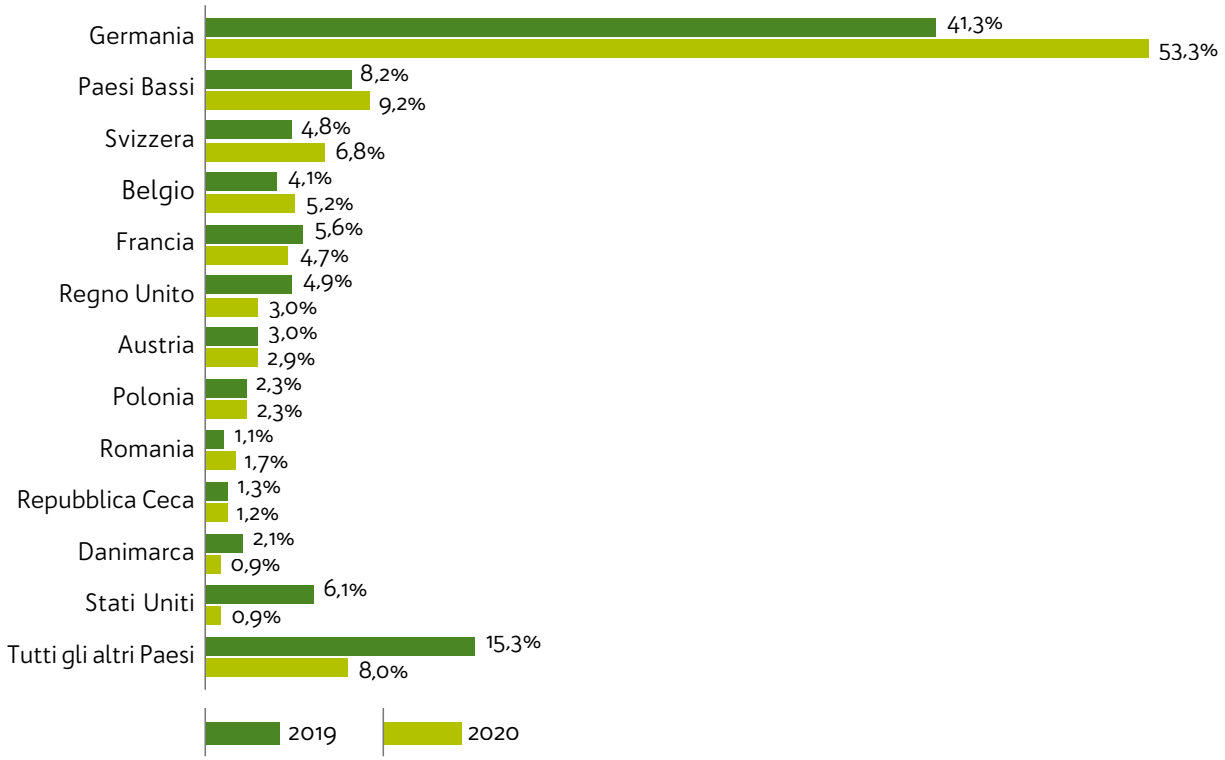
Quota degli arrivi stranieri per Paese di provenienza



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 34

Quota delle presenze straniere per Paese di provenienza



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

I dati regionali evidenziano perdite importanti su tutto il Paese, uniche eccezioni il Molise (+8,5% di arrivi e +26% di presenze) e l'Abruzzo (-1,2% arrivi e +2,8% presenze). Le province autonome di Trento e Bolzano a Nord, le Marche al Centro e la Puglia, la Basilicata e la Calabria al Sud, sono i territori che hanno registrato le perdite minori (Fig. 35 e 36). Non cambia, comunque, il quadro della distribuzione della domanda per regione che rimane concentrata prevalentemente al Centro e al Nord, con la Toscana (25% degli arrivi e 27,5% delle presenze) e la Provincia di Bolzano (15% degli arrivi e 23% delle presenze) che insieme detengono complessivamente il 40% degli arrivi e il 51% delle presenze. Seguono, per numero di presenze, il Veneto (7,6%), l'Umbria (6,4%), le Marche (5,6%) e la Puglia (4,2%) (Tab. 15 e 16).

Il crollo della domanda estera ha determinato un cambiamento nella composizione del mercato con la quota di italiani che è diventata prevalente in tutte le aree del Paese ad eccezione della P.A di Bolzano, sia nel numero di ospiti che nei pernottamenti. (Fig. 37 e 38). Ma se nei territori già abituati a rivolgersi largamente al mercato interno questo cambiamento è stato meno drastico (es. Basilicata ed Emilia-Romagna), nelle regioni a maggior vocazione turistica straniera lo scenario di mercato si è letteralmente ribaltato con la quota di ospiti italiani che è cresciuta di circa 30 punti percentuali in Calabria, nel Lazio, in Toscana e in Sicilia (Fig. 39).

TAB. 15

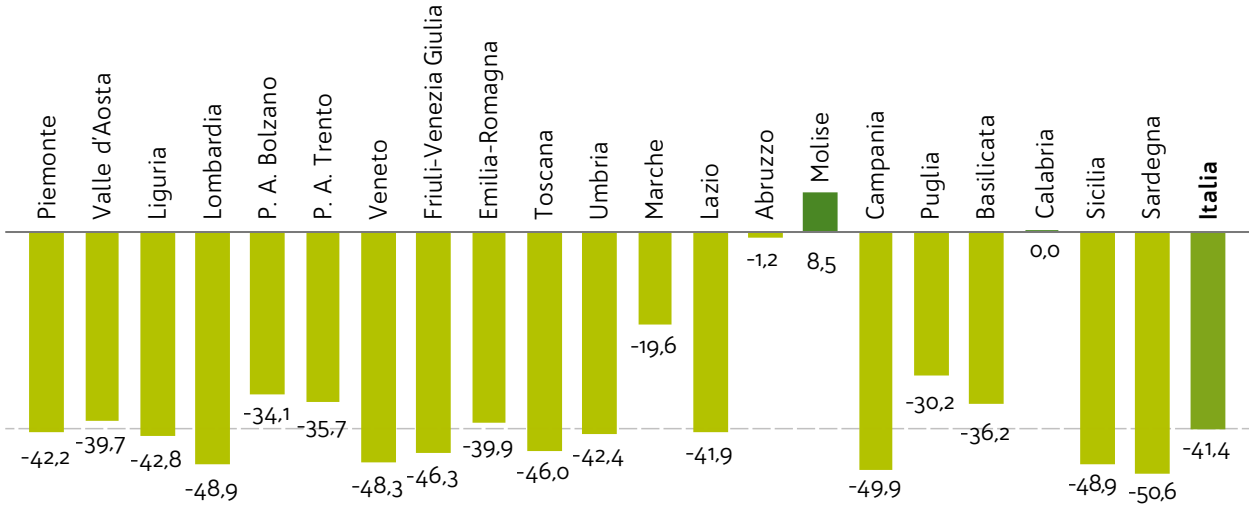
Arrivi in agriturismo per Regione

	2016	2017	2018	2019	2020	Variazione 2020/2019
Piemonte	160.357	178.214	177.785	331.771	191.727	-140.044
Valle d'Aosta	14.300	14.465	12.981	12.656	7.628	-5.028
Liguria	81.834	88.722	86.401	84.266	48.211	-36.055
Lombardia	170.671	176.852	175.559	191.254	97.768	-93.486
P.A. Bolzano	417.729	448.823	472.217	495.554	326.541	-169.013
P.A. Trento	101.721	114.021	114.562	118.473	76.147	-42.326
Veneto	282.932	305.746	324.567	338.856	175.182	-163.674
Friuli-Venezia Giulia	70.663	73.167	70.032	69.073	37.117	-31.956
Emilia-Romagna	133.820	142.804	154.038	164.493	98.867	-65.626
Toscana	783.118	889.405	975.233	1.015.424	548.441	-466.983
Umbria	253.720	230.556	267.385	267.363	153.883	-113.480
Marche	156.719	134.033	148.385	171.310	137.766	-33.544
Lazio	41.704	40.330	36.312	48.508	28.188	-20.320
Abruzzo	19.891	19.631	21.388	20.455	20.208	-247
Molise	1.941	1.660	2.473	2.424	2.630	206
Campania	29.393	31.725	27.194	40.777	20.413	-20.364
Puglia	106.038	122.958	132.671	148.248	103.453	-44.795
Basilicata	22.739	21.612	15.082	18.004	11.492	-6.512
Calabria	19.186	12.388	17.305	15.093	15.097	4
Sicilia	138.350	160.802	163.356	164.476	84.002	-80.474
Sardegna	31.571	34.529	37.791	42.256	20.886	-21.370
ITALIA	**3.038.397**	**3.242.443**	**3.432.717**	**3.760.734**	**2.205.647**	**-1.555.087**

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 35

Variazione degli arrivi in agriturismo per Regione dal 2019 al 2020 (Valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 16

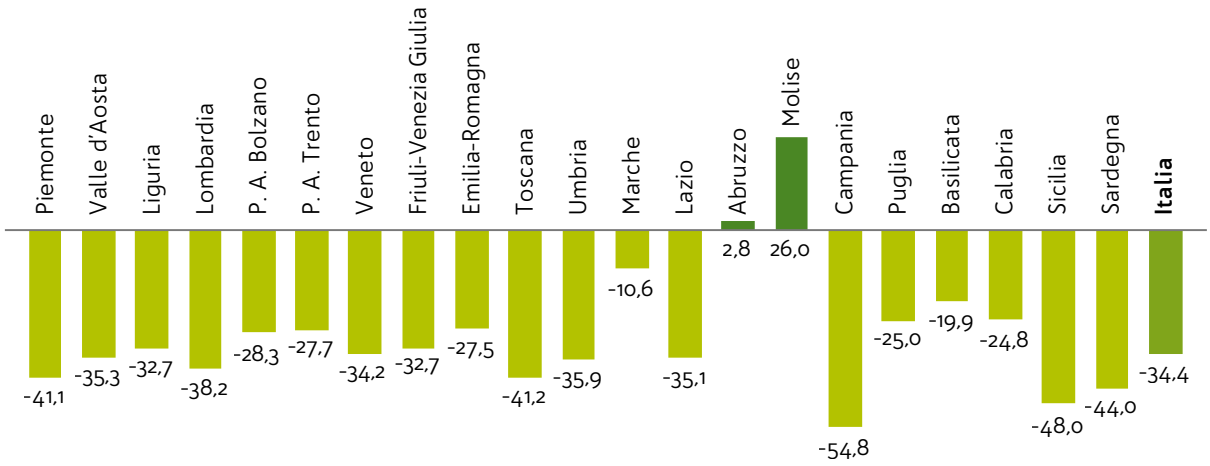
Presenze in agriturismo per Regione

	2016	2017	2018	2019	2020	Variazione 2020/2019. Valori assoluti
Piemonte	382.484	426.450	424.397	740.310	435.814	-304.496
Valle d'Aosta	40.555	42.181	37.487	35.243	22.798	-12.445
Liguria	314.436	332.635	335.224	319.968	215.301	-104.667
Lombardia	497.847	516.220	512.487	536.828	331.542	-205.286
P.A. Bolzano	2.582.231	2.731.946	2.904.241	2.999.919	2.151.172	-848.747
P.A. Trento	330.912	369.510	375.609	391.169	282.758	-108.411
Veneto	860.551	932.027	1.008.614	1.067.483	702.055	-365.428
Friuli-Venezia Giulia	204.924	207.739	207.091	211.247	142.075	-69.172
Emilia-Romagna	367.295	385.762	423.171	439.773	318.757	-121.016
Toscana	3.635.307	3.948.212	4.320.651	4.314.947	2.538.667	-1.776.280
Umbria	917.108	832.790	943.919	923.796	592.229	-331.567
Marche	619.604	579.777	524.722	573.028	512.336	-60.692
Lazio	97.712	94.781	84.307	111.353	72.238	-39.115
Abruzzo	66.198	66.700	68.430	64.497	66.319	1.822
Molise	4.621	4.677	5.292	5.190	6.541	1.351
Campania	111.390	110.961	84.923	120.376	54.433	-65.943
Puglia	402.673	456.422	481.407	521.746	391.051	-130.695
Basilicata	67.450	67.008	42.080	46.948	37.622	-9.326
Calabria	83.649	56.795	78.732	67.674	50.874	-16.800
Sicilia	365.583	423.195	432.862	419.544	218.286	-201.258
Sardegna	115.164	123.539	132.060	146.496	82.061	-64.435
ITALIA	**12.067.694**	**12.709.327**	**13.427.706**	**14.057.535**	**9.224.929**	**-4.832.606**

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 36

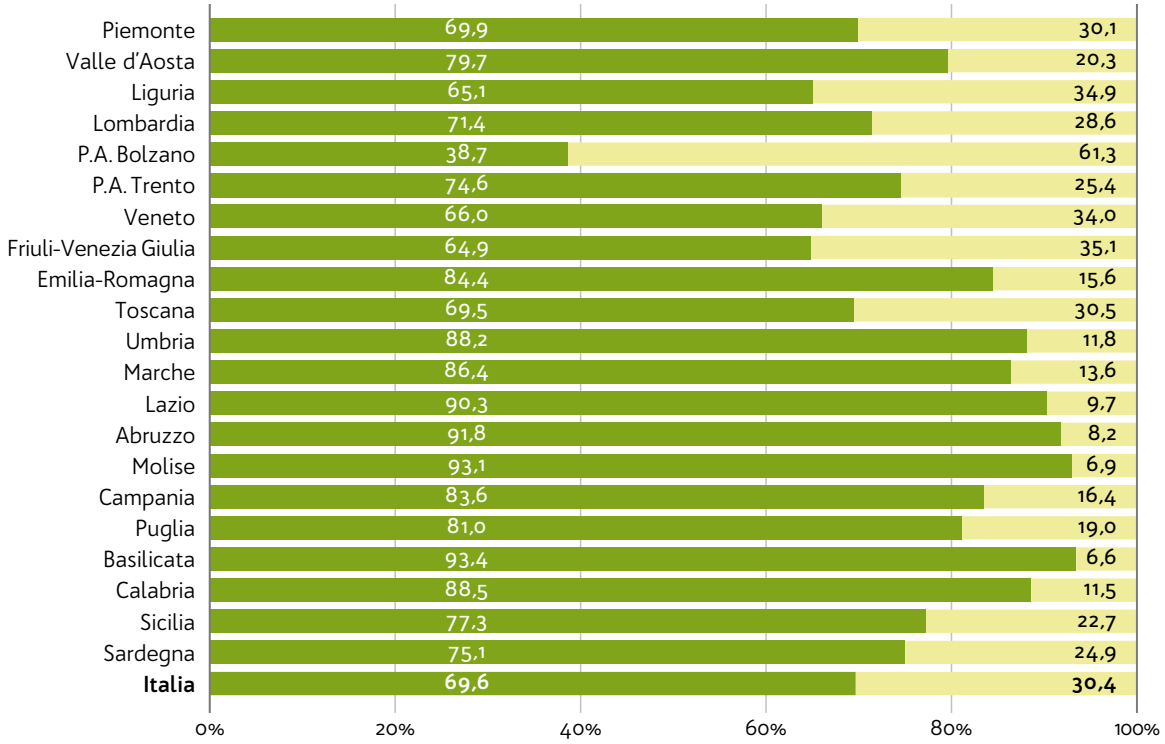
Variazione delle presenze in agriturismo per Regione dal 2019 al 2020 (Valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 37

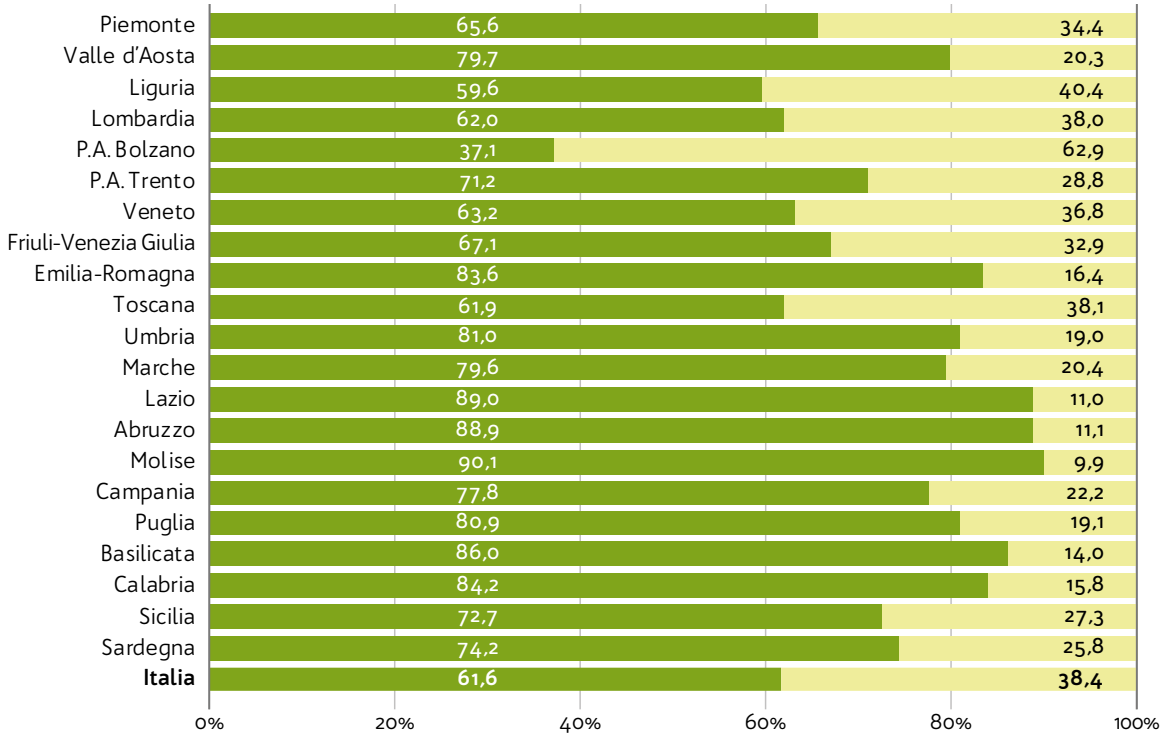
Ripartizione % degli arrivi in agriturismo per Regione nel 2020



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 38

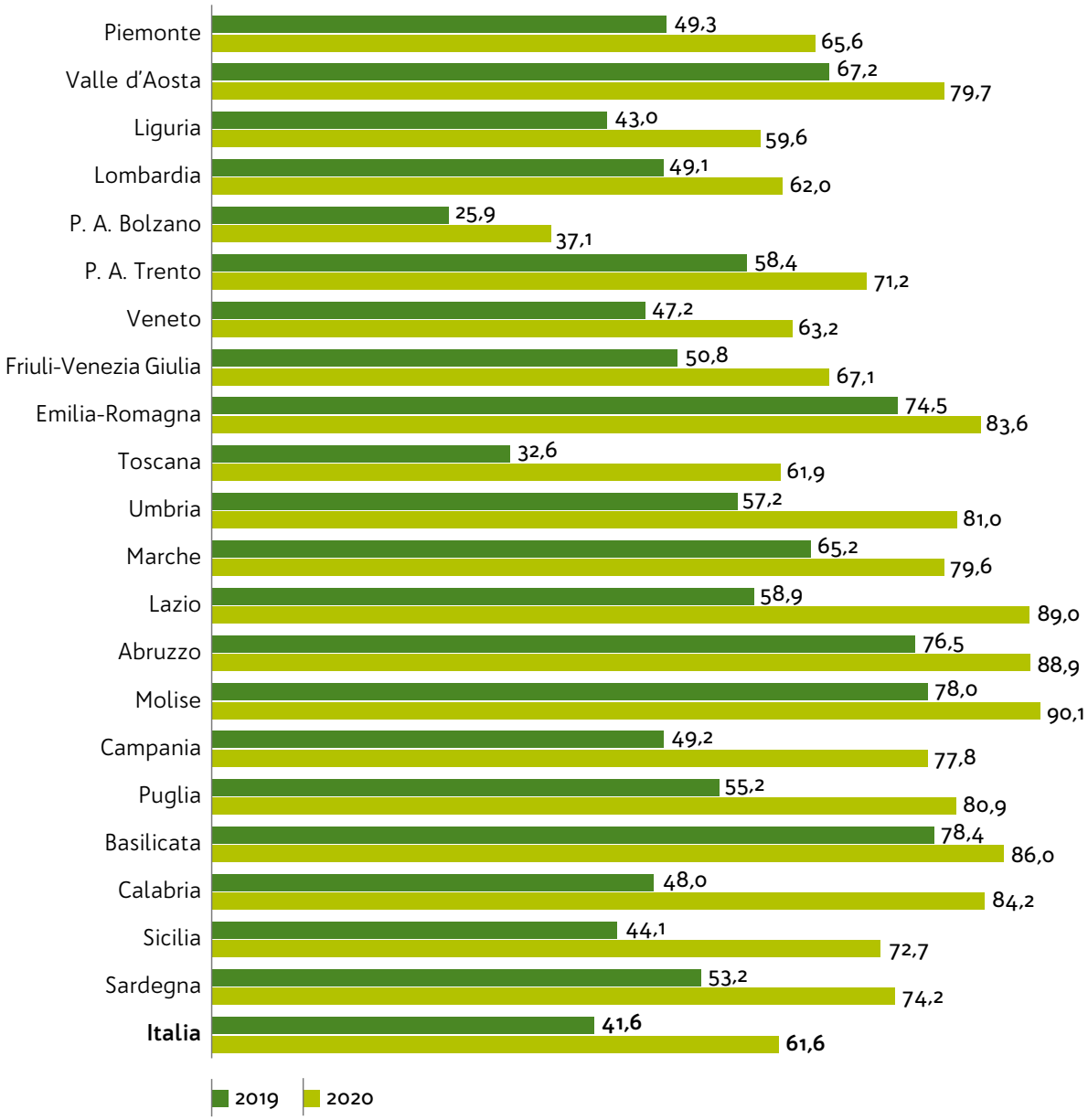
Ripartizione % delle presenze in agriturismo per Regione nel 2020



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 39

Quota presenze italiane in agriturismo per Regione, anni 2019-2020 (Valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

3.4 IL MERCATO DEL TURISMO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

Nell'anno della pandemia, in cui sono crollati dell'80% i viaggi all'estero degli italiani, che hanno scelto il Bel Paese per il 90,9% dei loro viaggi, l'agriturismo ha continuato a incontrare il gradimento di una buona parte della domanda interna e di una discreta fetta di turisti stranieri, in particolare quelli provenienti da Paesi limitrofi.

I dati sul turismo del 2020 restituiscono un quadro inevitabilmente mutato, con ingenti perdite che, trasversalmente, hanno coinvolto tutti gli attori della filiera e determinato significativi cambiamenti nelle abitudini di acquisto.

Nel 2020 i viaggi degli italiani per vacanza rispetto al 2019 sono diminuiti del 44,8% (- 67,9% i viaggi per lavoro), oltre 11 italiani su 100 hanno rinunciato a fare un viaggio, toccando il minimo storico di

37,5 milioni di viaggi e 231,2 milioni di pernottamenti. Complessivamente, rispetto al 2019, ci sono stati 33,7 milioni di viaggi e 38,8 milioni di escursioni in meno da parte degli italiani (Tab. 17).

I pernottamenti in Italia dei turisti stranieri sono diminuiti del 54,6%, perdita in parte attenuata dal minor calo dei pernottamenti degli italiani, ridottisi del 32,2% (e in estate solo del 18,6%).

Con il freno dei movimenti verso l'estero, gli italiani hanno riscoperto i propri territori e quelli delle regioni limitrofe (Fig. 40). Nel 2020, in particolare, sono aumentate le visite ai borghi e ai piccoli centri.

Dopo le tensioni e le paure del *lockdown*, negli italiani ha prevalso il desiderio di divertimento, riposo e relax, motivazione prevalente nel 2020 per più di sette italiani su dieci per i viaggi di piacere. Risultano invece penalizzate le motivazioni culturali, sia a causa delle chiusure prolungate di molti musei, che per gli aspetti logistici (difficoltà nel mantenere il distanziamento, collocazione prevalente in aree urbane, ecc.) (Fig. 41).

La ricerca di luoghi con ampi spazi all'aperto ha indirizzato una grossa fetta della domanda interna verso le destinazioni di mare, montagna e campagna che sono state le mete di vacanza preferite in Italia, prediligendo i campeggi e gli agriturismi (che hanno assorbito una quota dei viaggi e dei pernottamenti persa dagli alberghi, siti prevalentemente nelle città) (Fig. 42).

TAB. 17

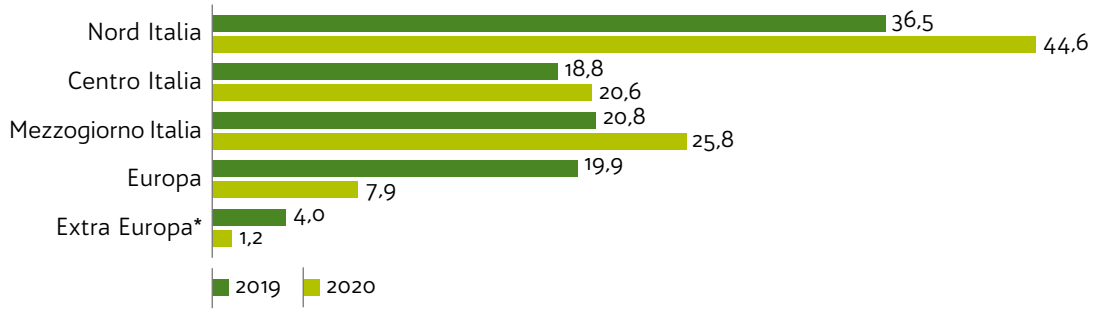
Viaggi degli italiani per tipologia (Valori in migliaia)

	2019	2020	Variazioni 2020/2019 Valori assoluti	Variazioni 2020/2019 Valori %
Vacanza	63.467	35.024	- 28.443	*- 44,8*
Lavoro	7.788	2.503	- 5.285	*- 67,9*
Totale viaggi	71.254	37.527	- 33.727	*- 47,3*
Totale escursioni	80.021	41.194	- 38.827	*- 48,5*

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat (dati 2020 provvisori)

FIG. 40

Destinazione principale dei viaggi degli italiani, anni 2019-2020 (Valori %)

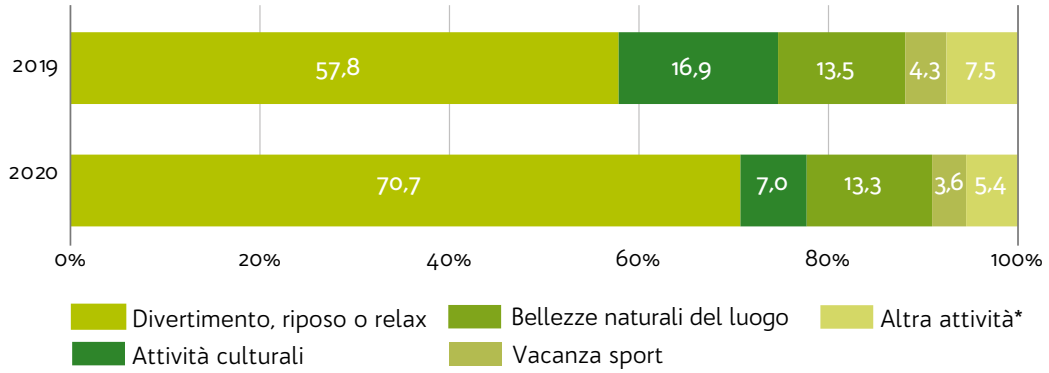


** Dal 2020, la Gran Bretagna non fa più parte dei Paesi dell'UE ed è inclusa in Altri Paesi europei*

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat (dati 2020 provvisori)

FIG. 41

Motivazione prevalente dei viaggi di piacere degli italiani (Valori %)

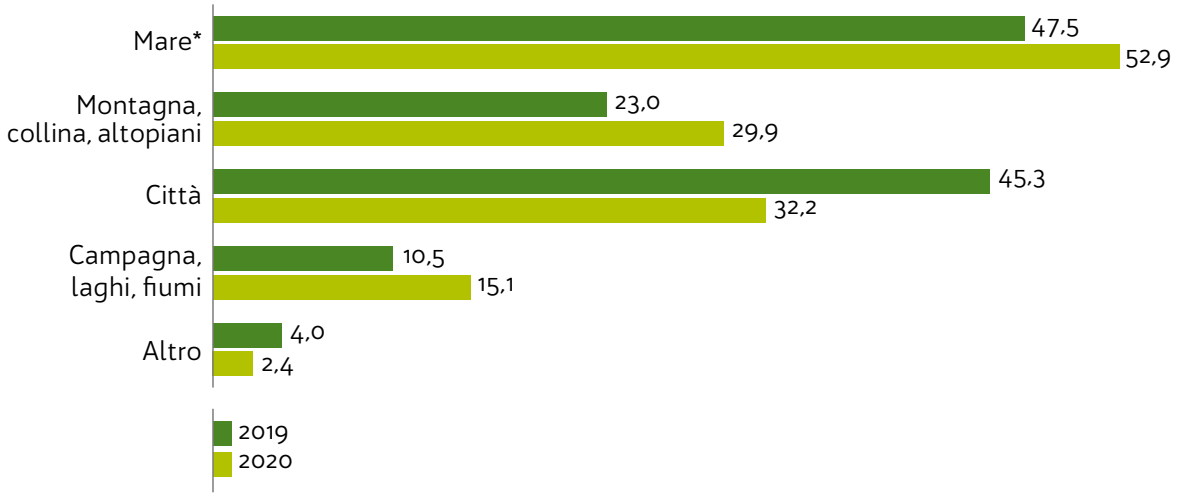


** "Altra attività" Include trattamenti di salute/benessere senza prescrizione medica, shopping, vacanza studio, formazione, pratica di hobby, manifestazioni sportive, parchi divertimento, volontariato*

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat (dati 2020 provvisori)

FIG. 42

Luogo prevalente dei viaggi di piacere degli italiani (Valori %)



** La voce mare include anche le crociere*

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat (dati 2020 provvisori)

Nel 2020 le motivazioni connesse alla sicurezza negli spostamenti e la tendenza a privilegiare viaggi di breve e media durata hanno determinato un aumento dell'utilizzo dei mezzi di trasporto privati e in particolare dell'automobile, scelta da più di sette italiani su dieci come mezzo di trasporto principale (Tab. 18).

Con la pandemia sono, inoltre, cambiate le modalità di organizzazione del viaggio con un sensibile aumento della quota di italiani che ha prenotato direttamente presso la struttura, passata dal 24,1% al 39,4%, con conseguente riduzione del ricorso all'intermediazione e ai grandi i portali di prenotazione (*Online Travel Agency* e metamotori) (Fig. 43).

TAB. 18

Mezzo di trasporto principale dei viaggi degli italiani (Valori %)

	2019	2020
Auto	56,5	73,9
Aereo	21,6	10,3
Treno	10,0	7,6
Pullman	5,6	2,0
Camper, autocaravan	2,5	2,4
Altro *	3,8	3,8
Totale	**100,0**	**100,0**

** Include altri mezzi di trasporto non altrove specificati quali nave, moto, motoscooter, bicicletta, ecc.*

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat (dati 2020 provvisori)

La pandemia ha, inoltre, ribadito l'importanza del ruolo di internet, evidenziando una ulteriore crescita della quota di prenotazioni effettuate online, anche in questo caso in gran parte senza utilizzare l'intermediazione (Fig. 44).

Risulta quindi sempre più strategico per gli imprenditori dotarsi di buoni siti web aziendali e in generale di sistemi efficienti di gestione delle prenotazioni dirette. È centrale il ruolo svolto dalle infrastrutture e dai servizi di telecomunicazione (fissa e mobile), necessari a garantire una connettività sufficiente per soddisfare le esigenze di gestione aziendale e "di connessione" degli utenti. In relazione a ciò, sarà fondamentale nel prossimo futuro il ruolo delle risorse pubbliche, e in particolare di quelle messe in campo dal PNRR, che avranno il compito di colmare il divario di digitalizzazione presente in molte aree del Paese.

La spesa complessiva, a valori correnti, degli stranieri in Italia tra il 2019 e il 2020, si è ridotta del 60,9% come conseguenza della perdita di circa 57 milioni di viaggiatori e 219 milioni di pernottamenti (Tab. 19).

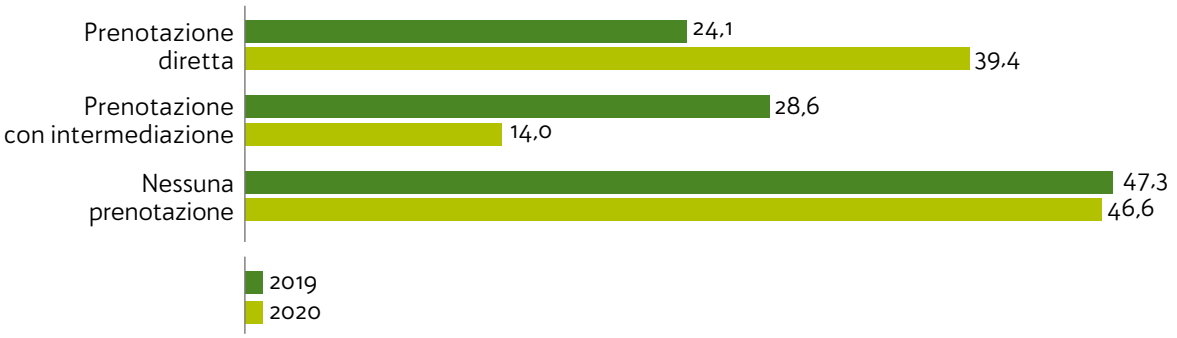
Con il crollo dei mercati extra europei e statunitensi (-86,4%) in particolare, nel 2020 Germania e Francia sono stati i principali Paesi per spesa turistica in Italia, seguiti da Regno Unito, Svizzera e Austria (Tab. 20).

Analizzando i dati a valori concatenati, si nota come nel 2020 l'importante calo delle entrate sia stato controbilanciato da una significativa riduzione delle uscite. In ragione di ciò il saldo, pur riducendosi di circa 9 punti percentuali, rimane positivo a 7,4 miliardi di euro (Fig. 45).

Nel panorama mondiale, che nel complesso ha visto ridursi le entrate del 64% (da 1.300 a 471 miliardi), l'Italia aumenta dunque la propria quota che passa dal 3,4% al 3,7% diventando il quinto Paese al mondo per entrate turistiche (nel 2019 era al sesto posto), preceduta da USA, Francia, Australia e Germania, e davanti a Spagna, Regno Unito, Thailandia e Cina.

FIG. 43

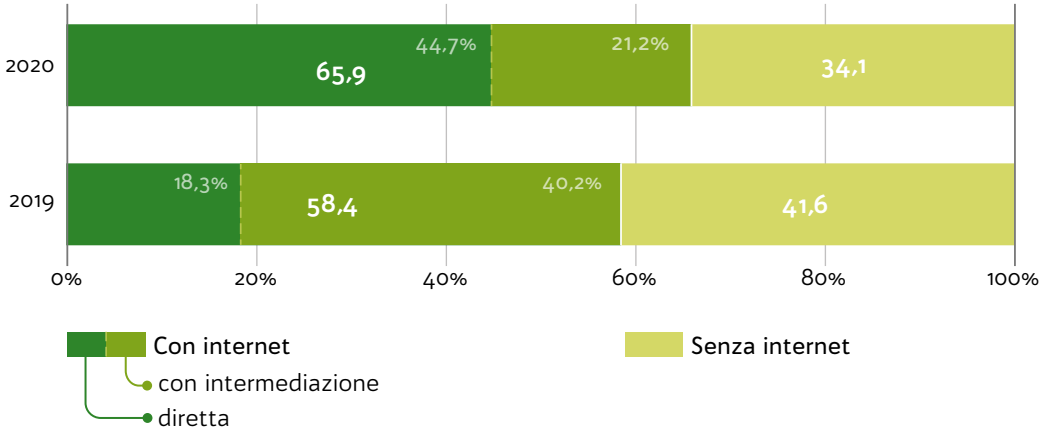
Alloggio: modalità di prenotazione preferita dagli italiani (Valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 44

Alloggio: quota di prenotazioni via internet da parte degli italiani (Valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 19

Principali indicatori della domanda turistica estera verso l'Italia, milioni di euro (prezzi correnti)

	2019	2020	Variazione % 2020/19
Spesa complessiva* (milioni di euro)	44.302	17.332	-60,9
Numero di viaggiatori (milioni)	96,2	39,0	-59,5
Numero di notti (milioni)	402,1	183,3	-54,4
Durata media dei soggiorni (giorni)	4,2	4,7	12,6
Spesa media per notte** (euro)	110,2	94,6	-14,3

** La spesa complessiva dei viaggiatori pernottanti è pari al prodotto del numero dei viaggiatori, della durata media del viaggio per viaggiatore e della spesa media per notte. - ** La spesa media per gli escursionisti è al giorno e pro-capite.*

Fonte: elaborazioni Ismea - RRN su dati Banca d'Italia

TAB. 20

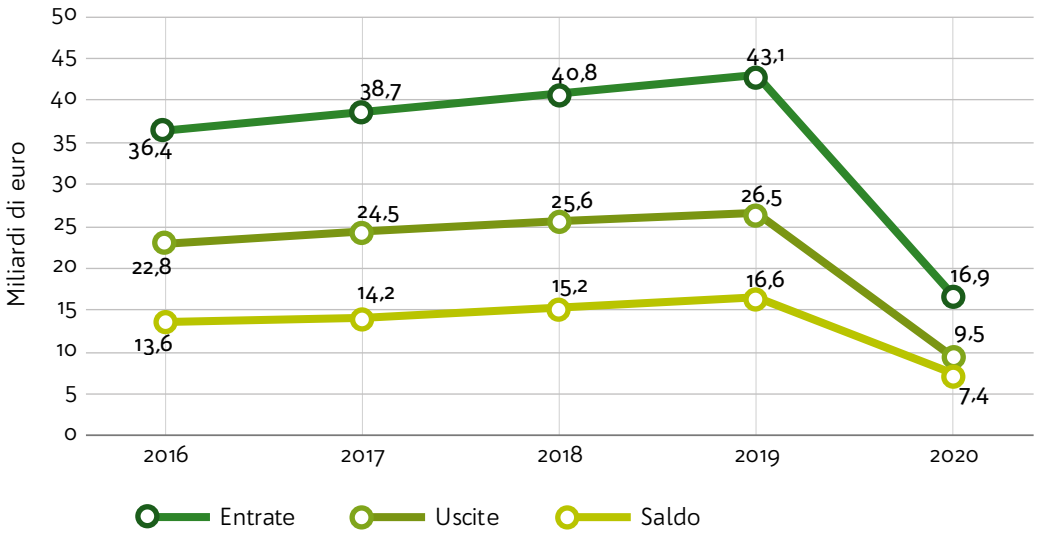
Spesa dei turisti stranieri in Italia per Paese di provenienza

	Spesa complessiva (milioni di euro correnti)				Spesa media per notte (euro)	
	2019	2020	2020-19 Var. %	2020 quota%	2019	2020
Germania	7.621	3.674	-51,8	21,2	91,6	102,9
USA	5.544	753	-86,4	4,3	140,3	100,7
Francia	4.396	2.323	-47,2	13,4	90,7	88,8
Regno Unito	3.796	1.414	-62,8	8,2	106,2	78,8
Svizzera	2.546	1.278	-49,8	7,4	116,4	107,2
Austria	2.121	1.129	-46,8	6,5	98,8	98,4
Canada	1.839	174	-90,5	1,0	164,4	146,2
Spagna	1.673	672	-59,8	3,9	74,4	65,9
Paesi Bassi	1.313	774	-41,1	4,5	94,1	102,7
Australia	1.116	155	-86,1	0,9	148,3	124,6

Fonte: elaborazioni Ismea - RRN su dati Banca d'Italia

FIG. 45

Andamento della bilancia turistica italiana dal 2016 al 2020 (valori concatenati, anno base 2015)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Banca D'Italia

Riferimenti bibliografici e fonti informative

- Ismea-RRN (2020), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- Repertorio nazionale dell'Agriturismo (Mipaaf, DM del 3 giugno 2014)
- Portale nazionale dell'agriturismo www.agriturismoitalia.gov.it
- Istat (2021), Conti nazionali
- Istat (2021), Le aziende agrituristiche in Italia. Anno 2020
- Istat (2021), Movimenti dei clienti nelle strutture ricettive
- Istat (2021), Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2020
- Istat (2021), Conto satellite per il turismo. Anno 2020
- Banca d'Italia (2021), Indagine sul turismo internazionale. Anno 2020
- Organizzazione Mondiale del Turismo – UNWTO (2021)

4.

TENDENZE E PROSPETTIVE

Nel corso dello scorso mese di ottobre, nell'ambito delle attività della Rete Rurale, è stata realizzata un'indagine sulla stagione agrituristica 2021 per provare a comprendere meglio i cambiamenti indotti dal protrarsi della pandemia sulle imprese agricole multifunzionali, e in particolare sull'offerta degli agriturismi. Grazie alle risposte delle imprese intervistate sono emersi i principali effetti economici e organizzativi, le evoluzioni in atto nell'offerta e le nuove esigenze della domanda.

Per quel che riguarda l'erogazione di servizi alla persona da parte delle aziende agricole, nel capitolo si riporta l'aggiornamento degli elenchi regionali delle fattorie didattiche e delle fattorie sociali.

75,2%

le imprese agrituristiche che hanno attivato nuovi servizi aziendali nel corso del 2021.

52,3%

gli imprenditori agrituristici che - per il 2022 - prevedono di operare prevalentemente nel mercato interno (nazionale o di prossimità).

3.251

le fattorie didattiche riconosciute in Italia nel 2021 (+4,2% rispetto al 2020).

341

gli operatori di agricoltura sociale riconosciuti in Italia nel 2021 (+18,0% rispetto al 2020).

4.

TENDENZE E PROSPETTIVE

4.1 NUOVI BISOGNI E TENDENZE DEL MERCATO

Allo stato attuale è ancora difficile fare previsioni su come evolveranno le abitudini e i bisogni delle persone in risposta alla pandemia. Molto dipenderà da quando potremo tornare a viaggiare senza restrizioni e dalla percezione di sicurezza, connessa alla fruizione dei principali servizi turistici e ricreativi, oltre che dalle disponibilità economiche delle famiglie.

Su scala globale la situazione, a fronte di una ripresa lenta e fragile, è ancora totalmente imprevedibile a causa dell'emergere di nuove varianti del virus SARS-CoV-2, della ripresa dei contagi, del rischio di nuove restrizioni alle attività economiche e sociali.

Tuttavia, il protrarsi dell'emergenza sanitaria ha innescato inevitabilmente dei cambiamenti e ha agito come acceleratore di alcuni processi evolutivi della domanda che erano già in itinere, contribuendo a ridisegnare i modelli di vacanza in agriturismo.

Tutto ciò, emerge chiaramente dall'indagine "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"[17], condotta nell'ambito della Rete Rurale Nazionale nello scorso mese di ottobre.

Cinque possibili punti chiave dell'agriturismo del post-pandemia:

1. Diversificazione dei servizi

Per rispondere alle rinnovate esigenze della domanda, le imprese agrituristiche si sono fortemente concentrate sull'ampliamento del paniere dei prodotti e verso l'ideazione di nuovi servizi. Già nel corso delle prime fasi dell'emergenza (primavera-estate 2020) oltre la metà delle imprese (56%) predispose nuove proposte di servizi, dimostrando una spiccata propensione alla diversificazione. Nel corso del 2021, ben il 75% delle imprese ha attivato nuovi servizi aziendali, spesso non limitandosi a un solo servizio, ma lavorando allo sviluppo di due o più proposte. Simultaneamente, gli imprenditori hanno approfittato del protrarsi dell'emergenza per migliorare qualitativamente l'offerta aziendale (ricerca di collaboratori, protocolli igienico/sanitari, Wi-Fi, menu, ecc.). Per il 2022, l'84% delle imprese, nonostante sottolinei le complessità gestionali derivanti dalla forte diversificazione, prevede di integrare nuove attività al fine di garantire una maggiore completezza dell'offerta e ampliare la gamma delle esperienze fruibili all'interno e all'esterno dell'azienda.

2. Tipicità delle produzioni e del cibo

Le imprese hanno riscontrato un aumento di interesse e di richieste verso i prodotti agricoli, in particolare quelli di stagione e che esprimono l'identità dei territori, ma anche verso i metodi di coltivazione adottati e le certificazioni a garanzia (biologico, am-

17 *Dal 27 settembre al 26 ottobre 2021 la RRN ha realizzato l'indagine "Stagione agrituristica 2021 – Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19" con metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). All'indagine hanno partecipato 325 imprese agrituristiche, attraverso la compilazione di un questionario online.*

bientali, ecc.). Cresce l'interesse, non solo verso i prodotti biologici, ma più in generale verso le produzioni tipiche e a denominazione di origine e il desiderio di conoscenza dei processi di trasformazione del cibo, anche tramite visite guidate presso cantine, caseifici, laboratori artigianali.

Molti imprenditori agrituristici ritengono di essere stati scelti per l'offerta legata al cibo e alla ristorazione e hanno utilizzato il tempo del protrarsi dell'emergenza proprio per migliorare la gestione della componente agricola dell'azienda e adottare strategie finalizzate alla valorizzazione dei prodotti (attività promozionali e scontistica, cene, consegne a domicilio di prodotti tipici aziendali). Molte imprese prevedono, per il 2022, di sviluppare la vendita diretta, la ristorazione e la trasformazione dei prodotti aziendali, lasciando intravedere la possibilità di un ulteriore rafforzamento e valorizzazione della fase primaria attraverso le leve della tipicità, della genuinità e dell'identità locale.

3. Consegna a domicilio ed e-commerce

Come già evidenziato nel 2020, il Covid-19 ha impattato con forza sul sistema agroalimentare italiano che, sebbene - a differenza di altri settori - abbia proseguito la propria attività senza interruzioni, ha mostrato fragilità in molte filiere. Le criticità maggiori hanno interessato le produzioni fortemente orientate ai mercati esteri, quelle presenti nel canale Horeca e nelle mense collettive. Parallelamente, il Covid-19 ha influenzato gli stili e le abitudini di acquisto e consumo. Nel corso del 2021 si è assistito al rafforzamento del servizio di consegna a domicilio dei prodotti aziendali e dei pasti, quest'ultimo utilizzato prevalentemente dagli agriturismi operanti in zone periurbane. Introdotta nella prima fase di emergenza (lockdown primavera 2020) la consegna a domicilio si è consolidata nel corso di questo anno e mezzo, divenendo un servizio stabile per molte imprese.

Contestualmente, l'utilizzo di internet e delle nuove tecnologie per gli acquisti da parte dei clienti ha indotto le imprese ad affidarsi maggiormente all'*e-commerce*, tendenza che in futuro potrebbe ulteriormente consolidarsi.

Sebbene gli acquisti abbiano ripreso anche le loro forme più tradizionali (negozi, mercati e supermercati), una quota di acquisti tramite *delivery* e online sembra essersi consolidata.

4. Smart-working e soggiorni per lunghi periodi

A distanza di quasi due anni dall'inizio dell'emergenza sanitaria, il lavoro da remoto o *smart-working* continua a essere la modalità ordinaria di svolgimento delle prestazioni lavorative per molte persone. In conseguenza, ancor più che lo scorso anno, nel 2021 molte imprese agrituristiche hanno organizzato appositi spazi attrezzati (postazioni con connessione internet, pc, ecc.) e hanno spesso confezionato formule e iniziative promozionali per promuovere soggiorni più lunghi (prezzi vantaggiosi, calendario settimanale di attività per gli ospiti, ecc.).

Tra le nuove esigenze ci sono anche quelle relative alle sistemazioni, con richieste specifiche di alloggi dotati di una maggiore autonomia, comfort e accessori, oltre a spazi esterni a uso esclusivo come camere indipendenti con giardino e cucina attrezzata. I nuovi ospiti tipo sono spesso famiglie con bambini o lavoratori da remoto, meno vincolati a orari e luoghi nell'esercizio delle attività lavorative.

5. Turismo più sostenibile

Il Covid-19 ha accentuato le preferenze dei clienti verso opzioni più verdi e più a contatto con la natura. Emerge il profilo di un ospite *green* attento alla sostenibilità ambientale e ai servizi *eco-friendly*, all'impatto dei metodi di coltivazione e allevamento, alla biodiversità, al benessere e al relax, desideroso di spazi all'aperto, per godere delle bellezze offerte dai paesaggi rurali in autonomia e sicurezza.

4.2 PERCORSI DI RESILIENZA DELLE IMPRESE

Con l'evolvere dell'emergenza sanitaria, il panel di aziende intervistate esprime una fiducia in crescita: se nel corso del 2020 il 37% degli imprenditori mostrava ottimismo verso il futuro, nel 2021 sale al 42,4% la quota di coloro che ha pensato a "nuove opportunità" o a rilanciare l'azienda con nuove strategie commerciali. Una buona altra fetta di imprenditori (43,3%), pur rimanendo fiduciosa, conserva un atteggiamento più prudente e conservativo. Infine, poco più dell'8% degli intervistati ha pensato di cessare l'attività, spesso mettendo in stand by uno dei servizi agrituristici principali (ristorazione e/o alloggio) a favore del potenziamento dell'attività agricola e della vendita dei prodotti (Fig. 46).

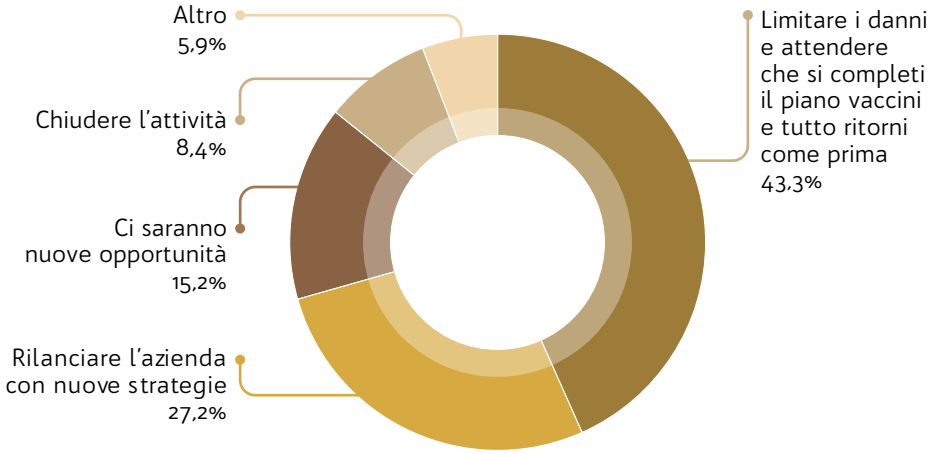
Gli imprenditori hanno spesso puntato sulla costruzione di nuovi mercati tramite la ricerca di nuovi clienti e nuovi canali di vendita (complessivamente il 38,1% delle imprese). Quasi un quarto degli intervistati ha investito nella ricerca di nuove forme di comunicazione e promozione con l'obiettivo di curare le relazioni con i propri clienti/consumatori. Circa

un imprenditore su quattro si è, inoltre, concentrato sull'ampliamento del paniere dei prodotti e/o verso l'ideazione di nuovi servizi. Nella categoria residuale "altro" rientrano, infine, alcuni imprenditori (14% circa) che hanno approfittato dell'emergenza per migliorare la qualità dell'offerta e i servizi già presenti nella propria azienda (ricerca di nuovi collaboratori, ripensamento dei protocolli di gestione degli ospiti, miglioramento del menu, potenziamento della connessione internet, ecc.) (Fig. 47).

Per quanto riguarda i prezzi delle strutture agrituristiche, nel 2021, in uno scenario di mercato in ripresa, ma ancora caratterizzato da forti incertezze, quasi sette imprenditori su dieci hanno mantenuto i prezzi invariati, mentre poco più di un quarto ha praticato prezzi più alti rispetto all'anno precedente (Fig. 48). Ciò, presumibilmente, per due ragioni: da un lato la visione dell'agriturismo come "prodotto premium", di qualità, che non può essere svenduto sul mercato, dall'altro l'esigenza di fronteggiare i recenti forti rincari delle materie prime sui mercati internazionali (su tutte l'energia).

FIG. 46

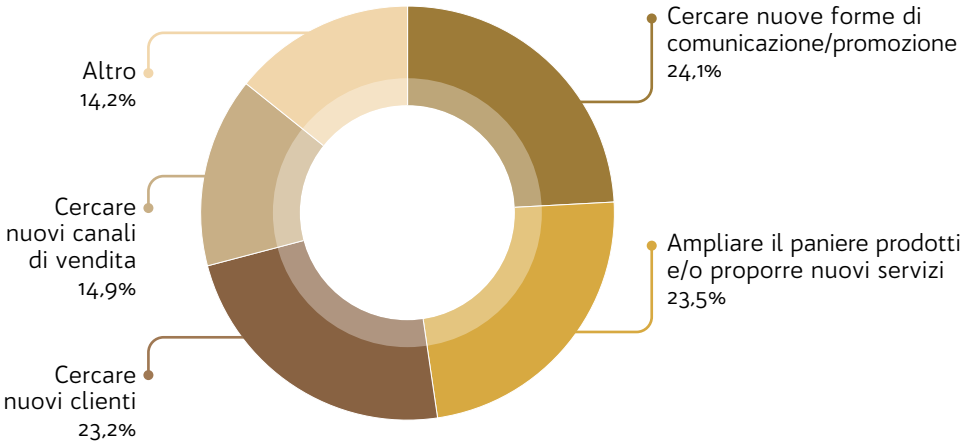
Il pensiero più frequente con l'evolvere dell'emergenza sanitaria nel 2021



Fonte: elaborazioni Ismea - RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 47

L'obiettivo su cui le imprese intervistate si sono maggiormente concentrate nel 2021



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

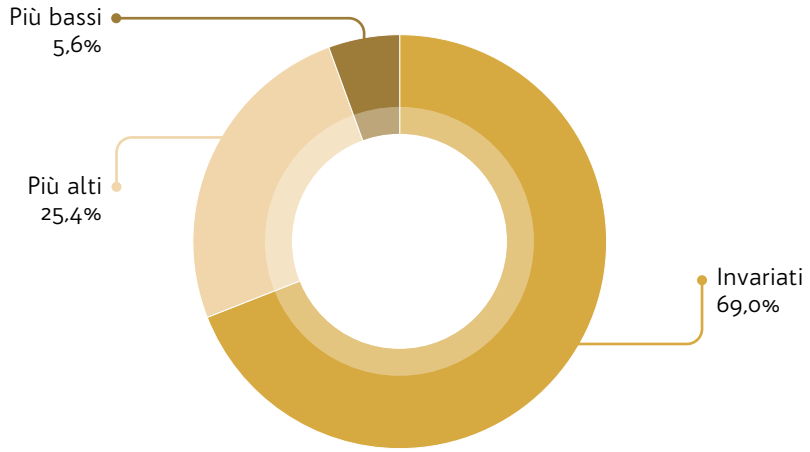
Fin dall'inizio della pandemia, la comunicazione ha svolto un ruolo strategico per le imprese agrituristiche, consentendo loro di mantenere un contatto con i diversi interlocutori (clienti, fornitori, partner, dipendenti) anche durante il periodo di blocco delle attività. In particolare, nel corso del 2021, i messaggi sono stati incentrati su contenuti rivolti alla rassicurazione dei clienti (aria aperta, distanze di sicurezza, protocolli igienico-sanitari, ecc.) per oltre il 60% degli intervistati.

In questo nuovo scenario contraddistinto dell'incertezza hanno giocato un ruolo importante anche i contenuti relativi all'autonomia delle sistemazioni e alla flessibilità nella gestione delle prenotazioni.

Fra le iniziative promozionali residuali (altro) si segnalano quelle riservate a: soggiorni più lunghi, periodi di bassa stagione, particolari categorie di ospiti (famiglie, anziani e altre fasce fragili, lavoratori) o di prodotti (delivery, consegne a domicilio, ecc.) (Fig. 49).

FIG. 48

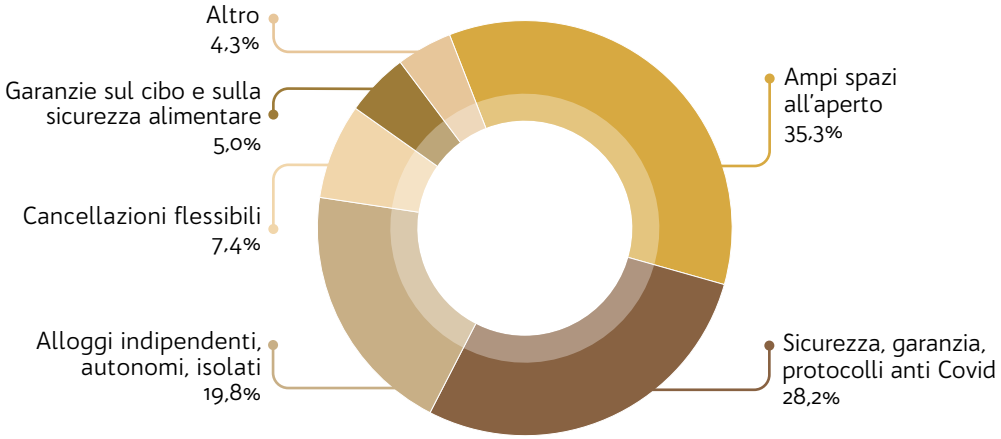
La politica dei prezzi praticati nel 2021 dalle imprese intervistate



Fonte: elaborazioni Ismea - RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 49

Le priorità dei messaggi di comunicazione durante il Covid-19



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

Il 77% delle imprese utilizza prevalentemente canali di comunicazione diretti e disintermediati con i propri clienti, costruendo la propria presenza online e convertendo le visite degli utenti sui profili social o sul sito internet aziendale in prenotazioni.

Va sottolineato come, in linea di massima, le imprese oggi si orientino su una comunicazione multicanale che può pertanto prevedere un mix di strumenti intermediati e con gestione diretta.

Dall'analisi delle risposte degli intervistati relativamente ai canali principali di comunicazione utilizzati emerge che, rispetto alla prima fase dell'emergenza, si riduce il ricorso a Instagram e a Facebook con quest'ultimo che, tuttavia, rimane lo strumento più utilizzato. È quasi triplicato il numero di imprese (13,6%) che utilizza principalmente WhatsApp, canale particolarmente adatto per la gestione rapida e diretta degli ordini, delle promozioni e delle liste di distribuzione. Aumenta anche il numero di coloro che si affidano alla posta elettronica (15,8%), più che raddoppiato rispetto allo scorso anno. Per contro, si riduce l'utilizzo dei portali specializzati (dal 21,6% al 15,8%). Fra gli altri canali, si confermano il telefono e il passaparola (Fig. 50).

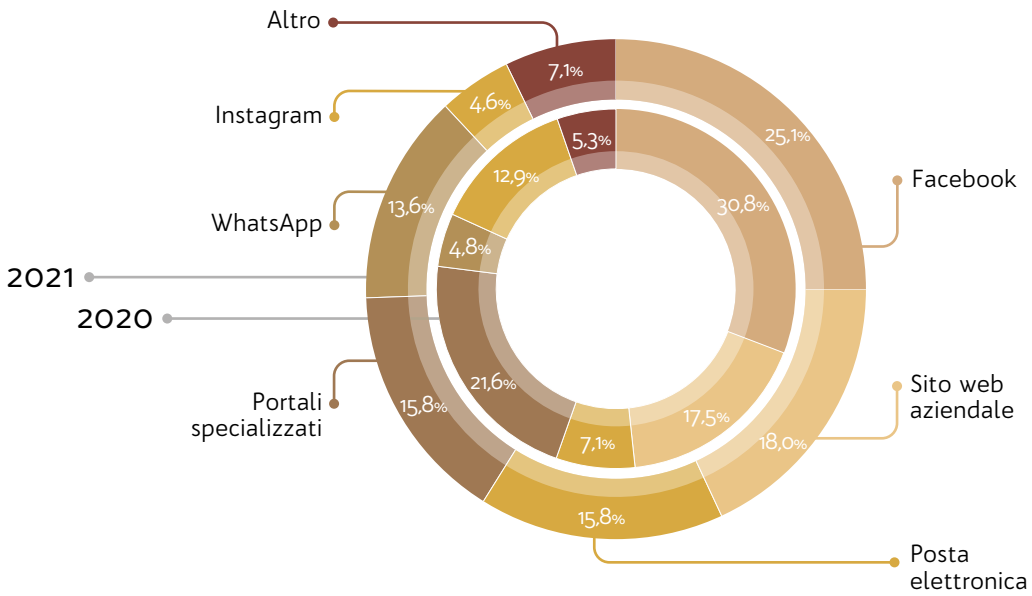
Lo scorso anno era emersa con forza la velocità con cui le imprese agrituristiche hanno saputo adattarsi a una situazione improvvisamente mutata. Difatti, già nel corso delle prime fasi dell'emergenza (primavera-estate 2020), oltre la metà delle imprese aveva predisposto nuove proposte di servizi, dimostrando una spiccata reattività al cambiamento. Nel corso del 2021, questa tendenza si è confermata con ben tre quarti degli intervistati (75,2%) che dichiara di aver attivato nuovi servizi aziendali e circa un terzo (32,4%) che non si è limitato a un solo servizio, ma ha lavorato allo sviluppo di due o più proposte. Fra queste spicca la consegna a domicilio dei prodotti aziendali e dei pasti preparati in azienda, introdotta nella prima fase di emergenza e consolidatasi successivamente, divenendo un servizio stabile per molte imprese.

Aumentano anche il ricorso all'*e-commerce* e i servizi legati all'offerta di ospitalità in risposta a specifiche esigenze nate con la pandemia tra i quali emerge l'organizzazione di spazi e alloggi per soggiorni più lunghi e per lo *smart-working* (postazioni con connessione internet, pc, ecc.).

Alcune imprese hanno, infine, avviato attività ricreative, sportive, culturali e sociali rivolte a famiglie e singoli, in particolare sfruttando la disponibilità di ampi spazi all'aperto (Fig. 51).

FIG. 50

I canali di comunicazione più utilizzati durante la pandemia dalle imprese intervistate



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

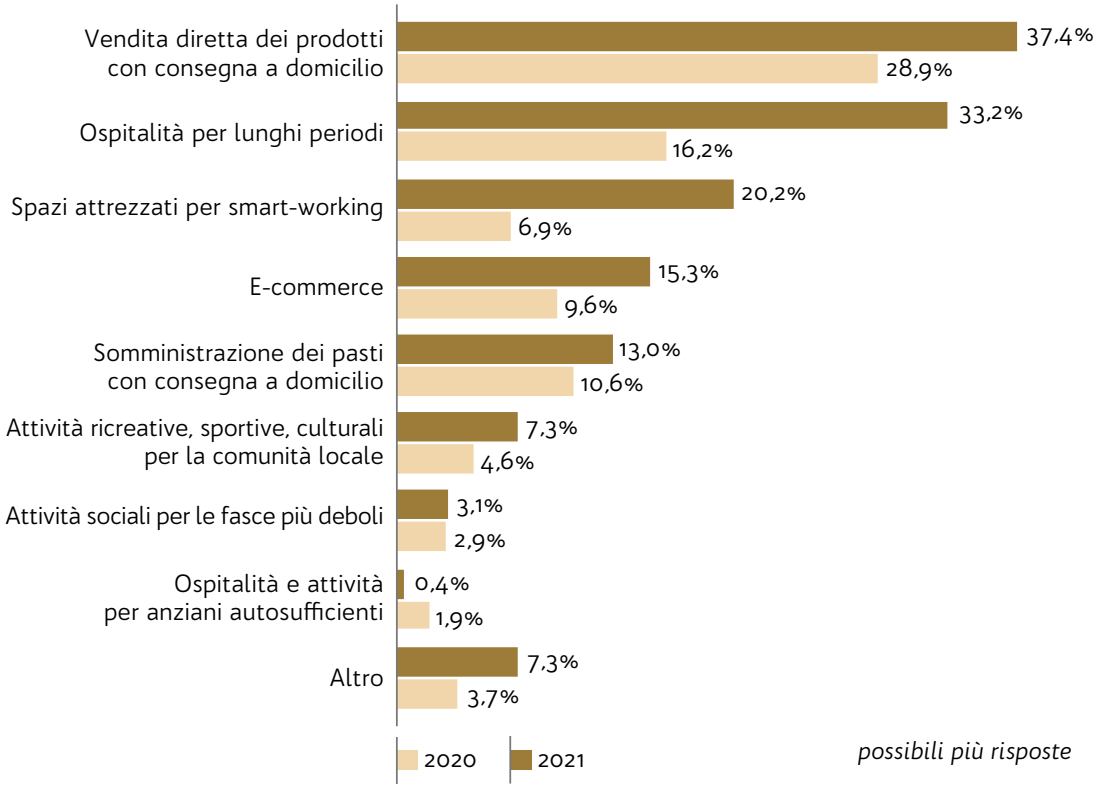
In merito alle previsioni per il 2022, permane ancora una grande incertezza con quasi un quarto degli intervistati (25%) che preferisce non rispondere. Nonostante ciò, la stragrande maggioranza degli imprenditori del panel dimostra di avere una visione ottimistica: il 38,4% pensa che il volume di affari crescerà e il 33,7% che rimarrà stabile, mentre solo il 3,4% teme una contrazione del mercato.

Per il prossimo anno, addirittura l'83,9% delle imprese prevede di sviluppare nuove attività e forme di diversificazione: oltre la metà delle imprese prevede di avviare l'ospitalità (54,5%), a seguire quelle che pensano di sviluppare la vendita diretta (34,7%), la ristorazione (31,3%) e la trasformazione dei prodotti aziendali (24,1%).

In merito alla politica di prezzo, per il 2022, oltre la metà degli imprenditori agrituristici (57,9%) prevede di lasciare invariati i prezzi. Quasi un terzo delle imprese ritiene che possa essere necessario un ritocco in aumento dei prezzi, mentre solo una percentuale molto esigua prevede di abbassarli (Fig. 52).

FIG. 51

Nuovi servizi e proposte predisposti con l'evolvere dell'emergenza sanitaria

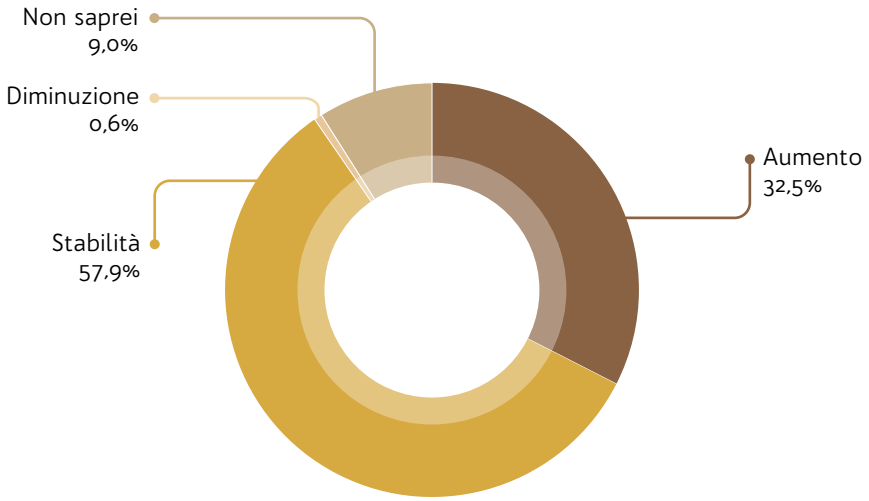


Fonte: elaborazioni Ismea - RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

Oltre la metà degli imprenditori agrituristici (52,3%) anche per il 2022 prevede di orientare l'offerta e la comunicazione aziendale prevalentemente verso il mercato interno, nazionale o di prossimità. Il comparto agrituristico, a seguito della pandemia, ha mostrato di sapersi riorganizzare rapidamente nei confronti di una domanda mutata improvvisamente. Mentre nel 2020 l'agriturismo ha riscoperto, per necessità, un ruolo sociale nell'accoglienza degli ospiti italiani dopo mesi di lockdown, nel 2021 ha costruito e organizzato un'offerta mirata per i turisti italiani, cercando di interpretarne le esigenze. Gli imprenditori agrituristici pensano di continuare a lavorare su questo riposizionamento verso il pubblico italiano ma si segnala, per quasi un terzo degli intervistati, il ritorno degli ospiti europei (Fig. 53).

FIG. 52

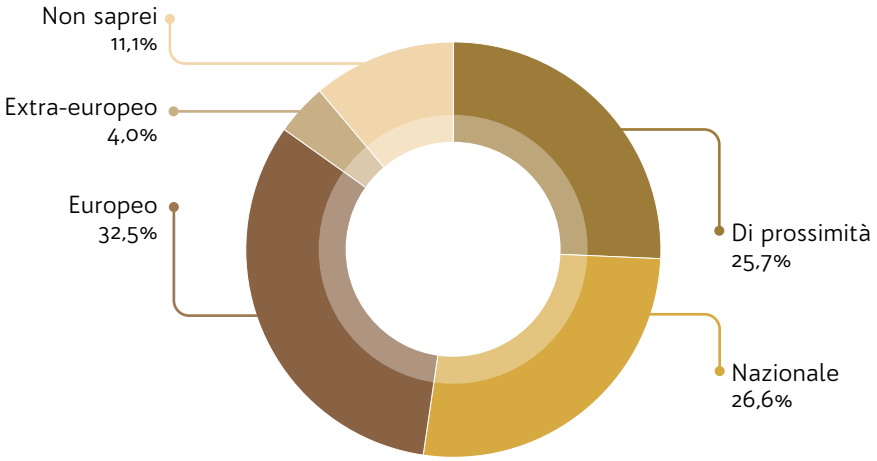
La politica dei prezzi che le imprese intervistate pensano di attuare per il 2022



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 53

Il mercato verso il quale orientare l'offerta e la comunicazione aziendale nel 2022



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

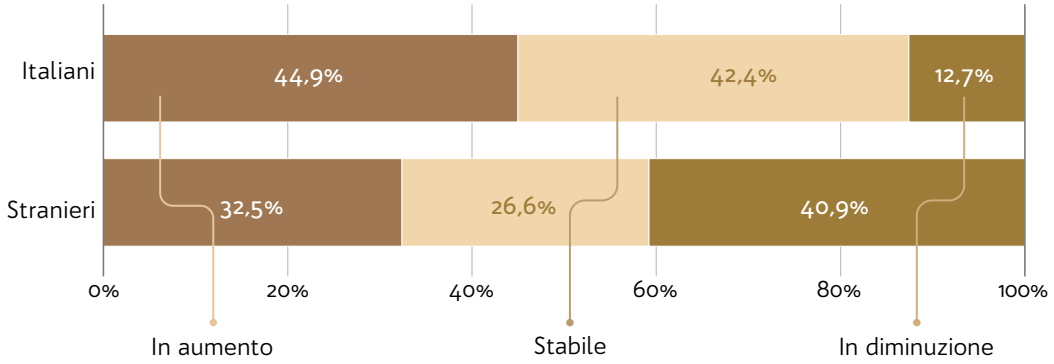
4.3 LA NUOVA DOMANDA DELL'AGRITURISMO ITALIANO

Nel 2020 l'emergenza aveva causato, inevitabilmente, il crollo delle presenze di clienti stranieri nella quasi totalità delle imprese intervistate e una parziale sostituzione di questi con gli ospiti italiani; l'estate 2021 ha visto il consolidamento della domanda interna e, contestualmente, il ritorno di una parte degli ospiti stranieri, rappresentati quasi esclusivamente da turisti europei (Fig. 54). Il turismo nazionale (spesso di prossimità) è composto in parte da viaggiatori già fidelizzati e frequentatori abituali dell'agriturismo e dei territori rurali italiani, ma anche da nuovi visitatori che hanno scoperto la vacanza nelle campagne italiane proprio per le condizioni createsi a seguito della pandemia. Rispetto al 2020, una quota significativa di imprese ha registrato un ulteriore aumento delle presenze di famiglie (47,1%) e coppie (43,3%).

In merito alle ragioni che hanno portato gli ospiti del 2021 a scegliere gli agriturismi, per circa un terzo degli imprenditori (32,8%) nella scelta ha pesato prevalentemente la posizione geografica della struttura, soprattutto la vicinanza a particolari attrattori turistici. In alcuni casi ha giocato un ruolo importante la prossimità al luogo di lavoro, determinante soprattutto per gli ospiti che hanno potuto sfruttare lo *smart working*. Per quasi un quarto degli imprenditori (23,2%) l'agriturismo è stato scelto in quanto tipologia di vacanza rilassante, lontana da mete affollate e da situazioni di stress, mentre poco più di un quinto (21,1%) ritiene di essere stato scelto per l'offerta legata al cibo e alla ristorazione. Spiccano, infine, le motivazioni legate alla possibilità di svolgere attività nella natura e di poter fruire di ampi spazi all'aperto (10,8%), insieme alla tranquillità e alla disponibilità esclusiva di spazi (Fig. 55).

FIG. 54

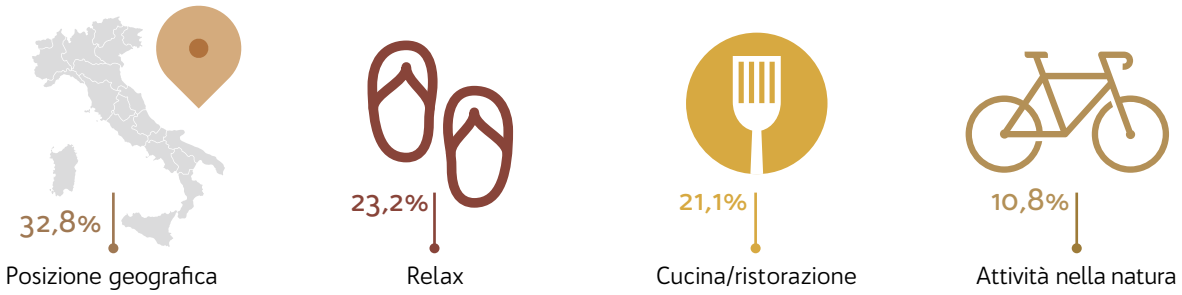
Ospiti per tipologia nel 2021 rispetto al 2020 - Distribuzione % delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 55

Motivazione principale dei clienti che hanno scelto l'agriturismo nel 2021 - Quota delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

Nel 2021 per l'82,4% delle imprese sono anche emerse nuove esigenze relative alle sistemazioni e agli alloggi, in particolare richieste specifiche di alloggi con una maggiore autonomia e spazi esterni a uso esclusivo (50,5%) quali camere indipendenti con giardino e cucina attrezzata, garanzie di sicurezza e rispetto delle misure e dei protocolli anti-Covid (22,0%). Richiesti anche specifici comfort e accessori, primo fra tutti l'utilizzo di internet e la presenza del Wi-Fi, per poter fruire dell'accoglienza in semplicità, ma senza rinunciare alla comodità (Fig. 56).

La crescente sensibilità ai temi ambientali sta diventando un elemento molto importante nella scelta delle destinazioni turistiche e delle strutture ricettive presso le quali trascorrere le vacanze.

L'attenzione per la sostenibilità, dunque, rappresenta sempre più spesso un fattore chiave di interpretazione del mercato turistico. Per questa ragione, agli imprenditori intervistati, sono state poste alcune domande relative alla tipologia di richieste "*green*" ricevute da parte dei clienti negli ultimi anni.

Ai primi posti, tra le richieste in crescita, si collocano quelle relative ai prodotti agricoli utilizzati per la somministrazione di pasti o la vendita, che devono essere il più possibile aziendali o comunque di provenienza locale. Importante anche la stagionalità dell'offerta e l'utilizzo di metodi di coltivazione sostenibili e le relative certificazioni (biologico, produzione integrata, ecc.).

A seguire una serie di richieste di servizi *eco-friendly* emergenti: la presenza di un sistema efficiente di raccolta differenziata dei rifiuti, l'utilizzo di energie prodotte attraverso fonti rinnovabili, l'attenzione al riciclo di materiali, l'uso di detersivi e packaging poco impattanti sull'ambiente fino alla presenza di postazioni per le ricariche elettriche dei veicoli.

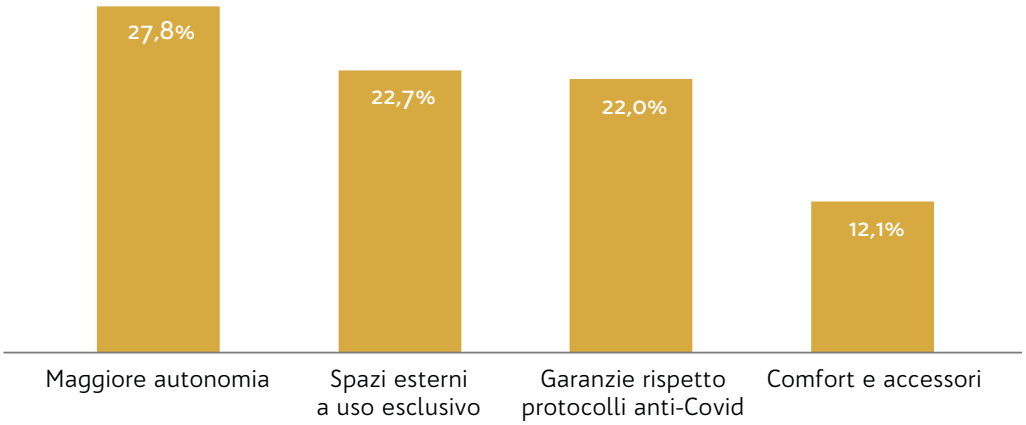
In forte aumento anche l'attenzione verso il benessere animale e la biodiversità, intesa come utilizzo di varietà vegetali e razze animali autoctone (Fig. 57).

Va specificato che l'agriturismo è da sempre stato percepito dai clienti come una forma di turismo rispettosa della natura e attenta alla valorizzazione dei territori e rappresenta, certamente, la prima forma di turismo sostenibile sviluppatasi in Italia. Forse anche per questo motivo, circa un quarto degli imprenditori agrituristici intervistati non ha riscontrato, nell'ultimo triennio, una crescita del numero di ospiti spinti da motivazioni ambientali.

Nell'ultimo triennio, oltre l'85% degli imprenditori intervistati ha riscontrato, inoltre, un aumento di interesse da parte dei clienti verso il binomio "agriturismo - campagna". Uno dei valori aggiunti di una vacanza in agriturismo è senza dubbio il contatto con la natura, che può trovare riscontro e soddisfazione in molteplici attività: dalla possibilità di fruire di itinerari naturalistici con percorsi strutturati, spesso in aree protette e riserve naturali, fino all'organizzazione di attività didattiche incentrate sulla conoscenza delle coltivazioni, degli allevamenti e degli stessi prodotti agricoli.

FIG. 56

Tipologie di richieste relative agli alloggi ricevute nel 2021 - Distribuzione % delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

Aumenta l'interesse verso le produzioni tipiche e a denominazione di origine, oltre che per il biologico, insieme al desiderio di conoscenza rispetto ai processi di trasformazione del cibo. In tal senso risultano in forte crescita le richieste di visite guidate presso cantine, caseifici e laboratori di trasformazione.

Un altro trend in crescita è quello della voglia di riscoperta della cultura tradizionale e dei borghi rurali con le loro attrazioni (Fig. 58).

Nella parte conclusiva dell'indagine è stato chiesto agli imprenditori di definire con tre parole i "nuovi ospiti" dell'agriturismo italiano nel post Covid-19.

Il quadro che ne viene fuori è quello di una clientela estremamente "attenta" ai dettagli, alla pulizia, al rispetto delle regole, alla qualità dei servizi e dei prodotti acquistati. In aggiunta a questa caratteristica, i nuovi ospiti vengono considerati molto esigenti. Le due definizioni sono presenti in oltre la metà delle risposte pervenute (51,3%).

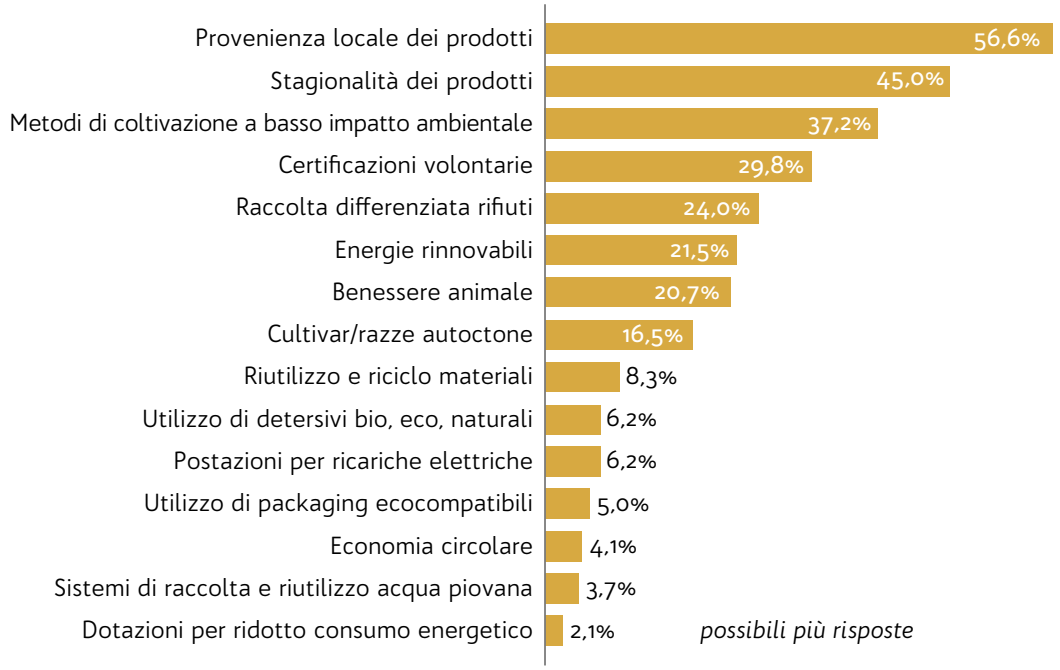
A seguire si delinea il profilo di un ospite desideroso di ampi spazi aperti, in cerca di evasione, libertà, autonomia (11,1%), e *green* attento alla sostenibilità ambientale e ai metodi di coltivazione: consapevole, colto e informato (8,5%). Non manca l'attenzione al benessere, al relax e alla tranquillità, voci che, complessivamente, rappresentano circa un quarto delle risposte.

La fotografia degli ospiti si completa con una quota di clienti definiti insicuri, nervosi, stressati, diffidenti e impauriti. Queste ultime definizioni, da sole, potrebbero essere sufficienti a restituire l'estrema sintesi dell'impatto della pandemia sul mercato che ha generato un cliente tipo divenuto molto più meticoloso, selettivo e difficile da accontentare.

Secondo alcuni imprenditori, infine, si consoliderà, almeno nel breve periodo, la domanda da parte dei segmenti delle famiglie, dei lavoratori in *smart-working* e dell'ospitalità per gli anziani (Fig. 59).

FIG. 57

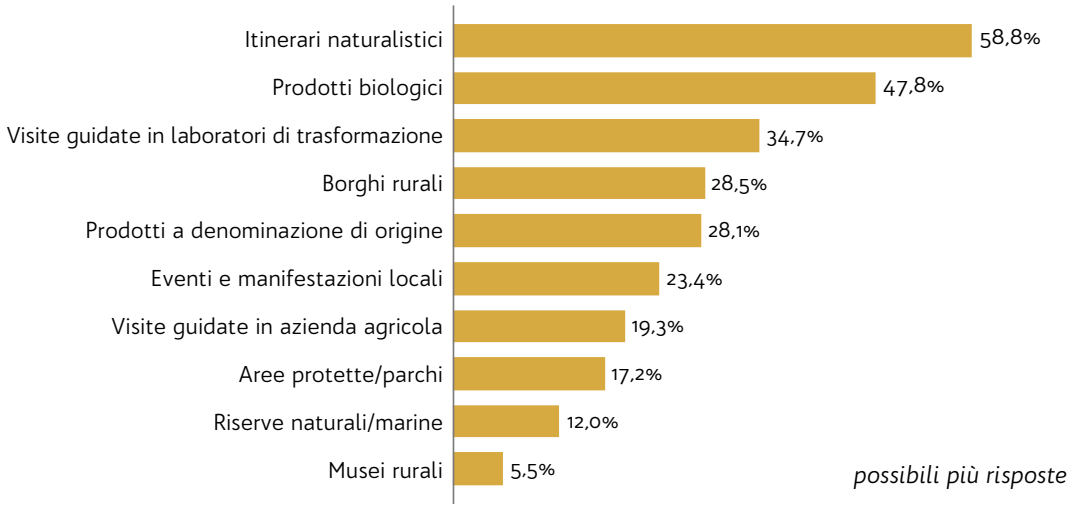
Tipologie di richieste "green" in crescita nell'ultimo triennio - Quota % delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 58

Temi di interesse in crescita nell'ultimo triennio - Quota % delle aziende rispondenti



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

FIG. 59

Mappa delle parole dei nuovi ospiti dell'agriturismo italiano nel post Covid-19

Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2021 - Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del Covid-19"

4.4 LE FATTORIE DIDATTICHE E L'AGRICOLTURA SOCIALE

Il modello italiano della multifunzionalità agricola costituisce un caso positivo e di successo nel panorama dello sviluppo rurale internazionale, ricco di molteplici forme e attività che si sono via via sviluppate intorno alle risorse (piante, animali, immobili) dell'azienda agricola. Fra i percorsi più recenti vi è quello dei servizi alla persona offerti dalle aziende agricole, quali quelli delle fattorie didattiche e dell'agricoltura sociale che, molto spesso, affiancano i servizi offerti dall'agriturismo. Tuttavia, se l'agriturismo è un comparto ormai maturo e consolidato, in quanto a modelli e sistema di regole, le fattorie didattiche e l'agricoltura sociale risultano ancora in fase di sviluppo, anche di sperimentazione in alcuni casi, e richiedono ancora il completamento del quadro normativo (in particolare nel caso dell'agricoltura sociale), pur rientrando evidentemente nel campo di applicazione della legge di orientamento e modernizzazione del settore agricolo (D.lgs. 228/2001).

Fattorie didattiche e agricoltura sociale rivestono un ruolo sempre più importante, sia in termini quantitativi (numero di imprese) che qualitativi (tipologie di servizi offerti), e sono al centro di un forte interesse da parte della società, della domanda - talvolta ancora potenziale, ma con elevate aspettative - e delle stesse imprese agricole. In questo settore gli imprenditori intravedono l'opportunità di offrire risposte ai bisogni delle persone partendo dalle esperienze già maturate e sperimentate sul campo. L'interesse è forte anche da parte dei consumatori, disponibili a premiare chi si impegna per obiettivi con ricadute positive sulla collettività e sulle persone (educazione ambientale e alimentare, inclusione, diritti, ecc.) oltre che per i propri obiettivi aziendali.

Il protrarsi dell'emergenza sanitaria ha, inoltre, confermato la forte attualità di queste attività, come già appurato nel corso del 2020 (Ismea-RRN, 2020). Le fattorie didattiche, ad esempio, in questi mesi si sono trasformate in vere e proprie "aule" a sostegno dell'apprendimento scolastico, utili risorse per favorire la conciliazione del tempo delle famiglie con quello del lavoro e per sostenere la connessione con la natura e la sua forte valenza educativa.

Parallelamente, l'agricoltura sociale ha creato occasioni per le fasce più fragili della popolazione, più direttamente colpite dalle conseguenze dell'emergenza sanitaria: apprendimento per bambini e ragazzi con disabilità, socializzazione e recupero di buone condizioni psicofisiche per anziani, attività ricreative e vacanze per persone con bisogni speciali, soggiorni post Covid-19.

Proprio queste forme multifunzionali possono risultare estremamente importanti nel perseguire le priorità politiche indicate dalla Commissione europea nell'ambito del Piano d'azione sul pilastro europeo dei diritti sociali [18].

4.4.1 Le fattorie didattiche

Le fattorie didattiche iscritte negli elenchi regionali, a novembre 2021, complessivamente risultano essere 3.251, con un incremento - rispetto all'anno precedente - di 131 nuove autorizzazioni (Tab. 21). La quasi totalità delle Regioni ha aggiornato gli elenchi nel corso del 2021, due Regioni li hanno aggiornati al termine del 2019 (Liguria e Sicilia), nel caso dell'Abruzzo l'aggiornamento varia in funzione della Provincia (Teramo dispone di un elenco aggiornato al 2021, L'Aquila e Chieti al 2020, Pescara al 2019). Per la Regione Lazio non risultano elenchi ufficiali aggiornati e nella tabella sono riportati gli ultimi dati disponibili.

Le fattorie didattiche sono costantemente aumentate nel corso degli ultimi anni: con una variazione positiva annua del 4,2% nel 2021 e un tasso di crescita medio nel quinquennio del 9,3% (Fig. 60); parallelamente alle nuove autorizzazioni rilasciate, anche nel corso del 2021 è proseguita l'azione di riordino e aggiornamento degli elenchi da parte delle amministrazioni regionali. Il numero complessivo di fattorie didattiche indicato può considerarsi molto prossimo alla consistenza globale nazionale.

Le regioni con oltre 200 fattorie didattiche sono sette: Veneto (375), Campania (304, comprensive di aziende agricole e/o agrituristiche, imprese di trasformazione, musei della civiltà contadina), Emilia-Romagna (292), Piemonte (276), Marche (243), Puglia (216) e Sardegna (204), che insieme rappresentano quasi il 60% dell'offerta nazionale.

In sette regioni il numero di fattorie didattiche è compreso fra 100 e 200: Lombardia (188), Umbria (172), Toscana (170), Trentino-Alto Adige (152), Friuli-Venezia Giulia (139), Calabria (123), Liguria (116), mentre nelle

18 *https://op.europa.eu/webpub/empl/european-pillar-of-social-rights/it/#infographic-main*

TAB. 21

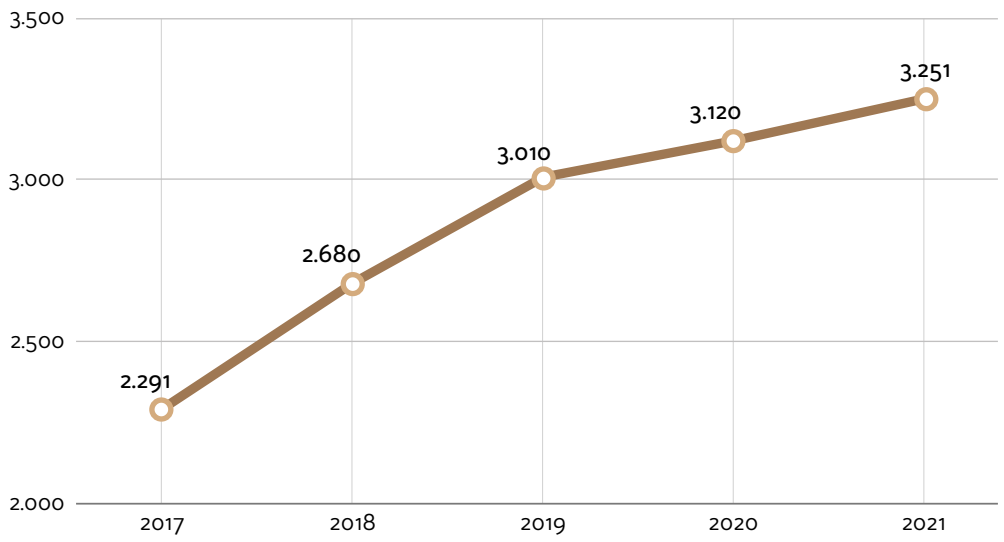
Le fattorie didattiche iscritte negli elenchi regionali. Anni 2020 e 2021

Area		Regione	2020	2021	Variazioni 2021/2020	
					assolute	%
NORD	Nord Ovest	Piemonte	275	276	1	0,4%
		Valle D'Aosta	5	4	-1	-20,0%
		Lombardia	173	188	15	8,7%
		Liguria	124	116	-8	-6,5%
	Nord Est	Trentino-Alto Adige *	147	152	5	3,4%
		Veneto	333	375	42	12,6%
		Friuli-Venezia Giulia	119	139	20	16,8%
		Emilia-Romagna	297	292	-5	-1,7%
CENTRO		Toscana	138	170	32	23,2%
		Umbria **	171	172	1	0,6%
		Marche ***	214	243	29	13,6%
		Lazio	60	60	-	0,0%
MEZZOGIORNO	Sud	Abruzzo	19	20	1	5,3%
		Molise	17	17	0	0,0%
		Campania	299	304	5	1,7%
		Puglia	211	216	5	2,4%
		Basilicata	79	81	2	2,5%
		Calabria	147	123	-24	-16,3%
	Isole	Sicilia	97	99	2	2,1%
		Sardegna	195	204	9	4,6%
		TOTALE	**3.120**	**3.251**	**131**	**4,2%**

** Il dato fa riferimento alla sola P.A. di Trento, i dati della P.A. di Bolzano non sono disponibili.*
*** Di cui attive 112 (nel 2020), 128 nel 2021.*
**** Somma di diversi elenchi (EROA e precedenti).*
Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

FIG. 60

Numero di fattorie didattiche iscritte negli elenchi regionali



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

restanti 6 regioni il numero di fattorie didattiche è inferiore a 100 (Fig. 61).

Come già sottolineato, molto spesso l'attività di fattoria didattica affianca quella agrituristica potenziandone l'azione e le ricadute positive nei territori: sono 1.911 gli agriturismi autorizzati allo svolgimento di attività di fattoria didattica (Istat, 2021) [19].

4.4.2. L'agricoltura sociale

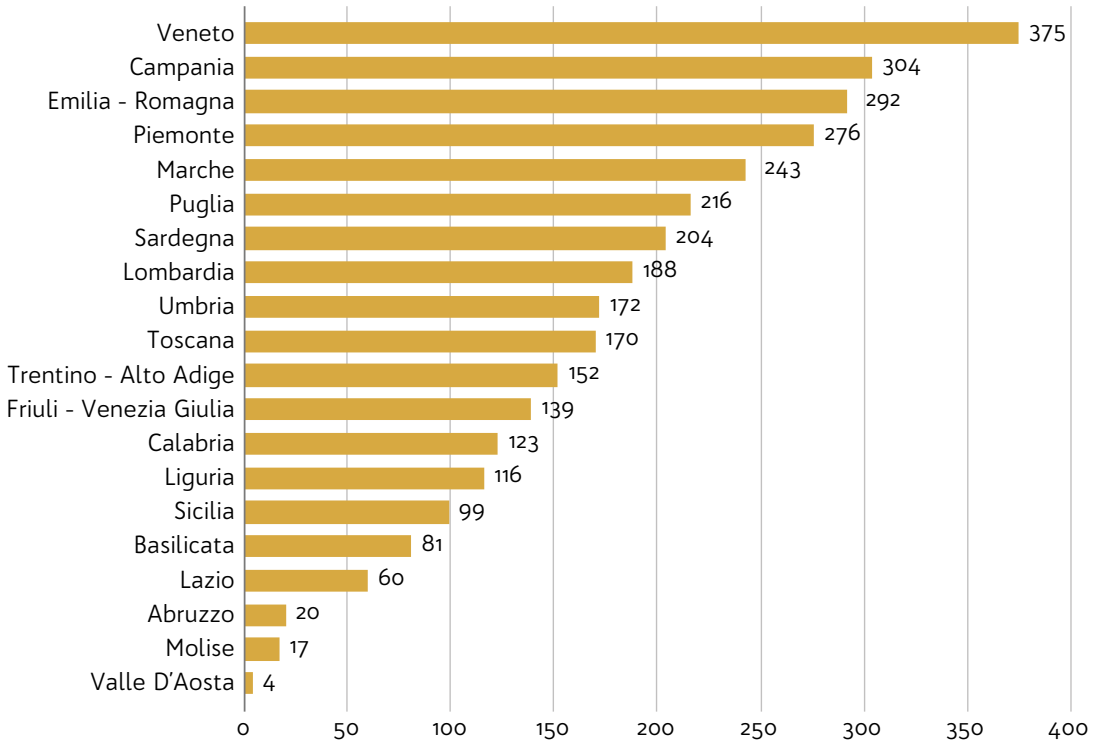
Il quadro normativo

Nel corso del 2021, in materia di agricoltura sociale non vi è stata alcuna novità normativa a livello statale. I riferimenti normativi rimangono la legge-quadro del 18 agosto 2015 n. 141 (G.U. n. 208 dell'8 settembre 2015) per gli aspetti definitori e il decreto ministeriale del 21 dicembre 2018 n. 12550 (G.U. n. 143 del 20 giugno 2019), attuativo della sopracitata legge-quadro, che definisce i requisiti minimi e le modalità relative all'esercizio delle attività di agricoltura sociale da parte delle imprese agricole e delle cooperative sociali (con le specifiche di cui all'art. 2, comma 4 della legge n. 141), al fine di assicurare un livello uniforme di qualità dei servizi di agricoltura sociale su tutto il territorio nazionale.

Sebbene la legge n. 141 si trovi ancora nella prima fase di attuazione, avendo stabilito i principi essenziali in materia, ha contribuito ad avviare e orientare l'attività legislativa delle Regioni e delle Province Autonome, che nel 2021 ha visto l'emanazione di una nuova legge regionale (Valle d'Aosta) e di nuovi regolamenti e disposizioni attuative sull'agricoltura sociale (Lombardia e Sicilia). Per il dettaglio delle leggi e regolamenti regionali si rimanda al capitolo 5 (La normativa) del presente Rapporto [20].

FIG. 61

Distribuzione regionale delle fattorie didattiche - Anno 2021



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

19 *Si rimanda al Rapporto 2020 Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive (Ismea-RRN, 2020) per l'analisi dettagliata dell'evoluzione di questo aggregato nel corso dell'ultimo decennio.*

20 *Per gli aspetti concernenti le norme statali, la loro evoluzione e i contenuti di dettaglio, si rimanda alle precedenti edizioni del Rapporto Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive (Ismea-RRN, 2017, 2018, 2019, 2020) e alla banca dati normativa statale in materia di agriturismo e multifunzionalità, consultabile sul sito della Rete Rurale Nazionale al link www.reterurale.it/agriturismo/normativa.*

Gli operatori di agricoltura sociale

A fronte di quattordici Regioni e Province Autonome che hanno emanato norme di attuazione delle leggi regionali in materia di agricoltura sociale[21], dieci regioni dispongono di elenchi regionali attivi.

Gli operatori di agricoltura sociale (imprese agricole, cooperative sociali) iscritti nei dieci elenchi regionali attualmente attivi sono 341, con un aumento di 52 unità rispetto al 2020, pari a un incremento del 18% (Fig. 62). L'incremento del 2020 rispetto al 2019 era stato di 60 unità, pari al 26,2%.

Dei dieci elenchi regionali attivi, otto sono stati aggiornati nel corso del 2021, due nel 2020 (Campania e Calabria). L'attività di aggiornamento degli elenchi attivi risulta frequente e costantemente svolta dalla quasi totalità delle amministrazioni regionali.

Le regioni con il maggior numero di operatori di agricoltura sociale sono Marche (70), Emilia-Romagna (67), Friuli-Venezia Giulia (54) (Fig. 63).

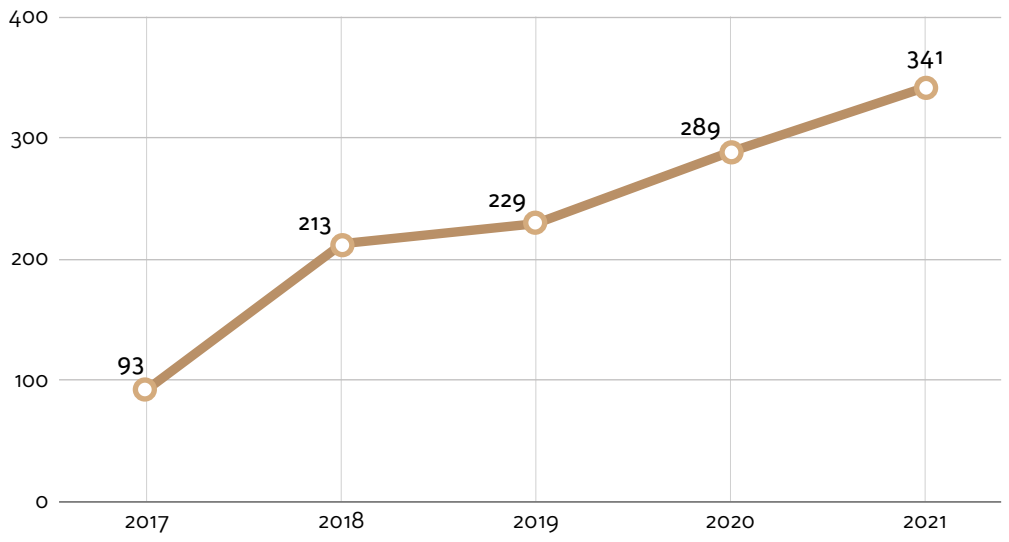
L'incremento complessivo di operatori rispetto al 2020 è riconducibile soprattutto a Friuli-Venezia Giulia (15 operatori), Marche (13), Liguria (10), Sardegna (9) ed Emilia-Romagna (5). La consistenza si riduce, invece, in Veneto (-2) e Abruzzo (-1).

I dati attualmente disponibili descrivono solo parzialmente la consistenza del comparto; a tal fine è necessario che il quadro normativo regionale sia completato e armonizzato in base a quanto previsto dalla legge-quadro 141/2015 attraverso l'attuazione dei criteri di riconoscimento degli operatori di agricoltura sociale e l'attivazione dei relativi elenchi regionali.

Il numero stimato di fattorie sociali attualmente attive in Italia è di circa 4.500 (erano 1.300 nel 2013, con un aumento, in otto anni, di quasi il 250%) (Ismea-RRN, 2020).

FIG. 62

Numero di operatori di agricoltura sociale iscritti negli elenchi regionali

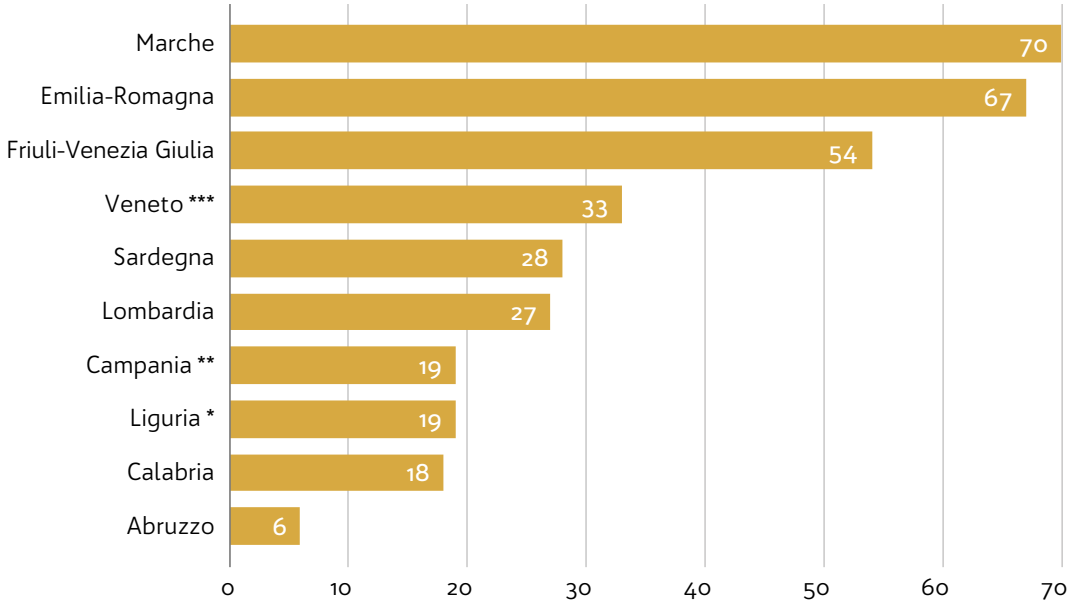


Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

21 *Per gli aggiornamenti legislativi regionali sull'agricoltura sociale si rimanda al capitolo 5 "La normativa", paragrafo 5.2 e Tab. 26 di questo Rapporto.*

FIG. 63

Numero di operatori di agricoltura sociale per Regione – Anno 2021



** Di cui 6 non sono attivi.*
*** Di cui 2 con revoca dell'iscrizione/autorizzazione.*
**** Di cui 1 non attivo.*
Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

Riferimenti bibliografici e fonti informative

- Istat (2021), Le aziende agrituristiche in Italia. Anno 2020
- Ismea-RRN (2017), Multifunzionalità agricola e agriturismo - Scenario e prospettive
- Ismea-RRN (2018), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- Ismea-RRN (2019), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- Ismea-RRN (2020), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- Banca dati normativa statale in materia di agriturismo e multifunzionalità www.reterurale.it/agriturismo/normativa
- Commissione europea, Piano d'azione sul pilastro europeo dei diritti sociali: op.europa.eu/webpub/empl/european-pillar-of-social-rights/it/#infographic-main

5.

LA NORMATIVA

In questo capitolo si presenta il risultato del monitoraggio delle leggi statali e regionali, con le principali novità legislative in materia di attività connesse e multifunzionalità intervenute nell'ultimo anno (aggiornamento al 31 ottobre 2021).

Il quadro delle norme statali include i riferimenti al D.L. Sostegni bis, ai provvedimenti contenenti misure per l'esercizio in sicurezza delle attività sociali ed economiche e in particolare ai principali aspetti che riguardano le aziende agrituristiche (attività turistico-ricettive), al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

Il quadro normativo regionale raccoglie le principali evidenze e novità intervenute nelle discipline regionali. Comprende, inoltre, i prospetti aggiornati delle leggi regionali e delle province autonome in materia di agriturismo, fattorie didattiche e agricoltura sociale, delle norme di attuazione delle leggi regionali in materia di agricoltura sociale, dei limiti di ricettività per attività agrituristiche di alloggio, agricampeggio e ristorazione e delle percentuali di impiego nella ristorazione dei prodotti propri e del territorio.

113

il numero di norme sulla multifunzionalità disponibili nella banca dati presente sul sito della Rete Rurale Nazionale.

6

le Missioni in cui si articola il PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza) che coinvolgerà anche il sistema delle imprese agricole e agrituristiche italiane.

4

le Regioni che negli ultimi 12 mesi hanno aggiornato la normativa sull'agriturismo (regolamenti regionali).

4

le Regioni che negli ultimi 12 mesi hanno aggiornato la normativa in materia di agricoltura sociale e fattorie didattiche (tra leggi e disposizioni attuative).

5.

LA NORMATIVA

5.1 IL QUADRO NORMATIVO NAZIONALE

Il quadro della normativa statale in materia di agriturismo e multifunzionalità è disponibile sul sito della Rete Rurale Nazionale consultabile alla pagina web www.reterurale.it/agriturismo/normativa.

Il quadro riassuntivo delle norme statali, aggiornato al 31 ottobre 2021, contiene 113 riferimenti a leggi e documenti ufficiali ripartiti come segue:

1. Attività connesse - Norme generali (15);
2. Trasformazione e vendita diretta dei prodotti agricoli - Norme di settore (30);
3. Agriturismo, enoturismo, pescaturismo, ittiturismo - Norme di settore (21);
4. Agriturismo - Norme di settore su alloggio e agricampeggio (10);
5. Agriturismo - Norme di settore sulla ristorazione (8);
6. Agriturismo - Norme di settore sulle attività ricreative e culturali (8);
7. Agricoltura sociale - Norme di settore (5);
8. Norme generali - multisettoriali, applicabili alle attività connesse (16).

Per l'agriturismo, per quanto riguarda l'alloggio e l'agricampeggio, da gennaio 2022 entra in vigore il nuovo sistema Alloggiati Web, a seguito della pubblicazione del Decreto del Ministero dell'Interno del 16 settembre 2021 (GU Serie Generale n. 246 del 14/10/2021) che modifica e integra il vigente Decreto 7 gennaio 2013 recante "Disposizioni concernenti la comunicazione alle autorità di pubblica sicurezza dell'arrivo di persone alloggiate in strutture ricettive", stabilendo nuove modalità di comunicazione con le questure. Il nuovo decreto elimina il ricorso al Certificato digitale (comunque utilizzabile fino alla sua scadenza), sostituito da un sistema di autenticazione a due fattori (password e OTP one time password) e da un collegamento diretto tramite i sistemi informatici delle autorità di pubblica sicurezza e i sistemi gestionali delle strutture ricettive. Entro la data di scadenza del Certificato digitale, l'utente accreditato per la struttura ricettiva deve accedere al portale e richiedere il rilascio delle nuove credenziali secondo le modalità indicate all'art. 3.1 dell'Allegato tecnico dello stesso Decreto. Sempre a gennaio 2022 entrano in vigore anche le nuove regole sui soggiorni non superiori alle 24 ore per i quali la comunicazione alla questura delle generalità delle persone alloggiate deve avvenire entro 6 ore, anziché entro 24 ore dall'arrivo.

Inoltre, tra le novità più importanti del 2021, per l'agriturismo, si segnala il cosiddetto "D.L. Sostegni bis"[22] (art. 68, comma 10 e 11), che modifica gli articoli 2 e 4 della legge 20 febbraio 2006, n. 96 – "Disciplina dell'agriturismo". All'articolo 2 (Definizione di attività agrituristica), comma 2, al fine di sostenere l'incremento occupazionale e ridurre gli effetti negativi causati dall'emergenza epidemiologica da Covid-19, è stata inserita la possibilità di

22 *Decreto-Legge 25 maggio 2021, n. 73 - "Misure urgenti connesse all'emergenza da COVID-19, per le imprese, il lavoro, i giovani, la salute e i servizi territoriali", convertito con la Legge 23 luglio 2021, n. 106.*

considerare anche il personale dipendente dell'attività agrituristica tra i lavoratori agricoli ai fini della vigente disciplina previdenziale, assicurativa e fiscale; all'articolo 4 (Criteri e limiti dell'attività agrituristica), comma 2, è stato soppresso il riferimento al criterio del tempo di lavoro necessario all'esercizio delle attività, ai fini della valutazione del rapporto di connessione delle attività agrituristiche rispetto alle attività agricole che devono rimanere prevalenti.

Il D.L. Sostegni bis è, inoltre, intervenuto a favore del settore agrituristico riconoscendo l'esonero dal versamento dei contributi previdenziali e assistenziali per la quota a carico dei datori di lavoro per la mensilità relativa a febbraio 2021 (art. 70). L'esonero è riconosciuto alle aziende del settore agrituristico individuate dai codici ATECO 55.20.52 (Attività di alloggio connesse alle aziende agricole) e 56.10.12 (Attività di ristorazione connesse alle aziende agricole) indicati alla tabella E allegata al decreto-legge, oltre che alle aziende del settore vitivinicolo (individuate dai codici ATECO riportati nella stessa tabella).

Per contrastare l'emergenza Covid-19 il D.L. Sostegni bis è intervenuto, inoltre, con aiuti straordinari per l'agricoltura che, indirettamente, riguardano anche le attività connesse all'agricoltura (articoli contenuti nel Titolo VIII Agricoltura e trasporti). Le misure più importanti riguardano: procedure di semplificazione amministrativa e strumenti per ampliare l'accesso al credito per l'intero settore; indennità per i lavoratori del settore agricolo e della pesca; indennizzi per danni da avversità atmosferiche; contributi per i settori zootecnico, bieticolo-saccarifero, della birra artigianale, per forme di agricoltura sostenibile e distretti di agricoltura biologica, per lo sviluppo di soluzioni tecnologiche e progetti innovativi; estensione alle donne delle misure agevolative già previste per l'avvio di nuove imprese da parte dei giovani; compensazioni per i PSR delle regioni penalizzate dai nuovi criteri di assegnazione del FEASR per il periodo transitorio 2021-2022 della PAC.

Per quanto concerne il sostegno al turismo, il cosiddetto Decreto "Milleproroghe"[23] ha prorogato al 31 dicembre 2021 il termine di utilizzo del bonus vacanze per coloro che lo hanno richiesto dal 1° luglio al 31 dicembre 2020 e non lo hanno utilizzato.

Parallelamente ai provvedimenti di sostegno alle imprese, sono stati emanati provvedimenti contenenti misure per fronteggiare l'emergenza da Covid-19 e per l'esercizio in sicurezza delle attività sociali ed economiche. A partire dal 24 maggio 2021 (Ord. Ministero della Salute)[24] tutti i passeggeri che viaggiano verso l'Italia (come destinazione finale), prima del proprio ingresso nel territorio nazionale, sono tenuti a compilare il modulo digitale di localizzazione del passeggero (*digital Passenger Locator Form* - dPLF europeo). Dal 1° luglio 2021 in tutti i Paesi dell'Unione Europea è in vigore il regolamento sul Certificato COVID digitale dell'UE, necessario per la circolazione all'interno degli Stati membri. L'Italia ne ha esteso progressivamente l'utilizzo sul territorio nazionale. Dal 6 agosto (D.L. n. 105/2021)[25] il possesso della Certificazione Verde (*Green Pass*) è obbligatorio per accedere a determinati servizi e attività fra cui: servizi di ristorazione svolti da qualsiasi esercizio per il consumo al tavolo al chiuso (con l'eccezione per gli ospiti alloggiati nella struttura e in assenza di clienti esterni), sagre e fiere, piscine e centri benessere al chiuso. Dal 15 ottobre 2021 (D.L. 127/2021)[26] la Certificazione Verde è diventata obbligatoria per i lavoratori di tutti i settori produttivi, compresi quello agricolo, del settore ricettivo e della ristorazione.

Infine, come noto, nel corso del 2021 è stato approvato il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR - Recovery and Resilience Plan)[27], documento realizzato dal Governo italiano sulla base di Linee guida definite dalla Commissione Europea, in cui sono contenuti tutti gli interventi che verranno finanziati con le risorse dell'Unione europea nell'ambito del piano Next Generation EU (NGEU) e che dovranno permettere all'Italia di uscire dalla crisi causata dalla pandemia e, nel contempo, adattare il modello economico verso una maggiore sostenibilità ambientale e sociale. Il PNRR prevede investimenti pari a 191,5 miliardi di euro e si articola in sei Missioni (*1. Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo; 2. Rivoluzione verde e transizione ecologica; 3. Infrastrutture per una mobilità sostenibile; 4. Istruzione e ricerca; 5. Coesione e inclusione; 6. Sa-*

23 *Decreto-legge 31 dicembre 2020, n. 183 convertito con la Legge 26 febbraio 2021, n. 21.*

24 *Ordinanza Ministero della Salute 16 aprile 2021.*

25 *Decreto-legge 23 luglio 2021, n. 105 convertito con la Legge 16 settembre 2021, n. 126.*

26 *Decreto-legge 21 settembre 2021, n. 127..*

27 *Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR): iter, governance, attuazione, documenti ufficiali https://temi.camera.it/leg18/provvedimento/piano-nazionale-di-ripresa-e-resilienza.html*

lute) ripartite in sedici Componenti che, a loro volta, si suddividono in Ambiti di intervento, Investimenti e Riforme. Il PNRR, inoltre, individua tre priorità trasversali (politiche per i giovani, parità di genere, riequilibrio territoriale) non affidate a singoli interventi circoscritti a specifiche Missioni, ma perseguite in modo diffuso. Il Decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) del 06/08/2021 contiene il piano di assegnazione delle risorse finanziarie del PNRR, ovvero la ripartizione dei fondi tra le Amministrazioni centrali titolari degli interventi. Per quanto riguarda gli interventi a titolarità del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (MIPAAF), i fondi totali assegnati sono 3,68 miliardi di euro, ripartiti tra i seguenti interventi: sviluppo logistica per i settori agroalimentare, pesca e acquacoltura, silvicoltura, floricoltura e vivaismo; parco agrisolare; innovazione e meccanizzazione nel settore agricolo ed alimentare; investimenti nella resilienza dell'agro-sistema irriguo per un migliore gestione delle risorse idriche. Questi interventi, collocati all'interno della seconda Missione *Rivoluzione verde* e *transizione ecologica*, riguardano evidentemente anche le attività agrituristiche e le altre attività di diversificazione che, inoltre, sono interessate anche dagli interventi a sostegno della digitalizzazione dei territori rurali, della valorizzazione dell'architettura e del paesaggio rurale e dell'attrattività dei borghi (Missione 1), e trasversalmente anche da interventi contenuti nelle altre missioni.

5.2 AGGIORNAMENTI LEGISLATIVI REGIONALI

Nell'ultimo anno nessuna Regione e Provincia Autonoma ha modificato le proprie leggi sull'agriturismo. In materia di agricoltura sociale e fattorie didattiche la Regione Valle d'Aosta ha emanato la propria legge sull'agricoltura sociale (L.R. 18 maggio 2021, n. 12 – "Disposizioni in materia di fattorie sociali e agricoltura sociale")[28].

Più dinamico si presenta il quadro dei regolamenti regionali applicativi delle leggi: quattro Regioni hanno aggiornato i propri regolamenti per l'agriturismo, due Regioni si sono dotate di nuovi regolamenti/disposizioni attuative sull'agricoltura sociale e una Regione si è dotata di un nuovo regolamento sulle fattorie didattiche. Con l'occasione, in qualche caso, i regolamenti regionali sono intervenuti accogliendo alcune tendenze emerse con l'emergenza sanitaria Covid-19.

La Regione Lombardia (modifiche al Reg. 24/07/2020, n. 5 di attuazione del Titolo X della L.R. 5/12/2008, n. 31 "Testo unico delle leggi regionali in materia di agricoltura, foreste, pesca e sviluppo rurale" introdotte dal Reg. 16/2/2021, n. 2) ha introdotto modifiche finalizzate all'ampliamento dell'offerta gastronomica prevedendo: l'inserimento dei prodotti lombardi a denominazione comunale (De.Co.) e delle acque minerali di fonti situate in Lombardia tra i prodotti del territorio; l'utilizzo di prodotti ittici di provenienza marina nel caso di somministrazione di alimenti a bambini che frequentano agri-nidi e agri-asili presso le fattorie sociali di cui alla L.R. 35/2017. Inoltre, il regolamento prevede, come già introdotte nel regolamento del 2020: la modalità di asporto e di consegna a domicilio di pasti e bevande; l'espressa possibilità di utilizzo di spazi aperti quali corti, cortili, giardini e porticati di pertinenza delle stesse strutture aziendali per la somministrazione di alimenti e bevande e per la preparazione di cibi semplici (panini, spuntini, taglieri); informazioni di dettaglio relativamente all'agricampeggio con la specifica forma, tra le altre, del *glamping*, ossia del campeggio di lusso.

La Provincia Autonoma di Bolzano (modifiche all'Allegato della DGP 9/12/2008, n. 4617 introdotte dalla DGP 16/03/2021, n. 261) ha aggiornato i presupposti per lo svolgimento dell'attività agrituristica riguardanti i contratti di affitto di superfici agricole e il bestiame posseduto, ai fini della valutazione del rapporto di connessione con l'attività agricola. Nel caso in cui le superfici non siano di proprietà dell'azienda agricola, per l'esercizio dell'attività agrituristica è sufficiente il possesso di un contratto di affitto valido e non più di un contratto della durata residua di almeno dieci anni; nelle 1,5 UBA (unità di bestiame adulto), ritenute prerequisito per svolgere l'attività agrituristica, sono ora conteggiabili anche i suini e gli avicoli, oltre a bovini, ovini e caprini. Inoltre, alle imprese agricole che offrono attività di ippoturismo o servizio di carrozze trainate da animali e detengono almeno 5 cavalli o pony, non è più richiesto il possesso di almeno 1,5 UBA.

La Regione Lazio ha adottato il nuovo regolamento per gli agriturismi (Reg. 23/04/2021, n. 8 – "Disposizioni per la disciplina delle attività agrituristiche") che, tra le principali novità, prevede: l'adeguamento alla legge regionale 1/2020 relativa alle Misure per lo sviluppo economico, l'attrattività degli investimenti e la semplificazione; la classificazione delle aziende agrituristiche e la concessione in uso del marchio nazionale "Agriturismo Italia"; la possibilità di effettuare

28 La Regione Emilia-Romagna ha approvato il Progetto di legge d'iniziativa della Giunta "Norme in materia di agricoltura sociale" (DGR n. 1383 del 06/09/2021).

il servizio di asporto e consegna a domicilio di pasti e bevande, nel rispetto dei limiti già previsti dalla legge regionale.

La Regione Toscana (modifiche al Reg. 3/8/2004, n. 46/R, introdotte dal Reg. 8/9/2021, n. 34/R) ha introdotto novità e chiarimenti in particolare sull'agricampeggio e sulle modalità di svolgimento dell'attività di somministrazione: in materia di agricampeggio il regolamento disciplina i requisiti delle piazzole, la procedura per l'allestimento delle piazzole fornite di allacciamenti per impianti igienico-sanitari e le caratteristiche dei mezzi di soggiorno utilizzabili (tende, camper, roulotte, case mobili), inoltre, viene ridefinita la disciplina relativa alla sosta camper gratuita per un massimo di 24 ore; in merito all'attività di somministrazione pasti, degustazione ed eventi promozionali si precisa che può essere svolta anche in spazi aperti aziendali e tramite il servizio di asporto e consegna a domicilio; così come viene indicato che possono essere utilizzati monolocali negli immobili esistenti che non necessitano di ristrutturazioni e che nelle camere possono essere allestite cucine monoblocco senza fiamma libera. Infine, in un'ottica di sistema territoriale, si specifica che le attività riferite al mondo rurale (didattiche, culturali, tradizionali, di turismo religioso e culturale, ricreative, sportive, escursionistiche e di ippoturismo, sociali e di servizio per le comunità locali) possono essere organizzate dall'azienda agricola singolarmente o mediante forme di collaborazione tra imprenditori agrituristici, consentendone la realizzazione su tutto il territorio regionale e non solo nel comune di riferimento dell'agriturismo o nei comuni limitrofi.

Relativamente all'agricoltura sociale la Regione Lombardia si è dotata del Reg. 9/4/2021, n. 4, recante le disposizioni attuative della L.R. 12/12/2017, n. 35 – "Disposizioni in materia di agricoltura sociale". In particolare vengono definiti: contenuti e modalità di svolgimento dei corsi di formazione, requisiti e procedure per l'iscrizione al registro delle fattorie sociali, obblighi per lo svolgimento delle attività, modalità di tenuta del registro, modalità di utilizzo del contrassegno identificativo di riconoscimento.

La Regione Sicilia con D.A. 12/7/2021, n. 36, ha approvato le "Disposizioni per il riconoscimento di operatore di Agricoltura Sociale" in attuazione della L.R. 11/8/2017, n. 16, al fine di consentire il riconoscimento degli operatori da parte degli enti preposti alla gestione dei servizi e rendere pubblici i nominativi degli operatori riconosciuti.

In merito all'attività di fattoria didattica, la Regione Piemonte ha approvato il nuovo Reg. 9/6/2021, n. 5, recante le disposizioni regionali relative all'esercizio e alla funzionalità delle attività di fattoria didattica in attuazione dell'articolo 19 della legge regionale 22 gennaio 2019, n. 1 (Riordino delle norme in materia di agricoltura e sviluppo rurale). Successivamente all'adozione del Regolamento, con Determina dirigenziale 23/06/2021, n. 546, è stato approvato il Marchio grafico delle fattorie didattiche, le linee guida per il suo utilizzo e la modulistica relativa alla segnalazione certificata di inizio attività (SCIA). Infine, è utile segnalare che la Regione Piemonte con la DGR 31/5/2021, n. 1-3339 fornisce disposizioni integrative per la gestione in sicurezza delle attività dei Centri estivi per bambini ed adolescenti (6/17 anni) durante l'emergenza Covid-19, riconoscendo le fattorie didattiche quali luoghi di pedagogia attiva, anche con riferimento all'attività di centro estivo, includendo, quale parte integrante del provvedimento, un documento relativo all'esperienza delle fattorie didattiche come risorsa per le attività estive.

Di seguito si riportano i prospetti riepilogativi delle leggi regionali in materia di agriturismo (Tab. 22), dei relativi limiti della ricettività (Tab. 23) e di impiego dei prodotti per la ristorazione (Tab. 24), i prospetti riepilogativi delle leggi regionali in materia di agricoltura sociale e fattorie didattiche (Tab. 25) e delle norme di attuazione delle leggi regionali in materia di agricoltura sociale (Tab. 26), aggiornati alla data del 31 ottobre 2021.

TAB. 22

Prospetto riepilogativo delle leggi regionali in materia di agriturismo

Regione	Estremi della legge	Titolo della legge	Modifiche
Abruzzo	L.R. 31 luglio 2012, n. 38	Disciplina delle attività agrituristiche in Abruzzo	
	L.R. 12 agosto 2020, n. 28	Disciplina delle attività enoturistiche in Abruzzo	
Basilicata	L.R. 25 febbraio 2005, n. 17	Agriturismo e turismo rurale in Basilicata	
Calabria	L.R. 30 aprile 2009, n. 14	Nuova disciplina per l'esercizio dell'attività agrituristica, didattica e sociale nelle aziende agricole	L.R. 5 luglio 2016, n. 22
Campania	L.R. 6 novembre 2008, n. 15 e successive modifiche	Disciplina per l'attività di agriturismo	L.R. 21 gennaio 2010, n. 2 L.R. 27 gennaio 2012, n. 1 L.R. 8 agosto 2016, n. 22
Emilia-Romagna	L.R. 31 marzo 2009, n. 4	Disciplina dell'agriturismo e della multifunzionalità delle aziende agricole	L.R. 26 luglio 2013, n. 14 L.R. 21 dicembre 2017, n. 24
Friuli-Venezia Giulia	L.R. 22 luglio 1996, n. 25 e successive modifiche	Disciplina dell'agriturismo	L.R. 9 novembre 1998, n. 13 L.R. 22 febbraio 2000, n. 2 L.R. 15 maggio 2002, n. 13 L.R. 24 marzo 2004, n. 8 L.R. 4 giugno 2004, n. 18 L.R. 18 agosto 2005, n. 21 L.R. 25 agosto 2006, n. 17 L.R. 27 novembre 2006, n. 24 L.R. 20 agosto 2007, n. 22 L.R. 17 ottobre 2007, n. 25 L.R. 21 dicembre 2012, n. 26 L.R. 26 giugno 2014, n. 11 L.R. 30 dicembre 2014, n. 27 L.R. 25 settembre 2015, n. 22 L.R. 11 agosto 2016, n. 14 L.R. 21 luglio 2017, n. 28
Lazio	L.R. 2 novembre 2006, n. 14 e successive modifiche	Norme in materia di diversificazione delle attività agricole	L.R. 10 agosto 2016, n. 12 L.R. 22 ottobre 2018, n. 7 (art. 16) L.R. 31 dicembre 2016, n. 17 L.R. 14 agosto 2017, n. 9 L.R. 22 ottobre 2018, n. 7 (art. 16)
Liguria	L.R. 21 novembre 2007, n. 37	Disciplina dell'attività agrituristica del pescaturismo e ittiturismo	L.R. 7 agosto 2014, n. 22
Lombardia	L.R. 5 dicembre 2008, n. 31 e successive modifiche	Testo unico delle leggi regionali in materia di agricoltura - Titolo X - Disciplina regionale dell'agriturismo	L.R. 18 giugno 2019, n. 11 L.R. 18 ottobre 2019, n. 11 (art. 1, comma 1, d)
Marche	L.R. 14 novembre 2011, n. 21	Disposizioni regionali in materia di multifunzionalità dell'azienda agricola e diversificazione in agricoltura	L.R. 27 novembre 2012, n. 37 L.R. 23 dicembre 2013, n. 49 L.R. 4 dicembre 2014, n. 33 L.R. 2 dicembre 2016, n. 27
Molise	L.R. 22 marzo 2010, n. 9 e successive modifiche	Disciplina delle attività agrituristiche	L.R. 9 aprile 2010, n. 12
Piemonte	L.R. 22 gennaio 2019, n. 1	Riordino delle norme in materia di agricoltura e di sviluppo rurale	Titolo III - Multifunzionalità
P.A. di Bolzano	L.P. 19 settembre 2008, n. 7	Disciplina dell'agriturismo	
P.A. di Trento	L.P. 19 dicembre 2001, n. 10 e successive modifiche	Disciplina dell'agricoltura sociale, delle strade del vino, delle strade dei sapori, delle strade dei fiori, del pescaturismo e dell'ittiturismo	L.P. 2 maggio 2012, n. 8 L.P. 21 gennaio 2015, n. 1 L.P. 23 maggio 2016, n. 9 L.P. 21 luglio 2016, n. 12
	L.P. 30 ottobre 2019, n. 10	Disciplina dell'agriturismo e modificazioni della legge provinciale sull'agriturismo 2001 e della legge provinciale sugli incentivi alle imprese 1999	L.P. 23 dicembre 2019, n. 12 (art. 18) L.P. 13 maggio 2020, n. 3 (art. 46) L.P. 6 agosto 2020, n. 6 (art. 46)

Regione	Estremi della legge	Titolo della legge	Modifiche
Puglia	L.R.13 dicembre 2013, n. 42	Disciplina dell'agriturismo	L.R. 10 agosto 2018, n. 44 L.R. 28 dicembre 2018, n. 67
Sardegna	L.R. 11 maggio 2015, n. 11	Norme in materia di agriturismo, ittiturismo, pescaturismo, fattoria didattica e sociale e abrogazione della legge regionale n. 18 del 1998	L.R. 2 agosto 2016, n. 19 L.R. 11 gennaio 2019, n. 1 (art. 2) L.R. 10 giugno 2020, n. 15
Sicilia	L.R. 26 febbraio 2010, n. 3 e successive modifiche	Disciplina dell'agriturismo in Sicilia	L.R. 12 maggio 2010, n.11 L.R. 11 maggio 2011 n. 7
Toscana	L.R. 23 giugno 2003, n. 30 e successive modifiche	Disciplina delle attività agrituristiche in Toscana	L.R. 28 maggio 2004, n. 27 L.R. 3 gennaio 2005, n. 1 L.R. 28 dicembre 2009, n. 80 L.R. 3 dicembre 2012, n. 69 L.R. 21 gennaio 2014, n. 4 L.R. 23 febbraio 2016, n. 14 L.R. 11 dicembre 2019, n. 76 (disciplina delle attività di enoturismo) L.R. 6 agosto 2020, n. 80
Umbria	L.R. 9 aprile 2015, n. 12	Testo unico in materia di agricoltura - Titolo VIII Agriturismo, fattorie didattiche, agricoltura sociale e fattorie sociali	
Valle d'Aosta	L.R. 4 dicembre 2006, n. 29	Nuova disciplina dell'agriturismo. Abrogazione della legge regionale 24 luglio 1995, n. 27, e del regolamento regionale 14 aprile 1998, n. 1	L.R. 22 dicembre 2017, n. 23
Veneto	L.R. 10 agosto 2012, n. 28 e successive modifiche	Disciplina dell'agriturismo, ittiturismo e pescaturismo	L.R. 24 dicembre 2013, n. 35 L.R. 23 febbraio 2016 n. 7 L.R. 29 dicembre 2017, n. 45

TAB. 23

Prospetto riepilogativo dei limiti di ricettività previsti dalle Leggi Regionali e delle Province Autonome per attività agrituristiche di alloggio, agricampeggio e ristorazione

Regione	Limiti
Valle d'Aosta	• Alloggio e ristorazione: 16 posti letto + 60 pasti/giorno oppure 24 posti letto + 30 pasti/giorno • Ristorazione: 60 pasti/giorno (compresi max 16 ospiti negli alloggi); 80 pasti/giorno per attività fino a 180 giorni/anno • Agricampeggio non previsto
Piemonte	• Alloggio: 25 posti letto adulti + 10 posti letto bambini fino a 12 anni • Ospitalità familiare: 10 ospiti/giorno per alloggio e pasti • Agricampeggio: 3 piazzole (se senza alloggio, fino 10 piazzole per 30 ospiti, su disposizione comunale) • Ristorazione: limite non previsto**
Liguria	• Alloggio: 30 posti letto (38 posti letto nelle zone di prevalente interesse agrituristico) • Agricampeggio: 12 piazzole (14 piazzole nelle zone di prevalente interesse agrituristico) • Alloggio + agricampeggio: 50 ospiti (58 ospiti nelle zone di prevalente interesse agrituristico) • Ristorazione: 65 coperti/pasto o 130 coperti/giorno • Degustazioni: 150/giorno
Lombardia	• Alloggio + agricampeggio: 100 ospiti/giorno • Ristorazione: 160 pasti/giorno
P.A. di Trento	• Alloggio: 30 posti letto (in un massimo di 15 camere o 6 appartamenti) • Agricampeggio:15 piazzole e 30 ospiti • Ristorazione: 60 posti tavola (escluse malghe)
P.A. di Bolzano	• Alloggio: limite non previsto**. Fino a 10 posti letto, l'attività agricola si considera comunque prevalente • Agricampeggio non previsto • Ristorazione: limite di somministrazione pasti non previsto** . Fino a 10 posti tavola, l'attività agricola si considera comunque prevalente
Friuli-Venezia Giulia	• Alloggio: 30 posti letto (40 posti letto con almeno 10 posti letto in appartamenti) • Agricampeggio: 20 piazzole • Ristorazione: 90 posti tavola (140 posti tavola per 120 giorni/anno)

Regione	Limiti
Veneto	• Alloggio: 30 posti letto • Agricampeggio: 30 ospiti • Ristorazione: limite non previsto**
Emilia-Romagna	• Alloggio: 12 camere (18 camere in aree naturali protette) • Agricampeggio: 8 piazzole (15 piazzole in aree naturali protette) • Ristorazione: 50 pasti/giorno (media mensile) + 2 per ogni camera o piazzola
Toscana	• Alloggio: limite non previsto** • Agricampeggio: 6 ospiti per ettaro di superficie aziendale, 35 piazzole e 90 ospiti • Ristorazione: limite non previsto**
Marche	• Alloggio: 40 posti letto (55 posti letto in zone montane o svantaggiate) • Agricampeggio: 25 piazzole (con 3 ettari di SAU* minima aziendale) • Alloggio + agricampeggio: 80 ospiti • Ristorazione: 70 posti tavola (100 posti tavola con 65% di prodotti propri + 20% di prodotti regionali)
Umbria	• Alloggio: 30 posti letto • Agricampeggio: 6 piazzole (10 piazzole se aziende associate) se senza alloggio o con alloggio inferiore ai 30 posti letto • Ristorazione: 2 posti tavola per ogni posto letto (escluse zone individuate nel programma agrituristico regionale) • Nel limite di 10 ospiti giornalieri (alloggio, agricampeggio, ristorazione) l'attività agricola si considera comunque prevalente sull'attività agricola
Lazio	• Alloggio: 50 posti letto • Agricampeggio: 12 piazzole per 30 ospiti • Ristorazione: 80 pasti/giorno (media)
Abruzzo	• Alloggio: 50 posti letto (10 posti letto ospitalità familiare) • Agricampeggio: 20 piazzole per 50 ospiti • Alloggio + agricampeggio: 80 ospiti • Ristorazione: 80 posti tavola
Molise	• Alloggio: 25 posti letto (8 posti letto se SAU* aziendale inferiore a 3 ettari) • Agricampeggio: 12 piazzole (5 piazzole se SAU* aziendale inferiore a 3 ettari) • Ristorazione: limite non previsto**
Campania	• Limiti ricettività non previsti**
Puglia	• Alloggio: 40 posti letto • Agricampeggio: 15 piazzole • Alloggio + agricampeggio: max 85 persone • Ristorazione: media annua 50 pasti/giorno
Basilicata	• Alloggio: 30 posti letto (40 posti letto per le aziende con più di 5.000 ore-lavoro; 50 posti letto per aziende con più 10.000 ore-lavoro) • Agricampeggio: 15 piazzole per 60 ospiti • Ristorazione: 100 posti tavola/pasto
Calabria	• Alloggio: 30 posti letto • Agricampeggio: 10 piazzole per 40 ospiti • Ristorazione: 60 posti tavola/pasto (su media annua per un massimo di 180 pasti/giorno)
Sicilia	• Limiti ricettività non previsti**
Sardegna	• Alloggio: 30 posti letto in un massimo di 16 camere • Agricampeggio: 10 piazzole per 30 ospiti • Ristorazione: 100 posti tavola/pasto, 200 posti tavola/giorno, 1.800 posti tavola/mese

** SAU = Superficie Agricola Utilizzata*

*** Vige comunque, come in tutte le Regioni e Province Autonome, il requisito della prevalenza dell'attività agricola sull'attività agrituristica, basato sul confronto del tempo-lavoro (o in alcuni casi del valore della produzione) nonché sulla provenienza dei prodotti utilizzati nella ristorazione.*

TAB. 24

Prospetto riepilogativo dei limiti di provenienza dei prodotti da utilizzare per la ristorazione agrituristica (valori % minimi/massimi)

Regione	Limiti
Valle d'Aosta	Limiti non previsti ***Deroghe e specifiche*** • Prodotti propri prevalenti • Altri prodotti: principalmente prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni e prodotti regionali tradizionali
Piemonte	• Prodotti propri (% minima): 25% del valore (costo) totale • Prodotti propri + prodotti di altre aziende agricole regionali, % minima): 85% del valore (costo) totale • Prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: quota rimanente, salvo prodotti non regionali di uso comune per il completamento delle pietanze ***Deroghe e specifiche*** • Per le prime colazioni per ospiti alloggiati, prodotti regionali: 80% • Diete speciali: la % massima di prodotti non regionali 10%
Liguria	• Prodotti propri: (% minima) 40% • Prodotti propri + prodotti di altre aziende agricole/ittiche regionali: (% minima) 70% • Prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale + prodotti extraregionali: (% massima) 30%
Lombardia	• Prodotti propri: (% minima) 35% (in zone svantaggiate 30%) • Prodotti propri + prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni: (% minima annua) 80% • Prodotti extraregionali: (% massima) 20% ***Deroghe e specifiche*** • Fra i prodotti extraregionali sono esclusi prodotti ittici marini e vini di altre regioni (salvo, per i vini, la provenienza da province contigue alla provincia ove è ubicata l'azienda) • Per le prime colazioni per ospiti alloggiati, prodotti propri + prodotti regionali (% minima): 40%
P.A. di Trento	• Prodotti propri (% minima): 30% • Prodotti propri + prodotti di altre aziende agricole della provincia di Trento: (% minima) 80% • Prodotti extraprovinciali: (% massima) 20%
P.A. di Bolzano	• Prodotti propri: (% minima) 30% • Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni: (% massima) 50% • Prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale + prodotti extraregionali: (% massima) 20%
Friuli-Venezia Giulia	• Prodotti propri: (% minima) 55% • Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: (% massima) 25% • Prodotti extraregionali (% massima): 20% ***Deroghe e specifiche*** • Zone naturalistiche, Trieste, Carso, oltre 300 m slm le quote percentuali indicate sopra sono rispettivamente: 40%-40%-20% • Oltre 500 m slm: 25%-55%- 20%
Veneto	• Prodotti propri: (% minima) 65% • Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: (% massima) 20% • Prodotti extraregionali: (% massima) 15% ***Deroghe e specifiche*** • Zone montane le quote percentuali indicate sopra sono rispettivamente: 35%-50%-15% • Prodotti tipici di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni, prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale, DOP-IGP, biologici le quote percentuali sono rispettivamente: 50%-35%-15% • I prodotti di cui al punto precedente per le zone montane: 25%-60%-15%
Emilia-Romagna	• Prodotti propri: (% minima) 35% • Prodotti propri + prodotti regionali certificati DOP, IGP, biologici, tradizionali: 80% • Prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: (% massima) 20% ***Deroghe e specifiche*** • Zone montane prodotti propri: (% minima) 25%

Regione	Limiti
Toscana	• Limiti non previsti ***Deroghe e specifiche*** • Prodotti propri prevalenti • Restante parte: principalmente prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni e poi prodotti regionali certificati • Prodotti extraregionali sono stabiliti dagli uffici della Giunta Regionale
Marche	• Prodotti propri: (% minima in valore annuo) 30% • Prodotti di altre aziende agricole regionali: (% minima in valore annuo) 20% • Prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: (% massima in valore annuo) 20% • Prodotti acquistati in esercizi commerciali: (% massima in valore annuo) 20% ***Deroghe e specifiche*** • Zone montane o prodotti biologici, prodotti propri: (% minima in valore annuo) 25%
Umbria	• Prodotti propri: (% minima) 30% • Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: (% massima) 55% • Prodotti extraregionali: (% massima) 15%
Lazio	• Prodotti propri: (% minima) 30% • Prodotti extraregionali: (% massima) 25% ***Deroghe e specifiche*** • Zone montane o svantaggiate o aree naturali - prodotti propri: (% minima) 25%
Abruzzo	• Prodotti propri: (% minima) 55% • Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale (% massima): 35% • Prodotti extraregionali (% massima): 10% ***Deroghe e specifiche*** • Zone svantaggiate le quote percentuali indicate sopra sono rispettivamente: 35%-55%-10% • Ristorazione solo per alloggiati: 45%-45%-10% • Ristorazione solo per alloggiati e zone svantaggiate: 25%-65%-10%
Molise	• Prodotti propri: (% minima) 40% • Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: (% massima) 50% • Prodotti extraregionali: (% massima) 10%
Campania	• Prodotti propri + Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + Prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: 60%* • Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: 25% • Prodotti extraregional: (% massima) 15% (*) I prodotti di altre aziende agricole e i prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale devono rientrare nello stesso Sistema Territoriale
Puglia	• Prodotti propri + Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni: 60% • Prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: (% massima) 40% (preferibilmente)
Basilicata	• Prodotti propri: (% minima) 75%
Calabria	• Prodotti propri: (% minima) 20% • Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni: (% massima) 50% • Prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: (% massima) 25% • Prodotti extraregionali: (% massima) 5% ***Deroghe e specifiche*** • Zone montane - Prodotti propri: 10%
Sicilia	• Prodotti propri + Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: 100%
Sardegna	• Prodotti propri + Prodotti di altre aziende agricole regionali o di province limitrofe di altre regioni + prodotti di artigiani alimentari ottenuti da materia prima agricola regionale: 85%

I prodotti extraregionali, dove non quantificati in percentuale, sono comunque consentiti, se non disponibili nella produzione agricola locale, da tutte le Regioni e Province Autonome, limitatamente all'uso come ingredienti complementari delle preparazioni alimentari o come normali componenti di un pasto (es. caffè, spezie).

Tutte le Regioni e Province Autonome consentono la preparazione di diete speciali, per motivi di salute, in deroga ai limiti di impiego di prodotto proprio o regionale.

TAB. 25

Prospetto riepilogativo delle leggi regionali in materia di fattorie didattiche e agricoltura sociale

Regione	Estremi della legge	Titolo della legge	Note
Valle d'Aosta	L.R. 18 maggio 2021, n. 12	Disposizioni in materia di fattorie sociali e agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale
Piemonte	L.R. 22 gennaio 2019, n. 1	Riordino delle norme in materia di agricoltura e di sviluppo rurale	Disposizioni sull'agricoltura sociale e le fattorie didattiche (Titolo III, artt. 18-23)
Liguria	L.R. 21 novembre 2007, n. 37	Disciplina dell'attività agrituristica del pescaturismo e ittiturismo	Norma sulle fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (artt. 2-3-21)
	L.R. 21 novembre 2013, n. 36	Disposizioni in materia di agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale *
Lombardia	L.R. 5 dicembre 2008, n. 31 e successive modifiche	Testo unico delle leggi regionali in materia di agricoltura - Titolo X (artt. 150-164) - Disciplina regionale dell'agriturismo	Norma sulle fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (artt. 151 e 159)
	L.R. 12 dicembre 2017, n. 35 e successive modifiche	Disposizioni in materia di agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale
	L.R. 4 dicembre 2018, n. 17 (art. 14)	Legge di revisione normativa e di semplificazione 2018	Norma specifica sull'agricoltura sociale
	L.R. 18 ottobre 2019, n. 11 (art. 1, comma 1, d)	Modifiche alla legge regionale 5 dicembre 2008, n. 31	Norma su multifunzionalità dell'azienda agricola
P.A. di Trento	L.P. 19 dicembre 2001, n. 10 e successive modifiche	Disciplina dell'agricoltura sociale, delle strade del vino, delle strade dei sapori, delle strade dei fiori, del pescaturismo e dell'ittiturismo	Norma specifica sull'agricoltura sociale - Capo II bis, artt. 14.1 - 14 novies (Capo aggiunto dall'art. 5 della L.P. 21 gennaio 2015, n. 1; rubrica sostituita dall'art. 2 della L.P. 21 luglio 2016, n. 12) *
	L.P. 30 ottobre 2019, n. 10	Disciplina dell'agriturismo e modificazioni della legge provinciale sull'agriturismo 2001 (..)	Definizione di fattoria didattica e disposizioni specifiche relative (artt. 2 e 5).
P.A. di Bolzano	L.P. 19 settembre 2008, n. 7	Disciplina dell'agriturismo	Norma generica sulle fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (art. 2)
	L.P. 22 giugno 2018, n. 8	Agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale
Friuli-Venezia Giulia	L.R. 4 giugno 2004, n. 18	Riordinamento normativo dell'anno 2004 per il settore delle attività economiche e produttive	Fattorie didattiche (art. 23)
	L.R. 17 ottobre 2007, n. 25	Modifiche alle leggi regionali 25/1996 in materia di agriturismo, 15/2000 in materia di prodotti biologici nelle mense pubbliche, 18/2004 in materia di fattorie didattiche (..)	Art. 19 e altri
	L.R. 6 febbraio 2018, n. 2	Modifiche alla legge regionale 8 agosto 2000, n. 15 (Norme per l'introduzione dei prodotti biologici, tipici e tradizionali nelle mense pubbliche e per iniziative di educazione alimentare), disposizioni in materia di agricoltura sociale e relative al Fondo di rotazione per interventi nel settore agricolo	Norma specifica sull'agricoltura sociale (Capo II - Disposizioni in materia di agricoltura sociale - artt. 8-12)
Veneto	L.R. 10 agosto 2012, n. 28	Disciplina dell'agriturismo, ittiturismo e pescaturismo	Norma sulle fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (artt. 12 bis-19-27 bis-28)
	L.R. 28 giugno 2013, n. 14	Disposizioni in materia di agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale *
Emilia-Romagna	L.R. 31 marzo 2009, n. 4	Disciplina dell'agriturismo e della multifunzionalità delle aziende agricole	Norma specifica sulle fattorie didattiche (Titolo II artt. 22-29) Norma generica sulle attività sociali nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica, come modificata da DGR 11 luglio 2011, n. 987 (modifiche agli artt. 2 e 11) *

Regione	Estremi della legge	Titolo della legge	Note
Toscana	L.R. 23 giugno 2003, n. 30	Disciplina delle attività agrituristiche in Toscana	Norma specifica sulle fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (Titolo II bis)
	L.R. 26 febbraio 2010, n. 24	Disposizioni in materia di agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale, come modificata da L.R. 18 giugno 2012, n. 29 (artt. 85 e 86 che modificano gli artt. 4 e 5 della Legge) *
Marche	L.R. 14 novembre 2011, n. 21	Disposizioni regionali in materia di multifunzionalità dell'azienda agricola e diversificazione in agricoltura	Norma specifica sull'agricoltura sociale (Capo II – artt. 25-36) e fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (art. 9) *
Umbria	L.R. 9 aprile 2015, n. 12	Testo unico in materia di agricoltura - Titolo VIII Agriturismo, fattorie didattiche, agricoltura sociale e fattorie sociali	Norma specifica sulle fattorie didattiche (Titolo VIII - Sezione II - Fattorie Didattiche artt. 146-152) e sull'agricoltura sociale (Titolo VIII - Sezione III - Agricoltura Sociale artt. 153-159) *
Lazio	L.R. 2 novembre 2006, n. 14 e successive modifiche	Norme in materia di diversificazione delle attività agricole	Norma generica sull'agricoltura sociale (citata in finanziamenti - art. 13 c. 2) e sulle fattorie didattiche (citate nell'ambito delle attività agrituristiche, artt. 2-3-11-24) *
	L.R. 10 agosto 2016, n. 12	Disposizioni per la semplificazione, la competitività e lo sviluppo della regione	Disposizioni in materia di agriturismo e turismo rurale e di multifunzionalità delle aziende agricole (agricoltura sociale e fattorie didattiche citate tra le attività multifunzionali, art. 16)
	L.R. 22 ottobre 2018, n. 7 (art. 16)	Disposizioni per la semplificazione e lo sviluppo regionale	Modifiche alla legge regionale 2 novembre 2006, n. 14 (art. 16)
Abruzzo	L.R. 6 luglio 2011, n. 18	Disposizioni in materia di agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale *
	L.R. 18 dicembre 2013, n. 48	Disciplina delle fattorie didattiche, agrinido, agriasilo e agritata	Norma specifica su fattorie didattiche, agrinido, agriasilo e agritata *
Molise	L.R. 22 marzo 2010, n. 9	Disciplina delle attività agrituristiche	Norma generica sulle fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (art. 2)
	L.R. 10 febbraio 2014, n. 5	Norme in materia di agricoltura sociale	Norma specifica su agricoltura sociale *
Campania	L.R. 30 marzo 2012, n. 5	Norme in materia di agricoltura sociale e disciplina delle fattorie e degli orti sociali (..)	Norma specifica sull'agricoltura sociale *
Puglia	L.R. 26 febbraio 2008, n. 2	Riconoscimento delle masserie didattiche	Norma specifica sulle fattorie didattiche
	L.R. 27 marzo 2018 n. 9	Disposizioni in materia di agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale
Basilicata	L.R. 25 febbraio 2005, n. 17	Agriturismo e turismo rurale	Norma generica sulle fattorie didattiche (art. 3) nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica
	L.R. 17 dicembre 2018, n. 53	Disposizioni in materia di agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale
Calabria	L.R. 30 aprile 2009, n. 14	Nuova disciplina per l'esercizio dell'attività agrituristica, didattica e sociale nelle aziende agricole	Norma specifica sulle fattorie didattiche (capitolo II, artt. 20-25) e l'agricoltura sociale (capitolo III, artt. 26-28) *
Sicilia	L.R. 26 febbraio 2010, n. 3	Disciplina dell'agriturismo in Sicilia	Norma generica sulle fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (art. 2)
	L.R. 11 agosto 2017, n. 16 (art. 41)	Disposizioni programmatiche e correttive per l'anno 2017. Legge di stabilità regionale	Norma specifica sull'agricoltura sociale
Sardegna	L.R. 11 maggio 2015, n. 11	Norme in materia di agriturismo, ittiturismo, pescaturismo, fattoria didattica e sociale (..)	Norma specifica sull'agricoltura sociale e le fattorie didattiche (Capo IV, artt. 16-19) *

** Leggi regionali emanate prima della Legge 18 agosto 2015, n. 141 "Disposizioni in materia di agricoltura sociale" (Gazzetta Ufficiale n. 208 dell'8.09.2015).*

TAB. 26

Prospetto riepilogativo delle norme di attuazione delle leggi regionali in materia di agricoltura sociale

Regione	Estremi della legge	Titolo della legge
Liguria	Delibera Giunta Regionale 22 dicembre 2014, n. 1724	Approvazione linee guida alla Legge Regionale n. 36 del 21 novembre 2013.
Lombardia	Regolamento regionale 9 aprile 2021, n. 4	Regolamento regionale di attuazione della legge regionale 12 dicembre 2017 n. 35 (Disposizioni in materia di agricoltura sociale).
P.A. di Bolzano	Decreto Presidente della Provincia 17 maggio 2021, n. 18	Elenco provinciale degli operatori e delle operatrici dell'agricoltura sociale.
Friuli-Venezia Giulia	Decreto del Presidente della Regione 6 marzo 2015, n. 47	Regolamento recante requisiti e modalità per il riconoscimento della qualifica di fattoria didattica o di fattoria sociale e disposizioni in materia di contributi assegnati dalle Province per il trasporto collettivo di scolari e studenti nelle fattorie didattiche o per le attività nelle fattorie sociali, in attuazione dell'articolo 23 della legge regionale 4 giugno 2004, n. 18 (Riordinamento normativo dell'anno 2004 per il settore delle attività economiche e produttive).
Veneto	Delibera Giunta Regionale 9 dicembre 2014, n. 2334	Legge regionale 28 giugno 2013, n. 14 "Disposizioni in materia di agricoltura sociale". Definizione del procedimento amministrativo per l'iscrizione e modalità per la tenuta dell'elenco regionale delle fattorie sociali.
	Delibera Giunta Regionale 28 aprile 2015, n. 667	Approvazione Direttiva per la presentazione di progetti formativi per i percorsi di base per l'avvio di Fattoria Sociale ai sensi dell'art. 6, comma 1, lettera f) della Legge Regionale 28 giugno 2013, n. 14 "Disposizioni in materia di agricoltura sociale".
	Delibera Giunta Regionale 9 aprile 2019, n. 420	Approvazione del "Logo delle fattorie sociali del Veneto", del manuale e della disciplina d'uso. Legge regionale 28 giugno 2013, n. 14 "Disposizioni in materia di agricoltura sociale".
Emilia-Romagna	Delibera Giunta Regionale 2 novembre 2009, n. 1693	L.R. n. 4 del 31 marzo 2009 Disciplina dell'agriturismo e della multifunzionalità delle aziende agricole" - Criteri di attuazione del Settore Agriturismo.
Toscana	Decreto Presidente Giunta Regionale 3 agosto 2004, n. 46/R	Regolamento di attuazione della legge regionale 23 giugno 2003, n. 30 "Disciplina delle attività agrituristiche e delle fattorie didattiche in Toscana" (e ss.mm.ii.).
Marche	Delibera Giunta Regionale 18/04/2016, n. 345	Istituzione dell'Elenco Regionale degli Operatori di Agricoltura Sociale.
Abruzzo	Regolamento Regionale 2 maggio 2012, n. 2	Regolamento attuativo della legge regionale 6 luglio 2011, n. 18 "Disposizioni in materia di agricoltura sociale".
	Delibera Giunta Regionale 28 ottobre 2013, n. 778	L.R. 6 luglio 2011, n. 18 recante Disposizioni in materia di agricoltura sociale. Istituzione Albo delle Fattorie Sociali e approvazione disciplinare.
Campania	Regolamento 25 novembre 2014, n. 8	Regolamento di attuazione della legge regionale 30 marzo 2012, n. 5.
Puglia	Regolamento regionale 11 ottobre 2019, n. 20	Regolamento Regionale di attuazione della Legge Regionale 27 marzo 2018 n. 9 "Disposizioni in materia di agricoltura sociale".
Calabria	Regolamento Regionale 7 marzo 2011, n. 2	Regolamento per l'esecuzione della legge regionale n. 14 del 30 aprile 2009 avente per oggetto: "Nuova disciplina per l'esercizio dell'attività agrituristica, didattica e sociale nelle aziende agricole".
Sicilia	Delibera Giunta Regionale 1° luglio 2021, n. 286	Disposizioni per il riconoscimento di operatore di Agricoltura Sociale.
Sardegna	Delibera Giunta Regionale 30 agosto 2016, n. 47/2	Norme in materia di agriturismo, ittiturismo, pescaturismo, fattoria didattica e sociale e abrogazione della legge regionale n. 18 del 1998. Direttive di attuazione. Legge regionale 11 maggio 2015, n. 11.

Riferimenti bibliografici e fonti informative

- Banca dati normativa statale in materia di agriturismo e multifunzionalità www.reterurale.it/agriturismo/normativa
- Ismea-RRN (2016), Agriturismo e multifunzionalità dell'azienda agricola - Strumenti e tecniche per il management
- Ismea-RRN (2017), Multifunzionalità agricola e agriturismo - Scenario e prospettive
- Ismea-RRN (2018), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- Ismea-RRN (2019), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- Ismea-RRN (2020), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- http://www.governo.it/it/provvedimenti.

AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ

SCENARIO E PROSPETTIVE **RAPPORTO 2021**

www.reterurale.it - www.ismea.it

Documento realizzato dall'ISMEA nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale
Piano 2021/23 - Scheda Progetto Ismea 13.1 Agriturismo e multifunzionalità

ISBN 9788896095355

RETE RURALE NAZIONALE 2014 2020

mipaaf ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

ISMEA