

AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ

SCENARIO E PROSPETTIVE



RAPPORTO

2020



RETERURALE
NAZIONALE
20142020

mipaaf
ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali

isma



AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ

SCENARIO E PROSPETTIVE

RAPPORTO

2020

EXECUTIVE SUMMARY	5
PREFAZIONE	9
1. GLI IMPATTI DEL COVID-19	15
1.1. Un quadro generale sull'impatto della pandemia	16
1.2. L'indagine	17
1.3. Il ruolo di internet e le reazioni dei principali portali	23
2. PRODUZIONE AGRICOLA E ATTIVITÀ CONNESSE	29
2.1. Valore economico della produzione agricola e delle attività secondarie e di supporto - Il quadro nazionale	30
2.2. Il quadro regionale	37
2.3. Il quadro europeo	41
3. L'AGRITURISMO	43
3.1. Il mercato dell'agriturismo nel 2019	44
3.2. L'offerta dell'agriturismo	45
3.3. La domanda turistica e agrituristica	49
3.4. Il mercato del turismo nazionale e internazionale	58
3.5. Il portale nazionale e il marchio "Agriturismo Italia"	62
Allegato	64
4. POSSIBILI TRAIETTORIE POST COVID-19	69
4.1. Scenari e tendenze	70
4.2. Percorsi di resilienza delle imprese	71
4.3. Le fattorie didattiche e l'agricoltura sociale	80
4.4. La vendita diretta dei prodotti	88
5. LA NORMATIVA	93
5.1. Il quadro nazionale	94
5.2. Aggiornamenti legislativi e regionali	95

EXECUTIVE SUMMARY

Il **Rapporto Agriturismo e multifunzionalità**, giunto alla quarta edizione e realizzato nell'ambito delle attività della Rete Rurale Nazionale, coerentemente con le finalità che fin dal primo anno lo hanno contraddistinto, si propone come strumento di analisi del comparto a supporto delle decisioni dei soggetti pubblici e privati.

Inevitabilmente, l'edizione di questo 2020 così eccezionale e drammatico, oltre a rappresentare la prosecuzione di quelle precedenti e a contenere gli aggiornamenti delle stesse, fornisce approfondimenti del tutto nuovi sugli impatti dell'emergenza sanitaria Covid-19 sulle imprese multifunzionali, e in particolare sugli agriturismi, e sulle possibili traiettorie post Covid-19, in alcuni casi già in atto.

Per comprendere meglio gli effetti della pandemia in corso ed esplorare le tendenze e le prospettive conseguenti, subito dopo l'estate, con il supporto e la collaborazione delle Regioni e delle associazioni nazionali agrituristiche, è stata realizzata un'**indagine presso un panel di oltre 500 imprese agrituristiche italiane**.

I risultati dell'indagine evidenziano in modo incontrovertibile quanto il 2020 sia stato un anno di profonda transizione nella società e nel mercato, in particolare in quello turistico. Un anno di crisi, certamente, ma anche un anno di profonda evoluzione strutturale nella domanda e nell'offerta. In tale contesto l'agriturismo italiano ha dimostrato una notevole capacità di risposta, attivando vie di fornitura alternative e parallele alla distribuzione organizzata, adottando nuovi sistemi di prenotazione, puntando sulle filiere locali, riuscendo a rinnovare, in tempi rapidissimi, la propria offerta di prodotti e servizi. La multifunzionalità è stata da subito in prima linea e ha letteralmente recuperato, in pochi

mesi, anni di ritardo nella transizione digitale facendo perno su alcuni indiscutibili punti di forza: la alta reputazione, un ottimo rapporto con il consumatore, un'immagine di affidabilità e pulizia.

Dalle opinioni degli imprenditori emerge un quadro molto nitido di difficoltà, di interrogativi verso il futuro, ma anche di una grande capacità di risposta in un anno in cui gli effetti della pandemia sull'economia italiana sono stati forti e immediati: tutte le componenti del prodotto interno lordo italiano sono crollate nei primi due trimestri del 2020 (-5,4% rispetto al primo trimestre del 2019, -17,7% rispetto al secondo), per poi dare segnali di ripresa durante l'estate. Il settore agricolo, come gli altri, ha subito gravi danni ma più contenuti – essendo legato alla produzione di beni primari – rispetto ad altri settori decisamente più colpiti, tra cui il turismo: il valore aggiunto dell'agricoltura si è ridotto del 3,7% nel secondo trimestre 2020 rispetto a quello precedente mentre il calo dell'industria e dei servizi, nel medesimo periodo, è stato rispettivamente del 20,2% e dell'11%.

Nel settore turistico, l'Istat ha stimato una perdita di oltre 80 milioni di presenze turistiche e di oltre 9 miliardi di euro di spesa da parte di turisti stranieri.

In questo contesto, anche le aziende agricole e agrituristiche hanno subito un duro colpo, in termini di fatturato e volume di attività: l'86,1% degli agriturismi ha dichiarato di aver subito una **riduzione dei ricavi complessivi** (derivanti dall'attività agricola e dalle attività connesse) dall'inizio della pandemia; per il 67,3% delle aziende la diminuzione dei ricavi, rispetto al 2019, è stata superiore al 30%; per quasi un terzo delle aziende (31,4%) la diminuzione è stata superiore al 50%.

La vendita diretta dei prodotti ha subito una diminuzione per la metà delle imprese, ma naturalmente sono i **servizi agrituristici** (alloggio, ristorazione, fattoria didattica, ecc.) ad essere stati penalizzati maggiormente: il 67,8% delle imprese ha registrato una riduzione delle relative richieste.

Più in generale, a seguito dell'emergenza, circa metà delle aziende ha ricevuto disdette di ordini dei prodotti, mentre le **disdette di prenotazioni** di pernottamenti hanno riguardato ben il 91% delle aziende.

Il crollo delle presenze degli ospiti stranieri, che per l'agriturismo rappresentano circa il 50% del mercato, è stato parzialmente controbilanciato da alcuni trend: l'aumento degli ospiti italiani per il 46,4% delle imprese; la scelta, fatta da molti vacanzieri italiani, di destinazioni di prossimità per l'estate 2020.

Il 29,7% delle imprese ha però registrato un aumento, rispetto al 2019, della richiesta di servizi agrituristici da parte di persone del luogo, riconducibile al fenomeno del cosiddetto **turismo di prossimità**; per circa un quinto delle imprese (20,8%) è aumentata inoltre la richiesta di servizi agrituristici da parte di **ospiti fidelizzati**.

Le imprese agrituristiche durante i mesi più critici hanno continuato a dialogare con i propri clienti soprattutto tramite internet e il web (i social soprattutto) e i contatti diretti (telefono, mail, ecc.). Per tutti i mercati, ma anche per tutti i servizi, durante le fasi dell'emergenza è emerso il ruolo decisivo, in molti casi essenziale, di internet e della digitalizzazione. Le imprese agricole multifunzionali, nonostante lo smarrimento generale delle prime fasi dell'emergenza, hanno dimostrato fin da subito un forte impegno all'interno del settore agroalimentare, riorganizzando l'offerta, le modalità di prenotazione degli ordini, i sistemi di consegna. Malgrado l'improvviso azzeramento di tutte le attività agrituristiche le imprese non si sono mai fermate. La **centralità della componente agricola** è divenuta, ancor di più, elemento strategico dell'impresa agrituristica.

In tal senso il **modello italiano della multifunzionalità** si dimostra ancora una volta vincente e resiliente. Nel 2019 l'agricoltura italiana ha confermato un forte orientamento alla diversificazione delle fonti di reddito attraverso i servizi e le attività connesse extra-agricole. L'analisi dei valori aggregati dei conti economici dell'agricoltura restituisce un quadro connotato dal crescente peso delle attività di diversificazione, il cui contributo alla produzione agricola complessiva ha raggiunto il 21,8% pari a 12,5 miliardi di euro a valori correnti. Negli anni tale apporto è cresciuto costantemente diventando sempre più importante e ormai strutturale in tutte le regioni italiane e contribuendo

a consolidare la leadership dell'Italia per valore della produzione delle attività secondarie e di servizi agricoli nel panorama europeo.

Prima dell'emergenza pandemica, il **comparto agrituristico** aveva chiuso il 2019 confermando la lieve crescita progressiva che lo caratterizza da molti anni (+4,1% di aziende agrituristiche rispetto al 2018). L'offerta raggiunge le **24.576 aziende agrituristiche** per un totale di 285.027 posti letto (+8,5% rispetto al 2018), oltre 12.500 piazzole di sosta per campeggiatori (+11,2%) e 493.000 posti a tavola (+6,7%). Sempre con riferimento al 2019 l'agriturismo, con poco meno di 3,8 milioni di arrivi e oltre **14 milioni di presenze**, ha contribuito per il 2,9% degli arrivi e il 3,2% delle presenze del turismo italiano, registrando incrementi annui degli arrivi (+9,6%) e delle presenze (+4,7%) decisamente superiori a quelli di tutti gli esercizi ricettivi nel complesso (+2,6% e +1,8%). Il 47,7% degli arrivi e il 58,4% delle presenze dell'agriturismo sono pervenute dall'estero: la domanda estera ha raggiunto quasi 1,8 milioni di arrivi (+9,5% rispetto al 2018) e 8,2 milioni di presenze (+3,8% rispetto al 2018). È tuttavia importante registrare, anche alla luce di quanto accaduto nel 2020, la crescita fatta registrare già nel 2019 dalla domanda interna attestatasi a 1,9 milioni di arrivi (+9,6% rispetto al 2018) e circa 5,8 milioni di presenze (+6,0% rispetto al 2018).

Il comparto agrituristico italiano, dunque, consolida il suo ruolo fondamentale nel mantenimento e nello sviluppo delle aree rurali, sotto i diversi aspetti - sociali, economico e produttivo, paesaggistico e ambientale, territoriale e culturale - contribuendo a connotare il profilo multifunzionale dell'agricoltura italiana, di cui pure è ormai divenuto componente strutturata e strutturale, soprattutto in chiave strategica di diversificazione e innovazione, accelerandone il processo di modernizzazione.

Una riflessione sul futuro del settore dell'agriturismo e della multifunzionalità agricola è particolarmente importante per provare ad ipotizzare come la nuova programmazione europea influirà sull'evoluzione dell'agricoltura e del mondo rurale. La prossima Politica Agricola Comune si è ormai delineata nei suoi obiettivi e la sua impronta sarà verde: una triplice strategia costituita dalla transizione verde, dalla strategia Farm to Fork e dalla strategia per la biodiversità 2030 caratterizzerà tutta la nuova programmazione.

In tale contesto l'agriturismo non parte da zero, ma anzi ha già compiuto una parte importante del percorso, e possiede valori e strumenti che possono essere ulteriormente sviluppati: la vocazione sostenibile, l'impegno nella tutela di territori e paesaggi, il ruolo di capofila nei circuiti locali di somministrazione di cibo

sano e nutriente, l'esperienza consolidata nel campo dei servizi alla persona.

E proprio grazie alla lettura congiunta degli obiettivi della prossima PAC e dei risultati dell'indagine sulla stagione agrituristica 2020 si possono delineare alcune **possibili traiettorie di cambiamento** per le imprese agricole multifunzionali, e in particolare per quelle agrituristiche, **nello scenario post-Covid**, identificando le prime reazioni e ipotizzando alcune prospettive future. I principali macro-ambiti di indagine approfonditi nel rapporto sono: le tendenze in atto, i nuovi mercati di riferimento, il ruolo delle imprese agricole e agrituristiche nell'erogazione di servizi alla persona (fattorie didattiche e sociali), l'evoluzione dei canali di vendita diretta.

La **capacità di reazione delle imprese** le ha spinte, per limitare i danni e nello stesso tempo provare a ripartire, a adottare in tempi rapidissimi nuove strategie di diversificazione delle attività e a innovare alcuni processi aziendali. Oltre la metà delle imprese agrituristiche (55,7%) ha predisposto nuove proposte di servizi già nelle prime fasi dell'emergenza (primavera-estate): fra questi spiccano la **consegna a domicilio** dei prodotti aziendali e dei pasti preparati in azienda, in "sostituzione" dei servizi agrituristiche interrotti e in risposta a una domanda e un sistema di approvvigionamento dei prodotti alimentari improvvisamente mutati. Parallelamente emerge la **riorganizzazione dell'offerta di ospitalità**, in risposta a nuove esigenze e nuovi target: soggiorni più lunghi, spazi attrezzati per lo smart working dove poter continuare la propria attività lavorativa, attività didattiche, ricreative, sportive, sociali rivolte a famiglie e singoli, portatori di bisogni emersi con maggiore forza a seguito del periodo di *lockdown*.

Le forme della multifunzionalità agricola che vedono lo sviluppo di **servizi alla persona**, quali le **fattorie didattiche** e l'**agricoltura sociale**, che molto spesso affiancano l'agriturismo e ne potenziano l'azione e le ricadute positive nei territori e nelle comunità locali, proprio con la pandemia hanno dimostrato la loro forte attualità in termini di risposte ai bisogni delle persone più fragili e/o più direttamente coinvolte e colpite. Centri estivi per bambini e ragazzi, accoglienza di persone affette da Covid-19 o in uscita da periodi di quarantena, attività all'aria aperta finalizzate al recupero psico-fisico sono solo alcuni esempi che, però, ben esprimono le potenzialità di questo settore.

I dati confermano una crescita importante delle **fattorie didattiche** e delle **fattorie sociali**. Nel 2020, il numero degli iscritti negli appositi elenchi regionali è cresciuto, a confronto con l'anno precedente, del 3,7% (fattorie didattiche) e del 26,2% (agricoltura sociale).

Gli elenchi regionali delle fattorie didattiche sono attivi in tutte le Regioni e contano complessivamente 3.120 imprese, mentre quelli degli operatori di agricoltura sociale sono stati istituiti in dieci Regioni e ne contano 289, dato che, tuttavia, descrive solo parzialmente la consistenza del comparto.

Tra i percorsi aziendali di diversificazione che, a partire dal Decreto Legislativo n. 228/2001 di "Orientamento e modernizzazione del settore agricolo" fino a oggi, hanno avuto la maggiore affermazione ci sono certamente quelli riconducibili alle diverse forme di **filiera corta e vendita diretta** dei prodotti agroalimentari. Il numero di produttori che praticano vendita diretta, nel primo semestre 2020 è cresciuto fino a quasi il 22% (+5% rispetto allo stesso periodo del 2019); complessivamente la quota di produzione mediamente distribuita tramite il canale della vendita diretta nel primo semestre 2020 è stata pari a quasi il 19% (+6,4%). La vendita diretta diventa così il terzo canale distributivo utilizzato dagli agricoltori.

Molte imprese agricole e agrituristiche hanno reagito al contesto innescato dal *lockdown* cercando di raggiungere in autonomia il consumatore finale, per superare le difficoltà logistiche e organizzative dei canali consueti. Gli agriturismi sembrano essere ancora più propensi, rispetto alle aziende agricole in generale, ad utilizzare il canale della vendita diretta: il 68,6% delle imprese agrituristiche del "panel stagione agrituristica 2020" riferisce di utilizzarlo stabilmente.

Il Rapporto si completa con l'esame delle **principali novità legislative** intervenute nell'ultimo anno in materia di attività di servizio rivolte al pubblico (agriturismo, fattorie didattiche, agricoltura sociale) e riconducibili alla multifunzionalità agricola, attraverso una ricognizione delle leggi statali e regionali. Il quadro delle norme statali include i riferimenti ai **DPCM anti-Covid** e in particolare ai principali aspetti che riguardano le aziende agrituristiche (attività turistico-ricettive). Tra le novità più importanti **l'attivazione della misura 21** "Sostegno temporaneo eccezionale a favore di agricoltori e PMI particolarmente colpiti dalla crisi di COVID-19" da parte di diciassette Regioni (solo Lazio, Molise e le Province autonome di Trento e Bolzano hanno rinunciato), al fine di compensare le perdite subite dalle imprese attraverso un sostegno diretto a garantire liquidità e a favorire la prosecuzione dell'attività economica. Il quadro normativo regionale raccoglie le principali evidenze e novità intervenute nelle discipline regionali. Tre Regioni (Abruzzo, Sardegna, Toscana) più la Provincia Autonoma di Trento negli ultimi dodici mesi hanno aggiornato la normativa sull'agriturismo. Non ci sono, invece, recenti novità nelle leggi regionali in materia di agricoltura sociale e fattorie didattiche.

PREFAZIONE

Il 2020 sarà ricordato come un anno di profonda transizione, nella società, nel mercato, ed in particolare nel mercato turistico. Un anno di crisi, certamente, ma anche un anno di profonda evoluzione strutturale nella domanda e nell'offerta. Una spinta violenta che ha comportato cambiamenti repentini e necessità di dare risposte tempestive per cercare di sopravvivere.

Anche il settore agrituristico non è sfuggito alla contrazione del mercato, ma, come si potrà leggere nei successivi capitoli, ha dimostrato una notevole capacità di risposta. In realtà la partenza dell'anno è stata abbastanza tranquilla, in linea con l'andamento di lieve crescita progressiva che ha caratterizzato da sempre il settore dell'agriturismo.

La pandemia è arrivata in modo improvviso e inaspettato, facendo piombare l'intero Paese in una situazione nuova, mai verificata prima, e provocando uno smarrimento profondo in tutta la società. Come si ricorderà tutto si è bloccato in poche settimane; solo i servizi essenziali hanno continuato a funzionare, e tra questi il settore agroalimentare.

In questo ambito le imprese agricole hanno da subito dimostrato un forte protagonismo, attivando vie di fornitura parallele alla distribuzione organizzata, attivando sistemi di prenotazione (a volte improvvisati, a volte molto professionali), costruendo filiere locali, sistemi di consegna diretta, realizzando produzioni *on demand*.

La multifunzionalità è stata da subito in prima linea, e ha letteralmente recuperato in pochi mesi anni di ritardo nella transizione digitale.

Se in Italia prima del COVID 19 era molto difficile proporre e vendere i prodotti alimentari via web, oggi, alla fine dell'anno, è un'abitudine consolidata.

Il settore multifunzionale italiano non si è arreso, si è subito impegnato a diversi livelli nel riorganizzare la propria offerta, partendo dal suo più grande vantaggio: la alta reputazione, un ottimo rapporto con il consumatore, un'immagine di affidabilità e pulizia.

Certamente su questo beneficio di immagine si sono poi inseriti altri valori premianti, come la nostalgia della campagna, il desiderio di fuggire dagli spazi chiusi delle città. Parallelamente il blocco del turismo internazionale ha comportato, in maniera simile a quanto accadde nel 2001 dopo l'attentato alle Twin Towers, la riscoperta dell'Italia da parte degli italiani. Per necessità o per reale interesse il pubblico italiano è ritornato a scoprire cosa c'è vicino casa, ed in questo spazio l'agriturismo è stato immediatamente protagonista.

Nella figura n. 1 sono riportati sinteticamente i risultati dell'indagine condotta presso un campione di imprese agrituristiche italiane dopo la *prima ondata* COVID, che più in dettaglio sono esposti nei capitoli 1 e 4 di questo rapporto.

Dalle opinioni degli imprenditori emerge un quadro molto nitido di difficoltà, di interrogativi verso il futuro, ma anche di una grande capacità di risposta. Una risposta in piena sintonia con l'esigenza di accoglienza, assicurazione, confort, spazi aperti, buon cibo e soluzioni a misura d'uomo.

Durante il *lockdown* per la prima volta nella sua storia (nel 2001 la mobilità interna al Paese non è stata mai bloccata) l'agriturismo ha "invertito il flusso", è uscito dall'azienda, preclusa alle visite degli ospiti, ed è andato incontro a loro nelle città, portando prodotti e, a volte, pasti o kit per realizzare a casa propria i piatti delle aziende agrituristiche di fiducia.

Nella fase successiva, dopo la riapertura, si è assistito ad un rapido recupero delle presenze, con alcune particolarità di rilievo, come ad esempio l'offerta di soggiorni lunghi, di formule per il lavoro a distanza, di nuovi servizi alla persona.

Questo cambiamento è stato estremamente rapido ed efficace, e su questa straordinaria elasticità le aziende agrituristiche hanno costruito buona parte del loro fatturato dell'anno.

In questa evoluzione due temi sono stati particolarmente importanti: il lavoro sugli spazi aperti e la comunicazione digitale.

Nel primo ambito le imprese si sono sforzate di organizzare in azienda una gamma di offerta completa e professionale di attività all'aria aperta, questo in funzione delle indicazioni delle autorità sanitarie e della percezione di un ambiente rassicurante da parte degli ospiti. Anche la ristorazione agrituristica, nei suoi due livelli (degustazioni e pasti strutturati), ha potuto giovare degli spazi aperti delle aziende. Questa opzione in molti casi ha letteralmente "salvato la stagione" perché ha consentito, diversamente dalla ristorazione nelle zone urbane, di conservare inalterato il numero dei posti a tavola.

Lo sforzo di continuare a intrattenere rapporti con i propri clienti si è tradotto in un grande impegno sul web, sui social, con newsletter e con comunicazioni mirate. Nella maggior parte dei casi la funzione di questa comunicazione è stata quella di informare i clienti sulla prosecuzione dei servizi e di inviare offerte di acquisto, soprattutto di prodotti, ma non sono mancate le occasioni di semplice conversazione tra campagna e città, scambi di immagini, di video e di racconti. Il COVID è stato anche un'occasione

FIG. 1.

Tendenze della domanda e risposte nell'offerta agrituristica italiana nel 2020



di promozione discreta ed intima del rapporto tra le famiglie agrituristiche ed i propri ospiti affezionati, ha rinforzato il legame reciproco e ha gettato le basi per una ripartenza positiva.

È ancora presto per poter costruire un bilancio complessivo dell'agriturismo nel 2020. Certamente si è persa una parte dell'anno tradizionalmente molto importante, la Pasqua e i ponti primaverili, ma l'effetto di questi semi gettati nel periodo di difficoltà sono ancora tutti da capire.

È importante considerare che proprio la struttura dell'agriturismo italiano, cioè migliaia di unità di dimensioni limitate, sparse sul territorio, spesso in zone difficili, a prevalente gestione familiare, ha permesso questa rapidissima evoluzione.

Per l'imprenditore agrituristico è stato più facile, rispetto ad altre imprese turistiche, capire i bisogni del cliente, sia perché li conosceva in anticipo, sia per il costante contatto mantenuto. Molte volte (come nel caso delle richieste di soggiorni lunghi o di trasferirsi in azienda per fare *smart working*) è stato il cliente stesso a manifestare direttamente le sue necessità e a concordare una soluzione personalizzata. Il cliente/ospite è divenuto sempre più un interlocutore interattivo nella costruzione dello scambio commerciale o del soggiorno.

In questo contatto stretto l'agriturismo si è avvalso di versi e propri *hub sociali*, cioè di un passa parola da parte dei clienti più affezionati verso le cerchie di amici, parenti e colleghi. Altre volte è stato il web a mediare queste informazioni, facendo scoprire l'of-

ferta agrituristiche e del territorio circostante a chi abitava nelle zone urbane più vicine.

Il principale capitale immateriale che ha supportato l'agriturismo in questa fase è costituito dalla sua reputazione. Da questo vantaggio è partita la riorganizzazione strutturale, in cui sono state riorientate le risorse aziendali sia umane che fisiche, e tutto ciò è stato accompagnato da una strategia di comunicazione, in massima parte digitale, per promuovere la nuova offerta.

Nel mondo digitale il tradizionale binomio sito/mailling list è stato progressivamente superato dai più agili strumenti social: gli ordini di prodotti freschi o trasformati, di pasti, o le offerte di soggiorno hanno viaggiato molto più facilmente su *Whatsapp* o *Facebook*, mentre il racconto della campagna, dei luoghi della produzione, degli spazi verdi era più spesso affidato a *Instagram*. È molto probabile che tutto ciò abbia marcato un punto di svolta da cui non si tornerà indietro.

Le imprese sono probabilmente in gran parte inconsapevoli della portata di questo cambiamento, che è stato promosso in modo intuitivo, ma che ha gettato le basi per una forte espansione della platea di clienti, in più direzioni: utilizzando i clienti abituali come testimoni privilegiati verso i rispettivi ambiti sociali, utilizzando i social network per sensibilizzare i nuovi clienti, soprattutto quelli di prossimità. Ma questo nuovo approccio, adeguatamente potenziato dall'immagine istituzionale dell'agriturismo italiano, dal marchio e dal portale nazionale *agriturismoitalia.gov.it* può cominciare a costruire nuovi ponti verso i

FIG. 2.

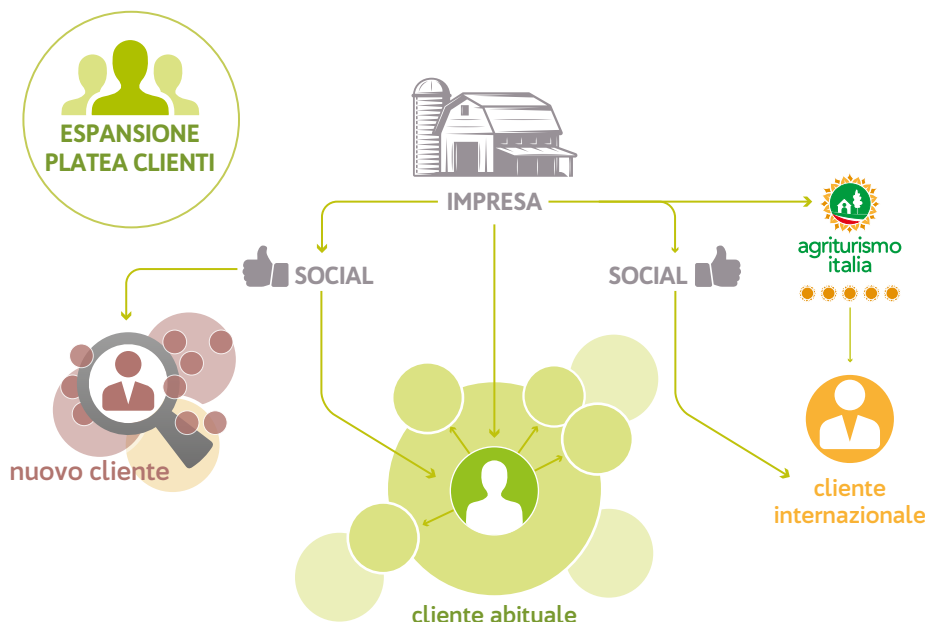
La sequenza causa-effetto del cambiamento dell'offerta agrituristiche italiana nel 2020

la reputazione	la struttura	gli strumenti
STRATEGIA POSIZIONAMENTO usare il capitale immateriale • i clienti/ospiti consolidati • gli hub sociali • la reputazione dell'agriturismo • i gruppi di interesse • i cluster geografici	STRATEGIA ORGANIZZATIVA investire il flusso • le risorse umane • la cucina • il laboratorio • gli spazi agricoli • i mezzi di trasporto	STRATEGIA DIGITALE comunicare le novità • comunicare in tempo reale • usare i social • lo spazio nel portale nazionale

l'agriturismo ha una marcia in più: le basi per una resilienza attiva

FIG. 3

Il percorso di espansione della platea clienti attraverso la digitalizzazione



clienti che da tutto il mondo, superata questa fase di limitazioni agli spostamenti, potranno scoprire nel web la ricchezza dell'offerta dei nostri territori.

Il momento di riflessione sul futuro del settore dell'agriturismo e della multifunzionalità agricola non finisce qui, perché proprio quest'anno è anche il tempo per capire come la nuova programmazione europea influirà sull'evoluzione dell'agricoltura e del mondo rurale.

La nuova Politica Agricola Comune si è ormai delineata nei suoi obiettivi, nelle strategie e nella sua filosofia di cambiamento.

L'impronta della prossima PAC sarà verde: una triplice strategia costituita dalla transizione verde, dalla strategia Farm to Fork e dalla strategia per la biodiversità caratterizzerà tutta la nuova programmazione.

Quale sarà il ruolo della multifunzionalità italiana in questo scenario? In cosa consisterà la risposta delle imprese e dei territori? Tutto ciò costituirà un freno allo sviluppo oppure potrebbe fornire nuove basi di crescita?

Per rispondere a questi interrogativi si può forse partire proprio dai risultati dell'indagine condotta dalla

RRN per questo rapporto nel 2020 e dall'immagine del settore che restituisce. Si possono individuare gli impegni e gli obiettivi espressi dalle imprese, si può sovrapporre questa immagine al percorso storico dell'agriturismo italiano e paragonare tutto ciò ai contenuti della nuova strategia comunitaria.

Il risultato, in sintesi, è che l'agriturismo non parte da zero, ma anzi ha già compiuto una parte importante del percorso, e possiede già valori e strumenti che possono essere ulteriormente sviluppati. Per sua natura, infatti, l'agriturismo si caratterizza già per una vocazione sostenibile e territoriale, ed è sicuramente in linea con i valori di ricostituzione dei circuiti locali di fornitura del cibo, dell'impegno a produrre cibi sani e nutrienti.

Per entrare più in profondità si propone un approccio ai nove obiettivi chiave della PAC, centrali per la redazione del Piano Strategico Nazionale, ponendoli in relazione con i segmenti che compongono l'offerta italiana dei servizi connessi all'agricoltura (figura n.4).

La valutazione di quanto questi obiettivi siano già acquisiti dalle imprese o possano essere favorevolmente recepiti, può essere delineata in tre momenti, in considerazione del percorso storico dell'agri-

turismo italiano: prima della crisi COVID, durante la pandemia e la propensione futura (post Covid).

Il quadro sintetico restituisce una “mappatura” di quali obiettivi siano già storicamente presenti nella filosofia del settore, di quali valori siano cresciuti nella fase COVID (oppure abbiano subito un ridimensionamento) ma soprattutto di quali temi possano fornire la base per lo sviluppo futuro.

Come si potrà notare l'evoluzione di tutti i valori relativi all'ambiente, alla sostenibilità (intesa anche in senso economico), al dinamismo ed alla competitività delle aree rurali, alla creazione di occupazione e di nuovo ingresso di giovani è sempre positiva, anche se in misura diversa per obiettivi tematici e per componenti del settore.

È facile, infatti, capire come l'agriturismo è già presente nelle aree difficili che si vogliono riqualificare, è già impegnato nella conservazione delle risorse naturali (perché queste sono una componente prioritaria della propria offerta), è di fatto un pivot dello sviluppo locale, in luoghi in cui spesso rappresenta l'unica attività economica, svolge già un'azione preziosa di educazione alimentare e di sensibilizzazione ambientale del consumatore.

Parallelamente all'agriturismo, le imprese agricole impegnate nella filiera corta e nella trasformazione dei propri prodotti, già costituiscono, anche se in una dimensione limitata e locale, un sistema alternativo di mercato, che riequilibra la filiera e remunera in modo più equo la produzione, stabilizzando così il sistema ed il mercato.

Inoltre, la nuova frontiera dei servizi alla persona, con le forme principali ed accessorie di agricoltura sociale, il welfare agricolo che ha visto un discreto aumento della domanda in questo anno, contribuisce alla visione europea delle opportunità aggiuntive in termini di lavoro, di qualità della vita e di riequilibrio nella densità abitativa.

Il futuro del settore, adeguatamente sostenuto ed indirizzato nel Piano Strategico Nazionale, può tradursi, ad esempio, in:

- microfilieri sostenibili integrate a livello locale
- unità e reti di educazione ambientali e alimentari (fattorie didattiche e agriturismi)
- modelli produttivi sostenibili e riduzione dello spreco (energie rinnovabili)

- luoghi di conservazione e valorizzazione della biodiversità
- modelli fruibili di ricostituzione ambientale (boschi, arboreti, colture migliorative per l'ambiente)

Altri temi centrali della strategia europea, come ad esempio la riduzione degli input chimici e la necessità di crescita delle produzioni biologiche, devono invece tradursi in percorsi specifici anche nell'agriturismo e nella multifunzionalità. Anche se non mancano imprese che già si riconoscono in questa filosofia, il target posto dall'Europa appare molto impegnativo e diffuso.

Bisogna inoltre considerare che le imprese, soprattutto nella crisi, sono portate ad aggregarsi (un esempio è l'esperienza della costruzione delle gamme di offerta per la vendita diretta). Tutto ciò arricchisce ed integra il modello multifunzionale italiano e va incontro alla necessità di costruire filiere equilibrate, oggetto di uno specifico obiettivo strategico.

Scendendo ancora più in dettaglio negli obiettivi delle due strategie europee Farm to Fork e Biodiversità 2030 si può facilmente rappresentare quale contributo possono offrire l'agriturismo e la multifunzionalità nella costruzione del nuovo modello europeo.

Un contributo molto ampio ed articolato, che può coinvolgere la società e le forze locali, e che offre un sistema già attivo composto da diverse decine di migliaia di imprese, su cui è possibile costruire soluzioni organizzative in linea con il modello della *transizione verde*.

Piuttosto che leggere la multifunzionalità come un segmento accessorio del sistema agroalimentare è oggi necessario rileggere il suo ruolo ponendola al centro dello sviluppo locale. L'auspicio è che la prossima PAC, attraverso il PSN, possa provvedere le risorse finanziarie necessarie per attivare percorsi trasversali di sviluppo che colleghino tra loro la produzione, la sostenibilità e il mercato.

Il modello italiano, in cui l'impresa conserva la sua unitarietà pur svolgendo molteplici funzioni, ha un grande pregio per la sua semplicità e la sua versatilità. Il suo successo può essere un esempio per l'intera Unione Europea, e garantire una crescita solida e diffusa soprattutto nelle zone difficili del nostro Paese.

FIG. 4

L'agriturismo e la multifunzionalità italiana di fronte agli obiettivi della PAC



FIG. 5

Il contributo dell'agriturismo e le imprese multifunzionali per il Green Deal europeo



1.



GLI IMPATTI DEL COVID-19

Gli effetti della pandemia sull'economia italiana hanno avuto un impatto forte e immediato. Tutte le componenti del prodotto interno lordo italiano sono crollate nei primi due trimestri del 2020, per poi dare segnali di ripresa durante l'estate. Il settore agricolo come gli altri ha subito gravi danni ma più contenuti rispetto ad altri settori decisamente più colpiti, tra cui il turismo. Nell'attuale contesto socioeconomico pesantemente segnato dall'emergenza sanitaria, le aziende agricole e agrituristiche hanno subito un duro colpo, in termini di fatturato e volume di attività, per poi reagire, limitando i danni, diversificando proposte e innovando i processi, guardando con ottimismo a un futuro per molti versi ancora incerto. Gli impatti e le reazioni alla crisi sono stati oggetto di un'indagine conoscitiva tra le aziende agricole e agrituristiche che con le loro risposte hanno dato un importante contributo alla codifica di possibili traiettorie per il futuro. Decisivi saranno il ruolo di internet e della digitalizzazione, sul web infatti i mercati hanno continuato a dialogare e dal web passano le nuove tendenze dei viaggi.

3,7%

la diminuzione del valore aggiunto dell'agricoltura nel secondo trimestre 2020 rispetto al trimestre precedente contro -20,2% dell'industria e -11% dei servizi.

81 milioni

la perdita stimata di presenze turistiche in Italia.

86,1%

le imprese agrituristiche che hanno subito riduzioni dei ricavi da marzo a settembre 2020.

29,7%

le imprese agrituristiche che hanno registrato un aumento della richiesta di servizi agrituristiche da parte di persone del luogo.



1.

GLI IMPATTI DEL COVID-19

1.1 UN QUADRO GENERALE SUGLI IMPATTI DELLA PANDEMIA

Nel 2020 l'emergenza epidemiologica ha innescato una crisi trasversale a tutti i settori dell'economia italiana. Con il blocco di gran parte delle attività economiche, produttive e commerciali e il crollo dei consumi, gli effetti della pandemia si sono sin da subito drammaticamente manifestati.

Già nel primo trimestre il prodotto interno lordo¹ italiano registrava una diminuzione del 5,3% rispetto al trimestre precedente e del 5,4% nei confronti del primo trimestre del 2019, con cali congiunturali in tutti i principali comparti produttivi: l'agricoltura dell'1,9%, l'industria dell'8,1% e i servizi del 4,4%. Il peggio sarebbe arrivato nel secondo trimestre, con il PIL crollato del 12,8% rispetto al trimestre precedente e del 17,7% rispetto al secondo trimestre del 2019, con un calo dell'agricoltura pari al 3,7%, contro il 20,2% dell'industria e l'11% dei servizi. Rispetto al trimestre precedente, tutti i principali aggregati della domanda interna sono diminuiti drasticamente, con cali dell'8,7% per i consumi finali nazionali e del 14,9% per gli investimenti, del 20,5% per le importazioni e del 26,4% per le esportazioni. Il terzo trimestre invece ha fatto intravedere segnali incoraggianti, con andamenti congiunturali positivi per valore aggiunto in tutti i principali comparti produttivi: +0,2% l'agricoltura, +33,1% l'industria e +11,9% i servizi. Rispetto al trimestre precedente sono cresciuti del 9,2% i consumi e del 31,3% gli investimenti, le importazioni e le esportazioni, sono aumentate rispettivamente

del 15,9% e del 30,7%. Il PIL in quest'ultimo trimestre è aumentato del 15,9% rispetto al trimestre precedente, sebbene al di sotto del 5% rispetto al terzo trimestre del 2019.

Il quadro dei conti al terzo trimestre 2020 mostra una ripresa dell'economia italiana, anche se la variazione tendenziale (-5%) rimane comunque negativa per i cali dei primi due trimestri. Calo che è stato decisamente più marcato per l'industria e i servizi, rispetto all'agricoltura. Quest'ultima – evidentemente perché legata alla produzione di beni primari – sebbene pure pesantemente danneggiata, ha fatto registrare perdite più attenuate rispetto alle altre branche di attività, sia in termini di valore della produzione, che occupazionali. Il turismo infatti è stato duramente colpito dalla diffusione del virus, forse tra i settori più danneggiati in assoluto. I numeri purtroppo sono impietosi e i tempi di recupero ancora molto incerti. Nel trimestre primaverile i movimenti turistici si sono fermati quasi completamente, facendo registrare una diminuzione delle presenze totali che ha raggiunto il 95% nel mese di aprile.

Con la stagione estiva l'andamento negativo si è attenuato leggermente. Secondo le prime stime dell'Istat a giugno la riduzione di arrivi e presenze è stata rispettivamente del 76,9% e del 78,6% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, con un crollo verticale della domanda estera (- 90%, sia per numero di viaggiatori che di notti), mentre il calo della do-

¹ PIL misurato a valori concatenati con anno di riferimento 2015 (ISTAT 2020)

manda interna è stato del 60,2% per gli arrivi e del 62,1% per le presenze. Diminuzioni di cui hanno risentito maggiormente le strutture alberghiere (-81,9%) rispetto a quelle del comparto extra-alberghiero (-73,6%). Complessivamente l'Istat ha stimato una perdita di circa 81 milioni di presenze complessive e di oltre 9 miliardi di euro di spesa di turisti stranieri.

In questo scenario senza precedenti nella storia recente, le aziende agricole e agrituristiche italiane, come tutte le realtà produttive, hanno subito un impatto fortissimo.

Improvvisamente, proprio alla vigilia della stagione primaverile, per le aziende agrituristiche si sono azzerate tutte le attività legate all'accoglienza turistica, alla ristorazione, alla didattica e ai servizi alla persona, provocando uno *shock* di liquidità per l'intero comparto (cancellazioni delle prenotazioni, annullamento di eventi e attività di ristorazione, ecc.). Le attività primarie, di trasformazione e vendita diretta, unitamente a una grande capacità di adattamento, hanno consentito, seppure tra mille difficoltà, la sopravvivenza delle aziende nei mesi di *lockdown*, permettendo di arrivare all'estate (agosto in particolare) quando è stato possibile riattivare l'accoglienza turistica.

E proprio per esaminare l'impatto del Covid sulla stagione agrituristica 2020, è stata realizzata una indagine (cfr. successivo paragrafo 1.2 e capitolo 4) alla quale hanno preso parte oltre 500 aziende agrituristiche. Le risposte registrate, seppure non rappresentative dell'intero comparto, mostrano come a fronte degli impatti violenti subiti con la crisi pandemica soprattutto per il ramo ospitalità e ristorazione (servizi/turismo), le aziende abbiano potuto e saputo reagire puntando sull'attività primaria (agricola) e su strategie di integrazione a valle (vendita diretta), compensando in parte, o comunque attenuando, i mancati ricavi da attività connesse.

1.2 L'INDAGINE

Dal 23 settembre al 25 ottobre 2020, nell'ambito delle attività della Rete Rurale Nazionale, è stata realizzata l'indagine "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19" con l'obiettivo di esaminare gli effetti della pandemia in corso, rilevando elementi sugli effetti della pandemia sulle imprese agricole multifunzionali e in particolare sugli agriturismi, sia in termini di ricadute economiche sia in termini organizzativi, e le possibili traiettorie per il futuro, alcune già messe in atto e intraprese dalle imprese.

Per la rilevazione è stato utilizzato il metodo CAWI (Computer Aided Web Interview) che ha permesso di raccogliere 519 questionari completi. Le imprese hanno potuto rispondere on-line in forma anonima impiegando circa 10 minuti per la compilazione.

Il questionario, composto di 4 sezioni (anagrafica, impatti, reazioni e prospettive), è stato compilato da almeno una azienda in ciascuna regione italiana a dimostrazione della buona rappresentatività del panel. Il 60% del campione è composto da imprese dell'Emilia-Romagna (15,0%), Toscana (13,1%), Umbria (11,8%), Liguria (10,2%) e Sardegna (10,2%). Quasi sei imprese agrituristiche su dieci (56,8%) nella conduzione dell'azienda si avvalgono di collaboratori esterni. Il 40% delle aziende ha una dimensione compresa tra i 6 e i 20 ettari di SAU, il 20% fra i 21-50 ettari, il 16% una dimensione superiore ai 50 ettari e un quarto delle aziende inferiore ai 5 ettari. Le imprese agrituristiche che hanno partecipato all'indagine sono imprese ormai piuttosto consolidate: il 77,3% ha un ciclo di vita aziendale superiore ai dieci anni di attività, presumibilmente quelle che sono riuscite e riusciranno a resistere meglio alla crisi generata dall'emergenza sanitaria in atto; quasi il 10% delle imprese si trova invece nella fase di avvio-*start up*, la restante tra uno e i cinque anni di attività. L'83% delle imprese, oltre l'attività primaria (agricola), svolge almeno due tipologie di attività fra quelle connesse: ospitalità in primis (86% delle aziende del panel) e a seguire la ristorazione (57%) e la vendita diretta (52%). La complessità organizzativa si traduce anche nell'utilizzo contemporaneo di diversi canali di vendita spaziando dalla vendita diretta ai canali più tradizionali quali vendita al dettaglio e conferimento a organismi associativi, fino - come si vedrà nel capitolo 4 - al grande balzo dell'e-commerce.

1.2.1 Gli impatti del Covid-19 sulla stagione agrituristica 2020

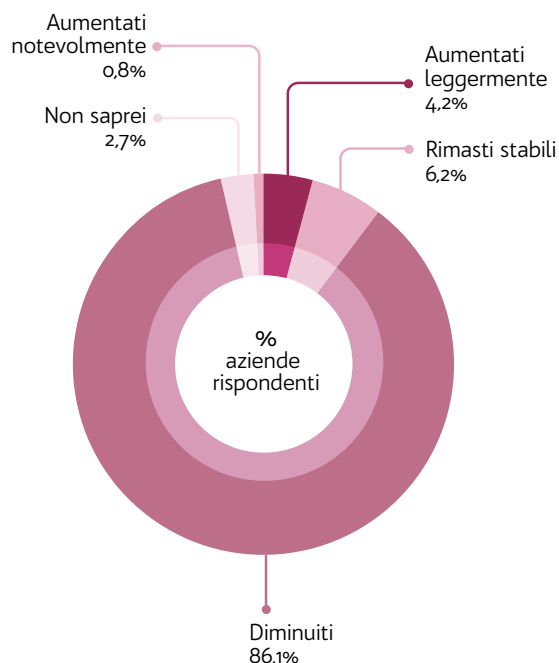
Qui di seguito sono descritti i risultati dell'indagine circa gli impatti del Covid-19 sull'attività agrituristica nel periodo marzo-settembre 2020.

L'86% delle imprese agrituristiche ha registrato una diminuzione dei ricavi complessivi derivanti dall'attività agricola e dalle attività connesse dall'inizio della pandemia. Solo per il 6,2% i ricavi sono rimasti stabili e appena il 5% delle imprese ha rilevato un aumento (Fig. 1).

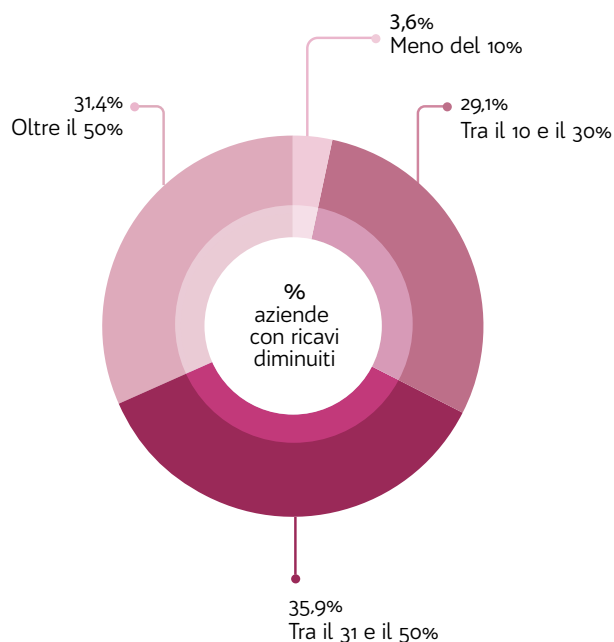
Altrettanto importante è, inoltre, l'entità della diminuzione dei ricavi. Per quasi un terzo delle imprese che hanno registrato un calo dei ricavi la riduzione è stata superiore al 50%, ma se si considera una dimi-

FIG. 1

Andamento dei ricavi complessivi nel periodo marzo-settembre 2020

**FIG. 2**

Variazione dei ricavi complessivi



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

nuzione superiore al 30% la quota di imprese supera i due terzi (67,3%) (Fig. 2).

La vendita diretta ha subito una diminuzione per la metà delle imprese. Sono però i servizi agrituristici quelli maggiormente penalizzati dall'emergenza Covid-19. Oltre due terzi del campione (67,8%), ha avuto una riduzione delle richieste (Fig. 3).

Se le disdette di ordini di prodotti sono state segna-

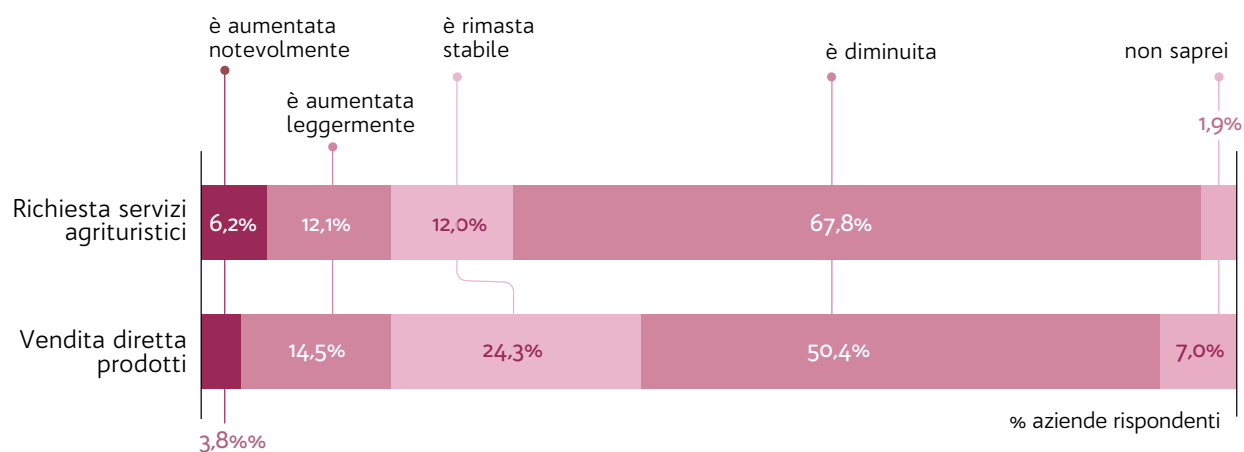
late dal 45,2% delle imprese, il dato sulle disdette di prenotazioni sui pernottamenti è più che doppio (90,8% dei casi) a seguito evidentemente del blocco degli spostamenti (Fig. 4).

Allo stesso tempo, come visto precedentemente (Fig. 3), il 18,3% delle imprese ha dichiarato di aver avuto, rispetto al 2019, una maggior richiesta di prodotti o servizi. Tale aumento sembra essere riconducibile principalmente alla domanda di prossimità²

² Domanda da parte delle persone del luogo, che vivono in un raggio di 150 Km dall'azienda, pari all'incirca ad un'ora e mezza di viaggio in auto.

FIG. 3

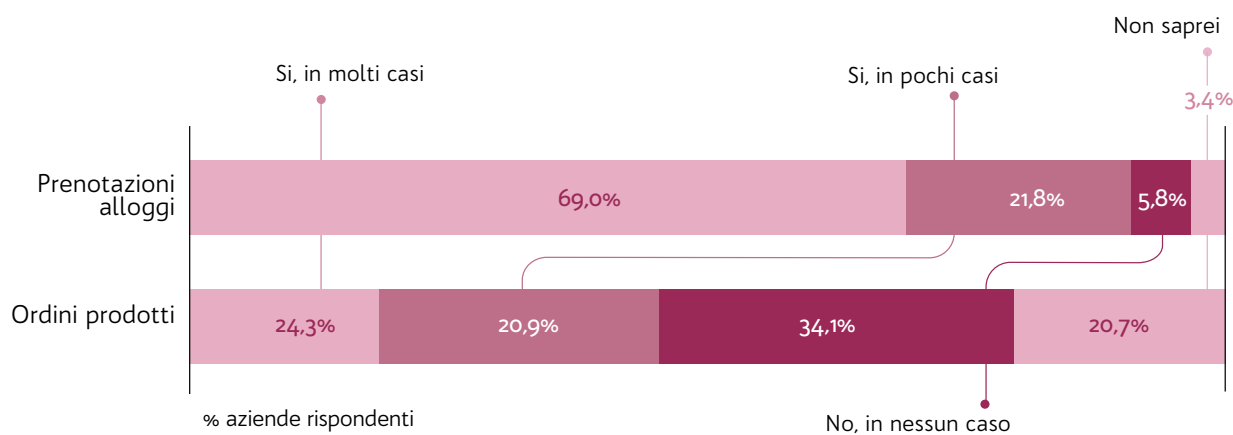
Vendita diretta di prodotti e richiesta di servizi rispetto al 2019



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristicamente 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 4

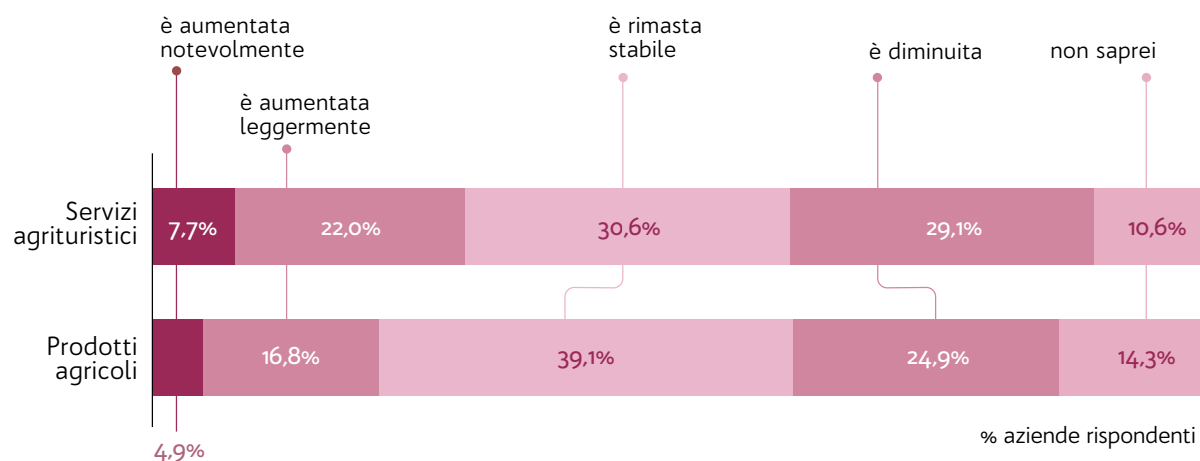
Disdette di ordini di prodotti e di prenotazioni di alloggi a seguito dell'emergenza Covid-19



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristicamente 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 5

Richiesta di prodotti e servizi da parte di persone del luogo rispetto al 2019



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristic 2020 – Impatto Covid-19"

in crescita sia per i servizi agrituristic (29,7% delle aziende) che per la domanda di prodotti (21,7% delle aziende). (Fig. 5).

Un altro elemento positivo che emerge dall'indagine è il sostanziale consolidamento della clientela che aveva già acquistato prodotti aziendali o servizi agrituristic prima dell'emergenza. Per il 41,7% delle imprese la richiesta di prodotti agricoli in questo segmento è rimasta stabile e per il 18,1% è addirittura aumentata. La richiesta di servizi agrituristic da parte di ospiti fidelizzati è rimasta stabile rispetto al 2019 per il 37,2% del campione ed è aumentata per il 20,8% (Fig. 6).

L'emergenza ha inevitabilmente causato un crollo delle presenze di clienti stranieri che sono in diminuzione per quasi la totalità del campione (90,7%). Diverso è invece il dato sugli ospiti italiani che sono in aumento per il 46,4% delle imprese. L'estate 2020 ha visto infatti molti italiani preferire questo tipo

di vacanza, spesso anche in prossimità del proprio comune di appartenenza (Fig. 7). Sono aumentate soprattutto le presenze di famiglie (37,0%) e coppie (22,9%).

Per il 42,6% delle imprese rispetto al 2019 c'è stato un aumento delle richieste dirette di ospitalità (telefono, mail, social, ecc.), meno efficace quindi il contatto attraverso intermediari (portali, agenzie, ecc.) (Fig. 8).

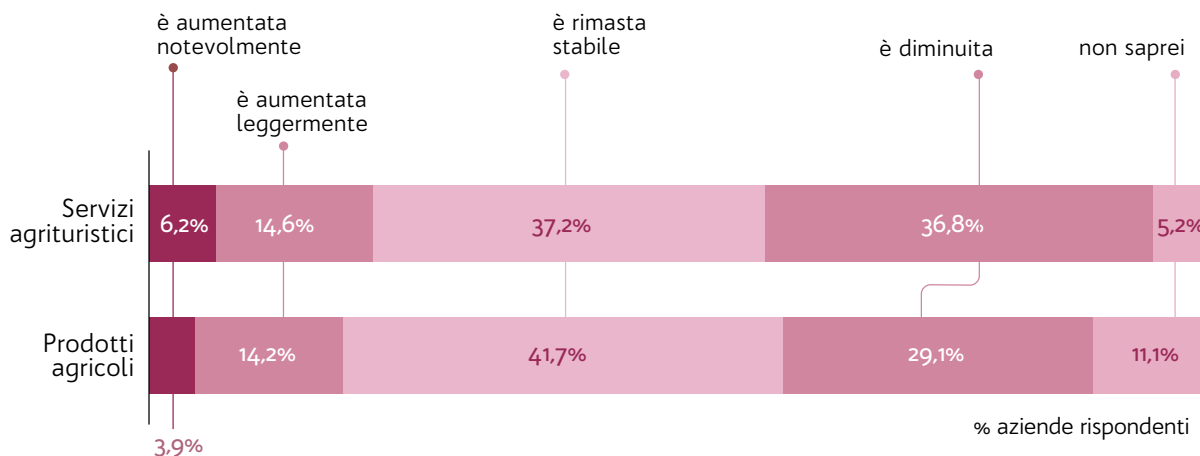
Per il 75,7% delle imprese agosto è stato il mese più soddisfacente per il volume di affari.

Analizzando l'andamento complessivo del numero dei clienti per singolo mese, per il 24,7% delle imprese l'andamento è stato superiore rispetto ad agosto 2019. Invece il 41,6% delle imprese ha registrato nello stesso mese un andamento negativo.

Per il 90,9% del campione giugno è stato il mese che ha fatto registrare la riduzione più alta in termini percentuali rispetto allo stesso mese dell'anno precedente (Fig. 9).

FIG. 6

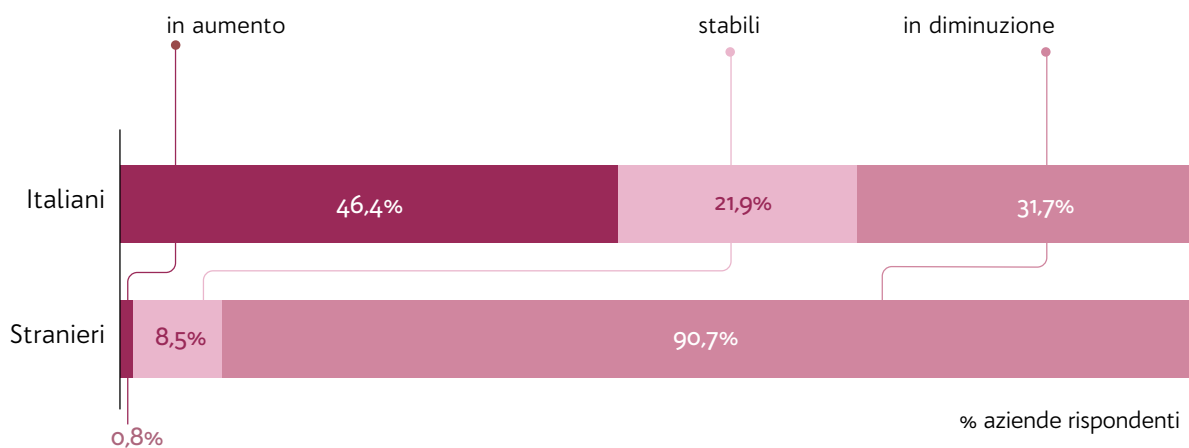
Richiesta di prodotti e di servizi da parte di clienti fidelizzati rispetto al 2019



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristicamente 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 7

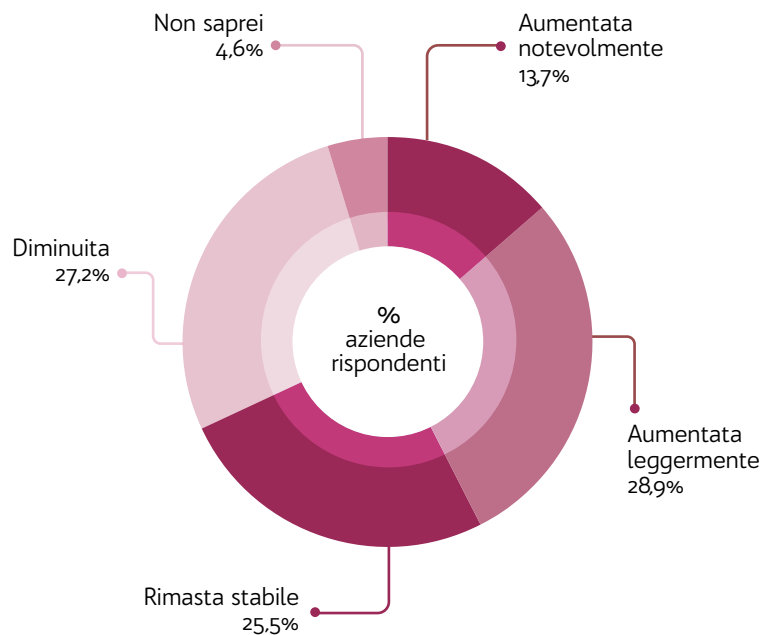
Presenze di ospiti stranieri e italiani rispetto al 2019



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristicamente 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 8

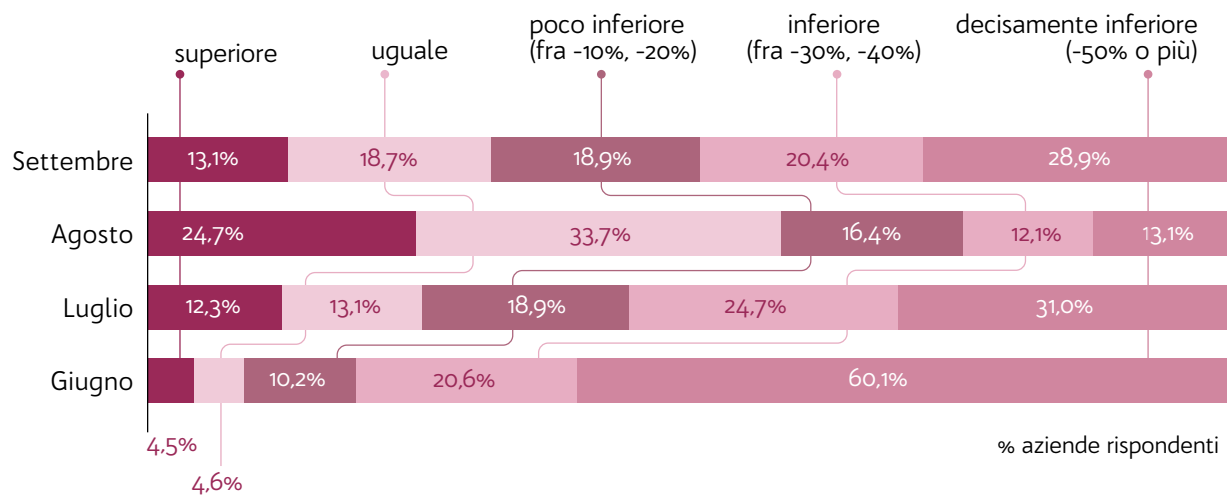
La richiesta diretta di ospitalità rispetto al 2019



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 9

Andamento complessivo del numero di clienti nei mesi da giugno a settembre 2020 rispetto agli stessi mesi del 2019



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

Circa la durata media dei soggiorni sono state fornite risposte contrastanti: è diminuita per il 39,5% degli intervistati, mentre è aumentata per poco più di un quinto (20,6%).

Alle imprese è stato infine chiesto di dare un voto da 1 a 10 alla stagione agrituristica 2020. Il voto medio ottenuto dal campione è di 4,5. Poco più di un terzo delle imprese (34,1%) ha dato un voto dal 6 al 10. Come era prevedibile, la stagione è stata considerata decisamente deludente dagli imprenditori.

Il Governo, con il decreto Rilancio n. 34/2020, al fine di incentivare i consumi delle famiglie nel settore turistico, fortemente penalizzato dalla crisi indotta dall'emergenza, nel mese di maggio ha introdotto la misura del cosiddetto "Bonus vacanze". Il bonus garantisce agli imprenditori un credito d'imposta pari alla quota di corrispettivo (l'80%) riconosciuto come sconto ai clienti nel periodo 1° luglio al 31 dicembre 2020, ed è stato utilizzato dal 22,7% delle imprese agrituristiche. Poco meno della metà (46,2%) di coloro che non lo hanno accettato dichiara che il bonus è poco rispondente alla forte necessità di liquidità da parte dell'impresa, mentre circa un quarto (26,7%) imputa il non utilizzo alle complicazioni e alle difficoltà legate alla procedura. Quasi un'impresa su dieci (9,0%) dichiara di non aver ricevuto alcuna richiesta da parte dei propri clienti.

1.3 IL RUOLO DI INTERNET E LE REAZIONI DEI PRINCIPALI PORTALI

Internet ha giocato un ruolo centrale durante le fasi dell'emergenza epidemiologica, dimostrandosi in molti casi essenziale per cittadini e imprese e più in generale per l'intero sistema economico e sociale. Grazie a internet è stato possibile continuare a lavorare da casa, studiare e seguire le lezioni da remoto, accedere alle informazioni, ai servizi sanitari e della pubblica amministrazione, utilizzare i servizi di streaming e di intrattenimento, per divertimento, per restare in contatto con familiari, amici e con il resto della società; consumatori e aziende hanno potuto mantenere relazioni di mercato, approvvigionarsi di beni essenziali, utilizzando l'e-commerce e i connessi servizi di consegna a domicilio.

Nel corso delle fasi emergenziali dell'epidemia si è registrata un'impennata dell'uso dei servizi di comunicazione online e del traffico internet. Secondo le ri-

levazioni dell'azienda Akamai Technologies, a livello mondiale i picchi di traffico internet da marzo 2019 a marzo 2020 sono raddoppiati passando da 82 a 167 terabytes per secondo.

In Italia tra febbraio e marzo 2020 si è registrato un aumento delle connessioni da remoto pari al 30%, dieci volte superiore all'incremento medio mensile del traffico dell'ultimo anno pari al 3%. In pratica in un solo mese si è registrato l'aumento di un intero anno.

Anche i dati dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), confermano l'aumento netto nella media giornaliera di traffico internet proprio in concomitanza delle prime misure di *lockdown* adottate nel nostro Paese. Il traffico giornaliero, da rete fissa e mobile, da gennaio ad aprile 2020 è infatti salito da un valore medio di 98,84 petabytes³ (nel bimestre gennaio-febbraio), a 146,72 petabytes nei mesi di marzo e aprile, per una crescita complessiva pari al 51%.

Con l'improvviso e massivo ricorso a forme di relazioni a distanza, e per lavoro e per divertimento, sono entrati nel linguaggio comune nuovi termini come *smart working*, *webinar*, *apericall*, ecc., solo per citarne alcuni, di pari passo si è registrato l'aumento eccezionale dell'uso di tutti i canali legati ad internet, dai social network ai gruppi WhatsApp. Secondo i dati Ipsos ad aprile 2020 le chiamate in gruppo su Messenger e WhatsApp sono aumentate del 1000%, il tempo trascorso sui social (Facebook, Instagram, ecc.) è aumentato del 70%, sono raddoppiate le visualizzazioni di Instagram e Facebook Live, è aumentato del 50% il numero di messaggi scambiati, il servizio di videoconferenza Zoom ha registrato un aumento del 535% del traffico giornaliero solo nel mese di aprile.

Il ruolo di internet - e in generale delle infrastrutture e dei servizi di telecomunicazioni fisse e mobili - durante la pandemia ha messo più che mai in evidenza la necessità di garantire una connettività sufficiente con un grado di copertura delle reti a banda larga e ultralarga il più ampio possibile.

A fronte di livelli di copertura territoriale che potenzialmente consentono all'88,9% delle famiglie italiane di accedere a servizi internet con velocità maggiori o uguali a 30 Mbps, solo il 37,2% dispone effettivamente una connessione veloce. Non è stato infatti raggiunto, né a livello nazionale né europeo, il target fissato dalla Commissione europea nella strategia Europa 2020 per la banda larga⁴ che prevedeva

³ 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 10¹⁵.

⁴ Strategia decennale adottata dalla Commissione europea nel 2010.

che il 50% delle famiglie europee avesse connessioni alla banda larga ultraveloce entro il 2020. Il gap tra copertura (infrastrutturazione) e diffusione (penetrazione) dei servizi *broadband* e *ultrabroadband*, è più accentuato nelle regioni meridionali rispetto al centro-nord, così come si conferma il divario tra le aree urbane e le aree rurali, in queste ultime i livelli di copertura della banda larga NGA (Next Generation Access) risultano ancora ampiamente sotto la media: il 68,4%⁵ nel 2019.

Una delle priorità della prossima PAC (2023-27) sarà contribuire all'obiettivo del Green Deal dell'UE sulla banda larga che prevede il completamento degli investimenti per una copertura della connessione a banda larga veloce per tutte le abitazioni nelle aree rurali e specialmente in quelle scarsamente popolate. In tal modo si contribuirebbe a colmare il divario tra aree rurali e urbane accelerando, allo stesso tempo, lo sviluppo di competenze digitali ormai indispensabili nelle aree rurali e in agricoltura.

Affrontare la questione del *digital divide*, in tutte le sue dimensioni, da quella socio-economica al divario geografico infrastrutturale, diventa determinate per la ripresa della crescita in Italia, soprattutto in un periodo di crisi come quello attuale in cui, con l'accelerato ricorso alle tecnologie, l'esclusione digitale rischia di trasformarsi in esclusione economica, sociale, educativa, informativa e culturale (AGCOM, 2020).

A fronte di tutto ciò, mentre gli effetti della crisi sanitaria si riverberano su molti settori dell'economia, si osserva l'affermazione delle piattaforme online che operano, oltre che nelle comunicazioni in senso stretto, anche nei settori della ristorazione, del turismo, dei trasporti, ecc.. Alcune di queste hanno avuto vantaggi dall'emergenza, è il caso delle piattaforme che offrono servizi media audiovisivi a pagamento e di quelle attive nel commercio elettronico alle quali si collegano i servizi di consegna. Durante il *lockdown*, infatti, l'impossibilità di spostamento delle persone ha favorito la loro affermazione come intermediari inevitabili per i consumatori e per le stesse imprese, sia per tutto ciò che riguarda l'approvvigionamento e la vendita di beni e servizi. Secondo i dati di Netcomm Forum, nei primi mesi del 2020 il commercio online ha visto un incremento solo in Italia di 2 milioni di nuovi consumatori, di cui 1,3 sono arrivati alle piattaforme d'acquisto digitale durante l'emergenza sanitaria.

Ben diverse sono state le conseguenze per alcuni settori come il turismo, dove l'intera filiera su scala globale ha subito una brusca battuta d'arresto (si pensi alle compagnie aeree, alle strutture della ricettività, agli attori dell'intermediazione, all'intero fenomeno della *sharing economy*). Il coronavirus ha avuto un impatto enorme su queste società: un mese dopo l'esplosione della pandemia Uber ha annunciato il licenziamento di 3.700 persone, il 14% della propria forza lavoro; Airbnb ha dovuto ridurre di 1.900 persone il numero dei dipendenti, pari al 25%; stessa riduzione del personale anche per TripAdvisor Inc. I grandi portali del turismo e in particolare le Online Travel Agencies (OTA), che fino al 2019 veicolavano il 70% delle prenotazioni turistiche globali (pari a oltre 1,4 miliardi di persone secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo – UNWTO), hanno evidentemente subito un duro e immediato contraccolpo con il fermo delle attività turistiche dovuto allo stop degli spostamenti e alle chiusure totali o parziali delle frontiere, che hanno determinato valanghe di cancellazioni. L'industria dei viaggi, infatti, è tra quelle che più sta risentendo degli effetti della pandemia, con un crollo degli arrivi internazionali del 65% nel primo semestre dell'anno, secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo – UNWTO), con una perdita di 460 miliardi di dollari.

Booking Holdings Inc. ha annunciato un calo a livello mondiale di oltre l'85% delle notti in camera prenotate ad aprile 2020 rispetto all'anno precedente, quando "transitava" circa 2 milioni di prenotazioni ogni giorno, con oltre 1,7 milioni di proposte in tutto il mondo, tra cui oltre 6.500 agriturismi in Italia (Ismea, 2019). Nell'edizione 2019 di questo rapporto si rappresentava una fotografia della vetrina online del turismo italiano per le principali tipologie di strutture ricettive presente su Booking.com riferita al periodo luglio-settembre 2019. Tale offerta, a distanza di un anno, per l'agriturismo si è ridotta di oltre mille aziende (Tab 1).

La riduzione non ha riguardato solo il numero delle offerte agrituristiche nella vetrina globale di Booking.com ma ha coinvolto anche la domanda, ovvero il numero di ricerche effettuate. Le rilevazioni della frequenza di ricerca⁶ su Google Trends negli ultimi dodici mesi in Italia per il sito web www.booking.com e per il termine "agriturismo" mostrano un andamento quasi parallelo, col crollo nella primavera 2020 e poi la ripresa in estate (Fig. 10).

5 European Commission. Digital Economy and Society Index. DESI individual indicators – 1b1 Fast BB (NGA) coverage [desi_1b1_fbbc]

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

TAB. 1

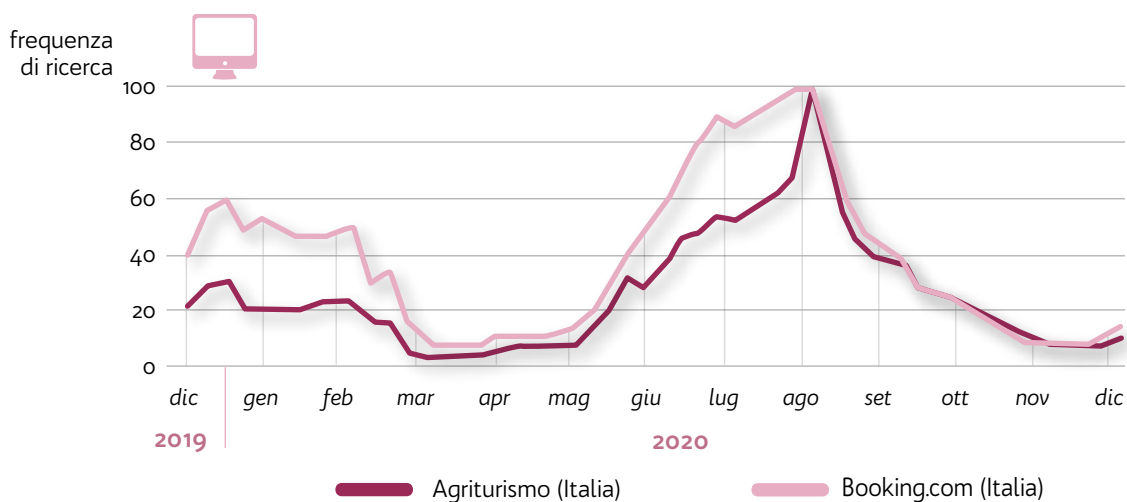
Numero di agriturismi presenti su booking.com per regione

	set-19	set-20	Variazioni assolute	Variazioni %
Abruzzo	118	92	-26	-22,0
Basilicata	62	44	-18	-29,0
Calabria	145	106	-39	-26,9
Campania	228	197	-31	-13,6
Emilia - Romagna	278	254	-24	-8,6
Friuli Venezia Giulia	117	118	1	0,9
Lazio	290	235	-55	-19,0
Liguria	199	156	-43	-21,6
Lombardia	299	289	-10	-3,3
Marche	246	195	-51	-20,7
Molise	30	25	-5	-16,7
Piemonte	332	320	-12	-3,6
Puglia	410	304	-106	-25,9
Sardegna	252	192	-60	-23,8
Sicilia	393	299	-94	-23,9
Toscana	1.799	1.481	-318	-17,7
Trentino - Alto Adige	460	414	-46	-10,0
Umbria	502	427	-75	-14,9
Valle d'Aosta	12	9	-3	-25,0
Veneto	385	358	-27	-7,0
ITALIA	6.557	5.515	-1.042	-15,9

Fonte: elaborazione Ismea – RRN, rilevazioni online del 10.09.2019 e del 30.09.2020 (www.booking.com)

FIG. 10

Frequenza di ricerca su Google del termine "agriturismo" e del sito booking.com in Italia



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN, rilevazioni online al 06 dicembre 2020 (Google trends)

Con riferimento all'agriturismo si osserva l'andamento delle ricerche che scende sotto i livelli minimi registrati negli ultimi cinque anni nel periodo che va da marzo a giugno 2020 (nel pieno dell'emergenza) e poi una rapidissima impennata, con il picco più alto mai raggiunto negli ultimi cinque anni nel mese di agosto (Fig. 11). A testimonianza di come l'agriturismo per l'estate 2020 sia stato particolarmente desiderato, 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" (una delle ricerche più frequenti associate ad "agriturismo").

In questo scenario senza precedenti, la reazione dei colossi del *cybertourism* è stata immediata. Tutti i principali portali hanno attivato intere sezioni informative sull'emergenza coronavirus, diffuso protocolli di sicurezza per le strutture e per gli ospiti, introdotto maggiori garanzie nelle prenotazioni e rivisto i termini delle cancellazioni, ricalibrando nel frattempo le strategie, a partire dalla comunicazione e in diversi casi lanciando anche nuovi servizi. Dalla crisi stanno pertanto emergendo nuovi trend, nuove opportunità e nuovi approcci che potrebbero rappresentare le basi per nuovi e più sostenibili modelli di sviluppo.

Le vacanze al tempo del Covid hanno visto le destinazioni meno note e di prossimità tra le scelte preferite degli italiani. Una tendenza che rappresenta

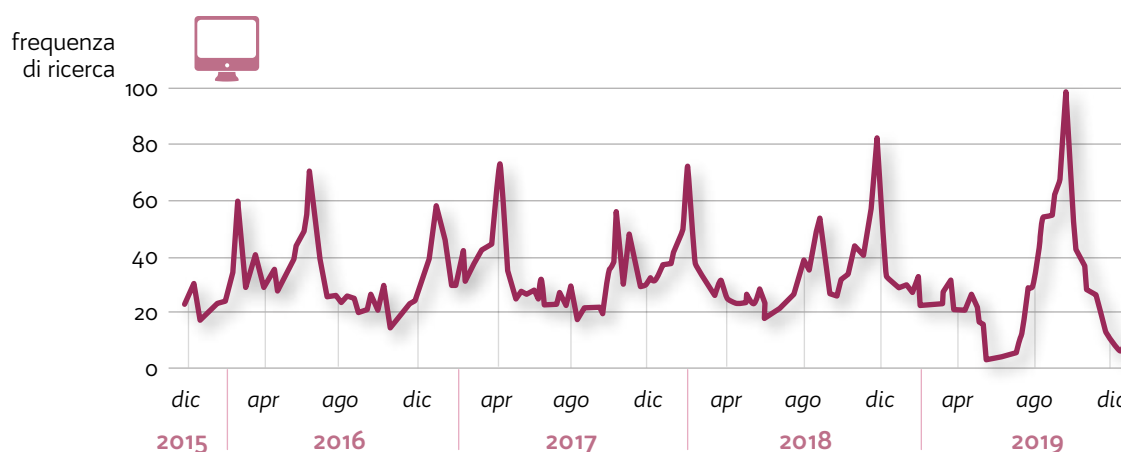
allo stesso tempo una grande opportunità per le aree rurali, seppure indotta da una situazione emergenziale, per proporre forme di turismo dagli impatti economici e sociali positivi e diffusi, che favoriscano la rigenerazione dei luoghi e delle comunità stesse.

Durante le fasi emergenziali, stante anche l'impossibilità di muoversi, è letteralmente esplosa sul web l'offerta di esperienze, servizi e contenuti digitali legati al turismo. Lanciate a livello globale da Airbnb, recentemente anche Amazon ha esordito nel mercato delle esperienze virtuali. Si consolida dunque il fenomeno definito *neverending tourism*, cioè la tendenza di dare continuità al viaggio proponendo esperienze e condividendo tramite internet contenuti sia prima che dopo il soggiorno, al fine di favorire processi di fidelizzazione e relazioni più durature con i clienti.

Secondo Giacomo Trovato, amministratore delegato di Airbnb Italia, la nuova strategia del turismo extralberghiero andrà nella direzione di soggiorni lunghi uno o due mesi, in Italia, in case possibilmente isolate, adatte per lavorare da remoto, con la massima garanzia di pulizia e sicurezza. Sulla sicurezza igienica Airbnb ha puntato moltissimo, da maggio 2020 Brian Chesky, cofondatore e amministratore delegato di Airbnb, ha annunciato il "Programma avanzato di pulizia" un nuovo protocollo di pulizia per gli *host* - che saranno appositamente contrassegnati - svi-

FIG. 11

Frequenza di ricerca su Google del termine "agriturismo" in Italia



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN, rilevazioni online al 06 dicembre 2020 (Google trends)

luppato con l'aiuto dell'ex responsabile della salute pubblica statunitense il dott. Vivek Murthy. Resta, infine, l'incognita del mercato estero per il quale, rimanendo incerti i tempi per la ripresa, le leve potrebbero consistere nella competitività dei prezzi e nella flessibilità dei termini di cancellazione, soprattutto per i viaggiatori che prenoteranno con largo anticipo (*early bird*).

Secondo Booking.com - che lo scorso mese di ottobre ha diffuso i risultati di una ricerca condotta su oltre 20.000 persone in 28 Paesi sul futuro dei viaggi - i trend che caratterizzeranno il settore a partire dal prossimo anno saranno i viaggi più *smart*, consapevoli e sicuri. Oltre a prestare più attenzione alle mete scelte e ai compagni di viaggio, si cercherà una maggiore sicurezza e offerte più sostenibili, nuovi modi per coniugare lavoro e vacanze. Il turismo di prossimità, da poco riscoperto, continuerà a resistere, così come resterà sempre vivo il desiderio di evasione verso mete più lontane. Per Arjan Dijk, Senior Vice President e Chief Marketing Officer di Booking.com, *"Il 2020 è stato un anno senza precedenti e, anche se ci vorrà ancora un po' prima che i viaggi possano tornare ai livelli pre-pandemia, tutto sembra sottolineare il ruolo fondamentale e persistente che viaggiare ha nelle vite delle persone. In tutto il mondo i viaggi continuano a portare momenti di gioia e ispirazione durante questo periodo di incertezza, sia che si tratti solo di sognare a occhi aperti, di organizzare un viaggio o di ricordare quelli che abbiamo avuto già la fortuna di fare"*.

Riferimenti bibliografici e fonti informative

- Ismea-RRN (2018), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- Ismea-RRN (2019), Agriturismo e Multifunzionalità - Scenario e prospettive
- AGCOM - Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (2020), L'impatto del coronavirus nei settori regolati. Allegato alla relazione annuale. Giugno 2020.
- Ipsos (2020), Italiani e Coronavirus. What is happening, contradictions, implications
- AGI - Agenzia Italia, Come è cambiato il traffico su Internet durante l'emergenza coronavirus (29 aprile 2020). L'impatto del coronavirus sulla sharing economy (11 maggio 2020)
- Il Sole 24 ore, Viaggi, cura anti-Covid con esperienze virtuali e holiday working (16 ottobre 2020). Turismo, periodi lunghi e case per lo smart working: così il rilancio dell'affitto online in tempi di coronavirus (8 maggio 2020)
- Istat (2020), Conti economici trimestrali
- Istat (2020), Una stagione mancata: impatto del Covid-19 sul turismo
- agcom.it
- askanews.it
- ilsole24ore.com
- repubblica.it
- akamai.com
- netcommforum.it
- booking.com
- trends.google.it
- unwto.org
- wtcc.org



2.

PRODUZIONE AGRICOLA E ATTIVITÀ CONNESSE

L'agricoltura italiana conferma un forte orientamento alla diversificazione delle fonti di reddito attraverso i servizi e le attività connesse extra-agricole. L'analisi dei valori aggregati dei conti economici dell'agricoltura restituisce un quadro connotato dal crescente peso delle attività di diversificazione, il cui contributo alla produzione agricola complessiva negli anni è diventato sempre più importante e ormai strutturale in tutte le regioni italiane, consolidando la leadership dell'Italia per valore della produzione delle attività secondarie e di servizi agricoli nel panorama europeo.

In continuità con le precedenti edizioni, le parti dedicate al valore della produzione della branca agricoltura e le principali evidenze, con particolare riferimento alle attività di supporto e secondarie, intendono contribuire allo studio del fenomeno fornendo una fotografia del quadro aggiornato al 2019 sulla base degli ultimi dati consolidati disponibili, a livello nazionale, regionale ed europeo.

21,8%

Il contributo delle attività secondarie e di supporto sul valore della produzione agricola italiana.

5,5 miliardi di €

Il valore della produzione delle attività secondarie.

1,5 miliardi di €

Il valore delle attività agrituristiche, didattiche e sociali.

28%

Il peso dell'Italia nell'UE a 28 sul valore a prezzi correnti della produzione delle attività secondarie nel 2019.



2.

PRODUZIONE AGRICOLA E ATTIVITÀ CONNESSE

2.1 VALORE ECONOMICO DELLA PRODUZIONE AGRICOLA E DELLE ATTIVITÀ SECONDARIE E DI SUPPORTO - IL QUADRO NAZIONALE

Il valore della produzione del settore primario italiano (agricoltura, silvicoltura e pesca) nel 2019 è pari a 62,6 miliardi di euro a prezzi correnti, con un valore aggiunto (dato dal valore della produzione meno i consumi intermedi) pari a 34,6 miliardi di euro.

Il 93% del valore dell'intero settore (agricoltura, silvicoltura e pesca) è costituito dalla branca agricoltura - vegetali, animali, caccia e servizi connessi - che vale poco più di 57,3 miliardi di euro (la branca della silvicoltura produce 2,4 miliardi e la pesca 1,9 miliardi di euro). Alla sua composizione concorrono la produzione di beni e servizi (da coltivazioni erbacee, legnose, foraggere, zootecnia e attività di supporto) per 52,8 miliardi di euro e le attività secondarie (+)¹ svolte da soggetti agricoli (come l'agriturismo, la vendita diretta, le attività didattiche, sociali, la produzione di energie rinnovabili, ecc.) per circa 5,5 miliardi di euro, al netto del valore delle attività agricole svolte da soggetti non agricoli appartenenti ad altri settori (attività secondarie (-)), pari a un miliardo di euro.

Dall'analisi della reale dinamica delle grandezze economiche al netto delle variazioni dei prezzi (valori concatenati), la produzione agricola nazionale nel 2019 ha subito una flessione dello 0,8% rispetto al 2018, determinata dal calo di quasi tutte le sue componenti, a eccezione delle coltivazioni foraggere (+3,4%), delle attività di supporto (+0,8%) e delle attività secondarie (+0,7%) (Tab. 1).

Nel 2019 le attività di supporto e secondarie (+) hanno raggiunto rispettivamente la quota del 12,2% e 9,6%, incidendo complessivamente per il 21,8% sulla produzione della intera branca agricoltura (nel 2007 la loro incidenza era del 16%) (Fig. 1 e 2).

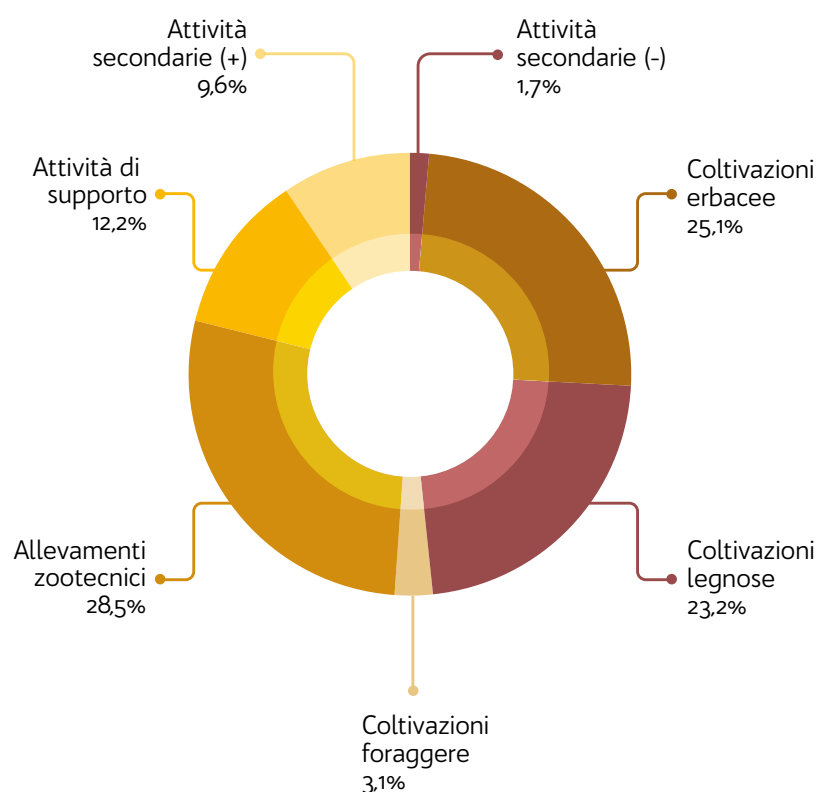
¹ Confronta glossario a fine capitolo.

TAB. 1

Produzione della branca agricoltura (produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi)
Milioni di euro a valori correnti

ATTIVITÀ ECONOMICHE	2018	2019	Variazioni % 2019/18 a valori correnti	Variazioni % 2019/18 a valori concatenati (anno base 2015)
Produzione della branca agricoltura	57.239	57.315	0,1	-0,8
Produzione di beni e servizi:	52.736	52.820	0,2	-1,0
Coltivazioni erbacee	13.529	14.407	6,5	-0,2
Coltivazioni legnose	14.298	13.300	-7,0	-3,9
Coltivazioni foraggere	1.880	1.787	-4,9	3,4
Allevamenti zootecnici	16.171	16.319	0,9	-0,2
Attività di supporto	6.857	7.005	2,2	0,8
Attività secondarie (+)	5.430	5.498	1,3	0,7
Attività secondarie (-)	927	1.002	8,2	0,3

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

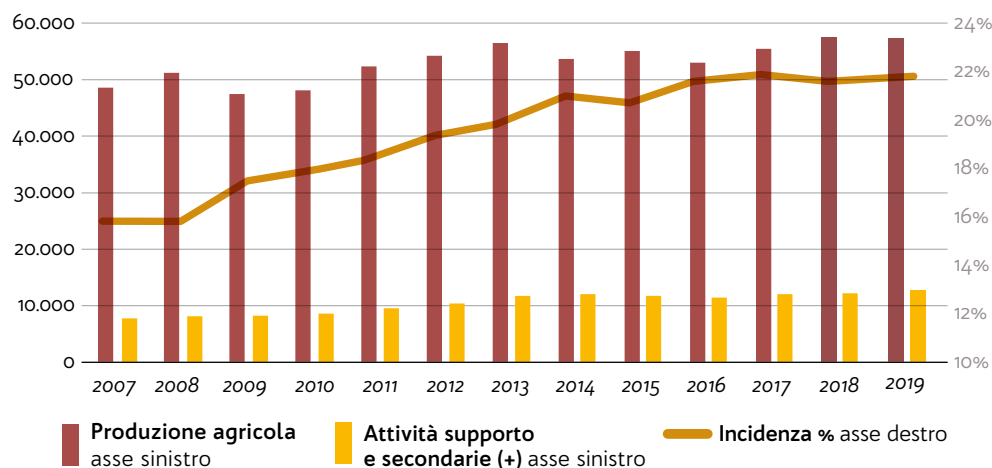
**FIG. 1**

Composizione della produzione
della branca agricoltura a valori
correnti, anno 2019

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 2

Valore della produzione agricola e delle attività di diversificazione a prezzi correnti (milioni di euro) e incidenza delle attività di diversificazione sulla produzione (valori %)



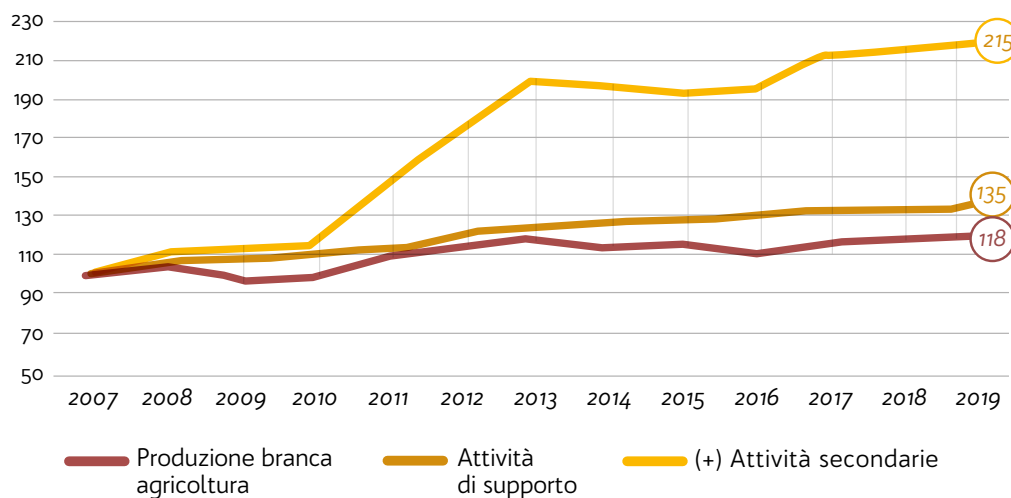
Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Sempre nel periodo che va dal 2007 al 2019, a fronte di un andamento lineare e comunque sempre positivo delle attività di supporto e una crescita importante delle secondarie (il cui balzo nel 2011-2013 è dovuto prevalentemente alla produzione di energia da fonti rinnovabili), le fluttuazioni, con periodi di decrescita, che invece connotano l'andamento della produzione

di beni dell'intera branca, evidenziano una maggiore esposizione di quest'ultima rispetto a fattori e macro variabili esogene (instabilità dei mercati e volatilità dei prezzi o il susseguirsi di eventi meteorologici non favorevoli) e la maggiore solidità e minore elasticità delle attività integrative dei redditi agricoli aziendali rispetto agli stessi fattori (Fig. 3 e 4).

FIG. 3

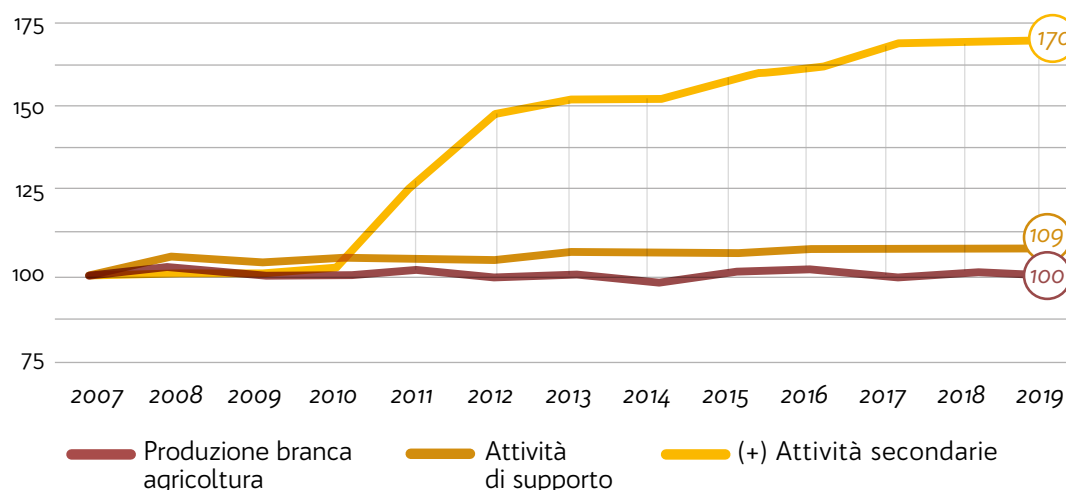
Andamento della produzione agricola e delle attività secondarie e di supporto a valori correnti (Indice 2007=100)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 4

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



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Raffrontando i tassi medi di variazione annua dal 2007 al 2019, della produzione agricola, delle attività secondarie e di supporto, la crescita di questi ultimi aggregati, sia a valori correnti che concatenati, è decisamente più marcata rispetto alla produzione agricola. Mentre la produzione agricola registra una crescita reale pari a zero dal 2007 al 2019, le attività secondarie crescono ad un tasso medio annuo del 4,5% e del 6,6% a valori correnti (Tab. 2).

Con riferimento alle singole attività che nel 2019 concorrono a comporre il valore della produzione delle attività secondarie, le energie rinnovabili e l'agriturismo si confermano i comparti principali, rispettivamente con 2,2 e 1,5 miliardi di euro (insieme rappresentano il 67,4% del valore di tutte le secondarie); tra le attività di supporto, le lavorazioni per conto terzi, con oltre 3,2 miliardi di euro, e la prima lavorazione dei prodotti (2,4 miliardi) rappresentano quasi l'80% del valore totale (Tab. 3 e 4; Fig. 5 e 6).

TAB. 2

Tasso medio di variazione annua 2007-2019 della produzione agricola e delle attività secondarie e di supporto (valori %)

	Tmva 2007-2019. Valori concatenati (anno base 2015)	Tmva 2007-2019. Valori correnti
Produzione branca agricoltura	0,0	1,4
Attività secondarie	4,5	6,6
Attività di supporto	0,7	2,5

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 3

Produzione delle attività secondarie a valori correnti (milioni di euro)

ATTIVITÀ SECONDARIE	2018	2019	2019/2018 Variazioni % a valori correnti	2019/2018 Variazioni % a valori concatenati (anno base 2015)
Acquacoltura	8	8	3,1	2,0
Trasformazione dei prodotti vegetali (frutta)	186	182	-1,9	-2,0
Trasformazione del latte	282	293	3,8	-0,6
Agriturismo comprese le attività ricreative e sociali, fattorie didattiche e altre attività minori	1.457	1.506	3,3	1,5
Trasformazione dei prodotti animali (carni)	326	335	2,6	2,1
Energia rinnovabile (fotovoltaico, biogas, biomasse)	2.233	2.202	-1,4	-0,2
Artigianato (lavorazione del legno)	60	62	3,1	1,5
Produzione di mangimi	182	186	2,0	-0,9
Sistemazione di parchi e giardini	355	370	4,2	2,0
Vendite dirette/commercializzazione	336	351	4,3	3,8
Totale attività secondarie	5.430	5.498	1,3	0,7

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 4

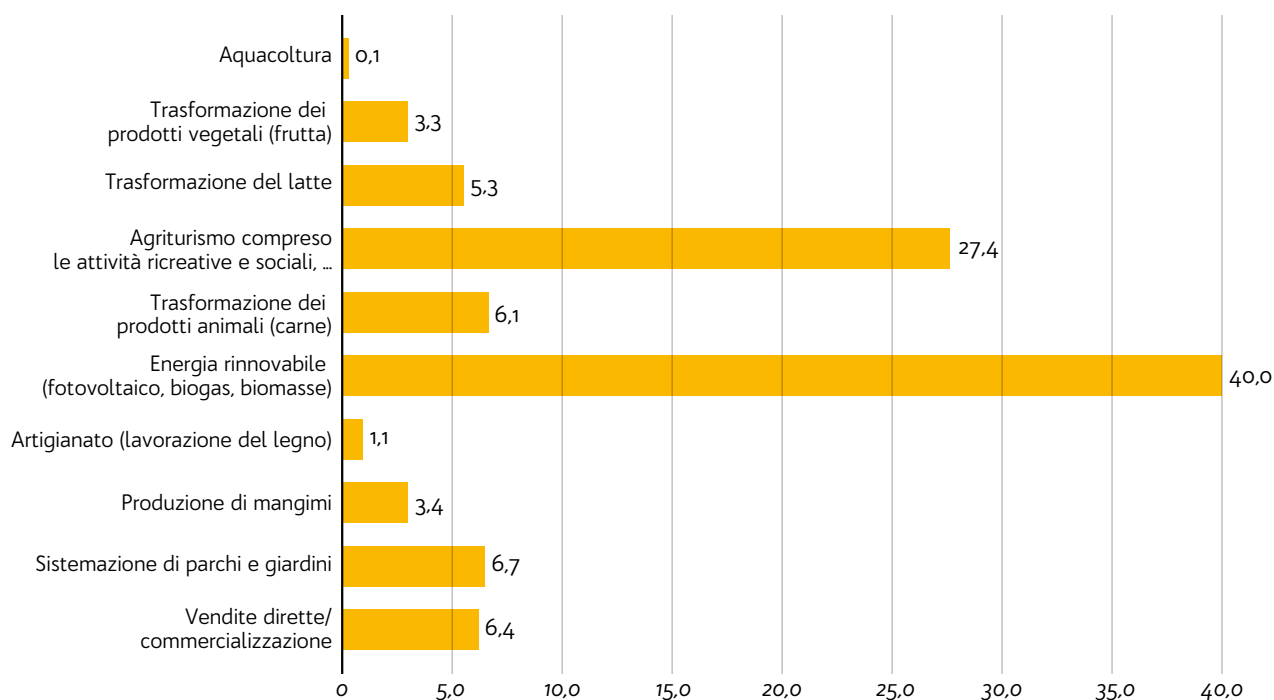
Produzione delle attività di supporto a valori correnti (milioni di euro)

ATTIVITÀ DI SUPPORTO	2018	2019	2019/2018 Variazioni % a valori correnti	2019/2018 Variazioni % a valori concatenati (anno base 2015)
Lavorazioni sementi per la semina	238	241	1,1	-0,7
Nuove coltivazioni e piantagioni	184	186	1,2	-0,3
Attività agricole per conto terzi (contoterzismo)	3.155	3.209	1,7	0,8
Prima lavorazione dei prodotti agricoli	2.293	2.362	3,0	1,1
Manutenzione agricola ed ecologica del terreno	583	602	3,2	1,5
Attività di supporto all'allevamento del bestiame	212	212	-0,3	0,2
Altre attività di supporto	188	190	1,2	0,3
Totale attività di supporto	6.857	7.005	2,2	0,8

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 5

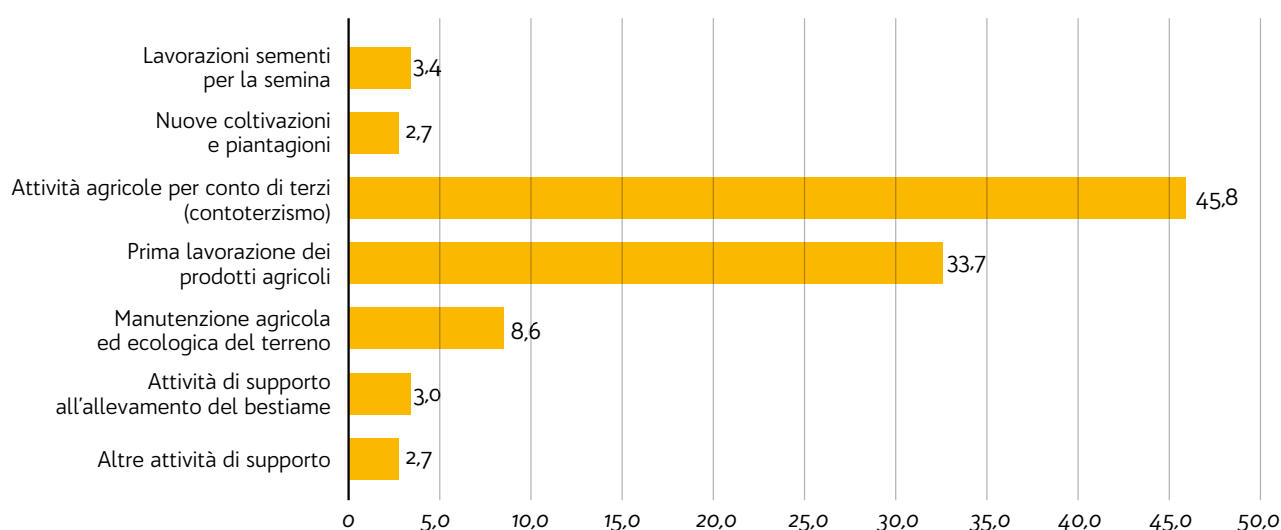
Composizione delle attività secondarie a valori correnti, anno 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 6

Composizione delle attività di supporto a valori correnti, anno 2019 (valori %)



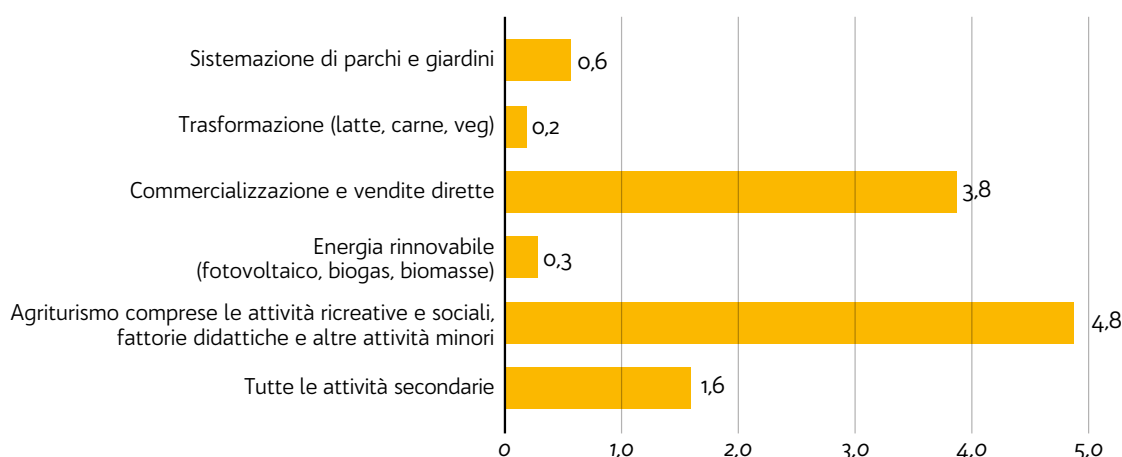
Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Restringendo l'intervallo temporale di analisi al periodo 2013-2019 (successivo all'assestamento del comparto delle energie rinnovabili, dopo l'impennata degli anni 2010-2013), l'agriturismo, con un tasso medio di crescita annua del 4,8%, si conferma il comparto più dinamico insieme alla vendita diretta (+3,8%), mentre tutte le secondarie nel complesso sono cresciute a un

ritmo medio annuo dell'1,6%. A sostenere la crescita delle attività di supporto (tasso medio di variazione annua complessivo pari a +1,5%), sono invece soprattutto il contoterzismo (+2,2%), l'attività di manutenzione dei terreni al fine di preservarne le buone condizioni agricole ed ecologiche (+2%) e la prima lavorazione dei prodotti agricoli (+1,7%) (Fig. 7 e 8).

FIG. 7

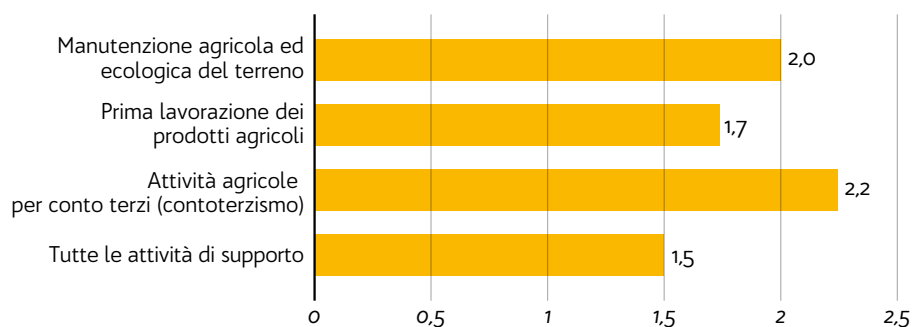
Tasso medio di variazione annua 2013-2019 a valori correnti delle principali attività secondarie (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 8

Tasso medio di variazione annua 2013-2019 a valori correnti delle principali attività di supporto (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

2.2 IL QUADRO REGIONALE

Prendendo in considerazione il biennio 2018-19 si evidenzia come, a valori correnti, in tutte le regioni si registri un ulteriore incremento di valore delle attività di supporto e secondarie agricole. Tale aumento è generalmente superiore a quello fatto registrare dalla produzione agricola nel suo complesso che addirittura, in alcuni casi, registra un calo. (Tab. 5).

Allargando l'osservazione al periodo 2007-19 si registra come le attività di supporto e secondarie concorrano con quote sempre maggiori alla composizione del valore della produzione agricola di tutte le regioni essendo cresciute con tassi medi annui molto maggiori.

In particolare, nelle regioni Piemonte, Lombardia, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna e Puglia le attività secondarie nel periodo esaminato, sono cresciute con tassi medi annui compresi tra il 5,9 e il 7%, a fronte di una media nazionale che si attesta al 4,5%. (Fig. 9).

Le regioni in cui, nel 2019, si registra la maggiore incidenza delle attività multifunzionali sono la P.A. di Bolzano (43%) e la Valle d'Aosta (42,8%), con quota doppia rispetto al totale Italia; seguono Marche e Basilicata, entrambe con valori superiori al 30%. (Fig. 10).

L'analisi del quadro regionale restituisce dunque in maniera netta e trasversale a tutti i territori, una traiettoria evolutiva in cui le attività connesse costituiscono ormai una componente strutturale fondamentale dei sistemi agricoli regionali.

TAB. 5

Produzione agricola e delle attività secondarie (+) e di supporto a valori correnti (migliaia di euro)

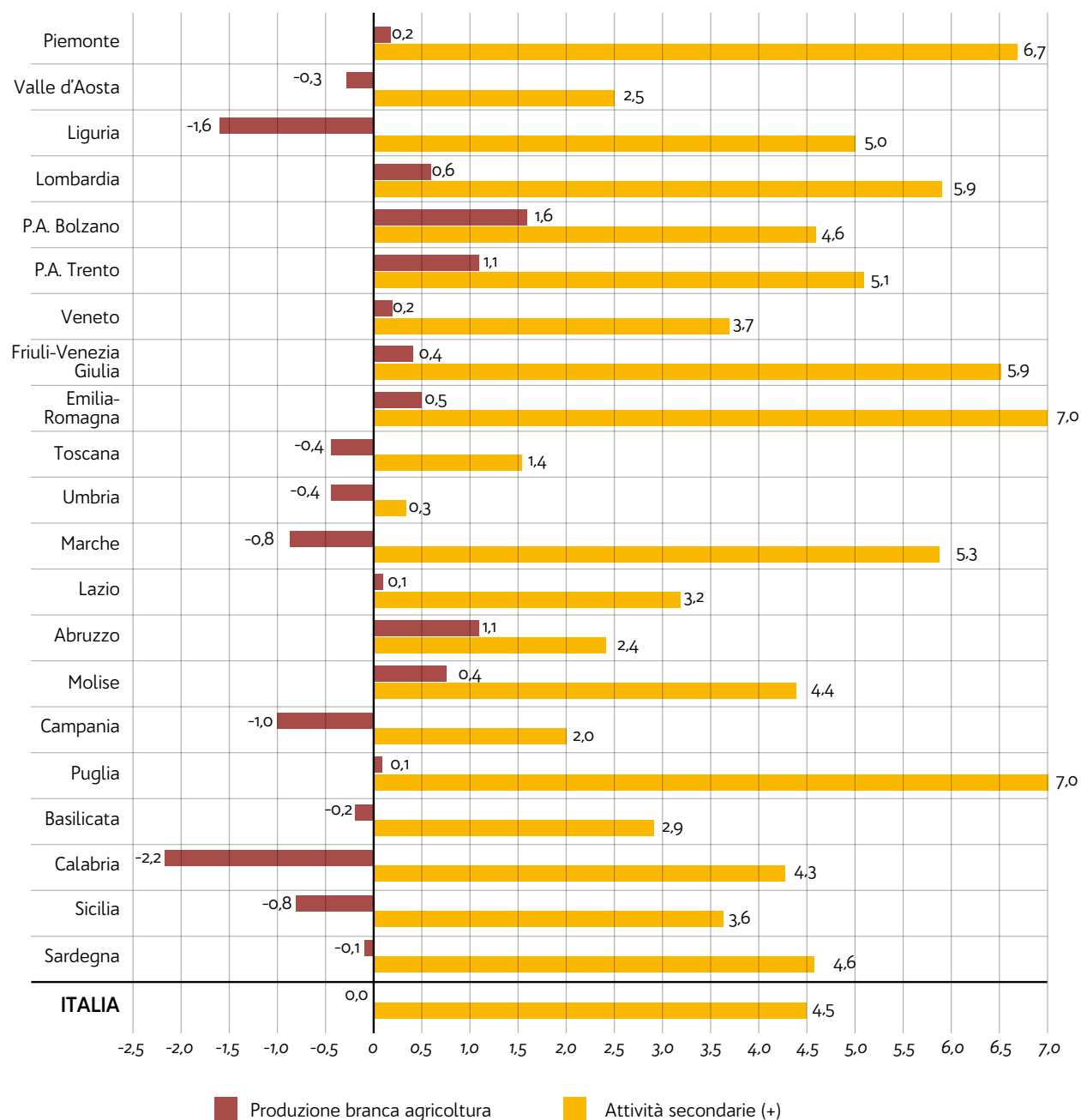
		2018	2019	2019 Composizione %	2019/18 variazione % valori correnti	2019/18 variazione % valori concatenati
Piemonte	produzione branca agricoltura	4.047.002	4.050.958	100	0,1	0,1
	attività secondarie (+)	411.793	413.699	10,2	0,5	2,0
	attività di supporto	401.424	410.194	10,1	2,2	0,8
Valle d'Aosta	produzione branca agricoltura	93.674	92.542	100	-1,2	-2,1
	attività secondarie (+)	25.178	25.849	27,9	2,7	-0,5
	attività di supporto	13.472	13.713	14,8	1,8	0,8
Liguria	produzione branca agricoltura	611.084	651.777	100	6,7	0,9
	attività secondarie (+)	69.052	70.147	10,8	1,6	1,4
	attività di supporto	46.878	48.234	7,4	2,9	1,4
Lombardia	produzione branca agricoltura	781.241	776.774	100	-0,4	-0,8
	attività secondarie (+)	765.906	772.192	9,9	0,8	1,6
	attività di supporto	577.204	588.386	7,6	1,9	0,6
P.A. Bolzano	produzione branca agricoltura	1.383.903	1.296.207	100	-6,3	-1,8
	attività secondarie (+)	461.058	470.560	36,3	2,1	0,1
	attività di supporto	85.343	87.080	6,7	2,0	0,3
P.A. Trento	produzione branca agricoltura	871.624	797.917	100	-8,5	-4,8
	attività secondarie (+)	161.993	165.332	20,7	2,1	0,1
	attività di supporto	52.552	53.621	6,7	2,0	0,3
Veneto	produzione branca agricoltura	6.386.836	6.154.423	100	-3,6	-4,0
	attività secondarie (+)	429.012	434.207	7,1	1,2	-0,4
	attività di supporto	678.946	692.909	11,3	2,1	0,6
Friuli-Venezia Giulia	produzione branca agricoltura	1.280.381	1.246.531	100	-2,6	-2,2
	attività secondarie (+)	158.117	159.697	12,8	1,0	-0,6
	attività di supporto	150.834	153.766	12,3	1,9	0,6

Continua		2018	2019	2019 Composizione %	2019/18 variazione % valori correnti	2019/18 variazione % valori concatenati
Emilia- Romagna	produzione branca agricoltura	6.965.289	6.867.999	100	-1,4	-3,2
	attività secondarie (+)	700.143	701.955	10,2	0,3	-0,7
	attività di supporto	776.488	792.587	11,5	2,1	0,7
Toscana	produzione branca agricoltura	3.215.448	3.203.178	100	-0,4	-1,4
	attività secondarie (+)	481.146	493.216	15,4	2,5	2,9
	attività di supporto	303.048	309.684	9,7	2,2	0,9
Umbria	produzione branca agricoltura	877.853	905.214	100	3,1	2,9
	attività secondarie (+)	98.383	100.328	11,1	2,0	2,3
	attività di supporto	122.541	124.925	13,8	1,9	1,0
Marche	produzione branca agricoltura	1.314.170	1.312.499	100	-0,1	-1,5
	attività secondarie (+)	186.240	188.481	14,4	1,2	1,7
	attività di supporto	254.445	259.639	19,8	2,0	1,0
Lazio	produzione branca agricoltura	2.928.355	2.959.296	100	1,1	-0,7
	attività secondarie (+)	259.324	264.146	8,9	1,9	0,9
	attività di supporto	369.795	378.575	12,8	2,4	1,0
Abruzzo	produzione branca agricoltura	1.574.390	1.619.261	100	2,9	0,4
	attività secondarie (+)	120.169	123.000	7,6	2,4	0,4
	attività di supporto	174.671	178.692	11,0	2,3	0,6
Molise	produzione branca agricoltura	531.661	534.704	100	0,6	-2,0
	attività secondarie (+)	38.621	39.185	7,3	1,5	0,4
	attività di supporto	93.366	95.098	17,8	1,9	0,9
Campania	produzione branca agricoltura	3.324.090	3.491.550	100	5,0	3,0
	attività secondarie (+)	206.174	210.129	6,0	1,9	0,7
	attività di supporto	440.945	451.988	12,9	2,5	1,2
Puglia	produzione branca agricoltura	4.667.884	4.735.000	100	1,4	-0,4
	attività secondarie (+)	264.504	266.390	5,6	0,7	1,2
	attività di supporto	692.860	707.761	14,9	2,2	0,9
Basilicata	produzione branca agricoltura	921.389	926.109	100	0,5	0,2
	attività secondarie (+)	50.240	50.817	5,5	1,1	0,2
	attività di supporto	237.135	241.872	26,1	2,0	0,8
Calabria	produzione branca agricoltura	1.961.560	2.230.000	100	13,7	11,7
	attività secondarie (+)	131.651	132.866	6,0	0,9	-1,8
	attività di supporto	323.366	331.407	14,9	2,5	1,0
Sicilia	produzione branca agricoltura	4.599.447	4.588.193	100	-0,2	-1,5
	attività secondarie (+)	217.957	220.700	4,8	1,3	-0,8
	attività di supporto	771.414	788.601	17,2	2,2	1,0
Sardegna	produzione branca agricoltura	1.872.515	1.875.693	100	0,2	-1,1
	attività secondarie (+)	193.649	195.704	10,4	1,1	0,0
	attività di supporto	290.382	296.666	15,8	2,2	1,0

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 9

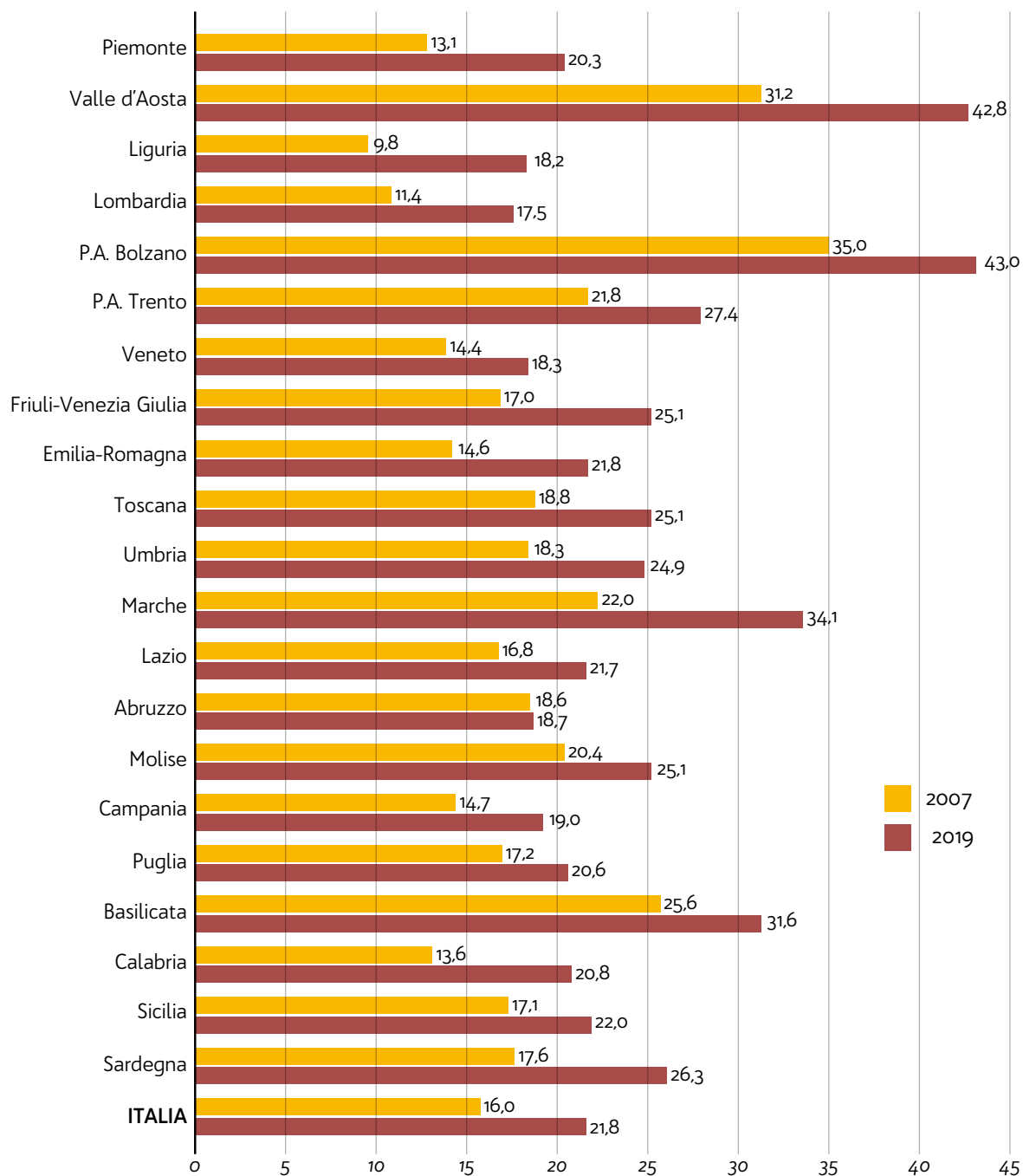
Tasso medio di variazione annua 2007-2019 a valori concatenati (anno base 2015) della produzione agricola e delle attività secondarie per Regioni e Province Autonome (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 10

Incidenza delle attività secondarie (+) e di supporto sul totale della produzione agricola a valori correnti (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

2.3 IL QUADRO EUROPEO

Nel 2019 il valore della produzione agricola europea (Eu 28) a prezzi correnti è pari a 443 miliardi di euro, con un valore aggiunto di 188,7 miliardi di euro; la produzione agricola di servizi pari a 21,8 miliardi e la produzione delle attività secondarie inseparabili (come agriturismo, vendita diretta, ecc.) pari a 16,8 miliardi.

L'agricoltura italiana, con il 12,8%, si colloca al terzo posto (dopo Francia e Germania) per quota di valore della produzione, ed è prima per valore aggiunto con una quota del 16,8% precedendo Francia e Spagna. L'Italia conferma inoltre il suo primato indiscusso per ciò che riguarda il peso in termini di valore dei servizi (23,9%) e delle attività secondarie (28%), queste ultime con quota quasi doppia rispetto alla Francia che si colloca al secondo posto. (Tab. 6).

TAB. 6

Quota a valori correnti dei principali stati membri dell'UE 28, anno 2019 (valori %)

	Produzione agricola totale	Valore aggiunto	Produzione agricola di servizi	Attività secondarie
ITALIA	12,8	16,8	23,9	28,0
Francia	17,1	16,6	21,6	14,1
Germania	12,8	11,2	12,0	5,8
Spagna	11,4	14,1	2,5	7,2
Regno Unito	7,1	6,2	6,6	9,3
Paesi Bassi	6,5	6,0	12,5	4,9
Romania	4,3	4,8	1,6	8,8
Polonia	6,0	5,5	2,6	0,5
Altri Paesi	22,1	19,0	16,6	21,3
Ue28	100	100	100	100

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Eurostat

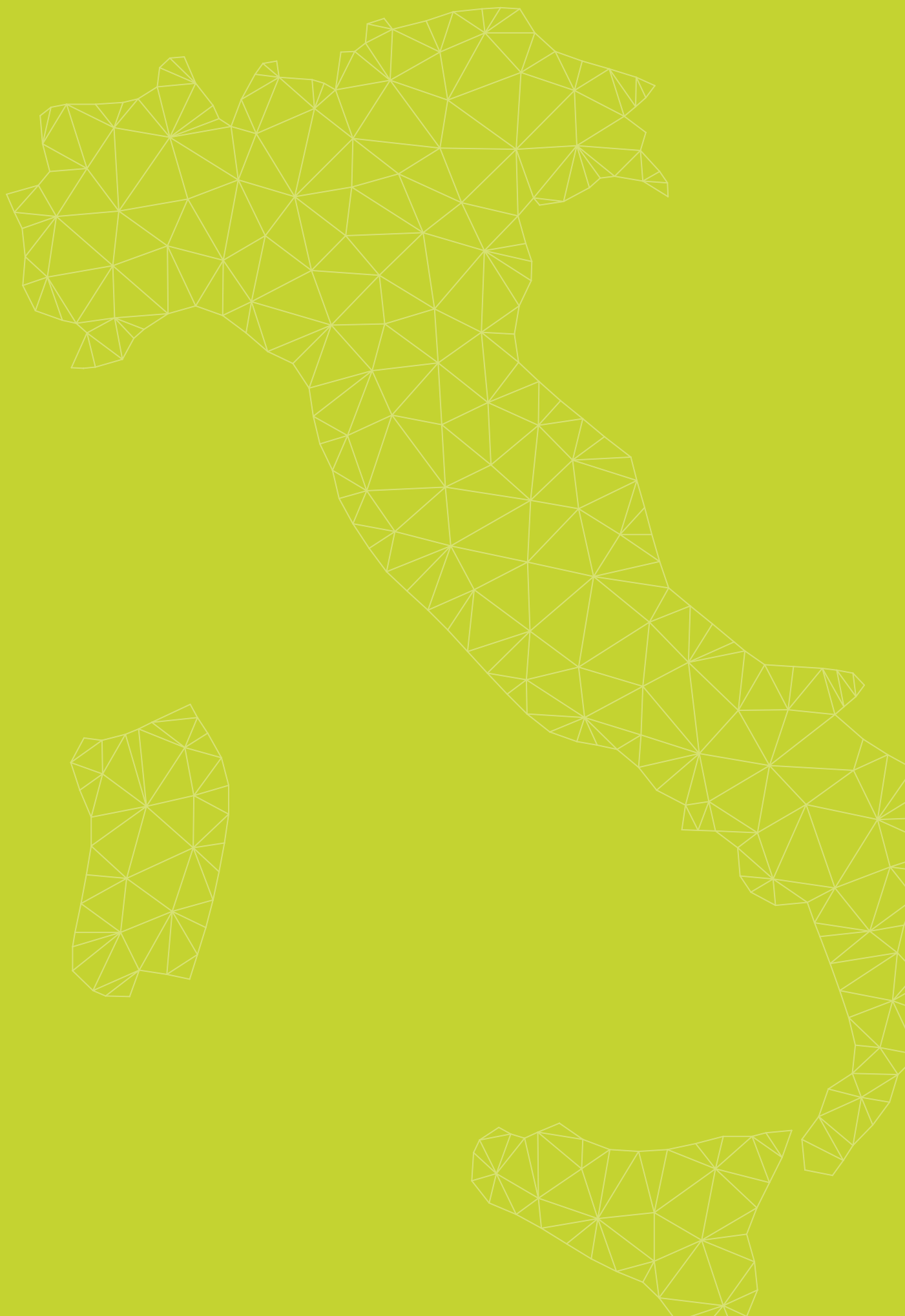
Glossario:

- 1) **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.
- 2) **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.

- 3) **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.
- 4) **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 (-).
- 5) **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.
- 6) **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.
- 7) **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.
- 8) **Deflatore:** misura il rapporto tra un aggregato espresso in termini nominali e lo stesso espresso in termini reali. Indica quanta parte della crescita dell'aggregato, espresso in termini nominali, sia da attribuire a variazioni di prezzo.

Riferimenti bibliografici e fonti informative

- Istat (2020), Conti Nazionali, edizione maggio 2020.
- Istat (2020), L'andamento dell'economia agricola. Anno 2019.
- Eurostat (2020), Agriculture, forestry and fisheries / Agriculture / Economic Accounts for Agriculture. Anno 2019.



3.



L'AGRITURISMO

Il comparto agriturismo italiano consolida il suo ruolo fondamentale nel mantenimento e nello sviluppo delle aree rurali, sotto i diversi aspetti - sociale, economico e produttivo, paesaggistico e ambientale, territoriale e culturale - contribuendo a connotare il profilo multifunzionale dell'agricoltura italiana, di cui pure è ormai divenuto componente strutturata e strutturale, soprattutto in chiave strategica di diversificazione e innovazione, accelerandone il processo di modernizzazione.

Il monitoraggio del sistema agriturismo al 31 dicembre 2019, in continuità con le precedenti edizioni del rapporto, attraverso l'analisi dei dati e delle principali evidenze emerse fino a pochi mesi prima dell'emergenza pandemica, intende rappresentare un quadro aggiornato del fenomeno al fine di favorirne la lettura, provando a fornire, in chiave prospettica e programmatica, elementi funzionali al suo sviluppo.

24.576

Le aziende agrituristiche autorizzate in Italia
+4,1% rispetto al 2018.

285.027

I posti letto disponibili
+8,5% rispetto al 2018.

14 milioni

Le presenze complessive
il 3,2% delle presenze del turismo italiano.

1,9 milioni

Gli ospiti italiani
+9,6% rispetto al 2018 e +27,1% rispetto al 2015.



3.

L'AGRITURISMO

3.1 IL MERCATO DELL'AGRITURISMO NEL 2019

La fotografia dell'agriturismo italiano, a poche settimane dalla diffusione del virus SARS-Cov-2, mostra l'immagine di uno dei comparti più dinamici e vivaci dell'agricoltura italiana - e trasversalmente del turismo - alla luce dei tassi di crescita, sia in termini di offerta e domanda che di fatturato.

Con un'offerta di 24.576 aziende l'agriturismo integra del 2,6% (1,5 miliardi di euro) il valore complessivo dell'agricoltura (produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi), pari a 57,3 miliardi nel 2019, contribuendo a consolidare il primato dell'Italia nel panorama europeo per valore prodotto dalle attività connesse e secondarie (5,5 miliardi di euro), cui l'agriturismo concorre per il 27% (cfr. cap. 2).

Un valore, quello dell'agriturismo, che è cresciuto nell'ultimo quinquennio a un tasso medio annuo del 4,8%, più che doppio rispetto alla velocità di crescita delle attività secondarie nel complesso. Valore ottenuto attraverso la collocazione sul mercato di 285 mila posti letto (il 5,5% dei letti complessivi registrati in Italia tra tutte le tipologie di strutture ricettive), oltre 11 mila piazzole per campeggiatori e 490 mila posti a tavola, e l'ampia gamma di attività (didattiche, sportive, culturali, ricreative), servizi (anche rivolti alla persona, come l'agricoltura sociale) e proposte

di degustazioni (cfr. cap.4).

Sono oltre 20 mila le aziende agrituristiche italiane con alloggio (di cui 11 mila con appartamenti indipendenti) che nel 2019 hanno accolto più di 1,9 milioni di italiani e 1,8 milioni di ospiti stranieri, per 14 milioni di notti complessive, equivalente del 3,2% delle presenze del turismo italiano (437 milioni) e il 9% delle presenze del comparto extralberghiero (156 milioni). Di fatto l'agriturismo, anche nel panorama turistico, rappresenta uno dei comparti più dinamici: nell'ultimo quinquennio il tasso di crescita medio annuo della domanda risulta più che doppio rispetto all'intero settore turistico (7,8% contro 3,8%) con una crescita complessiva del 35% (turismo +16%).

Una valenza particolare assume inoltre la capillare distribuzione territoriale delle aziende agrituristiche che sono presenti in oltre 5 mila comuni italiani (il 62,6% del totale). Con una presenza diffusa nelle aree a densità intermedia (piccoli centri) e nelle aree rurali¹, l'agriturismo contribuisce al primato dell'Italia in Europa per ricettività turistica nelle aree scarsamente popolate².

¹ La suddivisione risponde ai criteri stabiliti per le statistiche europee sul turismo dal Regolamento n. 692 del 2011 del Parlamento europeo e del Consiglio.

² Secondo i dati Eurostat (2018) sono oltre 530 mila le strutture e poco più di 15,6 milioni i posti letto disponibili nelle zone rurali di tutta Europa, di questi rispettivamente il 31% (163 mila strutture) e il 20% (3,1 milioni di posti letto) si trova in Italia.

3.2 L'OFFERTA DELL'AGRITURISMO

L'offerta agrituristica nazionale, al netto delle variazioni dovute alle funzioni di riordino previste dalle vigenti normative regionali, risulta ormai da anni strutturata in termini di tipologia di attività. L'alloggio è proposto da circa otto agriturismi su dieci, con una media di 14 posti letto per azienda; la ristorazione da un'azienda su due, con una media di 40 posti a tavola per ogni azienda attiva in questo segmento; anche le attività ricreative, sportive e culturali, unica tipologia di offerta in leggero calo su base annua (-2,4%), figurano nell'offerta della metà delle aziende; tra queste le attività sportive vengono proposte dal 15% degli agriturismi, quelle escursionistiche dal 13%, infine le attività didattiche e i corsi vengono organizzati dal

7%. Negli anni più recenti, oltre alle fattorie didattiche, si registra un numero sempre maggiore di attività di agricoltura sociale esercitate dagli agriturismi (cfr. cap.4). La degustazione, infine, è in forte ascesa (+14,6%) e viene proposta dal 24% delle aziende mentre il 6% propone l'agri-campeggio (tab. 1).

Nel quadro regionale si consolida la forte concentrazione di offerta in Toscana e nel territorio provinciale di Bolzano, dove operano complessivamente oltre 8.500 aziende, il 35% dell'offerta nazionale; in altre cinque regioni (Lombardia, Veneto, Umbria, Piemonte e Lazio) si trova poco meno del 30% delle aziende; il restante 35% è distribuito in tutte le altre regioni (tab. 2; prospetto allegato a questo capitolo per il dettaglio dei dati regionali).

TAB. 1.

L'offerta agrituristica in Italia. Totale aziende e principali attività (*)

	2018	2019	Variazioni assolute 2019/18	Variazioni % 2019/18
Aziende in complesso	23.615	24.576	961	4,1
Aziende con alloggio	19.354	20.174	820	4,2
Posti letto	262.659	285.027	22.368	8,5
Aziende con piazzole di sosta	1.329	1.390	61	4,6
Piazzole di sosta	11.529	12.819	1.290	11,2
Aziende con ristorazione	11.649	12.209	560	4,8
Posti a sedere	462.184	493.319	31.135	6,7
Aziende con degustazione	5.199	5.959	760	14,6
Aziende con attività ricreative, sportive, culturali (**)	12.873	12.570	-303	-2,4
Equitazione	1.424	1.412	-12	-0,8
Escursionismo	3.447	3.115	-332	-9,6
Osservazioni naturalistiche	1.284	1.481	197	15,3
Trekking	1.897	1.608	-289	-15,2
Mountain bike	2.439	1.623	-816	-33,5
Fattorie didattiche	1.516	1.715	199	13,1
Corsi	2.017	1.747	-270	-13,4
Sport	4.780	3.597	-1.183	-24,7
Varie	7.501	8.641	1.140	15,2

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

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

(**) Non tutte le Regioni utilizzano le stesse definizioni e non sempre dispongono di dati dettagliati relativi alla suddivisione delle altre attività nei singoli raggruppamenti rilevati con l'indagine; in questi casi le altre attività vengono incluse fra le varie.

TAB. 2.

L'offerta agrituristica per Regioni e Province Autonome (*)

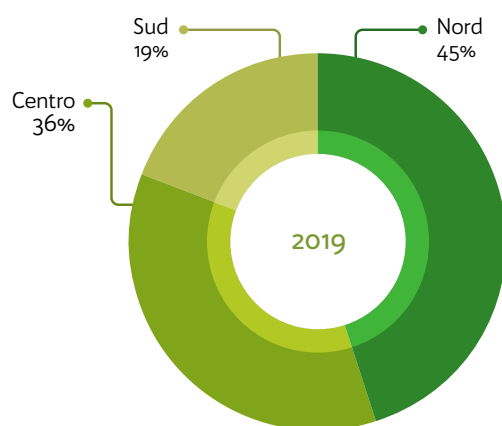
	2018	2019	Composizione % 2019	Variazioni assolute 2019/18	Variazioni % 2019/18
Piemonte	1.316	1.319	5,4	3	0,2
Valle d'Aosta	60	61	0,2	1	1,7
Lombardia	1.673	1.688	6,9	15	0,9
Liguria	656	677	2,8	21	3,2
P.A. Bolzano	3.185	3.132	12,7	-53	-1,7
P.A. Trento	463	473	1,9	10	2,2
Veneto	1.456	1.466	6,0	10	0,7
Friuli-Venezia Giulia	670	676	2,8	6	0,9
Emilia-Romagna	1.166	1.197	4,9	31	2,7
Toscana	4.620	5.369	21,8	749	16,2
Umbria	1.402	1.373	5,6	-29	-2,1
Marche	1.082	1.085	4,4	3	0,3
Lazio	1.278	1.281	5,2	3	0,2
Abruzzo	565	555	2,3	-10	-1,8
Molise	128	128	0,5	0	0,0
Campania	705	744	3,0	39	5,5
Puglia	876	933	3,8	57	6,5
Basilicata	187	203	0,8	16	8,6
Calabria	589	579	2,4	-10	-1,7
Sicilia	737	769	3,1	32	4,3
Sardegna	801	868	3,5	67	8,4
ITALIA	23.615	24.576	100	961	4,1

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

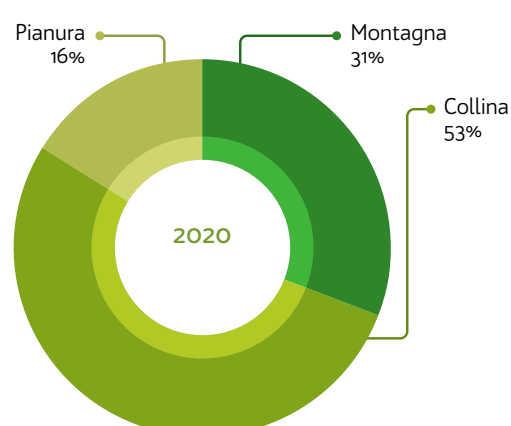
(*) Le variazioni registrate in Sardegna sono conseguenti al riordino amministrativo a seguito della costituzione della nuova provincia del Sud Sardegna e alla contemporanea abolizione delle provincie di Ogliastra, Medio Campidano, Carbonia Iglesias e Olbia Tempio. La Regione Toscana nel 2019 ha revisionato i criteri di aggiornamento dei propri archivi dai quali risulta un aumento delle strutture.

FIG. 1

Distribuzione degli agriturismi per macroaree

**FIG. 2**

Distribuzione altimetrica degli agriturismi



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Le aziende autorizzate per una sola attività sono il 40% del totale, mentre il restante 60% è equamente ripartito tra aziende autorizzate all'esercizio di almeno due o tre attività (rispettivamente il 29,5% e 30,0%). La formula più diffusa è quella dell'alloggio con attività ricreative, sportive e culturali, proposta dal 42% delle aziende; il 36% propone la combinazione alloggio e ristorazione; il 28% abbina la ristorazione con altre attività ricreative, sportive e culturali;

il 25% offre solo alloggio e il 19% combina l'alloggio e la degustazione dei prodotti (tab. 3).

La metà delle aziende autorizzate all'alloggio propone il solo pernottamento, formula diffusa per lo più tra le aziende con abitazioni indipendenti, mentre il 41% propone il pernottamento con prima colazione, in poco più di un'azienda su cinque è disponibile il servizio di pensione completa (fig. 4).

TAB. 3

Variazione % degli agriturismi che svolgono attività(*) di fattoria didattica e nel complesso

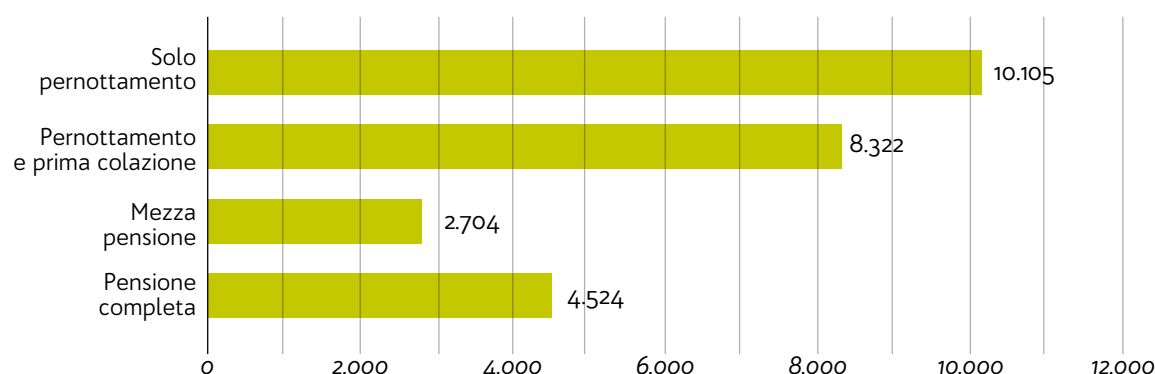
	2018	2019	Variazioni assolute 2019/18	Variazioni % 2019/18
alloggio e attività ricreative, sportive e culturali	10.669	10.288	-381	-3,6
alloggio e ristorazione	8.468	8.958	490	5,8
ristorazione e attività ricreative, sportive e culturali	6.625	6.895	270	4,1
solo alloggio	5.234	6.118	884	16,9
alloggio e degustazione	4.064	4.718	654	16,1
ristorazione e degustazione	3.781	4.286	505	13,4
degustazione e attività ricreative, sportive e culturali	3.480	4.083	603	17,3
sola ristorazione	1.525	1.554	29	1,9
solo attività ricreative, sportive e culturali	761	794	33	4,3
sola degustazione	115	130	15	13,0

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

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

FIG. 4

Aziende agrituristiche con alloggio per formula di accoglienza (*), anno 2019



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

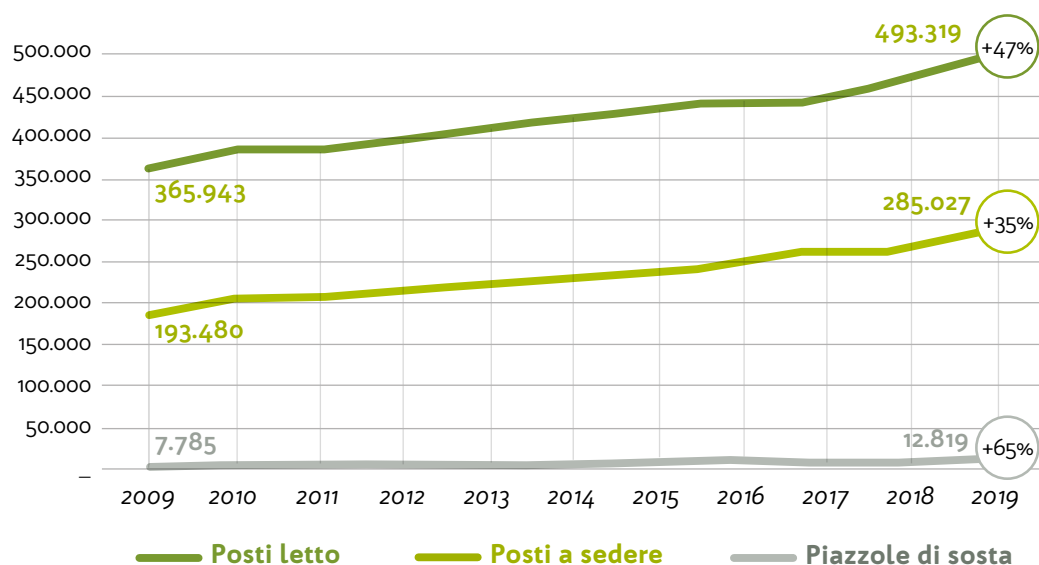
(*) Un'azienda agricola autorizzata all'esercizio dell'alloggio può svolgere uno o più formule di accoglienza

Dal 2009 al 2019 le aziende agrituristiche sono aumentate del 29% (+5.500). L'offerta di alloggio è cresciuta di pari passo (+29%), leggermente maggiore l'incremento della ristorazione (+31%); in linea con quest'ultima sono aumentati i posti a sedere (+35%), mentre più che proporzionale rispetto a quella delle aziende con alloggio è stata la crescita delle piazzole di sosta (+65%) e dei posti letto (+47%) (fig. 5), arrivando a rappresentare il 5,5% dell'offerta complessiva italiana di posti letto (nel 2009 era il 4,2%)

(tab. 4). Nello stesso decennio, a incidere sulla crescita complessiva della capacità ricettiva del turismo italiano (+12,5% il totale dei posti letto), sono principalmente le strutture del comparto extralberghiero (+23%), dove si registra l'impennata dei posti letto in alloggi privati, e, seppure più contenuto, un incremento di quelli nei bed and breakfast, negli ostelli e nelle aziende agrituristiche, decisamente maggiore rispetto a quello registrato nelle strutture alberghiere e nei campeggi (tab. 4).

FIG. 5

Andamento della capacità ricettiva agrituristica dal 2009 al 2019 (valori assoluti)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 4

Capacità ricettiva in Italia per tipologia di struttura

	Posti letto 2009	%	Posti letto 2019	%	Var.% 2019-2009
totale	4.600.359	100	5.171.453	100	12,4%
esercizi alberghieri	2.228.639	48,4	2.248.225	43,5	0,9%
alberghi di 5 stelle e 5 stelle lusso	60.803	1,3	73.427	1,4	20,8%
alberghi di 4 stelle	672.057	14,6	769.163	14,9	14,4%
alberghi di 3 stelle	976.263	21,2	944.959	18,3	-3,2%
alberghi di 2 stelle	225.566	4,9	187.661	3,6	-16,8%
alberghi di 1 stella	93.781	2,0	66.847	1,3	-28,7%
residenze turistico alberghiere	200.169	4,4	206.168	4,0	3,0%
esercizi extra-alberghieri	2.371.720	51,6	2.923.228	56,5	23,3%
campeggi e villaggi turistici	1.324.381	28,8	1.322.467	25,6	-0,1%
alloggi gestiti in forma imprenditoriale	551.177	12,0	831.507	16,1	50,9%
ostelli per la gioventù	25.052	0,5	38.094	0,7	52,1%
case per ferie	129.067	2,8	128.992	2,5	-0,1%
rifugi di montagna	31.828	0,7	38.046	0,7	19,5%
altri esercizi ricettivi non classificati	12.195	0,3	86.951	1,7	613,0%
bed and breakfast	103.905	2,3	192.144	3,7	84,9%
agriturismo	193.480	4,2	285.027	5,5	47,3%

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

3.3 LA DOMANDA TURISTICA E AGRITURISTICA

L'agriturismo, con poco meno di 3,8 milioni di arrivi e oltre 14 milioni di presenze nel 2019 contribuisce per il 2,9% degli arrivi e il 3,2% delle presenze dell'intero movimento turistico italiano³ (131,4 milioni di arrivi e 436,7 milioni di presenze), registrando tra il 2018 e

2019 incrementi degli arrivi (+9,6%) e delle presenze (+4,7%) decisamente superiori alla media di tutti gli esercizi ricettivi (+2,6% e +1,8%).

Il comparto extralberghiero, di cui fa parte l'agriturismo, accoglie il 26% gli arrivi totali e il 36% delle presenze totali, con una crescita tra il 2018 e 2019 rispettivamente del 7,2% e del 4,3% (tab. 5 e 6; fig. 6).

³ 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. 5

Arrivi in Italia per tipologia di esercizio (numero di ospiti)

	2018	2019	Variazioni assolute 2019/2018	Variazioni % 2019/2018
totale esercizi ricettivi	128.100.932	131.381.653	3.280.721	2,6
esercizi alberghieri	96.772.845	97.798.618	1.025.773	1,1
alberghi di 5 stelle, 5 stelle lusso e 4 stelle	50.486.780	51.766.002	1.279.222	2,5
alberghi di 3 stelle e residenze tur.alberghiere	39.963.639	39.810.450	- 153.189	-0,4
alberghi di 2 stelle e alberghi di 1 stella	6.322.426	6.222.166	- 100.260	-1,6
esercizi extra-alberghieri	31.328.087	33.583.035	2.254.948	7,2
campeggi e villaggi turistici	10.155.989	10.288.906	132.917	1,3
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	11.026.093	12.296.051	1.269.958	11,5
agriturismi	3.432.717	3.760.734	328.017	9,6
bed and breakfast	2.591.079	2.800.749	209.670	8,1
altri esercizi ricettivi	4.122.209	4.436.595	314.386	7,6

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 6

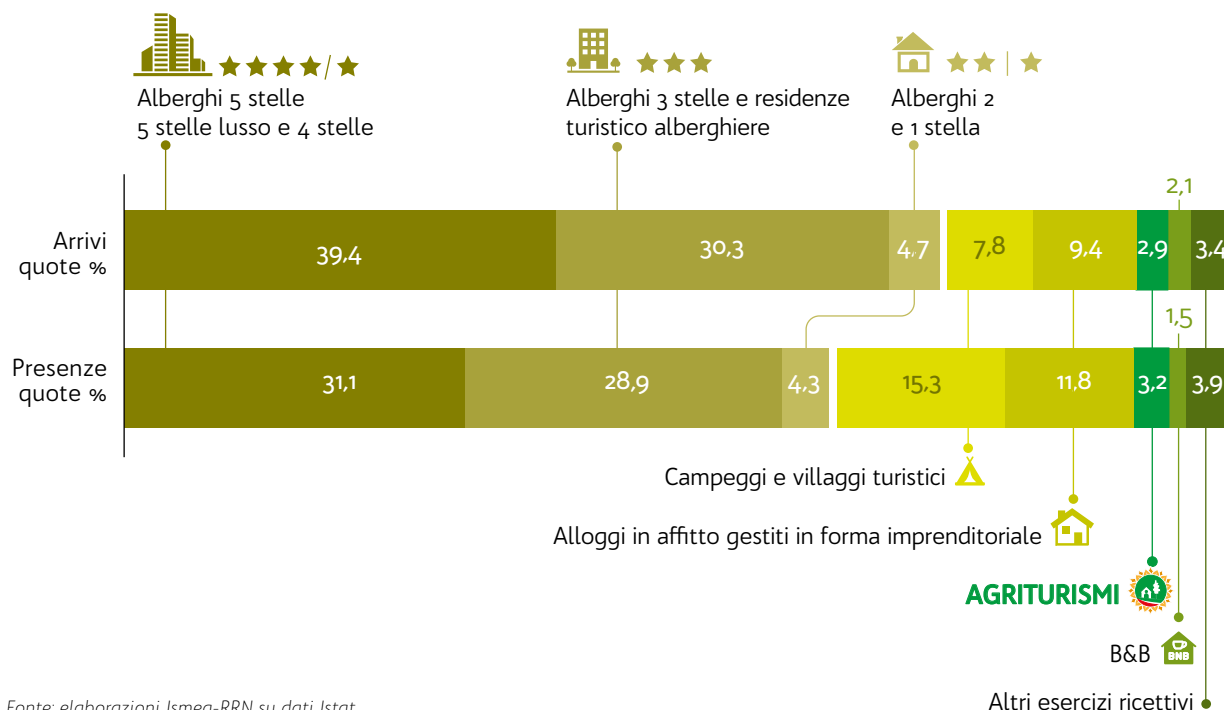
Presenze in Italia per tipologia di esercizio (numero di pernottamenti)

Presenze per tipologia di esercizio	2018	2019	Variazioni assolute 2019/2018	Variazioni % 2019/2018
totale esercizi ricettivi	428.844.937	436.739.271	7.894.334	1,8
esercizi alberghieri	279.470.236	280.937.897	1.467.661	0,5
alberghi di 5 stelle, 5 stelle lusso e 4 stelle	133.144.327	135.955.979	2.811.652	2,1
alberghi di 3 stelle e residenze tur. alberghiere	127.319.041	126.264.913	- 1.054.128	-0,8
alberghi di 2 stelle e alberghi di 1 stella	19.006.868	18.717.005	- 289.863	-1,5
esercizi extra-alberghieri	149.374.701	155.801.374	6.426.673	4,3
campeggi e villaggi turistici	66.774.395	66.844.384	69.989	0,1
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	47.010.565	51.415.529	4.404.964	9,4
agriturismi	13.427.706	14.057.535	629.829	4,7
bed and breakfast	6.074.244	6.509.723	435.479	7,2
altri esercizi ricettivi	16.087.791	16.974.203	886.412	5,5

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 6

Composizione arrivi e presenze in Italia per tipologia di struttura, anno 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

L'agriturismo concorre con quote dell'11% degli arrivi e del 9% delle presenze alla composizione comparto extralberghiero, in cui campeggi, villaggi e alloggi privati gestiti in forma imprenditoriale detengono le quote maggiori (fig. 7).

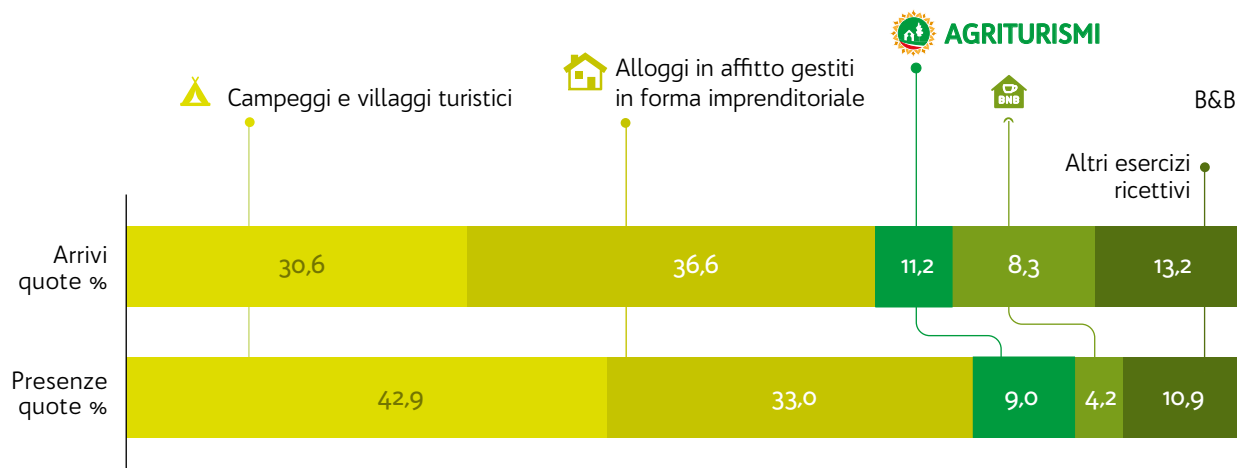
Osservando l'andamento nell'ultimo quinquennio (2015 - 2019) dei movimenti dei clienti nelle diverse tipologie di esercizi del settore turistico, emerge nettamente la rapida crescita degli alloggi privati, sia per numero di turisti (+74% la variazione complessiva, equivalente a 5,2 milioni di turisti in più, con un incremento medio annuo del 14,9%) che per numero di notti (+41,4%, pari a 15 milioni di notti in più, con un incremento medio annuo del 9,1%). Tra i

fattori determinanti questa eccezionale crescita, che di fatto ha cambiato lo scenario competitivo, il diffondersi del fenomeno dell'*home sharing* (la pratica di condividere la propria casa con turisti e viaggiatori per soggiorni brevi) e il successo di portali come *Airbnb*, *booking.com* e altri siti internet che promuovono e commercializzano anche gli alloggi privati (Ismea, 2017).

In questo scenario l'agriturismo è il terzo comparto per tasso di crescita negli ultimi cinque anni, con un aumento di circa 1 milione di arrivi (+35,2%) e 2,7 milioni di notti (+24,2%), cresciuti a un ritmo medio annuo rispettivamente del 7,8% e del 5,6% (fig. 8 e 9).

FIG. 7

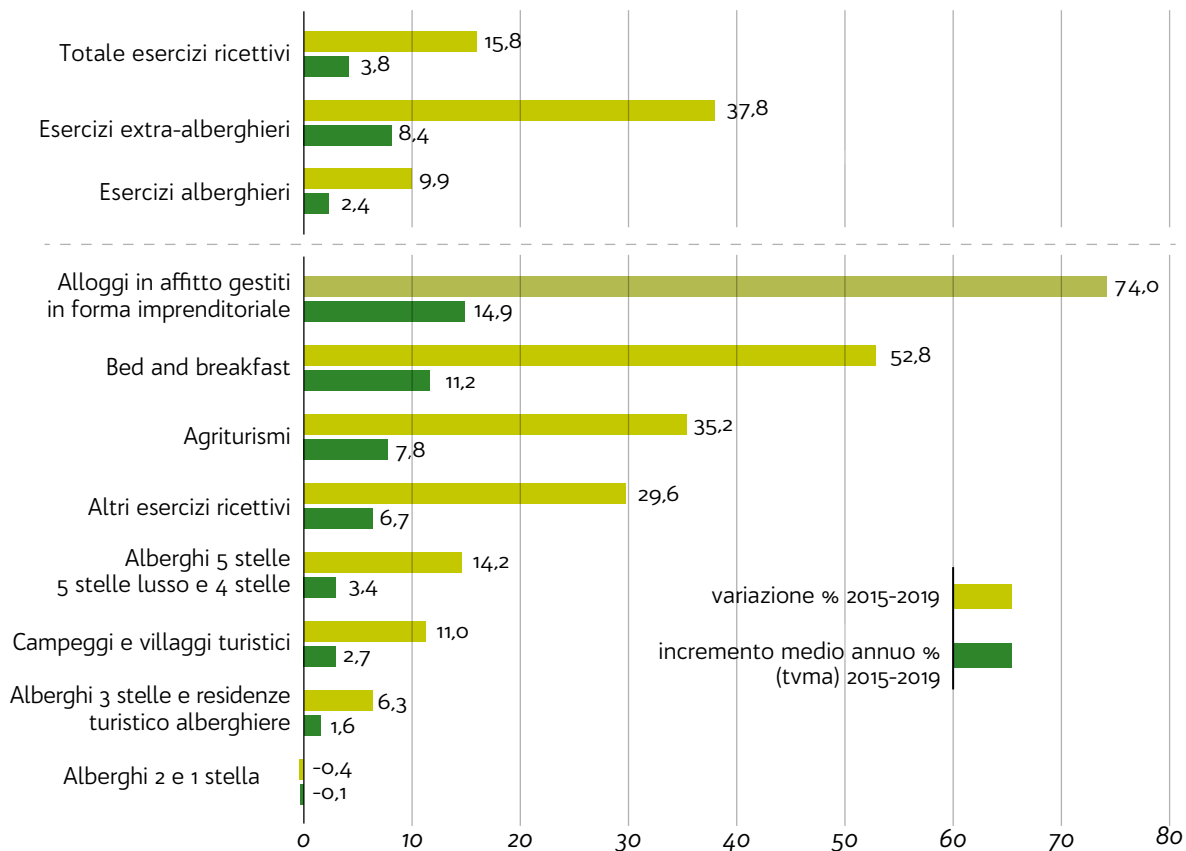
Composizione arrivi e presenze in Italia per tipologia di struttura extralberghiera, anno 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 8

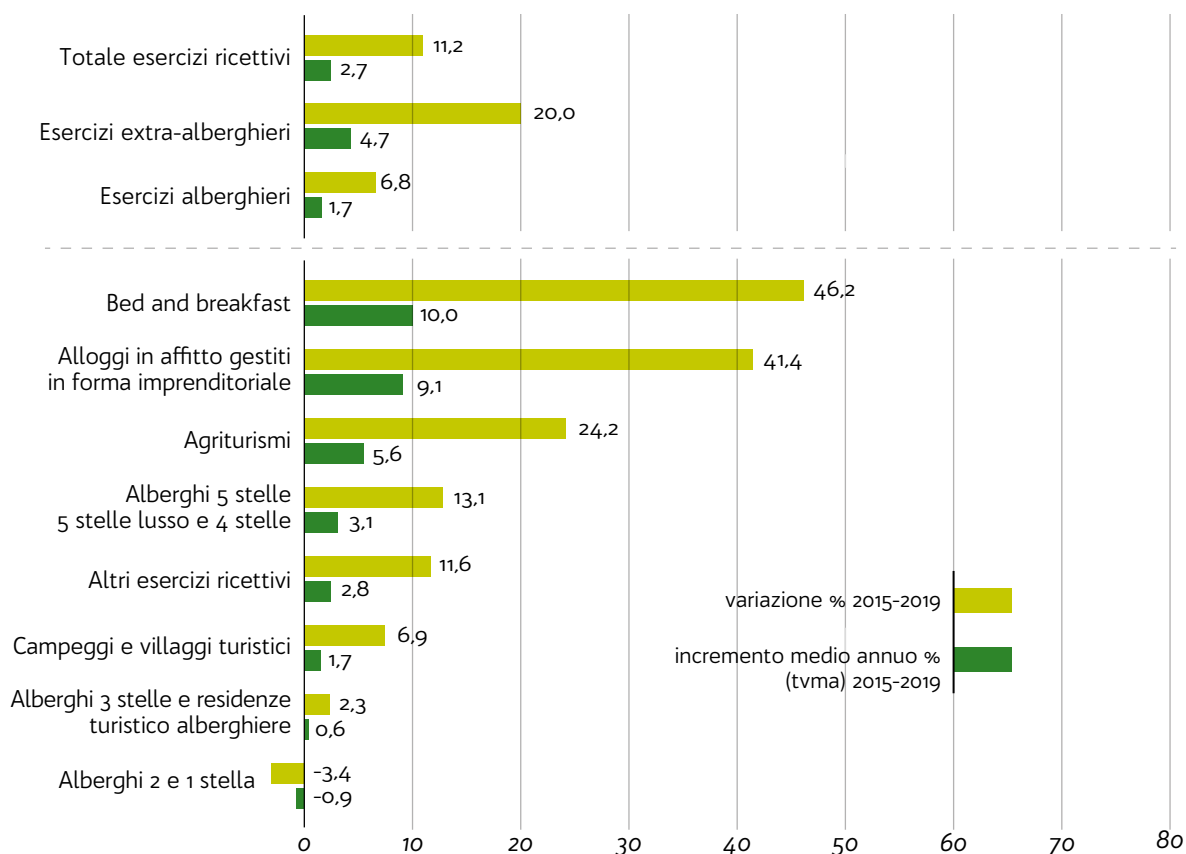
Variazione del numero di arrivi in Italia per tipologia di struttura dal 2015 al 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 9

Variazione del numero di presenze in Italia per tipologia di struttura dal 2015 al 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Il 47,7% degli arrivi e il 58,4% delle presenze dell'agriturismo provengono dall'estero; la domanda estera negli ultimi cinque anni ha registrato incrementi di oltre 550 mila arrivi (ad un tasso di variazione medio annuo del 9,8%) e 1,7 milioni di notti (con una variazione media annua del 6,2%). La domanda interna

nello stesso periodo è cresciuta di 419 mila visitatori italiani e circa un milione di notti (fig. 10 e 11).

La durata media dei soggiorni sta tendenzialmente diminuendo e si attesta, nel 2019, a 3,7 giorni restando maggiore per gli stranieri con 4,6 giorni contro i 3 degli italiani.

TAB. 7

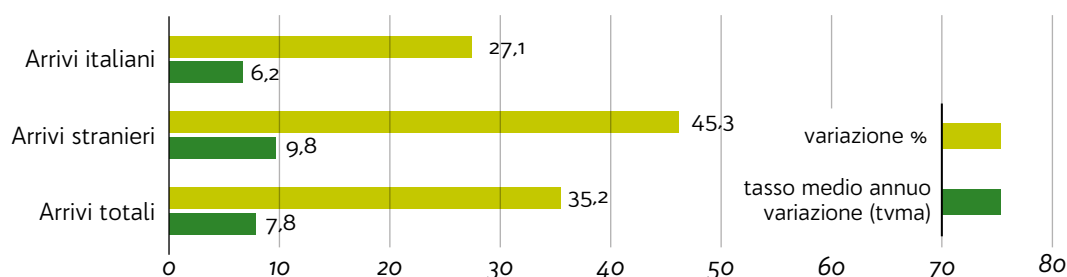
Arrivi per provenienza nelle aziende agrituristiche

		2018	2019	Variazioni assolute 2019/2018	Variazioni % 2019/2018
arrivi	italiani	1.792.305	1.965.185	172.880	9,6
	stranieri	1.640.412	1.795.549	155.137	9,5
	totali	3.432.717	3.760.734	328.017	9,6
presenze	italiani	5.513.848	5.842.530	328.682	6,0
	stranieri	7.913.858	8.215.005	301.147	3,8
	totali	13.427.706	14.057.535	629.829	4,7

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 10

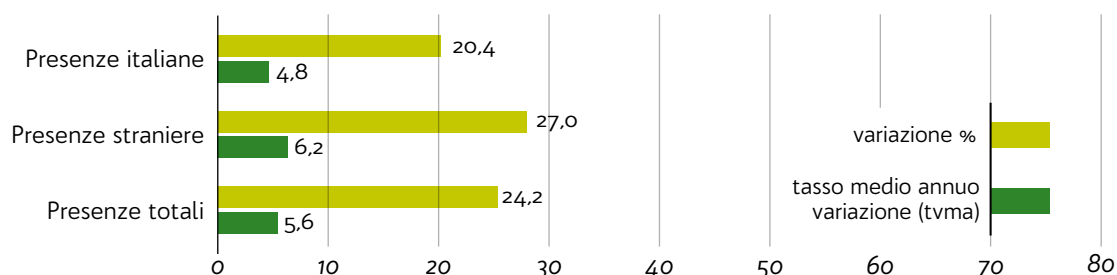
Variazione del numero di arrivi in agriturismo dal 2015 al 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 11

Variazione del numero di presenze in agriturismo dal 2015 al 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

La Germania si conferma il principale paese importatore di servizi agrituristiche; dopo gli italiani infatti i tedeschi rappresentano la quota più alta di turisti in assoluto (15,6% degli arrivi complessivi e il 24% delle notti) (tab. 8).

Considerando la dinamica degli ultimi cinque anni per provenienza dei turisti, si pone l'evidenza su alcuni Paesi che, seppur con un numero di ospiti ancora contenuto, hanno registrato incrementi a doppia cifra: Corea del Sud, Irlanda, Portogallo, Brasile e Russia su tutti (fig. 12).

TAB. 8

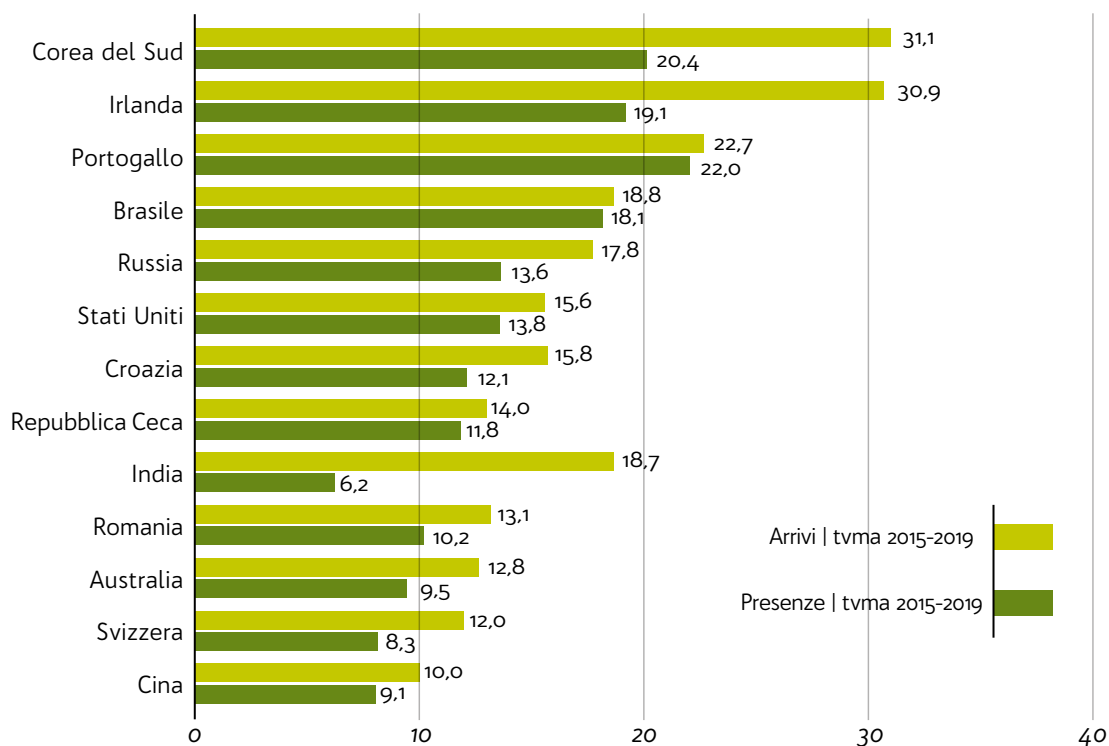
Principali mercati per numero di arrivi e notti in agriturismo, anno 2019

Paese di provenienza	arrivi	% sul totale	presenze	% sul totale	permanenza media, giorni
Germania	587.569	15,6%	3.391.401	24,1%	5,8
Paesi Bassi	133.154	3,5%	674.437	4,8%	5,1
Francia	132.446	3,5%	459.534	3,3%	3,5
Stati Uniti	129.811	3,5%	498.930	3,5%	3,8
Svizzera	118.266	3,1%	398.347	2,8%	3,4
Regno Unito	95.568	2,5%	402.177	2,9%	4,2
Austria	67.275	1,8%	247.547	1,8%	3,7
Belgio	66.832	1,8%	333.245	2,4%	5,0
Polonia	35.527	0,9%	186.102	1,3%	5,2
Danimarca	31.362	0,8%	171.702	1,2%	5,5

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 12

Agriturismo: principali mercati di provenienza per tasso di crescita dal 2015 al 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

La distribuzione della domanda nei territori regionali si concentra prevalentemente nel Centro-Nord, soprattutto in Toscana e nella Provincia di Bolzano, che insieme rappresentano il 40,2% degli arrivi e il 52% delle presenze totali; seguono Veneto (9% degli arrivi e 7,6% delle presenze totali), Piemonte (8,8% e 5,3%), Lombardia (5,1% e 3,8%) per il Nord; Umbria (7,1% e 6,6%) e Marche (4,6% e 4,1%) per il Centro;

al Sud la Puglia (3,4% e 3,7%) la Sicilia (4,4% e 3%) detengono le quote maggiori. La geografia della domanda mostra dunque elevati livelli di concentrazione in alcune aree, (dove pure si trova concentrata l'offerta, cfr. par. 3.2) e margini di crescita ancora ampi in diverse aree territoriali, soprattutto nel Sud, in particolare per le potenzialità della domanda estera (tab. 9, fig. 13 e 14).

TAB. 9

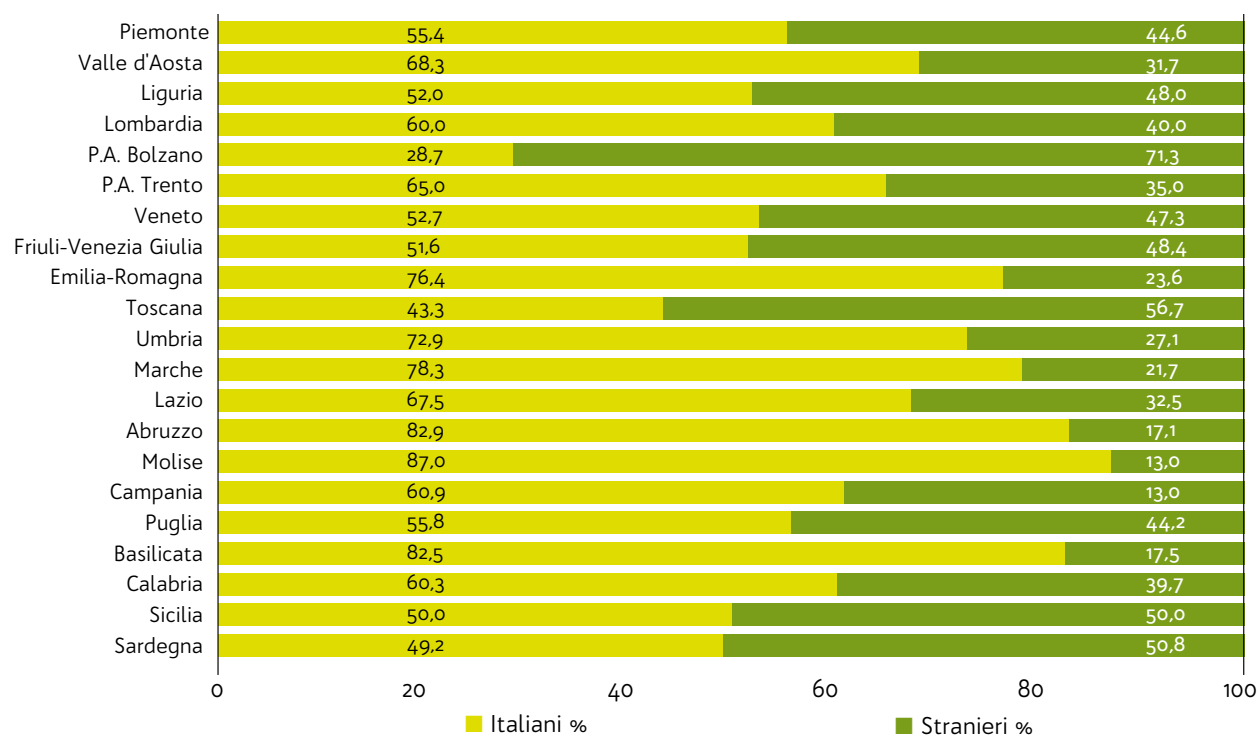
Arrivi e presenze in agriturismo per regione, anno 2019 (valori assoluti)

	ARRIVI			PRESENZE		
	Totali	Italiani	Stranieri	Totali	Italiani	Stranieri
Piemonte	331.771	183.722	148.049	740.310	365.204	375.106
Valle d'Aosta	12.656	8.648	4.008	35.243	23.674	11.569
Liguria	84.266	43.794	40.472	319.968	137.611	182.357
Lombardia	191.254	114.817	76.437	536.828	263.720	273.108
P.A. Bolzano	495.554	142.292	353.262	2.999.919	777.912	2.222.007
P.A. Trento	118.473	77.051	41.422	391.169	228.388	162.781
Veneto	338.856	178.605	160.251	1.067.483	504.131	563.352
Friuli-Venezia Giulia	69.073	35.673	33.400	211.247	107.353	103.894
Emilia-Romagna	164.493	125.721	38.772	439.773	327.691	112.082
Toscana	1.015.424	439.488	575.936	4.314.947	1.405.852	2.909.095
Umbria	267.363	194.998	72.365	923.796	528.808	394.988
Marche	171.310	134.087	37.223	573.028	373.726	199.302
Lazio	48.508	32.732	15.776	111.353	65.554	45.799
Abruzzo	20.455	16.961	3.494	64.497	49.310	15.187
Molise	2.424	2.109	315	5.190	4.046	1.144
Campania	40.777	24.815	15.962	120.376	59.239	61.137
Puglia	148.248	82.719	65.529	521.746	287.800	233.946
Basilicata	18.004	14.853	3.151	46.948	36.820	10.128
Calabria	15.093	9.097	5.996	67.674	32.488	35.186
Sicilia	164.476	82.197	82.279	419.544	185.203	234.341
Sardegna	42.256	20.806	21.450	146.496	78.000	68.496
ITALIA	3.760.734	1.965.185	1.795.549	14.057.535	5.842.530	8.215.005

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 13

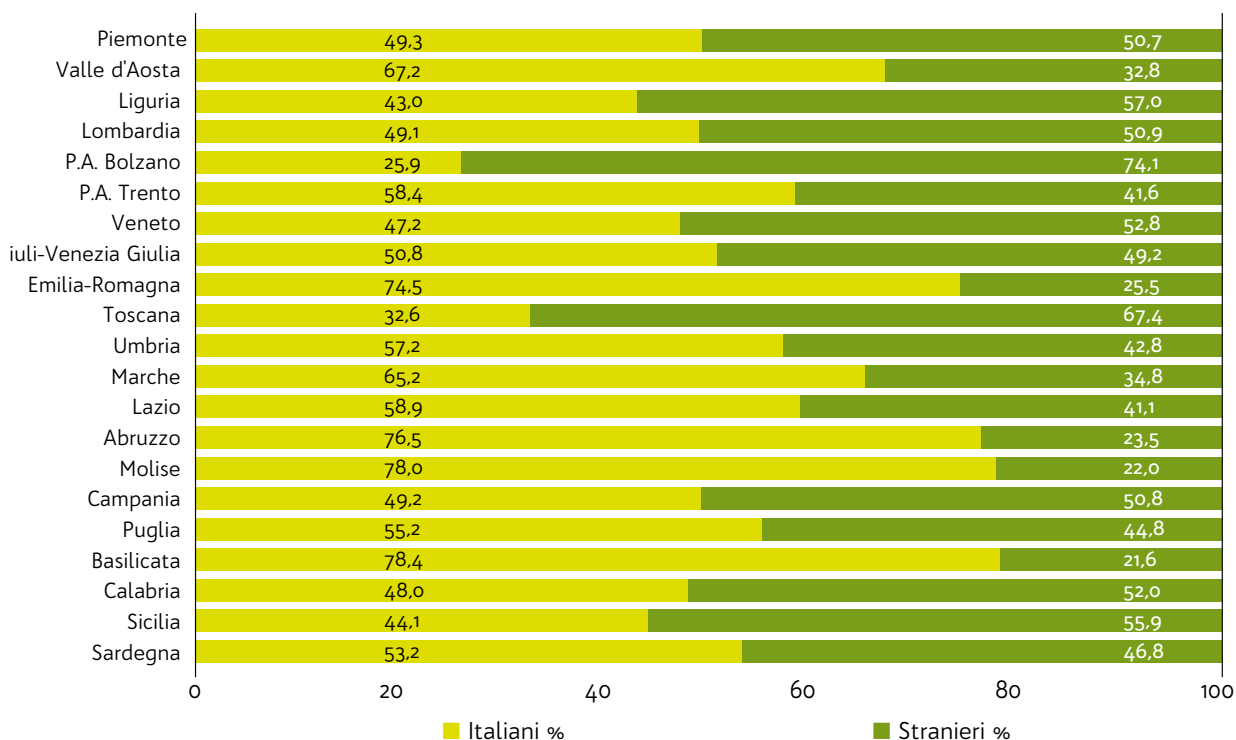
Distribuzione % arrivi in agriturismo per regione, anno 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 14

Distribuzione % presenze in agriturismo per regione, anno 2019 (valori %)



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

3.4 IL MERCATO DEL TURISMO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

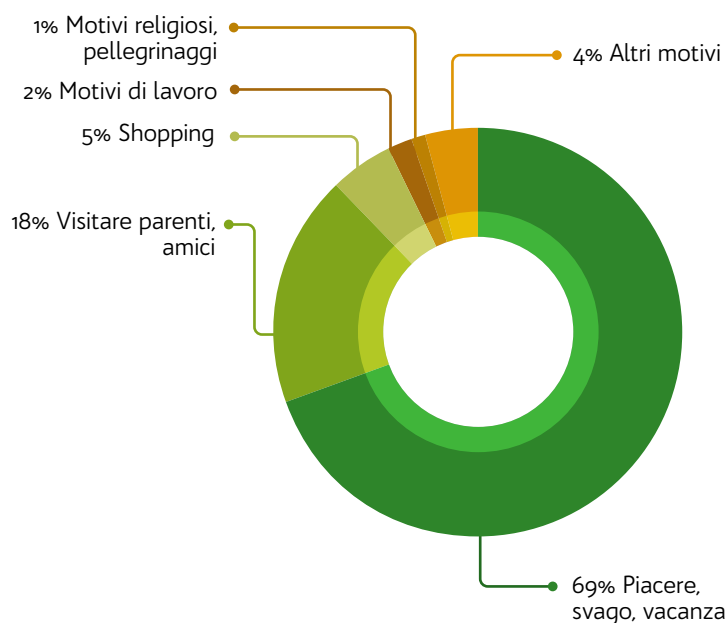
L'agriturismo rappresenta dunque una delle componenti più importanti e caratterizzanti il sistema turistico italiano, arricchendone i contenuti e differenziandone le proposte - anche in termini di esperienze, valori e benefici - e riscontrando il gradimento di una grossa fetta di turisti italiani e stranieri (cfr. par. 3.3).

Con riferimento al mercato turistico interno, nel 2019 complessivamente i residenti in Italia hanno effettuato 72 milioni i viaggi con pernottamento (di cui oltre 64 milioni per vacanza e il resto per motivi di lavoro), per 411 milioni di pernottamenti complessivi, e poco più di 80 milioni di escursioni giornaliere.

Si tratta della fetta di domanda interna che concorre anche alla composizione degli arrivi e delle notti del comparto agriturismo con riferimento particolare all'alloggio (anche combinato in formule con pasti). Allo stesso tempo, per il mercato della ristorazione agrituristica, delle attività ricreative, didattiche, culturali, delle degustazioni e della vendita diretta, la domanda italiana di escursioni giornaliere, costituisce un bacino di clientela fondamentale, perché prossima in senso spaziale e meno vincolata dalla stagionalità, che invece connota le vacanze con pernottamento (Ismea, 2019). Mete preferite delle escursioni giornaliere degli italiani nella quasi totalità dei casi si confermano le località nazionali (solo una minima parte riguarda i Paesi esteri, in particolare quelli confinanti con le regioni del Nord), con motivazioni prevalentemente legate al desiderio di svago e piacere (fig. 15).

FIG. 15

Distribuzione delle escursioni giornaliere degli italiani per motivo principale, anno 2019



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Come detto nel 2019 gli italiani hanno fatto 64 milioni di viaggi con pernottamento per motivi di vacanza, viaggiando meno rispetto al 2018 e comunque rimanendo sopra i livelli del 2017 (tab. 10 e 11). Le prenotazioni sono avvenute prevalentemente tramite internet, sia per il trasporto (71%), che per l'alloggio (58%), nel 25% dei casi prenotati insieme.

Il 75% degli italiani che si è spostato per lavoro ha prenotato un albergo, mentre più della metà dei vacanzieri ha scelto abitazioni private.

L'Italia è stata la destinazione preferita per motivi di divertimento, riposo e relax (motivazione di viaggio prevalente) e per le vacanze sportive. Prevalgono le mete estere per le attività culturali, soprattutto le gradi capitali europee e mondiali (pure favorite dalla diffusione dei voli low-cost). L'Italia viene inoltre preferita per il mare, per il paesaggio montano e collinare, per i borghi, i mercati dei prodotti tipici, gli eventi e le manifestazioni tradizionali, le degustazioni e i tour enogastronomici (fig.16, 17 e 18).

TAB. 10

Viaggi degli italiani per tipologia (migliaia)

	2017	2018	2019*	Variazioni % 2019/2017
Vacanza	60.455	70.070	64.117	5,2%
Lavoro	5.626	8.870	7.766	24,1%
Viaggi	66.081	78.940	71.883	7,3%

* Dati 2019 provvisori

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 11

Pernottamenti degli italiani per tipologia (migliaia)

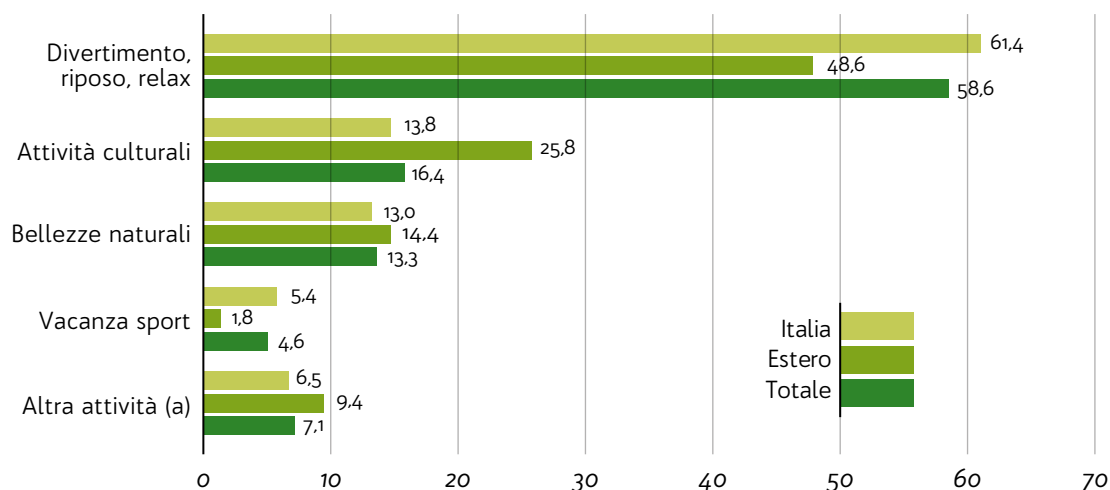
	2017	2018	2019*	Variazioni % 2019/2017
Vacanza	360.609	395.962	384.224	6,0%
Lavoro	19.802	35.931	26.931	19,8%
Totale viaggi	380.411	431.893	411.155	7,1%

* Dati 2019 provvisori

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 16

Viaggi di piacere degli italiani per destinazione principale* e attività svolta, anno 2019 (valori %)



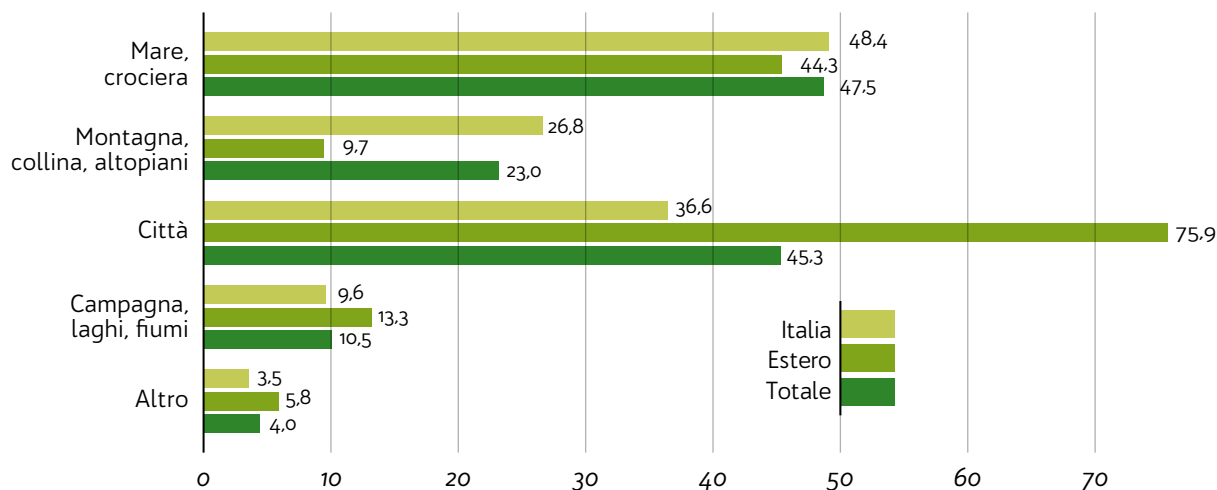
* Ogni viaggiatore può avere scelto una o più destinazioni

(a) Include trattamenti di salute/benessere senza prescrizione medica, shopping, vacanza studio, pratica di hobby, manifestazioni sportive, parchi, volontariato

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 17

Viaggi di piacere degli italiani per tipo di luogo e destinazione principale*, anno 2019 (valori %)

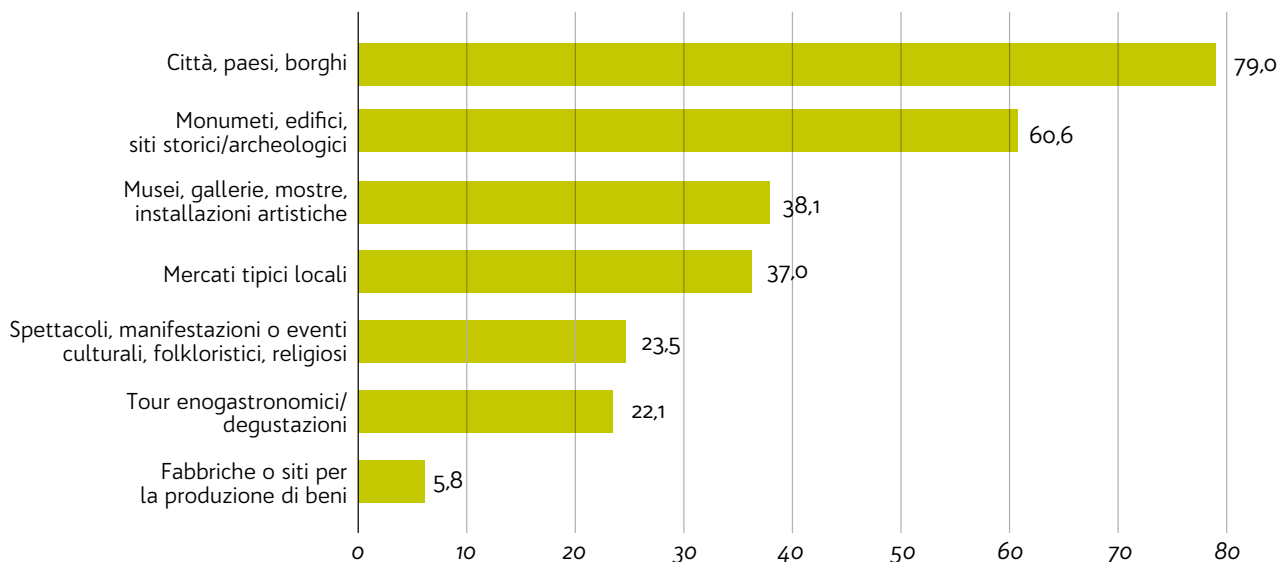


Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

*Ogni viaggiatore può avere scelto una o più destinazioni

FIG. 18

Viaggi di piacere degli italiani per tipo di attività culturale*, anno 2019 (valori %)



*Ogni viaggiatore può avere scelto una o più attività

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Il **mercato del turismo internazionale** in l'Italia nel 2019 ha registrato più di 96 milioni di viaggiatori stranieri (+2,3 rispetto al 2018) di cui oltre 65 milioni pernotanti (+4,7% rispetto al 2018), e oltre 30 milioni di

escursionisti giornalieri, generando entrate per 44,3 miliardi di euro (+6,2% rispetto al 2018), pari al 3,4% del valore economico prodotto dal turismo a livello mondiale (tab. 12 e 13).

Numeri che collocano l'Italia al sesto posto nel mondo per entrate da turismo - dopo USA (191,3 miliardi di euro), Spagna (71,2), Francia (58,4), Thailandia (58,1) e Regno Unito (44,6), precedendo Giappone, Australia (entrambi 41,1) e Germania (37,2) - e al quinto posto per numero di turisti internazionali, preceduta da Francia (+90 milioni di turisti), Spagna (circa 84), Usa (80), Cina (66), precedendo Turchia (51), Germania e Thailandia (entrambi circa 40).

Le entrate per viaggi internazionali (44,3 miliardi di euro di spesa degli stranieri in viaggio in Italia) nel 2019 concorrono per il 2,5% alla composizione del PIL, a fronte di uscite - le spese per viaggi degli italiani all'estero - pari a 27,1 miliardi di euro (1,5% del PIL).

Si consolida dunque il saldo strutturalmente attivo della bilancia commerciale del turismo, pari a 17,2 miliardi di euro (1% del PIL) (fig. 19).

TAB. 12

Indicatori principali della domanda turistica estera per l'Italia

	2017	2018	2019	Variazioni % 2019/2018
Spesa complessiva (*) (milioni di euro correnti)	39.155	41.713	44.302	6,2
Numero di viaggiatori (milioni)	90,6	94,0	96,2	2,3
Numero di pernottamenti (milioni)	368,4	387,3	402,1	3,8
Durata media dei soggiorni (giorni)	4,1	4,1	4,2	2,4
Spesa media per notte (**) (euro)	106,3	107,7	110,2	2,3

(*) 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. 13

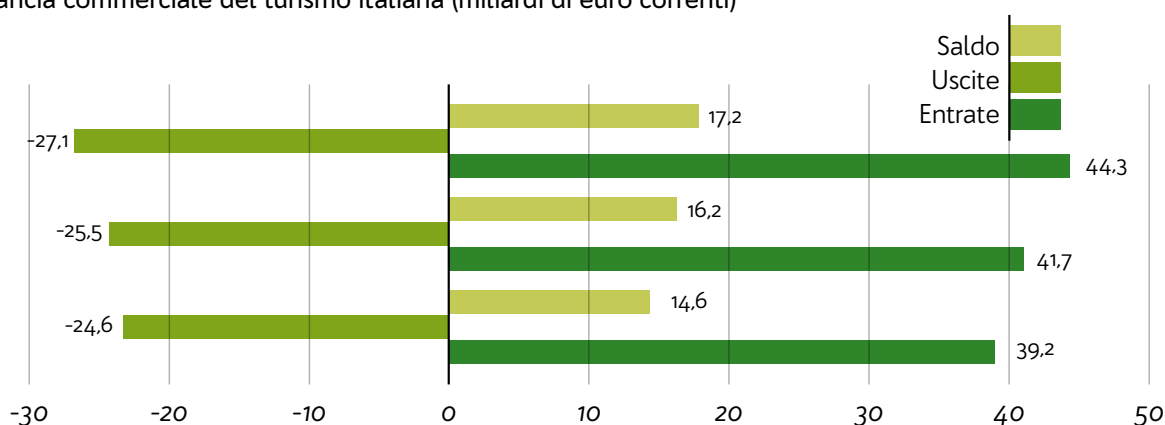
Spesa complessiva e spesa media giornaliera per viaggi in Italia per i principali Paesi di provenienza, anno 2019 (valori assoluti, euro)

	Spesa complessiva (milioni di euro)	Spesa media per notte (euro)
Germania	7.621	92
USA	5.544	140
Francia	4.396	91
Regno Unito	3.796	106
Svizzera	2.546	116
Austria	2.121	99
Canada	1.839	164
Spagna	1.673	74
Paesi Bassi	1.313	94
Australia	1.116	148

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

FIG. 19

Bilancia commerciale del turismo italiana (miliardi di euro correnti)



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

3.5 IL PORTALE NAZIONALE E IL MARCHIO "AGRITURISMO ITALIA"

Prosegue, nell'ambito delle azioni della Rete Rurale Nazionale 2014-20, l'attività di valorizzazione del marchio nazionale "Agriturismo Italia" e di gestione e aggiornamento del portale nazionale dell'agriturismo (www.agriturismoitalia.gov.it) ideato dal Mipaaf con l'intento di contribuire alla promozione sul mercato turistico dell'offerta di ospitalità e dei servizi offerti dalle aziende agrituristiche.

Nel corso del 2020, con la collaborazione delle Regioni e delle Province Autonome di Trento e Bolzano, è stato aggiornato il "Repertorio nazionale dell'Agriturismo"⁴ che è consultabile attraverso il portale nazionale⁵. Alla data del 14 dicembre 2020 risultano consultabili online le pagine aziendali di oltre **22.391** aziende (**circa 1.100** in più rispetto al 31/12/2019). L'aggiornamento annuale ha riguardato circa il 65% delle aziende presenti sul portale.

Inoltre, a partire da giugno 2020, tutte le aziende facenti parte del "Repertorio" possono accedere gratuitamente al portale e inserire nella propria pagina alcune informazioni di contatto e profilazione. Tale funzionalità è stata pensata, oltre che in relazione

alle finalità istituzionali di promozione, anche per consentire alle aziende di comunicare attraverso il portale l'attivazione di nuovi servizi in conseguenza della diffusione del virus SARS-Cov-2 (consegna prodotti e pasti a domicilio, take away, ecc.).

Anche in relazione alla diffusione del marchio "Agriturismo Italia" e al sistema di classificazione nazionale omogeneo in girasoli⁶ nel corso del 2020 si sono registrati ulteriori progressi.



Nello specifico le Regioni Umbria e Lombardia si sono aggiunte al Friuli-Venezia Giulia (che aveva attivato la procedura già nel 2018) prevedendo la possibilità, per le aziende regionali, di utilizzare il portale nazionale per la predisposizione delle domande di classificazione. Complessivamente sono quindi oltre 3.600 le aziende agrituristiche presenti sul portale che possono accedere al marchio nazionale direttamente online.

⁴ In base a quanto stabilito dall'Articolo 3 del DM 3 giugno 2014 il Repertorio nazionale dell'agriturismo integra tutti gli Elenchi ufficiali delle Regioni e delle Province Autonome raccogliendo le informazioni riferite a tutte le aziende autorizzate a norma di legge all'esercizio dell'attività agriturbistica sul territorio nazionale.

⁵ L'elenco delle aziende attive è disponibile al link: <http://www.agriturismoitalia.gov.it/flex/FixedPages/Common/Search.php/L/IT>

⁶ DM 13 febbraio 2013 "Determinazione dei criteri omogenei di classificazione delle aziende agrituristiche" e DM 3 giugno 2014 "Modalità di applicazione del Marchio nazionale dell'agriturismo e istituzione del repertorio nazionale dell'agriturismo".

Questa iniziativa rappresenta innanzitutto una forma di digitalizzazione degli adempimenti amministrativi, consentendo agli imprenditori di concludere tutto l'iter da remoto inviando una PEC agli uffici preposti. Tale opportunità può risultare, inoltre, particolarmente utile in questo periodo di diffusione del Covid-19.

Complessivamente, al 14 dicembre 2020, sono **4.799** le aziende presenti sul portale agriturismoitalia.gov.it che risultano classificate in girasoli ai sensi della normativa nazionale e regionale, con un incremento di **1.490** unità rispetto al 31/12/2019.

Tali aziende possono essere individuate attraverso apposito filtro presente nella pagina di ricerca "Aziende autorizzate" sul sito.

Va infine sottolineato che il numero di aziende classificate a livello nazionale è certamente maggiore rispetto a quello disponibile online in quanto alcune regioni, pur avendo attivato l'iter regionale di classificazione, non hanno raccolto l'informazione nei propri database.

TAB. 14

Numero di agriturismi presenti sul portale nazionale classificati in girasoli ai sensi del DM 13 febbraio 2013 e delle relative normative regionali

Regione ⁷	Numero aziende Classificate
TOSCANA	1.986
UMBRIA	736
LIGURIA	550
LOMBARDIA	525
EMILIA ROMAGNA	467
FRIULI VENEZIA G.	136
SARDEGNA	130
BASILICATA	85
LAZIO	71
MOLISE	69
VALLE D'AOSTA	44
Totale complessivo	4.799

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Repertorio nazionale dell'agriturismo

Riferimenti bibliografici

- 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
- Istat (2020), Le aziende agrituristiche in Italia. Anno 2019
- Istat (2020), Conti nazionali, edizione maggio 2020
- Istat (2020), Andamento dell'economia agricola. Anno 2019
- Istat (2020), Movimenti dei clienti nelle strutture ricettive
- Istat (2020), Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2019
- Banca d'Italia (2020), Indagine sul turismo internazionale. Anno 2019
- Eurostat (2019), Tourism statistics. Anno 2018
- Organizzazione Mondiale del Turismo – UNWTO (2020)

⁷ Le Province Autonome di Trento e Bolzano non hanno adottato il marchio "Agriturismo Italia" mantenendo i propri simboli e criteri di classificazione.

ALLEGATO

Prospetto - L'offerta agrituristica nelle Regioni e Province Autonome, anno 2019

		2018	2019	Variazioni assolute 2019/2018	Variazioni % 2019/2018	Quote % per principali attività (*) e valori medi aziendali (**) 2019
PIEMONTE	Aziende in complesso	1.316	1.319	3	0,2	
	Aziende con alloggio	914	916	2	0,2	69%
	Posti letto	10.393	10.487	94	0,9	11,4
	Aziende con piazzole di sosta	68	65	-3	-4,4	5%
	Piazzole di sosta	225	214	-11	-4,9	3,3
	Aziende con ristorazione	793	828	35	4,4	63%
	Posti a sedere	35.104	38.490	3.386	9,6	46,5
	Aziende con degustazione	687	712	25	3,6	54%
VALLE D'AOSTA	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	1.013	1.009	-4	-0,4	76%
	Aziende in complesso	60	61	1	1,7	
	Aziende con alloggio	44	45	1	2,3	74%
	Posti letto	578	595	17	2,9	13,2
	Aziende con piazzole di sosta	-	-	-	-	-
	Piazzole di sosta	-	-	-	-	-
	Aziende con ristorazione	44	44	0	0,0	72%
	Posti a sedere	1.507	1.529	22	1,5	34,8
LOMBARDIA	Aziende con degustazione	18	20	2	11,1	33%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	13	13	0	0,0	21%
	Aziende in complesso	1.673	1.688	15	0,9	
	Aziende con alloggio	933	928	-5	-0,5	55%
	Posti letto	14.840	14.682	-158	-1,1	15,8
	Aziende con piazzole di sosta	63	61	-2	-3,2	4%
	Piazzole di sosta	517	544	27	5,2	8,9
	Aziende con ristorazione	1.133	1.135	2	0,2	67%
LIGURIA	Posti a sedere	40.827	40.267	-560	-1,4	35,5
	Aziende con degustazione	188	198	10	5,3	12%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	819	841	22	2,7	50%
	Aziende in complesso	656	677	21	3,2	
	Aziende con alloggio	599	615	16	2,7	91%
	Posti letto	9.812	9.845	33	0,3	16,0
	Aziende con piazzole di sosta	48	49	1	2,1	7%
	Piazzole di sosta	481	489	8	1,7	10,0
	Aziende con ristorazione	340	341	1	0,3	50%
	Posti a sedere	9.142	9.049	-93	-1,0	26,5
	Aziende con degustazione	89	96	7	7,9	14%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	262	253	-9	-3,4	37%

		2018	2019	Variazioni assolute 2019/2018	Variazioni % 2019/2018	Quote % per principali attività (*) e valori medi aziendali (**) 2019
P.A. BOLZANO	Aziende in complesso	3.185	3.132	-53	-1,7	
	Aziende con alloggio	2.739	2.678	-61	-2,2	86%
	Posti letto	24.496	23.994	-502	-2,0	9,0
	Aziende con piazzole di sosta	-	-	-	-	-
	Piazzole di sosta	-	-	-	-	-
	Aziende con ristorazione	511	532	21	4,1	17%
	Posti a sedere	5.702	5.940	238	4,2	11,2
	Aziende con degustazione	231	238	7	3,0	8%
P.A. TRENTO	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	1.084	1.038	-46	-4,2	33%
	Aziende in complesso	463	473	10	2,2	
	Aziende con alloggio	347	359	12	3,5	76%
	Posti letto	4.890	4.964	74	1,5	13,8
	Aziende con piazzole di sosta	14	15	1	7,1	3%
	Piazzole di sosta	141	164	23	16,3	10,9
	Aziende con ristorazione	181	189	8	4,4	40%
	Posti a sedere	6.682	6.964	282	4,2	36,8
VENETO	Aziende con degustazione	132	134	2	1,5	28%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	87	88	1	1,1	19%
	Aziende in complesso	1.456	1.466	10	0,7	
	Aziende con alloggio	943	952	9	1,0	65%
	Posti letto	12.926	12.993	67	0,5	13,6
	Aziende con piazzole di sosta	77	75	-2	-2,6	5%
	Piazzole di sosta	694	699	5	0,7	9,3
	Aziende con ristorazione	756	748	-8	-1,1	51%
FRIULI- VENEZIA GIULIA	Posti a sedere	45.766	44.770	-996	-2,2	59,9
	Aziende con degustazione	608	602	-6	-1,0	41%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	428	451	23	5,4	31%
	Aziende in complesso	670	676	6	0,9	
	Aziende con alloggio	348	356	8	2,3	53%
	Posti letto	4.434	4.555	121	2,7	12,8
	Aziende con piazzole di sosta	7	7	0	0,0	1%
	Piazzole di sosta	87	87	0	0,0	12,4
EMILIA- ROMAGNA	Aziende con ristorazione	510	499	-11	-2,2	74%
	Posti a sedere	27.579	26.791	-788	-2,9	53,7
	Aziende con degustazione	6	7	1	16,7	1%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	294	300	6	2,0	44%
	Aziende in complesso	1.166	1.197	31	2,7	
	Aziende con alloggio	835	862	27	3,2	72%
	Posti letto	9.854	10.243	389	3,9	11,9
	Aziende con piazzole di sosta	76	74	-2	-2,6	6%
	Piazzole di sosta	470	465	-5	-1,1	6,3
	Aziende con ristorazione	842	855	13	1,5	71%
	Posti a sedere	35.318	36.899	1.581	4,5	43,2
	Aziende con degustazione	-	-	-	-	-
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	653	659	6	0,9	55%

		2018	2019	Variazioni assolute 2019/2018	Variazioni % 2019/2018	Quote % per principali attività (*) e valori medi aziendali (**) 2019
TOSCANA	Aziende in complesso	4.620	5.369	749	16,2	
	Aziende con alloggio	4.422	5.071	649	14,7	94%
	Posti letto	64.028	84.259	20.231	31,6	16,6
	Aziende con piazzole di sosta	103	152	49	47,6	3%
	Piazzole di sosta	836	1.716	880	105,3	11,3
	Aziende con ristorazione	1.472	1.860	388	26,4	35%
	Posti a sedere	38.935	60.693	21.758	55,9	32,6
	Aziende con degustazione	828	1.433	605	73,1	27%
UMBRIA	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	2.955	2.458	-497	-16,8	46%
	Aziende in complesso	1.402	1.373	-29	-2,1	
	Aziende con alloggio	1.400	1.372	-28	-2,0	99%
	Posti letto	24.212	23.862	-350	-1,4	17,4
	Aziende con piazzole di sosta	60	60	0	0,0	4%
	Piazzole di sosta	190	189	-1	-0,5	3,2
	Aziende con ristorazione	417	412	-5	-1,2	30%
	Posti a sedere	13.840	13.654	-186	-1,3	33,1
MARCHE	Aziende con degustazione	236	235	-1	-0,4	17%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	1.172	1.145	-27	-2,3	83%
	Aziende in complesso	1.082	1.085	3	0,3	
	Aziende con alloggio	968	963	-5	-0,5	89%
	Posti letto	12.749	12.820	71	0,6	13,3
	Aziende con piazzole di sosta	62	65	3	4,8	6%
	Piazzole di sosta	524	584	60	11,5	9,0
	Aziende con ristorazione	473	470	-3	-0,6	43%
LAZIO	Posti a sedere	18.526	18.428	-98	-0,5	39,2
	Aziende con degustazione	419	410	-9	-2,1	38%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	537	556	19	3,5	51%
	Aziende in complesso	1.278	1.281	3	0,2	
	Aziende con alloggio	986	970	-16	-1,6	76%
	Posti letto	15.045	14.854	-191	-1,3	15,3
	Aziende con piazzole di sosta	113	110	-3	-2,7	9%
	Piazzole di sosta	925	884	-41	-4,4	8,0
	Aziende con ristorazione	729	716	-13	-1,8	56%
	Posti a sedere	29.296	29.218	-78	-0,3	40,8
	Aziende con degustazione	267	273	6	2,2	21%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	765	771	6	0,8	60%

		2018	2019	Variazioni assolute 2019/2018	Variazioni % 2019/2018	Quote % per principali attività (*) e valori medi aziendali (**) 2019
ABRUZZO	Aziende in complesso	565	555	-10	-1,8	
	Aziende con alloggio	463	463	0	0,0	83%
	Posti letto	6.061	6.028	-33	-0,5	13,0
	Aziende con piazzole di sosta	71	71	0	0,0	13%
	Piazzole di sosta	1.020	1.036	16	1,6	14,6
	Aziende con ristorazione	395	393	-2	-0,5	71%
	Posti a sedere	13.866	13.730	-136	-1,0	34,9
	Aziende con degustazione	84	86	2	2,4	15%
MOLISE	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	285	277	-8	-2,8	50%
	Aziende in complesso	128	128	0	0,0	
	Aziende con alloggio	90	89	-1	-1,1	70%
	Posti letto	899	891	-8	-0,9	10,0
	Aziende con piazzole di sosta	13	12	-1	-7,7	9%
	Piazzole di sosta	83	82	-1	-1,2	6,8
	Aziende con ristorazione	105	104	-1	-1,0	81%
	Posti a sedere	4.005	3.985	-20	-0,5	38,3
CAMPANIA	Aziende con degustazione	47	46	-1	-2,1	36%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	80	80	0	0,0	63%
	Aziende in complesso	705	744	39	5,5	
	Aziende con alloggio	544	583	39	7,2	78%
	Posti letto	5.279	5.659	380	7,2	9,7
	Aziende con piazzole di sosta	81	82	1	1,2	11%
	Piazzole di sosta	677	685	8	1,2	8,4
	Aziende con ristorazione	609	639	30	4,9	86%
PUGLIA	Posti a sedere	25.668	27.334	1.666	6,5	42,8
	Aziende con degustazione	273	287	14	5,1	39%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	606	645	39	6,4	87%
	Aziende in complesso	876	933	57	6,5	
	Aziende con alloggio	789	846	57	7,2	91%
	Posti letto	14.336	15.099	763	5,3	17,8
	Aziende con piazzole di sosta	137	139	2	1,5	15%
	Piazzole di sosta	1.940	1.955	15	0,8	14,1
PUGLIA	Aziende con ristorazione	638	676	38	6,0	72%
	Posti a sedere	26.279	27.427	1.148	4,4	40,6
	Aziende con degustazione	408	426	18	4,4	46%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	420	445	25	6,0	48%

		2018	2019	Variazioni assolute 2019/2018	Variazioni % 2019/2018	Quote % per principali attività (*) e valori medi aziendali (**) 2019
BASILICATA	Aziende in complesso	187	203	16	8,6	
	Aziende con alloggio	157	168	11	7,0	83%
	Posti letto	2.066	2.186	120	5,8	13,0
	Aziende con piazzole di sosta	38	38	0	0,0	19%
	Piazzole di sosta	306	307	1	0,3	8,1
	Aziende con ristorazione	139	155	16	11,5	76%
	Posti a sedere	5.606	6.644	1.038	18,5	42,9
CALABRIA	Aziende con degustazione	63	59	-4	-6,3	29%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	117	128	11	9,4	63%
SICILIA	Aziende in complesso	589	579	-10	-1,7	
	Aziende con alloggio	521	512	-9	-1,7	88%
	Posti letto	7.140	7.034	-106	-1,5	13,7
	Aziende con piazzole di sosta	87	89	2	2,3	15%
	Piazzole di sosta	696	709	13	1,9	8,0
	Aziende con ristorazione	475	468	-7	-1,5	81%
	Posti a sedere	12.285	12.202	-83	-0,7	26,1
SARDEGNA	Aziende con degustazione	163	164	1	0,6	28%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	452	449	-3	-0,7	78%
SARDEGNA	Aziende in complesso	737	769	32	4,3	
	Aziende con alloggio	697	724	27	3,9	94%
	Posti letto	11.717	12.143	426	3,6	16,8
	Aziende con piazzole di sosta	149	153	4	2,7	20%
	Piazzole di sosta	1.354	1.576	222	16,4	10,3
	Aziende con ristorazione	502	512	10	2,0	67%
	Posti a sedere	24.312	24.547	235	1,0	47,9
SARDEGNA	Aziende con degustazione	388	432	44	11,3	56%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	700	726	26	3,7	94%
SARDEGNA	Aziende in complesso	801	868	67	8,4	
	Aziende con alloggio	615	702	87	14,1	81%
	Posti letto	6.904	7.834	930	13,5	11,2
	Aziende con piazzole di sosta	62	73	11	17,7	8%
	Piazzole di sosta	363	434	71	19,6	5,9
	Aziende con ristorazione	585	633	48	8,2	73%
	Posti a sedere	41.939	44.758	2.819	6,7	70,7
SARDEGNA	Aziende con degustazione	64	101	37	57,8	12%
	Aziende con attività ricreative, sportive, culturali	131	238	107	81,7	27%

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

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

(**) Media posti letto, posti a sedere e piazzole di sosta per azienda.

4.



POSSIBILI TRAIETTORIE POST COVID-19

In relazione allo shock causato dalla pandemia di Covid-19 nel corso del 2020 e al fine di rendere anche questa edizione del rapporto "Agriturismo e multifunzionalità", in un anno così peculiare ed eccezionale, strumento di analisi del comparto e di supporto all'assunzione di decisioni da parte di soggetti pubblici e privati (regioni, associazioni, imprese, tecnici), il volume si arricchisce - rispetto alle edizioni precedenti - di questo nuovo capitolo. Sono qui contenute le possibili traiettorie di cambiamento che investiranno il sistema delle imprese agricole multifunzionali, e in particolare le imprese agrituristiche, nello scenario post-Covid.

Al fine di conoscere gli effetti della pandemia in corso è stata realizzata un'indagine sulle imprese agrituristiche; grazie alle risposte pervenute è stato possibile rappresentare le prime reazioni delle imprese di fronte alla crisi improvvisa, le prospettive e le possibili traiettorie per il prossimo futuro, in particolare riguardo a: tendenze principali, nuovi mercati di riferimento, ruolo delle imprese agricole e agrituristiche nell'erogazione di servizi alla persona (fattorie didattiche e sociali), evoluzione dei canali di vendita diretta. Per le fattorie didattiche e sociali si riporta, inoltre, l'aggiornamento dei rispettivi elenchi regionali.

55,7%

Le imprese agrituristiche che hanno predisposto nuovi servizi già nelle prime fasi dell'emergenza (primavera - estate).

49,4%

Gli imprenditori agrituristiche che - per il 2021 - prevedono di operare prevalentemente o esclusivamente nel mercato interno (nazionale o di prossimità).

3.120

Le fattorie didattiche riconosciute dalle venti Regioni italiane nel 2020 (+3,7% rispetto al 2019).

1.715

Gli agriturismi che svolgono attività di fattoria didattica nel 2019 (+13,1% rispetto al 2018).

289

Gli operatori di agricoltura sociale riconosciuti (+26,2% rispetto al 2019).

68,6%

Le imprese agrituristiche che utilizzano il canale della vendita diretta.



4.

POSSIBILI TRAIETTORIE POST-COVID 19

4.1 SCENARI E TENDENZE

L'impatto della pandemia sui livelli di attività delle imprese agrituristiche è stato improvviso e fortemente critico per le sue ripercussioni economiche (cfr. capitolo 1). Tuttavia, insieme agli effetti drammatici, la pandemia ha messo in luce una forte capacità di reazione da parte delle imprese e anche nuove opportunità. La chiusura delle frontiere, la sospensione di tutte le attività eccetto quelle essenziali e di tutti gli spostamenti sul territorio nazionale hanno da un lato stravolto le abitudini, dall'altro accelerato processi già in corso e fatto emergere bisogni già presenti ma latenti, evidenziando anche un sistema fragile per molti versi. In pochi mesi sono emersi con forza alcuni trend economici, sociali e ambientali, che, probabilmente, disegneranno nuovi modelli e consolideranno alcune opportunità affacciate all'orizzonte delle aree rurali in questo periodo. Il panel di imprese agrituristiche che ha preso parte all'indagine "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"¹ ci indica alcune direzioni e trend in atto.

Trend 1 – Centralità dell'azienda agricola

Le imprese, nonostante l'improvviso azzeramento di tutte le attività agrituristiche e l'enorme numero di disdette di prenotazioni di pernottamenti pervenute, non si sono mai fermate. Le imprese hanno concentrato fin da subito il proprio lavoro nell'azienda agricola, riorganizzandola laddove necessario e

rafforzandola, in risposta anche a una domanda di prodotti alimentari improvvisamente mutata, e cercando di individuare nuove strategie in preparazione del post-Covid. Molte imprese prevedono per il 2021 di attivarsi per la trasformazione dei propri prodotti aziendali e per una chiusura della filiera con la vendita diretta al consumatore. La centralità della componente agricola dell'azienda è elemento strategico e di sopravvivenza dell'impresa agrituristica.

Trend 2 – Acquisti online e consegne a domicilio

Il Covid-19 ha impattato con forza sulle abitudini di acquisto. Il settore agroalimentare ha proseguito la propria attività, evidenziando tuttavia la fragilità di molte filiere. Il servizio di consegna a domicilio (anche del cibo), prerogativa di pochi fino a prima della pandemia, si è diffuso così rapidamente che gli stessi supermercati hanno faticato a stare al passo (ordini e download delle app aumentati a dismisura), la stessa Amazon non è riuscita a soddisfare del tutto le richieste. Nel corso del 2020 molte imprese agrituristiche hanno attivato il servizio di e-commerce tramite il proprio sito web aziendale o app telefoniche e il servizio di consegna a domicilio dei propri prodotti, in alcuni casi anche di pasti pronti, soprattutto la domenica e in occasione di festività. È probabile che la maggior parte degli acquisti continuerà ad avvenire, come sempre, nei luoghi fisici della spesa (negozi, mercati, ecc.) ma è allo stesso tempo possibile che una quota di acquisti online si consoliderà.

¹ Dal 23 settembre al 25 ottobre 2020 la RRN ha realizzato l'indagine "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19" con metodologia CAWI (Computer Aided Web Interview). All'indagine hanno partecipato 519 imprese agrituristiche, attraverso la compilazione di un questionario online.

Trend 3 – Lavoro delocalizzato

Il Covid-19 ha imposto il lavoro da casa, o comunque delocalizzato rispetto alla sede dell'organizzazione datoriale. Lo smart working, dopo una fase iniziale di assestamento, è diventato la modalità ordinaria di svolgimento delle prestazioni lavorative per moltissime persone, sia nel settore privato sia in quello della pubblica amministrazione. Lavorare in smart working consente al dipendente di conciliare le mansioni di lavoro con la vita privata e la possibilità di scegliere una nuova organizzazione delle giornate, fino alla sede che può essere cambiata in base alle proprie esigenze. Nei mesi scorsi molte persone hanno deciso di lasciare le loro case abituali per periodi più o meno lunghi da trascorrere in zone extra-urbane, vicine al mare o in campagna. In conseguenza di una domanda nuova, emersa a partire dal mese di giugno, alcune imprese agrituristiche hanno in parte riorganizzato il servizio di ospitalità e molte pensano di farlo nei prossimi mesi, offrendo soggiorni per lunghi periodi e spazi attrezzati per il lavoro a distanza da parte degli ospiti. Al momento lo smart working rientra ancora tra le misure adottate e suggerite dal Governo per limitare la diffusione del coronavirus, ma terminata l'emergenza probabilmente una quota importante di lavoro delocalizzato resterà, insieme al ripensamento delle proprie esigenze post lockdown (familiari, abitative, ecc.). Ciò può rappresentare una opportunità per le aree rurali ed extra-urbane, innescando anche riflessioni sulla necessità di digitalizzazione di queste aree oltre che di reti di collegamento più efficienti.

Trend 4 – Stile di vita sano e aria aperta

Il Covid-19 e con esso le disposizioni finalizzate al contenimento del virus hanno indotto atteggiamenti che vanno nella direzione di una maggiore attenzione verso la salute, l'igiene, l'aria aperta, il benessere. L'agriturismo rappresenta la destinazione perfetta per la domanda post-Covid, unendo la rafforzata attenzione verso il cibo sano con la disponibilità di spazi all'aperto e la possibilità di fruirne (itinerari, escursioni, attività sportive, ecc.).

L'estate 2020 si è caratterizzata fin da subito per il turismo di prossimità, non solo cioè per i turisti italiani in vacanza in Italia, ma per i turisti rimasti spesso entro i confini della propria regione, talvolta molto vicini al proprio domicilio. Un turismo praticato anche in periodi non convenzionali, al di fuori dell'alta stagione. Quasi il 50% degli imprenditori agrituristiche per il 2021 prevede di operare ancora, prevalentemente o esclusivamente, nel mercato interno (nazionale o di prossimità).

Trend 5 – Servizi alla persona e welfare territoriale

L'emergenza sanitaria ha fatto emergere, talvolta in maniera drammatica, bisogni sociali latenti e in parte nuovi e ha messo in luce le carenze del sistema di welfare italiano: ci sono fasce importanti di popolazione che già in situazioni ordinarie riescono con difficoltà ad accedere ai diritti essenziali (salute, istruzione, lavoro); la situazione straordinaria generata dal Covid-19 ha aggravato le disuguaglianze.

Nelle prime fasi dell'emergenza (primavera ed estate) il 16% delle imprese agrituristiche ha predisposto nuove attività orientate a servizi di tipo socioeducativo, in particolare attività didattiche, ricreative, sportive e culturali per la comunità locale, attività sociali per le fasce più deboli, ospitalità e attività per anziani autosufficienti. Fra i servizi particolarmente richiesti nei mesi scorsi vi sono stati i centri estivi realizzati in azienda agricola. Il 17% degli agriturismi, inoltre, prevede di diversificare con attività didattiche e di agricoltura sociale nel corso dei prossimi mesi.

Quasi tutte le Regioni hanno messo in atto un lavoro costante di aggiornamento degli elenchi delle fattorie didattiche e sociali. Il numero delle imprese iscritte negli elenchi regionali è cresciuto, a confronto con l'anno precedente, del 4% (fattorie didattiche) e del 26% (agricoltura sociale). Entrambi i settori continuano a evidenziare una forte vitalità e un interesse crescente da parte della domanda. Le imprese agricole possono, come previsto dalla legge quadro n. 141/2015 sull'agricoltura sociale, contribuire a potenziare il welfare territoriale e - in collaborazione con i servizi pubblici e il terzo settore - divenire un supporto per le famiglie, anche per fronteggiare e curare le fragilità emerse con la crisi, oltre a quelle preesistenti ad essa.

4.2 PERCORSI DI RESILIENZA DELLE IMPRESE

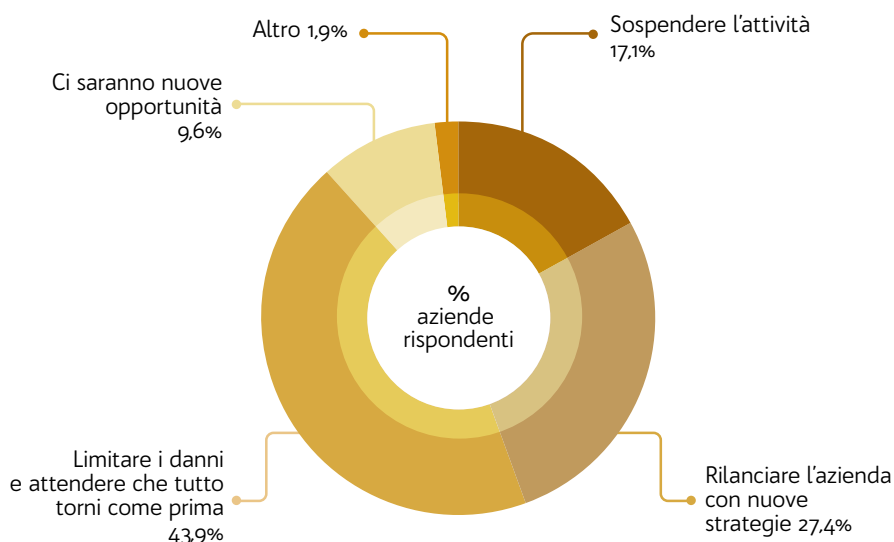
Sono qui descritti i percorsi di resilienza messi in atto dalle imprese agrituristiche nei mesi scorsi e rilevati tramite l'indagine "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19". La parola "resilienza", alla luce dei risultati dell'indagine, in effetti risulta assai pertinente. La fiducia nel futuro e la perseveranza accomunano il 37% degli imprenditori agrituristiche che nel periodo di chiusura ha pensato a "nuove opportunità" o a come rilanciare l'azienda con nuove strategie (commerciali, nuovi mercati, ecc.). Per quasi la metà degli imprenditori (43,9%) l'approccio è stato sempre fiducioso ma più prudente: "Proviamo a limitare i danni e attendere che passi questo momento e quindi tornare a una situazione di normalità", è stato il pensiero più ricorrente **durante il lockdown**. Mentre il 17,1% ha pensato di sospendere l'attività (Fig. 1).

Nel tentativo di individuare **nuove strategie**, gli imprenditori si sono orientati spesso verso la costruzione di mercati alternativi a quelli tradizionali, tramite la ricerca di nuovi clienti e canali di vendita (complessivamente il 38% delle imprese); poco più di un imprenditore su quattro si è concentrato verso la ricerca di nuove forme di comunicazione e promo-

zione; uno su quattro sull'ampliamento del paniere dei prodotti e/o verso l'ideazione e l'offerta di nuovi servizi (Fig. 2). Emerge la propensione a rivedere gli aspetti produttivi e organizzativi in un contesto continuamente mutevole e caratterizzato anche da grandi difficoltà logistiche.

FIG. 1

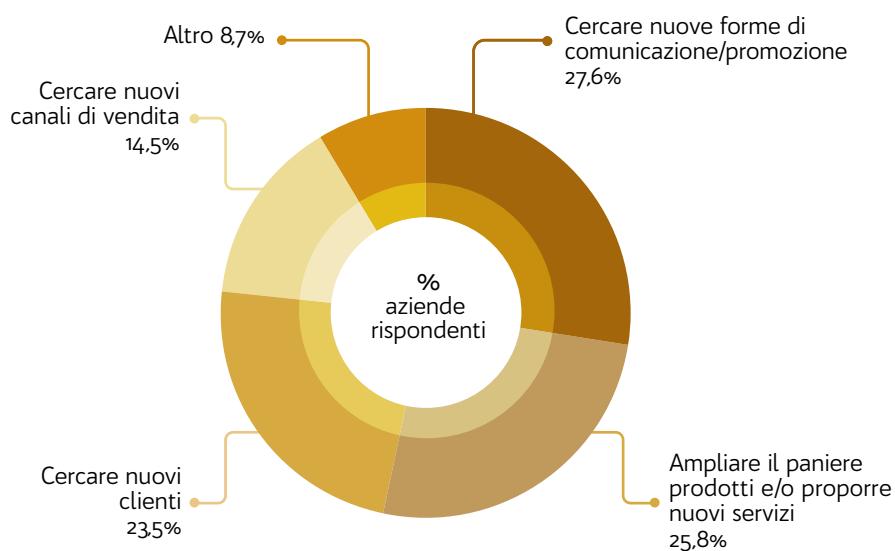
Il pensiero più frequente durante il *lockdown*



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 2

Obiettivo su cui le imprese si sono maggiormente concentrate durante il *lockdown*

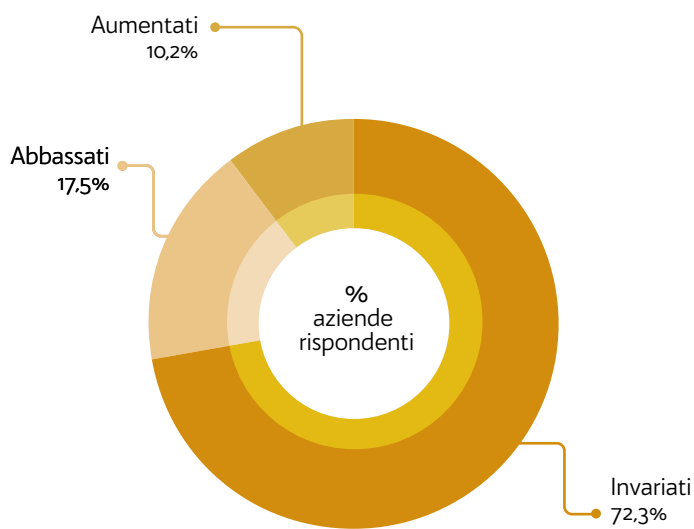


Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

In uno scenario di mercato estremamente difficile e caratterizzato dall'incertezza, la politica dei prezzi per quasi tre aziende su quattro non ha subito variazioni (Fig. 3).

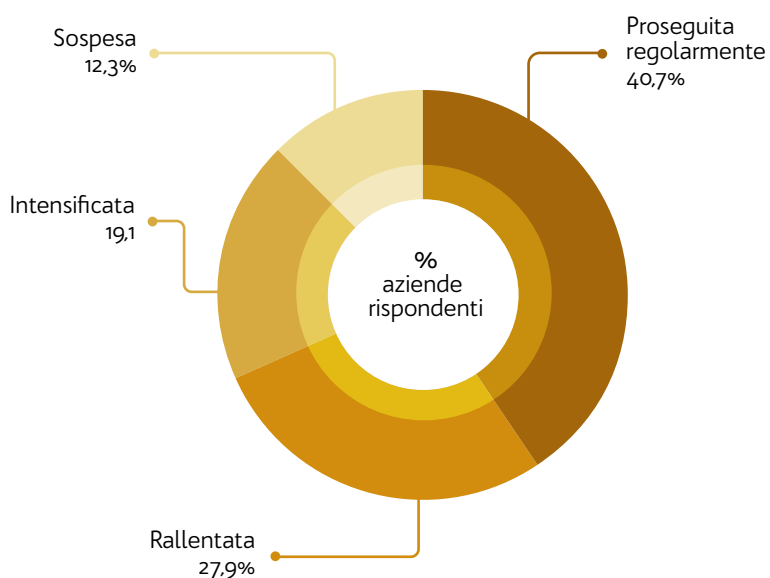
Durante l'emergenza, nonostante il blocco di una parte delle attività aziendali, le imprese agrituri-

stiche hanno scelto di non interrompere la propria attività di comunicazione (87,7%), adeguandola alla situazione in corso in funzione dei diversi interlocutori (clienti, fornitori, partner, dipendenti); quasi un'azienda su quattro l'ha addirittura intensificata (Fig. 4).

**FIG. 3**

Politica dei prezzi delle imprese durante il Covid-19

Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

**FIG. 4**

Attività di comunicazione e promozione aziendale durante il Covid-19

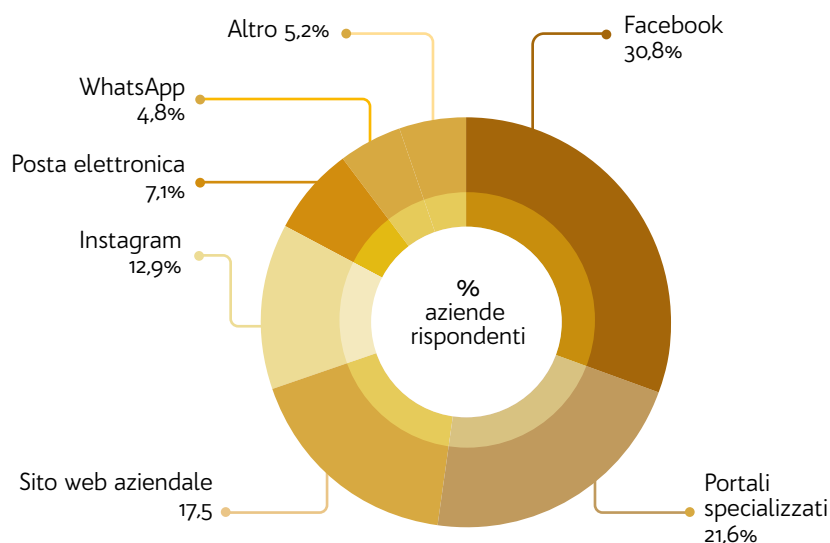
Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

Internet, nel corso dell'emergenza, è diventato sempre più cruciale, divenendo per molti l'unica finestra sul mondo e le reti sociali (social network) hanno assunto un ruolo predominante anche per il comparto agrituristico: il 43,7% delle imprese ha utilizzato come **canale di comunicazione** soprattutto Facebook o Instagram (privilegiati dagli under 40); il 15,5% delle imprese ha utilizzato prevalentemente il proprio sito web aziendale per comunicare. Solo il 21,6%

delle imprese ha utilizzato in prevalenza un canale intermedio, affidandosi ai portali specializzati per la vendita di prodotti enogastronomici e/o per i servizi turistici. Molto utile alle imprese per mantenere e meglio gestire i propri contatti è stato WhatsApp, il più utilizzato per quasi il 5% delle imprese, per la gestione rapida e diretta di ordini, per messaggi commerciali o liste di distribuzione. Fra gli altri, anche la presenza del passaparola e del telefono (Fig. 5).

FIG. 5

Il canale di comunicazione più utilizzato



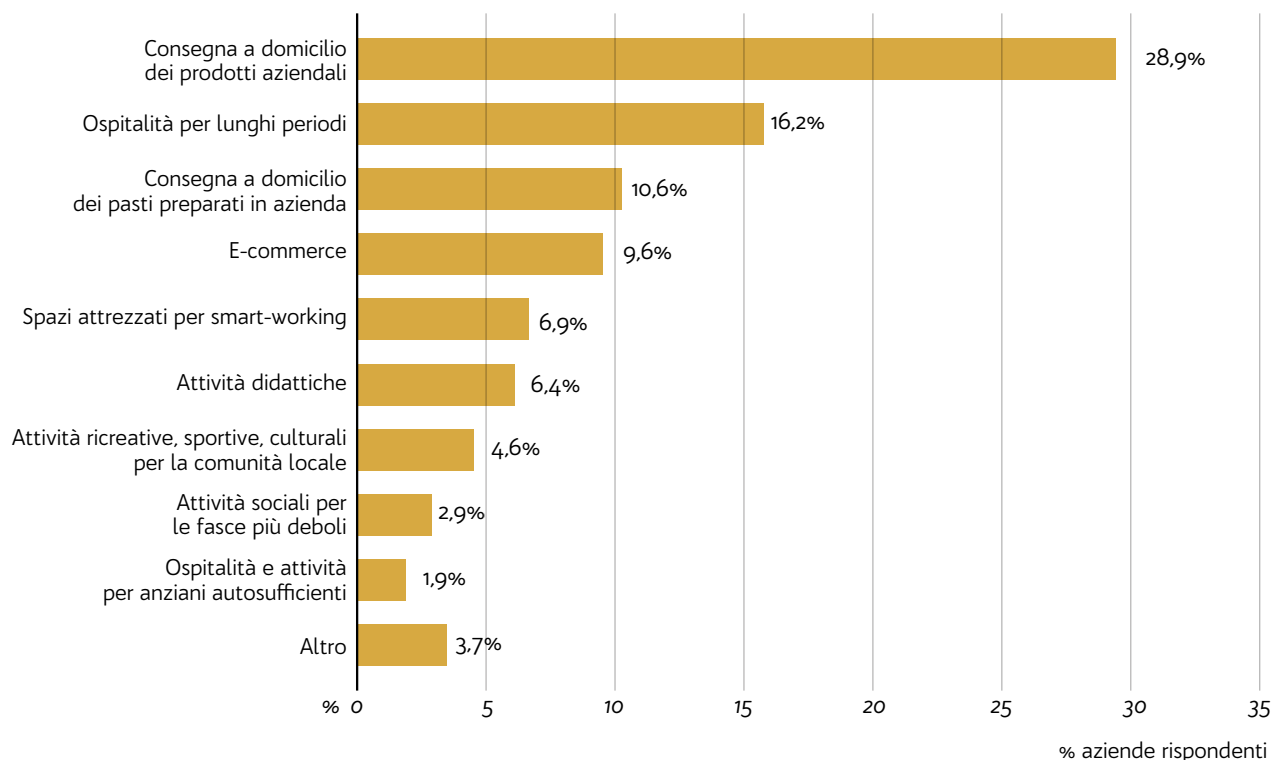
Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

L'elemento che colpisce molto è la velocità con cui le imprese agrituristiche si sono adattate a una situazione improvvisamente mutata. Oltre la metà delle imprese (55,7%) ha predisposto **nuove proposte di servizi** già nel corso delle prime fasi dell'emergenza (primavera-estate). Fra questi spiccano la **consegna a domicilio** dei prodotti aziendali e dei pasti preparati in azienda: al blocco degli spostamenti delle persone e quindi dei servizi agrituristiche, le imprese hanno risposto con la conversione verso un servizio di spostamento dei prodotti, con tutto ciò che ne è conseguito in termini organizzativi (raccolta degli ordini, predisposizione del servizio di consegna e spesso di un mezzo dedicato, ecc.), in risposta anche a una domanda e un sistema di approvvigionamento dei prodotti alimentari anch'essi improvvisamente mutati; in questo contesto si colloca anche l'attivazione e il **ricorso all'e-commerce** per un'azienda su dieci.

Parallelamente emerge la **riorganizzazione dell'offerta di ospitalità**, in risposta a nuove esigenze e nuovi target: soggiorni più lunghi, spazi attrezzati per lo *smart working* dove poter continuare la propria attività lavorativa, e quindi attività didattiche, ricreative, sportive, sociali rivolte a famiglie e singoli, portatori evidentemente di bisogni emersi con maggiore forza a seguito del periodo di *lockdown* (Fig. 6). Le imprese agrituristiche, inoltre, riportano di essersi organizzate per un maggior utilizzo degli spazi all'aperto (per pasti, pic-nic e altre attività), di aver messo a disposizione dei gruppi alcuni spazi esterni e interni, di aver organizzato e/o ospitato centri estivi, di aver attivato il servizio di asporto dei pasti, di aver offerto ospitalità a operatori Covid-19, di aver realizzato *virtual tour* e degustazioni online di prodotti inviati a casa (soprattutto vino e olio).

FIG. 6

Nuovi servizi e/o nuove proposte predisposti con il Covid-19



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

Trasversalmente, emerge forte lo sforzo di **adeguamento degli spazi e delle strutture** nel rispetto delle norme e delle disposizioni, dalla riduzione dei posti (tavoli, alloggio e altre attività), alla separazione degli spazi e garanzia delle distanze, alla sanificazione degli ambienti e disponibilità di materiali informativi. In merito alle **previsioni per il 2021**, oltre la metà delle imprese fornisce risposte incoraggianti: il 29,1% pensa che l'attività crescerà, il 22,4% che resterà stabile. Tuttavia, quasi il 40% è incerto rispetto a ciò che potrà accadere (Fig. 7).

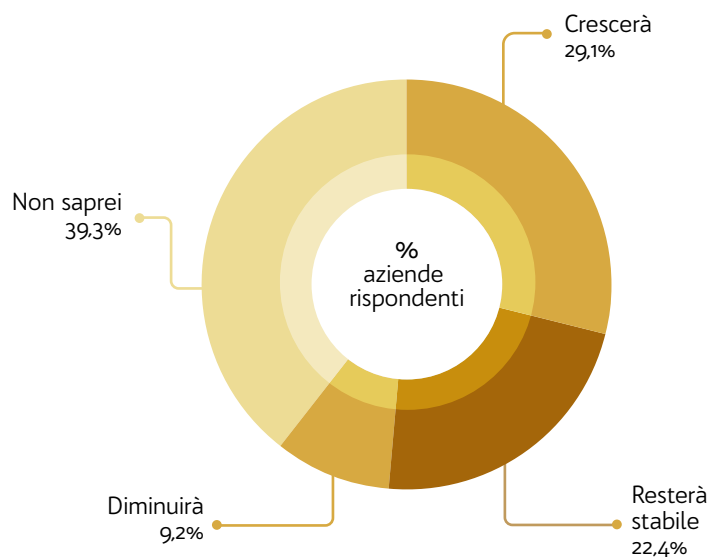
In particolare, è significativo come la quota di "ottimisti" (risposte "crescerà" o "resterà stabile") tra gli under 40 sia pari a quasi il 62%, nettamente superiore a quella della fascia di età 51-70 (fra il 48 e il 50%) e degli over 70 (42%). Allo stesso tempo, quasi

un quinto degli under 30 (19,4%) teme che il volume di affari nel 2021 possa ridursi. La quota di incertezza aumenta al crescere dell'età (Fig. 8).

Per il 2021 oltre la metà delle imprese (54%) prevede di provare ad **attivare nuove forme di diversificazione**: trasformazione dei propri prodotti aziendali e vendita diretta su tutte, a conferma di un rafforzamento della componente agricola e della produzione primaria (Fig. 9). Il 90% delle imprese nel 2021 prevede di non sospendere alcune delle attività secondarie. Fra coloro che dichiarano di voler sospendere qualcuna delle attività aziendali, prevalgono la ristorazione e le attività didattiche, probabilmente per gli aspetti gestionali e organizzativi legati alle criticità connesse al Covid-19.

FIG. 7

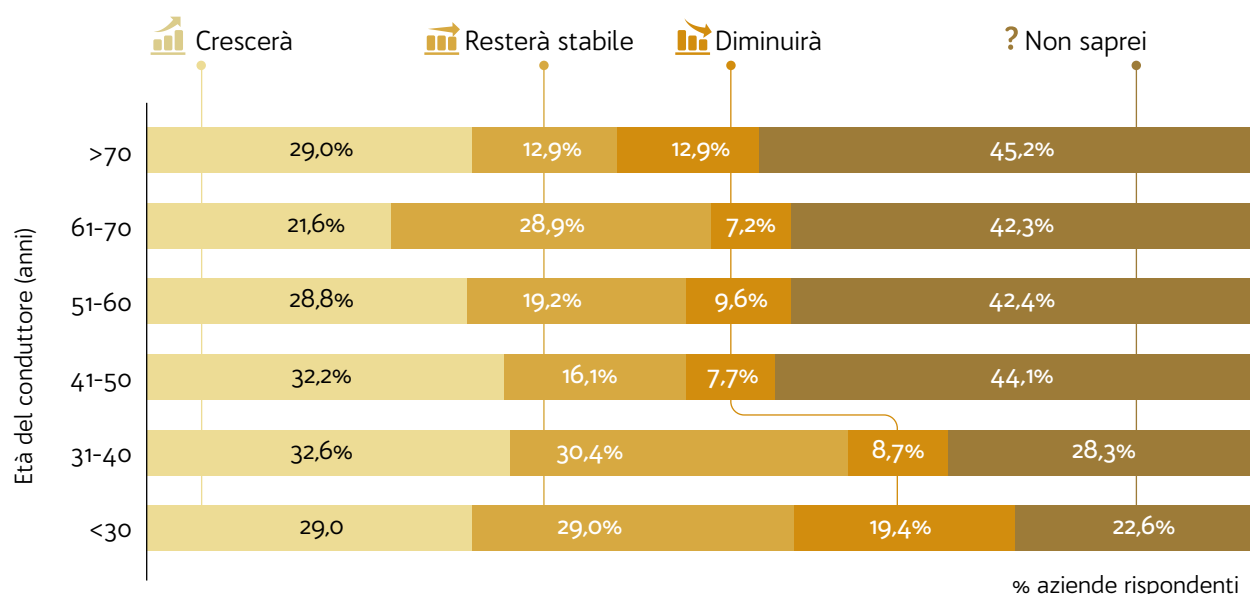
Previsione andamento dell'attività dell'azienda per il 2021



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 8

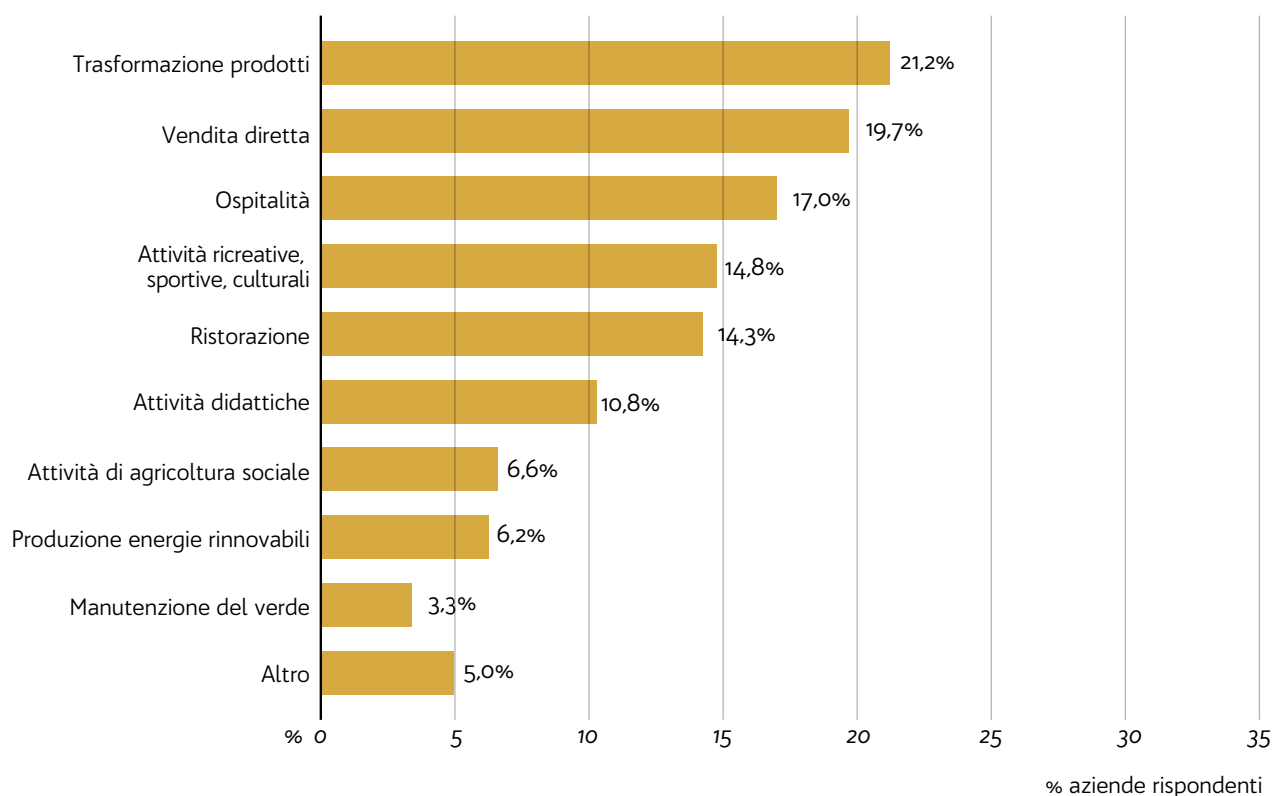
Età del conduttore e previsione andamento dell'attività dell'azienda per il 2021



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 9

Previsione di nuove attività di diversificazione per il 2021



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

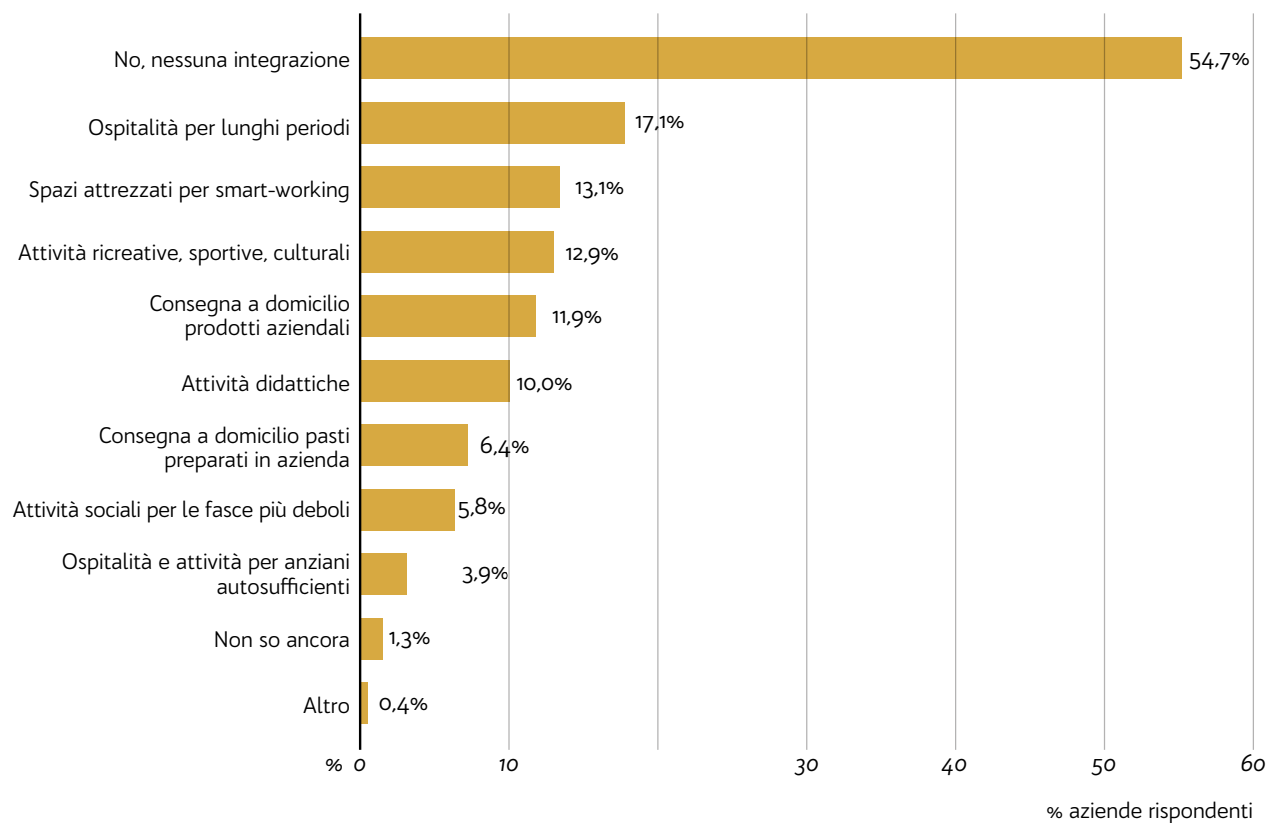
Tra i **servizi che si prevede di attivare nel 2021** emergono: l'ospitalità per lunghi periodi, l'offerta di ospitalità con spazi attrezzati per il lavoro a distanza da parte degli ospiti, la consegna a domicilio di prodotti e di pasti pronti (Fig. 10).

Infine, in merito alla politica di prezzo, per il 2021 quasi il 70% degli imprenditori agrituristici punterà sulla **stabilità**. Circa un quinto delle aziende pensa a un aumento dei prezzi mentre solo l'1% prevede di abbassarli. (Fig. 11).

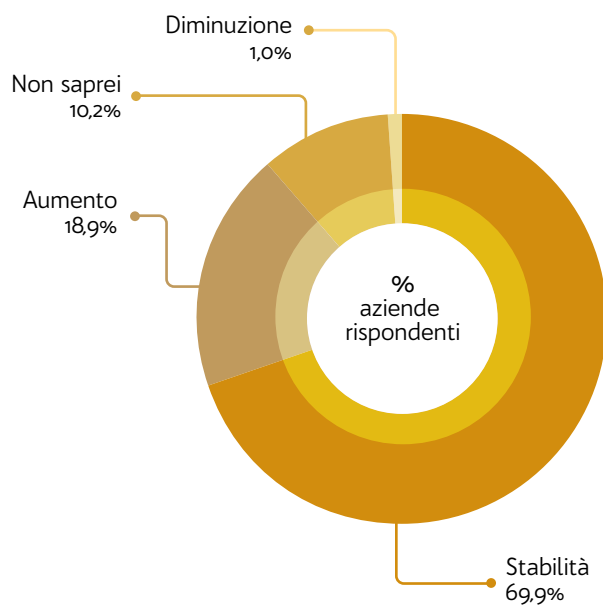
Quasi il 50% degli imprenditori agrituristici per il 2021 prevede di operare prevalentemente o esclusivamente nel **mercato interno, nazionale o di prossimità** (provinciale e regionale). Un mercato per molti versi nuovo, da valorizzare e organizzare, con parti-

colare riferimento a quella porzione di offerta agrituristica che in alcune aree geografiche registrava una quota di stranieri pari anche al 60% del totale degli ospiti. C'è infine un 15% degli imprenditori che non sa ancora come si orienterà (Fig. 12).

Rispetto alla visione del proprio agriturismo nel **prossimo futuro**, prevale una certa positività, naturalmente insieme all'incertezza e a una dose di preoccupazione verso la propria attività e, conseguentemente, verso la propria famiglia, spesso direttamente coinvolta nella conduzione dell'azienda. Un quarto degli imprenditori va oltre una connotazione positiva ovvero negativa o incerta (voce "altro"), esprimendo la propria idea sull'evoluzione del comparto, indicando le caratteristiche e le leve da sviluppare (Fig. 13).

FIG. 10**Previsione di integrare l'offerta con nuovi servizi e/o nuove proposte**

Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 11**Politica dei prezzi delle imprese per il 2021**

Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

FIG. 12

Mercato verso il quale orientare l'offerta e la comunicazione aziendale nel 2021

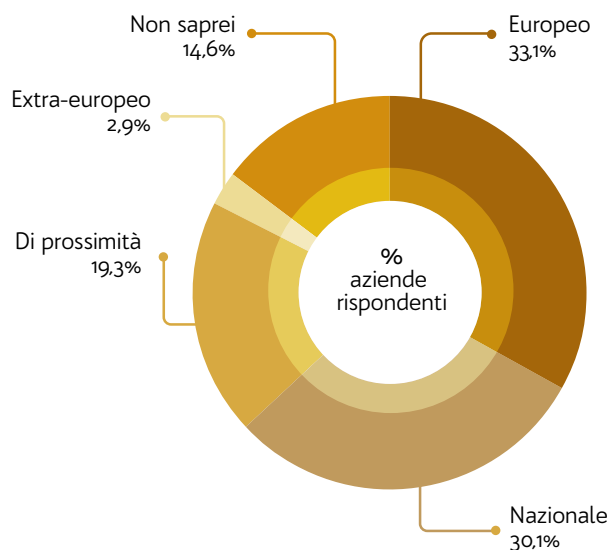
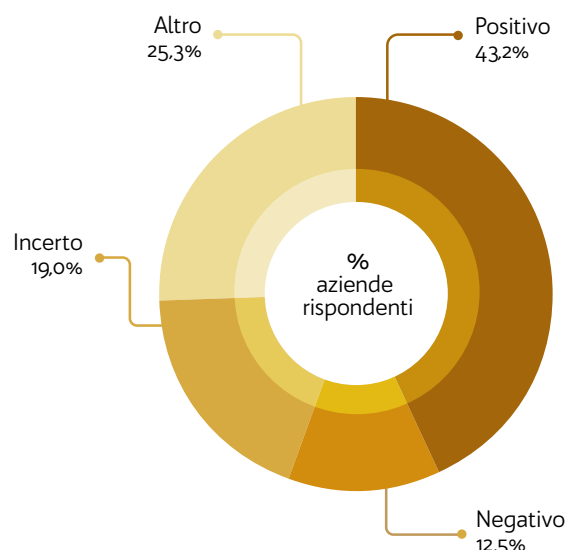


FIG. 13

Il futuro prossimo dell'agriturismo



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

Le parole d'ordine sono "ottimismo", "speranza", "positività", "crescita", ma soprattutto incertezza verso il futuro e una visione, o forse un auspicio, di stabilità del comparto. L'agriturismo del prossimo futuro secondo gli imprenditori, inoltre, avrà le caratteristiche

della sostenibilità, dell'accoglienza e dell'innovazione; sarà sempre più multifunzionale, familiare, autentico, di qualità e risponderà alle esigenze di benessere, salute, genuinità e natura, sempre più presenti nella società (Fig. 14).

FIG. 14

Le parole più ricorrenti nella visione futura dell'agriturismo



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel "Stagione agrituristica 2020 – Impatto Covid-19"

4.3 LE FATTORIE DIDATTICHE E L'AGRICOLTURA SOCIALE

Le forme di multifunzionalità agricola che vedono lo sviluppo di servizi alla persona, quali le fattorie didattiche e l'agricoltura sociale, sono protagoniste di una crescita importante, sia in termini di offerta (numero di aziende e loro organizzazione) sia di interesse e attenzione da parte della domanda (pubblica e privata) e più in generale della società, per le potenzialità che evidentemente esprimono e lasciano intravedere. Questi percorsi molto spesso affiancano l'agriturismo e ne potenziano l'azione e le ricadute positive nei territori e nelle comunità locali. Mentre l'agriturismo è un comparto ormai maturo e consolidato, dotato di un suo sistema di regole collaudate, i servizi alla persona svolti dalle imprese agricole, seppure nel solco della legge di orientamento e quindi della multifunzionalità agricola, richiedono ancora il completamento del quadro normativo, in particolare nel caso dell'agricoltura sociale, soprattutto a livello regionale e la predisposizione di strumenti per lo sviluppo delle attività (contratti, sistemi di gestione, inquadramento delle questioni fiscali e lavorative). Tuttavia, queste attività sono già presenti nel sistema agricolo italiano e, sebbene nei mesi scorsi si siano trovate anch'esse a dover fare i conti con le misure legate all'emergenza Covid-19, proprio in questi mesi hanno dimostrato la loro forte attualità in termini di possibili risposte ai bisogni delle persone più fragili e/o più direttamente coinvolte e colpite dalle conseguenze dell'emergenza sanitaria, bisogni peraltro non ancora del tutto espressi o in evoluzione. Il Covid-19 da questo punto di vista è stato un acceleratore, facendo emergere ciò che era latente o solo parzialmente emerso. E così, ad esempio, le fattorie didattiche quest'anno hanno erogato il servizio di centro estivo da giugno a settembre, spesso in collaborazione con enti e terzo settore, riorganizzando l'offerta per piccoli gruppi, adeguando spazi e strutture alle norme e ai protocolli di sicurezza. Il centro estivo che tradizionalmente è un'attività ricreativa ed educativa a contatto con la natura, quest'anno ha assunto nuove e molteplici valenze: il recupero della dimensione educativa, sociale e relazionale da parte dei bambini, interrotta con la "quarantena" e la chiusura delle scuole in presenza; il recupero delle attività all'aria aperta, dell'esercizio fisico, del contatto con la natura, anche in questo caso limitato per molti mesi a causa del *lockdown*; la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro all'interno delle famiglie.

Alcune aziende agrituristiche hanno sperimentato l'accoglienza di persone affette da Covid-19 o in uscita da periodi di quarantena obbligatoria, organizzando soggiorni e attività all'aria aperta finalizzate al recupero psico-fisico.

L'agricoltura, inoltre, in questi mesi – per il contesto in cui si svolge – è stata vista come una sorta di terapia antistress o anti *burnout*, o ancora come luogo e attività capace di accogliere e coinvolgere persone in difficoltà economiche o sociali in senso ampio, lasciando intravedere come lo spettro dei bisogni in questi mesi si sia già enormemente ampliato e come la domanda post-Covid e le aspettative verso il mondo agricolo siano mutate con essi.

4.3.1 Le fattorie didattiche

Le fattorie didattiche iscritte negli elenchi regionali, a novembre 2020, complessivamente risultano essere 3.120, con un incremento – rispetto all'anno precedente – di 110 nuove autorizzazioni (Tab. 1). La maggior parte delle regioni ha aggiornato gli elenchi nel corso del 2020, tre regioni li hanno aggiornati al termine del 2019 (Liguria, Umbria, Sicilia), nel caso di sole due regioni non sono disponibili elenchi ufficiali aggiornati e sono riportati gli ultimi dati disponibili (Lazio) o rilevati online da fonti non istituzionali (Molise).

Le fattorie didattiche sono costantemente aumentate nel corso degli ultimi anni: +17% la variazione del 2018 rispetto al 2017, +12,3% quella del 2019 rispetto al 2018, infine +3,7% quella del 2020 rispetto al 2019 (Fig. 15); da un lato l'aumento rappresenta effettivamente nuove aperture e autorizzazioni, dall'altro è la risultante di azioni di riordino e aggiornamento degli elenchi da parte delle amministrazioni competenti. Sostanzialmente si registra un quasi avvenuto allineamento degli elenchi regionali con le rispettive norme regionali. Pertanto, il numero complessivo di fattorie didattiche indicato può considerarsi molto prossimo alla consistenza globale nazionale.

Le regioni con oltre 200 fattorie didattiche sono sei: Veneto (333), Campania (299 comprensive di aziende agricole e/o agrituristiche, imprese di trasformazione, musei della civiltà contadina), Emilia-Romagna (297) e Piemonte (275), Marche (214), Puglia (211), che insieme rappresentano oltre il 50% dell'offerta nazionale. In otto regioni il numero di fattorie didattiche è compreso fra 100 e 200: Sardegna (195), Lombardia (173), Umbria (171), Trentino-Alto Adige e Calabria (147), Toscana (138), Liguria (124) e Friuli-Venezia Giulia (119) mentre nelle restanti 6 regioni il numero di fattorie didattiche è inferiore a 100 (Fig. 16).

Parallelamente all'aumento delle fattorie didattiche, si registra l'aumento delle aziende agrituristiche che svolgono anche attività di fattoria didattica, pari a 1.715 nel 2019 con una crescita del 13,1% rispetto al 2018, anno in cui si era registrato un leggero calo (Fig. 17).

TAB. 1

Le fattorie didattiche iscritte negli elenchi regionali. Anni 2019 e 2020

Area		Regione	2019	2020	Variazioni 2020/2019	
					assolute	%
NORD	Nord Ovest	Piemonte	310	275	-35	-11,3%
		Valle D'Aosta	6	5	-1	-16,7%
		Lombardia	167	173	6	3,6%
		Liguria	124	124	0	0,0%
	Nord Est	Trentino-Alto Adige *	146	147	1	0,7%
		Veneto	297	333	36	12,1%
		Friuli-Venezia Giulia	98	119	21	21,4%
		Emilia-Romagna	286	297	11	3,8%
CENTRO		Toscana	117	138	21	17,9%
		Umbria **	171	171	0	0,0%
		Marche	210	214	4	1,9%
		Lazio	60	60	0	0,0%
MEZZOGIORNO	Sud	Abruzzo	13	19	6	46,2%
		Molise	12	17	5	41,7%
		Campania	298	299	1	0,3%
		Puglia	209	211	2	1,0%
		Basilicata	78	79	1	1,3%
		Calabria	124	147	23	18,5%
	Isole	Sicilia	95	97	2	2,1%
		Sardegna	189	195	6	3,2%
		TOTALE	3.010	3.120	110	3,7%

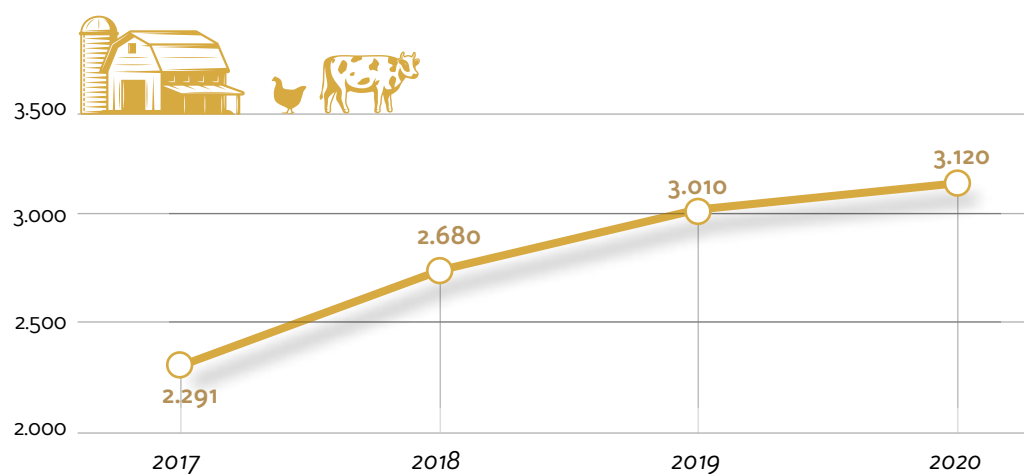
Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

(*) Il dato fa riferimento alla Provincia di Trento.

(**) Di cui attive 112.

FIG. 15

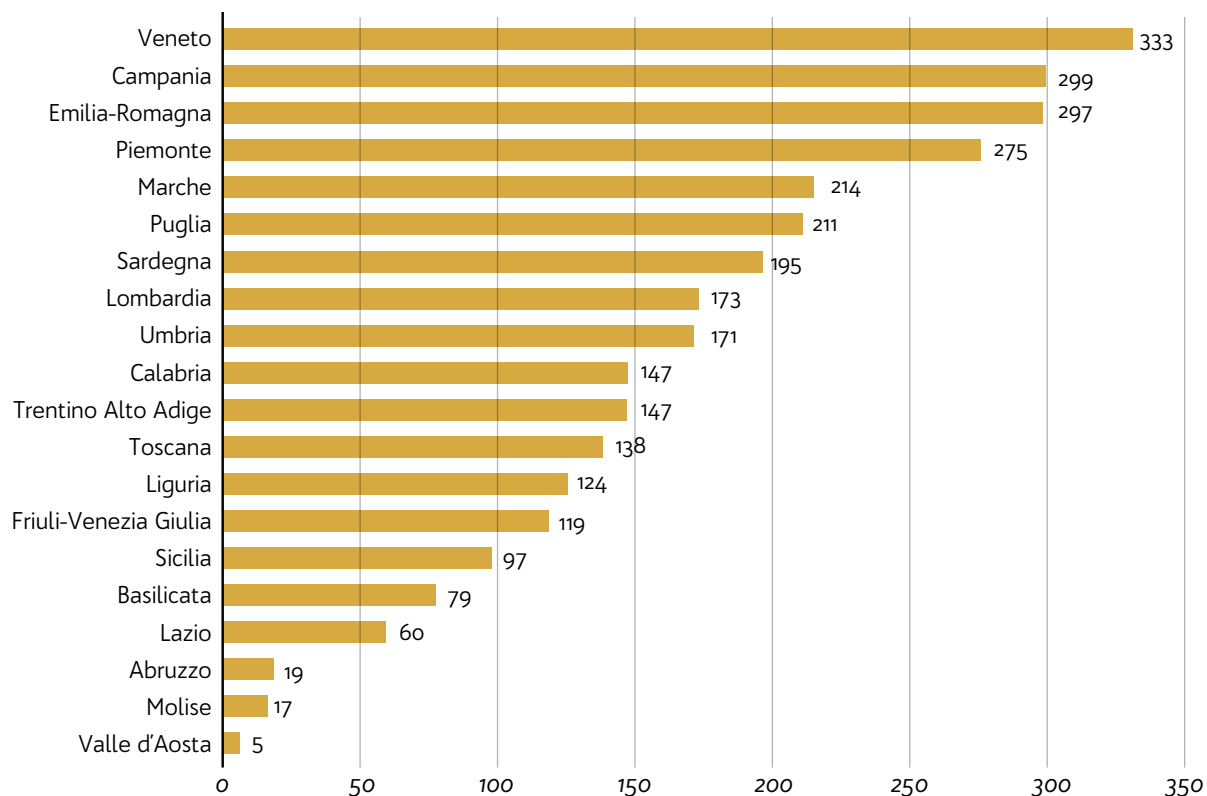
Numero di fattorie didattiche iscritte negli elenchi regionali



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

FIG. 16

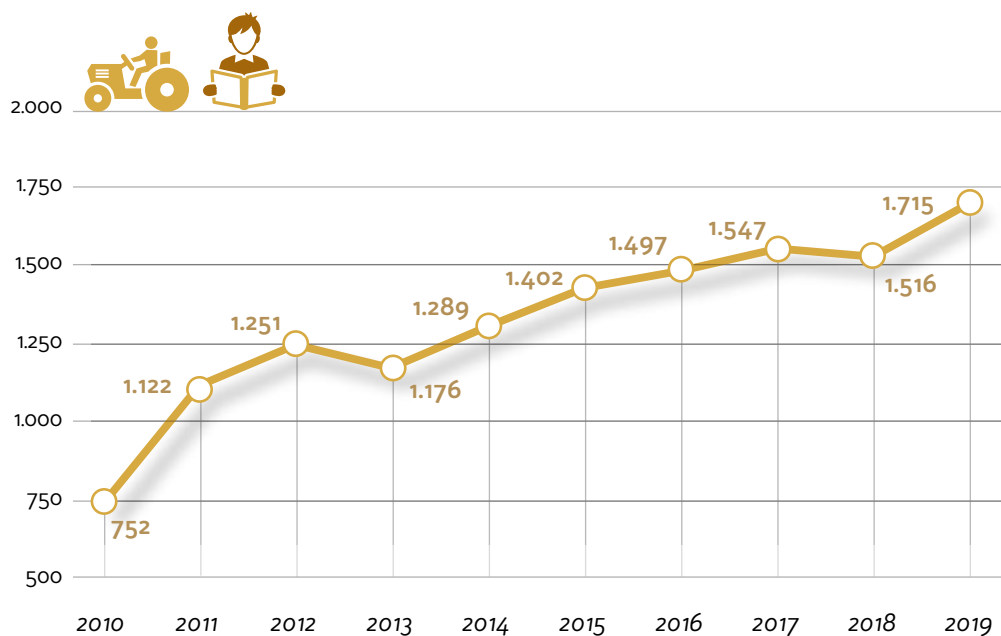
Distribuzione regionale delle fattorie didattiche iscritte negli elenchi regionali - Anno 2020



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

FIG. 17

Agriturismi che svolgono attività di fattoria didattica



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Si tratta in un certo senso di un sotto-insieme, in quanto solo una parte delle oltre tremila fattorie didattiche italiane sono anche agriturismi; le restanti fattorie didattiche, pur non rientrando nel campo di osservazione dell'indagine annuale sull'agriturismo dell'Istat, sono aziende agricole autorizzate allo specifico esercizio dell'attività didattica dalle singole regioni.

Gli agriturismi autorizzati all'attività didattica nel 2019 rappresentano il 7% del totale degli agriturismi (6,4% l'anno precedente); la percentuale di agriturismi con didattica dal 2010 (anno della prima rilevazione Istat) al 2019 è progressivamente aumentata. (Tab. 2). Nello stesso periodo gli agriturismi con fattoria didattica sono più che raddoppiati (+128%) mentre il numero delle aziende agrituristiche nel complesso è cresciuto del 23% (Tab. 2, fig. 18).

TAB. 2

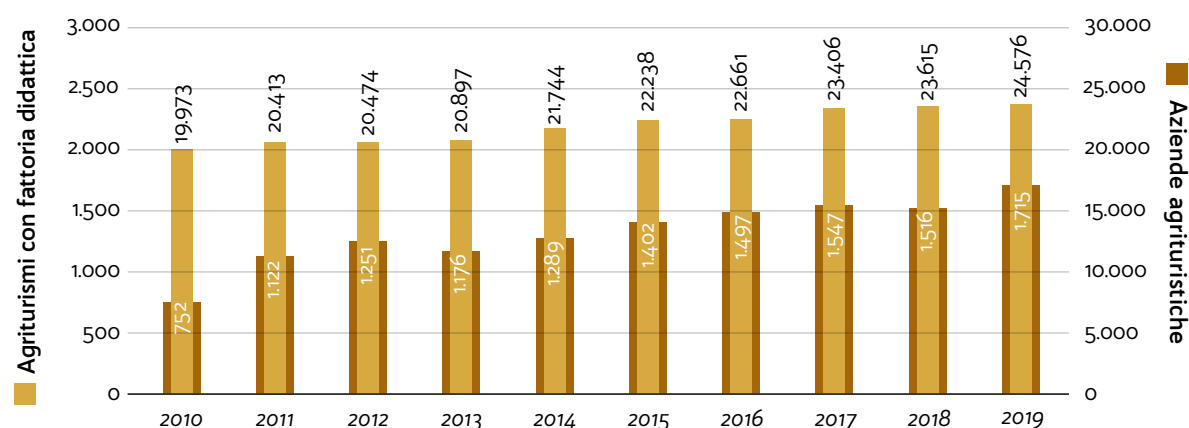
Variazione degli agriturismi che svolgono attività di fattoria didattica

Anno	Agriturismo con fattoria didattica (afd)	Var. % su anno precedente	Agriturismo (agt)	Var. % su anno precedente	afd/agt
2010	752	-	19.973	-	3,8%
2011	1.122	49,2	20.413	2,2	5,5%
2012	1.251	11,5	20.474	0,3	6,1%
2013	1.176	-6,0	20.897	2,1	5,6%
2014	1.289	9,6	21.744	4,1	5,9%
2015	1.402	8,8	22.238	2,3	6,3%
2016	1.497	6,8	22.661	1,9	6,6%
2017	1.547	3,3	23.406	3,3	6,6%
2018	1.516	-2,0	23.615	0,9	6,4%
2019	1.715	13,1	24.576	4,1	7,0%
Var. 2019/2010	963	128,1	4.603	23,0	-
Var. 2019/2018	199	13,1	961	4,1	-

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 18

Andamento del numero di aziende agrituristiche e degli agriturismi che svolgono attività di fattoria didattica



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

Di seguito la distribuzione regionale degli agriturismi con fattoria didattica, nel 2011 (anno della prima rilevazione Istat completa in quasi tutte le regioni) e nell'ultimo biennio rilevato (Tab. 3).

In particolare, le regioni in cui negli ultimi anni l'attività agrituristica si combina maggiormente con l'attività di fattoria didattica sono: Piemonte, Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto (Fig. 19).

Le attività di fattoria didattica svolte dalle aziende agrituristiche, ai sensi della legge-quadro n. 96/2006, rientrano tra le "attività ricreative, culturali e didattiche" e in seno alle rilevazioni svolte annualmente da Istat sul comparto agrituristico, rientrano fra le co-

siddette "altre attività agrituristiche"². Si tratta di "altre attività" rispetto a quelle tradizionali di alloggio, ristorazione e degustazione. Nel corso degli anni le fattorie didattiche hanno assunto una loro specifica fisionomia, che spesso ha trovato concretezza anche dal punto di vista normativo nelle leggi regionali. Gli agriturismi con fattoria didattica nel 2011 rappresentavano poco meno del 10% delle aziende agrituristiche con "altre attività", nel 2019 ne rappresentano il 20%, con evidenti differenze fra le regioni (Tab. 4).

Il 40,2% degli agriturismi con fattoria didattica sono gestiti da donne. Rispetto al 2011, gli agriturismi a gestione femminile sono aumentati del 56% nel complesso e del 53% con fattorie didattiche (Istat, 2020).

² Fra le "altre attività" delle aziende agrituristiche rientrano, oltre la didattica, l'equitazione, l'escursionismo, le osservazioni naturalistiche, il trekking, la mountain bike, i corsi, le attività sportive. Per ulteriori informazioni si rimanda al capitolo 3 di questo Rapporto.

TAB. 3

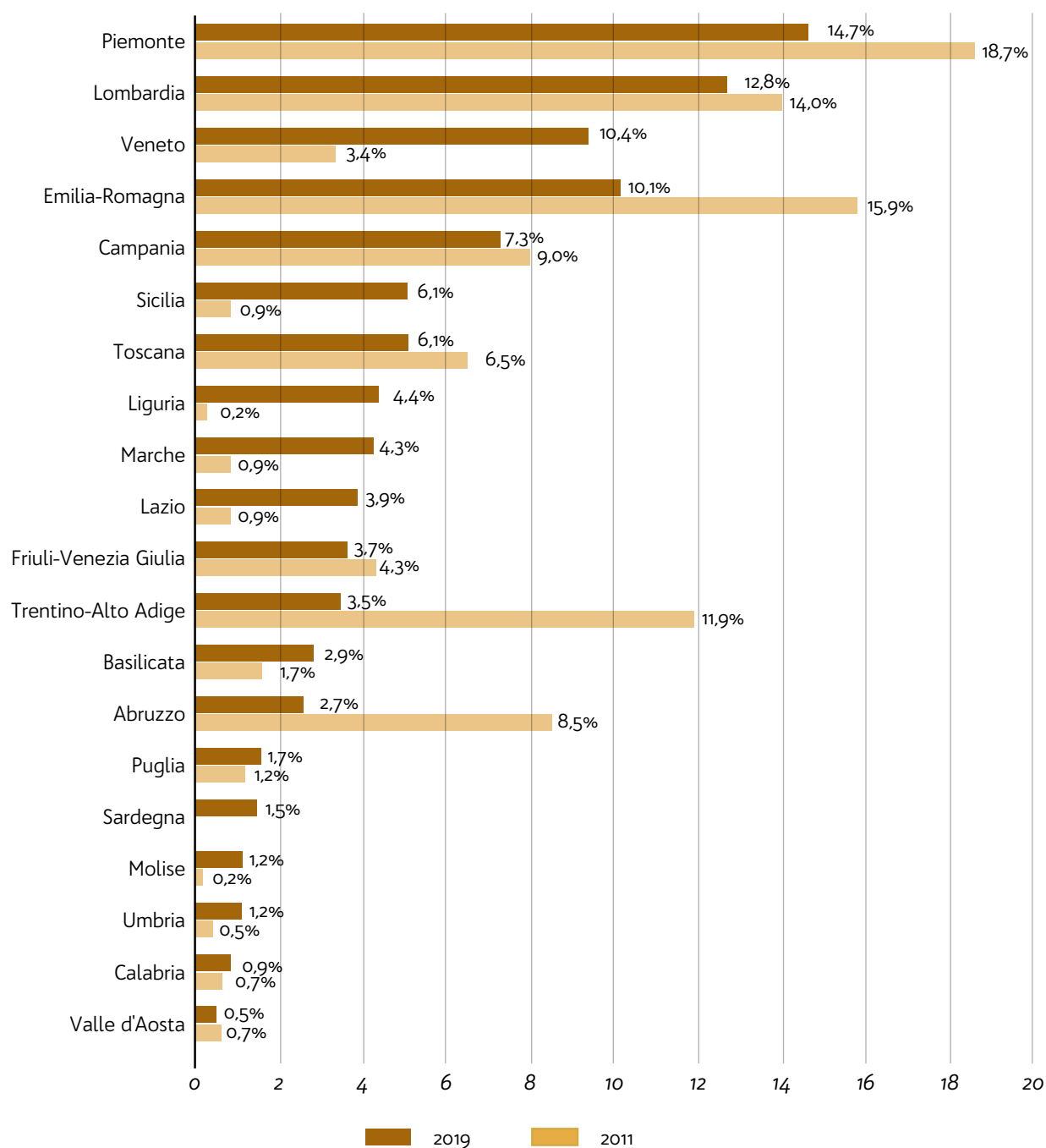
Agriturismi con attività di fattoria didattica – Distribuzione regionale

Area		Regione	2011	2018	2019	Var. % 2019/2018
NORD	Nord Ovest	Piemonte	210	256	252	-1,6%
		Valle D'Aosta	8	8	8	0,0%
		Lombardia	157	206	220	6,8%
		Liguria	2	82	75	-8,5%
	Nord Est	Trentino-Alto Adige	134	58	60	3,4%
		Veneto	38	157	178	13,4%
		Friuli-Venezia Giulia	48	64	63	-1,6%
		Emilia-Romagna	178	102	173	69,6%
CENTRO		Toscana	73	64	104	62,5%
		Umbria	6	21	21	0,0%
		Marche	10	69	74	7,2%
		Lazio	10	60	67	11,7%
MEZZOGIORNO	Sud	Abruzzo	95	49	47	-4,1%
		Molise	2	21	21	0,0%
		Campania	101	106	126	18,9%
		Puglia	13	29	29	0,0%
		Basilicata	19	51	50	-2,0%
		Calabria	8	13	16	23,1%
	Isole	Sicilia	10	93	105	12,9%
		Sardegna	-	7	26	271,4%
		TOTALE		1.122	1.516	1.715

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

FIG. 19

Agriturismi con attività di fattoria didattica – Incidenza delle regioni sul totale nazionale



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

TAB. 4

Incidenza agriturismi con fattoria didattica sugli agriturismi con "altre attività"

Area		Regione	2011		2019		Incidenza Fattorie didattiche 2011	Incidenza Fattorie didattiche 2019
			Altre attività	Fattorie didattiche	Altre attività	Fattorie didattiche		
NORD	Nord Ovest	Piemonte	865	210	1.009	252	24,3%	25,0%
		Valle D'Aosta	10	8	13	8	80,0%	61,5%
		Lombardia	656	157	841	220	23,9%	26,2%
		Liguria	1.306	2	253	75	0,2%	29,6%
	Nord Est	Trentino-Alto Adige	505	134	1.126	60	26,5%	5,3%
		Veneto	230	38	451	178	16,5%	39,5%
		Friuli-Venezia Giulia	190	48	300	63	25,3%	21,0%
		Emilia-Romagna	859	178	659	173	20,7%	26,3%
CENTRO		Toscana	2.708	73	2.458	104	2,7%	4,2%
		Umbria	1.056	6	1.145	21	0,6%	1,8%
		Marche	304	10	556	74	3,3%	13,3%
		Lazio	565	10	771	67	1,8%	8,7%
MEZZOGIORNO	Sud	Abruzzo	447	95	277	47	21,3%	17,0%
		Molise	53	2	80	21	3,8%	26,3%
		Campania	531	101	645	126	19,0%	19,5%
		Puglia	235	13	445	29	5,5%	6,5%
		Basilicata	91	19	128	50	20,9%	39,1%
		Calabria	484	8	449	16	1,7%	3,6%
	Isole	Sicilia	499	10	726	105	2,0%	14,5%
		Sardegna	191	-	238	26	-	10,9%
		TOTALE	11.785	1.122	12.570	1.715	9,5%	20,0%

Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati Istat

4.3.2 L'agricoltura sociale

Il quadro normativo

Nel corso del 2020 non ci sono state novità né a livello statale né regionale, rispetto allo scorso anno. Gli aspetti definitori del comparto sono stati affrontati dalla legge-quadro del 18 agosto 2015 n. 141, mentre il decreto ministeriale del 21 dicembre 2018 n. 12550 e pubblicato sulla G.U. n. 143 del 20 giugno 2019 definisce i requisiti minimi e le modalità relative all'esercizio delle attività di agricoltura sociale fornendo indicazioni alle Regioni per l'attuazione della legge-quadro. Pertanto per questi aspetti si rimanda alle precedenti edizioni del presente Rapporto (Ismea, 2017, 2018, 2019) 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.

La normativa regionale si presenta ancora disomogenea in attesa di un'armonizzazione con la legge-quadro statale. Il recente rapporto Coldiretti sull'agricoltura sociale offre una tabella comparativa tra la legge 141/2015 e le leggi regionali sull'agricoltura sociale, in particolare relativamente all'individuazione del requisito soggettivo, da cui emerge la forte eterogeneità presente³.

Per il dettaglio delle leggi regionali in materia di agricoltura sociale si rimanda al capitolo 5 (La normativa) del presente rapporto.

³ Primo rapporto Coldiretti sull'agricoltura sociale -2020.

Nel mese di maggio, nonostante l'emergenza Covid-19 in corso e pensando anche al ruolo che l'agricoltura sociale potrebbe svolgere nella strategia post-Covid, il Mipaaf ha attivato il tavolo di lavoro sull'agricoltura sociale su tre specifici ambiti: fisco e lavoro in agricoltura sociale; formazione, certificazione e inserimento lavorativo; armonizzazione delle leggi regionali.

Infine, nel corso del 2020 in molte regioni le fattorie sociali - con gli agriturismi e le fattorie didattiche - in quanto fortemente penalizzate dall'emergenza sanitaria e dalle conseguenti restrizioni alle attività economiche e agli spostamenti delle persone, sono state oggetto di sostegno finanziario, attraverso un'azione specifica attivata con fondi dei PSR (per i provvedimenti straordinari che hanno riguardato le attività connesse all'agricoltura cfr. cap. 5 La normativa).

Gli operatori di agricoltura sociale

Gli operatori di agricoltura sociale (imprese agricole, cooperative sociali) iscritti nei dieci elenchi regionali attualmente attivi sono 289, con un aumento di 60 unità rispetto al 2019, pari a +26,2% (Fig. 20). L'incremento del 2019 rispetto al 2018 era stato del 7,5%.

Dei dieci elenchi regionali attivi, otto sono stati aggiornati nel corso del 2020, uno al termine del 2019 (Abruzzo), uno non riporta la data di aggiornamento (Liguria). In sostanza, si registra un aggiornamento periodico costante degli elenchi attivati da parte delle amministrazioni regionali.

Le regioni con il maggior numero di operatori di agricoltura sociale sono Emilia-Romagna (62), Marche (57), Friuli-Venezia Giulia (39) (Fig. 21).

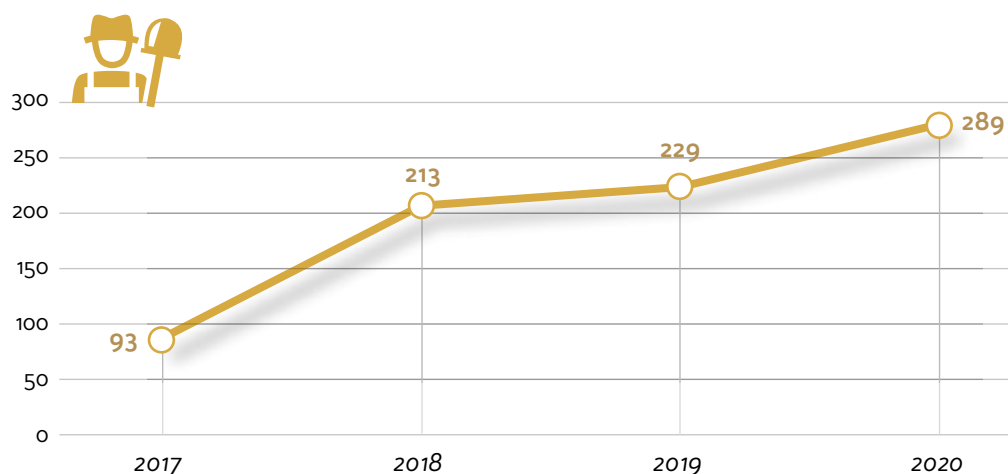
L'incremento complessivo di 60 operatori rispetto al 2019 deriva da Marche (20 operatori), Emilia-Romagna (19), Friuli-Venezia Giulia e Veneto (8 ciascuna), Calabria (4), Sardegna (2), Abruzzo (1), e dalla riduzione della consistenza in Campania (-2).

Tuttavia, finché non si avrà l'armonizzazione del quadro normativo regionale con la legge-quadro statale e non saranno compiutamente attuati i criteri di riconoscimento degli operatori di agricoltura sociale e i relativi elenchi, i dati attualmente disponibili sono incompleti e descrivono solo parzialmente la consistenza del comparto.

Alle indagini realizzate nel corso di questi anni sull'agricoltura sociale (si rimanda ai rapporti Ismea 2017, 2018, 2019 per i riferimenti) si aggiunge l'indagine contenuta nel citato Rapporto Coldiretti. I dati riportano un incremento significativo del numero di fattorie sociali in Italia, passato dalle circa 1.300 nel 2013 alle circa 4.500 con attività strutturate e continuative di agricoltura sociale nel 2020, pari a un aumento del +250%. A questo numero si somma un numero altrettanto importante di aziende agricole che praticano l'agricoltura sociale in forma ancora occasionale, ma che conferma il forte interesse e l'attenzione del sistema agricolo verso questo nuovo comparto.

FIG. 20

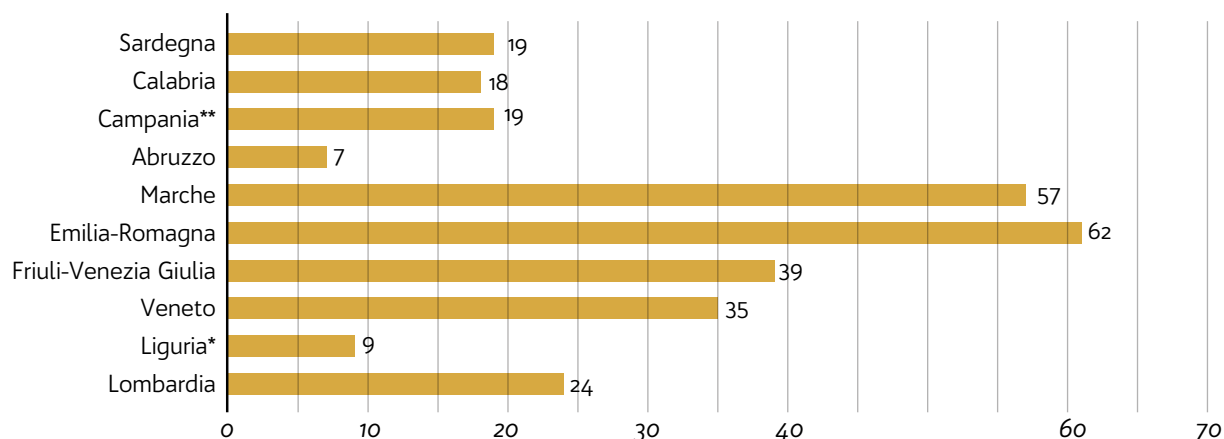
Numero operatori di agricoltura sociale iscritti negli elenchi regionali



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

FIG. 21

Distribuzione regionale del numero di operatori di agricoltura sociale iscritti negli elenchi regionali - Anno 2020



Fonte: elaborazioni Ismea-RRN su dati regionali

* Di cui 6 non sono attivi. ** Di cui 2 con revoca dell'iscrizione/autorizzazione.

4.4 LA VENDITA DIRETTA DEI PRODOTTI

L'emergenza sanitaria, e in particolare il periodo di *lockdown* nazionale dei mesi primaverili, ha innescato dei cambiamenti repentini nelle abitudini d'acquisto degli italiani e rafforzato la centralità del settore agroalimentare, che in questi mesi – nonostante le grandi difficoltà – ha garantito la continuità produttiva dell'intera filiera e la normalità negli approvvigionamenti.

Durante l'emergenza che ha caratterizzato il primo semestre del 2020, in un contesto che ha visto la contrazione del PIL (con tutte le componenti della domanda e tutti i settori produttivi in calo), l'unico dato con un marcato segno positivo è stato quello della **spesa delle famiglie per prodotti alimentari**, cresciuto del 9,2% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. È evidente come le restrizioni imposte in tutto il territorio nazionale per fronteggiare la diffusione del coronavirus, in particolare la chiusura quasi totale dei canali Ho.re.ca., la limitazione degli spostamenti e lo *smart working*, abbiano determinato un forte aumento del consumo dei pasti in casa e uno stravolgimento delle abitudini di acquisto. L'emergenza Covid-19 ha, conseguentemente, indotto il rafforzamento ulteriore della quota detenuta dalla GDO tra i canali distributivi (in particolare supermercati e discount, +11,6% rispetto al 2019) e l'aumento sorprendente del ricorso ai negozi tradizionali di vicinato (+30,7%) (Ismea, 2020).

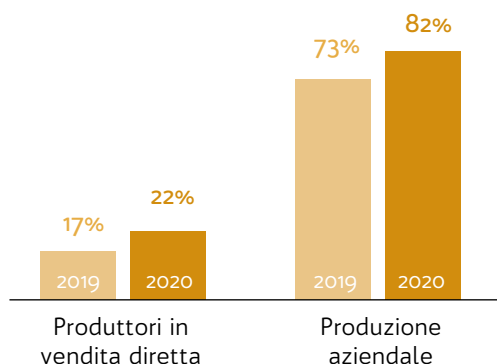
Per contro il quasi azzeramento dell'Ho.re.ca. e la mancanza dei turisti stranieri, la sospensione temporanea dei mercati (*farmer's market*, mercati rionali, *street food*, ...) hanno determinato conseguenze e ricadute negative anche sulle imprese agricole.

Nello sviluppo della multifunzionalità in Italia, favorito dalle novità introdotte con il Decreto Legislativo n. 228 del 2001 (la cosiddetta Legge di Orientamento e modernizzazione del settore agricolo), i percorsi aziendali riconducibili alla **filiera corta** negli anni sono stati al centro di importanti innovazioni e sforzi organizzativi da parte delle imprese agricole, portando a un'affermazione del fenomeno della **vendita diretta** dei prodotti agroalimentari e consentendone una migliore valorizzazione in termini di equità delle retribuzioni per il sistema agricolo con grandi livelli di gradimento da parte dei consumatori: nel 2019 il 17% dei produttori agricoli ha fatto ricorso a qualche forma di vendita diretta, destinandovi mediamente il 73% della produzione aziendale (Ismea, 2020); le imprese agricole sono, inoltre, ormai inserite in maniera strutturata e consolidata nei mercati contadini.

Il numero di produttori che praticano vendita diretta nel primo semestre 2020 è cresciuto fino a quasi il 22% (+5% rispetto allo stesso periodo del 2019); i produttori vi destinano mediamente l'82% della produzione aziendale (+9%) (Ismea, 2020) (Fig. 22).

FIG. 22

Produttori in vendita diretta e quota della produzione aziendale in vendita diretta



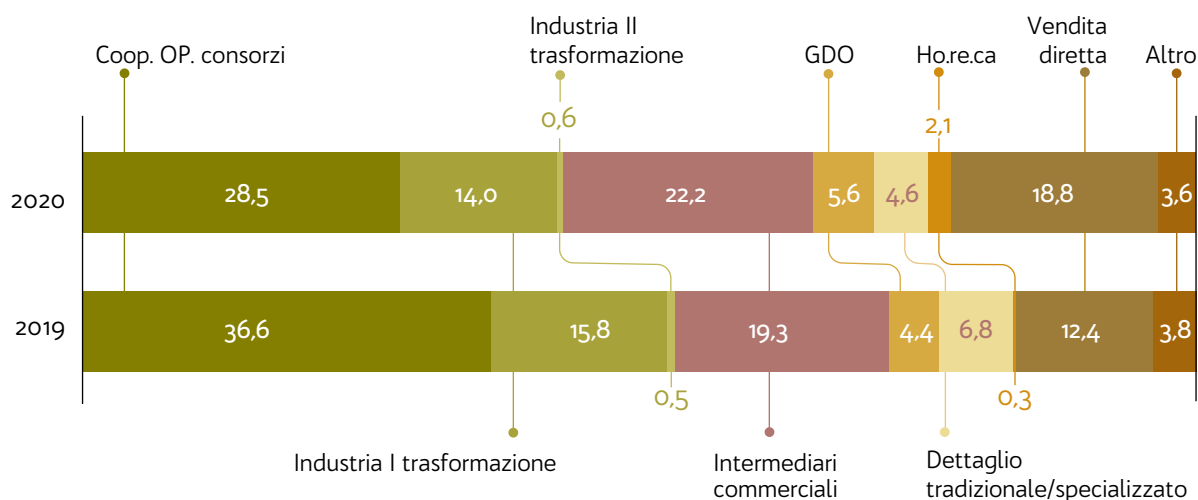
Fonte: elaborazioni su dati Ismea

Complessivamente la quota di produzione mediamente distribuita tramite il canale della vendita diretta nel primo semestre 2020 è stata pari a quasi il 19% (+6,4%). La vendita diretta diventa così il terzo canale distributivo utilizzato dagli agricoltori, dopo il conferimento a cooperative, consorzi e organizzazioni di produttori e la vendita a grossisti e intermediari commerciali (Ismea, 2020) (Fig. 23).

È, quindi, importante sottolineare che a lato degli effetti negativi della pandemia in atto, proprio nella vendita diretta il settore agricolo ha dimostrato in questi mesi ulteriore capacità di riorganizzazione e di cogliere alcune nuove opportunità. Molte imprese hanno reagito al difficile contesto innescato dal *lockdown* cercando di raggiungere in autonomia il consumatore finale, per superare le difficoltà logistiche e organizzative dei canali consueti.

FIG. 23

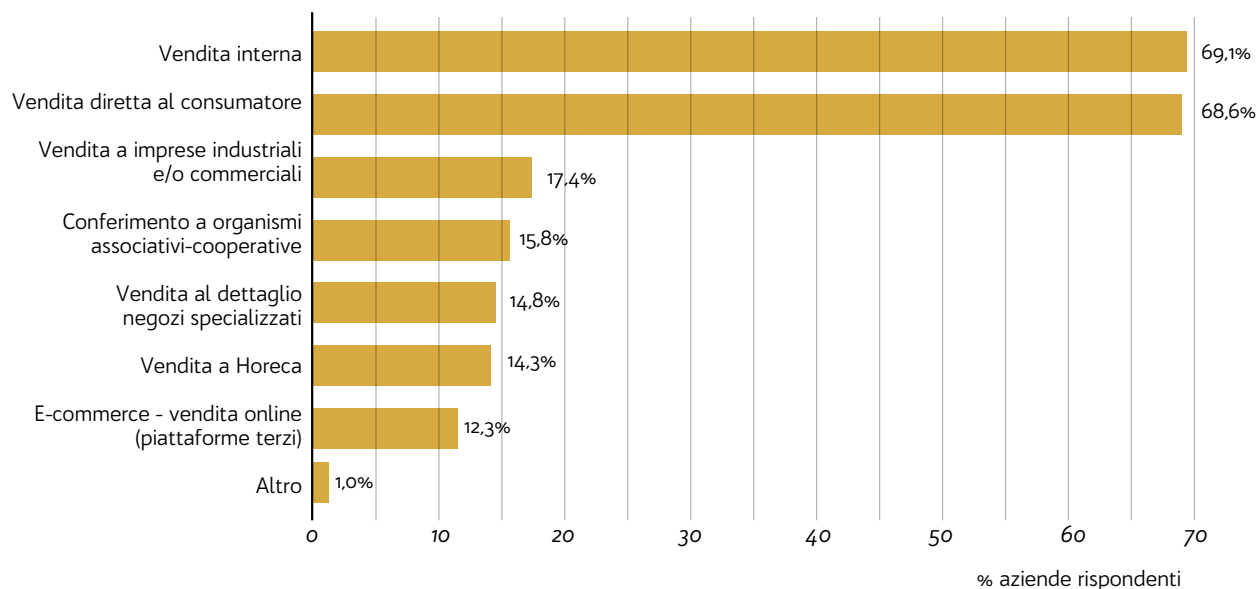
Volumi di produzione mediamente indirizzati a ciascun canale distributivo



Fonte: elaborazioni su dati Ismea

FIG. 24

Canali di vendita dei prodotti utilizzati dalle imprese agrituristiche



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel “Stagione agrituristiche 2020 – Impatto Covid-19”

Dall'indagine Ismea – RRN “Stagione agrituristiche 2020 – Impatto Covid-19” emerge, inoltre, che le imprese agrituristiche utilizzano ancor di più delle altre imprese agricole il canale della vendita diretta, privilegiando nettamente rispetto agli altri canali di sbocco dei prodotti (Fig. 24).

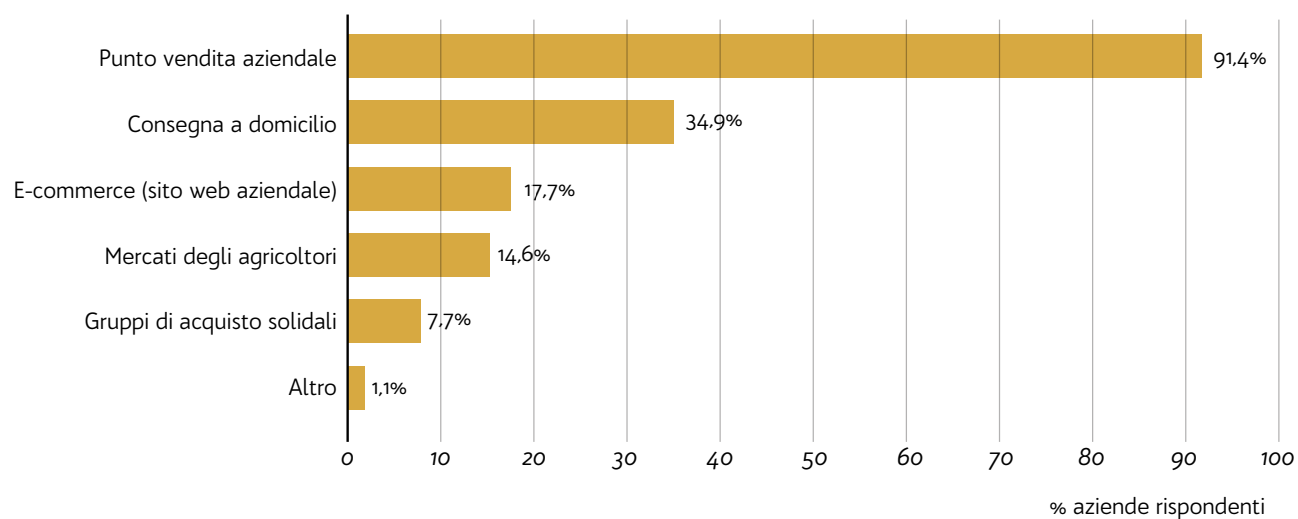
Fra i diversi canali della vendita diretta quello numericamente più importante è rappresentato dalla vendita in azienda (praticata da oltre nove imprese agrituristiche su dieci); spiccano, inoltre, la consegna a domicilio dei prodotti (utilizzata da quasi il 35% delle imprese) e la vendita online tramite il proprio sito web aziendale (17,7%) (Fig. 25). Questi ultimi canali, evidentemente, nel 2020 sono stati potenziati e in alcuni casi attivati ex-novo dalle imprese che, in tal senso, hanno orientato anche la comunicazione aziendale e implementato il sistema di organizzazione interno, tramite revisione dei processi produttivi e distributivi. Numerose aziende hanno puntato sulla consegna a domicilio di prodotti freschi, trasformati e - ove consentito dalle norme regionali - di piatti pronti, spingendosi, in alcuni casi, fino all'organizzazione del servizio di prodotti da asporto (cfr. risultati presentati in 4.2 Percorsi di resilienza delle imprese).

Dal lato della domanda, parallelamente, vi è stata un'impennata delle ricerche online collegate ai servizi

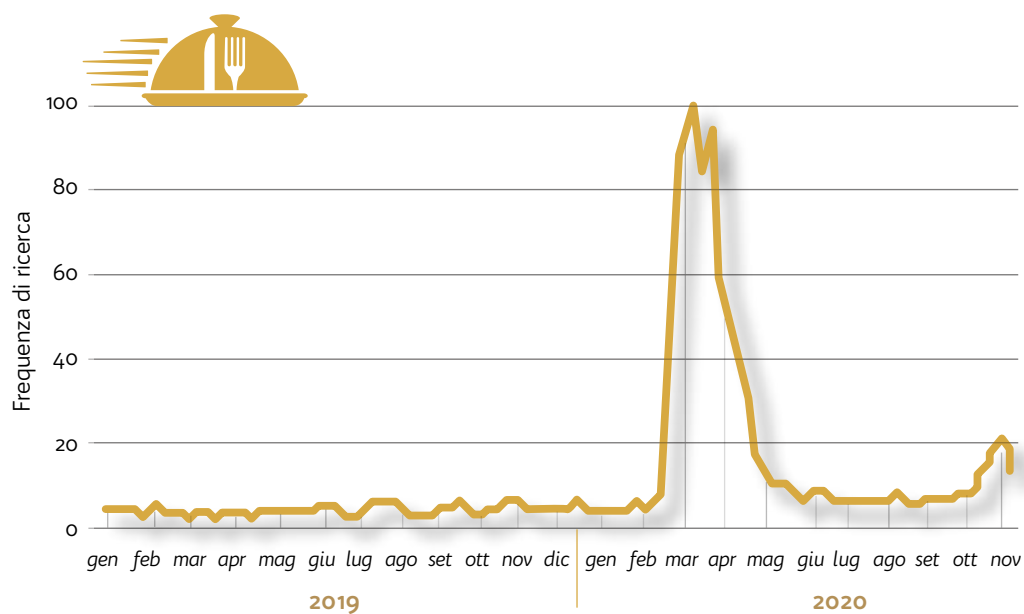
di consegna a domicilio (Fig. 26), concentrate ovviamente nei mesi del lockdown (marzo e aprile).

Gli argomenti **più cercati** correlati alla query “Consegna a domicilio” sono stati quelli relativi ad alcune categorie merceologiche (pizza, fiori, acqua, sushi, farmaci, gelato, prodotti di macelleria), con una netta predominanza di prodotti alimentari. Insieme a questi fra le ricerche correlate più frequenti si trovano le catene della GDO (Esselunga, Conad, Coop Italia, Carrefour, Eurospin), la catena McDonald's e le società di delivery (Just Eat, Glovo, Deliveroo) (Fig. 27).

Gli argomenti correlati alla query “Consegna a domicilio” che nel periodo di riferimento (ultimi due anni) hanno registrato gli **aumenti maggiori** sono stati: i prodotti di macelleria, i prodotti legati alle festività pasquali (uova e colombe), piante e fiori, gelato, farmaci. Insieme a queste categorie di prodotti si sono registrate le impennate di alcune catene della GDO (Crai, Despar, Famila, NaturaSì, Supermercati Decò, Todis, Unes), della piattaforma di delivery Uber Eats e quella di Campagna Amica, rete Coldiretti di punti in vendita diretta (mercati e aziende agricole) che a partire dal mese di marzo ha attivato un servizio di consegna a domicilio di prodotti agricoli freschi e trasformati.

FIG. 25**Canali di vendita diretta utilizzati dalle imprese agrituristiche**

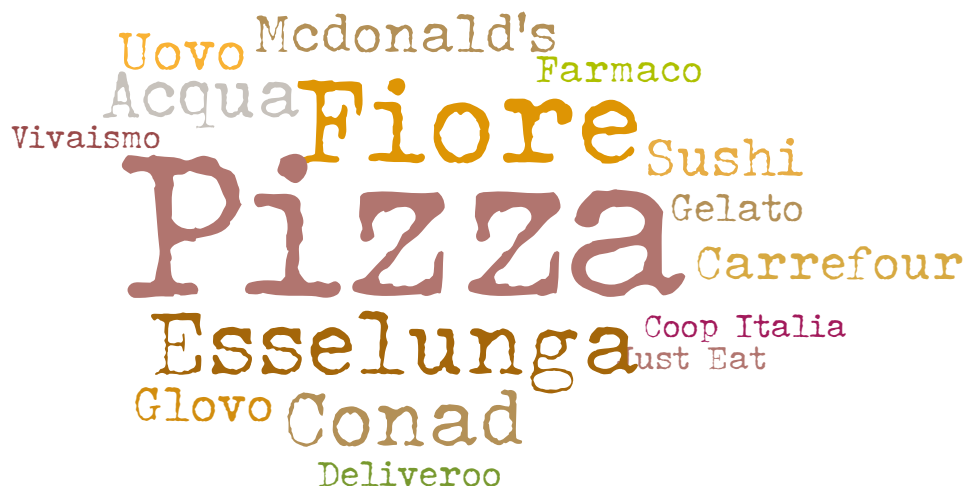
Fonte: elaborazioni Ismea – RRN panel “Stagione agrituristiche 2020 – Impatto Covid-19”

FIG. 26**Query “Consegna a domicilio”**

Fonte: elaborazioni Ismea – RRN, rilevazioni online al 28 novembre 2020 (Google trends)

FIG. 27

Argomenti correlati alla query "Consegna a domicilio" più ricercati nel web



Fonte: elaborazioni Ismea – RRN, rilevazioni online al 28 novembre 2020 (Google trends)

È interessante segnalare, a conferma dell'accelerazione della vendita diretta in questi mesi, come tra gli argomenti correlati alla query "Vendita diretta", in forte aumento negli ultimi dodici mesi, ci siano quelli associati alla "Segnalazione certificata di inizio attività", strumento che qualsiasi imprenditore è tenuto a presentare alla pubblica amministrazione competente prima dell'avvio di una nuova attività.

Riferimenti bibliografici e fonti informative

Le fattorie didattiche e l'agricoltura sociale

- Istat (2020), Le aziende agrituristiche in Italia. Anno 2019
- 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
- Banca dati normativa statale in materia di agriturismo e multifunzionalità
www.reterurale.it/agriturismo/normativa
- Coldiretti (2020), La vera agricoltura sociale fa bene all'Italia. 1° Rapporto Coldiretti sull'agricoltura sociale

La vendita diretta dei prodotti

- Ismea (2020), Agrimercati. La congiuntura agroalimentare del II trimestre, le anticipazioni e le prospettive.

5.

LA NORMATIVA

In questo capitolo si presentano le principali novità legislative, intervenute nell'ultimo anno (aggiornamento al 31 ottobre 2020), in materia di attività di servizio rivolte al pubblico (agriturismo, fattorie didattiche, agricoltura sociale) riconducibili alla multifunzionalità agricola, attraverso una ricognizione delle leggi statali e regionali in materia.

Il quadro delle norme statali include i riferimenti ai DPCM anti-Covid e in particolare ai principali aspetti che riguardano le aziende agrituristiche (attività turistico-ricettive). Il quadro normativo regionale raccoglie le principali evidenze e novità intervenute nelle discipline regionali e comprende, tra l'altro, i prospetti aggiornati relativi ai limiti di ricettività e alle percentuali di impiego nella ristorazione dei prodotti propri e del territorio.

112

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

3

Le Regioni che negli ultimi 12 mesi hanno aggiornato la normativa sull'agriturismo alle quali si aggiunge la P.A. di Trento.

17

Le Regioni che hanno attivato la misura 21 "Sostegno temporaneo eccezionale a favore di agricoltori e PMI particolarmente colpiti dalla crisi di COVID-19".

2006

Anno della Legge Quadro n.96 - Disciplina dell'agriturismo.



5.

LA NORMATIVA

5.1 IL QUADRO NAZIONALE

Il quadro normativo statale non presenta, in termini di leggi di definizione e disciplina dei settori della multifunzionalità agricola, novità sostanziali, essendo ormai vigenti i provvedimenti-quadro su trasformazione e vendita diretta dei prodotti propri, compresi mercati degli agricoltori, agriturismo, enoturismo, pescaturismo, itturismo, fattorie didattiche, agricoltura sociale.

I prospetti della normativa statale, generale e settoriale, in materia di multifunzionalità e i testi sono disponibili sul sito della Rete Rurale Nazionale, consultabile dalla pagina web www.reterurale.it/agriturismo/normativa.

Bisogna inoltre tenere presenti i **provvedimenti straordinari** emanati dal Governo statale per contrastare l'**emergenza pandemica Covid-19**, emersa dall'inizio di marzo 2020, che hanno riguardato, direttamente o indirettamente, anche le attività connesse all'agricoltura.

Si tratta di una molteplicità di norme, come detto straordinarie (vigenza temporanea in funzione dell'andamento della crisi epidemiologica), riguardanti sostanzialmente due macro-temi:

- linee-guida settoriali (general, attività turistico-ricettive, attività di ristorazione, attività ludico-ricreative, didattiche, centri estivi, ecc.) di prevenzione dal contagio;
- sostegno al reddito delle imprese, mediante contributi a fondo perduto e agevolazioni varie (di natura previdenziale, fiscale, ecc.).

La forma di questi provvedimenti è stata, nei casi più urgenti, il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri (DPCM), altrimenti il Decreto-Legge successivamente convertito in legge dal Parlamento.

Per quanto riguarda le linee-guida di prevenzione dal contagio, le disposizioni si riferiscono soprattutto a:

- distanziamento sociale (regole per pubblico-cliente e addetti aziendali finalizzate a governare "il movimento" negli spazi aziendali per evitare "assembramenti");
- uso delle mascherine protettive (obbligatorio, anche previa fornitura da parte dell'azienda, soprattutto "al chiuso");
- frequenza di sanificazione degli spazi interni e degli "oggetti" ivi contenuti e movimentati, per eliminare l'eventuale presenza del virus per deposito sulle superfici;
- puntuale informazione, per il pubblico-cliente e gli addetti, sui presupposti (e conseguenti comportamenti raccomandati) delle strategie aziendali di prevenzione.

Per quanto riguarda il sostegno al reddito delle imprese, i provvedimenti più rilevanti hanno riguardato:

- contributi a fondo perduto riconosciuti alle imprese in funzione della riduzione di fatturato rilevata confrontando il giro d'affari 2019 col giro d'affari 2020 (fin qui riferito al mese di aprile);
- contributo al ristoro delle spese sostenute dalle imprese per l'attuazione delle linee-guida di prevenzione igienico-sanitaria (fornitura di mascherine, sanificazione dei locali ecc.);

- erogazione della cassa integrazione guadagni nei casi di riduzione del personale conseguenti all'interruzione dell'attività (periodi di lockdown) o al suo ridimensionamento per riduzione della clientela;
- rinvio o cancellazione di obblighi finanziari e fiscali (es. rate di mutui, versamento di imposte);
- contributi sul dovuto versamento di rate di affitto degli immobili aziendali o dell'azienda nel suo complesso;
- sostegno al turismo attraverso l'introduzione del bonus vacanze per le persone e le famiglie con determinati requisiti reddituali.

Questi aiuti governativi sono stati inoltre supportati, in alcuni casi, da sostegni regionali al reddito delle imprese agricole, nell'ambito dei Programmi di Sviluppo Regionale 2021-2027 (PSR) sostenuti dai finanziamenti dell'Unione Europea alla Politica Agricola Comunitaria.

5.2 AGGIORNAMENTI LEGISLATIVI REGIONALI

Decisamente più dinamico, rispetto al quadro Statale, si presenta nell'ultimo anno il quadro normativo regionale della multifunzionalità agricola. Quattro Regioni hanno aggiunto o modificato le proprie leggi sull'agriturismo (e il simile enoturismo) e altre hanno ritoccato i limiti di ricettività e impiego di prodotti propri nella ristorazione tramite variazioni ai regolamenti applicativi delle leggi previgenti.

Toscana (L.R. 11 dicembre 2019, n. 76) e **Abruzzo** (L.R. 12 agosto 2020, n. 28) sono state le prime Regioni a recepire con legge il Decreto del Ministro delle politiche agricole in materia di linee-guida per l'esercizio dell'attività di enoturismo¹.

La **Provincia Autonoma di Trento** (modifiche alla L.P. 30 ottobre 2019, n. 10 introdotte dalle LL.PP. 23 dicembre 2019, n. 12 - art. 18, 13 maggio 2020, n. 3 - art. 46, 6 agosto 2020, n. 6 - art. 46) e la **Regione Sardegna** (L.R. 10 giugno 2020, n. 15) hanno aggiornato le precedenti leggi di regolazione delle attività agrituristiche.

Per effetto delle recenti citate modiche legislative, e dei cambiamenti apportati ai Regolamenti regionali applicativi delle leggi, sono anche variate alcune regole relative ai limiti di ricettività e ai limiti minimi sull'impiego di prodotti propri e di prodotti provenienti dal territorio di competenza nella somministra-

zione di pasti e prime colazioni nell'ambito dell'attività agrituristica.

Non ci sono, invece, recenti novità nelle leggi regionali in materia di agricoltura sociale e fattorie didattiche.

Nel complesso, tutte le Regioni si sono fin qui dotate di una normativa che definisce e regola le attività agrituristiche e le fattorie didattiche; solo due Regioni (Toscana e Abruzzo) hanno emanato leggi sull'attività di enoturismo (altre hanno comunque deliberato, per l'esercizio di tale attività, linee guida); in tutte le Regioni ci sono riferimenti legislativi all'agricoltura sociale, ma si tratta di norme eterogenee e ancora in parte generiche.

Inoltre, anche nella legislazione regionale, ci sono **norme finalizzate al contenimento della pandemia Covid-19**, che in gran parte recepiscono i provvedimenti assunti dal Governo Statale, e in alcuni casi prevedono sostegni economici destinati alle imprese agricole nel quadro del finanziamento dei Programmi di Sviluppo Rurale (PSR). In particolare si fa riferimento alla Misura 21 "Sostegno temporaneo eccezionale a favore di agricoltori e PMI particolarmente colpiti dalla crisi di COVID-19", messa in campo al fine di compensare le perdite subite attraverso un sostegno diretto a garantire liquidità e a favorire la prosecuzione dell'attività economica, impegnando fino a un massimo del 2% della quota FEASR in ciascun PSR (Regolamenti UE n. 1305/2013, n. 872/2020, n. 1009/2020). Sono ben 17 le Regioni italiane che hanno deciso di attivare tale Misura 21 (solo Lazio, Molise e le Province autonome di Trento e Bolzano hanno rinunciato). La dotazione complessiva è di 167,2 milioni di euro e i fondi messi a disposizione, variano da un minimo di 310.000 euro per la Valle d'Aosta ad un massimo di 23.000.000 per il Veneto. Molte Adg regionali, oltre all'agriturismo, hanno optato per l'allargamento della platea dei potenziali beneficiari ad altri settori tra i quali florovivaismo, allevamento e lattiero caseario. Solo il Piemonte ha escluso gli agriturismi avendo già provveduto ad indennizzarli con un contributo regionale a fondo perduto².

Di seguito, si riportano i **prospetti delle leggi regionali** in materia di **agriturismo** (Prospetto 1), dei relativi limiti di ricettività (Prospetto 2), delle percentuali di impiego nella ristorazione dei prodotti propri e dei prodotti del territorio (Prospetto 3) e delle leggi regionali in materia di **agricoltura sociale e fattorie didattiche** (Prospetto 4). Tutti i prospetti sono aggiornati al 31 ottobre 2020.

¹ (DM 12 marzo 2019 n. 2779 - Linee guida e indirizzi in merito ai requisiti e agli standard minimi di qualità per l'esercizio dell'attività enoturistica.)

² Pianeta PSR n° 95 - ottobre 2020 - <http://www.pianetapsr.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/2441>

TAB. 1

Prospetto riepilogativo delle leggi regionali in materia di agriturismo

Regione	Estremi della legge	Titolo della legge	Modifiche
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
Piemonte	L.R. 22 gennaio 2019, n. 1	Riordino delle norme in materia di agricoltura e di sviluppo rurale	Titolo III - Multifunzionalità
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)
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
P.A. di Trento	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)
P.A. di Bolzano	L.P. 19 settembre 2008, n. 7	Disciplina dell'agriturismo	
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
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
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
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
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
Umbria	L.R. 9 aprile 2015, n. 12	Testo unico in materia di agricoltura - Titolo VIII Agriturismo, fattorie didattiche, agricoltura sociale e fattorie sociali	

Regione	Estremi della legge	Titolo della legge	Modifiche
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)
Abruzzo	L.R. 31 luglio 2012, n. 38	Disciplina delle attività agrituristiche in Abruzzo	
Abruzzo	L.R. 12 agosto 2020, n. 28	Disciplina delle attività enoturistiche in Abruzzo	
Molise	L.R. 22 marzo 2010, n. 9 e successive modifiche	Disciplina delle attività agrituristiche	L.R. 9 aprile 2010, n. 12
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
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
Basilicata	L.R. 25 febbraio 2005, n. 17	Agriturismo e turismo rurale	
Calabria	L.R. 30 aprile 2009, n. 14	Nuova disciplina per l'esercizio dell'attività agriturstica, didattica e sociale nelle aziende agricole	L.R. 5 luglio 2016, n. 22
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
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

TAB. 2

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 a 10 piazzole per 30 ospiti, su disposizione comunale) - Ristorazione: limite ricettività non previsto*
Liguria	- Alloggio: 30 posti letto (38 posti letto nelle zone di prevalente interesse agriturstico) - Agricampeggio: 12 piazzole (14 piazzole nelle zone di prevalente interesse agriturstico) - Alloggio + agricampeggio: 50 ospiti (58 ospiti nelle zone di prevalente interesse agriturstico) - 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 ricettività 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 ricettività 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	• Limiti ricettività non previsti* • Agricampeggio: 6 ospiti per ettaro di superficie aziendale, 35 piazzole e 90 ospiti
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 agriturismo 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 • 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 ricettività 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

(*) 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 qualche caso, del valore della produzione) nonché sulla provenienza dei prodotti utilizzati nella ristorazione.

TAB. 3

Prospetto riepilogativo dei limiti di provenienza dei prodotti da utilizzare per la ristorazione agrituristica (% minime/massime)

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 extraregionali (% 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%

TAB. 4

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. 4 dicembre 2006, n. 29	Nuova disciplina dell'agriturismo (..)	Norma sulle fattorie didattiche nell'ambito dell'esercizio dell'attività agrituristica (art. 2-3-8-25)
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)
Liguria	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)
Lombardia	L.R. 12 dicembre 2017, n. 35 e successive modifiche	Disposizioni in materia di agricoltura sociale	Norma specifica sull'agricoltura sociale
Lombardia	L.R. 4 dicembre 2018, n. 17 (art. 14)	Legge di revisione normativa e di semplificazione 2018	Norma specifica sull'agricoltura sociale
Lombardia	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)
P.A. di Trento	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)
P.A. di Bolzano	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)
Friuli-Venezia Giulia	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
Friuli-Venezia Giulia	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)
Veneto	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)

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 agriturstica (Titolo II bis)
Toscana	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 agriturstica (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 (citata nell'ambito delle attività agrituristiche, artt. 2-3-11-24)
Lazio	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)
Lazio	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
Abruzzo	L.R. 18 dicembre 2013, n. 48	Disciplina delle fattorie didattiche, agrinido, agriasilò e agritata	Norma specifica su fattorie didattiche, agrinido, agriasilò 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 agriturstica (art. 2)
Molise	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
Puglia	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 agriturstica
Basilicata	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 agriturstica, 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 agriturstica (art. 2)
Sicilia	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)

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
- governo.it/it/provvedimenti
- ec.europa.eu
- Pianeta PSR n° 95 ottobre 2020 - Emergenza Covid, la corsa per la nuova misura PSR che porta in dote oltre 167 mln di euro





AGRITURISMO E MULTIFUNZIONALITÀ

SCENARIO E PROSPETTIVE RAPPORTO 2020

www.reterurale.it - www.ismea.it

Documento realizzato dall'ISMEA nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale
Piano 2019/20 - Scheda Progetto Ismea 13.1 Agriturismo e multifunzionalità

ISBN 9788896095300