



AGRI@TOUR

salone nazionale dell'agriturismo e dell'offerta territoriale

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MACERATA
CATTEDRA DI TEORIE E POLITICA DEL TURISMO

RICERCA:

**GLI ITALIANI
E LE VACANZE
IN AGRITURISMO**

A CURA DI CARLO CAMBI

IN COLLABORAZIONE CON ISNART

Arezzo, 17 novembre 2006

Lo scenario generale

Non v'è dubbio che nell' appena trascorsa stagione estiva il turismo italiano abbia dato dei seppur timidi segnali di risveglio. In particolare si sono riaffacciati con una certa consistenza i turisti provenienti dall'area germanica - a dimostrazione che le congiunture interne ai singoli paesi generano rilevanti modificazioni di flussi - è ripreso sia pure con una certa timidezza il flusso del turismo statunitense e si sono avute discrete performance dall'area del Nordeuropa. Tuttavia siamo ben lungi da una consistente e non revocabile ripresa dell'appeal turistico dell'Italia. Anzi il settore continua a mantenere una fragilità strutturale - e anche programmatica - che recenti annunciati provvedimenti di tipo fiscale e normativo potrebbero accentuare. Un dato sicuramente positivo viene invece dal mercato domestico. Si è avuto quest'anno un consistente incremento di presenze italiane in Italia (si stima in via previsionale, dacché i consuntivi 2006 saranno disponibili con ragionevole certezza non prima del prossimo mese di gennaio, un incremento del 7% anno su anno) con un flusso complessivo di vacanzieri poco al di sotto della metà della popolazione residente (circa 26 milioni di persone hanno fatto vacanze nel corso del 2006). Questo scenario meramente statistico tuttavia non dice dei radicali mutamenti intervenuti nei comportamenti dei turisti. E' infatti in questo ambito che si sono avuti i maggiori cambiamenti di scenario che pongono ad un settore come quello agriturismo che qui prendiamo specificamente in esame interrogativi assai consistenti. Avremo modo nelle conclusioni di questo studio di indicare quelli che a nostro giudizio sono gli interventi necessari per adeguare l'offerta agrituristica al mutato scenario, ma anche quelle che appaiono oggi delle opportunità non sfruttate per questo particolare segmento di attività.

Per definire la platea dei potenziali agri-turisti occorre tuttavia gettare uno sguardo sulla composizione del panel complessivo di turisti che interessano il nostro Paese. Prima di tutto occorre fare un'avvertenza: l'Italia continua ad essere il Paese che nelle intenzioni dei viaggio dei "vacanzieri" esteri esercita il maggiore potere evocativo. Da recenti indagini condotte da Isnat, che ci affianca in questa ricerca, si è mantenuto costante dal 2002 ad oggi il gradimento dell'Italia come meta di vacanze con un tasso di desiderabilità che possiamo attestare attorno al 92%. Cosa significa? Che più di 9 potenziali turisti su 10 desiderano fare vacanze in Italia. Lo scenario cambia radicalmente, e purtroppo in negativo, quando andiamo a "contare" i turisti esteri che effettivamente arrivano nel nostro Paese. La scorsa estate (anno 2006) la quota di turismo estero sul totale è stata del 27,8 per cento. Cinque sono le regioni preferite dal turismo internazionale (tra parentesi il peso del turismo estero sul totale) e cioè: Friuli Venezia Giulia (46,5), Trentino (45,4), Veneto (45,3), Sicilia (42), Toscana (40,9). Ma significativo, e soprattutto ai fini dell'agri-turismo, è l'incremento di presenze estere che hanno avuto il Piemonte (+ 12,1%) e la Valle d'Aosta (+ 27,5%). Vedremo successivamente l'interpretazione di questi dati.

Sempre per avere un'idea dello scenario generale sottolineiamo qui che quest'estate si è avuto un andamento più discontinuo negli arrivi con una buona tenuta nei mesi di maggio e giugno e un ridimensionamento degli arrivi in luglio e agosto soprattutto per quanto riguarda il mercato estero. E' proseguita anche quest'anno la contrazione dei periodi di permanenza media dei turisti. Per quanto riguarda i singoli prodotti si può affermare che il mare e la montagna sono ancora i "prodotti" di punta mentre il turismo straniero si è concentrato soprattutto nelle città d'arte e sui laghi. In flessione il comparto termale, stabile il cosiddetto turismo verde. Riportiamo in tabella la provenienza dei turisti per macroaree di prodotti

La provenienza dei turisti

Prodotto	% Italiani	% Stranieri
Città	52,7	47,3
Montagna	82,7	17,3
Terme	94,3	5,7
Lago	41,3	58,7
Mare	78,5	21,5
Campagna	62,4	37,6

Per quanto riguarda l'andamento dei mercati stranieri ci sono delle positive novità soprattutto per quanto riguarda i turisti provenienti dall'Europa dell'Est.

Gli atteggiamenti dei turisti

E' qui che si stanno registrando i più significativi cambiamenti. Cala la fidelizzazione, è in incremento il last minute con una sensibile diminuzione delle prenotazioni a lungo (meno 9 per cento su luglio, meno 14 per cento su agosto), si accorciano i periodi di vacanza che tendono tuttavia a replicarsi nei week-end lunghi, si fa sempre più consistente il peso di internet come strumento di promocommercializzazione, si accresce il peso dell'intermediazione. Ma vi sono anche radicali mutamenti nelle scelte motivazionali di vacanza. E' in netta flessione il termale, si incrementa di oltre due punti il turismo enogastronomico, il turismo sportivo è pure in incremento, tengono maree montagna, le città d'arte sono sempre più appannaggio dei turisti stranieri. In questo mutato scenario per l'offerta agrituristica vi sono sia dei rischi che delle opportunità. I rischi sono connessi con la difficoltà di fare sistema e dunque di entrare nei circuiti dell'intermediazione, di non reggere l'urto dell'offerta last minute, le opportunità sono date dal crescere dei turismi motivazionali affini all'agriturismo. Vedremo nella successiva analisi Swot come l'agriturismo tende a muoversi è certo però che di fronte al mutare delle caratteristiche della domanda tutti gli operatori turistici stanno adeguando la loro offerta. Nei successivi focus dedicati al turismo verde e all'offerta agrituristica vedremo le peculiarità di questi segmenti, giova però qui mettere in evidenza tre dati.

All'incremento delle richieste last minute gli operatori hanno risposto incrementando le loro offerte promozionali. Le strutture che hanno lanciato offerte promozionali sono state quest'estate il 32,7 per cento con un incremento di 6,5 punti rispetto allo scorso anno. Significativo che il 75 di queste strutture si è affidato a sconti mentre un quarto (il 25%) si è affidato all'aggiunta di servizi alla mera ospitalità. E questo è una delle leve competitive che l'agriturismo ha maggiormente sfruttato. Segue poi il ricorso all'intermediazione che è si è molto

