

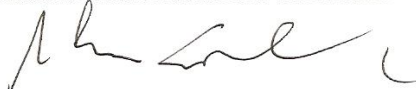
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELLA TUSCIA DI VITERBO

CORSO DI DOTTORATO DI RICERCA
ECONOMIA E TERRITORIO, XXIII CICLO

**La diversificazione dell'offerta agrituristica e la sua
articolazione territoriale**

AGR/01

Coordinatore: Prof. Alessandro Sorrentino

Firma 

Tutor: Prof.ssa Anna Carbone

Firma 

Co-Tutor: Dott. Roberto Henke

Firma 

Dottoranda: Maria Grazia Coronas

Firma 

Anno Accademico 2010-2011

Ringraziamenti

Per il presente lavoro desidero ringraziare, allo stesso modo, la professoressa Anna Carbone, il dottor Roberto Henke e il professor Alessandro Sorrentino per avermi seguita con costanza e competenza in tutto il lavoro spingendomi al miglioramento continuo.

A livello personale desidero ringraziare i miei genitori, Efsio ed Antonietta, per avermi sostenuto in questi tre anni e spinto ad andare avanti ed a non mollare mai. Inoltre, ringrazio il mio fidanzato, Eugenio Petrillo, che mi ha incentivato a raggiungere questo importante traguardo della mia vita.

Parte prima - Il settore agriturismo: inquadramento generale	“ 9
1. L’agriturismo tra multifunzionalità e diversificazione	“ 9
1.1 Definizioni di multifunzionalità a confronto	“ 9
1.2 Strategie di diversificazione	“ 12
1.3 Multifunzionalità e agriturismo nella Politica Agricola Comunitaria	“ 14
1.3.1 L’agriturismo nell’ultima proposta di riforma della PAC	“ 16
1.3.2 La politica di sviluppo rurale e le misure dei PSR	“ 17
2. Un quadro sul settore agriturismo	“ 20
2.1 Agriturismo e turismo rurale	“ 20
2.2 Letteratura recente sul settore	“ 21
2.2.1 Le analisi a livello nazionale	“ 21
2.2.2 Le analisi a livello regionale e provinciale	“ 25
2.3 L’agriturismo in Italia	“ 39
2.3.1 L’offerta agrituristica in cifre	“ 40
2.3.2 La domanda agrituristica	“ 42
2.3.3 La normativa nazionale sul settore	“ 45
2.3.3.1 La Legge Quadro del 1985	“ 45
2.3.3.2 La Legge n.96 del 20 febbraio 2006	“ 46
2.3.4 Proposte di classificazione omogenea del settore	“ 48
2.4 Cenni sull’agriturismo all’estero	“ 50
2.5 Punti di forza e di debolezza	“ 53

Parte seconda - Il caso studio: l'agriturismo nel Lazio	pag.55
Introduzione: inquadramento generale ed obiettivi della ricerca	“ 55
Capitolo 3 – L'indagine di campo e l'analisi territoriale	“ 57
3.1 L'indagine di campo: l'offerta agrituristica laziale	“ 57
3.2 La localizzazione delle aziende sul territorio e le aree di maggiore attrazione	“ 63
3.2.1 La localizzazione	“ 65
3.2.2 Le aree di attrazione turistica	“ 71
3.3 I dati di natura secondaria: l'offerta turistica territoriale	“ 75
3.3.1 Le amenità storico culturali ed ambientali del Lazio	“ 75
3.3.2 L'offerta turistica non agrituristica	“ 79
Capitolo 4 – L'analisi tipologica	“ 80
4.1 La cluster analysis: inquadramento teorico	“ 80
4.2 La cluster analysis: obiettivi e variabili utilizzate	“ 83
4.3 Tipologie agrituristiche e loro collocazione territoriale	“ 85
4.3.1 Le tipologie individuate	“ 87
4.3.2 La diffusione territoriale delle diverse tipologie agrituristiche	“ 95
Capitolo 5 – L'analisi econometria	“ 98
5.1 I modelli a scelta discreta: il logit multinomiale	“ 98
5.2 Il logit multinomiale: obiettivi e variabili utilizzate	“ 102
5.3 I fattori che influenzano la scelta del tipo di offerta agrituristica	“ 104
Conclusioni	“ 113
Bibliografia	“ 117
Guide consultate	“ 121
Riferimenti Normativi	“ 122
Siti consultati	“ 122

Introduzione

Gli imprenditori agricoli, negli ultimi anni, si sono trovati a dover rispondere a sfide provenienti da nuovi orientamenti politici, da nuove richieste da parte della collettività, dall'insufficiente redditività del settore.

Infatti, da un lato, il progressivo processo di riforma della Politica Agricola Comunitaria richiede la valorizzazione delle funzioni secondarie dell'agricoltura, vincola il sostegno a comportamenti virtuosi e produttori di beni pubblici ed incrementa il ruolo del secondo pilastro; dall'altro, i consumatori domandano cibi più sani e genuini nonché un settore agricolo che tuteli l'ambiente riducendo gli impatti negativi su di esso. Contemporaneamente, gli agricoltori, dovendosi adeguare alle nuove richieste ed alle problematiche scaturite dalla crisi economica, risentono in modo più accentuato della riduzione e dell'eccessiva volatilità dei prezzi agricoli avvertendo l'inadeguatezza del reddito proveniente da essi.

Alla luce di questo si è resa sempre più evidente la necessità di diversificare le attività svolte all'interno di un'azienda agricola. Una delle forme di diversificazione più utilizzate dalle aziende agricole è l'agriturismo.

L'agriturismo costituisce un modo per differenziare i redditi agricoli, utilizzare meglio la manodopera a disposizione, soprattutto quella femminile e giovanile. Inoltre, l'attività agrituristica permette l'utilizzazione di fabbricati agricoli dismessi. Pertanto, l'agriturismo assicura notevoli benefici alle aziende agricole.

I vantaggi percepiti e realizzati dagli imprenditori agricoli attraverso l'avvio di un'attività agrituristica producono ripercussioni positive anche all'esterno dell'azienda.

In particolare, l'agriturismo rappresenta un modo per sostenere l'economia locale creando un indotto attraverso la domanda diretta di manodopera e servizi da utilizzare all'interno dell'azienda, ma anche, indirettamente, attraverso la domanda turistica captata che si rivolgerà sia all'agriturismo in sé, sia alle aziende presenti sul territorio.

Inoltre, un'attività agrituristica permette anche la valorizzazione di beni pubblici come il paesaggio garantendone la sua preservazione.

Con questa premessa non si vuole affermare che l'agriturismo rappresenti una panacea per le aziende agricole. Il settore, infatti, presenta notevoli opportunità e punti di forza, ma altrettante debolezze e minacce.

Opportunità e punti di forza sono inquadrabili con gli aspetti sopra citati. Essi sono rappresentati dalla possibilità di diversificare i redditi aziendali, di utilizzare risorse dell'azienda inutilizzate come manodopera familiare non occupata ed edifici dismessi nonché dalle ripercussioni positive sull'economia locale.

Uno dei principali punti di debolezza del settore, nel complesso, è rappresentato dalla mancanza di una normativa comune a tutte le regioni d'Italia (esiste una Legge Quadro nazionale che rimanda a singoli provvedimenti regionali che rendono il settore molto diversificato sul territorio). Un'ulteriore debolezza è costituita dall'assenza di una classificazione omogenea. Tale aspetto lascia alle aziende troppa discrezionalità sul tipo e sulla qualità dell'offerta agrituristica.

Inoltre, per poter permettere un buon sviluppo del settore sarebbe necessario costruire reti tra agriturismi per poter offrire più servizi riducendo in questo modo i costi legati sia alla loro implementazione sia alla loro gestione.

In ultimo, ma non come importanza, imprenditori agrituristici e policy maker dovrebbero puntare su interventi che valorizzino il territorio adottando tecniche di marketing adeguate a farlo riconoscere da turisti nazionali ed esteri.

Alla luce del ruolo che il settore agrituristico ha assunto all'interno del processo di diversificazione è stata svolta questa ricerca. In particolare, la tesi punta ad analizzare in modo approfondito l'agriturismo in una regione Italiana e, nello specifico, del Lazio.

L'originalità della tesi sta nella sua assunzione di fondo che contempla il settore agrituristico nelle sue molteplici sfaccettature tipologiche che sono influenzate da componenti interne all'azienda nonché dalle caratteristiche tipiche del territorio in cui è localizzata la stessa.

Lo studio si differenzia dalle analisi presenti in letteratura innanzitutto perché, dopo aver inquadrato in modo descrittivo il settore, va decisamente oltre attuando un'indagine tipologica mirante ad analizzare l'articolazione dell'offerta attraverso strumenti quantitativi. Inoltre, la ricerca si differenzia anche per il suo taglio decisamente territoriale.

Del settore agriturismo laziale si è analizzata la consistenza, la localizzazione delle aziende, si sono individuate le principali tipologie di offerta agrituristica esistenti, si sono studiate le principali variabili che influenzano la scelta di un imprenditore agriturismo di una delle tipologie individuate.

Per lo studio del settore agriturismo laziale è stata impostata un'analisi multi-step in cui sono state utilizzate tecniche, più descrittive, di statistica multivariata (*cluster analysis*) e tecniche maggiormente interpretative e di stampo econometrico (*multinomial logit model*).

Dopo un veloce inquadramento sul settore e sulla sua collocazione all'interno del contesto della multifunzionalità dell'agricoltura (capitoli 1 e 2), segue la seconda parte della tesi all'interno della quale viene svolta l'analisi empirica: dopo avere descritto i dati raccolti ed utilizzati, viene esplicitata la metodologia di analisi, vengono applicati gli strumenti di analisi e, a seguire, vengono presentati e commentati i risultati.

La ricerca prende avvio con un'indagine di campo su tutte le aziende del Lazio. La raccolta dei dati mediante interviste dirette, ai titolari di aziende agrituristiche, rappresenta un ulteriore elemento di originalità del lavoro. La scelta di operare mediante interviste dirette scaturisce sia dalla carenza di dati sugli aspetti che si volevano analizzare sia per poter, già dalle prime fasi della ricerca, studiare in modo approfondito il settore agriturismo del Lazio in tutte le sue differenti forme di offerta. Dall'indagine di campo è emerso un primo prodotto della ricerca e, rappresentato, da un dataset completo sugli agriturismi del Lazio e sulle loro principali caratteristiche.

Sulla banca dati così costruita sono state applicate tecniche di analisi multivariata: più precisamente è stata eseguita un'analisi dei gruppi (*cluster analysis*) al fine di effettuare un'analisi tipologica sul settore. L'analisi dei gruppi ha come scopo quello di raggruppare le unità di un certo collettivo in un numero limitato di gruppi rispetto al complesso di caratteristiche d'interesse. Tale metodologia esplorativa è utilizzata soprattutto quando vi è la necessità di ottenere una partizione in gruppi omogenei, rispetto alle caratteristiche del set di variabili considerato, per poter rilevare in modo più evidente gli elementi di similarità o di differenza tra le osservazioni.

Dopo aver individuato cinque tipologie di offerta agrituristica ed averle collocate sul territorio, lo studio è andato oltre, con l'obiettivo di capire quali siano i fattori determinanti al momento di optare per un certo tipo di offerta.

Ipotizzando che in tale scelta giochino un ruolo fondamentale, oltre alle caratteristiche interne ad un'azienda, anche alcune componenti territoriali come la presenza sul territorio di attrazioni turistiche e l'offerta turistica non agrituristica si è proceduto:

- alla costruzione di una banca dati sulla presenza di attrattive turistiche di tipo artistico-culturali ed ambientale presenti sul territorio e sulla loro distanza dai comuni del Lazio;
- alla costruzione di una banca dati sulla densità dell'offerta turistica -non agrituristica- presente sul territorio e rappresentata da alberghi, campeggi, BeB e ristoranti.

Partendo da queste informazioni e, da parte di quelle raccolte con l'indagine di campo, è stato costruito un secondo dataset su cui applicare un modello a scelta discreta (*multinomial logit model*). Questi modelli trovano applicazione in tutti quei contesti in cui gli operatori economici si trovano a dover scegliere fra un numero finito di possibilità. Un modello a scelta discreta si differenzia infatti da un modello continuo poiché l'ambito di scelta, il cosiddetto *choice set*, è circoscritto a due o più alternative.

Tale modello è stato implementato per indagare sul legame esistente tra le tipologie individuate, le attrattive turistiche, i servizi turistici ed alcune caratteristiche delle aziende agricole agrituristiche e collegate all'ordinamento colturale ed alla superficie (raccolte attraverso l'indagine diretta). In particolare, per valutare quali siano le variabili che maggiormente influenzano la scelta di un imprenditore agrituristico di un certo tipo di offerta.

La tesi termina con delle brevi conclusioni che vogliono da un lato, tirare le fila della ricerca evidenziandone i risultati raggiunti e rappresentati, in estrema sintesi, dalle tipologie individuate e dall'individuazioni di variabili che influenzano la scelta di una di esse e, dall'altro, evidenziarne dei possibili sviluppi.

Parte prima

Il settore agriturismo: inquadramento generale

1. L'agriturismo tra multifunzionalità e diversificazione

1.1 Definizioni di multifunzionalità a confronto

Le prime definizioni di multifunzionalità risalgono al 1992 e scaturiscono, dalla Conferenza mondiale sull'ambiente e lo sviluppo di Rio de Janeiro, in un momento storico in cui il settore agricolo e le politiche ad esso connesse sono messe in profonda discussione (Van Huylenbroeck *et al.*, 2007, Aguglia *et al.*, 2008).

Esistono diversi approcci alla tematica della multifunzionalità. In particolare, tra quelli istituzionali, i principali si devono all'OCSE, al WTO, alla FAO ed all'Unione Europea.

L'OCSE definisce la multifunzionalità come la capacità di un'attività economica di generare diversi prodotti tra loro congiunti. In questo modo l'attività in questione raggiunge, o può raggiungere, contemporaneamente una molteplicità di obiettivi sociali (tutela dell'ambiente, sicurezza alimentare, benessere degli animali, sviluppo rurale) (OCSE, 2001).

L'OCSE associa il termine multifunzionale alle attività economiche in generale, il fatto che si focalizzi l'attenzione quasi esclusivamente sul settore agricolo discende dalla natura stessa dell'attività, ovvero dal suo stretto legame con l'uso della terra, dall'alto livello di sostegno pubblico che continua ad avere il settore, dallo spiccato valore politico che ha assunto l'agricoltura negli ultimi anni (OCSE, 2001).

Riassumendo, si può parlare di multifunzionalità, secondo questo approccio, se:

- 1) esistono *commodity* e *non commodity output* prodotti congiuntamente da un settore economico (in particolare quello agricolo);
- 2) alcuni dei prodotti *non-commodity* presentano, almeno in parte, le caratteristiche di beni pubblici, ovvero il mercato funziona in modo inadeguato o

non funzioni affatto non riuscendone a produrre un ammontare ottimale/efficiente a causa delle loro caratteristiche di assenza di escludibilità e di rivalità¹.

Una seconda definizione di multifunzionalità è quella data dalla Commissione Europea, questa è incentrata sul settore agricolo: *“Oltre alla produzione di alimenti e fibre (sani e di qualità) l’agricoltura può modificare il paesaggio, contribuire alla gestione sostenibile delle risorse, alla preservazione della biodiversità, a mantenere la vitalità economica e sociale delle aree rurali”* (Commissione Europea, 1999).

Con questa definizione viene posto l’accento sulle molteplici funzioni sociali svolte dall’agricoltura e sull’importanza della multifunzionalità ai fini della valorizzazione di un nuovo modello agricolo fondato sul concetto di sostenibilità ambientale e di sviluppo rurale.

Secondo il punto di vista dell’UE la multifunzionalità viene individuata come un elemento caratterizzante del modello agricolo europeo (Henke *et al*, 2004).

Alla base di questo modello l’agricoltura svolge un ruolo centrale all’interno della società rurale (CE, 1989). “Sin dalla nascita della Comunità economica europea furono riconosciute delle particolari caratteristiche al settore agricolo tra le quali: la struttura sociale delle aziende familiari, la necessità di stabilizzare l’offerta di prodotti agricoli, le difficoltà di mercato collegate alle variabilità climatiche e all’inelasticità della domanda. Tali peculiarità dell’agricoltura europea rappresentarono, in quel periodo, gli elementi tipici del Modello Agricolo Europeo (MAE) e, servirono come base per l’individuazione degli obiettivi della PAC che furono inclusi nel Trattato di Roma.

Il concetto di Modello Agricolo Europeo (MAE) è stato rivisto in corrispondenza delle riforme della Politica Agricola Comunitaria, ed ha assunto un ruolo centrale all’interno delle politiche europee a sostegno dell’agricoltura. Attualmente, in esso si prospetta un’agricoltura in grado di assicurare derrate alimentari sicure, salubri e di qualità; ma anche un settore agricolo che rispetti l’ambiente, tenga

¹ I beni pubblici sono definiti da due fondamentali caratteristiche: l’assenza di rivalità nel consumo ossia il consumo di un bene pubblico da parte di un individuo non implica l’impossibilità per un altro individuo di consumarlo, allo stesso tempo (si pensi ad esempio a forme d’arte come la musica, o la pittura); Non escludibilità nel consumo - una volta che il bene pubblico è prodotto, è difficile o impossibile impedirne la fruizione da parte di consumatori (si pensi ad esempio all’illuminazione stradale).

conto del benessere degli animali e contribuisca a prevenire lo spopolamento delle aree rurali cercando di rafforzare la coesione sociale riducendo le disparità esistenti tra le regioni (Henke *et al*, 2004)”.

Il concetto di multifunzionalità trova la sua ragion d’essere in particolar modo sul tavolo negoziale del WTO dove l’Unione Europea ed altri Paesi tra cui Norvegia e Giappone, avanzarono la proposta di riconoscere le molteplici funzioni dell’agricoltura. Nella dichiarazione ministeriale approvata a Doha nel 2001 (Doha Round) tutte le questioni relative alla sicurezza alimentare, alla salubrità, allo sviluppo rurale e alle altre tematiche di interesse sociale sono state prese in considerazione con il termine Non-Trade Concerns (NTCs) (Velazquez, 2001).

Infine, una prospettiva decisamente diversa è quella offerta dalla definizione di multifunzionalità proposta dalla FAO: *“la multifunzionalità è uno strumento interpretativo in grado di migliorare l’analisi del ruolo dell’agricoltura nel promuovere il benessere della società, attraverso la riduzione della povertà ed il raggiungimento dello sviluppo socioeconomico desiderato”* (FAO, 1999).

Dove evidentemente viene sottolineata l’importanza della valorizzazione delle diverse funzioni sociali dell’agricoltura, ma soprattutto, il concetto di multifunzionalità, viene contestualizzato all’economia del Paese oggetto di analisi ed al ruolo che il settore agricolo ha nell’economia del Paese stesso (Velazquez, 2001). *“L’agricoltura sarà chiamata a soddisfare i bisogni primari nei paesi in via di sviluppo (PVS), mentre dovrà assolvere funzioni aggiuntive nei paesi sviluppati, dove il problema della sussistenza alimentare è già ampiamente superato e dove diventano rilevanti altre questioni”* (Finocchio, 2008).

Un diverso punto di vista sulla multifunzionalità è quello offerto dalla letteratura economica ed economico agraria dove sono presenti diverse analisi e definizioni di multifunzionalità.

Lorenzo Idda individua la multifunzionalità come: *“l’insieme dei contributi che il settore agricolo può apportare al benessere sociale ed economico della collettività e che quest’ultima riconosce come propri dell’agricoltura”* (Idda, 2002).

Da questa definizione si evince come la multifunzionalità sia una caratteristica propria ed esclusiva dell’agricoltura capace di svolgere funzioni sociali (come ad

esempio il mantenimento delle tradizioni culturali delle aree rurali) che gli altri settori economici non sarebbero in grado di svolgere con la stessa efficienza.

Dalla stessa definizione emergono anche altri due aspetti molto importanti che attengono, da un lato, al ruolo della collettività, che dovrà scegliere quali siano le funzioni da assegnare all'agricoltura in base al proprio sistema agricolo ed economico e, dall'altro, all'attuazione pratica di tali funzioni e quindi all'insieme di tutte le iniziative intraprese per la realizzazione effettiva dei compiti assegnati al settore agricolo.

Brunori *et al.* (2005), ampliano il concetto di multifunzionalità proposti dall'OCSE e la definiscono come la capacità dell'agricoltura di rispondere alle nuove richieste manifestate dalla società e dai consumatori e, relative da un lato, a beni pubblici concernenti la tutela di biodiversità e paesaggio e, dall'altro, a beni privati per mercati no-food (come turismo, didattica, servizi educativi e terapeutici, energia) ed a alimenti con specifici attributi (prodotti tradizionali, di alta qualità). Da ciò si deducono le “altre” funzioni, oltre a quella meramente produttiva, assegnate al settore agricolo di tipo culturale (retaggio culturale, identità territoriale); sociale (sicurezza alimentare, coesione sociale, occupazione rurale); etico (mercato equo e solidale, benessere degli animali) (Alfano *et al.*, 2009).

Van Huylenbroeck *et al.* (2007) definiscono la multifunzionalità in base a quattro tipi di funzioni: gestione del paesaggio e della biodiversità; gestione delle risorse idriche e controllo delle inondazioni; vitalità delle aree rurali, presidio delle eredità storico-culturali e delle bellezze rurali; sicurezza e salubrità degli alimenti.

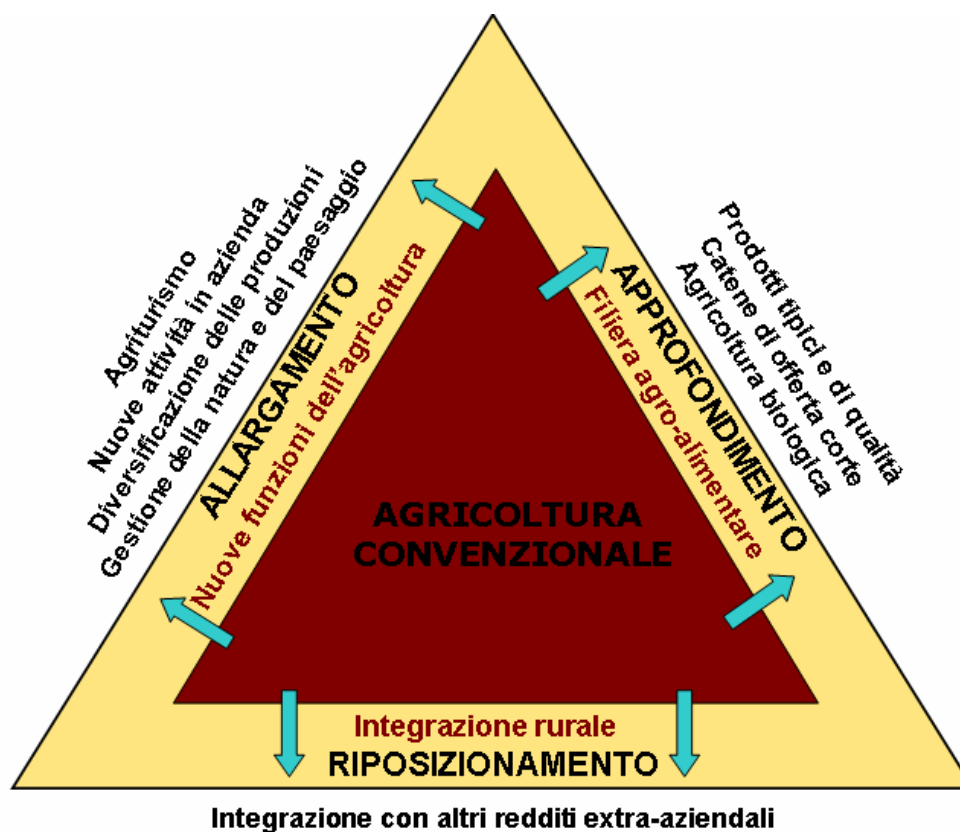
1.2 Strategie di diversificazione

Multifunzionalità e diversificazione si muovono lungo tre percorsi alternativi e praticabili dalle imprese: deepening, broadening, regrounding (Van der Ploeg, Roeg, 2003).

Queste direttive sono visualizzate graficamente da una sorta di “Triangolo del valore dell'agricoltura moderna” .

Alla base di questo modello c'è la necessità di ripensare il settore agricolo rispetto alle sue attività poiché l'agricoltura convenzionale non è più in grado di rispondere alle nuove sfide provenienti dalla società.

Fig. 1.1 – Il triangolo del valore dell'agricoltura moderna



Il deepening (approfondimento) riguarda tutte quelle attività in cui l'azienda scambia fattori produttivi tradizionali con nuovi fattori, oppure riorganizza la produzione in modo integrato acquisendo funzioni, precedentemente svolte da soggetti, a valle della filiera, oppure punta all'innovazione di prodotto ed ad una maggiore attenzione agli aspetti qualitativi. Questo con l'obiettivo di generare un maggior valore aggiunto e di trattenerne quote più ampie.

Rientrano in queste strategie attività inerenti prodotti con certificazione varie di qualità, incluse le denominazione d'origine, prodotti da agricoltura biologica, ma anche produzioni di nuove tipologie di beni (es. piccoli frutti, fiori, nuove varietà,

ecc). Il *deepening*, come accennato, spesso si concretizza anche nella trasformazione del prodotto all'interno della stessa impresa agricola che, nella maggior parte delle situazioni, si associa alla vendita diretta in azienda e altre volte alla costituzione di gruppi di offerta collettiva (Finocchio, 2008).

Nel caso del *broadening* (allargamento) si sviluppano attività aziendali che producono reddito aggiuntivo offrendo servizi no-food che rispondono alle nuove richieste dei consumatori.

Esempi tipici di ampliamento dell'attività aziendale sono l'agriturismo, il turismo rurale, le fattorie didattiche nonché tutte quelle attività legate alla gestione del paesaggio come la prevenzione incendi e la cura delle foreste.

Infine, il *regrounding* è inerente a tutte quelle attività esterne all'azienda agricola, ma integrate e complementari con essa in ambito rurale. Queste riguardano in particolar modo l'esternalizzazione del fattore lavoro. Ne è esempio la pluriattività che permette alle famiglie "agricole" di incrementare e diversificare i propri redditi. Altri esempi di *regrounding* sono le attività artigianali che vengono svolte in azienda indipendentemente dall'attività agricola.

"Il triangolo del valore dell'agricoltura moderna implica un ripensamento dell'attività agricola che va al di là della produzione congiunta di beni, ma che sfocia in servizi e in altre funzioni della produzione, si parla, quindi, di *diversificazione multifunzionale* dell'impresa agricola (Fig. 1.1) (Finocchio, 2008)".

1.3 Multifunzionalità e agriturismo nella Politica Agricola Comunitaria

A partire dal 1996 e, precisamente, durante la Conferenza sullo Sviluppo Rurale di Cork si inizia a parlare di multifunzionalità e di nuovi approcci di gestione delle aree rurali. In particolare, la Conferenza si sofferma sulla promozione di un approccio integrato delle politiche di sviluppo rurale, sul sostegno alla diversificazione socio-economica delle aree rurali, sulle nuove funzioni dell'agricoltura e delle aree rurali in tema di sicurezza alimentare, ambientale e sociale. Sempre nel 1996 viene adottata la Carta Rurale Europea con la quale lo spazio rurale viene definito in virtù delle differenti funzioni che può svolgere e che vanno da quella economica, legata all'attività di produzione alimentare di

commercio, servizi e artigianato, a quella ambientale, per lo sviluppo sostenibile del territorio, a quella sociale, per la rivitalizzazione della comunità rurale (Alfano *et al*, 2009).

“La Carta Rurale Europea ha rappresentato il documento di riferimento per la definizione dei caratteri e delle funzioni delle aree rurali e la base di partenza delle politiche comunitarie in materia di agricoltura e sviluppo di queste aree. Anche successivamente, dal vertice di Lussemburgo del 1997 (Consiglio europeo, 1997) fino ad Agenda 2000 (Commissione europea, 1997; Consiglio europeo, 1999), la Commissione sancisce sempre più l’obiettivo dell’evoluzione di un nuovo modello di agricoltura basato, oltre che sulla competitività e sostenibilità, sulla multifunzionalità e diversificazione, come leva di sviluppo delle economie rurali e dell’attività agricola” (Alfano *et al*, 2009).

Successivamente durante la Seconda Conferenza comunitaria sullo sviluppo rurale di Salisburgo del 2003 (Comunità Europea, 2003) è stata posta maggiore attenzione nonché richieste maggiori risorse alla promozione della multifunzionalità agricola, come componente di progetti più ampi di sviluppo locale integrato (Casini, 2003; Magni e Costantini, 2004; Ocse, 2003 e 2006).

Dal punto di vista della Politica Agricola Comunitaria si può brevemente accennare ai percorsi di riforma intrapresi verso una maggiore attenzione all’ambiente, alle aree rurali, alla multifunzionalità dell’agricoltura.

Già nel 1992 con la riforma Mac Sharry si sono iniziate a prevedere misure compensative a sostegno degli agricoltori per la produzione di beni e servizi ambientali, paesaggistici e culturali. Successivamente, con Agenda 2000, il concetto di multifunzionalità trova la sua legittimazione; infatti, con quest’ultima fu messo in discussione il vecchio modello produttivistico della PAC per far spazio ad un nuovo tipo di agricoltura europea basata sulla multifunzionalità, entro la quale coniugare i requisiti di competitività, redditività, qualità, sicurezza alimentare, sviluppo integrato, eco-compatibilità e tutela del territorio nelle aree rurali (De Filippis, Fugaro, 2004).

Con la riforma Fischler del 2003 viene rafforzato e reso obbligatorio il principio della condizionalità e del sostegno disaccoppiato al rispetto di buone pratiche ambientali, ma anche alla promozione di comportamenti imprenditoriali virtuosi

per la tutela dell'ambiente e per la qualità alimentare (De Filippis e Frascarelli, 2007, Alfano *et al*, 2009).

Il percorso continua con L'Health Check della PAC quando nel 2007 si ribadisce condizionalità e disaccoppiamento e si punta ad un rafforzamento del secondo pilastro.

L'ultimo documento ufficiale siglato dalla Commissione ed attinente al percorso di riforma della PAC è relativo al 18 novembre scorso. In esso la Commissione avanza delle proposte rispetto ad una Politica Agricola Comunitaria "più "verde" e più orientata alla produzione di beni pubblici, ma anche più finalizzata alla produzione di cibo e più indirizzata agli agricoltori "attivi" (De Filippis, 2010).

1.3.1 L'agriturismo nell'ultima proposta di riforma della PAC

L'agriturismo, dal punto di vista aziendale, rappresenta una delle modalità per diversificare i redditi dell'impresa agricola; mentre, dal punto di vista territoriale può determinare rilevanti benefici per lo sviluppo delle aree rurali ed inerenti alle opportunità di: recuperare edifici rurali di particolare interesse storico-architettonico, valorizzare le identità territoriali grazie al contributo in termini di maggiore conoscenza dei prodotti di pregio e delle tradizioni locali (Henke, Sardone, 2005).

Al tempo stesso il settore agrituristico può svolgere funzioni di stimolo ad altre imprese locali sia nella fase di progettazione e realizzazione degli investimenti necessari che in quella di gestione dei servizi attivati (Casini *et al*, 2009).

Inoltre, l'agriturismo ha rappresentato e rappresenta anche un modo per meglio utilizzare il lavoro in azienda e, soprattutto, quello femminile. L'agriturismo, grazie alla sua capacità di valorizzare tutte le risorse dell'azienda agricola e del territorio ad essa circostante costituisce una soluzione imprenditoriale di successo. Riepilogando, l'agriturismo offre possibilità di diversificazione ed integrazione dei redditi aziendali, effetti esterni positivi di carattere territoriale (patrimonio immobile, identità, tradizioni, mantenimento della popolazione nelle zone rurali, minore pressione abitativa sulle aree urbane), ma anche effetti esterni positivi di carattere sia sociale (conduzione femminile, impiego immigrati neo ed extra

comunitari), ma anche ambientale (biodiversità, mantenimento del paesaggio, diversificazione colturale, produzioni sostenibili) (Pesce, 2010)².

L'agriturismo in ragione delle sopra citate motivazioni ed implicazioni positive si inquadra perfettamente all'interno del ruolo che la recente proposta di riforma della PAC, presentata dalla Commissione lo scorso 18 novembre, vuole assegnare al settore agricolo e, soprattutto, al sostegno ad esso.

Infine, l'agriturismo ben si concilia anche con il concetto di "active farmers" come beneficiari della nuova PAC. Gli agricoltori attivi sono intesi come coloro che producendo alimenti, realizzano un reddito e producono valore aggiunto a beneficio dell'intera società (Sotte, 2010)³.

In base alle prime reazioni del COPA-COGEA "La politica agricola futura dell'UE dovrebbe sostenere solo gli agricoltori attivi, non i ricchi proprietari terrieri" ... "la proprietà come tale non può essere, e non deve essere una ragione per qualsiasi tipo di pagamento" "una PAC diretta agli agricoltori attivi che in modo imprenditoriale producono alimenti e servizi" (Sotte, 2010).

Da ciò discende il ruolo chiave delle aziende agricolo-agrituristiche in cui la presenza attiva e la professionalità dell'imprenditore risultano basilari per la loro sopravvivenza.

1.3.2 La politica di sviluppo rurale e le misure dei PSR

La maggior parte delle risorse pubbliche disponibili per gli imprenditori agrituristiche sono rappresentate da alcune misure previste dai Piani di Sviluppo Rurale, dove sono stati stanziati complessivamente 700 milioni di euro nella fase di programmazione 2007-2013 (INEA, 2010)⁴.

I PSR rappresentano l'elemento cardine della Politica di Sviluppo Rurale che costituisce il secondo pilastro della Politica Agricola Comunitaria.

La Politica di Sviluppo Rurale si inserisce all'interno degli obiettivi di competitività di Lisbona e di sviluppo sostenibile di Goeteborg.

² <http://www.reterurale.it/agriturismo>.

³ In De Filippis F., Sandali P. (a cura di) (2010), *La nuova Pac per l'Europa 2020 - Gli orientamenti della Commissione*, Working paper del Gruppo 2013, Tipar Arti Grafiche srl – Roma.

⁴ <http://www.reterurale.it/agriturismo>.

Essa s'impenna su quattro settori fondamentali:

- la competitività dell'agricoltura, dei prodotti alimentari e della silvicoltura;
- la gestione dello spazio e dell'ambiente;
- la qualità della vita e la diversificazione nelle zone rurali;
- l'iniziativa comunitaria Leader.

La politica di sviluppo rurale va analizzata nell'ambito della politica europea di coesione, il cui obiettivo principale è la promozione di uno sviluppo equilibrato, armonioso e sostenibile della Comunità e la riduzione delle disuguaglianze tra le diverse regioni europee.

La politica è finanziata da uno specifico fondo Feasr (Fondo europeo agricolo di sviluppo rurale) (Regolamento (CE) n. 1698/2005).

“La ripartizione finanziaria del contributo Feasr per ogni Stato membro avviene sulla base degli Osc (Orientamenti strategici comunitari) della politica di sviluppo rurale; in particolare, “ogni Stato membro ha proceduto alla stesura del proprio Piano Strategico Nazionale (Psn) che, oltre a stabilire gli obiettivi generali e le priorità territoriali, ha fissato l’allocazione finanziaria dei fondi Feasr tra le Regioni. Il Psn rappresenta la cornice strategica per la formulazione dei Programmi di sviluppo rurale (Psr), la cui stesura è stata demandata in Italia alle 21 Regioni e Province autonome” (Sotte *et al*, 2009). Il passo successivo del procedimento burocratico prevede l’approvazione da parte di ogni Giunta regionale e, la conseguente notificazione alla Commissione che procede ad una valutazione del piano apportandovi opportune osservazioni con conseguenti modifiche, prima dell’approvazione definitiva, da parte delle Regioni (Sotte *et al*, 2009).

“Il regolamento 1698/2005 stabilisce l’articolazione della politica in “assi” e “misure”, nonché la struttura dei Psn e dei Psr, mentre gli Osc rappresentano le priorità comunitarie con lo scopo di creare un legame tra obiettivi dichiarati e interventi da strutturare, al fine di concretizzare l’approccio strategico che, pervade tutte le fasi della politica” (Sotte *et al*, 2009).

Nei PSR sono individuate sette politiche e precisamente:

- 1) Politica della formazione e dell’assistenza tecnica
- 2) Politica del ricambio generazionale

- 3) Politica strutturale
- 4) Politica della qualità alimentare
- 5) Politica agro-ambientale
- 6) Politica forestale
- 7) Politica per la diversificazione, la qualità vita e l'approccio Leader

L'ultima politica, la numero sette, comprende gli assi 3 e 4 ed include il maggior numero di misure. Essa risulta di particolare interesse in questo studio poiché comprende il sostegno al settore agrituristico.

In particolare, l'asse 3 dei programmi regionali include misure specifiche per la diversificazione del reddito delle aziende agrituristiche. Con la misura numero 311 sono finanziati investimenti per la ristrutturazione degli edifici e l'acquisto di attrezzature per svolgere attività connesse. La misura numero 313 ha lo scopo di migliorare le risorse turistiche del territorio rurale rappresentate da strutture ricreative, itinerari escursionistici, sviluppo di innovazioni tecnologiche, commercializzazione dei prodotti agricoli (INEA, 2010)⁵.

⁵ <http://www.reterurale.it/agriturismo>.

2. Un quadro sul settore agriturismo

2.1 Agriturismo e turismo rurale

Turismo rurale ed agriturismo presentano elementi comuni legati da un lato, al contesto ambientale in cui viene prodotta ed offerta la pratica turistica e, dall'altro, alle politiche di sviluppo rurale che fanno tutte riferimento alla tutela ed alla valorizzazione delle risorse ambientali, culturali, occupazionali ed enogastronomiche dei territori rurali.

Nonostante questo, risulta opportuno effettuare una distinzione tra i due in base alla specifica normativa italiana: il turismo rurale si caratterizza per essere costituito da tutte le attività turistiche (pernottamento in edifici rurali, eventualmente anche con ristorazione, trekking, birdwatching, ippoturismo, ecc.), che vengono praticate in ambiente rurale, mentre l'agriturismo costituisce una forma specifica di turismo rurale, in cui l'offerta dei servizi anzidetti avviene nell'ambito di un'azienda agricola, della quale esso rappresenta un'attività connessa (Regoliosi, 2008).

Anche il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, attraverso la sua rivista "*agricoltura italiana on-line*" distingue l'agriturismo dal turismo rurale ed in particolare, precisa che l'agriturismo si differenzia dal turismo rurale, offerto in strutture extra alberghiere, poiché l'ospite viene accolto in una azienda agricola dove utilizzerà i fabbricati rurali ed avrà la possibilità di stabilire un contatto diretto con il titolare e i suoi familiari. Inoltre, l'agriturismo fornisce una ristorazione basata in prevalenza su prodotti aziendali e dà l'opportunità ai clienti di acquistare direttamente i prodotti aziendali stessi.

2.2 Letteratura recente sul settore⁶

2.2.1 Le analisi a livello nazionale

Dalla prima ricerca (Cambi, 2006) sono emerse come regioni e mete italiane preferite dal turismo internazionale il Friuli Venezia Giulia, il Trentino, il Veneto, la Sicilia, la Toscana e, più puntualmente, le città d'arte ed i laghi. Tra gli altri aspetti evidenziati vanno sottolineati: un calo nella fidelizzazione, un aumento delle formule *last minute* e dell'importanza di internet quale strumento di promozione. Inoltre, è stata sottolineata l'importanza di una delle leve competitive più sfruttate dall'agriturismo e costituita dalla diversificazione dei servizi offerti. Nell'ambito dello stesso studio è stata effettuata un'analisi campionaria basata su 2.500 interviste, finalizzata alla verifica di tre aspetti peculiari del settore agriturismo:

- la conoscenza da parte degli italiani dell'agriturismo;
- la percezione della campagna da parte della popolazione urbana;
- il tipo di vacanza che l'agriturismo rappresenta per gli italiani.

Complessivamente, da questa indagine è risultato che l'agriturismo è ben conosciuto dagli italiani, che la campagna è avvertita come qualcosa di naturale, di culturalmente rilevante e rigenerante. Infine, la vacanza in agriturismo è vista come un momento di relax, che consente anche di poter gustare cibo genuino.

Un ulteriore interessante strumento utilizzato dalla ricerca è una *swot analysis* che contribuisce a mettere in luce punti di forza e debolezza, rischi e opportunità per il futuro del settore. I punti di forza che l'analisi pone in risalto sono connessi all'offerta di una forma di ospitalità molto particolare e diversa dal rapporto, forzatamente anonimo, ospite/albergatore; alla promozione attraverso internet, alla percezione generalmente positiva, da parte della clientela, degli aspetti della ruralità più visibili nel settore agriturismo, all'enogastronomia, al paesaggio, alle bellezze architettoniche ed archeologiche.

Di contro, i fattori di debolezza e rischio individuati sono legati alla dimensione mediamente ridotta delle imprese, allo scarso ricorso all'intermediazione,

⁶ Il capitolo è tratto da Coronas (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

mediante tour operator, alla poca integrazione con le altre forme di offerta turistica. La limitata capacità di “fare sistema” locale porta all’incapacità di reggere le ondate *last minute* ed a forti limiti nella programmazione dell’impresa nel medio – lungo termine.

Un secondo studio analizzata, a sua volta, i risultati emersi in quattro precedenti indagini sull’agriturismo, ovvero le inchieste dell’Agriturst del 1986 e del 1993, l’indagine di Cannata del 1984/85 e quella di Gregori e Roiatti del 1989. Tali indagini si differenziano significativamente una dall’altra per anno di riferimento, area di rilevazione, numero dei casi considerati e procedure di rilevazione⁷.

Offrono quindi uno spaccato pressoché completo del fenomeno sul territorio italiano nel corso degli anni ottanta e fino ai primi anni novanta. Dunque, il quadro che ne emerge risulta particolarmente “dotato”, soprattutto per un fenomeno che è tutt’ora in rapidissima evoluzione. Qui di seguito si riporta una sintesi dei principali risultati che si ritiene siano ad oggi validi e che offrono spunti di riflessione di particolare interesse.

Alla luce degli studi svolti è evidenziato che il fruitore di agriturismo appartenga, soprattutto, a fasce di età relativamente giovani: nel campione di Gregori e Roiatti l’età media risulta pari a circa 35 anni ed in entrambe le indagine dell’Agriturst si osserva una prevalenza della fascia di età compresa tra i 30 ed i 40 anni.

Il livello culturale degli intervistati è risultato relativamente alto, giacché la percentuale di persone con un titolo di studio eguale o superiore al diploma di scuola media superiore è più alta di quella della media della popolazione. Dal punto di vista motivazionale è emersa la centralità dell’identificazione tra agriturismo e “tranquillità, natura, libertà ed esperienza piacevole”. In particolare, la motivazione principale del soggiorno in azienda è stata omogeneamente individuata nel desiderio di tranquillità e nell’esigenza di evadere dal rumore e dalla tensione che caratterizzano la vita quotidiana della città. A questa prima motivazione segue il desiderio di entrare in contatto con le principali componenti

⁷Le procedure di rilevazione si estendono dalla somministrazione diretta di questionari ad utenti di servizi agri-turistici, ad un insieme di tecniche miste, quali l’invio postale a potenziali fruitori, insieme a delle interviste dirette; in taluni casi, infine, la metodologia di indagine non risulta definita. Anche il numero di soggetti interpellati varia significativamente da un caso all’altro, con un *range* compreso tra le 400 e le 1.150 unità.

del paesaggio rurale, vale a dire la natura e l'agricoltura. Anche la curiosità, verso un contesto poco noto, è individuata come una delle spinte ad avventurarsi in zone rurali. Inoltre, un'ulteriore motivazione è quella di provare il contatto diretto con i frutti della terra, le tradizioni contadine, l'organizzazione del lavoro agricolo e di sperimentare una gastronomia più schietta e genuina. Infine, il costo relativamente contenuto risulta un'altra importante motivazione. Dalle indagini è anche emerso un buon livello di soddisfazione; con un generale giudizio positivo sugli alloggi, che risultano, oltre che comodi, spaziosi, funzionali e puliti per la quasi totalità degli intervistati (Agriturst '93). Per quanto riguarda la gastronomia, i pasti ed i prodotti aziendali commercializzati risultano ottimi per tre persone su quattro, mentre meno positive risultano le valutazioni dei prezzi pagati per i prodotti acquistati, i quali vengono giudicati, nel 54% dei casi, in linea con il normale commercio al dettaglio (Gregori, 2002).

Nell'ultima indagine considerata (Zucca, Pasi, 1999), tra le altre cose, è condotta un'interessante analisi delle associazioni di settore, che rivestono un ruolo importante nell'evoluzione dell'agriturismo.

Per tale ragione si ritiene utile farne un breve riferimento:

a) Agriturst

Nata nel 1965 per iniziativa dell'Associazione Giovani Agricoltori come Associazione Nazionale per l'Agriturismo, l'Ambiente e il Territorio, gestisce una parte rilevante dell'agriturismo nazionale, sia dal versante dell'offerta, sia come domanda agrituristica. L'associazione, inoltre, promuove e valorizza le aziende attraverso la pubblicazione annuale di una guida. Collabora, inoltre, con il Ministero dell'Ambiente per la promozione di campagne di sensibilizzazione nelle scuole in materia di educazione ambientale.

Agriturst annualmente pubblica studi e ricerche, che analizzano questioni specifiche e riguardanti, essenzialmente, le prospettive di sviluppo del settore agrituristico e le problematiche che in esso emergono. Organizza corsi di formazione per operatori, professionisti e consulenti. E' presente a livello nazionale e articolata a livello territoriale, nei capoluoghi di Regione e in quelli di Provincia.

b) Terranostra

Fondata nel 1973 dalla Coldiretti; questa associazione inizialmente si è dedicata alla promozione dell'agriturismo tra gli agricoltori, attraverso numerose iniziative di sensibilizzazione. Questa associazione è molto attiva nella pubblicizzazione dell'offerta agrituristiche, anche attraverso la creazione di "itinerari turistici" su tutto il territorio italiano. Anche Terranostra è organizzata in sedi regionali e provinciali.

c) Turismo verde

E' l'Istituto della C.I.A. per l'agriturismo, l'ambiente, il territorio, le attività ricreative e culturali nelle campagne. Pubblica da diversi anni una guida sull'offerta agrituristiche delle aziende associate, e una rivista/bollettino mensile che si occupa di politica ambientale e territoriale.

d) Anagritur

Nato nel 1980, è un consorzio tra le Associazioni nazionali sopra indicate. In sintesi, gli obiettivi del consorzio sono promozione di ricerche e studi sugli aspetti generali e sulle problematiche dell'agriturismo, oltre che rappresentare congiuntamente gli interessi delle tre organizzazioni di fronte alla Pubblica Amministrazione, in materia di legislazione e programmazione, confrontare le esperienze e coordinare i programmi delle tre associazioni, in campo agrituristiche. Anagritur ha formulato una proposta di classificazione delle aziende agrituristiche italiane per assicurare ai consumatori standard qualitativi omogenee in tutto il territorio. La proposta avanzata è costituita da un insieme di 37 parametri. Questi riguardano, da un lato, le qualità "strutturali", cioè lo stato di organizzazione, funzionalità e *confort* dei servizi ricreativi che attengono alla manutenzione degli edifici, all'ampiezza degli spazi interni a disposizione degli ospiti o alla disponibilità di occasioni ricreative; dall'altro lato, sono esaminate le qualità "peculiari", cioè tutti quei fattori dell'accoglienza più specificamente legati ai contenuti dell'agriturismo (es. contesto paesaggistico e naturalistico, pregio architettonico degli edifici, delle produzioni aziendali suscettibili di vendita diretta agli ospiti, di attività ricreative strettamente connesse con la fruizione dell'ambiente e la cultura locale). A ciascun parametro corrispondono dei punteggi.

In base alla somma dei punteggi raggiunti viene attribuito un livello di classificazione, espresso graficamente da una a cinque spighe.

La classificazione può costituire una guida ed un orientamento per l'utenza, pur non riportando nulla sugli standard di comportamento, di pulizia e di livello della manutenzione delle strutture che deve assumere l'azienda. La finalità principale della classificazione è quello di evidenziare livelli qualitativi di accoglienza e di organizzazione più o meno elevati, rispetto al minimo previsto dalla legge (Zucca, Pasi, 1999).

2.2.2 le analisi a livello regionale e provinciale

L'agriturismo nella regione Lazio è stato indagato per la prima volta nel 2004 da Vincenzo Falconi, per conto dell'amministrazione Regionale, e dal Dipartimento di Economia Agroforestale e dell'Ambiente Rurale dell'Università della Tuscia.

Il lavoro è stato condotto sulla base di informazioni fornite dalle amministrazioni provinciali e comunali, in merito alle aziende che erano iscritte negli elenchi provinciali e che erano autorizzate all'esercizio dell'attività agrituristiche.

Alcuni dati che sono emersi dall'indagine:

- le aziende agrituristiche si estendono su una superficie agricola totale di 11632 ettari di cui 10914 di SAU;
- la forma di possesso dei terreni è la piena proprietà del titolare (70% dei casi);
- l'età dei titolari è inferiore ai 50 anni nel 52% dei casi; in particolare nelle province di Latina e Frosinone l'età media risulta più bassa rispetto al resto della regione, mentre il 60% delle aziende viterbesi è condotta da persone di età superiore ai 50 anni;

Per quanto riguarda la natura dell'ospitalità agriturbistica, diverse sono le combinazioni dei servizi erogati:

- 1) la maggioranza delle aziende offre un servizio congiunto di ristorazione e di alloggio;
- 2) il 30% delle aziende offre solo alloggio, di queste la maggior parte sono localizzate nella provincia di Viterbo;
- 3) nelle province di Frosinone e Roma l'attività agriturbistica è rappresentata

soprattutto dalla somministrazione di pasti nel fine settimana;

- 4) la classe dimensionale di maggior frequenza dei ristoranti comprende da 20 a 40 posti (38%), segue la classe di ampiezza 40-60 (22%), mentre risultano pochissimi gli agriturismi con meno di 20 posti (7%).

Dal punto di vista del rapporto con il mercato, l'indagine evidenzia come modalità prevalente di comunicazione il telefono. Inoltre, il 60% delle aziende pone cartelli con le indicazioni stradali per essere raggiunte ed il 69% risulta inserita negli elenchi delle Aziende Provinciali del Turismo.

Abbastanza usato è anche internet (61%), utile soprattutto per la promozione all'estero.

Nello stesso studio è stata anche effettuata un'analisi della domanda e, precisamente, su 41 delle 273 aziende considerate. Da questa analisi emergono i seguenti risultati:

- 1) la maggior parte degli ospiti è di età compresa tra i 19 e i 50 anni. La formazione scolastica è medio-alta;
- 2) il 44% degli ospiti è un lavoratore dipendente ed in particolare, sono prevalenti quelli che operano nel campo dell'industria e dell'artigianato, seguono il commercio, il campo assicurativo e il credito;
- 3) la maggior parte dei clienti proviene da città medio-grandi;

Riguardo alle motivazioni della scelta agrituristiche, dall'analisi emerge che il 63% è attratto da pace e tranquillità ed il 13% da prezzi inferiori rispetto alle altre attività ricettive.

Il 100% degli intervistati si ritiene soddisfatto dell'esperienza agrituristiche. Da notare, infine che per il 93% degli intervistati risulta importante che l'agricoltore o altre persone in azienda siano in grado di dare notizie sugli aspetti che caratterizzavano il territorio circostante.

Tale analisi rappresenterà il punto di partenza per il nostro studio e, quindi sarà richiamata anche nel proseguo del lavoro (*Falconi, 2004*).

Una seconda analisi sempre incentrata sulla regione Lazio ha riguardato un ampio campione di 427 aziende agrituristiche, a cui è stato somministrato un questionario. Da notare che delle 427 aziende del campione solo 63 aziende (14,8% del totale) hanno effettivamente partecipato all'iniziativa. Il questionario,

inviato per via postale, era composto da 96 quesiti riguardanti l'azienda agricola con le sue strutture e le sue dotazioni fondiari e le attività agrituristiche con i relativi aspetti economici e le prospettive future.

Dal questionario sono emersi i seguenti risultati:

- la forma giuridica prevalente delle aziende agrituristiche è la ditta individuale;
- la data d'inizio, per la maggioranza delle aziende, risale a prima del 1991;
- il luogo prevalente di localizzazione è la collina;
- il numero medio di addetti non supera le 5 unità;
- le produzioni prevalenti riguardava cereali, frutta, olivicoltura;
- i fatturati sono costantemente inferiori ai 25.000 euro.

Per quanto riguarda le strutture, sono utilizzati per la maggior parte edifici collocati nel fondo. La maggioranza delle aziende, tra le attività proposte, offre il pernottamento, seguono la vendita diretta e la ristorazione. Nell'ambito dell'offerta di ospitalità, il soggiorno tipo dell'agriturista dura lo spazio di un *week end* e la forma di ricezione prevalente è quella del *bed and breakfast*. Per quanto riguarda la ristorazione, nel 23,5% delle aziende intervistate, il numero medio dei coperti supera i 30. In merito alla clientela, lo studio ha evidenziato che si tratta principalmente di famiglie, con o senza bambini, mentre i giovani e, soprattutto, gli anziani sembrano poco propensi a rivolgere le loro attenzioni verso il turismo rurale. In materia di limiti avvertiti dagli imprenditori, risultano preponderanti gli scarsi aiuti finanziari, la burocrazia e la stagionalità. Con la stessa analisi emergono anche le caratteristiche relative alla comunicazione con la potenziale clientela. Il risultato mette in evidenza l'utilizzo da parte di molte aziende di un logo o di un'immagine specifica, legata al luogo o alle produzioni della propria attività; risulta inoltre molto utilizzato il web. Tra gli esiti relativi alle prospettive future emerge la volontà di diversificare le attività, aumentando il numero dei servizi offerti relativamente ad attività ricreativo/culturali. Per concludere, si possono citare le motivazioni che hanno spinto all'avvio dell'attività agrituristica e rappresentate in prevalenza dalla volontà di integrare il

reddito, di salvaguardare il patrimonio edilizio e di impiegare in modo più efficiente le risorse aziendali (*Regoliosi, 2004*).

Un'ulteriore ricerca, in questo caso sulle aziende agrituristiche toscane è stata pubblicata nel 1998 dall'ARSIA. Il lavoro è stato preso in esame, ai fini della presente ricerca, in considerazione dell'importanza del sistema agrituristico della Toscana e della sua vicinanza alla regione oggetto di studio.

Lo studio è stato eseguito su un campione di circa duecento aziende, distribuite in tutte le province toscane.

I principali risultati della ricerca mettono in luce: la longevità del sistema agrituristico toscano, attestato dal fatto che la maggioranza delle aziende intervistate hanno iniziato l'attività già negli anni settanta o nei primi anni ottanta; la localizzazione delle aziende stesse, poste soprattutto in zone collinari; l'ordinamento colturale costituito per la maggior parte da oliveti; la principale forma di promozione, costituita da *depliants* e da segnaletica stradale opportunamente collocata.

Un ulteriore risultato evidenziato è quello relativo al fatto che la maggioranza delle aziende ha richiesto ed ottenuto finanziamenti pubblici, destinati all'agriturismo (*Balestrieri, 1998*).

Prima di continuare a parlare del Lazio, attraverso un'indagine a livello provinciale, si può proseguire brevemente ad analizzare il sistema agrituristico toscano mediante uno studio sulla provincia di Grosseto.

La ricerca ha previsto lo svolgimento di un'indagine diretta presso un campione di imprese agricole che esercitano attività agrituristica nel territorio della provincia di Grosseto.

L'indagine è stata mirata ad analizzare i problemi ed i fabbisogni delle aziende agrituristiche grossetane, anche al fine di disporre di informazioni utili per la predisposizione di opportune strategie di miglioramento sia pubbliche che private. L'universo di riferimento utilizzato nello studio è rappresentato dalle imprese agrituristiche autorizzate presenti nell'Archivio regionale delle aziende agrituristiche, che nel marzo 2006 contava 695 aziende esistenti in provincia di Grosseto. Da questo, ai fini dell'indagine è stato estratto un campione rappresentativo di 193 aziende agrituristiche.

Tali aziende sono state distinte in differenti tipologie, in funzione di tre parametri: La dimensione in termini ricettivi (le aziende agrituristiche sono state suddivise in piccole (fino a 12 posti letto) e grandi (oltre 12 posti letto)); l'area di svolgimento dell'attività in funzione del suo collegamento o meno con circuiti di tipo turistico (in questo caso le aziende agrituristiche sono state divise tra: aziende ubicate in "zone turisticamente favorite" ed aziende situate in "zone turisticamente sfavorite"⁸); la tipologia dei servizi offerti (le aziende sono state suddivise in quelle a minore e maggiore grado di integrazione col territorio rurale circostante⁹).

I principali risultati della ricerca mettono in luce: come motivazione per l'avvio dell'attività agrituristica la risistemazione e la rivalutazione degli immobili aziendali per la creazione di un'alternativa al reddito agricolo, nonché per la possibilità di aumentare il reddito aziendale e di migliorare le relazioni sociali; la stagionalità dell'attività agrituristica, che in molti casi tende ad essere effettivamente svolta in determinati e concentrati periodi dell'anno (in genere per meno di quattro mesi¹⁰); come servizio maggiormente diffuso tra le aziende agrituristiche la vendita diretta, seguono le attività ricreative e culturali. La vendita diretta presenta un forte legame con l'attività agricola tradizionale e, spesso, non richiede l'impiego di particolari risorse e competenze per la sua realizzazione, al contrario tutti quei servizi che richiedono maggiori vincoli di gestione e ingenti investimenti risultano meno diffusi tra le aziende (in particolare la ristorazione). Dagli stessi risultati, emergono come i più importanti mezzi di comunicazione internet e il passaparola; come tipologia di clienti prevalenti famiglie e giovani che decidono di soggiornare nella provincia per la sua vicinanza al mare ed alle città d'arte della Toscana.

⁸Lo studio definisce come zona "favorita" quella in cui è presente una risorsa turistica "forte" in grado in qualche misura di fare da traino all'agriturismo sulla base delle risorse turistiche prevalenti del Comune di ubicazione dell'azienda come risulta dalle statistiche regionali sul turismo, che distinguono i "comuni turisticamente favoriti" con quelli che sono classificati come "Arte-Affari" e "Balneare".

⁹Sulla base di una valutazione qualitativa circa la loro natura sono stati identificati come "servizi di integrazione con l'ambiente rurale" i seguenti: partecipazione ad attività agricole, caccia, trekking, visite guidate, corsi di artigianato, attività ricreative/culturali, degustazione, mountain bike, ristorazione, equitazione.

¹⁰Questa ristrettezza del periodo effettivo di apertura nel corso dell'anno può in effetti essere una scelta deliberata e funzionale alla gestione complessiva dell'azienda, in particolare con riferimento alle attività agricole principali, oppure essere una scelta obbligata dalle condizioni di mercato. In quest'ultimo caso la stagionalità dell'attività può rappresentare per le imprese un problema significativo, soprattutto nel caso in cui l'imprenditore abbia attivato particolari servizi e sviluppato investimenti specifici per potenziare l'attività agrituristica al fine di affiancare ed integrare l'attività agricola tradizionale.

La ricerca, nelle sue conclusioni, ha messo in luce, tra le altre cose, un settore agrituristico maremmano molto diversificato al proprio interno, dove appare evidente la necessità di un rafforzamento nella capacità delle imprese di saper connettere tra loro i vari elementi dell'attività aziendale. Ciò non solo restando su una scala individuale, ma anche costruendo iniziative di tipo collettivo che possano ovviare ai limiti strutturali, per altro posti dal rispetto delle normative in materia. In tal senso emerge l'esigenza di orientare in maniera più selettiva il sistema di supporto alle imprese, in modo da favorire i processi di innovazione individuali e collettivi che più sono in grado di creare ricchezza.

Infine, si fa notare come il settore agrituristico possa contribuire a valorizzare attività produttive in difficoltà e/o in declino, ivi compreso il recupero di attività ricreative e culturali legate alle tradizioni della Maremma, favorendo l'incremento di sinergie tra settore agricolo e territorio e stimolando la collaborazione tra operatori pubblici e privati. Questo per realizzare progetti di sistema integrando e creando reti tra diverse realtà quali i parchi tematici, la sentieristica, i percorsi a cavallo, le strade del vino e dei prodotti tipici, le iniziative culturali, gastronomiche, paesaggistiche e architettoniche (*Pacciani, Belletti, Marescotti, Neri, 2007*).

Un interessante esempio di analisi del settore in oggetto, che riguarda un ambito provinciale, è costituita dall'indagine svolta da Nicola Galluzzo, relativa alla provincia di Rieti.

L'obiettivo di tale ricerca è l'individuazione di aree di intervento, in cui viene ripartito il territorio provinciale. Questa funge da base per la predisposizione, da parte delle istituzioni provinciali di azioni mirate e puntuali a favore delle aziende agrituristiche. Le azioni in oggetto devono tendere a salvaguardare le aree rurali a rischio di marginalizzazione, al fine di calibrare gli interventi di finanziamento specifici ed adatti alle peculiarità socio-economiche e orografiche delle aree oggetto di studio.

Le aree rilevate nell'articolo sono quattro:

- 1) olivicolo-biologica;
- 2) rurale;
- 3) montana;
- 4) campagna urbanizzata.

La prima risulta composta dai comuni a ridosso della Sabina romana e ricadenti nel cono attrattore di Roma. Tale area è caratterizzata da aziende agrituristiche ove prevale la coltivazione dell'olivo, con una filiera ben strutturata e indipendente, caratterizzata da un proprio marchio di qualità certificata (olio extravergine d'oliva Sabina DOP). Le imprese agrituristiche coinvolte valorizzano il binomio prodotto-territorio attraverso produzioni agroalimentari di qualità (biologico, prodotti vinicoli DOCG) e mediante percorsi enogastronomici e culturali ben definiti da alcune normative regionali, quali la Strada dell'Olio della Sabina e altre iniziative locali.

Le aziende agrituristiche attive nell'area rurale sono caratterizzate dalle ridotte dimensioni, comprese tra i 5 e i 7 ettari; nelle aziende stesse sono attuate delle attività ricreative e culturali, svolte in ambiti territoriali di significativo interesse paesaggistico e/o naturalistico.

L'area montana è quella che presenta le maggiori problematiche socio-economiche ed ambientali. Essa si distingue per la presenza di aree rurali a forte spopolamento e a severo rischio di marginalizzazione, con un'abbondante presenza di aziende agricole multifunzionali, che svolgono attività diversificate e che attuano una funzione indispensabile per il presidio dello spazio rurale. Le aziende agrituristiche hanno in genere ordinamento zootecnico-foraggiero, con una significativa incidenza del bosco sulla superficie agricola aziendale. Gli allevamenti praticati sono il bovino da carne e l'ovino da latte; i prodotti ottenuti sono spesso trasformati in produzioni agroalimentari della tradizione locale le quali, purtroppo, mantengono la peculiarità di prodotti di nicchia a consumo soprattutto locale. Alcune aziende agrituristiche si collocano in prossimità di rinomati centri attrattori turistici e di interesse naturalistico molto rappresentati da alcuni bacini sciistici e/o da laghi e parchi naturali. Abbastanza diffusa in tale area

è la presenza di produzioni agricole tradizionali come farro, tartufo, insaccati e lenticchie; questi prodotti vengono spesso reimpiegati nella ristorazione.

L'area "campagna urbanizzata" comprende, al proprio interno, numerosi comuni a ridosso del polo urbanizzato di Rieti. Tale area è caratterizzata da aziende agrituristiche che si collocano in aree di media collina, dotate di vie di comunicazione principali e caratterizzate da un'attività rivolta in prevalenza all'escursionismo e alla valorizzazione delle tradizioni socio-culturali delle aree rurali.

Da questa indagine emerge una prima lista di interventi da proporre alle autorità regionali e provinciali, finalizzati alla messa a sistema del settore, tra cui:

- favorire una maggiore interazione tra le aziende agrituristiche ed agricole, per favorire lo scambio di informazioni;
- finanziare azioni di marketing per attività di promozione;
- attuare interventi per valorizzare la filiera carne, compresa la certificazione del prodotto;
- agevolare la sistemazione dei rifugi, per creare dei centri di trasformazione e vendita in loco del latte e dei formaggi;
- promuovere percorsi enogastronomici integrati con i bacini turistici limitrofi, rappresentati da Roma, dalla Tuscia e dall'Umbria, nella sub-area olivicolo-biologica;
- incentivare la realizzazione di fattorie didattiche e di *farmer market*.

(Galluzzo, 2008).

La rassegna dei principali contributi esistenti sulla tematica oggetto di studio può essere arricchita mediante la descrizione degli obiettivi e dei principali risultati di una ricerca empirica sul sistema locale di offerta agrituristica nel Sannio.

L'indagine è stata presa in esame per poter riportare un esempio di studio, dopo le due ricerche analizzate sulla Toscana, sulla regione Campania, in modo da avere un'immagine del settore agrituristico nella regione oggetto di studio ed in due regioni confinanti.

Obiettivi dell'indagine:

- analisi del settore agriturismo e della sua capacità di creare nuovo valore, come uno dei più frequenti percorsi di diversificazione nell'agricoltura delle aree interne;
- verifica della consistenza e della sostenibilità delle strategie competitive realizzate dalle aziende agrituristiche sannite.

La ricerca è stata articolata in tre fasi, la prima ha previsto la raccolta di dati ufficiali, la seconda un'indagine diretta, che ha coinvolto 110 aziende localizzate in tutti i comuni del territorio sannita, al fine di ottenere un elenco aggiornato delle aziende agricole che hanno intrapreso percorsi di diversificazione e che svolgono attività agrituristica. Mentre nella terza è stato costituito un panel di esperti per la realizzazione di interviste all'interno di *focus group* per approfondire, da un lato, le tendenze in atto e, dall'altro per confermare i risultati emersi dall'indagine.

Le interviste e le analisi successive sono state organizzate sulla base dei quattro Sistemi Territoriali Agroalimentari e Rurali in cui è articolata la provincia di Benevento.

Dall'analisi emerge un fenomeno agriturismo sannita in fase nascente, con deboli caratteri di imprenditorialità, a prevalente conduzione familiare e poco sostenuto da scelte di politica aziendale orientate alla qualità, alla valorizzazione commerciale delle produzioni aziendali ed alla specializzazione dei beni e servizi offerti. Una delle principali ragioni per l'avvio dell'attività agrituristica è collegata alla possibilità di accedere a finanziamenti FEAOG (utilizzati dal 90% delle aziende osservate). I servizi offerti sono soprattutto di natura ristorativa con una presenza minima di servizi ricreativi e sportivi. Le aziende agrituristiche sannite, inquadrare in circuiti turistici tradizionali e su cui si è scarsamente investito in termini di promozione e pubblicità, propongono una ristorazione a basso costo che risponde ad una domanda caratterizzata dal mordi e fuggi (le permanenze nel 61% dei casi durano meno di un giorno), ma che risente di fenomeni di concorrenza sleale con ristoratori ed albergatori. Il settore agriturismo sannita risente anche della scarsa connessione tra ristorazione e vendita diretta che, al contrario

potrebbe funzionare come strumento per la promozione dei prodotti aziendali e per mantenere utili contatti con i clienti anche dopo la permanenza in agriturismo. La ricerca ha evidenziato numerose lacune nelle aziende agrituristiche sannite i cui conduttori presentano un atteggiamento estremamente orientato verso l'interno dell'azienda, piuttosto che verso potenziali clienti, attraverso un'offerta molto scarsa ed insufficiente rispetto ai servizi di tipo ricreativo, sportivo, culturale, sociale e di *wellness* provocando un'inevitabile abbassamento della qualità percepita.

Per concludere, lo studio propone come possibili percorsi di valorizzazione del sistema agrituristico la creazione di network relazionali in grado di riorientare l'offerta verso un approccio maggiormente *demand-oriented*, il potenziamento di mezzi di comunicazione e promozione, l'organizzazione e gestione integrata dell'offerta fondando il tutto sul territorio sul quale l'attività esiste (Nazzaro, 2008).

Si possono chiudere gli studi analizzati con la descrizione di una ricerca che abbraccia la tematica del turismo rurale nel Lazio.

Gli obiettivi della ricerca sono così sintetizzabili:

1. fornire un'indicazione quali/quantitativa sulla situazione del turismo rurale nel Lazio;
2. individuare una metodologia che permette di scegliere dei criteri a cui fare riferimento per valutare l'offerta turistica e la valenza territoriale dell'area considerata;
3. dare una valutazione dell'integrazione esistente tra l'offerta turistica presente nei comuni del Lazio e gli elementi che caratterizzano questo tipo di vacanza.

Per studiare l'ospitalità e la ristorazione sono stati utilizzati i seguenti indicatori: numero di alberghi, numero di posti letto alberghieri, numero delle aziende agrituristiche, numero di alloggi in affitto, numero di campeggi e di villaggi turistici, numero di altri servizi (ostelli, *bed and breakfast*), numero di posti letto negli esercizi complementari. L'altro elemento cardine nel quantificare l'offerta turistica di un determinato territorio è dato dal numero e dalla tipologia degli esercizi di ristorazione presenti, utilizzando come indicatori il numero di ristoranti, pizzerie e trattorie ed il numero di ristoranti agrituristici. Nell'analisi è

stata inoltre eseguita una valutazione della maggiore o minore “attrattività” di un comune rispetto al turista rurale. A tal fine sono stati considerati otto fattori che includono: le tradizioni popolari con indicatori inerenti al numero delle feste e sagre popolari; l’ambiente e l’arte con indicatori relativi alla ricchezza del patrimonio artistico (chiese, castelli, antiche masserie, ecc.) e la presenza di aree protette; l’artigianato e i prodotti tipici alimentari con indicatori inerenti al numero di settori artigianali presenti, al numero di prodotti tipici tradizionali, al numero di vini DOC e IGT ed al numero di prodotti DOP e IGP.

L’ultima operazione effettuata in questa analisi ha riguardato l’integrazione dei risultati relativi all’offerta di ospitalità e ristorazione con quelli che fanno riferimento alla valenza territoriale, questo allo scopo di individuare delle aree in cui il turismo rurale è più sviluppato e delle zone dove lo è meno.

I risultati dell’analisi sono mostrati mediante la costruzione di mappe tematiche dalle quali emergono:

- le aree di ruralità ¹¹ dalle quali si evidenziano due province (Rieti e Viterbo) con oltre l’80% di comuni, il cui tipo di attività agricola appare più idoneo a fare da substrato favorevole per lo sviluppo del turismo rurale, seguite da Roma con il 43,3% di comuni favorevoli, Latina (39,4%) e da Frosinone (34,1%);
- le aree dell’ospitalità e della ristorazione, dalle quali emerge che i comuni della provincia di Roma registrano il valore assoluto più alto (104 esercizi), seguiti da Viterbo (91), Latina (90), Frosinone (78), Rieti (52). Se, invece, viene considerato il numero di posti letto/1000 abitanti, le aree rurali meglio dotate risultano essere quelle relative alla Provincia di Rieti, di Viterbo e di Latina. Dal punto di vista degli agriturismi la Provincia di Viterbo risulta la più dotata, seguita da Rieti, Roma, Frosinone e Latina, mentre relativamente alle “altre strutture ricettive”, di cui fanno parte i *bed and breakfast*, la provincia rurale di Roma è quella che ne ha di più, seguita da Viterbo, Rieti, Frosinone, Latina;
- le aree della valenza territoriale ¹² considerate rispetto a tre raggruppamenti, alla

¹¹ Il criterio utilizzato per la loro individuazione è quello della partizione del territorio basata sul metodo del consenso, così come descritto in Senni S., *Le aree rurali del Lazio*, Quaderni di informazione Socioeconomica, Viterbo 2000. Secondo tale classificazione nel Lazio erano 331 i comuni classificati come tali.

¹² Per valenza territoriale s’intende, in questo lavoro, una serie di caratteristiche legate al territorio che possono fornire una maggiore o minore attrattività del comune nei confronti del turista rurale.

base dei quali sono state censite delle tradizioni popolari; di queste 481 fanno riferimento al comune di Roma, 300 ai comuni del Viterbese, del Reatino, del Frusinate e 135 a quelli di Latina (Lucia, 2004).

Da questa breve disamina delle indagini svolte sull'agriturismo, emerge come quasi tutte si siano concentrate su aspetti generali dell'universo delle aziende del settore, sul tipo di servizi offerti e sulle motivazioni alla domanda di agriturismo. Le indagini sono state difatti prevalentemente focalizzate su alcuni aspetti del settore agrituristico come le caratteristiche delle imprese esistenti, l'individuazione degli strati di popolazione più interessati ed il livello di soddisfazione della clientela.

Questa ricognizione, e soprattutto la parte relativa alle indagini svolte a livello locale, è risultata particolarmente interessante in quanto, nonostante gli studi analizzati presentino metodologie differenti, da essi emergono alcune similitudini nei risultati ottenuti in larga misura connessi alle problematiche del settore ed alla sua differenziazione territoriale.

La tavola sinottica seguente riporta un quadro riassuntivo di obiettivi, metodologie ed aree di studio delle indagini sull'agriturismo sopra descritte.

Autore e anno di pubblicazione	Obiettivi	Metodologia	Aree di studio
Gli italiani e le vacanze in agriturismo (Cambi, 2006)	Definizione dei punti di forza e di debolezza dell'agriturismo in Italia.	Analisi campionaria con 2.500 interviste, tesa a verificare la conoscenza del settore agrituristico, da parte dell'intera popolazione italiana, la percezione dell'ambito in cui si svolge la vacanza in agriturismo e le aspettative degli italiani in materia.	Intera superficie nazionale.
Agriturismo e turismo rurale (Gregori, 2002)	Analisi comparata di quattro precedenti indagini sul settore agrituristico, finalizzata alla individuazione di risultati comuni a tutte le indagini.	Le indagini esaminate utilizzavano sia la somministrazione diretta di questionari, sia l'invio postale a potenziali fruitori, insieme con interviste dirette ed altro.	Le indagini esaminate sono state svolte sia a livello locale, sia a livello nazionale.
Appunti e riflessioni sull'agriturismo (Zucca, Pasi, 1999)	Indagine su vari aspetti dell'agriturismo, comprendente un'analisi delle organizzazioni di settore.	Lo studio è effettuato utilizzando dati delle associazioni di categoria quali Agriturst e Terranostra.	Superficie nazionale ed europea

L'agriturismo nel Lazio: il sistema agrituristico e le aziende (Falconi, 2004)	Indagine sull' insieme delle aziende agrituristiche del Lazio, finalizzata ad individuare la distribuzione tra le province, gli aspetti più importanti che caratterizzano le aziende del settore (Sau, dimensioni e tipo dei servizi offerti, genere e età dei titolari, le modalità di presentazione sul mercato, etc.), oltre ad una serie di informazioni sui clienti e sul grado di soddisfazione.	Analisi sulle informazioni reperite presso Province e comuni del Lazio, in merito alle aziende iscritte agli elenchi provinciali ed autorizzate dai comuni.	Regione Lazio
L'impresa agrituristica: status e possibilità di sviluppo, con un'indagine nel territorio della Regione Lazio (Regoliosi, 2008)	Indagine su alcuni aspetti di un campione di agriturismi, riguardanti le strutture, la forma giuridica dell'impresa, le caratteristiche geografiche, il numero di operatori, il fatturato e le produzioni agricole prevalenti.	Somministrazione di questionari a 427 aziende agrituristiche, cui hanno risposto 63 (14,8%).	Regione Lazio
Monitoraggio di un campione di aziende agrituristiche per la validazione della proposta per la classificazione delle attività agrituristiche della Regione Toscana (Balestrieri, 1998)	Indagine su un campione di aziende agrituristiche toscane, finalizzato ad verificare un modello di classificazione delle stesse.	Studio su un campione di 191 aziende, mediante somministrazione di questionari	Regione Toscana
L'agriturismo in Maremma: dinamiche e prospettive (Pacciani, Belletti, Marescotti, Neri, 2007).	L'indagine mira ad analizzare i problemi ed i fabbisogni delle aziende agrituristiche grossetane, anche al fine di disporre di informazioni utili per la predisposizione di opportune strategie di miglioramento sia pubbliche che private.	La ricerca ha previsto lo svolgimento di un'indagine diretta presso un campione di 193 imprese agricole che esercitano attività agrituristica nel territorio della provincia di Grosseto.	Provincia di Grosseto
La zonizzazione agrituristica in un'area interna mediante l'individuazione di sub-aree di intervento (Galluzzo, 2008)	Individuazione delle sub aree di intervento in cui viene ripartita la provincia di Rieti, per focalizzare le misure a favore delle aree rurali comprese nelle sub aree stesse.	Confronto tra la zonizzazione proposta nel Piano Agrituristico Regionale e quella del PSR.	Provincia di Rieti

Sviluppo rurale, multifunzionalità e diversificazione in agricoltura. Nuovi percorsi di creazione di valore per le aziende agricole delle aree interne del Mezzogiorno d'Italia (Nazzaro, 2008)	Analisi del settore agrituristico e della sua capacità di creare nuovo valore, come uno dei più frequenti percorsi di diversificazione nell'agricoltura delle aree interne e verifica della consistenza e della sostenibilità delle strategie competitive realizzate dalle aziende agrituristiche sannite.	La ricerca è stata articolata in tre fasi prevedendo nella prima la raccolta di dati ufficiali, nella seconda un'indagine diretta che ha coinvolto 110 aziende localizzate in tutti i comuni del territorio Sannita e nell'ultima la costituzione di un panel di esperti per la realizzazione di interviste all'interno di focus group. Le interviste e le analisi sono state organizzate sulla base dei quattro Sistemi Territoriali Agroalimentari e Rurali in cui è articolata la provincia di Benevento.	Provincia di Benevento
Il turismo rurale nel Lazio (Lucia, 2004)	Fornire una indicazione quali/quantitativa sulla situazione del turismo rurale nel Lazio; individuare una metodologia che permettesse di specificare dei criteri a cui fare riferimento per valutare l'offerta turistica e la valenza territoriale dell'area considerata; dare una valutazione dell'integrazione esistente tra l'offerta turistica presente nei comuni del Lazio e gli elementi che caratterizzano questo tipo di vacanza.	Raggruppamento dei comuni rurali in aggregazioni caratterizzate da aspetti produttivi e geografici omogenei; elaborazione ed applicazione di una serie di indicatori, riguardanti le tipologie ed il numero di alberghi, locande, agriturismi, ristoranti, pizzerie etc. esistenti in ogni aggregazione; valutazione gruppo per gruppo di alcuni fattori di attrattività, come feste, componenti ambientali, esistenza di aree protette, peculiarità artigianali e enogastronomiche, prodotti tipici etc.; integrazione dei dati relativi all'offerta di ospitalità e ristorazione con gli elementi di attrattività, per individuare le aree a livelli diversi di attività e potenzialità agrituristiche; elaborazione di mappe tematiche che restituiscono le situazioni prima descritte.	Tutte le provincie del Lazio

2.3 L'agriturismo in Italia¹³

L'agriturismo nasce alla fine degli anni sessanta e si afferma in Italia, a partire dagli anni ottanta, sulla scia di una domanda turistica che rivaluta la campagna come luogo di vacanza in cui trovare tranquillità e recuperare i legami con la natura, con le attività agricole, con un comune passato rurale più o meno recente. Le aree dove l'agriturismo ha conosciuto nel nostro Paese il primo e più consistente sviluppo sono state le Province di Trento e Bolzano e la Valle d'Aosta. Qui esso è cresciuto attorno agli alpeggi montani, grazie alle spinte prodotte dalla presenza di un'ampia domanda turistica (Regoliosi, 2008), ma anche grazie alla vicinanza con paesi dove questa forma di ospitalità si andava già affermando prima che da noi.

Le ragioni del successo dell'agriturismo risiedono proprio nelle particolari caratteristiche sia della domanda che dell'offerta; per quanto riguarda la prima, occorre ricordare che tra le motivazioni vi è una sensibile crescita dei temi legati al mondo della gastronomia e dei prodotti di alta qualità, una maggiore curiosità da parte dei potenziali clienti per degli ambienti rurali poco conosciuti ed un generale aumento della sensibilità ambientale nella richiesta dei servizi turistici. Dal lato dell'offerta, il territorio nazionale risulta particolarmente vocato grazie a diverse caratteristiche, tra le quali vale la pena di ricordare la varietà e la particolare bellezza di molte aree, la presenza di innumerevoli borghi e amenità artistiche sparse sul territorio, le dimensioni contenute che rendono relativamente ben raggiungibili tutte le mete anche con brevi vacanze o gite "fuori porta".

In particolare, come è noto, negli anni più recenti, si è assistito allo sviluppo di un nuovo tipo di rapporto tra la società metropolitana ed il mondo rurale, caratterizzato da una maggiore attenzione e sensibilità nei confronti delle relazioni tra il territorio e le attività dell'uomo. Nell'ambito di questo nuovo rapporto è stato avviato un recupero di abitudini e tradizioni; è stato inoltre riscoperto l'interesse per l'architettura degli edifici rurali e del paesaggio e sono state rivalutate la dignità del lavoro e dell'attività agricola. In tale ottica, è emerso il

¹³ Il paragrafo è tratto da Coronas (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), *Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio*, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

nuovo ruolo centrale dell'attività agricola, costituito dalla tutela dell'ambiente e del paesaggio, dalla riscoperta del piacere di mangiare sano e genuino attraverso i prodotti tipici e dalla ricerca di una vacanza più economica e rilassante.

L'agriturismo rappresenta uno dei modi per diversificare i redditi agricoli e può determinare notevoli benefici per il generale sviluppo delle aree rurali. Tra i benefici suddetti possono includersi l'opportunità di recuperare edifici rurali di particolare interesse e la valorizzazione delle identità territoriali, grazie al contributo in termini di maggiore conoscenza dei prodotti di pregio e delle tradizioni locali. L'insieme dei benefici stessi contribuisce inoltre a creare un'immagine positiva dell'attività agricola presso l'opinione pubblica (Henke, Sardone, 2005).

2.3.1 L'offerta agrituristica in cifre¹⁴

L'ISTAT, a partire da un'indagine strutturale del 2003, ha iniziato ad elaborare statistiche annuali sul settore agrituristico, inquadrando il fenomeno all'interno della diversificazione aziendale definita, dallo stesso Istituto, come l'insieme di attività differenti da quelle tradizionali di coltivazione ed allevamento, ad esse connesse e svolte comunque mediante l'utilizzo di risorse o di prodotti della stessa azienda (Casini *et al*, 2009).

Una sintesi delle statistiche annuali sull'agriturismo elaborate dall'ISTAT è mostrata nella Tabella 2.1 dove si possono notare una distribuzione abbastanza capillare del settore sul territorio e la sua continua espansione nel tempo, con un incremento nel numero delle aziende agrituristiche autorizzate del 46% dal 2003 al 2009.

Guardando più da vicino i dati presenti nella tabella, in termini assoluti le regioni che presentano il maggior numero di aziende autorizzate sono la Toscana e il Trentino Alto Adige, regioni in cui il fenomeno risulta storicamente più radicato. Al tempo stesso il settore agrituristico raggiunge dimensioni significative, in termini di numero di aziende, anche in Veneto, Lombardia ed Umbria.

¹⁴ Il paragrafo è tratto da Coronas (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), *Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio*, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

Inoltre, tra le regioni in cui si registrano i maggiori incrementi percentuali vi sono il Lazio (+104%); le Marche (+89%); il Piemonte (+81%). Mentre il numero delle aziende decresce in Basilicata (-17%).

Tab. 2.1 – Aziende agrituristiche autorizzate per regione

REGIONI	2003	% regionali	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% regionali	Variazione % 08-03	Variazione % 09-03
PIEMONTE	533	4	640	786	795	882	933	963	5	75	81
VALLE D'AOSTA	53	0	54	56	58	57	56	53	0	6	0
LOMBARDIA	728	6	805	883	966	1064	1132	1246	7	55	71
TRENTINO-ALTO ADIGE	2636	20	2769	2865	3169	3071	3229	3192	17	22	21
VENETO	840	6	885	1012	1124	1198	1222	1261	7	45	50
FRIULI-VENEZIA GIULIA	350	3	376	413	442	443	481	524	3	37	50
LIGURIA	258	2	308	323	343	368	391	441	2	52	71
EMILIA- ROMAGNA	547	4	569	654	772	809	846	896	5	55	64
TOSCANA	2953	23	3200	3527	3798	3977	4061	4046	21	38	37
UMBRIA	672	5	656	890	952	1026	1052	1020	5	57	52
MARCHE	407	3	483	526	670	747	768	771	4	89	89
LAZIO	345	3	391	423	457	552	629	704	4	82	104
ABRUZZO	458	4	526	459	535	600	601	663	3	31	45
MOLISE	68	1	74	78	82	82	89	89	0	31	31
CAMPANIA	581	4	633	710	734	750	809	849	4	39	46
PUGLIA	203	2	203	207	265	257	270	282	1	33	39
BASILICATA	270	2	259	249	240	236	231	224	1	-14	-17
CALABRIA	266	2	299	313	330	461	466	482	3	75	81
SICILIA	308	2	316	342	377	422	457	538	3	48	75
SARDEGNA	543	4	571	611	656	718	757	775	4	39	43
ITALIA	13019	100	14017	15327	16765	17720	18480	19019	100	42	46
Fonte: elaborazioni su dati ISTAT											

Nel complesso i dati mostrano una maggior concentrazione di agriturismi al nord, seguono il centro ed, infine, il sud e le isole.

Focalizzando l'attenzione sugli ultimi due anni di riferimento, si può analizzare la consistenza delle aziende agrituristiche in relazione al tipo di servizi offerti. La Tabella 2.2 mostra l'evoluzione dal 2008 al 2009 delle aziende autorizzate all'alloggio, alla ristorazione ed alle altre attività quali l'equitazione, le escursioni, le osservazioni naturalistiche, il trekking, la mountain-bike, la speleologia e le attività sportive varie.

Tab. 2.2 – Aziende agrituristiche autorizzate per tipo di attività e regione

REGIONI	Alloggio		var.%	Ala ristorazione		var.%	Altre attività		var.%
	2008	2009		2008	2009		2008	2009	
PIEMONTE	681	713	4.7	588	632	7.5	671	687	2.4
VALLE D'AOSTA	42	40	-4.8	32	35	9.4	3	3	0.0
LOMBARDIA	586	627	7.0	848	898	5.9	511	579	13.3
TRENTINO-ALTO ADIGE	2855	2774	-2.8	555	543	-2.2	1389	1346	-3.1
VENETO	693	731	5.5	693	714	3.0	450	465	3.3
FRIULI-VENEZIA	237	264	11.4	335	402	20.0	219	195	-11.0
LIGURIA	318	369	16.0	237	265	11.8	134	171	27.6
EMILIA-ROMAGNA	609	641	5.3	660	694	5.2	672	713	6.1
TOSCANA	4018	4002	-0.4	994	982	-1.2	2648	2643	-0.2
UMBRIA	1050	1020	-2.9	319	328	2.8	913	892	-2.3
MARCHE	686	697	1.6	426	417	-2.1	238	273	14.7
LAZIO	458	521	13.8	436	433	-0.7	413	447	8.2
ABRUZZO	521	568	9.0	334	360	7.8	312	342	9.6
MOLISE	64	64	0.0	78	78	0.0	49	49	0.0
CAMPANIA	608	636	4.6	623	653	4.8	462	472	2.2
PUGLIA	267	282	5.6	188	243	29.3	183	141	-23.0
BASILICATA	202	194	-4.0	122	125	2.5	145	141	-2.8
CALABRIA	451	465	3.1	444	459	3.4	359	376	4.7
SICILIA	413	486	17.7	379	432	14.0	380	452	18.9
SARDEGNA	575	587	2.1	637	642	0.8	203	196	-3.4
ITALIA	15334	15681	2.3	8928	9335	4.6	10354	10583	2.2

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

2.3.2 La domanda agrituristica¹⁵

L'ISMEA nel dicembre del 2009 ha pubblicato i risultati di uno studio sulla domanda agrituristica.

La metodologia adottata nella ricerca ha previsto da un lato, la realizzazione di due focus group e, dall'altro, interviste telefoniche dirette a un campione di 2000 persone, di età compresa tra i 28 e i 75 anni.

Dai focus gruppo è emerso che una parte del campione predilige trascorrere le vacanze in luoghi già visitati mentre un'altra parte preferisce recarsi in luoghi mai frequentati prima.

¹⁵ L'analisi ISMEA è stata scaricata dal sito della Rete Rurale (www.reterurale.it).

Un elemento che accomuna la quasi totalità dei partecipanti è quello legato a comportamenti diversi in base alla distanza del luogo di vacanza e dei rischi percepiti. Da un lato, costruire da soli la vacanza è gratificante e ricco di soddisfazioni, dall'altro l'adesione a proposte preconfezionate è ritenuto opportuno quando i luoghi sono sconosciuti e lontani, oppure quando ci sono bambini in famiglia.

Il principale significato che viene attribuito alla vacanza è quello dell'evasione dalla quotidianità e dalla routine.

I momenti ideali per praticare l'agriturismo sono innanzitutto i mesi primaverili e l'inizio dell'estate e secondariamente la stagione autunnale; anche se non manca chi associa l'agriturismo all'inverno ed alle vacanze natalizie.

Una buona parte del gruppo considera il fine settimana, un ponte o comunque un arco temporale di 3-4 giornate come la durata più indicata per una vacanza in agriturismo.

L'agriturismo deve presentare:

- una attività agricola con la presenza di animali;
- la possibilità di partecipare alla vita della fattoria e di svolgere attività organizzate;
- disponibilità di prodotti locali, buona cucina, preparazioni alimentari realizzate dagli stessi gestori.

Gli elementi negativi associati, dai partecipanti all'indagine, ad un agriturismo sono riconducibili ad una gestione di tipo standard ed impersonale simile a quella di una catena alberghiera; al predominio di asfalto e cemento, invece di un fabbricato rurale e caratteristico; alla proposta di cibi surgelati, convenzionali o comunque industriali, invece dei piatti tipici del luogo; ad un affollamento eccessivo.

Tutti sono d'accordo sulla necessità che la struttura agrituristica accetti bancomat e carte di credito, oltre che sull'opportunità della copertura per i cellulari.

Nessun partecipante si è invece mostrato propenso all'inserimento di uno spazio adibito a discoteca e pochi si sono dichiarati favorevoli alla presenza della Tv satellitare.

È emersa chiaramente la preferenza per l'idea che le aziende agrituristiche siano specializzate su alcune proposte e non su altre, in modo da indirizzarsi a determinati segmenti di clientela. Le esigenze, infatti, sono molto differenziate in base all'età, alla tipologia di famiglia, alla durata del soggiorno e ad altri parametri ancora.

Nell'azienda agrituristica è gradita la possibilità di trovare una piacevole prima colazione, ma anche il pranzo e soprattutto la cena. Per molti, l'azienda deve essere biologica, in quanto coerente con la filosofia imprenditoriale che si immagina in un agriturismo. È fondamentale che l'agriturismo sia abitato, il solo affitto di appartamenti in campagna (vacanza verde) non è considerato come tale.

Il proprietario, da un lato, deve essere un coltivatore o un allevatore e, dall'altro deve anche essere informato e acculturato relativamente alla realtà circostante, ai suoi prodotti, alle sue tradizioni.

Nella stessa indagine dell'ISMEA è svolta anche un'analisi quantitativa sui consumatori. Dai principali risultati di quest'ultima emerge che il 30% circa degli intervistati ha pernottato almeno una volta in una struttura agrituristica. Per quanto riguarda l'area geografica, è evidente una minore penetrazione dell'agriturismo presso la popolazione meridionale e insulare; è altrettanto evidente come la presenza di bambini in famiglia, e secondariamente di ragazzi, sia uno stimolo importante nella scelta di soggiornare in un agriturismo.

Un altro aspetto rilevante che emerge dai risultati è dato dalla maggiore propensione alla frequentazione degli agriturismi da parte delle fasce professionali più elevate e dagli strati sociali caratterizzati da una maggiore scolarizzazione (il 47% degli ospiti possiede una laurea).

Da rilevare che il 36% del campione che ha pernottato in agriturismo vi ha trascorso due notti. Inoltre per il 50% dei casi l'informazione sulla struttura agrituristica scelta è arrivata tramite amici e per il 36% tramite internet.

2.3.3 La normativa nazionale sul settore¹⁶

2.3.3.1 *La Legge Quadro del 1985*

Il legislatore, nel formulare la prima legge quadro sull'agriturismo del 1985, ha ritenuto di contemperare due diverse esigenze. In primo luogo, l'esigenza, avvertita nel mondo agricolo, di consentire attività diverse da quelle tipicamente agricole ed in grado di integrare il reddito aziendale. In secondo luogo, la necessità di delineare con chiarezza i confini entro i quali far ricadere le attività classificate sotto questo termine, anche alla luce della rapida crescita del numero di soggetti che si andavano dedicandosi all'attività agriturstica.

Con l'emanazione di tale norma il legislatore si proponeva di sostenere il settore agricolo, anche attraverso la promozione di forme idonee di turismo in stretto contatto con le aziende agricole, in modo da mantenere gli agricoltori nelle aree rurali, mediante l'integrazione dei redditi ed il miglioramento delle condizioni di vita.

La scelta fondamentale si è concretizzata nell'inclusione dell'attività agriturstica all'interno di quella agricola, che deve comunque rimanere la principale, specificando che l'attività stessa debba rispettare i requisiti di connessione e complementarietà all'attività principale (la coltivazione del fondo e/o l'allevamento del bestiame).

A tal fine la legge ribadiva, in modo inequivocabile, che un agriturismo non può esistere senza avere alle spalle un'azienda agricola in esercizio, poiché tutte le strutture ed i manufatti utilizzati devono essere rappresentati da dotazioni dell'azienda. In tale ottica, anche la somministrazione di pasti e bevande deve essere effettuata in prevalenza con produzioni proprie e l'organizzazione delle attività ricreative o culturali deve avvenire nell'ambito dell'azienda, eccezion fatta per i servizi accessori e offerti mediante piscina e/o campo da tennis.

Per quanto riguarda criteri, limiti ed obblighi amministrativi da rispettare nello svolgimento dell'attività agriturstica, nella legge veniva previsto uno specifico

¹⁶ Il paragrafo e i sottoparagrafi sono tratti da Coronas (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

rinvio alle Regioni, che dovevano legiferare nel rispetto ed in sinergia con le proprie caratteristiche territoriali.

Dopo più di vent'anni dall'approvazione della Legge quadro n.730\1985, il legislatore nazionale ha optato per la riforma di tale provvedimento, da una parte per ovviare a problematiche conseguenti ad una forte confusione giuridica e giurisprudenziale, ma dall'altra anche alla luce di uno scenario agricolo notevolmente mutato.

2.3.3.2 La Legge n. 96 del 20 febbraio 2006

Attualmente, il settore agriturismo è disciplinato dalla legge 20 febbraio 2006 n. 96, che si prefigge di regolare la materia nel suo insieme e, quindi, abroga completamente la norma precedente.

Il legislatore, prima di dare una definizione di attività agrituristica, ribadisce la sua intenzione, in armonia con i programmi di sviluppo rurale dell'Unione Europea, di sostenere l'agricoltura mediante forme di turismo rurale che tutelino e valorizzino le risorse di ciascun territorio e di favorire il mantenimento delle attività umane nelle aree rurali e la multifunzionalità dell'agricoltura per la differenziazione dei redditi agricoli. Si propone inoltre di tutelare ed incentivare produzioni tipiche e tradizioni enogastronomiche, di recuperare il patrimonio edilizio e le peculiarità paesaggistiche, di promuovere la cultura rurale e l'educazione alimentare.

La legge prosegue con la definizione di attività agrituristiche, che sono individuate come tutte quelle attività di ricezione e ospitalità, esercitate dagli imprenditori agricoli di cui all' articolo 2135 del codice civile, anche nella forma di società di capitali o di persone, oppure associati fra loro, attraverso l'utilizzazione della propria azienda ed in rapporto di connessione con le attività di coltivazione del fondo, di silvicoltura e di allevamento di animali.

In particolar modo fra queste attività rientrano:

- a) l'ospitalità in alloggi o in spazi aperti destinati alla sosta di campeggiatori;
- b) la somministrazione di pasti e bevande, costituiti prevalentemente da prodotti propri e da prodotti di aziende agricole della zona, ivi compresi i prodotti a carattere alcolico e superalcolico, con preferenza per i prodotti tipici e

caratterizzati dai marchi DOP, IGP, IGT, DOC e DOCG o compresi nell'elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali;

c) l'organizzazione di degustazioni di prodotti aziendali, ivi inclusa la mescita di vini, alla quale si applica la legge 27 luglio 1999, n. 268;

d) l'organizzazione, anche all'esterno dei beni fondiari nella disponibilità dell'impresa, di attività ricreative, culturali, didattiche, di pratica sportiva, nonché escursionistiche e di ippoturismo, anche per mezzo di convenzioni con gli enti locali, finalizzate alla valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale.

Come la precedente, anche la nuova legge, in ossequio del principio di sussidiarietà verticale, dà ampia delega agli organismi territoriali ed in particolar modo alle Regioni a cui spetta:

1) la disciplina degli interventi per il recupero del patrimonio edilizio esistente ed in uso dell'imprenditore agricolo, ai fini dell'esercizio di attività agrituristiche, nel rispetto delle specifiche caratteristiche tipologiche e architettoniche, nonché delle caratteristiche paesaggistico - ambientali dei luoghi;

2) la fissazione di criteri, limiti e obblighi amministrativi per lo svolgimento dell'attività agriturbistica, tenendo conto delle caratteristiche del territorio regionale;

3) la definizione dei criteri per la valutazione del rapporto di connessione delle attività agrituristiche, rispetto alle attività agricole (che devono rimanere prevalenti), con particolare riferimento al tempo di lavoro necessario all'esercizio delle stesse attività;

4) la disciplina sulla somministrazione di pasti e di bevande;

5) l'invio al Ministero di una relazione sullo stato dell'agriturismo nel territorio di propria competenza;

6) la competenza di uniformare le proprie normative alla legge in vigore ed emanare norme di adeguamento alla stessa per le aziende già autorizzate all'esercizio dell'attività agriturbistica.

Rispetto alla legge precedente, questa ultima chiarisce alcune aspetti che prima avevano dato luogo ad interpretazioni contrastanti.

In primo luogo, è stata meglio quantificata la dimensione dell'attività agriturbistica, inoltre, è stato introdotto il concetto di zona o di località per quello che attiene gli

alimenti somministrabili nell'attività di ristorazione; questi alimenti devono essere preferibilmente tipici e caratterizzati da denominazione d'origine o compresi tra gli elenchi ufficiali di quelli tradizionali. Per quanto riguarda la ristorazione, sono stati posti alcuni paletti che hanno voluto costringere la connessione entro limiti forti.

La legge continua stabilendo, all'art. 9, che su tutto il territorio nazionale la denominazione agriturismo sia consentita solo alle aziende in possesso delle qualifiche richieste dalla legge.

La legge in oggetto prevede, infine, l'istituzione di un Osservatorio Nazionale dell'agriturismo presso il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, dedicato ad un migliore coordinamento dello sviluppo del settore ed allo scambio di esperienze fra le diverse Regioni (Regoliosi, 2008).

2.3.4 Proposte di classificazione omogenea del settore

Una delle principali problematiche legate al settore agriturismo italiano è rappresentata dalla mancanza di una classificazione omogenea del settore.

“Il Ministro delle politiche agricole e forestali, sentito il Ministro delle attività produttive, previa intesa in sede di Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e di Bolzano, al fine di una maggiore trasparenza e uniformità del rapporto tra domanda e offerta di agriturismo, determina criteri di classificazione omogenei per l'intero territorio nazionale e definisce le modalità per l'utilizzo, da parte delle Regioni, di parametri di valutazione riconducibili a peculiarità territoriali (art.9 Legge 20 febbraio 2006, n.96)”.

L'osservatorio Nazionale sull'agriturismo attraverso un suo lavoro del novembre scorso propone un metodo di classificazione delle aziende agrituristiche al fine di garantire al pubblico una “idea di massima” del livello di comfort (comodità dell'accoglienza) e della varietà nei servizi offerti (animazione dell'accoglienza) da ciascuna azienda, mediante l'attribuzione di livelli, distinti da un numero variabile di simboli riportati in successione.

La procedura di classificazione delle aziende agrituristiche può prevedersi in due modi:

- per autodichiarazione (l'azienda si attribuisce il livello di classifica attraverso la compilazione di un modulo recante un insieme di requisiti e le necessarie istruzioni per attribuire la classifica);
- per valutazione "esterna" (sopralluogo di autorità competenti che rilevano i requisiti, compilano il modulo, attribuiscono il livello di classifica).

Ciascuna Regione ha facoltà di scelta fra le due soluzioni.

La classificazione si basa su "cosa" l'azienda offre e non su "come" lo offre; quindi, si basa su requisiti concretamente rilevabili e non può tenere conto dei comportamenti di gestione, che determinano la qualità dei servizi.

L'osservatorio, nel corso del 2010, ha condotto un'indagine sulle caratteristiche dell'offerta agrituristica che ha coinvolto più di 500 aziende su tutto il territorio nazionale per un campione finale di 460 agriturismi.

Ad ogni impresa è stato sottoposto un primo questionario di autovalutazione, attraverso il quale gli operatori agrituristici hanno dato indicazioni sui requisiti ritenuti più significativi ai fini della classificazione e, successivamente, un secondo test per raccogliere informazioni sulla relazione fra i requisiti effettivamente posseduti da ciascuna azienda e la categoria di classificazione in cui l'azienda stessa ritiene di collocarsi (o è stata già collocata dalla vigente classificazione regionale, ove istituita).

L'azienda nell'inquadrarsi in una determinata categoria dovrà considerare i seguenti livelli:

- 1 - Azienda che offre soltanto le attrezzature e i servizi minimi previsti dalla legge in condizioni di necessaria igiene e funzionalità.
- 2 - Azienda che offre, in forma semplice, attrezzature e servizi oltre il minimo previsto dalla legge in un contesto paesaggistico-ambientale "normale".
- 3 - Azienda "media" che offre, con alcune rifiniture organizzative o qualità strutturali, attrezzature e servizi che evidenzino anche la caratterizzazione agricola e naturalistica dell'accoglienza, in un contesto paesaggistico-ambientale di buona qualità.
- 4 - Azienda che cura armonicamente il comfort e la caratterizzazione agricola e naturalistica dell'accoglienza, mettendo a disposizione dell'ospite un complesso di

attrezzature e servizi di livello elevato in un contesto paesaggistico-ambientale eccellente.

5 - Azienda che, oltre ai requisiti propri della categoria 4, presenti particolari eccellenze nella prestazione dei servizi, nelle peculiarità del contesto paesaggistico-ambientale e nella evidenza della caratterizzazione agricola e naturalistica dell'ospitalità.

Nonché considerare che la classificazione non serve ad indicare se una azienda è più o meno "buona", ma piuttosto se un'azienda mette a disposizione dell'ospite più o meno attrezzature e servizi, per il comfort e per la caratterizzazione agricola e naturalistica dell'accoglienza, se dispone di edifici di particolare pregio, se si trova in un contesto paesaggistico-ambientale di eccellenza. Evidentemente la categoria di classificazione guiderà la scelta del pubblico tenendo anche conto delle tariffe di soggiorno.

Pertanto è opportuno attribuirsi una categoria che risponda il più fedelmente possibile ai livelli sopra indicati al fine di non creare nell'ospite aspettative che potrebbero andare deluse.

2.4 Cenni sull'agriturismo all'estero¹⁷

Il turismo rurale e l'agriturismo risultano essere fenomeni molto diffusi sia in Italia sia negli altri Paesi europei.

La breve rassegna che segue mira ad analizzare il settore nei principali Paesi europei e negli Stati Uniti. Come si avrà modo di leggere ogni sistema agriturismo presenta le sue peculiarità guidate dalla realtà territoriale in cui si trova, ma anche dalle differenti richieste da parte dei suoi utilizzatori.

In Francia, paese leader in tale settore a livello mondiale, già nel 1955 si approvavano leggi volte ad incentivare gli agricoltori alla costruzione nelle loro aziende di alloggi da affittare; nel 1982 il Governo Rocard promuoveva tali attività per combattere le sacche di fragilità dell'ambiente rurale. L'offerta francese spazia tra "*gîtes ruraux*", ovvero alloggi in azienda o in villaggi vicini;

¹⁷ Il paragrafo è tratto da Coronas (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), *Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio*, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

“chambres d’hotel”, ossia camere per ospiti con trattamento di pernottamento e prima colazione; *“table d’hôte”*, somministrazione di pasti da parte di famiglie d’agricoltori; *“gîte d’enfants”*, accoglienza in azienda di bambini dai quattro ai quindici anni; *“camping a la ferme”*, aree di campeggio in azienda. Anche in questo Paese l’agriturismo risulta essere un’attività prevalentemente femminile. Le donne, infatti, che molte volte sono meno coinvolte nelle attività strettamente agricole, sono particolarmente motivate e disponibili alla ricerca di entrate supplementari e alla valorizzazione del patrimonio immobiliare.

In Germania il turismo rurale e l’agriturismo hanno un ruolo fondamentale per la vitalità dell’ambiente rurale. L’offerta include differenti percorsi: montani, fluviali, cicloturistici, viaggi in carrozza, degustazione di prodotti locali. Notevole importanza riveste l’uso di marchi specifici tendenti a dar valore e peculiarità all’offerta.

In Gran Bretagna, fin dagli anni sessanta le autorità hanno rivolto molta attenzione allo sviluppo rurale ed all’agriturismo, ritenuti strumenti preziosi per le politiche finalizzate a bloccare l’esodo rurale. Il turismo verde è stato scelto come mezzo prioritario per incrementare il reddito agricolo e salvaguardare l’ambiente. Il prodotto turistico-rurale britannico presenta diverse tipologie tra cui: le *“farmhouse accomodation”* o alloggi in casa dell’agricoltore; i *“self catering units”*, unità immobiliari indipendenti contigue all’abitazione dell’agricoltore ed i *“camping sites”* aree di parcheggio per tende e caravan.

In Austria viene offerta ospitalità soprattutto nelle zone alpine, la gestione è prettamente familiare e all’ospite viene data la possibilità anche di partecipare alle attività aziendali in campagna, stalla e cucina. La legislazione austriaca prevede l’offerta di alloggio per non più di 10 posti-letto. I pasti devono inoltre essere a menu fisso, non è possibile assumere personale esterno all’azienda e si possono somministrare solo gli alcolici prodotti in azienda. Presupposti per l’esercizio di tale attività sono la frequenza di una scuola di specializzazione, due anni di pratica in impresa e il superamento di uno specifico esame.

Per quanto riguarda gli altri Paesi europei, in Irlanda si distingue l’ospitalità rurale in residenze private di campagna e fattorie con particolari tariffe; in Danimarca il turismo verde è un fenomeno estremamente recente, risultato della libera

iniziativa imprenditoriale e non è regolato da nessuna legge specifica né sostenuto da fondi statali. Caratteristica peculiare danese è l'ospitalità in grandi aziende, mentre in Olanda si pratica molto l'agricampeggio.

In Belgio è molto importante il ruolo ricoperto dalle associazioni professionali agricole, che si occupano della formazione degli operatori, del controllo della qualità degli alloggi, dell'informazione socio-economica, della promozione dell'offerta turistica.

La panoramica può essere conclusa con notizie in merito al Portogallo, alla Spagna, alla Slovenia ed alla Grecia. La struttura dell'offerta rurale lusitana si articola in: agriturismo, turismo rurale e zone turistiche di caccia. In Spagna gli ospiti vengono accolti soprattutto in strutture di pregio come monasteri, castelli, dimore storiche. La tradizione agriturismo slovena vanta una storia antichissima che risale a prima della Grande Guerra; oggi l'offerta comprende prevalentemente vitto e alloggio in fattoria.

Concludendo, si può citare il caso delle Grecia, dove l'offerta di turismo rurale si integra con la vendita dei prodotti derivanti da attività artigianali, come tra l'altro la tintura di filati con prodotti naturali e la preparazione di dolci locali, svolte per tradizione nelle aziende collateralmente all'agricoltura.

Da questa brevissima disanima emerge come il turismo rurale si sia sviluppato con differenti modalità nei vari Paesi europei; nonostante ciò esiste una base comune a cui far riferimento, rappresentata dalla Carta Rurale Europea firmata nel 1996. In tale atto sono definiti i principi della politica di gestione e sviluppo delle aree rurali e vengono incoraggiate tutte le attività complementari al settore agricolo, al quale è comunque assegnato un ruolo principale. Le attività promosse sono basate sul coinvolgimento degli attori locali e sulla valorizzazione delle risorse endogene, in modo da poter attivare, attraverso il turismo rurale, processi di sviluppo di tali aree. L'articolo 15 della Carta Rurale affronta in modo specifico il tema dell'agriturismo, prevedendo delle specifiche agevolazioni per gli agricoltori che intendano avviare nella loro azienda un'attività di tal tipo. Le agevolazioni riguardano soprattutto aspetti fiscali ed amministrativi, onde evitare che l'azienda agrituristica si trovi a dover affrontare, oltre agli impegni propri del settore agricolo, anche altre esigenze aggiuntive, proprie del settore alberghiero.

L'agriturismo risulta abbastanza sviluppato anche negli USA. Un recente studio ha messo in luce i fattori che influenzano la domanda di strutture agrituristiche, ma anche le principali ragioni che spingono l'offerta (Carpio *et al*, 2008).

Domanda e offerta risultano trainate, come del resto anche in Europa, dalla voglia di trascorrere più tempo all'aria aperta, dalla riscoperta delle tradizioni rurali nonché dalla volontà di supportare le imprese agricole locali. Al tempo stesso la domanda è trainata anche dall'organizzazione del tempo libero durante l'anno: brevi viaggi, utilizzo dell'auto per gli spostamenti, ricerca di attività sportive da svolgere all'aria aperta.

Per le aziende agricole, l'agriturismo, rappresenta una forma di diversificazione delle attività aziendali e del reddito.

Nel complesso, l'agriturismo negli USA è percepito in modo del tutto positivo anche per la sua attitudine alla preservazione di habitat naturali, aree protette, paesaggio.

2.5 Punti di forza e di debolezza¹⁸

L'attivazione di servizi ricreativi nelle aziende agricole, ed in particolare lo sviluppo di attività riconducibili all'ospitalità agrituristica presenta, dal punto di vista delle aziende, una formidabile opportunità di generare reddito e di occupare in modo più completo ed efficiente le risorse disponibili. Tuttavia, si tratta di un passaggio niente affatto banale né tanto meno esente da rischi. In altre parole, coesistono possibili vantaggi e possibili svantaggi che posso essere inquadrati nel consueto schema dei punti di forza e di debolezza nonché opportunità e minacce.

In particolare, cominciando dai punti di forza, come si è già ricordato, l'introduzione di un'attività agrituristica permette innanzitutto di utilizzare capacità produttiva agricola altrimenti inutilizzata e rappresentata sia da risorse umane che materiali. Infatti, un'attività agrituristica permette di creare occupazione utilizzando in modo più flessibile la manodopera presente (soprattutto di giovani e donne), ma anche di usare fabbricati agricoli esistenti. “La crisi della zootecnia, il contingentamento della produzione di latte e lo sviluppo del contoterzismo, indotto dagli avanzamenti tecnologici nel campo della

¹⁸Le considerazioni fatte in questo paragrafo scaturiscono dallo studio effettuato sul settore.

meccanica agraria, hanno liberato le stalle dal bestiame ed i magazzini dalle macchine agricole, rendendo possibile la destinazione dei fabbricati ad usi alternativi. Al tempo stesso, lo sviluppo in agricoltura di tecnologie risparmiatrici di lavoro, contestualmente al ricambio generazionale nelle famiglie di agricoltori ed all'affacciarsi sul mercato del lavoro di generazioni più giovani e con maggiore livello di istruzione, ha modificato l'offerta di lavoro nelle aziende agricole in termini quantitativi e qualitativi. In molti di questi casi l'attività agrituristica si è configurata come un'opportunità per individuare in azienda motivazioni e sbocchi professionali adeguati e gratificanti alle risorse più giovani" (Palermo *et al.*, 2010). L'agriturismo rappresenta anche un modo per incrementare e diversificare il reddito agricolo.

Le opportunità di sviluppo in questo ambito risultano fortemente legate alla creazione di reti tra le diverse aziende presenti sul territorio sia pubbliche che private. Al tempo stesso le opportunità sono anche legate alla percezione dei consumatori del mondo rurale; una delle principali ragioni del forte sviluppo del settore agrituristico negli ultimi anni è stato proprio collegato alla riscoperta del mondo rurale ed alla voglia di passare del tempo libero lontano dalle città.

I punti di debolezza sono rappresentati: dalla piccola dimensione aziendale; da poche e deboli relazioni sia tra le diverse realtà agrituristiche, sia con gli altri attori pubblici e privati del territorio; dalla mancanza di competenze rispetto alle relazioni con il pubblico e legate alla scarsa conoscenza delle lingue e degli strumenti informatici, ma anche all'offerta nel suo specifico e, soprattutto quando l'azienda è dotata anche di ristorazione.

Infine, le minacce riguardano la scarsa efficacia nella promozione del territorio da parte degli enti competenti, la mancanza di omogeneità normativa tra province e regioni, la mancanza di una classificazione delle aziende agrituristiche secondo criteri comuni. Un'ulteriore minaccia è rappresentata dalla scarsa cura del territorio anche in alcuni contesti rurali. Questo evidentemente rappresenta un pericolo poiché l'attività agrituristica è una di quelle maggiormente influenzata dal rischio di degrado del contesto territoriale in cui si trova (Casini *et al.*, 2009).

Parte seconda

Il caso studio: l'agriturismo nel Lazio

Introduzione: inquadramento generale ed obiettivi della ricerca

L'ipotesi alla base della ricerca è che l'agriturismo, sia un fenomeno con profonde differenziazioni al suo interno, sia in merito alle condizioni interne alle aziende, che in funzione delle condizioni esistenti all'esterno dell'azienda. In particolare, il settore agrituristico è influenzato dalle caratteristiche del territorio nel quale viene a collocarsi. "Tale differenziazione si riflette nell'esistenza di tipologie aziendali, la cui organizzazione interna e la cui integrazione territoriale configurano una domanda di intervento pubblico con caratteristiche significativamente differenti" (Palermo *et al*, 2010).

Partendo da tale premessa, gli obiettivi dello studio consistono:

- 1) nella caratterizzazione dell'offerta di servizi e nella ricerca dell'esistenza di tipologie agrituristiche ricorrenti;
- 2) nell'analisi delle relazioni esistenti tra le tipologie e le caratteristiche turistiche del territorio circostante, nonché con alcune peculiarità strutturali interne all'azienda agricola.

Alla luce della letteratura analizzata¹⁹ sul tema oggetto di studio il raggiungimento di tali obiettivi risulta particolarmente importante, sia per approfondire gli aspetti relativi alla costruzione di tipologie aziendali mediante strumenti quantitativi, sia per confermare molte delle ipotesi che emergono dalle analisi stesse. In particolare, gli studi ipotizzano l'effettiva multidimensionalità dell'offerta agrituristica e l'influenza su di essa da parte dal contesto territoriale in cui si trova e che risulta caratterizzato da specifiche attrattive nonché da una peculiare offerta turistica.

Per realizzare tali obiettivi è stato necessario implementare diversi prodotti intermedi che vale la pena richiamare in quanto a nostro giudizio rappresentano output importanti anche in sé in quanto potenzialmente utilizzabili anche da altri

¹⁹ Nel capitolo secondo della ricerca.

soggetti e per scopi diversi da quelli strettamente perseguiti con il lavoro presentato in queste pagine. In particolare si tratta di:

- Una banca dati aggiornata sulla consistenza, su alcune caratteristiche e sulla localizzazione delle aziende agrituristiche laziali;
- Una banca dati sulla presenza di attrattive turistiche di tipo artistico-culturale ed ambientali presenti sul territorio regionale. A questa è associata una matrice delle distanze tra queste attrattive e tutti i comuni del Lazio;
- Una banca dati sulla densità dell'offerta di ospitalità turistica –diversa da dagli agriturismi- presente sul territorio e rappresentata da alberghi, campeggi, BeB e ristoranti;

Lo studio si articola di varie fasi. Il primo step dell'analisi ha riguardato la realizzazione di un'indagine di campo sull'universo delle aziende agrituristiche laziali in due anni di riferimento: 2004 e 2008.

Il secondo, riguarda l'applicazione sul dataset²⁰ costruito con l'indagine di campo di tecniche di statistica multivariata (analisi dei gruppi o *cluster analysis*) al fine di identificare le tipologie di agriturismo prevalenti sul territorio.

In una terza fase, al fine di classificare le attrazioni turistiche, sia di natura artistico-culturale che ambientale, presenti nel territorio, si è proceduto dapprima ad un'analisi fondata sulla conoscenza del territorio e, successivamente, per affinare la precedente, ad effettuare una mirante ricognizione delle guide di settore e dei portali turistici internet sul web. Questo ha permesso di individuare i principali poli di attrazione turistica a partire dai quali è stata costruita una matrice di distanza tra tutti i comuni del Lazio e le attrazioni così determinate. Contemporaneamente, mediante dati ISTAT, è stata definita l'offerta di ospitalità turistica (diversa da quella agrituristiche) comprendente gli esercizi alberghieri, i BeB, i campeggi e, mediante siti internet specializzati, i ristoranti presenti in ciascun comune del Lazio.

Nell'ultima fase della ricerca, si è voluto indagare sul legame esistente tra le tipologie agrituristiche individuate nel territorio della regione Lazio, da un alto e

²⁰ Non potendo disporre di tutte le informazioni necessarie per entrambi gli anni, l'analisi dei gruppi è stata effettuata utilizzando solo i dati del 2008.

le attrattive ed i servizi turistici dall'altro nonché alcune caratteristiche delle aziende agricole agrituristiche, quali l'ordinamento colturale e la superficie.

A questo fine è stato utilizzato un modello a scelta discreta che ha permesso di evidenziare le variabili che maggiormente influenzano la scelta di un imprenditore agrituristico di un certo tipo di offerta.

Capitolo 3 – L'indagine di campo e l'analisi territoriale

3.1 – L'indagine di campo: l'offerta agrituristica laziale²¹

L'indagine di campo è stata realizzata sull'universo delle aziende agricole del Lazio in due anni di riferimento: il 2004 e il 2008.

I dati relativi al 2004 derivano da uno studio basato su di una precedente ricerca, frutto di una collaborazione tra la Regione Lazio ed il Dipartimento di Economia Agroforestale e dell'ambiente rurale dell'Università degli studi della Tuscia (Falconi, 2004).

Per i dati del 2008 si è proceduto alla somministrazione telefonica di un breve questionario. Questo è stato rivolto a tutte le aziende non presenti nella precedente indagine e per le quali non risultava possibile reperire le informazioni necessarie tramite i siti internet delle stesse e/o portali tematici e le guide provinciali²².

Il questionario utilizzato per l'indagine diretta mirava ad ottenere informazioni sul tipo di servizi offerti dalle imprese, in particolare i quesiti riguardavano: la presenza di ristorazione, di alloggio ed il relativo numero di posti letto; la distanza dal più vicino centro abitato e i servizi aggiuntivi offerti agli ospiti, tra cui: una piscina, un campo da tennis, un maneggio, un laghetto per praticare la pesca sportiva, il tiro con l'arco, le mountain bike, i percorsi di trekking, l'agricampeggio. Inoltre, nello stesso si richiedeva se nell'azienda avesse una sala

²¹ Il paragrafo è tratto da Coronas (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), *Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio*, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

²² Il questionario è stato somministrato telefonicamente alle aziende agrituristiche delle province di Latina, Rieti e Frosinone ed in parte a quelle della provincia di Viterbo, quando si è ritenuto necessario integrarle informazioni della guida 2008 "Agriturismo della Tuscia" redatta dall'Assessorato all'agricoltura della provincia stessa. Mentre per la provincia di Roma le informazioni necessarie sono state interamente dedotte dal sito dedicato al tema studiato (<http://www.provincia.rm.it/agriturismoroma/>).

comune a disposizione degli ospiti e se fosse possibile il pagamento con carta di credito o bancomat. Infine, si domandava se fossero presenti addetti all'agriturismo con competenze linguistiche e se l'agriturismo fosse dotato di un sito internet.

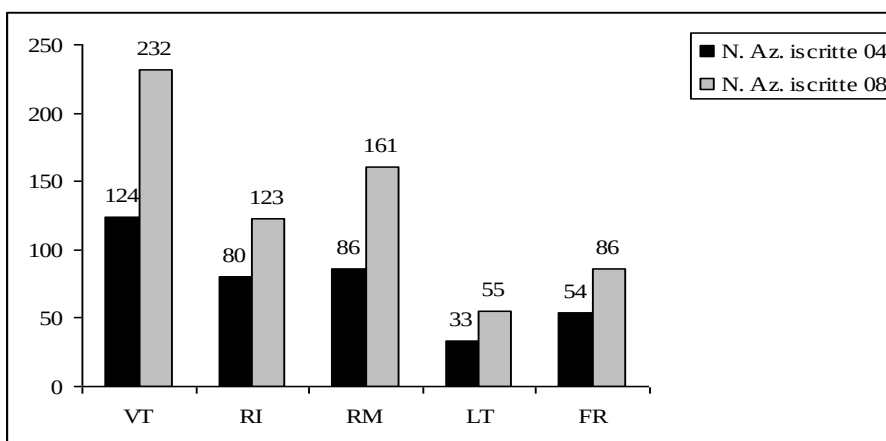
Inoltre, lo stesso comprendeva anche alcune domande relative all'azienda agricola, in particolare si chiedeva la superficie agricola utilizzata, i tipi di coltivazioni ed allevamenti, l'eventuale pratica dell'agricoltura biologica e della vendita diretta²³.

La banca dati così costruita ha permesso di fotografare, per ogni comune del Lazio, la consistenza, la localizzazione, i servizi principali e le caratteristiche agricole delle aziende agrituristiche presenti.

Aggregando la banca dati a livello provinciale si possono mostrare, sinteticamente, al 2004 ed al 2008, sia il numero delle aziende iscritte negli elenchi provinciali (fig. 3.1) sia quelle dei due campioni osservati (fig. 3.2).

Nonostante, si disponesse di dati riferiti a due soli anni²⁴ piuttosto ravvicinati nel tempo è stato possibile comunque ricostruire le traiettorie evolutive del settore agrituristico nel Lazio visto il rapidissimo sviluppo che ha interessato il settore negli ultimi anni.

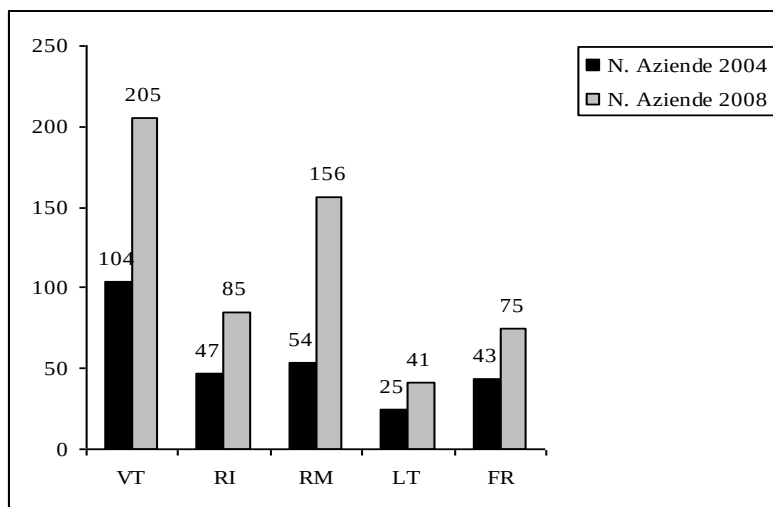
Fig. 3.1 – Numero aziende agrituristiche iscritte



²³ Il questionario includeva anche domande relative al numero di coperti per la ristorazione, al numero di presenze annue ed al tipologia e provenienza della clientela. L'eccessiva generalità delle risposte sulla clientela da un lato e, la carenza di dati sul numero di coperti e sulle presenze annue hanno avuto come conseguenza l'eliminazione dall'analisi di tali aspetti.

²⁴ Imposti dalla disponibilità dei dati a livello comunale.

Fig. 3.2 – Numero aziende agrituristiche dei campioni



Le aziende iscritte sono cresciute di 108 unità nella provincia di Viterbo, di 43 in quella di Rieti, di 75 in quella di Roma e, rispettivamente, di 20 e 32 in quelle di Latina e Frosinone.

Nel campione analizzato gli agriturismi sono aumentati di 101 unità nella provincia di Viterbo, di 38 in quella di Rieti, di 102 in quella di Roma e, rispettivamente, di 16 e 32 e in quelle di Latina e Frosinone.

Esiste una differenza tra l'universo delle aziende iscritte ed il campione osservato; tale differenza è connessa alle sole aziende che non hanno ritenuto di rispondere all'indagine (il 28% nel 2004 ed il 14% nel 2008). La maggiore corrispondenza tra campione ed universo nel 2008 si registra nelle province di Roma e Viterbo, che da sole rappresentano oltre il 60% delle aziende agrituristiche della regione. Ad ogni modo, si ritiene che il campione approssimi con una certa fedeltà l'universo delle aziende agrituristiche laziale, sia grazie alla sua numerosità, ma anche in quanto tra coloro che non hanno risposto vi sono perlopiù aziende magari iscritte, ma che non esercitano ancora effettivamente alcuna attività²⁵ (tab. 3.3).

²⁵Per le 104 e 95 aziende che non hanno partecipato allo studio le motivazioni per alcuni soggetti riguardano la mancata intrapresa dell'attività agrituristica, per altri l'irreperibilità o l'inesistenza del recapito telefonico e per altri ancora la non volontà di partecipare all'indagine.

Tab. 3.3 – Le aziende agrituristiche nel Lazio: consistenza

Province	Viterbo	Rieti	Roma	Latina	Frosinone	Totale regionale
2004						
Numero aziende iscritte	124	80	86	33	54	377
Numero aziende nel campione	104	47	54	25	43	273
N. Az.campione/N. Az. iscritte (%)	83,9	58,8	62,8	75,8	79,6	72,4
2008						
Numero aziende iscritte	232	123	161	55	86	657
Numero aziende nel campione	205	85	156	41	75	562
N. Az. Campione/N. Az. Iscritte (%)	88,4	69,1	96,9	74,5	87,2	85,5

Fonte: elaborazioni su dati Falconi, 2004 e su nostre indagini dirette

Tab. 3.4 – Le aziende agrituristiche nel Lazio: variazioni

Province	Viterbo	Rieti	Roma	Latina	Frosinone	Totale regionale
Iscritti						
N. aziende 2008	231	123	161	55	86	656
N.aziende 2004	124	80	86	33	54	377
Variazione %	86,3	53,8	87,2	66,7	59,3	74,0
Nuove	107	43	75	22	32	279
Cessate	14	6	7	2	4	33
Saldo 2008-2004	93	37	68	20	28	246
Campione						
N. aziende 2008	205	85	156	41	75	562
N.aziende 2004	104	47	54	25	43	273
Variazione %	97,1	80,9	188,9	64,0	74,4	105,9
Nuove	101	38	102	16	32	289
Cessate	19	11	7	4	4	45
Saldo 2008-2004	82	27	95	12	28	244

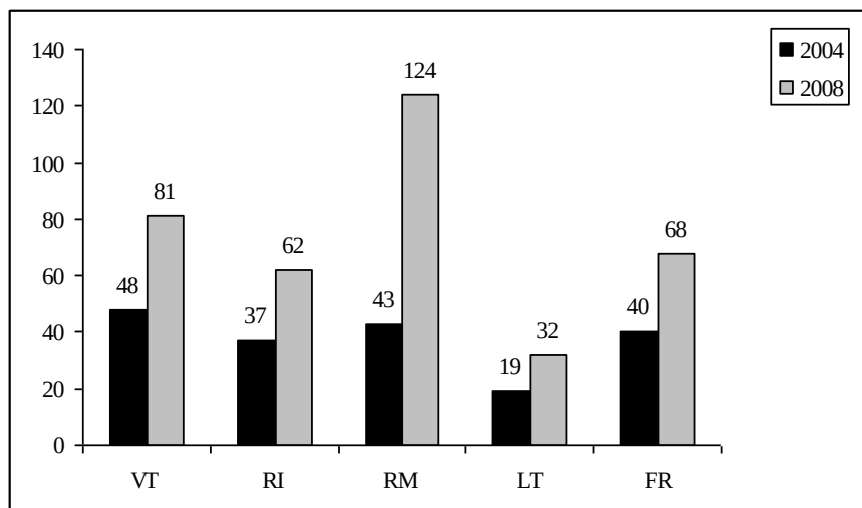
Fonte: elaborazioni su dati Falconi, 2004 e su nostre indagini dirette

Dal 2004 al 2008, le aziende agrituristiche del Lazio, sono cresciute del 74% per quanto riguarda il numero complessivo di quelle iscritte (tab. 3.4). Le province di Roma e Viterbo, oltre ad essere quelle in cui è presente la maggior parte delle aziende agrituristiche laziali operative (361 su 562), sono anche le province che fanno rilevare un dinamica maggiore nel periodo osservato. Dal 2004 al 2008 le aziende agrituristiche raddoppiano in provincia di Viterbo e triplicano a Roma, rispetto ad incrementi inferiori a quello medio regionale nelle tre rimanenti province. Va osservato che a fronte di tali incrementi di consistenza dell'attività agrituristica, il turn-over delle aziende si rivela molto contenuto; infatti a livello regionale il saldo positivo di 244 unità è di poco inferiore ai nuovi ingressi (289) (tab. 3.4).

Ulteriori aspetti, di particolare interesse, che si possono evidenziare dalla banca dati aggregata per province, riguardano, da un lato, l'evoluzione temporale del numero di aziende agrituristiche dotate di ristorazione e di quelle dotate di

alloggio (numero di posti letto) e, dall'altro, la distribuzione percentuale, in questo caso solo rispetto al campione del 2008, degli agriturismi dotati di ristorazione e del numero di posti letto.

Fig. 3.1 – Numero aziende con ristorazione



Le aziende con ristorazione registrano aumenti consistenti in tutte le province, ma soprattutto in quella di Roma (+ 188%), dove si nota un incremento ben al di sopra della media regionale (+ 96%) (fig. 3.1).

L'incremento delle aziende agrituristiche con ristorazione è accompagnato anche da quello delle aziende con alloggio. Il numero dei posti letto a livello regionale cresce di oltre il 100%, con picchi soprattutto nella provincia di Roma e di Viterbo (fig. 3.2).

Gli incrementi registrati confermano le tendenze di forte dinamicità ed espansione del settore agrituristico laziale, con sue peculiarità e caratterizzazioni territoriali. In particolare, si evincono forme di specializzazione nell'offerta di alloggio per le aziende localizzate nella Provincia di Viterbo, nell'offerta combinata di ristorazione ed alloggio per le aziende della Provincia di Roma e di Rieti, dell'offerta della sola ristorazione per gli agriturismi del frusinate (Fig 3.3 e Fig. 3.4).

Fig. 3.2 – Numero posti letto

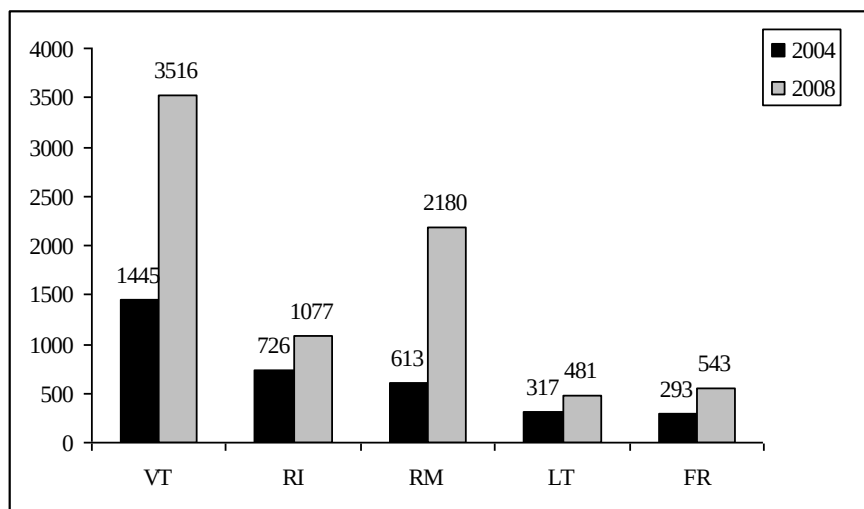


Fig. 3.3 – Distribuzione percentuale delle aziende con ristorazione, 2008

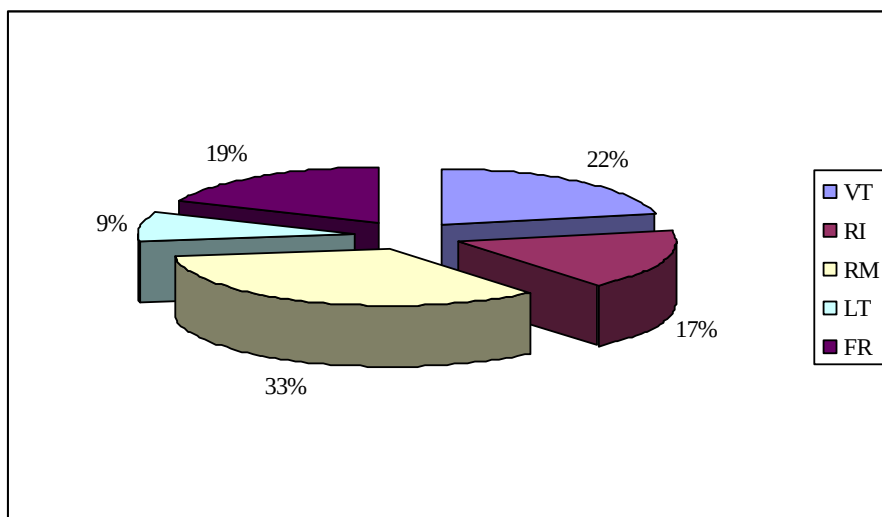
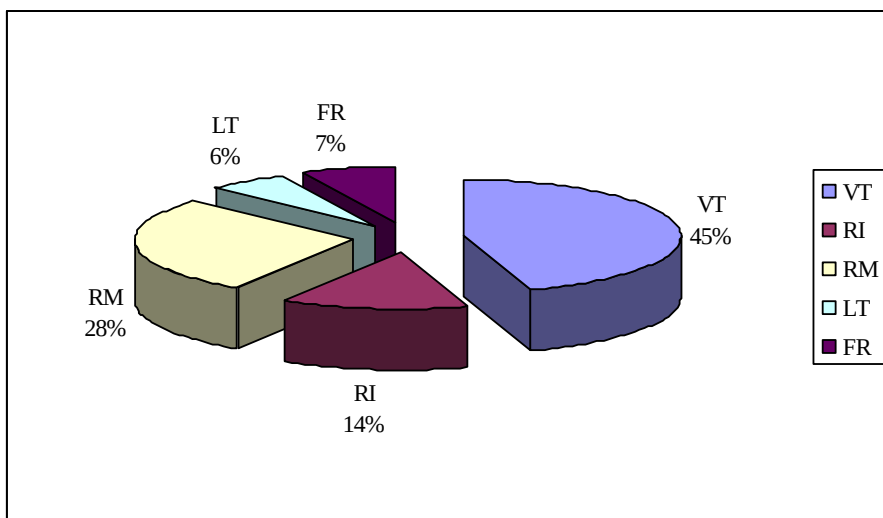


Fig. 3.4 – Distribuzione percentuale del numero posti letto, 2008



3.2 La localizzazione delle aziende sul territorio e le aree di maggiore attrazione²⁶

Un'analisi dello sviluppo dell'attività agrituristica nella regione oggetto di studio non può prescindere dall'osservazione di come si localizzino le imprese all'interno del territorio regionale. Un ulteriore *step* dell'analisi è stato quindi quello di definire le più significative "aree di attrazione turistica" presenti in regione e, successivamente, di collocarvi le attività agrituristiche presenti nel Lazio anche alla ricerca di eventuali concentrazioni territoriali delle diverse tipologie aziendali.

Per l'individuazione delle aree di attrazione turistica ovvero delle principali amenità presenti nella regione è stata applicata una prima metodologia (mostrata in questo paragrafo) ed un suo affinamento (illustrato nel paragrafo successivo).

Per l'individuazione delle aree di attrazione turistica sono stati utilizzati tre criteri:

1. Individuazione, sulla base della conoscenza del territorio oggetto di studio, di poli attrattori in funzione della distribuzione sul territorio del patrimonio storico-culturale e ambientale-paesaggistico della regione;
2. contiguità dei comuni sotto il profilo della presumibile mobilità turistica.

²⁶ Il paragrafo ed i sottoparagrafi sono tratti da Sorrentino (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

3. localizzazione delle aziende agrituristiche, mediante la costruzione di un indicatore di densità;

Il primo criterio mira ad individuare poli di attrazione turistica, essi possono essere identificati:

1. nell'Alta Tuscia viterbese, grazie alla presenza di un ricco patrimonio di interesse ambientale-paesaggistico (laghi e ambiente di alta collina con borghi in possesso di beni culturali di pregio), oltre che alla vicinanza alla Toscana e all'Umbria;
2. nell'area della Capitale, in virtù essenzialmente del patrimonio culturale storico-architettonico, oltre che delle attrazioni turistiche classiche di una area metropolitana ampiamente riconosciuta a livello internazionale;
3. nella montagna del reatino, in virtù della presenza del patrimonio ambientale di un paesaggio di montagna ed alta collina con ampie opportunità escursionistiche e di sport invernali (Terminillo);
4. nel area del frusinate interna o prossima al Parco Nazionale d'Abruzzo, noto per il suo patrimonio ambientale, faunistico e naturalistico collocato in un ambiente montano di particolare pregio;
5. nel richiamo del mare e del turismo balneare, per la presenza di comuni costieri e, particolarmente noti, come Civitavecchia, Santa Marinella e Santa Severa a Nord di Roma e di Anzio, Circeo, Terracina e Sperlonga a Sud della Capitale.

Il secondo criterio poggia le sue basi sulla possibile mobilità turistica da un comune all'altro e sulla facilità di tali spostamenti. In questo caso sono stati utilizzati come *proxy* i Sistemi Locali del Lavoro, definiti ed individuati dall'ISTAT. Essi sono costruiti come una aggregazione di comuni geograficamente contigui, sulla base di dati di interazione rappresentativi dei comportamenti quotidiani della popolazione residente, determinati dalle relazioni giornaliere casa-lavoro (ISTAT, 1997). I confini di tali sistemi territoriali sono definiti attraverso un algoritmo di regionalizzazione applicato agli spostamenti giornalieri per motivi di lavoro che avvengono fra i comuni italiani, considerati ora come luogo di residenza ora come luogo di lavoro, e che vengono rilevati nell'ambito del Censimento della popolazione. I Sistemi Locali del Lavoro, pur

essendo costruiti con criteri e finalità che guardano alla mobilità del lavoro e non a quella turistica, possono fornire un'indicazione anche se approssimativa della facilità o meno degli spostamenti da un comune all'altro e quindi della mobilità turistica rispetto alla collocazione dell'alloggio.

Il terzo criterio è fondato sull'elaborazione di un indicatore di densità, per poter individuare i comuni laziali in cui vi è una maggiore presenza di aziende agrituristiche. Questo indicatore è stato individuato nel rapporto tra il numero di aziende agrituristiche in ciascun comune del Lazio e la corrispondente superficie agricola utilizzata²⁷. Tale indice presenta alcune distorsioni legate, da un lato, alla sottostima della densità di agriturismi nei comuni con una maggiore SAU, come nel caso di Roma e Viterbo e, dall'altro, dalla sovrastima della densità in comuni con poca superficie agricola utilizzata, come ad esempio Turania, Castel Gandolfo, Monterosi, dove anche la casuale presenza di una sola azienda può determinare un valore particolarmente elevato dell'indicatore. Tuttavia si ritiene che esso possa fornire un'idea della densità di localizzazione delle aziende agrituristiche nel Lazio.

3.2.1 La localizzazione

Le carte tematiche rappresentate nelle figure 3.5 e 3.6 rispecchiano la densità delle aziende agrituristiche nel Lazio al 2004 ed al 2008. Sono ottenute applicando l'indicatore di densità numero aziende agrituristiche presenti nell'*i-esimo* comune su 100 ettari di SAU dell'*i-esimo* comune.

Le due mappe permettono di evidenziare l'evoluzione delle aziende agrituristiche suddivise in 5 classi di densità e mostrano i comuni in cui si registra una maggiore o minore localizzazione di agriturismi.

²⁷Precisamente l'indicatore è dato dal seguente rapporto: numero aziende agrituristiche nell'*i-esimo* comune/100 ettari di SAU dell'*i-esimo* comune.

Fig. 3.5 - Densità delle aziende agrituristiche sulla SAU, 2004

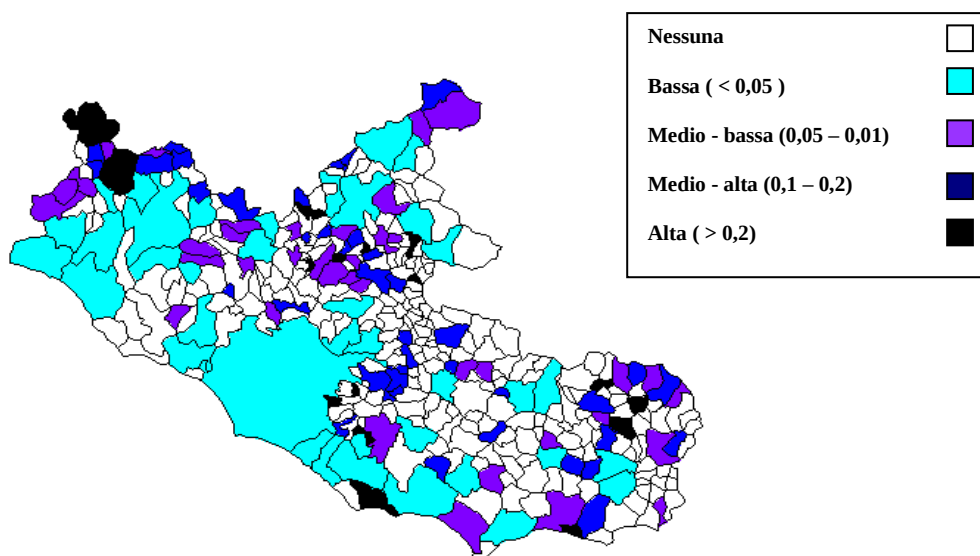
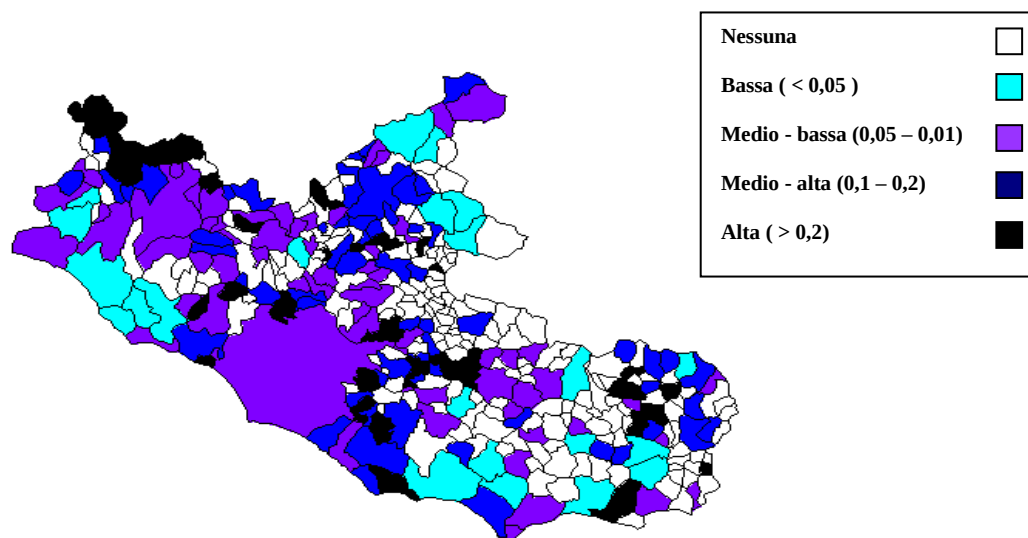


Fig. 3.6 - Densità delle aziende agrituristiche sulla SAU, 2008



Nel 2004 risultano 244 i comuni privi di aziende agrituristiche, di questi il 37% è localizzato nella provincia di Roma, il 27% in quella di Frosinone, il 17% in quella di Rieti, l'11% in quella di Viterbo e l'8% in quella di Latina.

Nel 2008 i comuni senza agriturismi scendono a 184, di cui il 34% sono localizzati nella Provincia di Roma, il 30% in quella di Frosinone, il 18% in quella di Rieti, il 10% in quella di Viterbo ed il 9% in quella di Latina (classe 1 - tab. 3.5).

Tali risultati vanno comunque letti anche in rapporto al numero di comuni di ciascuna provincia e, soprattutto nel caso di quella Romana (121 su 378 complessivi a livello regionale).

Tab. 3.5 – Distribuzione aziende agrituristiche nelle classi di densità

2004										
Province	classi									
	valori assoluti					valori percentuali				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Frosinone	65	6	8	10	4	26,6	15,8	21,1	25,0	21,1
Latina	19	5	4	2	1	7,8	13,2	10,5	5,0	5,3
Rieti	42	7	10	11	6	17,2	18,4	26,3	27,5	31,6
Roma	91	9	6	9	5	37,3	23,7	15,8	22,5	26,3
Viterbo	27	11	10	8	3	11,1	28,9	26,3	20,0	15,8
Lazio	244	38	38	40	19	100	100	100	100	100
2008										
Province	classi									
	valori assoluti					valori percentuali				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Frosinone	55	5	12	12	2	29,9	22,7	19,0	19,4	4,2
Latina	16	4	6	19	9	8,7	18,2	9,5	30,6	18,8
Rieti	33	5	10	18	9	17,9	22,7	15,9	29,0	18,8
Roma	62	5	17	10	18	33,7	22,7	27,0	16,1	37,5
Viterbo	18	3	18	3	10	9,8	13,6	28,6	4,8	20,8
Lazio	184	22	63	62	48	100	100	100	100	100

La classe a bassa densità comprende 38 comuni nel 2004, di cui circa un terzo situati nella provincia di Viterbo. Nel 2008 i comuni della stessa fascia scendono a 22 e risultano abbastanza omogeneamente distribuiti sulle 5 province (5 in quelle di Roma, Frosinone e Rieti, 4 in quella di Latina e 3 in quella di Viterbo) (classe 2 – tab. 3.5).

Nel 2004 la classe a medio-bassa densità include 38 comuni, per circa il 60% localizzati nelle Province di Rieti e Viterbo. Nel 2008 i comuni di questa fascia salgono a 63. Le province che meglio rappresentano tale la situazione sono quelle di Roma e Viterbo, rispettivamente, con 17 e 18 comuni ricadenti in questa classe (classe 3 – tab. 3.5).

Il numero di comuni presenti al 2004 nella fascia a medio-alta densità sono 40, localizzati in prevalenza nelle province di Frosinone e Rieti; nel 2008 la stessa classe di densità include 62 comuni di cui circa il 25,4% presentano valori

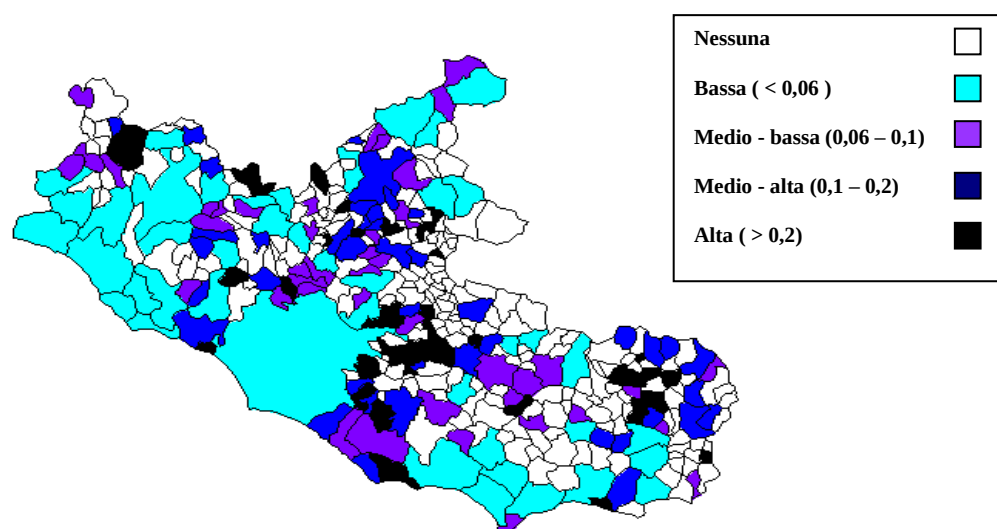
dell'indice superiore alla media regionale. Il 60% dei comuni di tale gruppo è situato tra le province di Roma (29%) e di Rieti (31%) (classe 4 – tab. 3.5).

I comuni che ricadono nella classe di maggiore densità salgono da 19 nel 2004 a 48 nel 2008. Di questi, per il 2004, il 32% è localizzato nella provincia di Rieti ed il 26 in quella di Roma; mentre per il 2008 risultano così distribuiti: il 37% sono localizzati nella Provincia di Roma, circa il 21% in quella di Viterbo, a seguire la Province di Rieti e Latina con il 19% ed, infine, quella di Frosinone con il 4% (classe 5 – tab. 3.5).

Le carte tematiche rappresentate nelle figure 3.7 e 3.8 illustrano la densità delle aziende agrituristiche con ristorazione e di quelle con alloggio (utilizzando come *proxy* il numero dei posti letto presenti in ciascun comune).

Ciascun comune vi appare con un colore diverso e che risulta da valore assunto dal rapporto: numero aziende agrituristiche con ristorazione nell'*i-esimo* comune su 100 ettari di SAU dell'*i-esimo* comune e numero di posti letto dell'*i-esimo* comune su 100 ettari di SAU dell'*i-esimo* comune.

Fig. 3.7 - Densità delle aziende agrituristiche con ristorazione, 2008



Al 2008 risultano 209 comuni privi di aziende agrituristiche con ristorazione, di questi il 31% è localizzato nella provincia di Roma, il 27% in quella di Frosinone, il 19% in quella di Rieti, il 15% in quella di Viterbo e l'8% in quella di Latina.

La classe a bassa densità comprende 43 comuni, di cui oltre la metà situati nelle province di Roma e Viterbo. A seguire la classe a medio-bassa densità, che include 43 comuni per il 30% localizzati nella Provincia di Roma e per il 21% in quella di Frosinone.

I comuni presenti nella fascia a medio-alta densità sono 42 e sono localizzati in prevalenza nelle province di Frosinone, Rieti e Roma. Di questi il 71% presenta valori superiori alla media regionale di 0,15 aziende con ristorante ogni 100 ettari di SAU calcolata, escludendo i comuni senza ristorazione.

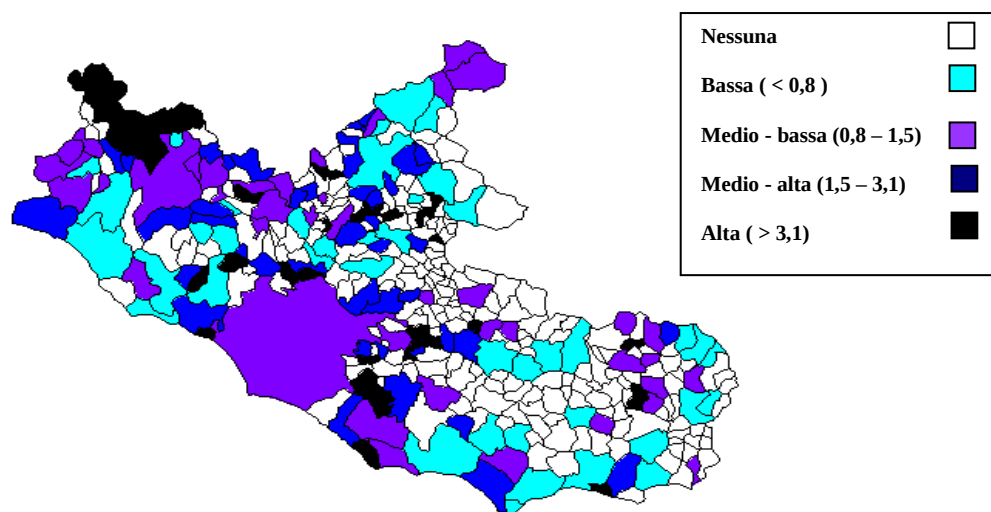
Dei comuni localizzati nella fascia maggiore di densità il 50% è situato nella provincia di Roma, seguono Rieti e Frosinone con il 21,4% (tab. 3.6).

Tab. 3.6 – Distribuzione aziende agrituristiche con ristorazione nelle classi di densità

Province	Classi									
	1		2		3		4		5	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Frosinone	57	27,3	6	14,0	9	20,9	12	28,6	9	21,4
Latina	17	8,1	7	16,3	5	11,6	1	2,4	1	2,4
Rieti	40	19,1	7	16,3	8	18,6	12	28,6	9	21,4
Roma	64	30,6	11	25,6	13	30,2	11	26,2	21	50,0
Viterbo	31	14,8	12	27,9	8	18,6	6	14,3	2	4,8
Lazio	209	100	43	100	43	100	42	100	42	100

I comuni privi di posti letto sono 214, di questi solo il 9% sono situati nella provincia di Viterbo mentre circa il 31% è localizzato nel frusinate (fig. 3.8)

Fig. 3.8 - Densità delle aziende agrituristiche con alloggio, 2008



La classe a bassa densità comprende 41 comuni di cui il 27% situati nella provincia di Frosinone. A seguire la classe a medio-bassa densità con 41 comuni per circa il 30% localizzati nella Provincia di Viterbo. I comuni presenti nella classe a medio-alta sono 42, situati in prevalenza nelle province di Roma, Rieti e Viterbo.

I 41 comuni presenti nella fascia di maggiore densità presentano tutti valori superiori alla media regionale pari a 2,8.

il 66% dei comuni a maggiore di densità si trova nelle sole due province di Roma e Viterbo (tab. 3.7).

Tab. 3.7 – Distribuzione dei posti letto nelle classi di densità

Province	Classi									
	1		2		3		4		5	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Frosinone	66	30,8	11	26,8	10	24,4	2	4,8	4	9,8
Latina	16	7,5	7	17,1	4	9,8	3	7,1	1	2,4
Rieti	38	17,8	8	19,5	8	19,5	13	31,0	9	22,0
Roma	75	35,0	8	19,5	7	17,1	14	33,3	16	39,0
Viterbo	19	8,9	7	17,1	12	29,3	10	23,8	11	26,8
Lazio	214	100	41	100	41	100	42	100	41	100

3.2.2 Le aree di attrazione turistica

La combinazione di questi tre criteri individuate consente di individuare per il Lazio cinque aree di attrazione turistica (fig. 3.9):

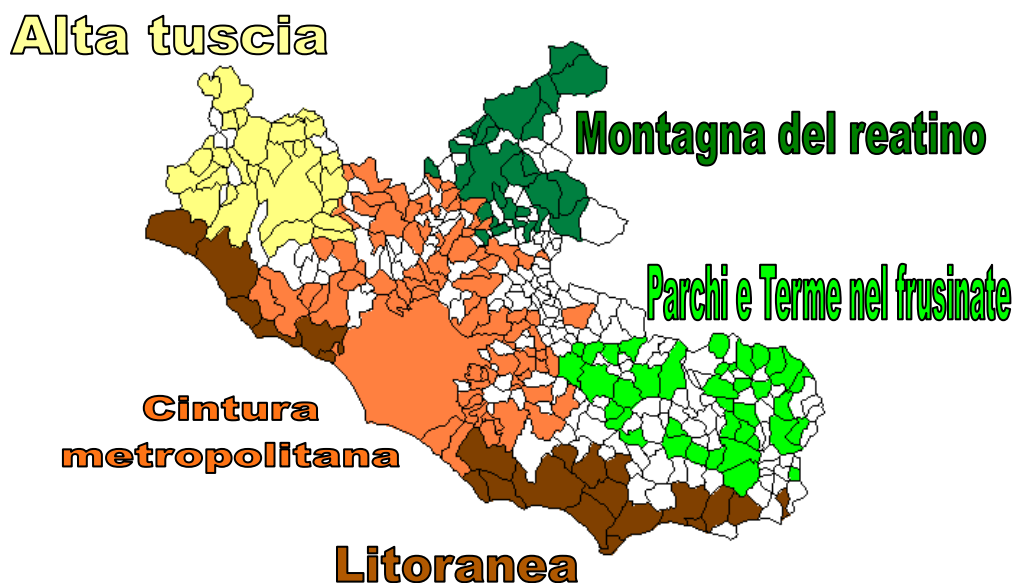
- Alta Tuscia
- Cintura Metropolitana
- Litoranea
- Montagna del Reatino
- Parchi e Terme nel Frusinate

La carta tematica in figura 3.9 individua le cinque zone. Le parti non colorate costituiscono tutti quei comuni in cui non vi sono aziende agrituristiche.

La prima zona “Alta Tuscia” comprende 28²⁸ comuni tra cui alcuni con un’alta densità di aziende agrituristiche (Acquapendente, Bagnoregio, Bolsena, Proceno). Area ricca di storia e natura in cui primeggia Viterbo “città dei papi”, di “Santa Rosa”, e delle terme, ma anche Bomarzo con il suo rinomato parco dei Mostri, Acquapendente e Proceno con la Riserva naturale del Monte Rufeno. L’area è caratterizzata sia da attrattive di tipo naturale e paesaggistico, sia da un ricco patrimonio storico-architettonico. In questa zona si sollevano montagne, si aprono laghi (Bolsena, Vico), si spalancano parchi con boschi e suggestivi paesaggi come quello della Valle dei Calanchi e di tipiche rocche medievali costruite in peperino. Inoltre, l’area attrae anche per la sua particolare e privilegiata posizione aperta a città vicine come Terni, Perugia, Siena.

²⁸Acquapendente, Arlena, Bagnoregio, Bolsena, Bomarzo, Civitella D'Agliano, Canepina, Canino, Capodimonte, Caprarola, Castiglione, Celleno, Cellere, Farnese, Grotte di Castro, Ischia di Castro, Lubriano, Montefiascone, Marta, Proceno, Ronciglione, San Lorenzo Nuovo, Soriano, Tuscania, Valentano, Vetralla, Viterbo, Vitorchiano.

Fig 3.8 – Le aree di attrazione turistica



La seconda area individua quella con il maggior numero di comuni (81)²⁹ ed è denominata come “Cintura Metropolitana”, in quanto gran parte dei flussi turistici tendono a localizzarsi non soltanto nella Capitale, ma anche in zone limitrofe e, soprattutto in tutti quei territori facilmente raggiungibili da Roma. In tale zona i comuni con il maggior numero di agriturismi sono: Orte, Castel Nuovo di Farfa, Lanuvio, Tivoli.

Come nel caso dell’area dell’”Alta Tuscia” anche in questa coesistono elementi attrattivi sia di tipo naturalistico-ambientale sia storico-culturale. Tralasciando Roma, polo attrattivo per eccellenza, dalle aree limitrofe spiccano i Castelli Romani con il lago di Castel Gandolfo e ed il loro parco regionale; la zona intorno

²⁹ Bassano in Teverina, Civita Castellana, Capranica, Carbognano, Castel Sant’Elia, Corchiano, Gallese, Monterosi, Orte, Sutri, Vallerano, Casaprota, Casperia, Castelnuovo di Farfa, Collecchio, Fara Sabina, Monte San Giovanni In Sabina, Magliano, Mompeo, Montasola, Montopoli, Orvinio, Roccantica, Scandriglia, Selci, Tarano, Turania, Vacone, Albano, Allumiere, Ardea, Ariccia, Artena, Bracciano, Castel Gandolfo, Campagnano, Canale Monterano, Capena, Capranica Prenestina, Castel Madama, Castel San Pietro Romano, Castelnuovo di Porto, Cave, Ciciliano, Fiano Romano, Formello, Frascati, Genazzano, Genzano, Grottaferrata, Guidonia, Labico, Lanuvio, Monte Compatri, Monte Porzio Catone, Manziana, Marino, Montorio Romano, Moricone, Morlupo, Nerola, Palestrina, Palombara, Pomezia, Ponzano Romano, Rocca di Cave, Riano, Roma, San Gregorio, Sacrofano, Sant’Angelo, Sant’Oreste, Segni, Subiaco, Tivoli, Tolfa, Torrita Tiberina, Trevignano, Velletri, Zagarolo, Cori.

al lago di Bracciano; Tivoli con Villa Adriana, Villa D'Este ed ancora Castel Nuovo di Farfa con la sua Abbazia.

L'area comprende comuni localizzati nelle Province di Roma, Rieti, Viterbo e Latina e si diffonde lungo importanti vie di comunicazioni.

L'area "Litoranea" comprende tutti i comuni laziali a ridosso del mare e, precisamente, ne individua 22³⁰ di cui Ladispoli, Nettuno, Itri sono quelli con la maggior densità di agriturismi.

Elementi attrattivi della zona sicuramente mare e spiagge, ma anche le necropoli etrusche di Cerveteri e di Tarquinia, la Riviera di Ulisse ed il Parco Nazionale del Circeo.

Segue l'area della "Montagna del Reatino con 26 comuni³¹. In questa zona Castel di Tora, Castelnuovo di Farfa, Configni, Vacone risultano i comuni con il maggior numero di aziende agrituristiche.

La natura, il paesaggio dominato da fiumi, dai laghi, dal monte Terminillo, da colline ricche di oliveti, da fitti boschi, ma anche da borghi medievali, antichi castelli e luoghi di culto lungo la via di San Francesco costituiscono le attrazioni di questa area.

L'ultima area di attrazione individuata è quella denominata "Parchi e Terme nel frusinate" con 38 comuni³² di cui Arpino, Paliano, San Donato sono quelli a maggiore densità agriturstica.

La zona è stata così chiamata poiché sembra quasi dividersi in due rispetto alle sue principali attrazioni, intorno alle quali si registra la maggiore densità di aziende agrituristiche. In questa area principali elementi attrattivi sono

³⁰ Montalto di Castro, Tarquinia, Anzio, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Nettuno, Santa Marinella, Aprilia, Fondi, Formia, Itri, Latina, Pontinia, Priverno, San Felice, Sabaudia, Sezze, Sperlonga, Santi Cosma e Damiano, Terracina, Sermoneta.

³¹ Accumoli, Amatrice, Belmonte, Castel di Tora, Castel Sant Angelo, Cittaducale, Cittareale, Configni, Contigliano, Fiamignano, Labro, Leonessa, Longone Sabino, Monteleone, Montenero, Morro Reatino, Pescorocchiano, Petrella Salto, Poggio San Lorenzo, Poggio Bustone Poggio Nativo, Posta, Rocca Sinibalda, Rieti, Rivodutri, Varco Sabino.

³² Alatri, Alvito, Anagni, Aquino, Arpino, Atina, Broccostella, Colle San Magno, Castro dei Volsci, Casalvieri, Cassino, Castrocielo, Cervaro, Esperia, Ferentino, Fiuggi, Giuliano di Roma, Guarcino, Morolo, Paliano, Pastena, Pescosolido, Picinisco, Pico, Piglio, Pofi, Pontecorvo, Posta Fibreno, Roccasecca, San Donato Val di Comino, Sant'Andrea, Santopadre, Saracinisco, Serrone, Settefrati, Supino, Sant'Elia Fiumerapido, Veroli.

sicuramente, da un lato, il Parco Nazionale d'Abruzzo dall'altro, la vicinanza alla zona metropolitana di Roma nonché Fiuggi con i suoi impianti termali.

Un'ulteriore interessante spunto d'indagine, per approfondire l'analisi sulle cinque zone di attrazione turistica, è rappresentato dal tipo di ospitalità offerta dalle aziende agrituristiche.

Nella tabella 3.8³³ sono mostrate le diverse forme di ospitalità offerte dagli agriturismi laziali in ciascuna di queste 5 aree, che vanno dalla sola ristorazione, al solo alloggio, all'offerta combinata di ristorazione ed alloggio.

Dalla tabella si può leggere l'elevata specializzazione nell'offerta del solo alloggio nell'area dell'alto viterbese; l'alta percentuale di agriturismi con la sola ristorazione nel frusinate e l'elevato numero di aziende che offrono contemporaneamente ristorazione ed alloggio nelle restanti zone.

Tab. 3.8 – Le aziende agrituristiche nelle aree di attrazione turistica e il tipo di ospitalità offerta

	Alta Tuscia	Cintura Metropolitana	Litoranea	Montagna del Reatino	Parchi e Terme nel Frusinate	Totale aree
Numero aziende campione 2008	164	196	77	50	75	562
Con sola ristorazione	9	40	18	11	32	110
Con solo alloggio	108	38	22	13	7	188
Con ristorante ed alloggio	45	110	37	25	36	253
Numeri posti letto	2955	2674	981	644	543	7797
Con sola ristorazione/n.az.campione	5,5	20,4	23,4	22,0	42,7	19,6
Con solo alloggio/n.az.campione	65,9	19,4	28,6	26,0	9,3	33,5
Con ristorante ed alloggio/n.az.campione	27,4	56,1	48,1	50,0	48,0	45,0
Numero posti letto/100 ettari di SAU	18,0	13,6	12,7	12,9	7,2	13,9

³³ Nella tabella la somma tra le aziende agrituristiche con la sola ristorazione, quelle con il solo alloggio e quelle con ristorante ed alloggio differisce dal totale in quanto 11 aziende del campione non offrono nessuno di questi servizi.

3.3 – I dati di natura secondaria: l’offerta turistica territoriale

Dopo aver studiato, attraverso l’indagine di campo descritta nei precedenti paragrafi, l’offerta agrituristica laziale e dopo aver individuato le aree maggiormente attrattive all’interno del Lazio, si può a questo punto passare ad analizzare, attraverso dati secondari, sia le principali amenità storico-culturali presenti sul territorio, in modo da delineare meglio i principali comuni attrattori, sia l’offerta turistica laziale non rappresentata dalle aziende agrituristiche.

L’analisi delle principali attrazioni nonché lo studio dei servizi ricettivi non agrituristiche permette di definire meglio le componenti del sistema turistico Lazio individuate attraverso: le aziende agrituristiche, le risorse culturali ed ambientali, gli altri servizi offerti.

3.3.1 – Le amenità storico culturali ed ambientali del Lazio

Per affinare l’analisi svolta nel paragrafo precedente e, quindi poter definire in modo più accurato le attrazioni presenti nel Lazio, si è proceduto alla raccolta di dati secondari rispetto ad attrazioni di tipo storico culturale ed ambientale.

Prima di definire la metodologia adottata si può brevemente citare una classificazione di attrazioni turistiche (Candela *et al*, 2003):

- a) Attrazioni naturali o ambientali: montagna, mare, laghi, paesaggio, clima, vegetazione, parchi, foreste, ect;
- b) attrazioni dovute all’uomo che si identificano con i prodotti della tradizione e della cultura e sono rappresentate da monumenti, musei, aree archeologiche nonché dal modo di vivere e dall’ospitalità della destinazione turistica.

Per classificare le attrazioni presenti sul territorio laziale sono state utilizzate le informazioni presenti nelle guide del Touring Club Italiano (per le amenità artistiche, culturali, storico-architettoniche), quelle presenti nella guida intitolata “A piedi nel Lazio” ed infine, attraverso il sito internet “ParchiLazio.it”.

In particolare sono stati selezionati e considerati come dotati di particolari amenità tutti i Comuni citati con una e due stelle nella guida del Touring e tutti quelli in cui è presente un lago o una spiaggia, un parco e/o una riserva naturale con itinerari segnati.

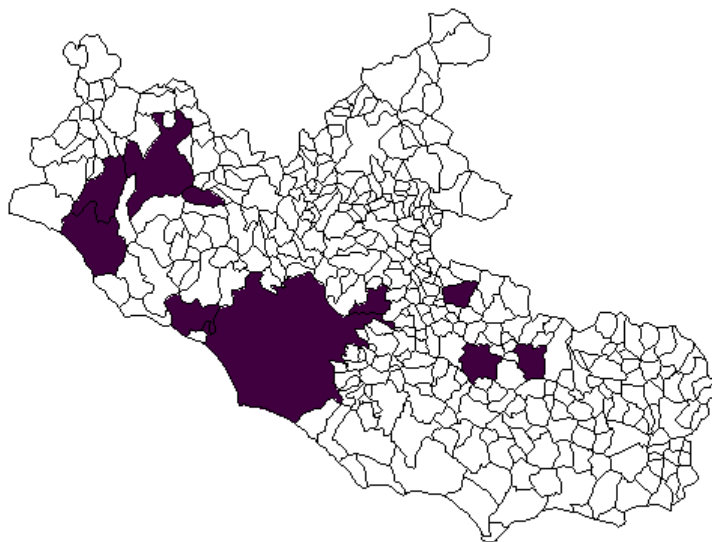
Inoltre, sono stati inclusi come attrattive anche i Comuni delle Province di Umbria e Toscana³⁴, confinanti con il Lazio e citati con una e due stellette dal Touring. Questo perché si è ritenuto che queste aree limitrofe alle zone di confine della nostra regione possano costituire un elemento di attrattiva per i turisti che scelgono di venire nel Lazio.

Complessivamente sono stati evidenziati in questo modo 10 Comuni con due stelle e 36 con una stella.

Per quanto riguarda le attrazioni di tipo naturalistico, la classificazione adottata mette in luce ben 72 comuni con un lago o con una spiaggia e 49 comuni con una parco, una riserva con itinerari segnati.

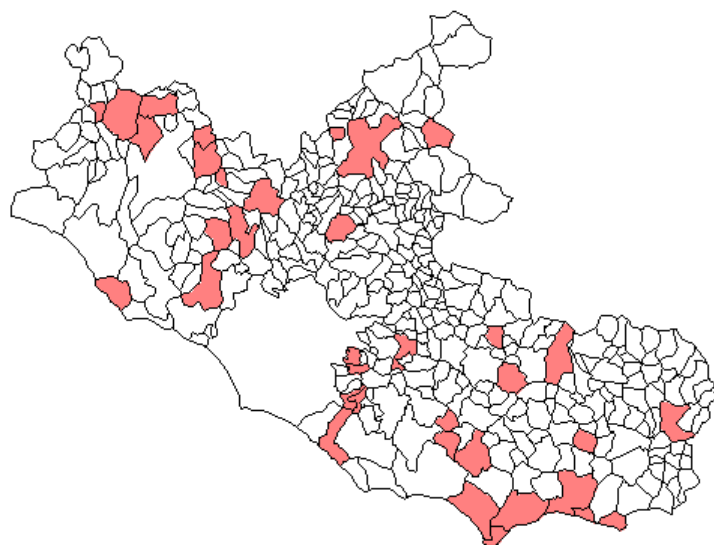
Le seguenti carte tematiche mostrano la localizzazione dei poli individuati sul territorio.

I comuni con due stelle

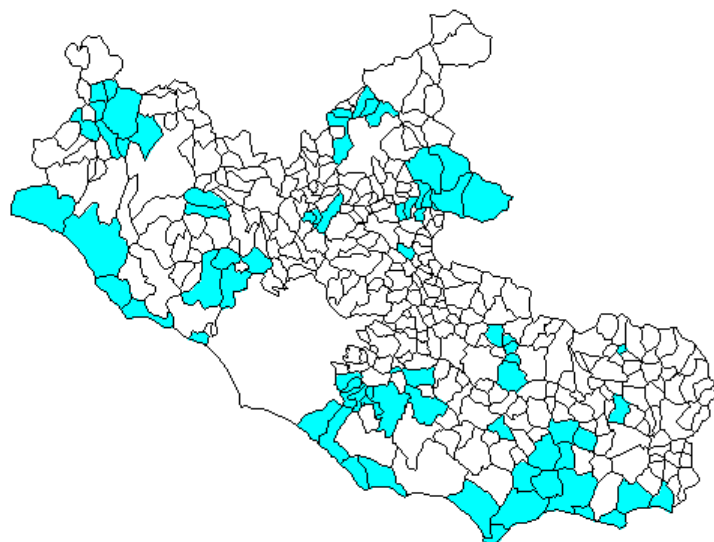


³⁴ Per Umbria e Toscana sono emersi 9 Comuni con due stelle e 18 ad una stella.

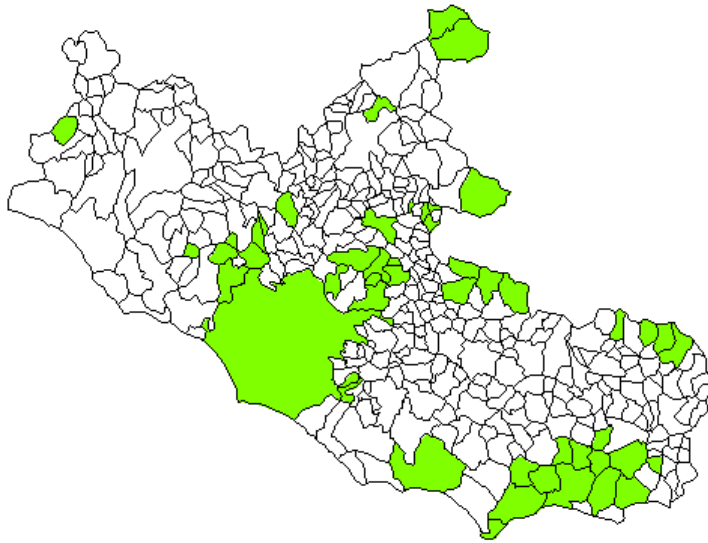
I Comuni con una stella



I comuni con laghi e/o spiagge



I comuni con parchi e/o riserve con itinerari segnati



Dalle mappe emerge una complementarietà nella diffusione delle attrazione all'interno della regione. Da notare un maggiore sviluppo delle amenità ambientali nel reatino e nel frusinate. Mentre come attrattive culturali a due stelle stesse spiccano i borghi del viterbese dove vi è anche una buona presenza di attrattive ambientali soprattutto connesse a laghi e spiagge.

Tutta l'analisi risulta influenzata dalla presenza di Roma, polo turistico per eccellenza della regione, che da sola assorbe milioni di turisti ogni anno creando un forte indotto anche per tutti i territori circostanti.

L'affinamento dell'analisi ci ha permesso di confermare molti aspetti già evidenziati nel paragrafo precedente. Per tale ragione nel lavoro saranno utilizzate entrambe le metodologie. La prima rappresenterà un modo per collocare le tipologie individuate con la *cluster* sul territorio e la seconda per individuare i fattori che influenzano la scelta da parte di un imprenditore agrituristico di una certa offerta.

3.3.2 – L’offerta turistica non agrituristica

L’offerta agrituristica di un territorio è rappresentata anche dai servizi in esso presenti. Ci si riferisce ad essi attraverso l’insieme delle organizzazioni aziendali di turismo private e pubbliche.

In questo paragrafo si vuole analizzare l’offerta turistica laziale rappresentata da servizi ricettivi non agrituristici (alberghi, campeggi, bed and breakfast ect.) e dai servizi di ristorazione.

La capacità ricettiva turistica non agrituristica è stata elaborata attraverso dati secondari derivanti da indagini ISTAT e mediante portali internet di settore per le informazioni relative ai servizi di ristorazione.

Le informazioni raccolte a livello comunale possono essere sintetizzate e descritte attraverso aggregazioni provinciali e mostrate nella tabella n 3.9.

Non stupirà di scoprire che la provincia maggiormente ricettiva è quella di Roma. Segue quella di Frosinone per gli alberghi, e quella di Viterbo per i Bed and Breakfast. Buona anche l’offerta turistica nella provincia di Latina, più povera quella del reatino.

Tab. 3.9 - l’offerta turistica nel Lazio

Province	Esercizi				
	Viterbo	Rieti	Roma	Latina	Frosinone
Totale Alberghi	123	60	1263	164	242
Campeggi e Villaggi turistici	23	3	36	60	6
Alloggi in affitto	27	19	1062	46	33
Ostelli per la Gioventù	5	7	18	5	5
Case per ferie	25	7	254	11	8
Bed & Breakfast	329	163	2537	169	99
Ristoranti	2147	590	63130	1069	523
	Letti				
Totale Alberghi	6515	2748	119057	10467	13921
Campeggi e Villaggi turistici	17182	494	35060	27128	1857
Alloggi in affitto	291	273	8112	885	295
Ostelli per la Gioventù	178	197	1005	123	237
Case per ferie	1048	254	14337	294	500
Bed & Breakfast	1779	729	10347	750	455
Fonte - elaborazioni su dati ISTAT e portali di settore					

Capitolo 4 – L’analisi tipologica

4.1 – La *cluster analysis*: inquadramento teorico

Nella statistica multivariata rientrano una serie di tecniche tra cui la *cluster analysis* (analisi dei gruppi). L’analisi dei gruppi ha come scopo quello di raggruppare le unità di un certo collettivo in un numero limitato di gruppi rispetto al complesso di caratteristiche d’interesse. Tale metodologia esplorativa è utilizzata soprattutto quando vi è la necessità di ottenere una partizione in gruppi omogenei, rispetto alle caratteristiche del set di variabili considerato, per poter rilevare in modo più evidente gli elementi di similarità o di differenza tra le osservazioni.

“Si considerino n elementi caratterizzati da m caratteristiche quantitative o qualitative appartenenti ad un insieme I dotato di una misura di distanza, s , ovvero definiti in uno spazio metrico: s’intende costruire una partizione degli n elementi in K gruppi. Se si indica con I_k il generico gruppo di elementi, quindi quel sottoinsieme di I che definisce l’elemento generico della partizione, una tipologia, come insieme dei gruppi, può esprimersi in simboli $(I_1, I_2, \dots, I_k)$ ” (Bolasco, 1999).

I metodi di classificazione definiscono una partizione dell’insieme delle unità e avvalendosi di algoritmi formalizzati (ossia di un programma per un calcolatore) rendono l’aggregazione delle unità statistiche più imparziale possibile.

Il processo di clusterizzazione si compone di varie fasi ognuna delle quali implica delle scelte alle quali è legato il risultato finale. Precisamente i principali passi in un processo di classificazione possono essere così sintetizzate:

- 1) individuazione della matrice dei dati e delle sue standardizzazioni;
- 2) scelta del tipo di misura di diversità;
- 3) scelta dell’algoritmo di classificazione ovvero del metodo di formazione dei gruppi;
- 4) valutazione ed interpretazione dei risultati.

Una volta costruito il dataset su cui effettuare l'analisi ed aver proceduto alla sua standardizzazione (che deve necessariamente essere effettuata per le variabili continue al fine di poter effettuare confronti tra differenti unità di misura), si procederà alla scelta della misura di diversità.

Tra le misure di diversità più frequentemente utilizzate si possono ricordare: la distanza euclidea (si definisce tale ogni distanza che possa esprimersi attraverso un prodotto scalare identificato da una matrice simmetrica e definita positiva), la distanza del X^2 (molto utile per dati di tipo qualitativo espressi in tabelle di frequenza³⁵), l'indice di Ward (è una misura di dissimilarità fra due *cluster*, ma è anche una misura dell'incremento di devianza interna che si produce dalla fusione di due gruppi in uno nuovo).

Le tecniche di *clusterizzazione* si dividono in gerarchiche e non gerarchiche.

Per metodi gerarchici s'intendono quelli che costruiscono il "dendogramma" o diagramma ad albero di tutte le possibili partizioni del fenomeno, sia partendo dall'ipotesi che ogni unità d'osservazione sia un gruppo, per poi giungere alla situazione in cui tutte le unità d'osservazione sono in un unico gruppo (procedura detta *bottom-up*), sia effettuando tale operazione al contrario (procedura *top-down*).

I metodi gerarchici possono essere distinti in base alla misura di distanza tra gruppi utilizzata. Esiste il metodo del legame singolo o del vicino più prossimo (la distanza è definita come quella minima tra ciascuna delle unità di un gruppo e ciascuna delle unità dell'altro gruppo); metodo del legame completo o del vicino più lontano (la distanza è definita come quella massima tra ciascuna delle unità di un gruppo e ciascuna delle unità dell'altro gruppo); metodo del legame medio (la distanza è definita come media aritmetica delle distanze tra ciascuna delle unità di

³⁵ Si considerino due modalità h e h' di una variabile di riga di una tabella a doppia entrata. Siano $j=1, \dots, K$ le modalità della variabile di colonna. La distanza del Chi Quadrato fra le modalità h e h' corrisponde alla distanza euclidea tra le due distribuzioni condizionate ponderate rispetto ai marginali di riga:

$$\chi^2 d_{h,h'}^2 = \sum_{j=1}^K \left(\frac{n_{h,j}}{n_{h,+}} - \frac{n_{h',j}}{n_{h',+}} \right)^2 \cdot \frac{n}{n_{+,j}}$$

un gruppo e ciascuna delle unità dell'altro gruppo); metodo del centroide (la distanza è definita tra i centroidi di ciascun gruppo); metodo di Ward o della minima devianza (con il quale i gruppi sono formati a partire dalle singole unità ed i gruppi iniziali sono riuniti in *cluster* via via più ampi fino ad arrivare ad un unico gruppo contenente tutte le unità. Ad ogni stadio, le osservazioni o gruppi di osservazioni che sono aggregati sono quelli la cui distanza è minima e la fusione dei “*cluster*” è regolata in modo che sia minimo l'incremento di devianza calcolato dal baricentro del nuovo gruppo (De Muro, 1991)).

In generale, per i metodo gerarchici, si ha interesse ad avere dei gruppi massimamente omogenei; una partizione si considera tanto migliore quanto più omogenee sono le classi e forte la differenza fra le classi, ovvero tanto più è massima l'inerzia tra le classi (inter classe) e minima l'inerzia interna alle classi (intra classi). Questa proprietà fa riferimento ad un teorema che dimostra come la varianza totale del fenomeno in esame sia uguale alla somma della varianza tra i gruppi più la varianza entro i gruppi.

I metodi non gerarchici si basano essenzialmente su tre elementi: la presenza di una partizione iniziale delle unità, la conoscenza del numero di gruppi e la definizione di un criterio di ottimalità o funzione obiettivo con la quale si è in grado di assegnare le unità alle categorie.

Le classificazioni avvengono tentando di migliorare una suddivisione provvisoria delle unità ed effettuando una serie di riallocazioni finché non risulta soddisfatto il criterio di ottimalità.

Il metodo delle *k*-medie costituisce l'algoritmo di classificazione non gerarchico più utilizzato. Tale algoritmo conduce ad una classificazione delle unità statistiche in *n* gruppi distinti, con *n* definito a priori, tramite la seguente procedura iterativa:

- 1) si scelgono *n* poli iniziali ossia gli *n* punti nello spazio *p*-dimensionale che costituiscono i centroidi dei *clusters* nella ripartizione iniziale;
- 2) per ogni elemento si calcola la distanza dai centroidi degli *n* gruppi: se la distanza minima non è ottenuta in corrispondenza del centroide del gruppo di appartenenza, l'unità è riassegnata al *cluster* corrispondente al centroide più vicino;

3) si ripete il passo 2 finché non è raggiunta la convergenza dell'algoritmo, ossia finché non si verifica alcuna modificazione dei poli rispetto all'iterazione precedente;

3a) convergenza dell'algoritmo;

3b) distanza tra ciascun centroide calcolato nell'iterazione corrente ed il corrispondente centroide nell'iterazione precedente;

3c) raggiungimento del numero massimo di iterazioni prescelte.

Le successive fasi richiedono il calcolo ripetuto della distanza tra ciascun punto ed i centroidi degli n gruppi: questa procedura appartiene alla classe di algoritmi che usa la tecnica chiamata "ordinamento rispetto al centroide più vicino" (Zani *et al*, 2007).

L'analisi dei gruppi ha una lunga tradizione negli studi di natura territoriale, i quali hanno spesso interesse a individuare delle regioni costituite da unità spaziali con simili caratteristiche definite in precedenza. Un esempio di tale applicazione è rintracciabile nel modello ICI per l'analisi dei sistemi agricoli che alla fine degli anni ottanta ha identificato tre modalità di interazione tra agricoltura e sistema economico: una dimensione di integrazione dell'agricoltura con il resto del sistema economico, una dimensione di complementarità ed una di isolamento (Coppola *et al.*, 1991).

4.2 - La *cluster analysis*: obiettivi e variabili utilizzate

Il metodo attraverso il quale si sono classificate le aziende in determinate tipologie è quello della *cluster analysis*. In particolare è stata effettuata una clusterizzazione di tipo non gerarchico utilizzando l'algoritmo *k-means*.

La classificazione è stata effettuata con il programma *Systat 10*, scegliendo come misura di distanza il *Chi-Quadrato*. Tale misura di distanza è stata scelta poiché si opera su dati di tipo qualitativo (presenza/assenza di un determinato servizio offerto). In questi casi il Chi Quadrato rappresenta l'indice maggiormente utilizzato per misurare il grado di diversità tra le righe (o le colonne) della tabella. La classificazione delle aziende agrituristiche del Lazio è stata effettuata utilizzando i dati raccolti attraverso l'indagine di campo del 2008. L'obiettivo è

pervenire a definire differenti tipologie aziendali in base ai servizi turistici - agrituristici offerti ed alle caratteristiche agricole presenti.

Le variabili su cui è stata eseguita la *cluster* sono 17 e descrivono le tipologie agrituristiche sulla base della presenza in azienda dei seguenti servizi: ristorante ed alloggio, solo ristorante, solo alloggio, piscina, campo da tennis, maneggio, trekking, mountain bike, pesca, arco, sala comune, agricampeggio, vendita diretta, agricoltura biologica, pagamento con carta di credito, addetti che parlano una lingua straniera, un sito internet.

Tab. 4.1 - Le variabili utilizzate

Variabile
ristorante ed alloggio
solo ristorante
solo alloggio
piscina
tennis
maneggio
trekking
mountain bike
pesca
arco
sala comune
agricampeggio
vendita diretta
agricoltura biologica
carta di credito
lingue straniere
sito internet

Una volta ottenuta la ripartizione in tipologie, grazie all'applicazione della *Cluster Analysis*, dai risultati della stessa è stata abbinata un'analisi di tipo descrittivo, relativa a variabili connesse all'azienda agricola (superficie agricola totale, tipi di coltivazioni e allevamenti) in modo da analizzare le relazioni esistenti tra le caratteristiche agricole e le tipologie aziendali determinate sulla base dei servizi offerti ai clienti.

Tab. 4.2 – Le variabili agricole utilizzate

SAT (< 10 ha)
SAT (10 - 50 ha)
SAT (> 50 ha)
Viticultura
Olivicoltura
Orticoltura
Seminativi
Foraggi
Frutticoltura
Prati e pascoli
Allevamenti
Animali bassa corte

4.3 – Tipologie agrituristiche e loro collocazione territoriale

Prima di mostrare i risultati della *cluster analysis* si vogliono aggiungere alcune informazioni che descrivono meglio le variabili utilizzate.

La tabella 4.3 mostra il numero di aziende del campione che offrono quel determinato servizio e la percentuale sul totale delle osservazioni (562 aziende). La maggioranza degli agriturismi offre ristorazione ed alloggio, ha un sito internet, attua la vendita diretta, ha addetti con competenze linguistiche.

La tabella n. 4.4 descrive il campione di aziende agrituristiche studiato in base alle caratteristiche agricole presenti. Da notare l'elevato numero di piccole aziende con coltivazioni intensive.

Tab. 4.3 – Numero aziende e percentuale sul campione rispetto alle variabili utilizzate

Variabile	numero aziende	% sul campione
ristorante ed alloggio	257	45,7
solo ristorante	110	19,6
solo alloggio	188	33,5
piscina	194	34,5
tennis	31	5,5
maneggio	104	18,5
trekking	245	43,6
mountain bike	219	39,0
pesca	62	11,0
arco	33	5,9
sala comune	387	68,9
agricampeggio	46	8,2
vendita diretta	398	70,8
agricoltura biologica	217	38,6
carta di credito	215	38,3
lingue straniere	378	67,3
sito internet	417	74,2

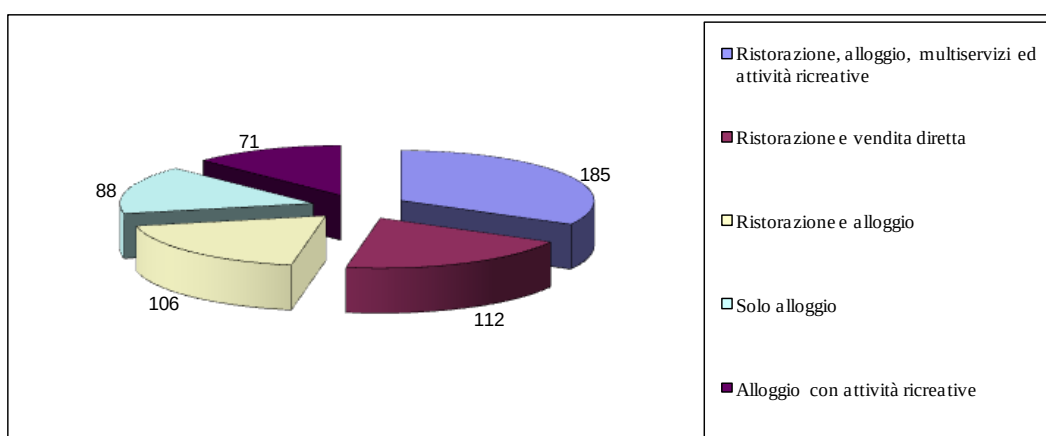
Tab. 4.4 – Numero aziende e percentuale sul campione (variabili agricole utilizzate)

Variabile	numero aziende	% sul campione
SAT (< 10 ha)	226	40,2
SAT (10 - 50 ha)	243	43,2
SAT (> 50 ha)	85	15,1
Viticultura	155	27,6
Olivicoltura	309	55,0
Orticoltura	260	46,3
Seminativi	199	35,4
Foraggi	100	17,8
Frutticoltura	210	37,4
Prati e pascoli	35	6,2
Allevamenti	220	39,1
Animali bassa corte	112	19,9

4.3.1 Le tipologie individuate³⁶

Dalla *Cluster Analysis* sono scaturiti cinque gruppi che risultano caratterizzati dall'insieme dei servizi turistici offerti (fig. 4.1).

Fig. 4.1 - Le tipologie individuate



Il gruppo più numeroso, che può essere definito come “Ristorazione, alloggio, multiservizi e attività ricreative”, è composto da 185 aziende (32% del totale³⁷) ed individua un’offerta orientata alla valorizzazione di molteplici attività, oltre a quelle dell’ospitalità di base. Tale gruppo, infatti, individua aziende che offrono ospitalità mediante ristorante ed alloggio, ma che offrono anche al turista attività sportive o comunque all’aria aperta. Esso risulta caratterizzato, rispetto agli altri *cluster*, dalle più elevate percentuali di aziende dotate di maneggio, di mountain bike a disposizione degli ospiti e di percorsi di trekking. Al tempo stesso, questo è l’unico gruppo che individua percentuali di aziende agrituristiche dotate di un campo da tennis. Da notare anche un’elevata percentuale di aziende con piscina e in cui si può praticare il tiro con l’arco.

All’interno dello stesso *cluster* prevalgono di gran lunga le aziende che offrono ospitalità mediante la combinazione di ristorante ed alloggio, pur essendo presenti

³⁶ Il paragrafo è tratto da Carbone (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), *Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio*, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

³⁷ Il totale è rappresentato da 562 ossia il numero di aziende del campione studiato.

in una quota ridotta (18%) aziende con solo alloggio e aziende che sono dotate di piazzole per la sosta di camper (agricampeggio).

Le aziende di questo gruppo risultano particolarmente organizzate in quanto, oltre a presentare le caratteristiche sopra citate, si distinguono anche per la pratica della vendita diretta (75%), per la presenza di addetti con competenze linguistiche (79%) e per la dotazione di un sito internet (80%).

Tab. 4.5 – Ristorazione, alloggio, multiservizi e attività ricreative

Variabile	% di aziende nel cluster	% di aziende della regione
Ristorante e alloggio	81,6	45,0
Solo ristorante	0,0	19,6
Solo alloggio	17,8	33,5
Piscina	44,9	34,5
Tennis	16,8	5,5
Maneggio	36,2	18,5
Trekking	68,1	43,6
Muontain bike	62,2	39,0
Pesca	16,8	11,0
Arco	16,8	5,9
Sala comune	82,7	68,9
Agricampeggio	18,4	8,2
Vendita diretta	74,6	70,8
Agricoltura biologica	40,5	38,6
Carta di credito	44,9	38,3
Lingue parlate	78,4	67,3
Sito internet	80,0	74,2
SAT (< 10 ha)	39,5	40,2
SAT (10 - 50 ha)	41,1	43,2
SAT (> 50 ha)	18,4	15,1
Viticoltura	28,1	27,6
Olivicoltura	55,1	55,0
Orticoltura	47,6	46,3
Seminativi	33,0	35,4
Foraggi	18,4	17,8
Frutticoltura	40,5	37,4
Prati e pascoli	3,8	6,2
Allevamenti	42,7	39,1
Animali di bassa corte	21,6	19,9

Questa tipologia aziendale è caratterizzata da aziende agricole con superfici medio-grandi dove è praticata la viticoltura, la frutticoltura, l'orticoltura e dove sono presenti allevamenti ed animali di bassa corte (tab. 4.5).

Il *cluster* definito “ristorazione e vendita diretta” individua 112 aziende (20% del totale) prevalentemente orientate all'offerta della ristorazione unita alla vendita di prodotti aziendali. Tale gruppo, raccoglie realtà agrituristiche dirette a rispondere ad una domanda di turismo prevalentemente giornaliero in cerca di una breve gita fuori porta dove assaporare e, se del caso, acquistare prodotti locali ritenuti più genuini in virtù della conoscenza dei luoghi e dei metodi di produzione.

Tab. 4.6 – Ristorazione e vendita diretta

Variabile	% di aziende nel cluster	% di aziende della regione
Ristorante e alloggio	0,0	45,0
Solo ristorante	98,2	19,6
Solo alloggio	0,0	33,5
Piscina	5,4	34,5
Tennis	0,0	5,5
Maneggio	14,3	18,5
Trekking	19,6	43,6
Muontain bike	12,5	39,0
Pesca	4,5	11,0
Arco	1,8	5,9
Sala comune	62,5	68,9
Agricampeggio	10,7	8,2
Vendita diretta	76,8	70,8
Agricoltura biologica	31,3	38,6
Carta di credito	38,4	38,3
Lingue parlate	47,3	67,3
Sito internet	48,2	74,2
SAT (< 10 ha)	44,6	40,2
SAT (10 - 50 ha)	46,4	43,2
SAT (> 50 ha)	7,1	15,1
Viticultura	37,5	27,6
Olivicoltura	63,4	55,0
Orticoltura	49,1	46,3
Seminativi	34,8	35,4
Foraggi	13,4	17,8
Frutticoltura	40,2	37,4
Prati e pascoli	6,3	6,2
Allevamenti	51,8	39,1
Animali di bassa corte	33,9	19,9

L'unione di queste due caratteristiche permette agli agriturismi di questo gruppo di diversificare il reddito aziendale e di valorizzare i prodotti del settore agricolo

facendoli conoscere attraverso l'offerta di piatti tipici e permettendo l'acquisto degli stessi. Questo valorizza quanto stabilito dalla normativa regionale (L.R. 2 Novembre 2006, n. 14) in cui all'articolo 24 è fatto uno specifico riferimento allo sviluppo della vendita diretta come mezzo per rendere più efficace l'agriturismo in quanto strumento di sostegno all'agricoltura.

Da notare in questo *cluster*, rispetto agli altri, percentuali più basse di aziende agrituristiche con addetti che parlano una lingua straniera (47%) e con disponibilità di un sito internet (48%). Ciò rafforza l'interpretazione di questa tipologia come quella di aziende volte a soddisfare prevalentemente una domanda locale di esclusivo/prevalente consumo e acquisto di prodotti.

Dal punto di vista agricolo le aziende di questo gruppo si caratterizzano per le piccole-medie dimensioni, per la presenza di viticoltura, olivicoltura, frutticoltura, allevamenti ed animali di bassa corte (tab. 4.6).

Il terzo *cluster* "ristorazione e alloggio" raccoglie 106 aziende (19% del totale) e si compone perlopiù di aziende agrituristiche che offrono sia la ristorazione che l'alloggio (96%); inoltre è quasi sempre presente una sala comune a disposizione dei clienti (84%) e vi è un'elevata percentuale di aziende con addetti con competenze linguistiche (76%) .

Tale *cluster* risulta simile al precedente anche se più completo dal punto di vista dell'ospitalità. C'è da dire però che tale tipo di ospitalità risulta molto vicina a quella del turismo tradizionale dove il legame con l'azienda agricola è essenzialmente ridotto alla fornitura degli alimenti per la ristorazione. Tale aspetto viene confermato dalle caratteristiche connesse alle aziende agricole di questa tipologia che risultano essere di piccole dimensioni ed in cui è praticata la viticoltura, l'olivicoltura, la frutticoltura e l'orticoltura (tab. 4.7).

Tab. 4.7 – Ristorazione e alloggio

Variabile	% di aziende nel cluster	% di aziende della regione
Ristorante e alloggio	96,2	45,0
Solo ristorante	0,0	19,6
Solo alloggio	0,0	33,5
Piscina	30,2	34,5
Tennis	0,0	5,5
Maneggio	0,0	18,5
Trekking	0,0	43,6
Muontain bike	20,8	39,0
Pesca	0,0	11,0
Arco	0,0	5,9
Sala comune	84,0	68,9
Agricampeggio	0,0	8,2
Vendita diretta	77,4	70,8
Agricoltura biologica	42,5	38,6
Carta di credito	47,2	38,3
Lingue parlate	76,4	67,3
Sito internet	79,2	74,2
SAT (< 10 ha)	50,9	40,2
SAT (10 - 50 ha)	36,8	43,2
SAT (> 50 ha)	9,4	15,1
Viticultura	34,0	27,6
Olivicoltura	66,0	55,0
Orticoltura	64,2	46,3
Seminativi	30,2	35,4
Foraggi	10,4	17,8
Frutticoltura	45,3	37,4
Prati e pascoli	9,4	6,2
Allevamenti	42,5	39,1
Animali di bassa corte	24,5	19,9

Gli ultimi due *cluster* sono stati denominati rispettivamente “solo alloggio” e “alloggio con attività ricreative” e sono costituiti rispettivamente da 88 e 71 casi.

I due gruppi possono essere descritti contemporaneamente in quanto entrambi presentano le più elevate percentuali di aziende con il solo alloggio (99% e 96%). Inoltre, entrambi i *cluster*, si caratterizzano per le maggiori percentuali di aziende con un sito internet (81% e 84%), per elevate percentuali di aziende con piscina (49 e 42%), trekking (57 e 66%).

I due *cluster* sono caratterizzati da aziende agricole medio-grandi in cui sono presenti coltivazioni di seminativi e foraggi (tab. 4.8 e 4.9).

Tab. 4.8 – Solo alloggio

Variabile	% di aziende nel cluster	% di aziende della regione
Ristorante e alloggio	0,0	45,0
Solo ristorante	0,0	19,6
Solo alloggio	98,9	33,5
Piscina	48,9	34,5
Tennis	0,0	5,5
Maneggio	0,0	18,5
Trekking	56,8	43,6
Muontain bike	36,4	39,0
Pesca	0,0	11,0
Arco	0,0	5,9
Sala comune	46,6	68,9
Agricampeggio	0,0	8,2
Vendita diretta	48,9	70,8
Agricoltura biologica	30,7	38,6
Carta di credito	0,0	38,3
Lingue parlate	56,8	67,3
Sito internet	80,7	74,2
SAT (< 10 ha)	30,7	40,2
SAT (10 - 50 ha)	51,1	43,2
SAT (> 50 ha)	17,0	15,1
Viticoltura	19,3	27,6
Olivicoltura	52,3	55,0
Orticoltura	26,1	46,3
Seminativi	42,0	35,4
Foraggi	22,7	17,8
Frutticoltura	31,8	37,4
Prati e pascoli	6,8	6,2
Allevamenti	14,8	39,1
Animali di bassa corte	5,7	19,9

Le due tipologie per il tipo di servizi offerti e per l'orientamento produttivo aziendale tendono a presentare, rispetto agli altri gruppi, una minor necessità di lavoro residenziale identificando conduttori con occupazioni anche esterne all'azienda stessa.

Tab. 4.9 – Alloggio con attività ricreativa

Variabile	% di aziende nel cluster	% di aziende della regione
Ristorante e alloggio	0,0	45,0
Solo ristorante	0,0	19,6
Solo alloggio	95,8	33,5
Piscina	42,3	34,5
Tennis	0,0	5,5
Maneggio	29,6	18,5
Trekking	66,2	43,6
Muontain bike	50,7	39,0
Pesca	36,6	11,0
Arco	0,0	5,9
Sala comune	47,9	68,9
Agricampeggio	0,0	8,2
Vendita diretta	69,0	70,8
Agricoltura biologica	49,3	38,6
Carta di credito	54,9	38,3
Lingue parlate	69,0	67,3
Sito internet	84,5	74,2
SAT (< 10 ha)	31,0	40,2
SAT (10 - 50 ha)	43,7	43,2
SAT (> 50 ha)	25,4	15,1
Viticultura	11,3	27,6
Olivicoltura	28,2	55,0
Orticoltura	36,6	46,3
Seminativi	42,3	35,4
Foraggi	28,2	17,8
Frutticoltura	19,7	37,4
Prati e pascoli	7,0	6,2
Allevamenti	35,2	39,1
Animali di bassa corte	4,2	19,9

Nonostante ciò esistono delle differenziazioni tra le aziende dei due gruppi, infatti, quello denominato “alloggio con attività ricreative” è anche caratterizzato da una buona percentuale di aziende con maneggio (30%) e dalla più alta percentuale di agriturismi che permettono la pratica della pesca sportiva (37%). Al tempo stesso questo gruppo presenta la maggiore percentuale (49%) di aziende che praticano l’agricoltura biologica (tab. 4.9).

Tale *cluster*, quindi, rispetto al precedente, descrive una tipologia agrituristica con un’offerta più ampia e, soprattutto maggiormente orientata alla valorizzazione dell’azienda agricola. L’offerta agrituristica di questa tipologia aziendale sembra essere indirizzata a rispondere ad una domanda turistica anche estera grazie alla presenza in azienda di addetti con competenze linguistiche (69%), alla possibilità di pagamento con carta di credito o bancomat (55%) ed alla disponibilità di un

sito internet. Quest'ultimo costituisce un valido mezzo di conoscenza, comunicazione e promozione aziendale, in qualsiasi parte del mondo in cui il potenziale turista si trovi.

Tab. 4.10 – Caratteristiche dei *cluster* individuati

Ristorazione, alloggio, multiservizi e attività ricreative (185 aziende - 32%)	Ristorazione e vendita diretta (112 aziende - 20%)
Ristorante ed alloggio	Ristorazione
Piscina	Agricampeggio
Tennis	Vendita diretta
Maneggio	Piccole - medie aziende
Trekking	Viticultura
Mountain bike	Olivicoltura
Pesca	Frutticoltura
Arco	Allevamenti
Sala comune per gli ospiti	Animali bassa corte
Solo alloggio (88 aziende - 16%)	
Alloggio	
Piscina	
Trekking	
Sito internet	
SAT 10 - 50 ettari	
Seminativi	
Foraggi	
Ristorazione e alloggio (106 aziende - 19%)	Alloggio con attività ricreative (71 aziende - 13%)
Ristorazione ed alloggio	Alloggio
Sala comune per gli ospiti	Piscina
Vendita diretta	Maneggio
Possibilità di pagamento di carta di credito	Trekking
Addetti con competenze linguistiche	Mountain bike
Sito internet	Pesca
Agricoltura biologica	Possibilità di pagamento di carta di credito
SAT < 10 ettari	Addetti con competenze linguistiche
Viticultura	Sito internet
Olivicoltura	Agricoltura biologica
Frutticoltura	SAT > 50 ettari
Orticoltura	Seminativi
Prati e pascoli	Foraggi

4.3.2 La diffusione territoriale delle diverse tipologie agrituristiche³⁸

Le tipologie individuate attraverso la *cluster analysis* possono essere collocate all'interno di cinque aree di attrazione turistica³⁹. Questo può fornire elementi di valutazione per verificare l'esistenza o meno di una caratterizzazione territoriale delle stesse tipologie. Si tratta infatti di capire se e come la localizzazione di una azienda agrituristica in un determinato territorio influenza, attraverso il profilo del potenziale cliente, la struttura dei servizi offerti e quindi in ultima analisi le interdipendenze con la attività più propriamente agricola. La risposta a questo quesito può fornire elementi di valutazione per interpretare le differenti forme che assume l'attività agrituristica e, verosimilmente, anche il differente tipo di assistenza e sostegno necessario allo sviluppo di questa attività.

Il *cluster* "ristorazione, alloggio, multiservizi ed attività ricreative", che si ricorda è il più numeroso, è anche il più omogeneamente diffuso sul territorio in quanto presente con la stessa incidenza relativa (intorno al 30%) in tutte le cinque aree di attrazione (tab. 4.11). Si tratta infatti di una tipologia "generalista" che si può adattare bene a tutte le aree di attrazione della regione.

Ben più significativa è la specializzazione territoriale delle altre tipologie aziendali. Nell'area dell'alto viterbese le tipologie più diffuse sono quelle con solo alloggio a testimoniare un investimento prevalente nella ristrutturazione di fabbricati rurali e/o nella edificazione di nuovi fabbricati, all'interno dei quali fornire stanze o appartamenti. In questa area si osserva al contrario un numero molto ridotto di aziende che offrono ristorazione. Ciò può trovare spiegazione: da una parte nella difficoltà di approvvigionarsi di risorse qualificate per offrire un servizio complesso, per il quale necessitano competenze non sempre rintracciabili

³⁸ Il paragrafo è tratto da Carbone (2010) in Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), *Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio*, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.

³⁹ Nella tabella 4.11 sono stati elaborati due indicatori così costruiti. Il primo indicatore (incidenza relativa del cluster) è dato da: (X_{ij} / X_j) , dove X_{ij} indica il numero di aziende del cluster i ($i = 1, \dots, 5$) nell'area j ($j = 1, \dots, 5$) ed X_j indica il totale delle aziende agrituristiche presenti nell'area j . Il secondo indicatore (indice di specializzazione), è calcolato come $(X_{ij} / X_j) / (X_i / X)$, dove X_i indica il numero delle aziende del cluster i ed X indica il totale delle aziende agrituristiche nella regione.

in azienda o nei piccoli borghi; dall'altra nella presenza prevalente di un turismo propenso a passare parte significativa del suo tempo fuori dell'azienda a visitare il territorio circostante.

Nell'area di attrazione di Roma si osserva una situazione opposta alla precedente con una significativa presenza dell'attività di ristorazione. I *clusters* prevalenti in questa area sono infatti quelli della “ristorazione ed alloggio” e quello della “ristorazione e vendita diretta”. Si ritiene che le due tipologie si rivolgano a due domande profondamente differenti: quella del turismo italiano e straniero in visita alla Capitale e quella della “gita fuori porta” della popolazione di Roma. Tale considerazione si rileva anche nelle caratteristiche dei due *clusters* di riferimento. Infatti, mentre nel *cluster* “ristorazione e alloggio” i caratteri “sito internet” e “lingue straniere” ricorrono in oltre i tre quarti dei casi, nel *cluster* “ristorazione e vendita diretta” tali caratteri sono presenti in meno della metà delle aziende.

Nell'area del Frusinate si rileva una specializzazione degli agriturismi prevalentemente rivolti alla sola ristorazione e vendita diretta. La forte concentrazione di popolazione residente è da ritenere una delle ragioni a sostegno di una considerevole domanda di ristorazione. La minor frequenza, al contrario di tipologie imperniate sull'offerta di alloggio, è da ritenere collegata alle dimensioni delle aziende agricole, generalmente molto ridotte e che permettono una cubatura non sufficiente alla fornitura di alloggi.

L'area del Reatino manifesta una scarsa predisposizione all'offerta di alloggio senza ristorazione, per ragioni che sono da ritenersi piuttosto simili a quelle del Frusinate. In questa area prevale, più che altrove, la tipologia “ristorazione e alloggio”, ma anche la tipologia “alloggio con attività ricreative”, probabilmente connessa alla presenza di sport da fare all'area aperta ed in territorio montano come questo.

Per quanto riguarda l'area litoranea si evince una sua maggiore specializzazione verso la ristorazione e l'alloggio, ma anche verso l'offerta limitatamente al primo o al secondo servizio. Probabilmente in risposta di una domanda turistica che risulterà molto diversificata ed in cerca di soluzioni diverse a seconda del periodo dell'anno (tab. 4.11).

Tab. 4.11 – Le aree di attrazione turistica nei *cluster* individuati

Aree	Alta Tuscia	Cintura Metropolitana	Litoranea	Montagna del Reatino	Parchi e Terme nel Frusinate
Ristorazione, alloggio, multiservizi e attività ricreative					
N. aziende area nel cluster	53	70	23	14	25
Incidenza relativa del cluster (%)	32,3	35,7	30,7	28,0	32,5
Indice specializzazione	1,0	1,1	0,9	0,9	1,0
Ristorazione e vendita diretta					
N. aziende cluster	14	42	16	10	30
Incidenza relativa del cluster (%)	8,5	21,4	21,3	20,0	39,0
Indice specializzazione	0,4	1,1	1,1	1,0	2,0
Ristorazione e alloggio					
N. aziende cluster	13	50	15	16	12
Incidenza relativa del cluster (%)	7,9	25,5	20,0	32,0	15,6
Indice specializzazione	0,4	1,4	1,1	1,7	0,8
Solo alloggio					
N. aziende cluster	48	17	13	3	7
Incidenza relativa del cluster (%)	29,3	8,7	17,3	6,0	9,1
Indice specializzazione	1,9	0,6	1,1	0,4	0,6
Alloggio con attività ricreative					
N. aziende cluster	36	17	8	7	3
Incidenza relativa del cluster (%)	22,0	8,7	10,7	14,0	3,9
Indice specializzazione	1,7	0,7	0,8	1,1	0,3
Totale aziende area	164	196	75	50	77
Incidenza relativa del cluster (%)	100	100	100	100	100

Capitolo 5 – L'analisi econometria

5.1 - I modelli a scelta discreta: il *logit multinomiale*⁴⁰

Elementi di una teoria della scelta sono:

- un decisore (individuo o gruppi);
- un insieme di alternative;
- un insieme di attributi;
- una regola di scelta.

In un modello di questo tipo la scelta avviene fra un numero “finito” di alternative. Un modello a scelta discreta si differenzia infatti da un modello continuo poiché l'ambito di scelta, il cosiddetto *choice set*, è circoscritto ad alcune alternative, che si riducono a due in caso di modelli binari in cui l'evento o si verifica oppure non si verifica.

In questo tipo di modelli l'utente prende in considerazione un set di alternative I_i ed a queste viene associato un livello di utilità U_i che dipende da una serie di attributi (X_{ij}).

I diversi attributi X_{ij} che contraddistinguono ogni alternativa “ j ” sono caratterizzati da diversi “pesi” (b), che indicano l'importanza di ciascun attributo per ogni alternativa per ogni individuo.

Esistono due approcci dei modelli probabilistici o di scelta discreta:

- Approccio dell'utilità costante (e della regola decisionale casuale)
- Approccio dell'utilità casuale (RUM)

Nel primo approccio la scelta non è funzione di una massimizzazione, ma di un processo probabilistico. Il più semplice modello di UC è quello di Luce (1959)⁴¹ basato sull'assioma di scelta:

- La probabilità di scegliere un'alternativa di un insieme C non è funzione del sottoinsieme S di C che contiene l'alternativa

⁴⁰ www.econ.uniurb.it/.../3765_analisi%20della%20domanda%20di%20trasporto.ppt.

⁴¹ www.econ.uniurb.it/.../3765_analisi%20della%20domanda%20di%20trasporto.ppt.

- Se j è sempre scelto rispetto ad i allora i può non essere considerato, il che appare ragionevole, quando si valutano le alternative presenti in C ;
- Le probabilità di scelta di un insieme dipendono solo dalle alternative incluse in questo insieme.

Dato l'assioma è possibile derivare un modello di scelta in cui le utilità sono direttamente proporzionali alle probabilità di scelta.

Nel secondo approccio le inconsistenze nel comportamento individuale sono spiegate con la difficoltà dell'analista di osservare le funzioni di utilità dell'individuo, per cui l'utilità diventa una variabile casuale (assunzione di una distribuzione di probabilità congiunta).

Secondo questa formulazione l'utilità è composta di una parte osservabile e da una parte non osservabile:

- Componente (utilità) deterministica $V(z; S)$;
- Componente casuale $\varepsilon(Z; S) \rightarrow$ termine di errore

Da cui: $P_i | C_n = \Pr \left[V_{in} + \varepsilon_{in} > V_{jn} + \varepsilon_{jn} \right] \quad \forall j \in C_n$

Un modello di scelta è derivato assumendo una specifica distribuzione di probabilità congiunta per i termini d'errore. Diverse assunzioni sulla distribuzione del termine d'errore danno origine a modelli diversi:

- Modello Lineare (distribuzione uniforme)
- Modello Probit (distribuzione normale)
- Modello Logit (distribuzione gumbel $\rightarrow$ logistica)

Nel modello *logit multinomiale* i termini di errore sono assunti essere indipendenti e identicamente distribuiti secondo una distribuzione detta Gumbel e la loro differenza è distribuita secondo una logistica.

La probabilità di un'alternativa è data da:

$$P_{ni} = \text{Prob} (V_{ni} + \varepsilon_{ni} > V_{nj} + \varepsilon_{nj}) = \Pr (\varepsilon_{nj} < \varepsilon_{ni} + V_{ni} - V_{nj}). \quad \forall j \neq i$$

Assumendo ε_{in} fisso, l'espressione sopra può essere intesa come la distribuzione cumulata di ε_{jn} valutata in uno specifico punto

$$\text{Exp}(-\exp(-(\varepsilon_{ni} + V_{ni} - V_{nj}))).$$

Dato che i termini di errori sono indipendenti, la distribuzione cumulata per tutti i $j \neq i$ è pari al prodotto delle singole distribuzioni cumulate

$$p_{ni} \mid \varepsilon_{ni} = \prod_{j \neq i} e^{-e^{-(\varepsilon_{ni} + V_{ni} - V_{nj})}}$$

poiché ε_{in} non è dato l'espressione precedente diventa

$$P_{ni} = \int \left[\prod_{j \neq i} e^{-e^{-(\varepsilon_{ni} + V_{ni} - V_{nj})}} \right] e^{-\varepsilon_{nj}} e^{-e^{\varepsilon_{ni}}} d\varepsilon_{ni}.$$

Con opportuni passaggi matematici si arriva al seguente risultato finale

$$P_{ni} = \frac{e^{V_{ni}}}{\sum_j e^{V_{nj}}}$$



$$P_{ni} = \frac{e^{\beta'x_{ni}}}{\sum_j e^{\beta'x_{nj}}}$$

Un modello *logit multinomiale* presenta alcune proprietà, ma anche dei limiti (Train, 2003):

Proprietà:

- La $P(i)$ è compresa tra 0 e 1 questo significa che la probabilità dipende dall'attrazione di un'alternativa rispetto alle altre;
- la somma delle diverse probabilità è pari a 1;
- facile interpretazione della relazione tra utilità deterministica e probabilità di scelta.

Limiti:

- Assunzioni di termini di errori IID;

- Incapacità di considerare nel modello eterogeneità “non osservate” delle preferenze;
- incapacità di considerare correlazione delle scelte nel tempo;
- proprietà IIA ovvero indipendenza dalle alternative irrilevanti (o sostituzione proporzionale fra le utilità).

La condizione di Indipendenza delle Alternative Irrilevanti (IIA)

La condizione serve a verificare se, l’inclusione di alternative nel *choice set*, implica la variazione del rapporto di probabilità di scelta da parte del decisore.

“Tale condizione in pratica si traduce nel fatto che il rapporto delle probabilità di scelta tra le alternative si mantiene costante per il decisore indipendentemente dall’inclusione di altre alternative nel *choice set*. Questa proprietà diventa quindi molto importante in presenza di un numero di alternative piuttosto elevato.

La violazione della IIA implica delle restrizioni nel modello Logit, infatti qualora nel *choice set* siano comprese alternative molto simili è probabile che esista una correlazione fra loro oppure che l’utilità osservabile e quella non osservabile non siano indipendenti. Per valutare se la restrizione IIA viene violata è possibile utilizzare il test di Hausman e McFadden. Il test consiste nello stimare in prima battuta il modello con tutte le variabili del *choice set* e in un secondo momento il modello con solo alcune di esse. Il test segue una distribuzione X^2_p con tanti gradi di libertà p quanti sono i numeri di parametri stimati nel modello ristretto. Se la condizione IIA è rispettata, il rapporto fra le probabilità di due alternative qualsiasi resta costante tra i due *choice set* (quello completo e quello ristretto) e si otterrà pertanto una stima non distorta” (Finocchio, 2008).

I modelli a scelta discreta hanno avuto origine negli anni Settanta del XX secolo ed il loro campo d’applicazione principale è stato il settore dei trasporti. In tale contesto di scelta le alternative sono numerabili, finite ed escludibili a vicenda. Il caso classico è rappresentato dalla scelta tra prendere il treno, l’autobus, l’aereo o la propria auto; in altre parole scegliere il mezzo di trasporto.

Obiettivo di questi modelli è quello di capire, descrivere e predire le scelte fatte dagli individui. Attualmente i modelli a scelta discreta sono impiegati nel

marketing, in economia sanitaria, in economia ambientale, in economia agro-industriale, in economia industriale, in economia del turismo (Medici, 2005). Inoltre, sono utilizzati nel settore agro-industriale per studiare le preferenze dei consumatori, ma anche per valutare la loro disponibilità a pagare.

5.2 – Il *logit multinomiale*: obiettivi e variabili utilizzate

Il modello a scelta discreta è stato implementato in questa ricerca con l'obiettivo di analizzare le variabili che influenzano la scelta, da parte del titolare di un'impresa agrituristica, di una determinata tipologia di offerta.

La variabile dipendente politomica è rappresentata dalle cinque tipologie di offerta agrituristica scaturite dalla *cluster analysis*.

Tale variabile rappresenta il *choice set* del modello a scelta discreta:

1= tipologia ristorazione, alloggio, multi servizi e attività ricreative;

2= tipologia ristorazione e vendita;

3= tipologia ristorazione e alloggio;

4= tipologia solo alloggio

5= tipologia alloggio con attività ricreative

Le variabili esplicative derivano da elaborazioni di alcuni dati scaturiti dall'analisi di campo, ma anche da elaborazioni dei dati secondari raccolti.

In particolare, le variabili indipendenti utilizzate sono le seguenti:

- 1) gruppo di variabili dicotomiche relative all'ordinamento colturale delle aziende agrituristiche facenti parte dell'analisi di campo:
 - presenza/assenza di coltivazioni di vite e/o olivo e/o frutta;
 - presenza/assenza di coltivazioni di ortive;
 - presenza/assenza di seminativi e/o foraggi e/o prati pascoli;
 - presenza/assenza di allevamenti e/o bassa corte.

- 2) Variabile continua relativa alla superficie agricola totale delle aziende agrituristiche facenti parte dell'analisi di campo.
- 3) Gruppo di variabili continue relative all'offerta turistica non agrituristica presente nel territorio oggetto di studio:
 - numero ristoranti/superficie territoriale;
 - numero alberghi/superficie territoriale;
 - numero campeggi/superficie territoriale;
 - numero BEB/superficie territoriale.

Questo gruppo di variabili è stato rapportato alla superficie territoriale di ciascun comune del Lazio in cui ricadono le aziende agrituristiche per evitare eventuali distorsioni connesse alla grandezza dei singoli Comuni.

- 4) Gruppo di variabili continue connesse alle amenità storico-architettoniche ed ambientali presenti nel Lazio:
 - art_1 (somma distanze da ciascun comune del Lazio dai comuni che hanno ottenuto una stella nella guida del Touring);
 - art_2 (somma distanze da ciascun comune del Lazio dai comuni che hanno ottenuto due stelle nella guida del Touring);
 - nature_1 (somma distanze da ciascun comune del Lazio dai comuni con spiaggia e/o lago);
 - nature_2 (somma distanze da ciascun comune del Lazio dai comuni con un parco e/o una riserva e/o itinerari).

Queste variabili scaturiscono dai dati raccolti sulle amenità storico-culturali ed ambientali. Precisamente, partendo da questi è stata elaborata una matrice di distanza tra ciascun comune del Lazio e quelli in cui ricadono le attrattive culturali e ambientali.

Una maggiore distanza dai comuni dotati di amenità dovrebbe determinare una minore probabilità di scegliere una certa tipologia di offerta agrituristica.

Matrice di distanza

La matrice di distanza è stata elaborata utilizzando il software Arcgis 9.3⁴², precisamente sono state calcolate tutte le distanze tra ogni comune del Lazio e i comuni considerati come poli attrattori presenti nella Regione e nelle province confinanti di Umbria e Toscana.

La distanza, in chilometri, è di tipo euclideo. Nello specifico per poter elaborare la matrice sono stati utilizzati come centroidi i limiti amministrativi di ciascun Comune (elaborati dall'ISTAT) e calcolate le distanze tra tutte le possibili coppie di centroidi.

5.3 – I fattori che influenzano la scelta del tipo di offerta agrituristica

L'analisi multinomiale richiede che venga individuata una tipologia di offerta agrituristica che il modello utilizza come base di confronto rispetto alle altre. Nell'analisi la tipologia scelta come base è quella dell'agriturismo "completo" ossia dotato di ristorazione, alloggio, multiservizi ed attività ricreative. Questa tipologia è stata scelta come base di confronto per due ordini di ragioni: in primo luogo poiché è la tipologia più completa tra tutte e cinque, in un certo senso, ingloba le altre quattro; in secondo luogo, è la tipologia più frequente e questo criterio viene usualmente utilizzato per identificare l'alternativa da comparare nei modelli appartenenti a questa famiglia.

Il modello è stato eseguito utilizzando il software statistico *Stata10*.

Prima di passare alla descrizione dei risultati ottenuti si può sottolineare che il modello costruito nel complesso passa i principali test di ipotesi eseguiti:

- Likelihood Ratio (LR) – test sul rapporto di verosimiglianza: questo test ci permette di verificare se il modello è buono nel complesso;
- Wald test: questo test ci permette di verificare singolarmente la significatività dei parametri stimati;

⁴²Un GIS è un sistema informativo computerizzato che permette l'acquisizione, la registrazione, l'analisi, la visualizzazione e la restituzione di informazioni derivanti da dati geografici (georiferiti). Secondo la definizione di Burrough (1986) "il GIS è composto da una serie di strumenti software per acquisire, memorizzare, estrarre, trasformare e visualizzare dati spaziali dal mondo reale". Trattasi quindi di un sistema informatico in grado di produrre, gestire e analizzare dati spaziali associando a ciascun elemento geografico una o più descrizioni alfanumeriche.

- Hausman test: serve per verificare se il modello rispetta il vincolo di Indipendenza delle Alternative Irrilevanti.

Di seguito l'output ottenuto per ciascuna tipologia:

Tipologia ristorazione e vendita

Variabili significative⁴³

Nature_1 (in negativo)

Allevamenti-bassa corte (in positivo)

SAT (in negativo)

La prima tipologia analizzata è caratterizzata da un'offerta specializzata nella ristorazione unita alla vendita diretta. Questa tipologia, rispetto a quella scelta come base, si distingue per la mancanza di alloggio e di altri servizi come ad esempio quelli sportivi.

La probabilità di scegliere la tipologia "ristorazione e vendita diretta" aumenta se l'agriturismo è vicino ad attrattive ambientali legate alla presenza di un lago e/o di una spiaggia.

I segni di queste variabili sono strettamente connessi con la domanda turistica captata da questa tipologia e maggiormente indirizzata "alla gita fuori porta della domenica". L'imprenditore agrituristico con maggiore propensione verso questa tipologia tende, quindi, a rispondere ad una clientela che propende a preferire, la vicinanza ad attrattive naturali dove trascorrere una giornata all'aria aperta, dopo aver pranzato in agriturismo, piuttosto che le attrattive storico-culturali (che non sono significative) generalmente prossime a centri abitati e ad un'offerta di ristorazione più ampia ed articolata.

⁴³La significatività di un coefficiente è valutata in base al p-value ad esso associato. Precisamente, data l'ipotesi nulla di uguaglianza a zero del coefficiente stimato si può rigettare la stessa ad un livello di significatività dell' 1% se il p-value è minore di 0,01; del 5% se il p-value è minore di 0,05; del 10% se il p-value è minore di 0,1.

Variabile	Coefficiente	P-value
vite - olivo - frutta	0.09	0.75
ortive	-0.08	0.75
seminativi-foraggi-prati pascoli	-0.17	0.52
allevamento-bassa corte	0.48	0.08
ristoranti	0.00	0.36
alberghi	0.00	0.61
campeggi	-0.03	0.36
Bed and breakfast	0.00	0.50
art_1	0.00	0.81
art_2	0.00	0.14
nature_1	-0.01	0.05
nature_2	0.00	0.21
SAT	-0.01	0.08

In linea con quanto ci si aspetta per una tipologia di offerta agrituristiche dotata di ristorazione, si ha una maggiore propensione verso questa tipologia se l'azienda è piccola (se aumenta la SAT si riduce probabilità – coefficiente negativo) e se presenta allevamenti e/o animali di bassa corte.

Questo perché, nelle piccole aziende c'è bisogno di valorizzare al massimo la poca terra disponibile (fattore limitante della redditività). Ciò è possibile con ordinamenti intensivi tipo l'orto o l'allevamento.

A loro volta queste produzioni possono essere valorizzate al meglio in termini di reddito generato se vi si “costruisce” attorno alto valore aggiunto, come si può fare ad esempio con la vendita diretta e la ristorazione, i quali a loro volta sono tra di loro sinergici.

Infine, gli ordinamenti intensivi sono più idonei alla ristorazione rispetto a quelli estensivi.

Tipologia ristorazione e alloggio

Variabile	Coefficiente	P-value
vite - olivo - frutta	0.82	0.01
ortive	0.63	0.02
seminativi-foraggi-prati pascoli	0.10	0.72
allevamento-bassa corte	-0.16	0.56
ristoranti	0.01	0.01
alberghi	0.00	0.88
campeggi	-0.01	0.65
Bed and breakfast	0.00	0.42
art_1	-0.01	0.12
art_2	0.00	0.81
nature_1	0.00	0.35
nature_2	-0.01	0.02
SAT	0.00	0.99

Variabili significative:

Vite-olivo-frutta (in positivo)

Ortive (in positivo)

Ristoranti (in positivo)

Nature_2 (in negativo)

La presenza della tipologia agrituristiche che prevede la ristorazione e l'alloggio risulta influenzata dalle attrazioni ambientali (parco, riserva, itinerario), nel senso che la vicinanza ad esse favorirebbe una maggiore presenza verso questo tipo di offerta.

La vicinanza di attrattive ambientali favorirà l'uscita dei clienti dall'azienda permettendo a questa ultima di limitare la sua offerta ai pasti ed all'alloggio.

Inoltre, cresce la probabilità di optare per un'offerta agrituristiche di ristorazione e alloggio rispetto a quella di un agriturismo completo se l'azienda è intensiva. Anche in questo caso, come nel precedente, la presenza in agriturismo della ristorazione risulta collegata ad ordinamenti intensivi che permettono di valorizzare le produzioni aziendali.

Inoltre, nelle aziende agrituristiche dotate di ristorazione, per ragioni normative, risulta molto importante avere ordinamenti di questo tipo⁴⁴.

Al tempo stesso ordinamenti intensivi permettono di rendere meno stringente il vincolo normativo connesso al tempo lavoro quantificato in ore lavoro/anno necessarie per lo svolgimento delle diverse attività agricole e in ore lavoro/anno necessarie per lo svolgimento delle diverse attività agrituristiche⁴⁵.

Al crescere del numero di ristoranti presenti nel territorio aumenta la frequenza di agriturismi del tipo ristorazione e alloggio. In tal senso si può ipotizzare l'assenza di competizione e la presenza di complementarità tra ristoranti agrituristici e tradizionali. Probabilmente perché rispondono ad una differente richiesta di

⁴⁴“Al fine di contribuire alla conservazione ed alla qualificazione delle attività agricole e delle aziende agricole o agrituristiche della zona, nonché alla caratterizzazione regionale dell'offerta enogastronomica, la somministrazione di alimenti e bevande di cui all'articolo 2, comma 3, lettera b), è soggetta ai seguenti limiti di provenienza: a) prodotti propri in misura non inferiore al 35 per cento; b) prodotti non regionali in misura non superiore al 15 per cento; c) prodotti provenienti da aziende locali e, comunque, ubicate nel territorio regionale per la restante parte” (Legge L.R. 2 Novembre 2006, n. 14 Norme in materia di agriturismo e turismo rurale - pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio del 10 novembre 2006, n. 31).

⁴⁵“Art.6 Criteri per la quantificazione della consistenza delle diverse attività agrituristiche 1. Il tempo lavoro-medio convenzionale di cui all'articolo 14, comma 2, della legge, di seguito denominato tempo lavoro, è quantificato in ore lavoro/anno necessarie per lo svolgimento delle diverse attività agricole e in ore lavoro/anno necessarie per lo svolgimento delle diverse attività agrituristiche. Tale quantificazione è dichiarata dal soggetto che richiede l'iscrizione nell'elenco di cui all'articolo 17 della legge, che la effettua sulla base dei parametri riportati nelle tabelle previste dall'articolo 14, comma 2, della legge stessa, tenendo conto: a) per l'attività agricola, della superficie, dell'ordinamento colturale e produttivo dell'azienda, nonché del coefficiente correttivo di cui all'articolo 14, comma 3, della legge; b) per l'attività agriturbistica, delle diverse tipologie di ricezione ed ospitalità e dei relativi periodi di svolgimento. 2. L'attività agricola è considerata principale quando il tempo lavoro necessario per le singole colture, per ciascun allevamento di animali, per la silvicoltura e per le attività connesse prevale sul tempo lavoro medio convenzionale necessario per lo svolgimento dell'attività agriturbistica. 3. Al fine di determinare il tempo lavoro per l'attività agricola, l'imprenditore applica i valori medi di impiego di manodopera contenuti nelle tabelle previste dall'articolo 14, comma 2, moltiplicandoli per gli ettari, o frazioni di ettari, per le varie attività agricole svolte in azienda, nonché per l'attività amministrativa e contabile necessaria allo svolgimento dell'attività agricola. 4. Al fine di determinare il tempo lavoro per l'attività agriturbistica, l'imprenditore applica i valori medi di lavoro per attività agrituristiche contenuti nelle tabelle previste dall'articolo 14, comma 2, della legge, moltiplicandoli per il numero dei posti letto offerti, per il numero dei pasti somministrati e per tutte le altre attività definite dall'articolo 2 della legge stessa, nonché per l'attività amministrativa e contabile necessaria allo svolgimento dell'attività agriturbistica. 5. Nel caso di svolgimento di attività agricole o connesse, escluse quelle di ricezione ed ospitalità, non inserite nelle tabelle previste dall'articolo 14, comma 2, della legge, l'imprenditore agricolo redige il diagramma con il dettaglio delle operazioni svolte e il tempo occorrente per lo svolgimento delle stesse secondo le modalità stabilite con apposita deliberazione della Giunta regionale, su proposta del tavolo regionale dell'agriturismo di cui all'articolo 11 della legge stessa. Il diagramma è soggetto a valutazione di congruità da parte della provincia competente”. (Regolamento regionale 31 luglio 2007, n. 9 - Disposizioni attuative ed integrative della legge regionale 2 novembre 2006, n. 14 (Norme in materia di agriturismo e turismo rurale), relative all'agriturismo).

“pasti” più “casarecci” e, spesso, a prezzo fisso per gli agriturismi, alla carta e con maggiore varietà per i ristoranti tradizionali.

Tipologia solo alloggio

Variabile	Coefficiente	P-value
vite - olivo - frutta	-0.08	0.80
ortive	-0.97	0.00
seminativi-foraggi-prati pascoli	0.41	0.17
allevamento-bassa corte	-1.44	0.00
ristoranti	0.00	0.73
alberghi	-0.01	0.10
campeggi	-0.02	0.49
Bed and breakfast	0.00	0.84
art_1	0.00	0.91
art_2	0.00	0.48
nature_1	0.01	0.02
nature_2	0.00	1.00
SAT	0.00	0.48

Variabili significative:

Ortive (in negativo)

Allevamenti/bassa corte (in negativo)

Alberghi (in negativo)

Nature_1 (in positivo)

La terza tipologia analizzata rappresenta l’offerta “più semplice” presente sul territorio. Si differenzia dalla tipologia agriturismo “completo” per la mancanza di offerta di ristorazione e di altri servizi soprattutto sportivi.

Si evidenzia una minore propensione all’offerta di solo alloggio se diminuisce la distanza dalle attrattive ambientali lago/spiaggia. Questo probabilmente perché la tipologia risulta indirizzata a voler rispondere ad una clientela in cerca di un mero appoggio per il pernottamento. Tale aspetto non renderebbe necessario da un lato,

l'ampliamento dei servizi interni all'azienda e, dall'altro la vicinanza a particolari attrazioni turistiche.

La scelta della tipologia solo alloggio è sfavorita per le aziende che praticano l'orticoltura e per quelle con allevamenti e bassa corte. Mentre, la propensione aumenta per le aziende con seminativi e prati pascoli.

Un'attività agrituristicamente dotata del solo alloggio non richiede una presenza fissa in azienda e non necessita che siano coltivati prodotti di immediato consumo come nel caso di quelle dotate di ristorazione. Da qui la caratterizzazione per gli agriturismi con il solo alloggio di coltivazioni estensive con poco lavoro in azienda ed un'attività agrituristicamente necessariamente labor saving.

Il segno del coefficiente relativo all'offerta alberghiera indica l'esistenza di una qualche forma di sostituibilità tra strutture "alberghiere agricole" e strutture alberghiere tradizionali, per cui l'agriturismo resterebbe localizzato in aree dove è minore la presenza di alberghi e viceversa. Quindi, la presenza di aziende agrituristiche supplisce la carenza di altre forme di alloggio.

Tipologia alloggio con attività ricreative

Variabile	Coefficiente	P-value
vite - olivo - frutta	-0.92	0.00
ortive	-0.47	0.14
seminativi-foraggi-prati pascoli	0.58	0.07
allevamento-bassa corte	-0.39	0.25
ristoranti	0.00	0.78
alberghi	0.00	0.65
campeggi	0.05	0.10
Bed and breakfast	0.00	0.86
art_1	-0.01	0.02
art_2	0.00	0.86
nature_1	0.01	0.19
nature_2	0.00	0.87
SAT	0.00	0.48

Variabili significative:

vite/olivo/frutta (in negativo)

ortive (in negativo)

seminativi/foraggi/prati pascoli (in positivo)

campeggi (in positivo)

Art_1 (in negativo)

Anche l'ultima tipologia analizzata include un'offerta agrituristica priva di ristorazione. La tipologia si caratterizza per l'offerta del solo alloggio unito alla possibilità di praticare attività sportive.

Le variabili che influenzano positivamente la scelta di questa tipologia sono rappresentate dalle bellezze storico-culturali ad una stella (la loro vicinanza incrementa la frequenza di agriturismi di questo tipo).

Inoltre vi è una relazione positiva con la presenza di un'offerta turistica, non agrituristica, rappresentata dai campeggi. Probabilmente questa tipologia risponderà ad una domanda turistica in cerca di svago connesso ad attività sportive da svolgere all'aria aperta, ma anche con la voglia di scoprire il territorio circostante.

Dal punto di vista dei fattori interni all'azienda cresce la probabilità di optare per un'offerta agrituristica di solo alloggio unita ad attività ricreative rispetto a quella di un agriturismo completo se l'azienda agricola è estensiva, al contrario, sfavorisce la scelta di questa opzione, un ordinamento colturale di tipo intensivo (vite, olivo, frutta, ortive).

Nella tabella 5.1 sono schematizzati i legami tra le variabili esplicative del modello e le quattro tipologie⁴⁶.

Nel complesso il modello conferma la maggiore importanza, per le aziende agrituristiche, di attrattive di tipo ambientale piuttosto che di tipo storico-culturali di maggiore rilievo per un'offerta turistica all'interno dei centri abitati.

Per quanto riguarda i legami con le variabili relative all'offerta turistica non agrituristica si evidenzia sostituibilità tra aziende agrituristiche ed alberghi e

⁴⁶ Nella tabella sono inserite solo le variabili risultate significative.

complementarietà tra agriturismi e ristoranti. Questo tipo di legame può essere spiegato da un lato, attraverso la presenza di ristorazione in tutte le località dove esiste un'attrazione e, quindi, una domanda turistica e, dall'altro, per gli agriturismi dotati di ristorazione ed alloggio, da un offerta agrituristicamente di mezza pensione con il pranzo fuori e la cena in agriturismo.

Da sottolineare, rispetto agli ordinamenti colturali, la netta differenza tra agriturismi con e senza ristorazione; decisamente più adatti alla prima tipologia gli ordinamenti intensivi e quelli estensivi alla seconda.

Tab. 5.1 – I legami tra le variabili utilizzate e le tipologie

Variabili	Tipologie			
	Ristorazione e vendita	Ristorazione e alloggio	Solo alloggio	Alloggio con attività ricreative
vite - olivo - frutta		+		-
ortive		+	-	-
seminativi-foraggi-prati pascoli				+
allevamento-bassa corte	+		-	
ristoranti		+		
alberghi			-	
campeggi				+
art_1				-
nature_1	-		+	
nature_2		-		
SAT	-			

Conclusioni

L'analisi svolta ha permesso di studiare in maniera approfondita il settore agrituristico laziale delineandone i suoi aspetti principali legati alla consistenza, al tipo di offerta ed alla localizzazione delle aziende.

In ragione di questo si può affermare che la metodologia utilizzata è risultata appropriata all'indagine effettuata. Ciò nonostante esistono alcuni limiti dello studio connessi all'indagine di campo e, precisamente, rispetto alle informazioni raccolte relative alle caratteristiche delle aziende agricole. A posteriori, infatti, anche se le informazioni sono comunque risultate sufficienti, si sarebbe puntato a raccoglierne in misura maggiore in modo da rendere più equilibrata l'analisi che al momento si concentra maggiormente sugli aspetti territoriali.

Tuttavia come si diceva nell'introduzione un elemento di originalità dell'analisi è proprio rappresentato dal suo taglio territoriale per cui si ritiene che, nonostante questo limite, lo studio abbia permesso di verificare l'ipotesi iniziale di multidimensionalità del settore agrituristico, sia in merito alle condizioni interne alle aziende, che in funzione delle condizioni esistenti all'esterno dell'azienda.

Da una prima analisi descritta del settore si può evidenziare:

Una forte crescita del settore nella regione: le aziende autorizzate sono passate da 345 nel 2003 a 704 nel 2009 (Istat, 2010). Il settore ha risentito, probabilmente, molto positivamente dell'influenza della vicina Toscana, regione leader nel settore.

Una precisa distribuzione territoriale delle aziende localizzate nelle cinque province del Lazio ed emersa dall'indagine di campo svolta. Dei 562 agriturismi del campione il 36% è localizzato nella viterbese, il 28% nella provincia di Roma, il 15% in quella di Latina e, rispettivamente, il 13% e l'8% in quelle di Frosinone e Latina.

Mentre dallo studio del territorio è emersa la presenza su di esso di specifiche amenità storico-culturali ed ambientali che determinano l'esistenza di peculiari aree di attrazione. Precisamente, sono maggiormente caratterizzate da amenità ambientali l'area del reatino, del frusinate e della provincia di Latina (per la presenza di spiagge). Contraddistingue la Tuscia la presenza di borghi medievali

di alto pregio e la presenza di bacini lacustri. Infine, la zona della cinta metropolitana di Roma è caratterizzata sia da amenità storico-architettoniche sia ambientali.

L'analisi tipologica ha messo in luce cinque differenti gruppi di offerta agrituristica:

- ristorazione, alloggio, multiservizi e attività ricreative – gli agriturismi di questa tipologia presentano un'offerta completa composta, oltre che dalla mera ospitalità, da una serie di servizi aggiunti e rappresentati dalle diverse attività sportive praticabili, dalla vendita diretta, dal pagamento con carte di credito. Tale tipologia agrituristica risulta presente abbastanza omogeneamente in tutto il territorio del Lazio.
- Ristorazione e vendita diretta – gli agriturismi di questa tipologia presentano un'offerta specializzata nella sola offerta di pasti da abbinare alla vendita diretta. Sono soprattutto piccole aziende intensive in cui sono presenti modesti allevamenti. Tale tipologia agrituristica risulta caratterizzare soprattutto l'area del frusinate.
- Ristorazione e alloggio – gli agriturismi di questa tipologia presentano un'offerta specializzata nella semplice offerta di ospitalità senza disporre di alcuna attività sportiva. Anche questa tipologia si caratterizza per la piccola dimensione delle aziende agricole in cui si pratica la viticoltura, l'orticoltura, la frutticoltura e l'orticoltura. Gli agriturismi di questo tipo sono presenti in particolar modo nel reatino e nell'area romana.
- Solo alloggio – gli agriturismi di questa tipologia presentano un'offerta specializzata nell'offerta di solo alloggio unita alla presenza in azienda di una piscina. Questa tipologia caratterizza aziende agricole estensive, di medie dimensioni e localizzate nel viterbese.
- Alloggio con attività ricreative – gli agriturismi di questa tipologia presentano un'offerta specializzata nell'offerta di alloggio unita alla possibilità di praticare sports. Questa tipologia caratterizza aziende agricole estensive, di grandi dimensioni in cui è praticata l'agricoltura

biologica. Gli agriturismi di questo tipo sono presenti in particolar modo nel viterbese.

Un importante approfondimento del lavoro svolto è rappresentato dall'utilizzo del modello *logit multinomiale*. Questo ultimo è stato applicato con l'obiettivo di individuare i fattori che influenzano la scelta, da parte del titolare di un'azienda agrituristica, di una certa tipologia di offerta agrituristica. Come variabili esplicative del modello sono state utilizzate sia le attrazioni culturali ed ambientali presenti sul territorio e, incluse come misure di distanza da ciascun comune del Lazio dai comuni dotati di particolari amenità, sia informazioni relative all'ordinamento culturale ed alla superficie aziendale.

Dai risultati del modello risultano parzialmente verificate le ipotesi sull'importanza delle attrattive territoriali, mentre emerge chiaramente l'influenza dell'ordinamento produttivo come variabile di scelta.

Infatti, ogni tipologia dipende da uno preciso orientamento produttivo e da una specifica classe dimensionale dell'azienda agricola. In particolare, l'opzione verso una tipologia con ristorazione è influenzata da aziende di piccole dimensioni con ordinamenti intensivi; mentre la scelta della tipologia solo alloggio è legata ad aziende di medio grandi dimensioni con ordinamenti estensivi.

Per quanto riguarda le variabili territoriali, anche se in alcuni casi tendono ad influenzare la scelta di una data tipologia piuttosto che un'altra, non sempre risultano significative.

Questo porta ad individuare un primo possibile avanzamento all'interno della ricerca ed indirizzato verso una maggiore attenzione agli aspetti legati all'azienda agricola piuttosto che a quelli legati al territorio che la circonda. Al momento è stato possibile analizzare ciò solo parzialmente per mancanza di dati. Tuttavia la possibilità di disporre a breve dell'ultimo censimento sull'agricoltura e, quindi, di dati a livello comunale potrebbe permettere di approfondire questi aspetti.

Un altro passo che potrebbe essere fatto, sempre all'interno della ricerca, consisterebbe nel considerare Roma come polo attrattore a sé. Questo richiederebbe l'inclusione nel modello multinomiale di una variabile esplicativa per misurare la distanza tra la Capitale e tutti i Comuni del Lazio.

Un ulteriore elemento, esterno a questa ricerca che focalizza la sua attenzione sulle aziende agrituristiche già avviate, riguarderebbe l'elaborazione di un modello econometrico per verificare ex ante i fattori che influenzano la scelta di aprire o meno un agriturismo. In questo modo, si potrebbe comprendere quanto pesino le condizioni interne e quanto i fattori territoriali su tale opzione.

Infine, il lavoro, che per ora è stato applicato solo ad un caso regionale, potrebbe essere replicato per altre realtà regionali in modo da poter studiare ulteriori sistemi agrituristiche e metterli a confronto. Al tempo stesso l'analisi potrebbe essere utilizzata anche per effettuare un paragone tra Regioni europee.

Bibliografia

- Aguglia L., Henke R., Salvioni C., (a cura di) (2008), *Agricoltura Multifunzionale – Comportamenti e strategie imprenditoriali alla ricerca della diversificazione*, INEA Studi & Ricerche, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2008.
- Alfano F., Cerosimo D., (2009), *Imprese agricole e sviluppo locale, Un percorso di analisi territoriale*, Quaderni del Gruppo 2013, edizioni Tellus.
- Balestrieri G. (1998), *Agriturismo in Toscana Monitoraggio di un campione di aziende agrituristiche per la validazione della “Proposta per la classificazione delle attività agrituristiche della Regione Toscana”*, Arsia.
- Barone A., Lo Surdo G., Di Napoli R. (2003), *Agriturismo e marketing, analisi delle tendenze e strategie per lo sviluppo delle strategie agrituristiche*, Agra Roma;
- Bianchi M. (2006), *come si fa ad aprire un agriturismo*, collana editoria *come si fa....* N. 1;
- Bolasco S. (1999), *Analisi multidimensionale dei dati*, Carocci, Roma.
- Brunori G., Rossi A., Bugnoli S. (2005), *Agricultural and environmental group, Department of Agronomy and agro-ecosystems management, University of Pisa, Multifunctionality of activities, plurality of identities and new institutional arrangements. Italian state of art*, Multiagri Project– 6th Framework Research Programme of the European Commission, Workpackage.
- Cambi C. (2006), *Ricerca Gli italiani e le vacanze in agriturismo*, Università degli Studi di Macerata, in collaborazione con ISNART.
- Candela G., Figini P. (2003), *Economia del turismo – principi micro e macro economici*, McGraw-Hill.
- Casini L. (2003), *Multifunzionalità e riforma della Politica Agricola Comune*, *Nuovo diritto agrario*, n. 1, pp. 17-35, 2003.
- Casini L. (2009) (a cura di), *Guida per la valorizzazione della multifunzionalità dell'agricoltura – per i cittadini, le imprese, le pubbliche amministrazioni*. Firenze University Press.
- Carpio C. E., Wohlgenant M. K., Boonsaeng T. (2008), *The demand for agritourism in the United States*, *Journal of Agricultural and Resource Economics* 33 (2) (254-269).

Commissione Europea (1989), *l'avvenire del mondo rurale*, Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee, Serie C, n.298.

Commissione Europea (1999a), I più urgenti obiettivi agro-ambientali perseguibili nel contesto dell'agricoltura multifunzionale prospettata dall'Agenda 2000, Parere del Comitato Economico e Sociale (CES, 952/99).

Coppola A., De Muro P., Fabiani G., Favia F., Henke R., Martinelli F. (1991), «Un approccio all'analisi dei sistemi agricoli: il modello ICI», Fabiani G. (a cura di), *Lettture territoriali dello sviluppo agricolo*, Franco Angeli, Milano.

Corsi A. (1999), *On-Farm wine-making decisions of wine-growers: a multinomial logit model*, Quaderni del Dipartimento di Economia e Ingegneria Agraria, Forestale e Ambientale, Università degli Studi di Torino.

Cracolici M. F., Peter Nijkamp (2008), The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions, *Tourism Management* 30 (2008) 336–344.

De Filippis F., Frascarelli A. (2007), *Qualificare il primo pilastro della PAC: proposte per un'applicazione selettiva dell'art. 69* – Gruppo 2013, Working paper n.2.

De Filippis F., Fugaro A. (2004), *La politica di sviluppo rurale tra presente e futuro*, *Quaderni del Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione*, Edizioni Tellus, Roma, 2004.

De Filippis F., Sandali P. (a cura di) (2010), *La nuova Pac per l'Europa 2020 - Gli orientamenti della Commissione*, Working paper del Gruppo 2013, Tipar Arti Grafiche srl – Roma.

Del Giudice T., Pascucci S. (2007), *La “domanda” di ruralità nella componente urbana della società: un tentativo di stima e analisi*, Gruppo di lavoro “Processi e politiche di sviluppo rurale” Proposta di contributo al Convegno SIDEA 2007.

Falconi V.(2004), *L'agriturismo nel Lazio: il sistema agriturismo e le aziende*, Regione Lazio – Assessorato all'agricoltura, Dipartimento di Economia Agroforestale e dell'Ambiente Rurale – Università degli Studi della Tuscia, Quaderni d'informazione Socioeconomica n. 18.

- FAO (1999), *Analisis del caracter multifuncional de la agricultura y la tierra*, documento presentato alla conferenza FAO/Olanda sul “Carattere multifunzionale dell’agricoltura e della terra”, Maastricht, Olanda, 12-17 Settembre 1999.
- Fiocchio R. (2008), *Processi di diversificazione multifunzionale nelle imprese agricole marchigiane*, Associazione “Alessandro Bartola”, PhD Studies Series, 3, Ancona.
- Galluzzo N. (2008), *La zonizzazione agrituristica in un’area interna mediante l’individuazione di sub-aree di intervento*; Agriregionieuropa, anno 4 numero 13; Giugno 2008.
- Greene B., Scarpa R. (2006), *Analisi econometrica delle scelte discrete: teoria ed applicazioni* - Dispense per il corso seminariale tenutosi all’Universit`a di Torino 5 - 21 Aprile 2006 Facoltà di Scienze Politiche, Dipartimento di Economia.
- Gregori M. (2002), *Agriturismo e turismo rurale*, Università degli Studi di Udine (edizione originale del 1994) - Osservatorio Ricerca sul territorio e per il turismo.
- Hausman, McFadden (1984), *Specification Tests for the Multinomial Logit Model*, *Econometrica*, Vol. 52, No. 5. (Sep., 1984), pp. 1219-1240.
- Henke R. (2004) (a cura di), *Verso il riconoscimento di una agricoltura multifunzionale. Teorie, politiche, strumenti*, INEA Studi & Ricerche, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2004b.
- Henke R., Sardone R. (2005), *Dinamica strutturale e nuove funzioni dell’agricoltura nel mezzogiorno – Il sistema agroalimentare nel mezzogiorno: analisi della crisi e idee per il rilancio*, Rassegna economica, SMR Associazione Studi & Ricerche per il mezzogiorno.
- Idda L., Furesi R., Pulina P., *Agricoltura multifunzionale, Alimentazione e turismo in Italia*, Atti del XI convegno di studi SIDEA, Gallizzi, Sassari, 2002.
- INEA (2001), *La costruzione di percorsi di qualità per l’agriturismo*, quaderno informativo n. 12.
- INEA (2001), *Lo sviluppo rurale, turismo rurale, agriturismo e prodotti agroalimentari* quaderno informativo n. 4.
- ISTAT (anni vari), *Le aziende agrituristiche in Italia*, ISTAT, Roma.
- ISTAT (anni vari), *Struttura e produzione delle aziende agricole*, ISTAT, Roma.
- ISTAT (2009), *Capacità e movimento negli esercizi ricettivi*, ISTAT, Roma.

- ISTAT (1997), *I sistemi locali del lavoro 1991*, a cura di F. Sforzi, Argomenti n. 10, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Roma.
- Lucia D. (2004), *Il turismo rurale nel Lazio*, Regione Lazio – Assessorato all'Agricoltura, Istituto Nazionale di Sociologia Rurale, Quaderni di informazione socioeconomica n. 9.
- Magni C., Costantini V., *Politiche di sviluppo rurale, multifunzionalità e beni pubblici: un tentativo di sistemazione*, La Questione agraria, n.4, pp. 77-104, 2004.
- Medici D. (2005), *Analisi sperimentale del comportamento turistico: il caso del Film Festival di Locarno* – Università della Svizzera Italiana, Facoltà di Scienze Economiche Lugano.
- Nazzaro C. (2008), *Sviluppo rurale, multifunzionalità e diversificazione in agricoltura. Nuovi percorsi di creazione di valore per le aziende agricole delle aree interne del Mezzogiorno d'Italia*, pubblicazioni DASES – Dipartimento di analisi dei sistemi economici e sociali – Università degli Studi del Sannio, edizioni FrancoAngeli.
- Noel Cressie and Timothy R. C. (1984), *Multinomial Goodness-of-Fit*, Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological), Vol. 46, No. 3.
- Ocse (2001), *Multifunctionality: towards an analytical framework*, Parigi.
- Ocse (2003), *Multifunctionality. The Policy Implications*, Parigi.
- Ocse (2006), *Coherence of agricultural and Rural Development Policies*, Parigi.
- Pacciani A., Belletti G., Marescotti A., Neri T. (2007), *L'agriturismo in Maremma: dinamiche e prospettive*, Laboratorio di Ricerche Economiche – dinamiche del sistema agroindustriale e del mondo rurale della Maremma, quaderno n. 2.
- Palermo L., Sorrentino A. (a cura di) (2010), *Paesaggio agrario ed agriturismo nel Lazio*, Regione Lazio, Università degli Studi della Tuscia.
- Regoliosi C. (2008), *L'impresa agrituristica: status e possibilità di sviluppo, con un'indagine nel territorio della Regione Lazio*, Collana del Dipartimento di Scienze aziendali ed economico-giuridiche Università degli Studi Roma Tre, Franco Angeli.

- Rinaldi A. (2000), *Informazione statistiche e territorio: le problematiche e le fonti della ricerca economica applicata*, in Del Colle E., Esposito G. F. (a cura di) *Economia e Statistica per il Territorio*, FrancoAngeli, Milano.
- Schmidheiny (2007), *Multinomial Choice (Basic Models)*, Universitat Pompeu Fabra Lecture Notes in Microeconometrics.
- Sotte F. (a cura di) (2009), *La Politica di Sviluppo Rurale 2007-2013 - Un primo bilancio per l'Italia*, Quaderni Gruppo 2013, edizioni Tellus.
- Van Der Ploeg J.D. e Roeg D. (2003), *Multifunctionality and rural development: the actual situation in Europe*, in Van Huylenbroeck G., Durand G. (eds), *Multifunctional Agriculture. A new paradigm for European agriculture and Rural Development*, Ashgate, Burlington, VT (USA) e Aldershot (UK).
- Van Huylenbroeck G., Vandermeulen V., Mettepenningen E., Verspecht A., (2007), *Multifunctionality of Agriculture: A Review of Definitions, Evidence and Instruments*, Living Reviews in Landscape Research, 3.
- Valeri E. (2010), *Analisi della scelta dell'aeroporto di partenza in un area multiaeroporto: teoria e applicazione* - Working papers SIET 2010 – ISSN 1973-3208.
- Velazquez B.E. (2001), *Il concetto di multifunzionalità in agricoltura: una rassegna*, QA-La Questione Agraria, 3.
- Zani S., Cerioli A (2007), *Analisi dei dati e data mining per le decisioni aziendali*, Giuffrè editore – Milano.
- Zucca R., Pasi M. (1999), *Appunti e riflessioni sull'agriturismo*, KOINè Nuove Edizioni, Roma 1999.

Guide consultate:

- Touring Club Italiano: Guide d'Italia: Lazio – Da Viterbo al Circeo, la Tuscia romana, i laghi, le ville, i monasteri.
- Touring Club Italiano – Guida rapida d'Italia: Toscana, Umbria, Marche.
- Guide Iter: A piedi nel Lazio – escursioni, passeggiate e trekking alla scoperta della natura del Lazio.

Riferimenti Normativi:

Legge 5 dicembre 1985, n. 730 *Disciplina dell'agriturismo*, (Gazzetta Ufficiale 16 dicembre 1985, n. 295).

Legge 20 Febbraio 2006 n. 96 *Disciplina dell'Agriturismo*, (Gazzetta ufficiale 16/03/2006 n. 63).

Regione Lazio, Legge Regionale 2 Novembre 2006, n. 14 *Norme in materia di agriturismo e turismo rurale*, pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio del 10 Novembre 2006, n. 31.

Regione Lazio, Regolamento regionale 31 luglio 2007, n. 9 *Disposizioni integrative ed attuative della legge regionale 2 novembre 2006, n. 14*, (Norme in materia di agriturismo e turismo rurale).

Regione Lazio, *Piano Agrituristico Regionale 2007 – 2009*, Legge Regionale del 2 Novembre 2006 “Norme in materia di agriturismo e turismo rurale”.

Regione Lazio, *Programma di Sviluppo Rurale per il periodo 2007-2013*, (Reg (CE) 1698/2005).

Siti internet consultati:

www.istat.it

www.ats.ucla.edu/stat/stata

www.econ.uniurb.it

www.parchilazio.it

www.reterurale.it

www.gruppo2013.it

www.provincia.roma.it

www.provincia.rm.it/agriturismoroma

www.provincia.vt.it

www.provincia.latina.it

www.provincia.fr.it

www.provincia.rieti.it

www.ristorantilazio.it

www.ilterzogirone.it

www.inea.it

ec.europa.eu