

RETERURALE NAZIONALE 20142020

Stato dell'arte dell'agriturismo: le conseguenze della pandemia

ROMA, 14 DICEMBRE 2021
40ennale di Turismo Verde



Prof. Angelo Frascarelli
Presidente ISMEA

Impatto della pandemia sulle attività secondarie in Italia

Attività secondarie, valore della produzione (Milioni di euro - Anni 2019-20)

- Complessivamente le attività secondarie perdono oltre il 20%, pesa molto il -60% dell'agriturismo
- Agriturismo perde 946 M€ (pari all'83% della riduzione di valore della produzione complessivo)
- Perdono di più le voci «lontane» dalla fase primaria, meno quelle più collegate alla produzione agricola e all'allevamento (trasformazione del latte addirittura positiva)
- Discorso a parte per le energie rinnovabili che crescono dello 0,8% e nel 2020 valgono il 50% del totale

ATTIVITA' SECONDARIE	2019	2020	Variazioni % 2020/19 a valori correnti	Variazioni % 2020/19 a valori concatenati (anno base 2015)	Composizione % 2019	Composizione % 2020
Acquacoltura	8,0	8,0	1,8	0,8	0,1	0,2
Trasformazione dei prodotti vegetali (<i>frutta</i>)	183,0	172,0	-6,0	-6,0	3,3	3,9
Trasformazione del latte	293,0	298,0	1,5	1,5	5,3	6,8
Agriturismo compreso le attività ricreative e sociali, fattorie didattiche e altre attività minori	1.563,0	617,0	-60,5	-60,8	27,4	14,0
Trasformazione dei prodotti animali (<i>carni</i>)	335,0	312,0	-6,9	-3,0	6,1	7,1
Energia rinnovabile (<i>fotovoltaico, biogas, biomasse</i>)	2.185,0	2.202,0	0,8	0,8	40,0	50,1
Artigianato (<i>lavorazione del legno</i>)	63,0	56,0	-10,5	-10,0	1,1	1,3
Produzione di mangimi	186,0	181,0	-2,8	-3,0	3,4	4,1
Sistemazione di parchi e giardini	371,0	274,0	-26,1	-25,0	6,7	6,2
Vendite dirette/commercializzazione	351,0	279,0	-20,6	-19,8	6,4	6,3
Tutte le attività secondarie	5.538,0	4.399,0	-20,6	-20,3	100,0	100,0

Variazione degli arrivi (ospiti) e presenze (pernottamenti) in agriturismo nel 2019 e 2020

Arrivi nelle aziende agrituristiche. Anni 2019-2020					
	2019	2020	Variazione 2020/2019. Valori %	Composizione % 2019	Composizione % 2020
arrivi totali	3.760.734	2.205.647	- 41,4	100%	100%
arrivi italiani	1.965.185	1.535.715	- 21,9	52%	70%
arrivi stranieri	1.795.549	669.932	- 62,7	48%	30%
Presenze nelle aziende agrituristiche. Anni 2019-2020					
	2019	2020	Variazione 2020/2019. Valori %	Composizione % 2019	Composizione % 2020
presenze totali	14.057.535	9.224.929	- 34,4	100%	100%
presenze italiane	5.842.530	5.682.517	- 2,7	42%	62%
presenze straniere	8.215.005	3.542.412	- 56,9	58%	38%

- Presenze italiane nel 2020 in calo «solo» del 2,7%
- Nel 2020 sette ospiti su dieci sono stati italiani
- Per la prima volta dal 2007 i pernottamenti degli italiani superano quelli degli stranieri
- Ha probabilmente influito la decisione di molti italiani di riscoprire il Bel Paese, spesso spostandosi con mezzo di trasporto privato e per tragitti di breve o di media percorrenza (prossimità)

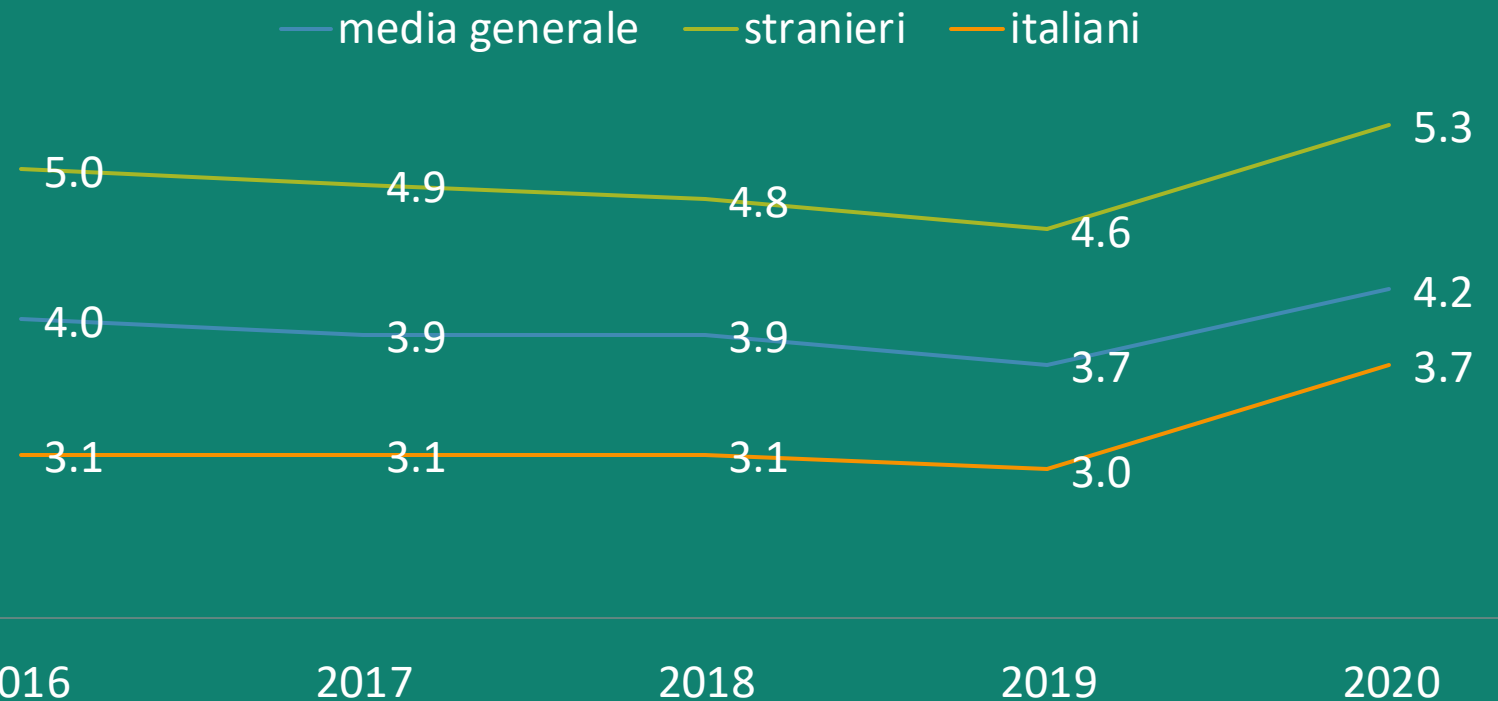
Durata media dei soggiorni in agriturismo in crescita

OSPITI

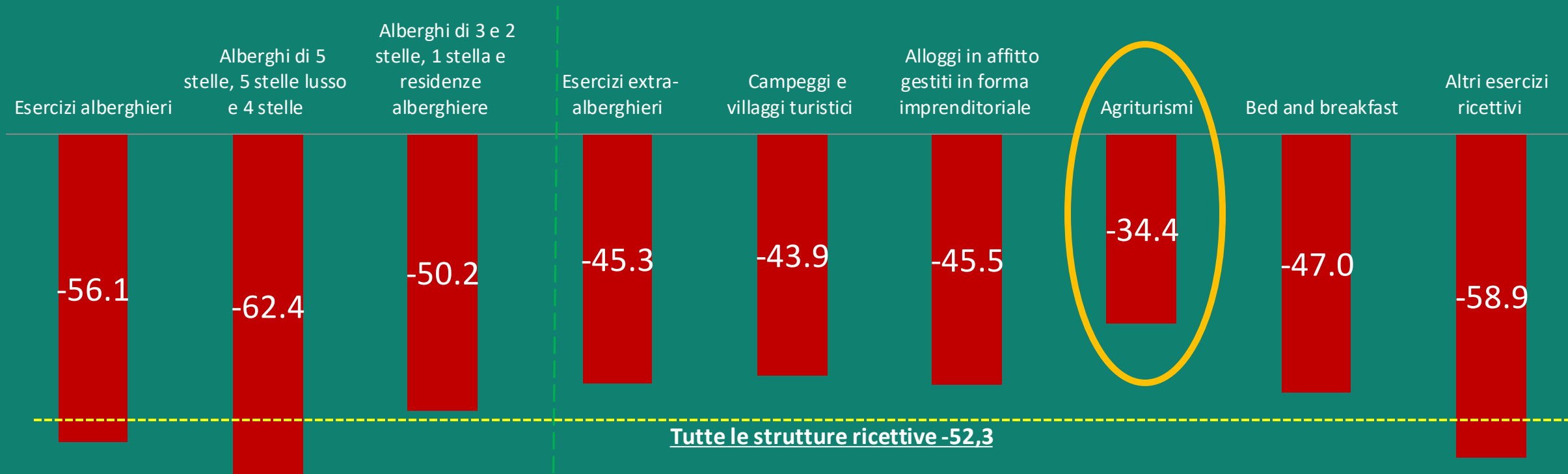
- La permanenza media aumenta sia per gli italiani che per gli stranieri
- Soggiorni più lunghi per mutate esigenze (smart working, voglia di staccare per più tempo)

AZIENDE

- Vuol dire ottimizzazione dei costi di gestione nella transizione tra un cliente e l'altro



Variazione delle presenze nel turismo in Italia 2020/2019



Arrivi e presenze

- L'agriturismo è il settore dell'offerta turistica che nel 2020 si è difeso meglio con una perdita su base annua complessiva di presenze del 34,4% contro una media per tutte le tipologie di strutture ricettive del 52,3%
- Turismo: la quota dell'agriturismo diventa il 4% degli arrivi e il 4,4% delle presenze (erano 2,9% e 3,2%)
- Extralberghiero: la quota dell'agriturismo diventa il 13,2% degli arrivi il 10,8% delle presenze (erano 11,2% e 9%)

Agriturismo: variazione 2020/19 delle presenze per Regione (valori percentuali)



Tra il 2020 e il 2019

In Abruzzo e Molise si è registrato un aumento dei pernottamenti complessivi in agriturismo. Benché siano Regioni con numeri piccoli questa informazione è indicativa delle motivazioni per le quali il mercato ha privilegiato l'agriturismo rispetto ad altre tipologie di accoglienza.

Indagine RRN-Ismea sulla stagione agrituristica 2021

Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del COVID-19

Obiettivo

- Indagare i cambiamenti indotti dalla pandemia sulle imprese agricole multifunzionali e in particolare sull'offerta agrituristica.
- Mettere a fuoco i principali effetti generati sul piano economico e organizzativo... quali sono le evoluzioni in atto nell'offerta e le nuove esigenze della domanda, degli ospiti e dei consumatori?

Metodologia

- Modalità di rilevazione: on-line (CAWI) *
- Numero risposte complete: 325 imprese
- Periodo di rilevazione: 27 settembre - 26 ottobre 2021

* Questionario anonimo, tempo di compilazione di circa 10/15 minuti

4 sezioni / ambiti tematici

Info generali

Anagrafica con informazioni utili a definire il profilo dell'azienda.

Impatti

La risposta delle aziende in relazione all'evoluzione della pandemia nel corso del 2021 fino a settembre.

Reazioni

Le azioni poste in essere dagli imprenditori come conseguenza dei cambiamenti nella domanda.

Prospettive

La visione dei titolari di agriturismo in termini di aspettative future, con particolare riferimento alle attività del 2022.

Indagine stagione agrituristica 2021

Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del COVID-19

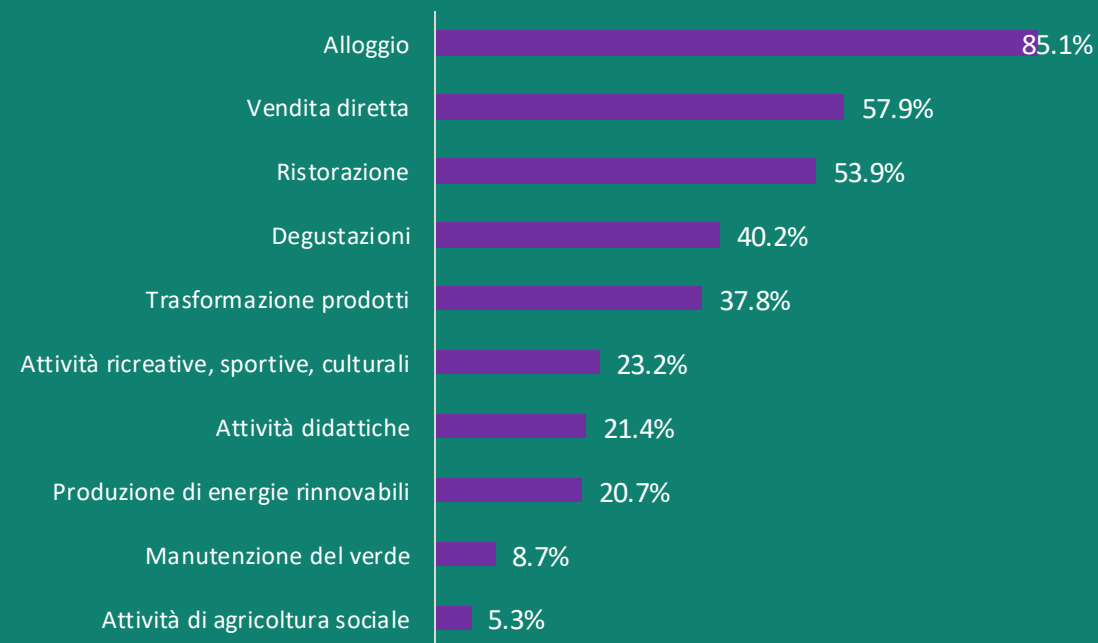
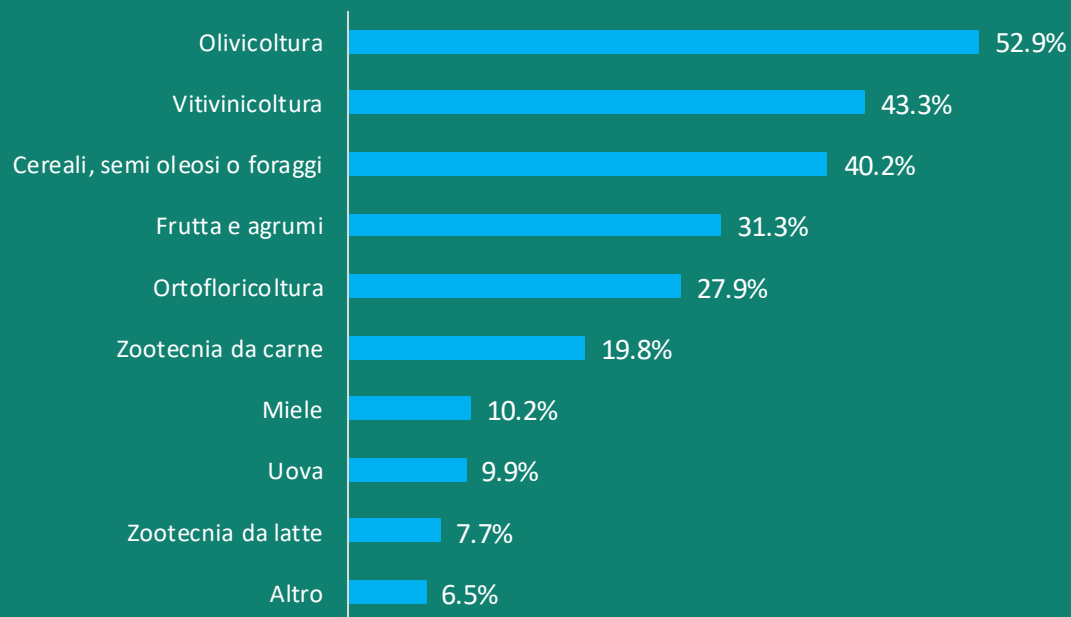
Info generali

Localizzazione aziende | Nord 50,2%, Centro 26,3%, Mezzogiorno 23,5%

Profilo delle imprese

- 53 anni (± 13), min. 21, max. 88
- Gestione familiare con collaboratori (45%)
- 6-20 ettari (43%)
- >10 anni di attività (72%)

- almeno 2 ordinamenti tecnico-economici (74%)
- almeno 2 canali di vendita dei prodotti (58%)
- almeno 2 canali di vendita diretta (46%)
- almeno 2 attività connesse (81%)



Indagine stagione agrituristica 2021

Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del COVID-19

Impatti

Ricavi

- In ripresa rispetto al 2020 per il 70% delle imprese.
- In forte aumento per il 42% delle imprese (era il 5% nel 2020).

Servizi / Offerta

- Si consolida il ruolo della vendita diretta: ci si affida il 52% delle aziende e il 37% di quelle che hanno predisposto nuovi servizi.
- Alloggio e ristorazione sono i segmenti di attività che registrano i risultati migliori con una decisa ripresa rispetto al 2020.
- Il maggior livello di soddisfazione è relativo ai mesi estivi, in particolare anche settembre è stato un mese molto positivo.

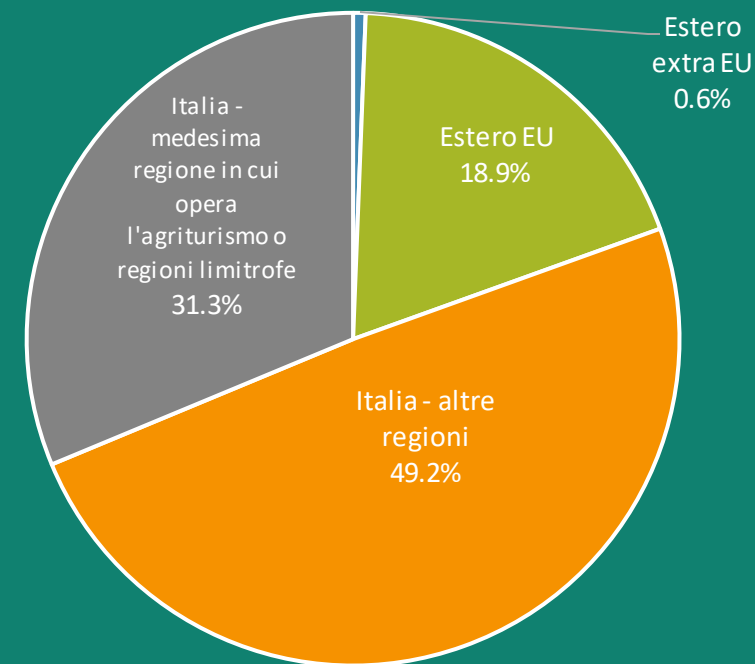
Domanda

Prossimità | Fidelizzazione

- Si consolida la domanda di prossimità e dei clienti fidelizzati; oltre il 70% delle aziende dichiara di puntare stabilmente sulle richieste da parte di questa tipologia di clienti.

Provenienza e segmenti ospiti 2021

- Consolidamento della domanda interna
- Tornano gli ospiti europei
- Sempre più famiglie con bambini (+47%) e coppie (+43%)
- Aumenta la durata dei soggiorni



Indagine stagione agrituristica 2021

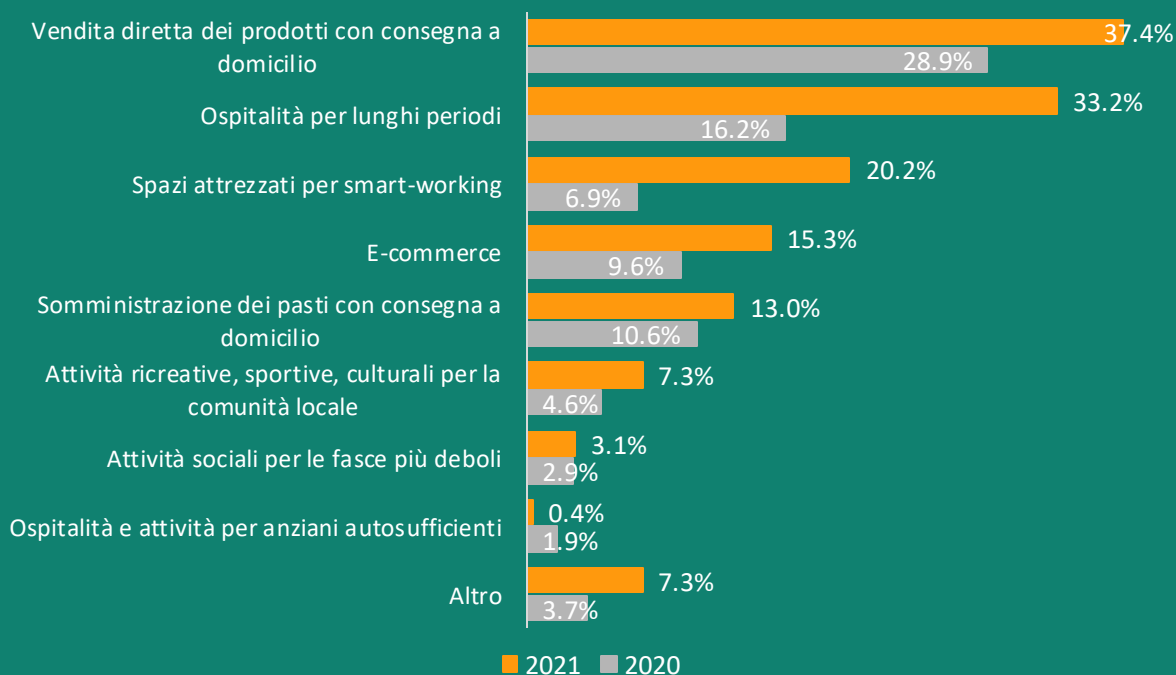
Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del COVID-19

Reazioni

Nuovi servizi

- Propensione alla diversificazione e all'implementazione della gamma dei servizi offerti.

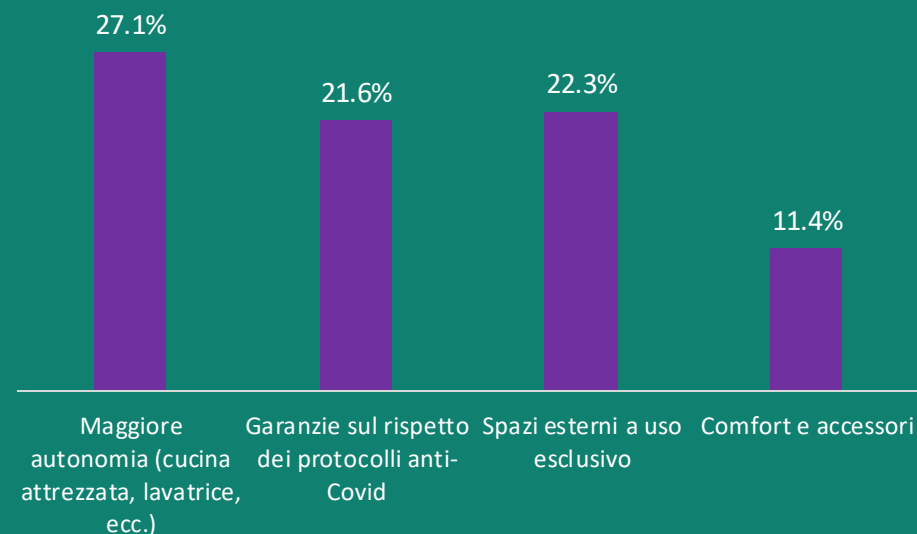
Attivazione nuovi servizi



Nuove richieste

- Alloggi con richieste specifiche: per l'82% delle imprese autonomia, spazi aperti e sicurezza.

Sistemazioni/alloggi più richiesti nel 2021



Politica dei prezzi

- Invariata per il 69% delle aziende.
- Il 25,4% delle aziende ha attuato un aumento dei prezzi.

Indagine stagione agrituristica 2021

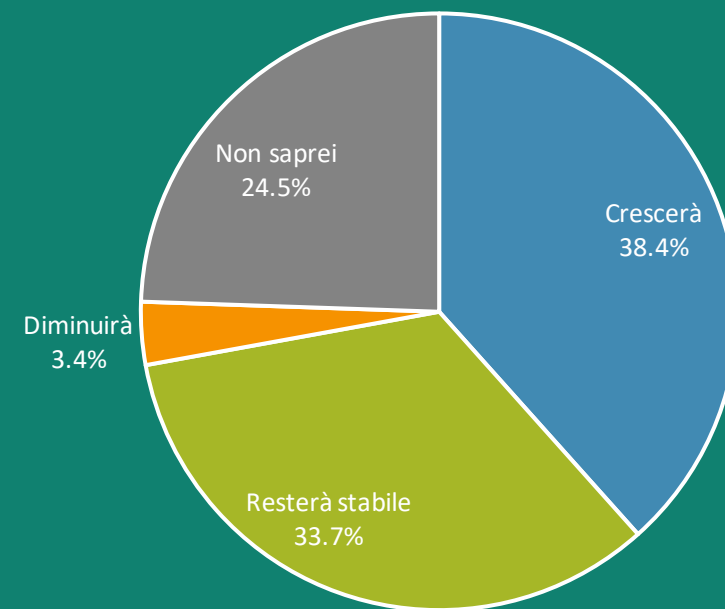
Impatti sulle aziende ed effetti sulla domanda con l'evolversi del COVID-19

Prospettive

Previsioni per il 2022

- Oltre il 72% delle imprese crede che il mercato per il 2022 sarà in crescita o stabile dimostrando una visione ottimistica (un anno fa questa percentuale era del 50%)
- Solo 3,4% degli imprenditori teme una diminuzione del volume di affari
- Il 58% delle aziende prevede di lasciare invariati i prezzi e il 32% potrebbe ritoccarli in aumento

Previsione mercato 2022



Le parole più ricorrenti nel provare a immaginare i «nuovi» ospiti



responsabili *vogliosi di relax e benessere*

famiglie *stressati ricerca spazi aperti*

confusi *esigenti* green

RETERURALE NAZIONALE 20142020

