



Agritur, B&B e turismo rurale

Risultati di alcune ricerche

Gianfranco Betta
Osservatorio Provinciale per il Turismo

Assemblea annuale Associazione Agriturismo Trentino
S. Michele all'Adige - 9 maggio 2006



Agritur, B&B e turismo rurale

Risultati di alcune ricerche 2

Turismo rurale = turismo con l'anima

- per la domanda perché presuppone la disponibilità ad un incontro e ad uno scambio con le persone che vivono e lavorano in un territorio in un approccio partecipativo e conoscitivo
- per l'offerta perché a sua volta deve rendersi disponibile a prendere per mano il turista affinché si realizzi questo incontro e scambio
- nel turismo rurale intrecciati l'ambiente agricolo e naturale, l'attività agricola e - ancora - la cultura, soprattutto materiale, di un territorio, dove il territorio è fattore fondamentale di produzione ma anche per i suoi aspetti culturali e ambientali
- marketing territoriale: turismo e agricoltura e cultura e artigianato

Gianfranco Betta
Osservatorio Provinciale per il Turismo

Assemblea annuale Associazione Agriturismo Trentino
S. Michele all'Adige - 9 maggio 2006



Agritur, B&B e turismo rurale

Alcuni dati: lavorare sulla qualità si può 3

- 150 agritur, 1.700 posti letto (11 in media)
- 101 B&B, circa 500 posti letto
- 0,36% (gli agritur) e lo 0,08% (i B&B) di tutti i posti letto esistenti in provincia di Trento utilizzati a fini turistici
- 16.200 turisti ospitati nel 2004, di cui l'82% è rappresentato da italiani (erano l'85% nel 2000)
- gli agritur pesano per uno 0,4% del totale arrivi (0,27% delle presenze totali). I B&B per uno 0,1% (0,03% delle presenze totali)
- il trend è positivo



Agritur, B&B e turismo rurale

Ricerca sugli agritur (i gestori) 4

- diverse tipologie di agritur
- le difficoltà maggiori sono ravvisate nel riuscire a garantire un equilibrio fra lavoro agricolo, lavoro familiare, esigenze dell'ospite, redditività
- modalità di gestione differenziate. Un primo approccio definibile *di tipo spontaneo* (mancanza di una strategia proattiva del gestore che non si pone particolari problemi di posizionamento sul mercato e non si chiede quale segmento di domanda intercettare). Una seconda modalità gestionale *di tipo proattivo* con logiche e strategie gestionali maggiormente focalizzate sul turista e sulle sue esigenze

- orientamento al prodotto o orientamento al mercato? (l'esempio dei siti)
- un terzo appare privo di un proprio sito o di un indirizzo di posta elettronica
- nei siti non traspare nel complesso un'immagine di ruralità e familiarità della proposta. Due debolezze: una scarsa attenzione alla peculiarità e specificità dell'offerta ricettiva di carattere familiare e rurale che caratterizza un agritur e nel contempo una scarsa valorizzazione del territorio (pur con qualche link)
- raro un libro ospiti sul sito (*guest book*)

- *target* con un buon livello di istruzione (43% degli intervistati possiede un diploma di scuola media superiore e il 30% una laurea). (nei B&B 47% di laureati e un 32% di diplomati)
- 36% insegnanti o impiegati; 28% imprenditore, lavoratore autonomo, libero professionista; 11% operai
- conosce abbastanza bene l'agriturismo (il 48% ha già soggiornato in altri agritur nell'ultimo biennio)
- 30% ospiti sono *primini* (34% nei B&B)



Agritur, B&B e turismo rurale

Ospiti agritur. Caratteristiche (2)

7

- Il 60% degli italiani sono clienti di prossimità: Lombardia, Emilia, Veneto. Tra gli stranieri poco più della metà (51%) sono tedeschi e negli ultimi anni registrano un calo
- spesa media individuale giornaliera 63,5 € (ca. due terzi per vitto e alloggio, un terzo spese extra). (il 42% degli ospiti nella classe 46-50 € il 30% una spesa media giornaliera maggiore di 60 €)
- con permanenze medie di 7,6 giorni (un terzo del campione si ferma tra gli 8 e 15 giorni; il 49% tra i 4 e i 7 giorni) la spesa media complessiva procapite per una vacanza in agritur risulterebbe pari a poco più di 500 €
- stima fatturato totale/annuo dalla ricettività agrituristica ca. 5.000.000 € l'anno



Agritur, B&B e turismo rurale

Ospiti agritur. Caratteristiche (3)

8

- per l'82% degli intervistati un agritur è innanzitutto un'azienda agricola. Soltanto per il 18% è in primo luogo una struttura ricettiva
- la quasi totalità degli intervistati (96%) ritiene che un agritur dovrebbe garantire un confort essenziale e non identificarsi con un'offerta esclusiva
- solo il 35% (l'agriturista consapevole arriva al 39%) assegna una qualche importanza alla partecipazione attiva in azienda: conta l'aspetto emozionale, l'approccio estetizzante, al massimo il vedere, ma molto meno la condivisione e la partecipazione attiva con i locali



Agritur, B&B e turismo rurale

Ospiti agritur. Motivazione scelta

9

- **scelta vacanza in Trentino:** bisogno di natura (44%; B&B 37%). Al secondo posto l'esigenza di riposo e relax (28%, B&B 22%). Altre motivazioni decisamente più contenute (*godere di opportunità enogastronomiche*, al 7%; *conoscere il modo di vivere e le tradizioni di una comunità* solo il 6% (il 14% per l'*agriturista consapevole*)).
- per i B&B, oltre a natura e riposo, 10% vacanza attiva, 8% cultura
- **scelta agritur:** Al primo posto (26%) ragioni di *informalità e flessibilità*, e per la possibilità di *condividere aspetti di vita rurale* (ma cosa si intende per condivisione?) Al secondo posto (21%) per *sperimentare una formula ricettiva diversa*. Al 18% il prezzo contenuto o relativamente più contenuto rispetto ad altre formule ricettive
- per i B&B *maggiore informalità dell'ospitalità familiare* (34%), *economicità* (32%), e poi *condividere un'esperienza* (17%) e *provare una nuova forma ricettiva* (7%)



Agritur, B&B e turismo rurale

Ospiti agritur. Tipologie

10

- **l'agriturista (o turista rurale) consapevole** (informati sulle caratteristiche e peculiarità di questa proposta), livello di istruzione superiore alla media (benché più basso rispetto agli ospiti intervistati nei B&B); rappresenterebbero il 35% degli ospiti intervistati
- **l'agriturista (o turista rurale) curioso o conquistabile** (desiderio di sperimentare una soluzione ricettiva diversa dal solito, senza però mostrare una reale conoscenza delle peculiarità distintive della proposta); interessato alla ristorazione tipica e all'acquisto di prodotti tipici e tradizionali. Si muove più della media con la famiglia e i bambini; rappresenterebbe circa il 10% degli ospiti
- **l'agriturista (o turista rurale) per caso.** E' l'ospite che sceglie l'offerta agrituristica solamente per non aver trovato altre soluzioni ricettive disponibili e non conosce le peculiarità di questa offerta ricettiva. Rappresenterebbe il 55% degli ospiti

- turisti evoluti (la cosiddetta terza generazione), turisti che non si accontentano più di *vedere, conoscere, emozionarsi*, ma desiderano anche *sperimentare* in prima persona e *condividere* esperienze e pratiche di vita dei residenti
- le ricerche ci dicono però che l'ospite cerca soprattutto: *semplicità, tranquillità, informalità, libertà e flessibilità*. Pur apprezzando nel contempo anche le *peculiarità e novità* di un territorio e la *dimensione paese per un rapporto cordiale e amichevole*

- **indifferenza:** partecipazione alla vita aziendale, servizi collaterali
- **moderata soddisfazione:** informazioni
- **soddisfazione piena:** contesto ambientale, edificio ed arredo, degustazioni prodotti aziendali, politiche sostenibili, prezzi
- **entusiasmo:** personale
- il 94% consiglierebbe l'agritur a parenti e amici (93% per i B&B, dove la maggiore soddisfazione è espressa per *accoglienza e rapporto con l'ospite, con 90% di giudizi ottimi*)



Agritur, B&B e turismo rurale

Aspetti miglioramento agritur

13

- **utilizzo e importanza delle nuove tecnologie per la comunicazione come siti, posta elettronica, uso di internet (canale Internet 32%, passa parola 29%; per i B&B rispettivamente 47% e 20%)**
- **uso materiali e arredi per una migliore personalizzazione**
- **migliore conoscenza del proprio ospite, delle sue aspettative e del grado di soddisfazione**
- **migliorare la rete tra gestori e altri operatori**



Agritur, B&B e turismo rurale

Coordinamento provinciale Turismo

14

- **accoglienza calorosa e professionale, non improvvisata; cura e attenzione per l'ospite**
- **tipicità, autenticità, tranquillità, originalità, atmosfera e personalizzazione delle strutture**
- **flessibilità, informalità, libertà, benessere e confort per il turista**
- **informazione e formazione attiva per l'ospite, servizi all'ospite**
- **contatto ed ascolto costante con il cliente attraverso un continuo monitoraggio del suo grado di soddisfazione (principio di miglioramento continuo della qualità)**
- **rete fra gestori e con altri operatori economici**
- **sostenibilità economica, ecologica e socioculturale**
- **degustazione e utilizzo di prodotti tipici ed enogastronomici di qualità**
- **formazione sia dei gestori e dei dipendenti sia dei turisti sul vero significato di turismo rurale**



OSSERVATORIO
del Turismo Trentino



Agritur, B&B e turismo rurale

Grazie per l'attenzione