



**REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGRO-PASTORALE

SERVIZIO SVILUPPO LOCALE E AGRO-AMBIENTE

# **AGRITURISMO IN SARDEGNA**

## **LA SITUAZIONE ATTUALE E LE PROSPETTIVE FUTURE**

A cura del Settore Multifunzionalità

# INDICE

<b>1. La domanda potenziale.....</b>	<b>3</b>
<b>2. I punti di forza e di debolezza del sistema agrituristico.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Un'ipotesi progettuale.....</b>	<b>7</b>
<b>4. I problemi aperti: la classificazione e la certificazione di qualità.....</b>	<b>9</b>
<b>5. La distribuzione delle aziende agrituristiche in Sardegna.....</b>	<b>9</b>
<b>6. Tipologie aziendali e servizi offerti.....</b>	<b>22</b>
<b>7. Dimensioni della ricettività aziendale.....</b>	<b>23</b>

## 1. La domanda potenziale

Prima di delineare, come di consueto, la dimensione del comparto agriturismo nell'isola esaminando la distribuzione delle strutture sul territorio, appare opportuno osservare l'andamento del mercato partendo dall'analisi di quei fattori che ne condizionano l'andamento e ne determinano, in seconda battuta, le scelte progettuali.

Dai dati presi in esame (ricavati dal questionario somministrato alla fine del 2004 agli operatori agrituristici della Sardegna nonché dal "Rapporto tra agricoltura e agriturismo", studio elaborato dall'Università di Sassari su incarico della Regione e portato a termine alla fine del 2003) e dalle più recenti analisi di settore sul comparto agriturismo in regioni che, come la nostra, ospitano un turismo di tipo essenzialmente balneare si intravedono interessanti opportunità, soprattutto in relazione a una maggiore integrazione di questo comparto nei processi di sviluppo del turismo. L'approfondimento di questo aspetto ci aiuta a definire la consistenza e la qualità della domanda potenziale, da cosa nasce e quale effetto può produrre ai fini della creazione di un organico progetto di sviluppo del settore medesimo.

La ragione che motiva tale approfondimento sta nel fatto che l'agriturismo rientra pur sempre, almeno nell'immaginario collettivo della popolazione urbana, nel comparto turistico del quale rappresenta prevalentemente una variante indirizzata alla maggiore fruizione di alcune risorse ambientali. In buona sostanza esso è confrontato con altre forme di fruizione ambientale, in primo luogo con la risorsa mare.

Da qui la tendenza a guardare all'agriturismo come ad una forma di svago alternativo o, eventualmente, da praticare per un periodo più breve rispetto ad altre forme di fruizione turistica. In ogni caso, nella nostra isola, siamo ancora ad uno stadio ben diverso da quello riscontrabile nel comparto agriturismo di altre regioni italiane.

I risultati che derivano dalle analisi di cui sopra offrono una serie di interessanti spunti:

- a)** in buona misura la vacanza in campagna viene considerata solo in maniera complementare rispetto a quella balneare e mai di tipo sostitutivo;
- b)** si tende ad identificare la nostra regione con il mare considerando in maniera marginale le opportunità offerte dagli "itinerari verdi", culturali o di altro genere che potrebbero invogliare a diversificare o a prolungare il soggiorno nell'isola;
- c)** viene riscontrata una modesta (e comunque assolutamente insufficiente) informazione sulle aziende agrituristiche in attività nella regione.

Ma probabilmente ciò che maggiormente caratterizza questo approfondimento è la constatazione dell'interesse con il quale si guarda alla possibilità di pervenire ad un'integrazione funzionale mare-verde considerando particolarmente vantaggiosa la possibilità di poter soggiornare in un'azienda agrituristica localizzata nel retroterra (a non oltre 15 - 20 km dalla costa) e da qui spostarsi quotidianamente verso il mare.

Fondamentalmente, la motivazione che determina tale scelta deriva dalla possibilità di poter usufruire del piacere del mare durante la mattinata e godere del più mitigato clima della campagna in special modo nelle ore pomeridiane e serali.

Dalla tipologia di azienda agrituristica che appare maggiormente gradita viene confermata, anche in termini quantitativi, la forte propensione verso una localizzazione abbastanza prossima al mare o almeno tale da permettere l'accesso alle spiagge in un tempo massimo contenuto entro i 30 minuti.

Desti un certo interesse la localizzazione in territori collinari mentre la vicinanza alla città è apprezzata soprattutto dai turisti stranieri. Risulta del tutto indifferente alla posizione geografica dell'azienda solamente una esigua minoranza. Per quanto concerne la tipologia di ospitalità richiesta le indicazioni evidenziano che gli stranieri tendono a privilegiare il trattamento di mezza pensione e

pensione completa diversamente dai visitatori provenienti dalle altre regioni italiane che mostrano di gradire maggiormente il trattamento di pernottamento e prima colazione mentre il solo pernottamento è gradito in misura decisamente inferiore. Quest'ultima indicazione rappresenta un dato da non sottovalutare in quanto conferma la specificità del settore, ovvero la sua esigenza di offrire un "prodotto" che non si limiti alla semplice accoglienza ma vada decisamente oltre. Ed è sul piano della diversificazione e qualità dei servizi, che si dovrà concentrare l'attenzione degli operatori del settore nell'immediato futuro.

In relazione alla durata media del soggiorno previsto è possibile, anche qui, individuare una caratteristica dominante nel settore, cioè la diffusa propensione a soggiornare in campagna per una settimana. I valori relativi alle altre tipologie (solo week-end e soggiorno oltre una settimana) riscuotono un interesse molto più contenuto anche se merita una qualche attenzione il dato riguardante coloro i quali non disdegnano di trascorrere nelle aziende agrituristiche un fine settimana, soprattutto nelle stagioni intermedie, evidenziando però che si tratta, in buona misura, di residenti nell'isola.

Relativamente all'interesse per i singoli servizi attesi dall'azienda "ideale", la ristorazione è giudicata "abbastanza" importante così come l'esistenza di uno spaccio aziendale, qualità nell'accoglienza semplice, ovvero uno stretto contatto tra operatore agrituristico e ospite mentre quella di tipo "alberghiero" non riscuote alcun interesse. Invece molto graditi sono i servizi di animazione e quelli complementari all'ospitalità. Il massimo gradimento nella graduatoria dei servizi attesi viene riservato alla qualità dell'ambiente naturale e all'attività aziendale, intesa come osservazione della famiglia rurale nell'esercizio dell'attività agricola quotidiana più che come partecipazione diretta all'attività medesima.

Quest'ultima caratteristica merita una particolare attenzione in quanto ripropone in maniera incontestabile la propensione dei visitatori verso l'aspetto agreste dell'azienda, il che va anche contro una serie di luoghi comuni che tenderebbero a privilegiare servizi (come la ristorazione) non sempre del tutto peculiari all'agriturismo. E' indubbio che per molti ospiti potenziali l'agriturismo sia ancora sinonimo di "buona ristorazione in campagna", ma è altrettanto evidente che esiste una domanda di agriturismo inteso nella sua vera accezione.

E' quindi indispensabile definire con chiarezza la "tipologia" e "l'offerta" che possono avere nel loro specifico anche delle ottime prospettive, a condizione di non determinare false sovrapposizioni certamente non utili per lo sviluppo del turismo inteso nella sua più generale accezione, con riferimento allo sviluppo locale e regionale.

Altri utili spunti di riflessione in direzione della "definizione" dell'azienda ideale sono rappresentati dal valore attribuito alle principali attrezzature offerte dall'azienda.

Nella graduatoria dei servizi maggiormente rilevanti, il primo posto è riservato alla "accoglienza bambini", ovvero dalla disponibilità di attività specifiche per i più piccoli che consistono in un'accoglienza fortemente professionalizzata sul piano dell'intrattenimento. Segue la richiesta di percorsi per l'escursionismo, il che riprova l'esigenza dell'agriturista tipo di non limitarsi alla semplice permanenza in azienda, quanto piuttosto ad una conoscenza diretta dell'ambiente naturale nel quale essa si colloca.

Molto significativi sono i dati relativi al gradimento delle attrezzature sportive (campi da tennis, maneggio e piscine), l'accoglienza animali e tutte le attività di animazione in genere. Marginali appaiono, invece, le richieste di attività più propriamente di tipo culturale, quali la disponibilità di corsi di formazione specialistici, sale lettura, ecc... così come di servizi di natura più tipicamente alberghiera (ad esempio il televisore in camera). Con riferimento specifico ai motivi che fanno preferire i prodotti aziendali emerge con chiarezza il sapore, la freschezza e la genuinità. Queste indicazioni sono piuttosto interessanti in quanto danno un'idea alquanto precisa del genere di clientela potenziale che, peraltro, tende a privilegiare la qualità e considera solo marginalmente il prezzo.

Nel complesso un'indicazione di massima che va interpretata come una buona propensione a considerare l'agriturismo un aspetto complementare della vacanza base ma che, comunque, deve indurre ad alimentare il comparto con un'offerta di qualità considerato che, molto spesso, esso viene confrontato con le aziende di altre regioni italiane, tradizionalmente più adeguate al tipo di domanda espressa dalla clientela.

Risulta pertanto evidente il ruolo strategico che sembra in grado di svolgere il settore agriturismo nello sviluppo economico regionale anche se, nello stesso tempo, si denota una forte carenza sul piano progettuale che ritarda continuamente la trasformazione di una risorsa potenziale in valore aggiunto per l'economia stessa.

Per certi versi si ha quasi la sensazione che il valore economico del settore non sia stato ancora inquadrato nella sua reale dimensione nonostante l'interesse formale che si manifesta sovente nei dibattiti pubblici.

Diverso atteggiamento si riscontra negli imprenditori già impegnati nel settore turistico o che si rivolgono ad esso come ad una nuova opportunità di investimento grazie all'attenzione con la quale essi guardano alle esperienze agrituristiche delle altre regioni, assunte spesso a modello per effettuare piani di approfondimento anche in termini di costi-benefici.

Dalle diverse componenti del settore viene comunque sottolineata la necessità di mettere a punto in tempi brevi nuovi strumenti di sostegno ed incentivazione in quanto la concorrenza in questo comparto, sull'esempio di quanto è già avvenuto in altri settori del turismo, si fa sempre più agguerrita senza considerare che l'auspicata complementarità tra offerta di tipo balneare e rurale va già definendosi, in termini organici, in altri Paesi del bacino del mediterraneo.

In altri termini, è arrivato il momento di prendere delle decisioni in un periodo in cui, nello scenario internazionale del turismo, aumentano in maniera esponenziale i "produttori" e l'innovazione di prodotto (innanzitutto in termini di qualità) sta subendo una fortissima accelerazione. Dagli esperti è anche sottolineata l'arretratezza dei modelli organizzativi e la scarsa integrazione interaziendale, così come le modeste interrelazioni di tipo "verticale" che dovrebbero creare legami funzionali tra l'azienda specializzata e il resto del territorio, le sue risorse ambientali, artistiche e culturali.

## **2. I punti di forza e di debolezza del sistema agriturismo**

Le indicazioni sin qui emerse permettono di fare, con sufficiente chiarezza, il punto sulle effettive prospettive del settore con riferimento allo sviluppo economico locale e regionale.

Il quadro generale si presenta piuttosto variegato e complesso in quanto il settore ha vissuto finora una dinamica evolutiva sostanzialmente di tipo spontaneo; il che, se da un lato ha messo in evidenza alcune potenzialità anche di notevole valore (da segnalare a questo proposito il riconoscimento ottenuto da un'azienda del Sulcis-Iglesiente classificatasi al 2° posto al concorso nazionale "Premio Ospitalità Italiana 2006", svoltosi a Bari il 24 novembre 2006) dall'altro, ha evidenziato una serie di difficoltà che rischiano di ostacolarne il percorso.

Tra i punti di forza vanno individuati tre elementi:

- 1) le risorse dell'ambiente naturale;
- 2) un patrimonio di risorse immateriali tali da sostenere in maniera adeguata il progetto agriturismo;
- 3) l'esistenza di un mercato potenziale particolarmente interessante.

Il primo punto, ovvero l'ambiente naturale nelle sue diverse componenti che vanno dal clima, alle amenità dei luoghi, alla diversificazione dei paesaggi, alle risorse agricole ed alla presenza di produzioni tipiche, è risultato il fattore a più alto valore strategico, sia per quanto riguarda l'offerta sia nelle aspettative della clientela potenziale. Da segnalare al riguardo la distribuzione territoriale delle aziende in attività che è prevalentemente composta da un insieme di unità operative che solo raramente superano i 300 - 400 metri di altitudine e non risultano troppo distanti dalla linea di costa o, quanto meno, rientrano in quella distanza che si ritiene sopportabile nello spostamento giornaliero.

Ciò, in definitiva, vuol dire che lo sviluppo agriturismo può assumere un preciso carattere di complementarità rispetto al turismo balneare a condizione che venga realizzato un progetto mare - campagna tale da innescare un circolo virtuoso con reciproco vantaggio per le due componenti del fenomeno turistico regionale.

Il mercato potenziale risulta, quindi, un'enorme ricchezza in quanto può contare sulla lunga tradizione turistica di diverse aree della nostra regione (in particolare la zona del nord-est) e sulla progressiva

diversificazione della domanda che, soprattutto presso le componenti più acculturate e dotate di maggiore potere d'acquisto, appare oramai orientata verso forme di fruizione turistica alternative a quella balneare.

Fanno da contraltare a questi punti di forza una serie di ostacoli e di difficoltà che rappresentano degli oggettivi punti di debolezza per la progettualità agrituristica:

- 1)** il degrado ambientale che si materializza in diverse forme e con indici di gravità che, almeno per il momento, non risultano particolarmente esasperati (ad esempio il dissesto idrogeologico ed il rischio incendi che caratterizzano diverse aree dell'isola);
- 2)** gli ostacoli alla libera fruizione delle emergenze artistiche e culturali considerato che, se è vero che l'isola può vantare un ragguardevole patrimonio di infrastrutture immateriali, è altresì incontestabile l'oggettiva difficoltà alla loro fruizione spesso ostacolata dalla scarsa accessibilità o dallo stato di conservazione e di valorizzazione;
- 3)** il notevole ritardo nella maturazione di una vera e propria cultura imprenditoriale degli operatori del settore che talvolta, seppure in buona fede, sopravvalutano la loro intraprendenza personale e di conseguenza limitano la propria azione entro un ambito piuttosto circoscritto che, generalmente, non garantisce altro che un incremento del reddito aziendale più o meno soddisfacente.

Su questo ultimo punto le debolezze del sistema risultano numerose e di difficile rimozione almeno nell'immediato. In particolare, all'interno delle aziende, esiste un persistente conflitto intergenerazionale che vede in contrapposizione i genitori agricoltori ai figli che risultano, per motivazioni diverse, più attenti alla modernizzazione e soprattutto alla possibilità di diversificare la propria attività, pur sempre all'interno del settore primario. Tale propensione si trasferisce inevitabilmente sul piano dei rapporti familiari, determinando in alcuni casi l'abbandono dell'azienda da parte dei più giovani o la loro assuefazione a modelli aziendali di tipo tradizionale. In entrambi i casi i danni allo sviluppo dell'azienda, soprattutto in direzione dell'agriturismo, appaiono evidenti e chiamano in causa in particolare le politiche di informazione e di formazione degli addetti al mondo agricolo.

La modesta cultura imprenditoriale si percepisce con chiarezza quando si vanno a verificare i rapporti interaziendali che risultano del tutto assenti o al massimo limitati a quelli di buon vicinato. Non esiste, nel settore, alcuna forma di collaborazione attiva nel senso di "fare sistema" così come avviene in altre regioni dove sempre maggiore è la propensione a costruire circuiti specializzati che garantiscano agli ospiti un'offerta diversificata e di tipo complementare. Nella nostra regione regna ancora un diffuso individualismo che porta spesso a considerare il conduttore di un'altra azienda solo e soltanto come un semplice concorrente, al massimo da rispettare, ma il più delle volte da contrastare sul piano dell'acquisizione della potenziale clientela. Le forme di associazionismo e di delega di parte della gestione strategica dello sviluppo e della messa sul mercato delle proprie aziende risultano ancora difficili da metabolizzare nella cultura degli operatori del settore nonostante gli sforzi compiuti in questa direzione.

Anche i rapporti di tipo "verticale", ovvero quelli che dovrebbero collegare gli imprenditori del settore alle altre organizzazioni del territorio, dalle pubbliche istituzioni, alle associazioni culturali e, più in generale, agli altri soggetti dello sviluppo, sono ad un livello poco più che embrionale. Sovente capita che le informazioni relative al contesto ambientale, la sua storia, gli usi ed i costumi locali manchino completamente nelle singole aziende. A tale proposito vale la pena ricordare le più recenti esperienze maturate in altre regioni dove la collaborazione tra imprenditori del settore arriva al punto che ciascuno di essi offre ai propri ospiti notizie ed informazioni riguardanti le altre aziende, con lo scopo dichiarato di fidelizzare il turista all'area geografica di riferimento prima ancora che alla propria azienda. Tale comportamento va incontro ad un'esigenza degli agrituristi (rilevata in molte ricerche specialistiche) circa la propensione a ritornare nella stessa area ma non nella stessa azienda in

quanto tende a conoscere ed approfondire la natura dei luoghi e le sue specifiche caratteristiche ambientali, artistiche e culturali. In altri termini, ed a differenza di quanto avviene nel turismo balneare, il potenziale ospite sceglie prima di tutto l'area e successivamente la struttura ricettiva. E' praticamente inesistente la cosiddetta prenotazione "a cascata", ovvero la prenotazione in un'altra azienda del circuito agriturismo partendo da quella di prima ospitalità. Praticamente assenti sono anche i contatti con i tour operators e le uniche forme di marketing aziendale sono rappresentate dall'informazione che trasmettono gli stessi clienti (il c.d. effetto tam tam). Da qualche anno si manifesta la propensione, costante ma estremamente lenta, a crearsi uno spazio sulla rete Internet. Da tutto ciò risulta evidente l'approssimazione con la quale si muove ancora il mondo imprenditoriale nel settore il quale stenta, tranne rari casi, per carenza culturale e formativa, ad assumere comportamenti di tipo moderno ed innovativo e persiste in un atteggiamento conservativo che contrasta con le più attuali linee di tendenza.

### 3. Un'ipotesi progettuale

Volendo trarre delle conclusioni si può affermare, innanzitutto, che appare evidente la notevole potenzialità che è in grado di esprimere il settore agriturismo in Sardegna in termini di sviluppo economico locale. Ma, allo stesso tempo, non si può nascondere che sono emerse una serie di problematiche che impongono un ripensamento radicale delle politiche di settore.

A questo proposito, appare opportuno verificare la possibilità di definire delle "zone omogenee" a valenza agrituristica, così come è stato fatto in altre regioni italiane nelle quali la zona è definita sulla base di un progressivo "incremento territoriale di relazioni". Tali aree sensibili, nel nostro caso, potrebbero corrispondere alle nuove otto province.

Anche il turismo infatti, come altre realtà produttive, condiziona le altre iniziative ad esso direttamente o indirettamente collegate, attivando in questo modo un circolo virtuoso con riflessi positivi sull'intero assetto economico-territoriale. Inoltre, appare evidente anche la forte interazione tra il settore turistico, il comparto produttivo e le potenzialità del territorio che, per potersi realizzare e proporre come risorse per lo sviluppo, devono prima essere riconosciute e colte dall'organizzazione dei soggetti locali.

Attualmente, ci troviamo di fronte ad una situazione ancora affidata all'attivazione di sinergie di tipo spontaneo che poco o nulla hanno a che fare con un'organica programmazione dello sviluppo locale. Ma indubbiamente le condizioni di partenza ci sono, hanno una loro valenza strategica e soprattutto risultano - a determinate condizioni - funzionali ad un percorso di tipo innovativo.

Si tratta di creare le condizioni ottimali alla sensibilizzazione e mobilitazione, a diversi livelli, di quelle capacità relazionali che potrebbero spostare il confronto dal piano conflittuale a quello partecipativo.

In termini operativi la possibilità di trasferire sul piano territoriale l'approccio al settore agriturismo è legata al perseguimento di due distinti obiettivi: da un lato, la riqualificazione e l'integrazione del sistema turistico preesistente, dall'altro, lo sviluppo di settori e servizi compatibili con la destinazione turistica delle aree individuate. Le più recenti esperienze dimostrano che tra turismo e produzioni locali si instaura abbastanza facilmente un rapporto di stretta interazione; ne consegue un rafforzamento dell'immagine turistica che consente una più agevole ed immediata promozione di prodotti locali sui mercati nazionali ed internazionali, ed inoltre la penetrazione e la diffusione di produzioni tipiche svolge spesso il compito di favorirne la conoscenza anche in luoghi lontani dai contesti ambientali locali attirando così, indirettamente, l'attenzione di una clientela potenziale altrimenti piuttosto difficile da raggiungere.

Ma tutto ciò non può realizzarsi senza il contestuale intervento su quei punti di debolezza che abbiamo già indicato e che potrebbero essere riassunti in tre grandi linee.

La prima riguarda il miglioramento aziendale e passa attraverso la promozione della cultura imprenditoriale alla quale dovrebbe affiancarsi una forte spinta verso la certificazione di qualità delle aziende stesse e verso le diverse tipologie di accoglienza possibili.

La seconda riguarda i problemi da affrontare nella prospettiva dell'auspicata "omogeneità territoriale" del comparto e comprende i rapporti esterni, ovvero quelli che legano le unità agrituristiche innanzitutto al mondo della produzione e dei servizi. In particolare va definita una strategia di valorizzazione del settore agro-alimentare, attraverso la messa a punto di tutta una serie di misure

adeguate che tengano conto della possibilità di collegare la vendita e la produzione allo sviluppo della ricettività agrituristica. Vanno, altresì, disegnati circuiti gastronomici ed itinerari relativi all'escursionismo ambientale, così come vanno ripensati i servizi alla famiglia ed alle stesse imprese. A tale scopo, sarebbe particolarmente utile la messa a punto di una banca dati che, oltre alle aziende agrituristiche (peraltro già esistente), contempli anche tutte quelle risorse e potenzialità che con esse possono fare sistema.

Il terzo gruppo di problemi riguarda la promozione dei sistemi locali ancora troppo condizionata da ritardi di tipo strutturale, determinati da una cultura imprenditoriale allo stato embrionale e da un sistema informativo molto approssimato quando non del tutto assente. E qui il discorso non può non saldarsi alla esigenza, ormai inderogabile, di ragionare in termini di marketing territoriale, vale a dire in termini di messa a punto di specifici interventi tendenti ad accrescere la competitività della singola zona. Tutto ciò è sempre più richiesto dallo stesso mercato nazionale ed internazionale del turismo che non vede più competere tra di loro singole aziende, quanto piuttosto interi territori, con le loro caratteristiche e potenzialità complessive. In questa direzione sarebbe forse il caso di approfondire l'opportunità di ripensare globalmente strumenti e strutture che sono deputati alla promozione del turismo regionale.

In definitiva, da qualsiasi angolatura si guardi il settore agrituristico, si ricava l'impressione che esso rappresenti un'interessante potenzialità per lo sviluppo locale e regionale, a condizione che abbandoni lo spontaneismo attuale ed adotti modelli organizzativi e gestionali idonei alle nuove esigenze che emergono da un mercato turistico in rapida evoluzione. Tale svolta resta allo stato attuale ancora ricca di incognite in quanto si scontra con comportamenti e situazioni locali nei quali prevalgono le componenti più tradizionali del mondo agricolo. Ma anche in questa direzione il quadro generale appare in evoluzione e la situazione generale che fa da sfondo all'organizzazione complessiva del settore primario induce ad un pur se cauto ottimismo. In questa direzione va letto, innanzitutto, il ripensamento della politica comunitaria per l'agricoltura e le aree rurali che si è avviato anche in conseguenza del processo di allargamento dell'Unione Europea ai Paesi dell'Est. Per il settore agrituristico, l'elemento più interessante di questa svolta nella politica comunitaria sta nella diffusa consapevolezza dell'importanza attribuita al già ricordato concetto della "multifunzionalità dell'agricoltura e delle aree rurali". Su questa base, le aree rurali, le quali costituiscono una buona parte delle aree depresse dello spazio comunitario, sono interessate da un crescente flusso finanziario destinato alla riorganizzazione e valorizzazione delle strutture esistenti, al fine di contribuire in maniera concreta e permanente al conseguimento dell'obiettivo strategico rappresentato da una più generale coesione economica e sociale. In conclusione, una maggiore "omogeneità territoriale" del settore chiama in causa direttamente o indirettamente i diversi soggetti coinvolti a diverso titolo nella promozione del settore. E' quindi ipotizzabile un intervento basato su tre filoni:

- a) formazione - definire e proporre corsi di qualificazione professionale per i giovani agricoltori che manifestano interesse sul piano della nuova imprenditorialità. Tale azione andrebbe accompagnata e sostenuta da moduli formativi "sul campo" vale a dire stages in aziende "modello" di lunga e consolidata tradizione agrituristica;
- b) informazione - tale attività dovrebbe essere rivolta agli operatori del settore attraverso colloqui e meeting finalizzati a specifiche tematiche (regimi fiscali, nuove opportunità contenute nella normativa comunitaria, nazionale e regionale), sia all'esterno attraverso la realizzazione di strumenti di divulgazione (guide regionali, mappe, ecc.);
- c) marketing territoriale - si tratterebbe di raccogliere le sensibilità del mercato potenziale (in termini di preferenza) e di tradurle in comunicazioni "sistematiche" vale a dire mettere sul mercato "le zone" nella loro complessità.



## 4. I problemi aperti: la classificazione e la certificazione di qualità

L'adozione di un sistema di classificazione delle aziende agrituristiche è importante per un duplice ordine di motivi: il primo è la tutela e l'informazione del consumatore, il secondo è la possibilità di costituire uno stimolo all'investimento per gli operatori del settore. Attraverso la classificazione si raggiunge lo scopo di informare e garantire l'utente sulla disponibilità di certe caratteristiche strutturali e si creano le condizioni perché vengano offerti in azienda determinati servizi anche di natura immateriale (ci si riferisce, ad esempio, all'accoglienza, nonché alla presenza e all'assistenza da parte del proprietario o dei suoi familiari) che differenziano l'agriturismo da altre forme di ricettività. Una più alta classifica dovrebbe essere sinonimo di maggiore integrazione dell'azienda con il mondo rurale che la circonda sotto tutti gli aspetti che la caratterizzano al fine di assicurare un'esperienza vera e appagante per l'ospite che vi alloggia e rappresenta, in ultima analisi, il metro di misura della qualità. Risulta evidente che il sistema di classificazione non si deve limitare al "giudizio" della sola ospitalità, ma deve riguardare anche la ristorazione agrituristica benché, da questo punto di vista, sia ancora più difficile rappresentare in modo efficace ed allo stesso tempo sintetico quegli elementi che possono rendere piacevole e qualificante un'esperienza gastronomica in un esercizio agrituristico.

La realizzazione del sistema di classificazione delle aziende agrituristiche può indiscutibilmente creare le premesse per l'avvio di un percorso che va in direzione della "certificazione di qualità" volontaria anche se, a differenza dei settori industriale e commerciale nei quali tale certificazione risulta piuttosto diffusa, soprattutto tra le aziende che operano su scala internazionale, nel comparto agrituristico tale esigenza è riscontrabile solo da qualche anno ed al momento interessa solo una esigua minoranza di operatori del centro - nord.

Alcune regioni per garantire il livello dei servizi e dei prodotti offerti in azienda hanno istituito un marchio di qualità, che distingue diversi livelli espressi da simboli specifici analogamente a quanto avviene per la classificazione degli alberghi con il sistema "delle stelle". Inoltre, nel campo della ristorazione agrituristica si va anche affermando un'iniziativa che tende a valorizzare alcune caratteristiche specifiche in direzione della tipicità, della provenienza e della genuinità e freschezza dei prodotti offerti. Le aziende che vi aderiscono volontariamente devono fare riferimento ad un disciplinare di regolamento messo a punto dalle associazioni nazionali di categoria agricole sulla base di una precisa normativa Comunitaria che in Italia è stata recepita con il decreto legislativo n°155 del 26 maggio 1997.

Naturalmente la certificazione di qualità non deve limitarsi alla sola ristorazione, in quanto il "prodotto" agrituristico è molto articolato e complesso e comprende tutta una serie di servizi ed attività, rispetto ai quali si misura la competitività della singola azienda ed il grado di soddisfazione del cliente-ospite. Pertanto, è auspicabile la certificazione complessiva dell'organizzazione aziendale.

L'ipotesi di fondo di tale prospettiva consiste nel considerare opportuno che tutte le attività attinenti alla qualità devono essere documentate. In altre parole, la "qualità totale" nasce dalla garanzia che tutti i momenti importanti nella realizzazione di un prodotto si devono svolgere secondo un disciplinare previsto. Applicato all'azienda agrituristica, tale procedimento si deve misurare con la specificità del prodotto offerto che è costituito da un insieme di fattori materiali ed immateriali.

A ben vedere, si tratta di un obiettivo molto ambizioso rispetto al quale, però, mancano modelli prestabiliti ed esperienza alle quali rifarsi in maniera precisa. E' un procedimento tutto da definire rispetto al tipo di offerta che si intende mettere sul mercato e rispetto al quale l'intervento legislativo regionale dovrà dare indicazioni.

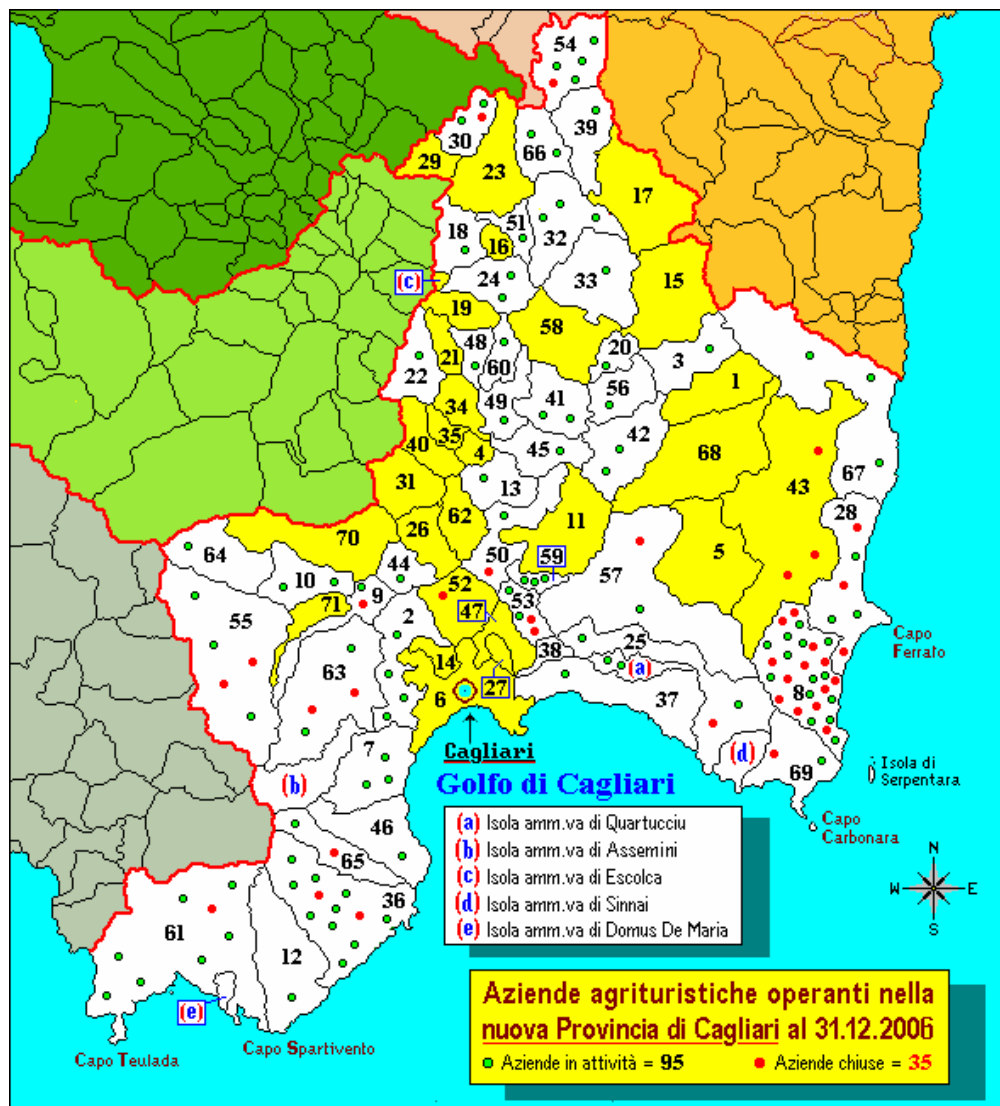
## 5. La distribuzione delle aziende agrituristiche in Sardegna

Accertato come dato di fatto che l'agriturismo in Sardegna ha costituito un nuovo "modello di sviluppo agricolo", rappresentando in questi ultimi anni uno dei fenomeni di maggiore evidenza nelle dinamiche recenti dell'agricoltura in particolare e del mondo rurale più in generale, appare opportuno prendere in esame le cifre che lo riguardano, delineando la consistenza nonché la distribuzione delle aziende alla luce della diversa articolazione territoriale dovuta all'istituzione delle quattro nuove province.

Le aziende agrituristiche attive nell'isola al 31 dicembre 2006 sono 656 così articolate:

- 1) – provincia di Cagliari n°95 pari al 14,48%;
- 2) – provincia di Carbonia - Iglesias n°28 pari al 4,27%;
- 3) – provincia di Medio Campidano n°34 pari al 5,18%;
- 4) – provincia di Nuoro n°116 pari al 17,69%;
- 5) – provincia di Ogliastra n°19 pari al 2,9%;
- 6) – provincia di Oristano n°113 pari al 17,22%;
- 7) – provincia di Olbia - Tempio n°132 pari al 20,12%;
- 8) – provincia di Sassari n°119 pari al 18,14%.

La "nuova" provincia di Cagliari possiede 95 aziende. Castiadas, comune limitrofo a Costa Rei, possiede il maggior numero di aziende (14). Pula, comune ad alta vocazione turistica, ha 10 agriturismo seguita dal comune Teulada con 7, di Assemmini e Seulo (nell'entroterra) con 4, Muravera, Villaputzu, Capoterra, Assemmini, Nurri, Siliqua e Soleminis con 3 agriturismo (gli ultimi 4 sono situati nell'entroterra). Su 41 comuni, ben 22 possiedono un solo agriturismo. Su 95 agriturismi ben 45 di essi, pari al 47,4%, sono localizzati in comuni costieri (10 comuni su 41).

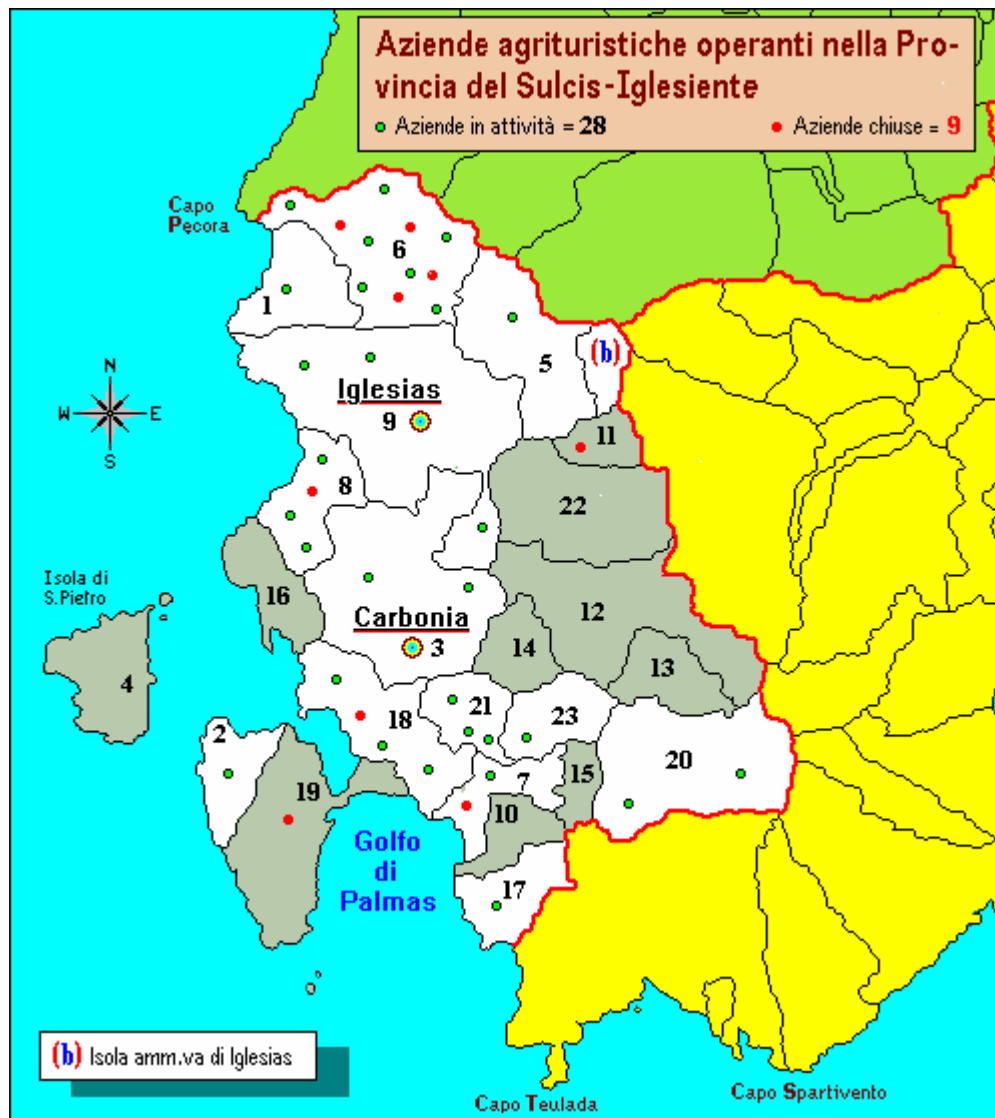


**Tabella 1. Nuova Provincia di Cagliari**

Numero identif.	Nome del Comune	in attività	chiuse	Totale
2	Assemini	4	-	4
3	Ballao	1	-	1
<b>7</b>	<b>Capoterra</b>	<b>3</b>	-	<b>3</b>
<b>8</b>	<b>Castiadas</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>27</b>
9	Decimomannu	1	1	2
10	Decimoputzu	2	-	2
<b>12</b>	<b>Domus De Maria</b>	<b>1</b>	-	<b>1</b>
13	Donori	1	-	1
18	Gergei	1	-	1
20	Goni	1	-	1
22	Guasila	1	-	1
24	Mandas	2	-	2
<b>25</b>	<b>Maracalagonis</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
<b>28</b>	<b>Muravera</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
30	Nurallao	2	1	3
32	Nurri	3	-	3
33	Orroli	1	-	1
<b>36</b>	<b>Pula</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>12</b>
37	Quartu Sant' Elena	1	-	1
38	Quartucciu	2	-	2
39	S.Andrea Frius	1	-	1
41	S.Nicolò Gerrei	2	-	2
43	S.Vito	-	3	3
44	Sadali	1	-	1
<b>46</b>	<b>Sarroch</b>	<b>1</b>	-	<b>1</b>
48	Selegas	1	-	1
49	Senorbì	1	-	1
50	Serdiana	1	1	2
51	Serri	1	-	1
52	Sestu	-	1	1
54	Seulo	4	1	5
55	Siliqua	3	2	5
56	Silius	1	-	1
57	Sinnai	1	1	2
59	Soleminis	3	-	3
60	Suelli	1	-	1
<b>61</b>	<b>Teulada</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
53	Uta	2	2	4
64	Vallermosa	1	-	1
65	Villa S.Pietro	1	1	2
66	Villanovatulo	2	-	2
<b>67</b>	<b>Villaputzu</b>	<b>3</b>	-	<b>3</b>
<b>69</b>	<b>Villasimius</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Totale</b>		<b>95</b>	<b>35</b>	<b>130</b>

**I comuni costieri sono contraddistinti in grassetto.**

Nella nuova provincia di Carbonia - Iglesias si contano un totale di 28 aziende ed a Fluminimaggiore si ha la maggiore diffusione con 7 aziende. Seguono i comuni di San Giovanni Suergiu, Tratalias e Gonnese con 3 aziende ciascuno. Circa la metà dei comuni di questa nuova provincia possiede una sola azienda agrituristica.



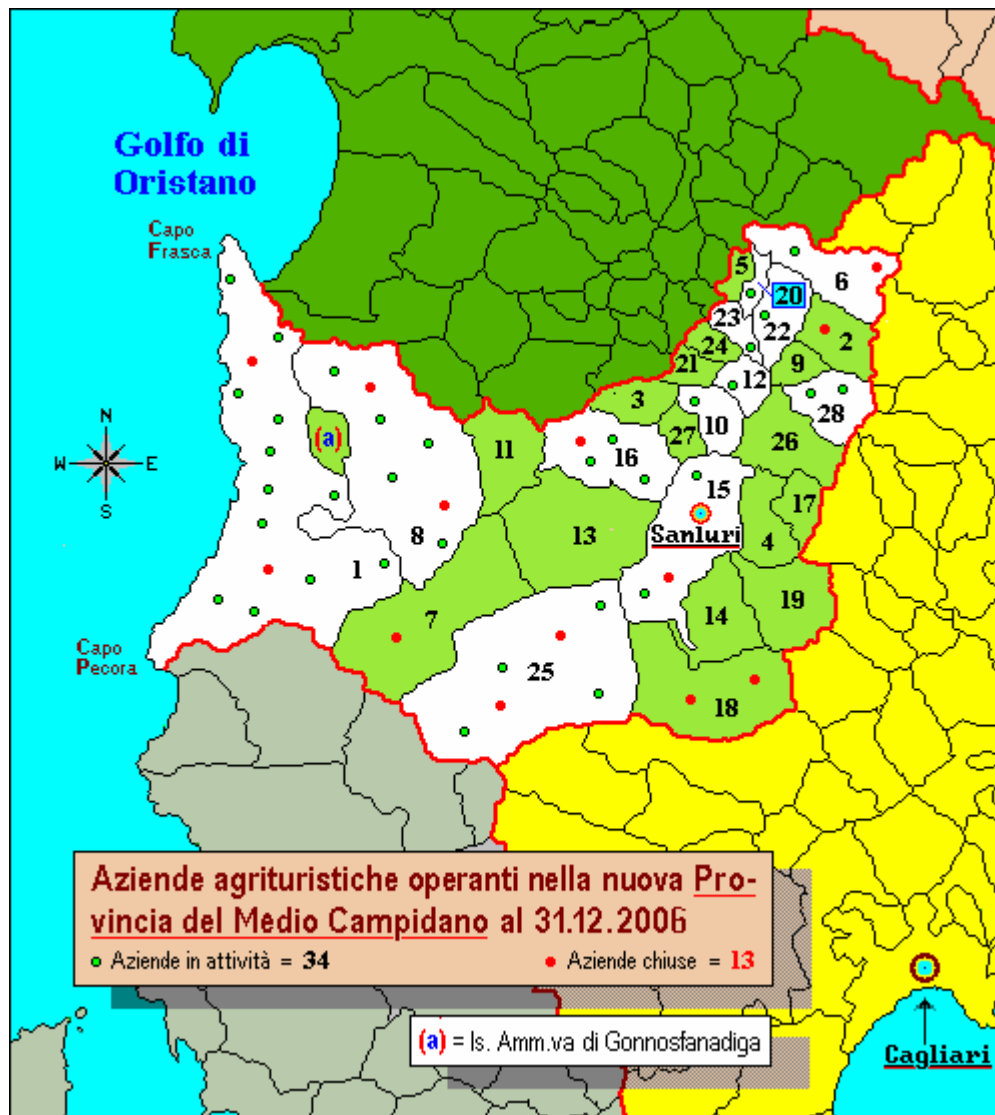
**Tabella 2. Nuova Provincia di Carbonia - Iglesias**

Numero identif.	Nome del Comune	in attività	chiuse	Totale
1	Buggerru	1	-	1
2	Calasetta	1	-	1
3	Carbonia	2	-	2
5	Domusnovas	1	-	1
6	Fluminimaggiore	7	4	11
7	Giba	1	1	2
8	Gonnese	3	1	4
9	Iglesias	2	-	2
11	Musei	-	1	1

17	S.Anna Arresi	1	-	1
18	S.Giovanni Suergiu	3	1	4
19	Sant' Antioco	-	1	1
20	Santadi	2	-	2
21	Tratalias	3	-	3
23	Villaperuccio	1	-	1
<b>Totale</b>		<b>28</b>	<b>9</b>	<b>37</b>

### I comuni costieri sono contraddistinti in grassetto.

Nella provincia del Medio Campidano su 28 comuni presenti sono 12 quelli in cui figurano aziende agrituristiche. Su 34 aziende attive ben 12 sono raggruppate nel comune di Arbus (unico comune costiero della provincia). Seguono i comuni dell'entroterra di Guspini, Villacidro e Sardara. La metà dei comuni facenti capo al Medio Campidano ha una sola azienda agrituristica.

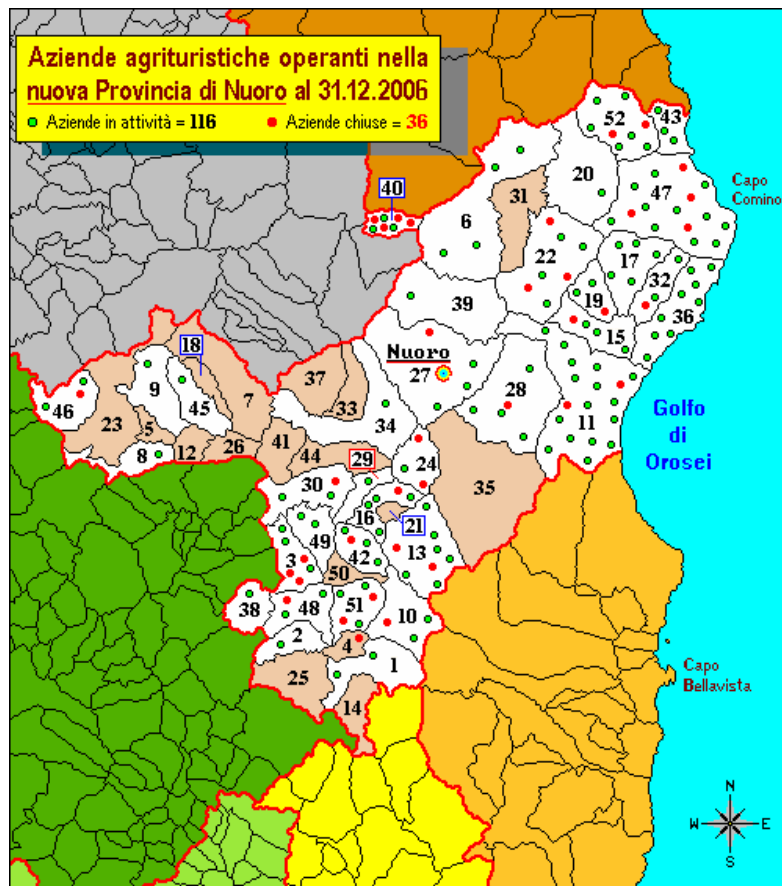


**Tabella 3. Nuova Provincia del Medio Campidano**

Numero identif.	Nome del Comune	in attività	chiuse	Totale
1	Arbus	12	2	14
2	Barumini	-	1	1
6	Gesturi	1	1	2
7	Gonnosfanadiga	-	1	1
8	Guspini	5	2	7
10	Lunamatrona	1	-	1
12	Pauli Arbarei	1	-	1
15	Sanluri	2	1	3
16	Sardara	3	1	4
18	Serramanna	-	2	2
20	Setzu	1	-	1
22	Tuili	1	-	1
23	Turri	1	-	1
25	Villacidro	4	2	6
28	Villanovafranca	2	-	2
<b>Totale</b>		<b>34</b>	<b>13</b>	<b>47</b>

**I comuni costieri sono contraddistinti in grassetto.**

Nella "nuova" provincia di Nuoro sono presenti 116 aziende. Dorgali ha il numero maggiore di agriturismo, 16 unità; seguono i comuni costieri di Siniscola e Orosei rispettivamente con 11 e 9. Di rilievo il dato per i paesi più interni come Fonni e Torpé con 6, Irgoli con 5 e Gavoi, Bitti e Oliena con 4 aziende, rispettivamente. La maggior parte dei comuni montani possiede da 1 a 3 aziende.

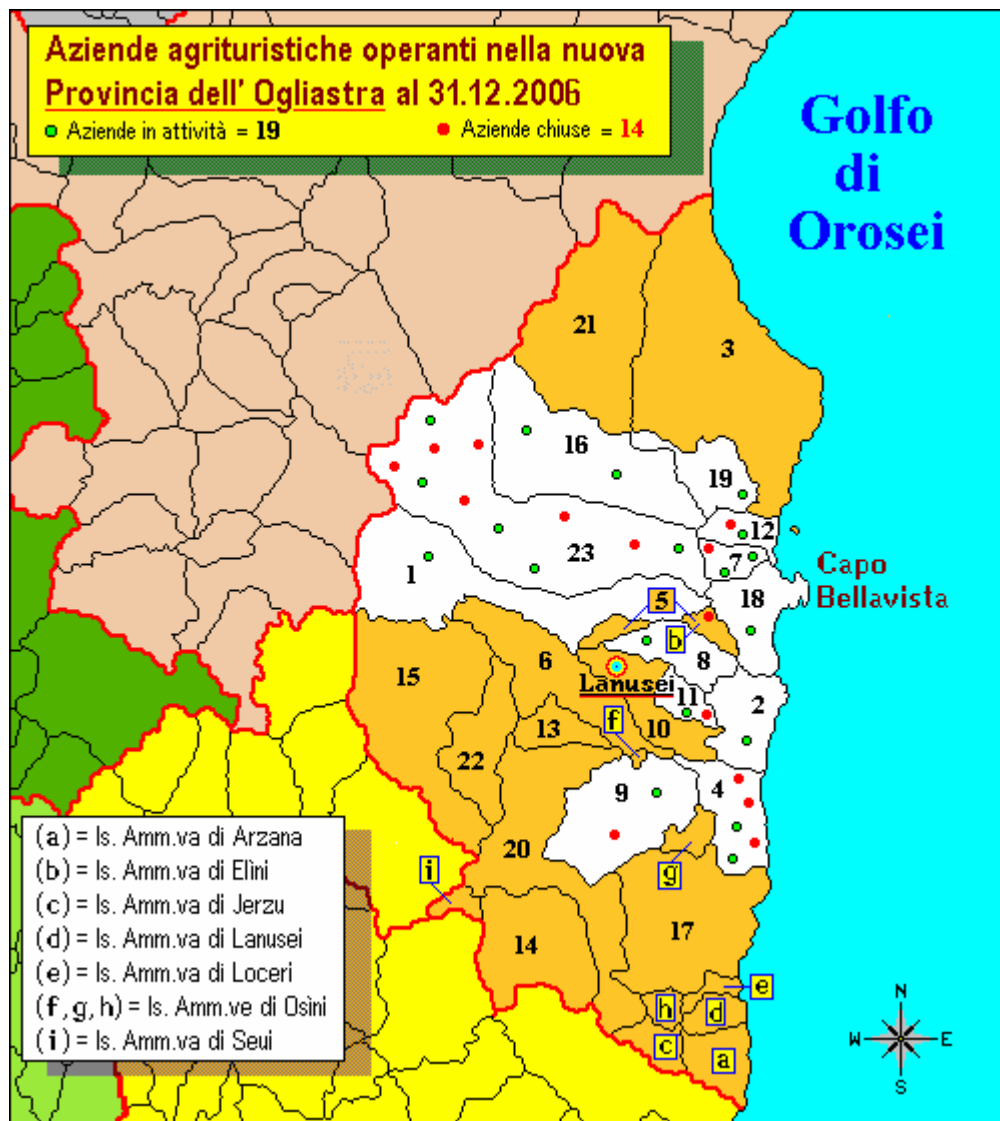


**Tabella 4. Nuova Provincia di Nuoro**

Numero identif.	Nome del Comune	in attività	chiuse	Totale
1	Aritzo	2	-	2
2	Atzara	1	-	1
3	Austis	3	3	6
4	Belvì	-	1	1
6	Bitti	4	-	4
8	Borore	1	-	1
9	Bortigali	1	-	1
10	Desulo	2	1	3
<b>11</b>	<b>Dorgali</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>
13	Fonni	6	2	8
15	Galtelli	3	1	4
16	Gavoi	4	1	5
17	Irgoli	5	-	5
19	Loculi	2	1	3
20	Lodé	1	-	1
22	Lula	4	3	7
24	Mamoiada	1	2	3
27	Nuoro	3	1	4
28	Oliena	4	1	5
29	Ollolai	1	-	1
30	Olzai	2	1	3
32	Onifai	2	1	3
34	Orani	1	-	1
<b>36</b>	<b>Orosei</b>	<b>9</b>	<b>-</b>	<b>9</b>
38	Ortueri	1	-	1
39	Orune	1	-	1
40	Osidda	3	4	7
42	Ovodda	3	1	4
<b>43</b>	<b>Posada</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>3</b>
45	Silanus	1	-	1
46	Sindia	2	1	3
<b>47</b>	<b>Siniscola</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>15</b>
48	Sorgono	2	1	3
49	Teti	2	-	2
51	Tonara	3	2	5
52	Torpé	6	2	8
<b>Totale</b>		<b>116</b>	<b>36</b>	<b>152</b>

**I comuni costieri sono contraddistinti in grassetto.**

Nella nuova Provincia dell'Ogliastra sono presenti 19 aziende di cui ben 5 si trovano nel comune di Villagrande Strisaili. Curioso notare come in quest'ultimo comune, a fronte di 5 aziende attive, siano ben 6 quelle che hanno cessato l'attività. Le aziende agrituristiche sono, invece, relativamente poco diffuse nel restante territorio infatti, se si eccettuano Cardedu, Girasole e Talana che hanno 2 aziende ciascuna, in tutti gli altri centri è presente una sola azienda. Interessante il dato relativo alle aziende cessate rispetto a quelle in attività: 14 su 19.



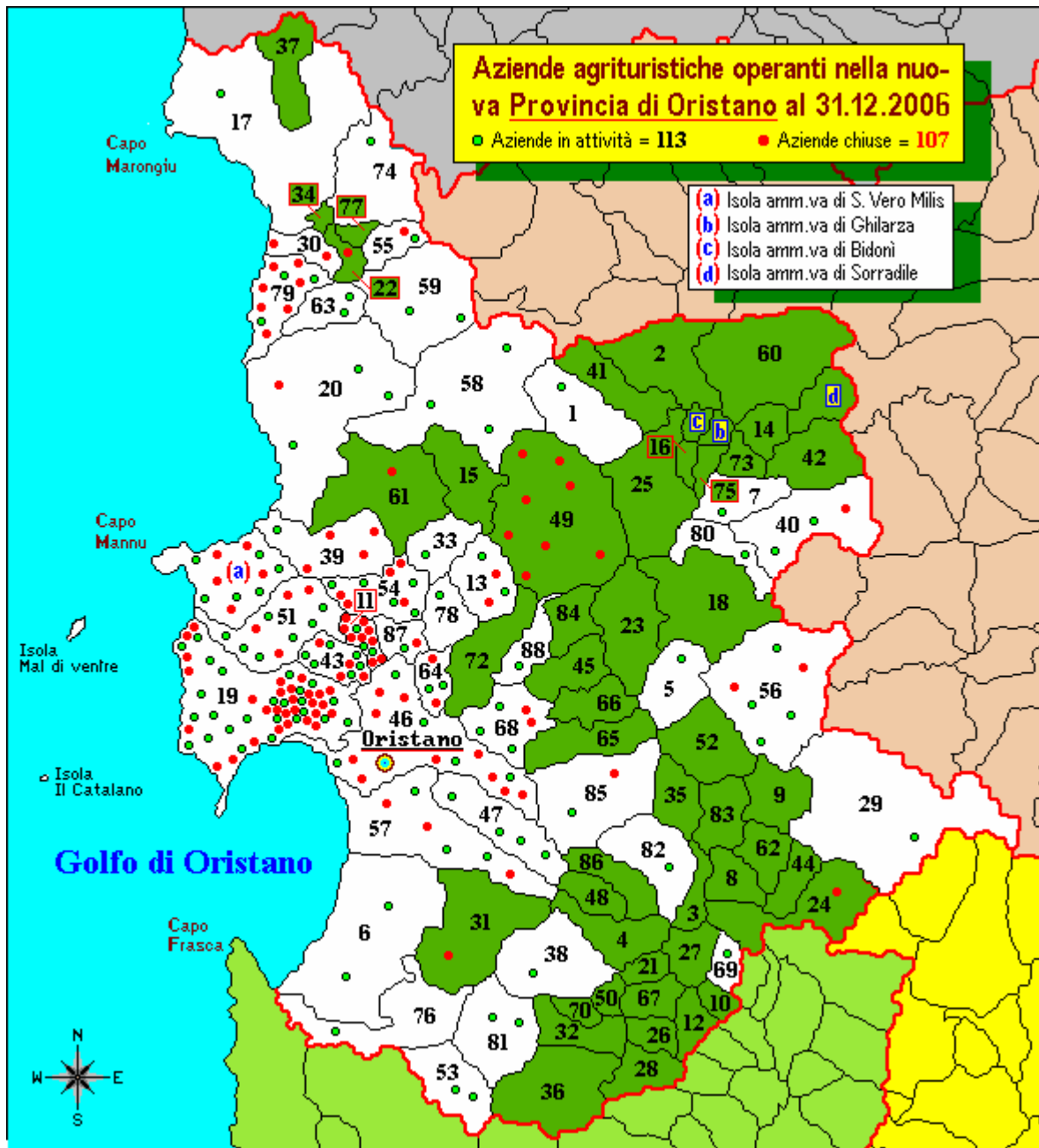
**Tabella 5. Nuova Provincia di Ogliastra**

Numero identif.	Nome del Comune	in attività	chiuse	Totale
1	Arzana	1	-	1
2	<b>Barisardo</b>	1	-	1
4	<b>Cardedu</b>	2	3	5
5	Elini	-	1	1
7	Girasole	2	1	3
8	Ilbono	1	-	1
9	Jerzu	1	1	2
11	Loceri	1	1	2
12	<b>Lotzorai</b>	1	1	2
16	Talana	2	-	2
18	<b>Tortolì</b>	1	-	1
19	Triei	1	-	1
23	Villagrande Strisaili	5	6	11
<b>Totale</b>		<b>19</b>	<b>14</b>	<b>33</b>



## I comuni costieri sono contraddistinti in grassetto.

Nella “nuova” provincia di Oristano sono attualmente presenti 113 aziende agrituristiche, Cabras ha il numero maggiore di aziende per un totale di 25, seguono San Vero Milis con 11, Riola Sardo con 7, Nurachi con 6 e Oristano con 5. Circa la metà dei comuni della nuova provincia di Oristano possiede una sola azienda agrituristiche (19 su 39). Anche qui desta interesse il numero delle aziende che hanno cessato l’attività, ben 107 a fronte delle 113 attive pari al 94,7%.

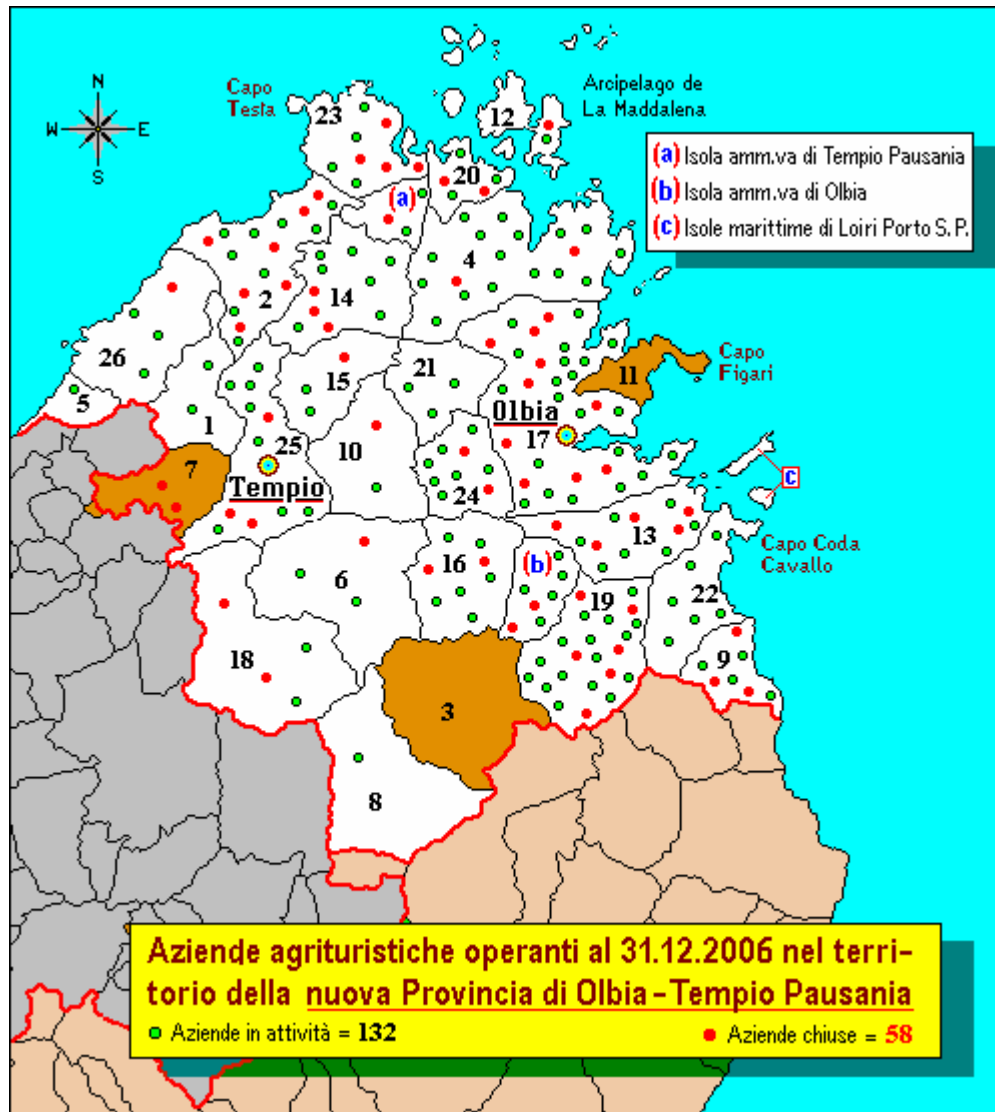


**Tabella 6. Nuova Provincia di Oristano**

Numero identif.	Nome del Comune	in attività	chiuse	Totale
1	Abbasanta	1	-	1
5	Allai	1	-	1
<b>6</b>	<b>Arborea</b>	<b>2</b>	-	<b>2</b>
7	Ardauli	1	-	1
11	Baratili S.Pietro	3	9	12
13	Bauladu	2	2	4
<b>17</b>	<b>Bosa</b>	<b>1</b>	-	<b>1</b>
<b>19</b>	<b>Cabras</b>	<b>25</b>	<b>29</b>	<b>54</b>
<b>20</b>	<b>Cuglieri</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
22	Flussio	-	1	1
24	Genoni	-	1	1
29	Laconi	1	-	1
<b>30</b>	<b>Magomadas</b>	-	<b>2</b>	<b>2</b>
31	Marrubiu	-	1	1
33	Milis	1	-	1
38	Morgongiori	1	-	1
<b>39</b>	<b>Narbolia</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
40	Neoneli	2	1	3
43	Nurachi	6	4	10
<b>46</b>	<b>Oristano</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>15</b>
47	Palmas Arborea	4	-	4
49	Paulilatino	-	8	8
<b>51</b>	<b>Riola Sardo</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>11</b>
53	S.Nicolò Arcidano	1	-	1
<b>54</b>	<b>San Vero Milis</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>21</b>
55	Sagama	1	1	2
56	Samugheo	4	2	6
<b>57</b>	<b>Santa Giusta</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
58	Santu Lussurgiu	3	-	3
59	Scano Montiferru	2	-	2
61	Seneghe	-	1	1
53	Sennariolo	2	-	2
64	Siamaggiore	2	2	4
68	Simaxis	3	2	5
69	Sini	1	-	1
74	Suni	1	-	1
76	Terralba	1	-	1
78	Tramatza	1	-	1
<b>79</b>	<b>Tresnuraghes</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>10</b>
80	Ula Tirso	1	-	1
81	Uras	2	-	2
82	Usellus	1	-	1
85	Villaurbana	1	1	2
87	Zeddiani	1	1	2
88	Zerfaliu	1	-	1
<b>Totale</b>		<b>113</b>	<b>107</b>	<b>220</b>

**I comuni costieri sono contraddistinti in grassetto.**

Nella provincia di Olbia - Tempio vi sono 132 aziende. Nel solo comune di Olbia sono presenti 21 operatori; interessante il dato relativo a Padru, situato nell'entroterra, che vede un numero di agriturismo pari a 16 . Al contrario, l'attività agrituristica è poco sviluppata nel comune costiero di Badesi e nell'isola di La Maddalena che, coi comuni interni di Calangianus e Buddusò, hanno una sola azienda presente sul proprio territorio.



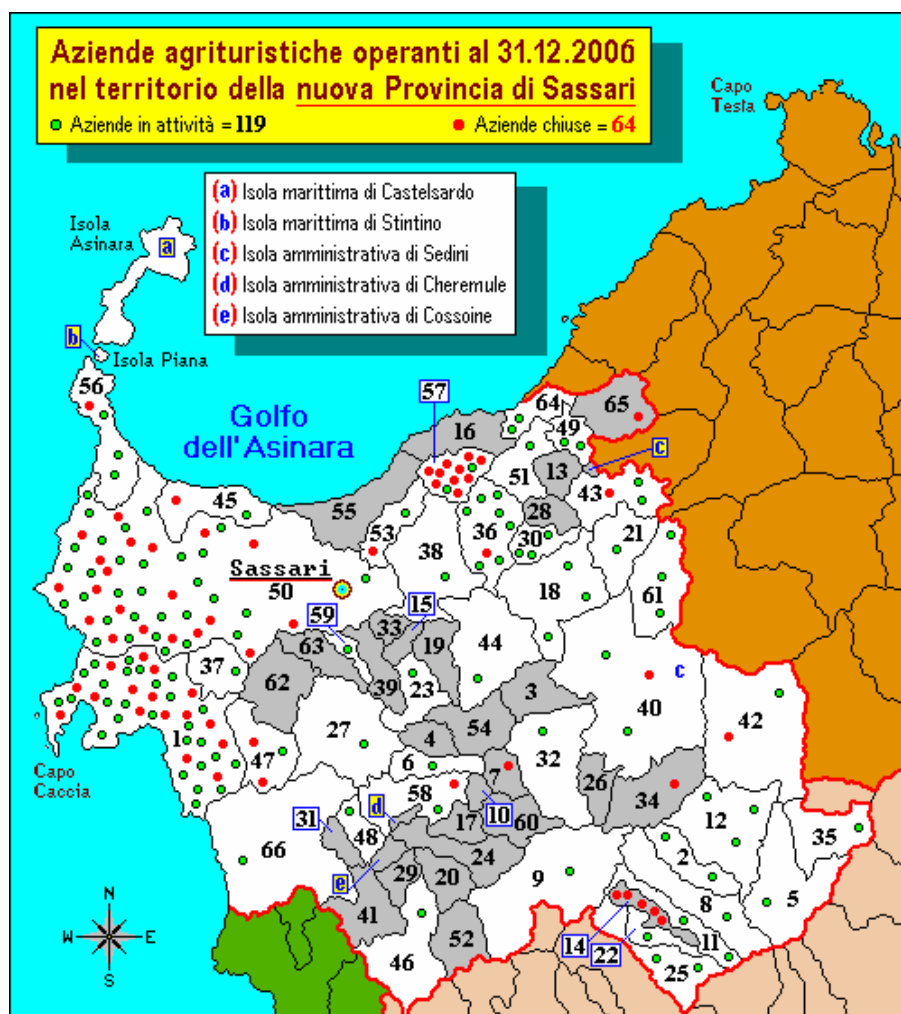
**Tabella 7. Nuova Provincia di Olbia – Tempio Pausania**

Numero identif.	Nome del Comune	in attività	chiuse	Totale
1	Aggius	2	-	2
2	<b>Aglientu</b>	9	7	16
4	<b>Arzachena</b>	16	2	18
5	<b>Badesi</b>	1	-	1
6	Berchidda	2	1	3
7	Bortigiadas	-	2	2
8	Buddusò	1	-	1
9	<b>Budoni</b>	4	3	7
10	Calangianus	1	1	2

12	La Maddalena	1	1	2
13	Loiri Porto S. Paolo	7	5	12
14	Luogosanto	7	3	10
15	Luras	2	1	3
16	Monti	6	2	8
17	<b>Olbia</b>	<b>21</b>	<b>10</b>	<b>31</b>
18	Oschiri	2	2	4
19	Padru	16	6	22
20	<b>Palau</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>
21	S. Antonio di Gallura	3	-	3
22	<b>S. Teodoro</b>	<b>6</b>	-	<b>6</b>
23	<b>S. Teresa di Gallura</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
24	Telti	7	2	9
25	Tempio Pausania	8	3	11
26	Trinità D'Ag/Vignola	3	1	4
<b>Totale</b>		<b>132</b>	<b>58</b>	<b>190</b>

**I comuni costieri sono contraddistinti in grassetto.**

Nel territorio della nuova provincia di Sassari sono presenti 119 aziende. I comuni di Sassari ed Alghero hanno il numero maggiore di aziende, rispettivamente 31 e 27 e da soli totalizzano circa la metà delle strutture presenti nella provincia. Fatta eccezione per Nulvi ove hanno sede 7 aziende, gran parte dei comuni dell'entroterra presentano una sola azienda.



**Tabella 8. Nuova Provincia di Sassari**

Numero identif.	Nome del Comune	in attività	chiuse	Totale
<b>1</b>	<b>Alghero</b>	<b>27</b>	<b>16</b>	<b>43</b>
2	Anela	2	-	2
5	Benetutti	1	-	1
6	Bessude	1	-	1
7	Bonnanaro	-	1	1
8	Bono	1	-	1
9	Bonorva	1	-	1
11	Bottidda	2	-	2
12	Bultei	3	-	3
14	Burgos	-	5	5
18	Chiaramonti	3	-	3
21	Erula	1	-	1
22	Esporlatu	1	-	1
23	Florinas	1	-	1
25	Illorai	2	-	2
27	Ittiri	1	-	1
30	Martis	3	-	3
32	Mores	1	-	1
34	Nughedu S.Nicolò	-	1	1
35	Nule	1	-	1
36	Nulvi	7	1	8
37	Olmedo	1	-	1
38	Osilo	1	-	1
40	Ozieri	2	1	3
42	Pattada	1	1	2
43	Perfugas	2	1	3
44	Ploaghe	1	-	1
<b>45</b>	<b>Portotorres</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
46	Pozzomaggiore	1	-	1
47	Putifigari	1	2	3
48	Romana	1	-	1
49	S.Maria Coghinas	2	-	2
<b>50</b>	<b>Sassari</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>51</b>
51	Sedini	1	-	1
53	Sennori	1	1	2
<b>56</b>	<b>Stintino</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
57	Tergu	2	10	12
58	Thiesi	1	1	2
59	Tissi	1	-	1
61	Tula	3	-	3
<b>64</b>	<b>Valledoria</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
65	Viddalba	-	1	1
<b>66</b>	<b>Villanova Monteleone</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
<b>Totale</b>		<b>119</b>	<b>64</b>	<b>183</b>

I comuni costieri sono contraddistinti in grassetto.

L'analisi dei dati suesposti rivela che la "vecchia" provincia di Sassari continua a mantenere la predominanza turistica nell'agriturismo, essendo anch'esso particolarmente diffuso nelle zone costiere (Gallura, Sassarese e la zona di Alghero). L'avvento delle nuove province ha determinato una nuova distribuzione amministrativa dell'attività agrituristica in Sardegna; al primo posto troviamo l'area della nuova provincia di Olbia - Tempio con 132 aziende pari ad una quota del 20,12% dell'offerta complessiva regionale. Sale al secondo posto la nuova provincia di Sassari che, con 119 aziende, si attesta al 18,14%. Scende al terzo posto la nuova provincia di Nuoro che con 116 aziende vanta una quota pari al 17,69% dell'offerta agrituristica isolana. Al quarto posto troviamo la nuova provincia di Oristano che con 113 aziende detiene il 17,22% dell'offerta regionale. La nuova provincia di Cagliari, si attesta al quinto posto, con un totale di 95 operatori, corrispondenti al 14,48% dell'offerta. Seguono le nuove province del Medio Campidano e Carbonia - Iglesias rispettivamente con una quota del 5,18% e del 4,27% dell'offerta complessiva. Nella nuova Provincia dell'Ogliastra, operano soltanto 19 aziende agrituristiche pari al 2,9% dell'offerta complessiva.

Per quanto concerne le zone interne, eccezion fatta per la nuova provincia di Nuoro, l'analisi evidenzia come tali aree, ad alta vocazione agricola e pastorale, ma lontane dalle zone costiere con una più spiccata vocazione turistica, siano entrate marginalmente nel comparto ricettivo regionale.

## **6. Tipologie aziendali e servizi offerti**

I dati esposti confermano, ancora una volta, come le caratteristiche del Comune di ubicazione dell'azienda siano di estrema importanza specie se la zona sia favorita o meno dal punto di vista turistico sia di massa che di nicchia. I fattori localizzativi quali, ad esempio, la vicinanza ad attrazioni turistiche tradizionali (vedi località balneari) hanno una grande importanza, non solo perché consentono alle imprese agrituristiche di poter godere dei flussi turistici ad esse orientati ma anche perché, in base all'ubicazione, le aziende agrituristiche possono o meno godere di determinati servizi che ne favoriscono la fruibilità da parte dell'utenza.

Sostanzialmente, l'attività agrituristica si concretizza in:

- 1) – offerta di alloggio;**
- 2) – allestimento di aree per campeggio;**
- 3) – somministrazione di pasti e bevande;**
- 4) – organizzazione di attività culturali e ricreative;**
- 5) – vendita diretta dei prodotti.**

Alcuni vincoli normativi fanno sì che ogni azienda agricola sia adatta o meno a realizzare soltanto alcune di queste attività, resta però fermo l'obbligo di prevalenza dell'attività agricola sull'attività agrituristica, per cui in presenza di una azienda di dimensioni molto limitate e con scarsa attività agricola l'agriturismo non sarà possibile.

Nella Tabella 9 di seguito allegata è riportato il numero di agriturismo rientranti in ciascuna delle 16 tipologie adottate nell'Elenco regionale degli operatori agrituristiche della Sardegna alla data del 31 dicembre 2006.

L'analisi dei dati evidenzia che il 57% delle aziende in Sardegna rientra nella tipologia "sia alloggio e sia ristorazione in azienda". Segue, un 22,6% di aziende che offrono "solo ristorazione in azienda". Il 9,6% rientra nella tipologia "solo alloggio in azienda" ed il 6,7% offre "sia alloggio e sia ristorazione in paese".

Solamente lo 0,8 di aziende non offre né alloggio né ristorazione ma altre attività agrituristiche.

## 7. Dimensioni della ricettività aziendale

Come precedentemente detto, è di notevole importanza anche la conoscenza dei dati riguardanti le dimensioni dell'agriturismo, non solo in termini di camere e di posti letto, ma anche di coperti, piazzole e posti per campeggiatori.

La Tabella 10 di seguito allegata evidenzia gli aspetti relativi alle componenti dimensionali considerate.

Dall'esame dei dati, risulta essere Oristano la nuova provincia che offre il maggior numero di posti letto in agriturismo, con una quota pari al 21,8% del totale regionale. Seguono le province di Nuoro e Sassari con il 18,2% e quindi la provincia di Olbia-Tempio con il 17,7 della ricettività complessiva. La quota più bassa in termini di posti letto spetta alla provincia dell'Ogliastra, con solo il 1,9% sul totale regionale.

L'analisi dei dati della Tabella 10 consente, inoltre, di osservare meglio le diverse tipologie territoriali. Le province di Nuoro e di Sassari detengono un numero maggiore di camere quaduple entrambe con il 23,2% del complessivo; Nuoro e Oristano rispettivamente con il 25,6% e 21,4% hanno il maggior numero di camere triple; Oristano e Sassari rispettivamente con il 22% e 18,4% hanno il maggior numero di camere doppie e, infine, per quanto riguarda le camere singole si piazzano ai primi posti Oristano e Cagliari rispettivamente con il 22,1% 18,6%. Fanalino di coda è quasi sempre la provincia di Ogliastra.

Parlando invece di agricampeggio, possiamo notare, rispetto all'ospitalità in camera, notevoli differenze fra le strutture ricettive delle diverse province. Va alla nuova provincia di Nuoro il primato in questo comparto, potendo ospitare il 35,4% dei potenziali campeggiatori a livello regionale; in questa provincia, inoltre, si trova il 34,8% delle piazzole disponibile in Sardegna. Seguono le province di Oristano con il 20,9%, di Cagliari con il 13,6% e di Olbia – Tempio con il 12,8% dei posti disponibili, mentre nelle province di Sassari, di Ogliastra e del Medio Campidano l'agricampeggio non ha riscosso particolare successo tra gli operatori, come testimoniato da quote di ricettività decisamente inferiori sul totale regionale.

Se si esamina la situazione relativa al numero di coperti presenti in ciascuna delle otto province, risulta ancora una volta che, tenendo fede alla sua spiccata tradizione di ospitalità ed accoglienza, la provincia di Nuoro, con il 20,6% dell'offerta complessiva, si piazza al primo posto. Seconda è la provincia di Oristano che detiene il 17,6% e terza è la provincia di Olbia-Tempio con il 17,3% della ristorazione complessiva. Infine, le province di Carbonia-Iglesias e dell'Ogliastra mostrano le quote più basse nel servizio di ristorazione, con valori percentuali tra il 5,1% ed il 3,1% sul dato regionale.

In chiusura, per analizzare l'andamento del comparto agrituristico nel corso degli anni, si ritiene utile fornire alcuni grafici esplicativi riguardo l'andamento delle iscrizioni e delle cancellazioni degli operatori, del numero di operatori in attività a partire dal 1986 (anno di entrata in vigore della legge regionale n°32) sino al 31 dicembre 2006, nonché di coloro i quali offrono degustazione e vendita dei prodotti aziendali, ospitalità in camera e, infine, il servizio di ristorazione.

**Tabella n°9: Tipologia di attività agrituristica**

Descrizione tipologia di attività agrituristiche	PROVINCE																Sardegna	
	Cagliari		Carbonia Iglesias		Medio Campidano		Nuoro		Ogliastra		Oristano		Olbia Tempio		Sassari		n°	%
	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%		
Né alloggio né ristorazione ma altre attività agrituristiche	3	3,2	--	--	--	--	1	0,9	--	--	1	0,9	1	0,7	--	--	6	0,8
Solo alloggio in azienda	9	9,5	--	--	2	5,8	1	0,9	--	--	5	4,4	35	26,6	11	9,2	63	9,6
Solo ristorazione in azienda	28	29,5	3	10,7	6	17,6	25	21,4	10	52,6	8	7	40	30,4	26	21,8	146	22,6
Sia alloggio e sia ristorazione in azienda	53	55,8	23	82,1	24	70,6	73	62,7	8	42,1	65	57,5	51	38,6	77	64,7	374	57
Solo alloggio in paese	--	--	--	--	1	3	2	1,8	--	--	1	0,9	--	--	1	0,7	5	0,7
Solo ristorazione in paese	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	1	0,9	--	--	--	--	1	0,2
Sia alloggio e sia ristorazione in paese	1	1	2	7,2	1	3	7	6	1	5,3	28	24,8	2	1,5	2	1,6	44	6,7
Solo alloggio (sia in azienda che in paese)	--	--	--	--	--	--	2	1,8	--	--	--	--	--	--	1	0,7	3	0,4
Solo ristorazione (sia in azienda che in paese)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Sia allog. e sia ristoraz. (sia in azienda che in paese)	--	--	--	--	--	--	2	1,8	--	--	1	0,9	1	0,7	--	--	4	0,6
Alloggio solo in azienda e ristorazione solo in paese	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Alloggio solo in paese e ristorazione solo in azienda	--	--	--	--	--	--	1	0,9	--	--	1	0,9	--	--	1	0,7	3	0,4
Allog. solo in azienda e ristor. (sia in azienda che in paese)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Allog. solo in paese e ristor. (sia in azienda che in paese)	1	1	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	1	0,2
Allog. (sia in azie. che in pae.) e ristorazione solo in azienda	--	--	--	--	--	--	2	1,8	--	--	2	1,8	2	1,5	--	--	6	0,8
Allog. (sia in azie. che in pae.) e ristorazione solo in paese	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
<b>Totale aziende</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>28</b>	<b>100</b>	<b>34</b>	<b>100</b>	<b>116</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>113</b>	<b>100</b>	<b>132</b>	<b>100</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>656</b>	<b>100</b>



**Tabella 10: Tipologia d'alloggio**

Tipologia d'alloggio	PROVINCE																Sardegna
	Cagliari		Carbonia iglesias		Medio Campidano		Nuoro		Ogliastra		Oristano		Olbia Tempio		Sassari		
	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°
Camera singola	66	18,6	9	2,6	31	8,7	45	12,7	7	1,9	78	22,1	54	15,3	64	18,1	354
n° letti camera singola	66	18,6	9	2,6	31	8,7	45	12,7	7	1,9	78	22,1	54	15,3	64	18,1	354
Camera doppia	200	10,7	108	5,8	108	5,8	318	17,1	38	2,1	410	22	338	18,1	343	18,4	1.863
n° letti camera doppia	400	10,7	216	5,8	216	5,8	636	17,1	76	2,1	820	22	676	18,1	686	18,4	3.726
Camera tripla	25	11,4	9	4,1	8	3,7	56	25,6	5	2,3	47	21,4	36	16,4	33	15,1	219
n° letti camera tripla	75	11,4	27	4,1	24	3,7	168	25,6	15	2,3	141	21,4	108	16,4	99	15,1	657
Camera quadrupla	4	7	3	5,4	3	5,4	13	23,2	--	--	10	17,9	10	17,9	13	23,2	56
n° letti cam. quadrupla	16	7	12	5,4	12	5,4	52	23,2	--	--	40	17,9	40	17,9	52	23,2	224
<b>Totale letti</b>	<b>557</b>	<b>11,2</b>	<b>264</b>	<b>5,3</b>	<b>283</b>	<b>5,7</b>	<b>901</b>	<b>18,2</b>	<b>98</b>	<b>1,9</b>	<b>1.079</b>	<b>21,8</b>	<b>878</b>	<b>17,7</b>	<b>901</b>	<b>18,2</b>	<b>4.961</b>
Piazzole agrituristiche	53	13,6	10	2,6	--	--	136	34,8	21	5,4	82	20,9	50	12,8	39	9,9	391
n° campeggiatori	159	13,6	28	2,4	--	--	413	35,4	62	5,3	246	21,1	147	12,6	112	9,6	1.167
n° coperti	6.230	14,7	2.153	5,1	2.244	5,3	8.701	20,6	1.310	3,1	7.470	17,6	7.345	17,3	6.874	16,3	42.327

Grafico 1: Operatori in attività a fine anno

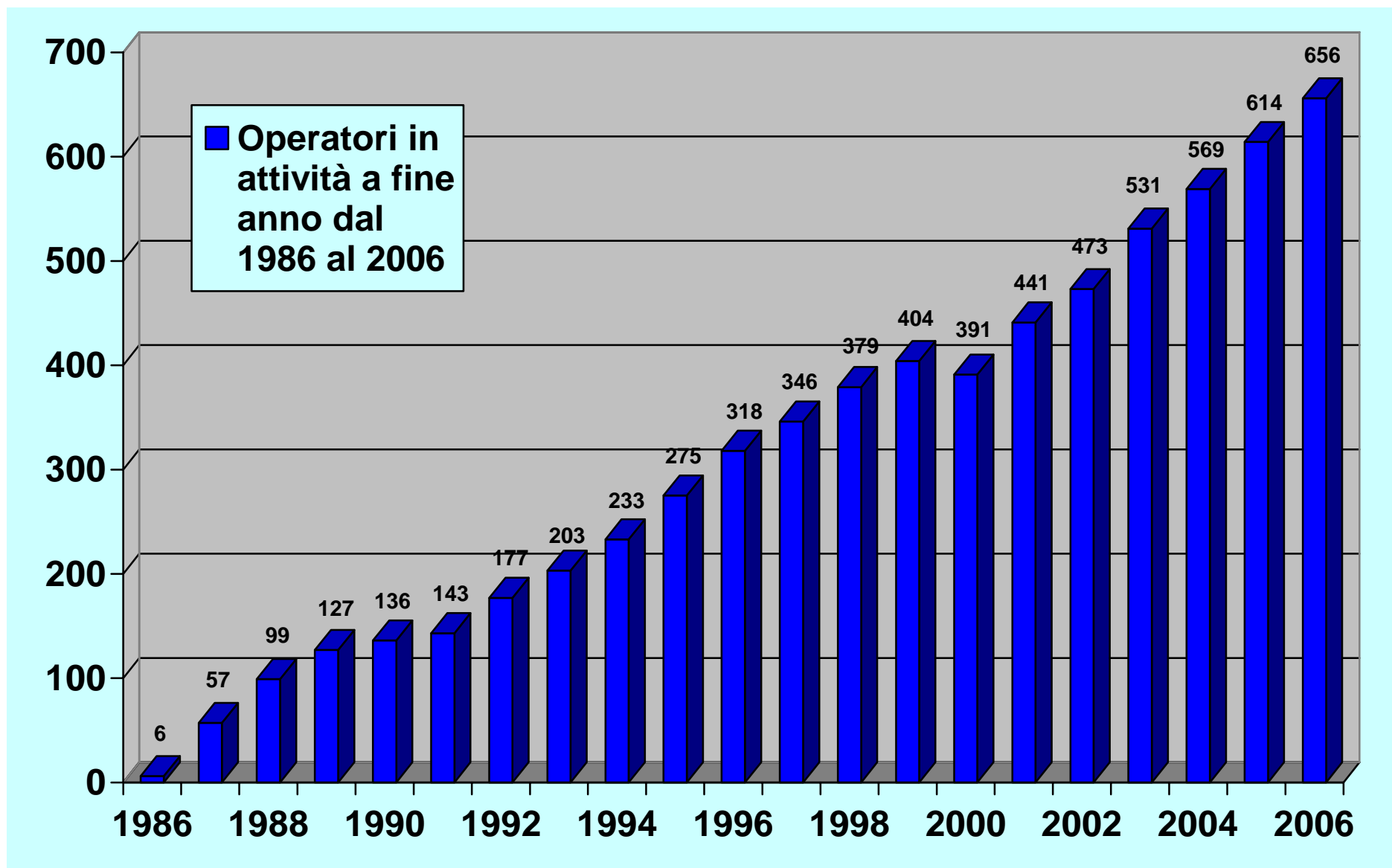


Grafico 2: Operatori cessati dall'attività a fine anno

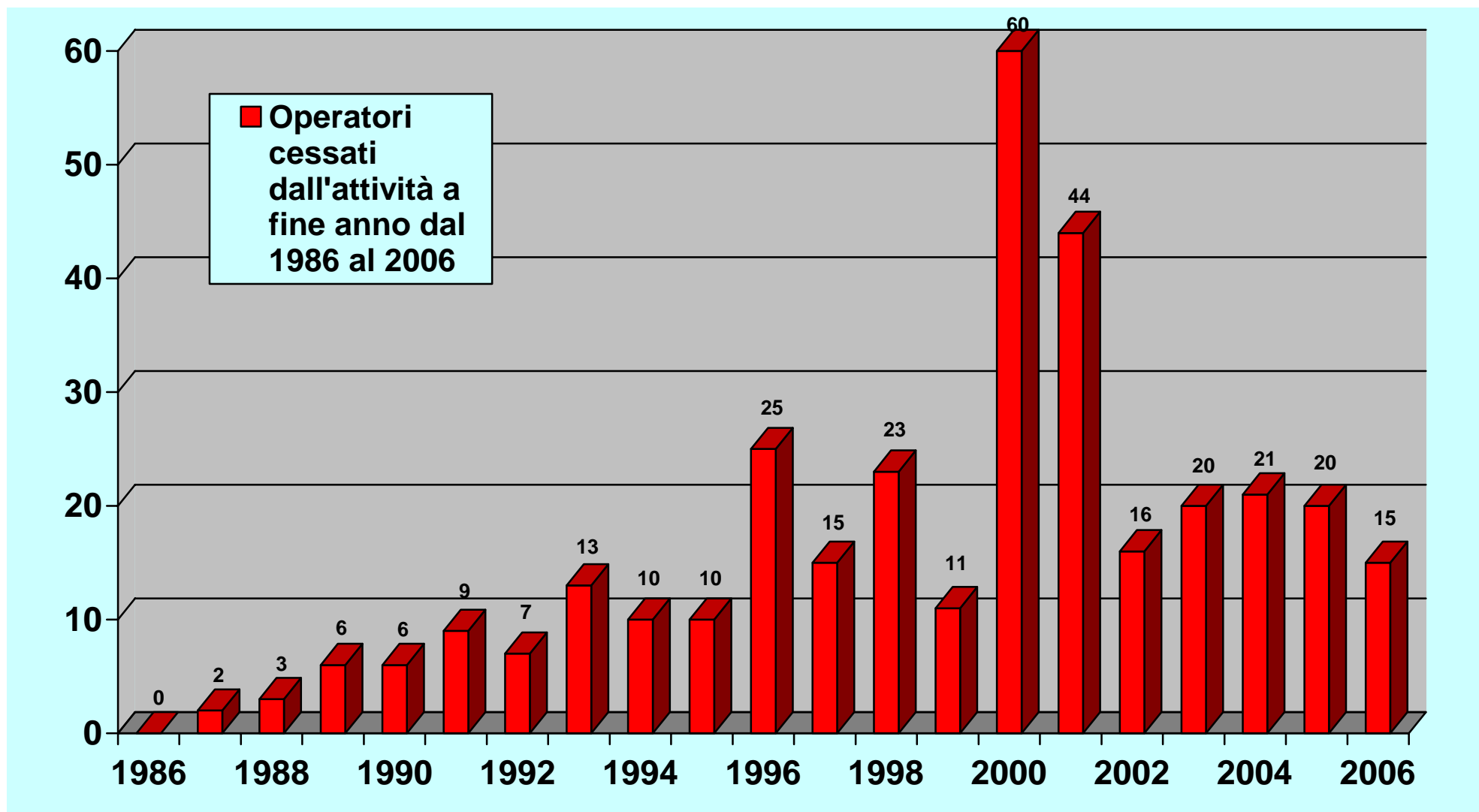


Grafico 3: Operatori che offrono degustazione e vendita dei prodotti aziendali

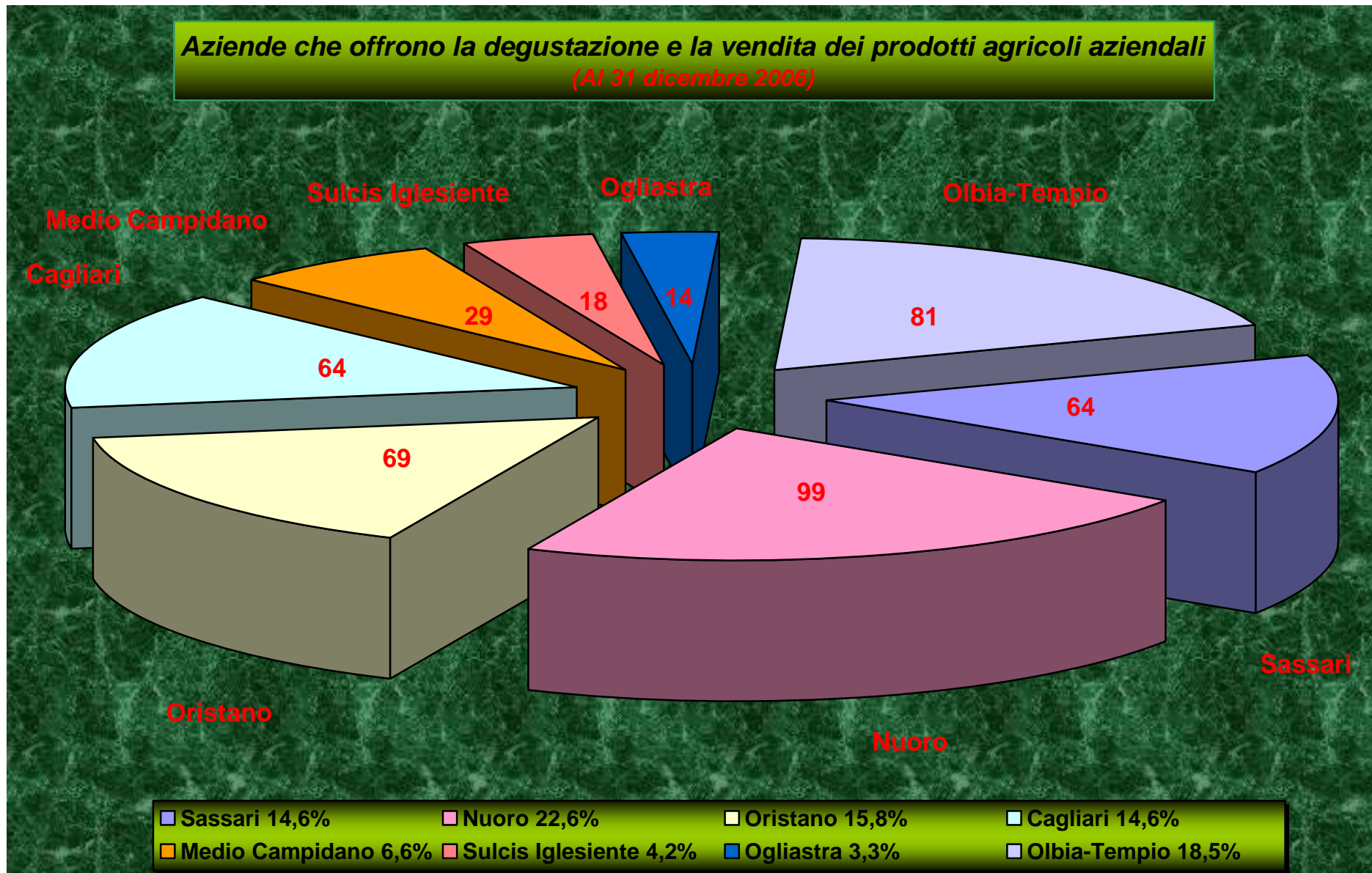


Grafico 4: Operatori che offrono ospitalità in camera

Aziende che offrono ospitalità in camera  
(al 31 dicembre 2006)

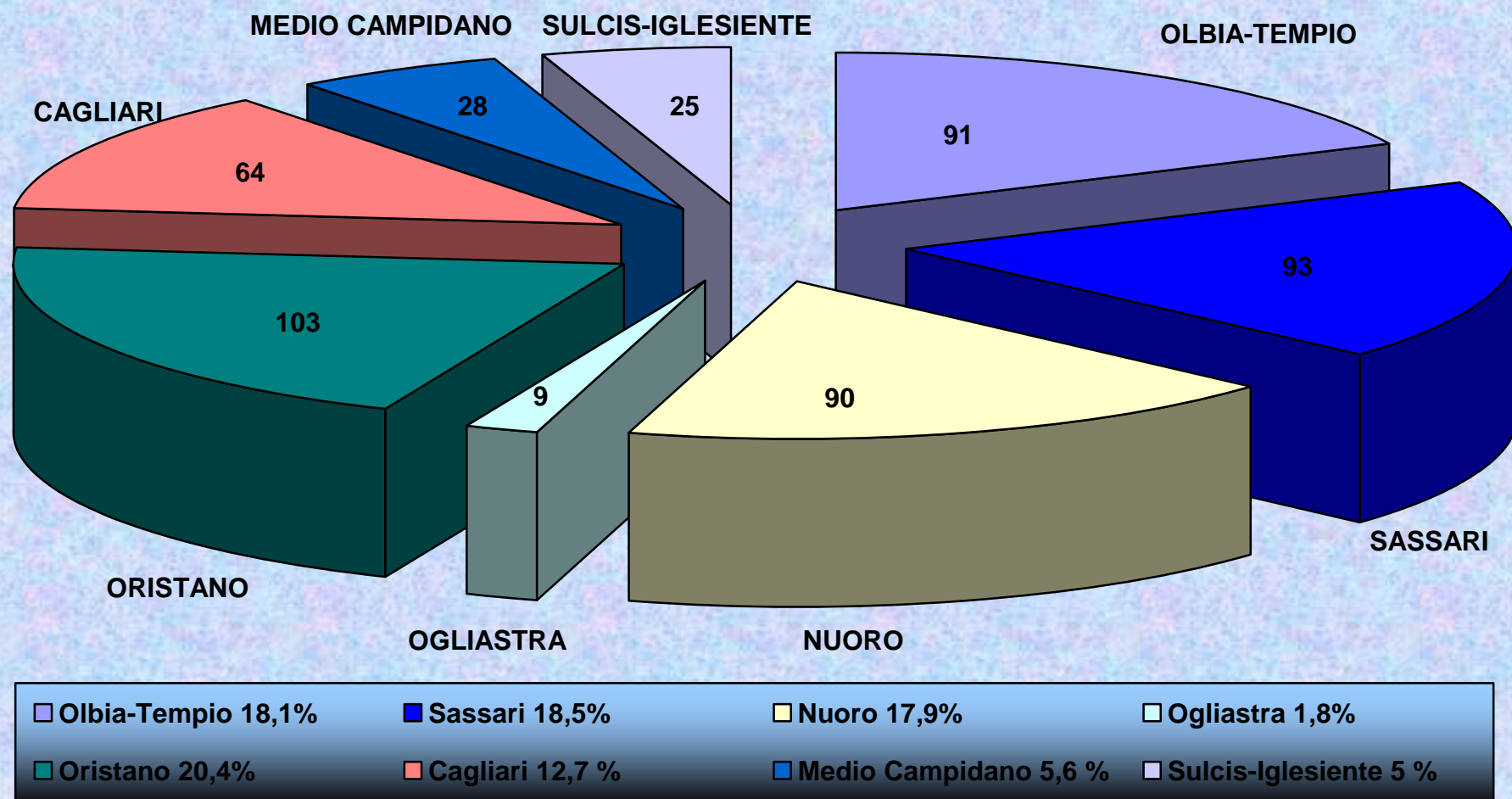


Grafico 5: Operatori che offrono il servizio di ristorazione

