



Analisi della domanda di agriturismo  
in Italia e in alcuni paesi esteri,  
in riferimento alle problematiche  
applicative del marchio del  
Sistema Agriturismo Italia e  
dei simboli di classificazione



ISMEA © Copyright 2014  
[www.ismea.it](http://www.ismea.it)

Documento prodotto con il contributo del  
Ministero delle politiche agricole alimentari e  
forestali

[www.politicheagricole.it](http://www.politicheagricole.it)

Responsabile della  
pubblicazione:

**Egidio Sardo**

Responsabile scientifico:

**Camillo Zaccarini Bonelli**

Responsabile del progetto:

**Roberto D'Auria**

Redazione:

**Franco Torelli**

Progetto grafico ed  
impaginazione:

**Davide Barillà**

Si ringrazia il gruppo di lavoro nazionale  
dell'agriturismo per il contributo offerto in  
termini di indirizzi e suggerimenti alla  
realizzazione dello studio.

Tra questi si segnalano l'ufficio dell'agriturismo  
del Mipaaf, rappresentato nel gruppo di lavoro  
da Maria Vittoria Briscolini e da Pietro Schipani,  
le Associazioni nazionali dell'agriturismo e  
Carlo Hausmann esperto Ismea del settore.

---

**Indice**

1	Obiettivi e metodologie	pag.	<b>4</b>
2	L'indagine sul mercato nazionale	pag.	<b>6</b>
3	L'indagine sul mercato danese	pag.	<b>25</b>
4	L'indagine sul mercato tedesco	pag.	<b>47</b>
5	L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni	pag.	<b>68</b>
6	Considerazioni conclusive	pag.	<b>82</b>
7	Allegati	pag.	<b>97</b>

---

## 1 Obiettivi e metodologie

---

### Obiettivi e metodologie

Dopo gli studi compiuti nelle precedenti annualità sul mercato italiano e su otto paesi esteri (Spagna, Francia, Regno Unito, Austria, Germania, Olanda, Russia e Norvegia), la ricerca qualitativa sulla domanda di servizi di agriturismo è proseguita nel corso del 2013 in continuità con quanto già realizzato, con principale riferimento alle problematiche applicative del marchio del sistema Agriturismo Italia e dei simboli di classificazione ad esso connessi.

I risultati degli studi precedenti avevano costituito una delle principali basi su cui erano state approntate le linee guida per le strategie di marketing destinate ad operatori privati e a istituzioni pubbliche. Gli stessi risultati avevano fornito una serie di indicazioni per la realizzazione e la valutazione del marchio del Sistema Agriturismo Italia.

Gli obiettivi dello studio svolto nel 2013 sono stati i seguenti.

- Sul mercato nazionale, si è voluto analizzare il rapporto tra marchio e simboli di classificazione da un lato, e alcuni segmenti di domanda dall'altro: si tratta di segmenti di mercato scoperti, in quanto non erano stati ancora analizzati, che tuttavia costituiscono importanti tasselli della domanda. Ci si riferisce in modo specifico agli utilizzi di una struttura agrituristica differenti dai soggiorni che comportano un pernottamento: visite in giornata (per esempio, per gite o escursioni), richiesta esclusivamente della componente ristorazione, acquisto di prodotti locali, visite di poche ore a livello familiare o di gruppi organizzati.
- Sul versante del mercato estero, si sono voluti indagare alcuni aspetti operativi e applicativi riguardanti il marchio del Sistema Agriturismo Italia, in un'ottica di naming coerente con la cultura e con la lingua dei differenti paesi.

Si sono assunti come obiettivi conoscitivi le strategie applicative opportune, in riferimento al nome adottato e all'eventuale presenza affiancata di un nome espresso in lingua e caratteri del contesto di destinazione. Si è valutata anche l'opportunità di affiancare al nome in lingua italiana un payoff, per potenziare le capacità comunicative.

Capire le differenze di percezione, di valori culturali e di comportamenti nei diversi paesi si può rivelare un nodo particolarmente critico nella gestione di un marchio a livello internazionale, al fine di rappresentare un'immagine ben definita e aderente al servizio proposto, favorendo la memorizzazione di un significato chiaro e privo di equivoci di comunicazione.

Atteggiamenti, percezioni, conoscenze e aspettative sono stati esaminati a livello sia di consumatore finale, sia di tour operator e di agenzie turistiche, ossia degli operatori che possono teoricamente essere considerati chiave nel ruolo di stimolo della domanda e in quello di consulenza e di assicurazione.

---

## 1 Obiettivi e metodologie

---

### Si riportano di seguito le metodologie adottate.

- Sul mercato italiano, si sono realizzati quattro focus group (nelle grandi aree nazionali), ognuno con 8-10 agrituristi o potenziali agrituristi. Nel corso dei focus si sono affrontate le tematiche in obiettivo, adottando una linea operativa semi-direttiva e una serie di tecniche proiettive (affiancate alle domande dirette) in grado di favorire una buona profondità di analisi.

Le discussioni di gruppo sono state precedute da alcuni colloqui individuali in profondità, per identificare le tecniche opportune da applicare nei focus group.

- Relativamente al mercato estero, si è effettuata una ricerca sulle problematiche del naming coinvolgendo testimoni privilegiati da interpellare a distanza (per esempio, tramite telefono, posta elettronica, Skype): responsabili Enit, Ice, Ambasciata, ecc. Questo tipo di indagine è stata condotta su 8 paesi: Regno Unito, Svezia, Usa, Canada, Brasile, Australia, Cina e Giappone.
- Contemporaneamente, si è realizzato uno studio maggiormente approfondito su due paesi emersi come importanti dalle ricerche degli scorsi anni e dai colloqui avuti in più riprese con i tour operator. In questi due paesi si sono affrontate le problematiche riportate negli obiettivi per mezzo di:

- colloqui personali con una serie di istituzioni come Uffici Enit, Ice, Ambasciata Italiana, Camera di Commercio Italiana all'estero, ecc., e con un piccolo campione di operatori intermedi (tour operator e agenzie viaggi) per mezzo di una scaletta non strutturata di domande.

- realizzazione di focus group per ogni paese, a cui hanno partecipato agrituristi o potenziali agrituristi, sulla base di un questionario destrutturato e tramite sperimentazioni di comprensibilità, memorizzazione, percezione e interpretazione, in riferimento alle problematiche di naming sopra esposte.

I due paesi presi in esame sono stati la Germania e la Danimarca. Questi paesi rispondono ai requisiti di rilevanza della potenziale o attuale domanda e si differenziano tra loro per i livelli di indagini già realizzate. In Germania (dove si sono effettuati due focus group) si è trattato infatti di approfondire le informazioni e di dettagliarle sull'obiettivo specifico del naming rispetto gli studi condotti nella precedente annualità; al contrario, la Danimarca (dove si è attuato un focus group) rappresenta un mercato scoperto, quanto ad analisi svolte da Ismea in precedenza.

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### L'indagine sul mercato nazionale

#### 2.1. Il focus group svolto a Verona

Al focus group hanno partecipato otto persone, appartenenti alle diverse fasce di età.

La prima parte della discussione è stata impostata sollecitando i partecipanti a pensare alle occasioni di utilizzo dell'agriturismo scollegate dal pernottamento. Solo al momento di introdurre la discussione sui marchi, si sono invitati i partecipanti a riferirsi al concetto di agriturismo nel suo complesso.

#### Conoscenza e frequentazione

- Due partecipanti hanno frequentato abbastanza spesso agriturismi in zona, soprattutto in occasione di pranzi o cene e solo una volta con pernottamento.
- Un partecipante c'è stato solo per pranzare, mentre per l'alloggio è andato in un b&b.
- Un partecipante ha frequentato agriturismi in Toscana.
- Un altro partecipante ha frequentato agriturismi in zona solo per cenare; una volta ha pernottato in un agriturismo nel Tirolo.
- Un partecipante ha frequentato agriturismi anche in Trentino, ma solo per la cena.
- Un partecipante li frequenta sia in zona che in Puglia, in occasione delle vacanze.
- Un partecipante ne frequenta in zona per pranzo o cena, e in altre località per pernottare, in occasione di vacanze.

#### Il profilo dell'agriturismo secondo le risposte dei partecipanti

- È un ambiente dove si coltivano e si consumano prodotti genuini.
- È un ambiente a conduzione familiare, informale, casalingo.
- È collocato in un bel luogo, bucolico, fuori città.
- Per alcune persone è un luogo economico per pranzare (rispetto al ristorante); su quest'affermazione non sono tutti d'accordo, alcuni affermano che la situazione sta cambiando: gli agriturismi si stanno allineando agli altri locali tradizionali.
- È un luogo che garantisce la materia prima utilizzata a km 0; forse ora non è sempre così, è meglio accertarsene.
- Un partecipante afferma che un agriturismo, per legge, dovrebbe offrire almeno il 40% dei suoi prodotti a km 0.

#### Aspetti positivi attribuiti all'agriturismo

- Si consumano prodotti locali.
  - Non c'è una grande scelta, ma i prodotti sono di buona qualità.
  - Sono proposti prodotti freschi.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

- È un'esperienza diversa rispetto al classico hotel.
- In questo luogo si può fare una vacanza meno artificiale, meno costruita e ci si può sentire maggiormente a proprio agio.
- In genere sono posti piccoli, quindi più accoglienti.

### Aspetti negativi attribuiti all'agriturismo

- Non si trovano prodotti e piatti molto raffinati.
- Il servizio può essere un po' scadente, più "alla buona" nel senso di semplice.
- Può avere giorni di apertura e orari più limitati e meno elastici rispetto all'albergo.
- In questi locali in genere c'è una scelta più limitata rispetto ai ristoranti classici, ci si aspetta però un insieme di ricette locali, della tradizione ("della nonna"; negli agriturismi non ci si aspetta di trovare specialità di altri luoghi).

### Aspetti essenziali in un agriturismo

- L'ambiente bucolico, il verde, l'agricoltore, la natura, gli animali.
- Per alcuni, agriturismo è sinonimo di natura, ed è implicita la presenza di animali allevati e non allevati.
- Prodotti coltivati in loco.
- Ci deve essere un'accoglienza familiare e casalinga.
- Deve essere concorrenziale come prezzi rispetto agli altri ristoranti, anche se c'è chi afferma che essendo molto probabilmente biologico, non può essere troppo economico. Per alcuni partecipanti il prezzo medio di un pranzo in agriturismo è sui 25-30 euro.

### Attività che si possono fare in un agriturismo

- È bello essere a contatto con gli animali, ad esempio i cavalli; sarebbe bello, eventualmente, fare ippoterapia anche con i bambini.
  - Sarebbe positivo assistere a piccole conferenze su ciò che fanno, allevano e preparano nell'agriturismo.
  - Piacerebbe partecipare ad attività di cucina e di accudimento di animali, oppure alla cura del territorio (per esempio, vendemmia o raccolta frutta).
  - Sarebbe gradito conoscere e provare sentieri in zona, fare escursioni.
  - Piacerebbe fare esperienze piacevoli all'interno dell'agriturismo.
  - Sarebbe positivo "adottare" un filare di vite, vendemmiare e poter avere le bottiglie ricavate dal filare.
  - Sarebbe bello se nell'agriturismo ci fossero prodotti da acquistare fatti in loco o al massimo in altre aziende agricole della zona, anche se sarebbero molto più graditi fatti nella stessa azienda agrituristica.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

- Può essere l'occasione per visitare la fattoria didattica, se la struttura lo permette, e per acquistare prodotti realizzati in loco.

### **Caratteristiche attese per la zona in cui è situato un agriturismo**

- Deve essere verde, possibilmente in collina.
- Deve essere un bel posto, per esempio sul Mincio, anche in pianura ma deve essere un luogo in cui si è a contatto con la natura, in cui è possibile staccare la spina.
- Ad alcuni piace staccare la spina del tutto, per altri non è possibile staccarla totalmente.
- Potersi connettere ad internet per alcuni è necessario, per altri è un valore aggiunto.

### **Ipotesi sull'esistenza di un marchio per gli agriturismi**

- Nessuno è in grado di rispondere con certezza.
- Si auspica che esista perché darebbe certificazioni e garanzie.
- Sarebbe positivo perché darebbe l'idea di luoghi controllati, affidabili, garantiti e rassicuranti.
- L'unica perplessità che desta l'idea di un marchio è che standardizzerebbe un po' troppo, anche se allo stesso tempo garantirebbe un prodotto idoneo.

### **Concetti e sensazioni evocati dal marchio**

#### **Il conduttore mostra il marchio (senza la scritta "agriturismo italia") e domanda ai partecipanti quali sensazioni e quali concetti vengono evocati.**

- Ricorda un simbolo politico.
- Ricorda le spighe di grano.
- È un girasole.
- Ricorda una stalla, una tipica dimora agricola.
- Sembra di averlo già visto.
- Fa pensare alla natura (petali, sole, albero).
- Per essere un marchio pubblico dovrebbe essere più serio, più formale, più riconoscibile a colpo d'occhio.
- Per alcuni potrebbe essere un marchio pubblico, per altri privato.
- C'è bisogno di una scritta o di una sigla da abbinare al marchio, altrimenti si può fare confusione nell'interpretazione.

#### **Il conduttore mostra la scritta "agriturismo italia" da abbinare al marchio e di nuovo domanda ai partecipanti le loro evocazioni.**

- La scritta dovrebbe essere più piccola rispetto al marchio.
  - La lettera "i" di Italia dovrebbe essere maiuscola.
  - Ricorda la sigla di un'organizzazione, di un'associazione.
-

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

- È a metà fra un marchio pubblico e un marchio privato.
- È un bene che si riesca a discriminare tutti gli agriturismi che hanno certi requisiti e certe caratteristiche; però poi sarebbe opportuno aggiungere le stelle per potere distinguere gli uni dagli altri.
- Sarebbe meglio scrivere “italiano” invece di Italia. Con Italia sembra che siano associati, che abbiano caratteristiche comuni.

**Il conduttore mostra alcuni payoff da abbinare al marchio: “Vivi la terra delle emozioni”; “Emozioni autentiche nella natura”; “Un’esperienza senza tempo”.**

- Sembra un’iniziativa privata, commerciale.

**Il conduttore mostra altri payoff: “Un viaggio tra natura e tradizioni italiane”; “Storia e tradizione nelle campagne italiane”; “Storia, natura e tradizioni italiane”.**

- Ricordano un’iniziativa pubblicitaria, su un giornale ci potrebbero stare.
- Non sono istituzionali.

### Scelte e propensioni relative al sistema di classificazione

**Il conduttore mostra i girasoli e invita a esporre le evocazioni che emergono.**

- Con 5 girasoli probabilmente si tratta di un luogo molto costoso.
- Sembra un “gratta e vinci”.
- Probabilmente si cerca di dividere in categorie gli agriturismi: ad alcuni dà un po’ fastidio, ad altri piace perché può aiutare a fare delle scelte.
- Dipende però dal significato delle “stelle/girasoli”: se sono garanzia di qualità, sono opportuni; se sono attribuibili al lusso, lo sono un po’ meno.
- Qualche partecipante sarebbe perplesso, perché l’agriturismo non deve avere questa graduatoria, si rischia di cancellare la poesia del luogo.
- I girasoli potrebbero indicare i servizi e le opportunità che l’agriturismo offre (es. salumi, formaggi, ecc.); non dovrebbero corrispondere a una graduatoria, ma a una descrizione di ciò che l’agriturismo offre.
- È difficile che le stelle soddisfino l’attesa personale perché ognuno dà importanza ad aspetti diversi.
- Le stelle-girasoli standardizzano l’agriturismo, perché si associano all’idea del lusso; se fossero associate al cibo sarebbe preferibile.
- Occorre avere ben chiaro cosa significa l’attribuzione di più o meno stelle perché si potrebbe generare confusione, soprattutto tra gli stranieri.

**Le differenze corrispondenti ai numeri di girasoli**

- Con 1 girasole si parla di un posto semplice, essenziale, con poca scelta, con cibo di ridotta qualità e con pochi servizi.
  - Con 5 girasoli si parla di un luogo di alto livello con piscina, idromassaggio, zona relax, computer in camera.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

- Si chiederebbero spiegazioni perché l'agriturismo non fa pensare al lusso.
- Viene da pensare che i girasoli siano inerenti all'ospitalità.
- Occorre conoscere i criteri di attribuzione dei girasoli, altrimenti si rischia di uscire da quelle che devono essere le connotazioni di un agriturismo.
- Qualunque sia il significato dei girasoli, viene istintivo collegarli al prezzo.

### **Il garante ideale**

- La Provincia, la Regione, un'associazione di agriturismi.
  - Ci deve essere il marchio del Ministero, un ente pubblico deve fare da garante ed effettuare controlli credibili. Il Ministero è una garanzia in più e dovrebbe fare dei controlli a campione.
  - È utile un marchio che certifichi che il luogo risponde a certi requisiti.
  - Va bene se è fatto da un ente che offra delle garanzie.
  - Se il Ministero dell'Agricoltura rendesse obbligatoria la classificazione, ci sarebbe una garanzia in più. Occorre però fare comunicazione per dare possibilità alle persone di conoscere il sistema.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### 2.2. Il focus group svolto a Genova

Al focus group hanno partecipato otto persone, appartenenti alle diverse fasce di età.

La prima parte della discussione è stata impostata sollecitando i partecipanti a pensare alle occasioni di utilizzo dell'agriturismo scollegate dal pernottamento. Solo al momento di introdurre la discussione sui marchi, si sono invitati i partecipanti a riferirsi al concetto di agriturismo nel suo complesso.

#### Conoscenza e frequentazione

- Qualcuno ha frequentato agriturismi per pranzi o per cene, altri hanno alloggiato (per esempio, in Toscana, Sicilia o Liguria).
- Le occasioni, tralasciando i pernottamenti, sono state il pranzo domenicale con i parenti, il pranzo di una festività (come la Pasqua), una cena con amici, una ricorrenza (come un compleanno).

#### Il profilo dell'agriturismo secondo le risposte dei partecipanti

- Chi non lo ha frequentato immagina l'agriturismo come un albergo fuori dal centro, in un'area ricca di natura, dotato di un orto e/o di una stalla. I gestori vivono delle loro produzioni.
- Si afferma che l'agriturismo non è necessariamente legato alla montagna. È comunque stato definito: un tuffo nella natura.
- Il cibo è il frutto del lavoro dei gestori.

#### Aspetti essenziali in un agriturismo

- Si presume che per ottenere la licenza di agriturismo occorra avere determinate caratteristiche, come appezzamenti di terra, coltivazioni, ecc.
  - Qualcuno però dissente, citando un agriturismo in centro a Genova.
  - Gli agriturismi dovrebbero essere fuori città.
  - Per alcuni, l'agriturismo dovrebbe avere un po' di tutto: animali, verde, natura, agricoltore.
  - Si offrono prodotti a km zero, addirittura "a metri zero". Sono infatti prodotti principalmente realizzati nella fattoria, in minor parte realizzati in zona da altri produttori.
  - Rispetto all'hotel, ci si aspetta una maggiore cordialità, la sensazione di essere "a casa", di essere i benvenuti.
  - L'agriturismo ha una dimensione più familiare dell'albergo.
  - L'atmosfera dovrebbe essere accogliente e familiare, e i gestori dovrebbero essere orientati a fare vedere ciò che producono e come lo producono.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### Attività che si possono fare in un agriturismo

- Le attività svolte nell'agriturismo sono la visita delle zone circostanti; sarebbe bello cavalcare, vedere come si lavora e come si vive in queste realtà, vedere alcune fasi particolari di lavorazione, come la produzione di formaggi.
- In alcuni agriturismi si può contribuire con il proprio lavoro. Si possono quindi attivare forme di collaborazione che portano a uno storno sul prezzo.
- Alcuni agriturismi sono fattorie didattiche, in cui poter fare esperienze particolari.

### Ostacoli alla frequentazione

- I motivi che ostacolano una maggior frequentazione degli agriturismi sono: la distanza, il prezzo, la scelta ristretta, la scarsa disponibilità di tempo.
- Si afferma che certi ristoranti sono vicini al concetto di agriturismo, anche se non lo sono formalmente.

### La ricerca di un agriturismo

- Come si sceglierebbe un agriturismo? Lontano dalla città, con aria buona, piscina, in cui usufruire di una cucina genuina.
- A livello pratico, la ricerca si baserebbe sulla richiesta ad amici e conoscenti, e sull'impiego di internet, analizzando anche le recensioni.
- Più precisamente, su internet si ricorrerebbe a google, e si scriverebbe: "agriturismo" e il nome della zona. Poi, si farebbe una selezione, considerando anche il prezzo.
- Si potrebbe cercare un sito dell'associazione locale degli agriturismi.
- Per alcuni la prenotazione avverrebbe telefonicamente, anche per il fatto che non sempre ciò che viene scritto sul sito è reale. In questo modo, ci si renderebbe conto della disponibilità, senza aspettare la risposta che invece bisogna attendere a fronte di richieste inoltrate via internet.
- Con la telefonata si intuiscono anche la disponibilità personale e la cortesia del rispondente, e in questo modo ci si fa una idea dell'intero quadro dell'agriturismo.

### Ipotesi sul prezzo

- Per quanto riguarda il prezzo, la maggioranza ritiene 25-30 euro il range corretto per un pranzo, qualcuno invece specifica cifre superiori come 35 o 40 euro.
  - In meridione, però, i prezzi sono solitamente inferiori: si cita un esempio di pranzo a 11 oppure a 14 euro, a seconda del menu. La Liguria è ritenuta cara.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### La scelta

- Per quanto riguarda la scelta dei piatti, le attese sono di una gamma più limitata rispetto al ristorante. Del resto, si afferma, l'agriturismo deve essere specializzato nei piatti basati sulle proprie produzioni aziendali.
- In genere, ci si aspetta menu stagionali e dipendenti dalla zona e dalle sue caratteristiche.
- Una scelta ridotta è garanzia di una freschezza di ciò che viene proposto.

### Opinioni relative a un marchio sugli agriturismi

- Alla domanda sull'esistenza di un marchio che caratterizza tutti gli agriturismi, le risposte sono svariate, ma sostanzialmente nessuno ha fatto caso alla questione marchio.
- Un marchio di garanzia sugli agriturismi potrebbe essere gradito, ma si specifica anche che si rischierebbe di avere le stelle come quelle che compaiono sulla guida Michelin, con conseguente rialzo dei prezzi.
- Il marchio può dare una impressione di standardizzazione, ad alcuni piace maggiormente l'idea della piccola fattoria.
- Potrebbe essere positivo un marchio promosso da una organizzazione come la Coldiretti.
- Altri sostengono che un marchio è solitamente una garanzia e quindi è da interpretare positivamente.
- La fiducia nel ruolo di garante sembra riposta su un consorzio a livello regionale (un ente troppo grande renderebbe difficili i controlli).

### Concetti e sensazioni evocati dal marchio

#### Il conduttore mostra il marchio (senza la scritta "agriturismo italia") e domanda ai partecipanti quali sensazioni e quali concetti vengono evocati.

- Alcuni lo ritengono di matrice pubblica, anche per la presenza della bandiera italiana; il marchio sottoposto all'attenzione è ritenuto opportuno per gli stranieri, che attribuiscono valore a un concetto di made in Italy, traendo spunto dal tricolore.
  - Senz'altro, il marchio identifica luoghi e prodotti italiani.
  - Nell'immagine del marchio si vede la natura, il sole, un borgo, una chiesetta, un campeggio, una casa, l'Italia, un cipresso toscano, un girasole, una struttura legata alla natura.
  - Potrebbe essere un marchio istituzionale utilizzabile da privati, un marchio di certificazione, un marchio di identificazione, una attestazione di qualità (per esempio, da parte di un consorzio di agriturismi o di una organizzazione come la Coldiretti).
-

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### **Il conduttore mostra la scritta “agriturismo italia” da abbinare al marchio e di nuovo domanda ai partecipanti le loro evocazioni.**

- Si sostiene che questa scritta conferma ciò che il marchio trasmette. Un solo partecipante dichiara di preferire “agriturismi italia”, al plurale. Il conduttore mostra i tre payoff (nell'ordine, “Vivi la terra delle emozioni”; “Emozioni autentiche nella natura”; “Un'esperienza senza tempo”).
- Con queste frasi il marchio beneficia di una maggior personalizzazione. Un altro partecipante ritiene alcune di queste un po' lunghe e melense.
- Queste frasi potrebbero essere affiancate al marchio sul sito internet o in alcune forme di pubblicità.
- Un partecipante preferisce il primo payoff, quasi tutti il secondo. Il terzo viene ritenuto nebuloso e privo di significati concreti.

### **Il conduttore mostra altri payoff: “Un viaggio tra natura e tradizioni italiane”; “Storia e tradizione nelle campagne italiane”; “Storia, natura e tradizioni italiane”.**

- Un partecipante esprime la preferenza per la parola “esperienza” invece del termine “viaggio”.

### **Il garante ideale**

- Quali sono le opinioni relativamente all'ipotesi che sia il Ministero dell'Agricoltura a gestire questo marchio? Alcuni preferirebbero un organismo locale, altri invece ritengono opportuno il Ministero, ma sarebbe preferibile che le valutazioni siano frutto di un ente locale, come la Regione.
- Darebbe invece una impressione non del tutto positiva una gestione da parte di una azienda privata.
- Ci devono essere parametri efficienti, e le regole non devono essere troppo larghe. Ci devono essere controlli locali efficaci.
- Le certificazioni devono garantire anche il rispetto delle norme igieniche e sanitarie.
- La presenza di garanzie è positiva e rassicurante.

## Scelte e propensioni relative al sistema di classificazione

### **Il conduttore mostra i girasoli e invita a esporre le evocazioni che emergono.**

- La presenza di girasoli ripetuti viene associata al sistema delle stelle per gli hotel. Il rischio è di avere una sensazione negativa, di appiattimento degli agriturismi che invece per natura sono diversi tra loro. Si rischia inoltre di cadere su un discorso di comfort.
  - Si pensa anche a quanto potrebbe costare una struttura con un certo numero di girasoli.
  - Occorrerebbe essere informati sul significato dei girasoli: magari, è stato ipotizzato, il sistema ha riferimenti diversi da quelli degli hotel.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

- Un partecipante sostiene che, se per ottenere il marchio prima mostrato occorrono requisiti particolari, allora tutte le strutture dovrebbero automaticamente avere cinque girasoli.

### Le differenze corrispondenti ai numeri di girasoli

- Come viene percepito un agriturismo caratterizzato da un alto numero di girasoli? Accessoriato (per esempio, piscina, equitazione, arredamento curato); un agriturismo con un girasole potrebbe invece avere solo la piscina.
  - Troppi girasoli, secondo alcuni, potrebbero snaturare il concetto di agriturismo. Altri però dissentono, evidenziando l'utilità di un sistema di classificazione per meglio interpretare i contenuti delle guide turistiche, per avere a disposizione maggiori indicazioni.
  - Quando il conduttore accenna all'ipotesi che i girasoli siano legati a una maggior ricchezza di offerta e attività (per esempio, un museo contadino, la raccolta di erbe officinali, ecc.), i partecipanti sembrano d'accordo nel ritenere questo sistema opportuno. Ma occorrerebbe spiegare accuratamente il metodo di attribuzione dei girasoli.
  - Una parte degli intervistati presterebbe attenzione al numero di girasoli in funzione del prezzo, del rapporto qualità/prezzo, della bellezza della zona. Dipende anche dai motivi di frequentazione dell'agriturismo: pernottamento oppure solo pranzo/cena.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### 2.3. Il focus group svolto a Roma

Al focus group hanno partecipato otto persone, appartenenti alle diverse fasce di età.

La prima parte della discussione è stata impostata sollecitando i partecipanti a pensare alle occasioni di utilizzo dell'agriturismo scollegate dal pernottamento. Solo al momento di introdurre la discussione sui marchi, si sono invitati i partecipanti a riferirsi al concetto di agriturismo nel suo complesso.

#### Conoscenza e frequentazione

- Un solo partecipante non ha avuto esperienze personali relativamente all'agriturismo.
- Nella maggior parte dei casi, chi ha avuto esperienze con l'agriturismo, ha anche soggiornato. Molti hanno pranzato o cenato.
- Qualcuno definisce l'agriturismo come una specie di b&b con possibilità di ristoro, che si caratterizza per essere in luoghi isolati.
- Per un altro partecipante, l'agriturismo è un luogo di contatto con la natura, dove si riscoprono tradizioni e sapori del luogo.
- Un intervistato racconta di un agriturismo che però non proponeva i propri prodotti e che assomigliava soprattutto a una beauty farm.
- Alcuni generalizzano questo episodio, sostenendo che il concetto di agriturismo si sta inflazionando, tanto che ci sono agriturismi senza la presenza dell'azienda agricola.

#### Il profilo dell'agriturismo secondo le risposte dei partecipanti

- È un ambiente dove si allevano animali, che i bambini desiderano vedere.
  - Deve essere presente qualche coltivazione, e il turista dovrebbe essere coinvolto attivamente nella coltivazione di ciò che poi verrà consumato.
  - Deve esserci un ambiente familiare, con una buona cucina e la spiegazione delle modalità di produzione delle materie prime.
  - Dovrebbe essere un ambiente semplice e rustico.
  - Il menu dovrebbe essere unico o per lo meno con una scelta molto limitata, qualcuno però sottolinea che preferirebbe un menu non eccessivamente limitato.
  - Il menu dovrebbe essere basato su prodotti tipici del luogo.
  - Sarebbe positivo poter riscoprire sapori particolari.
  - L'azienda probabilmente non può essere del tutto autosufficiente, come produzione: la restante parte dei prodotti dovrebbero provenire dalle vicinanze.
  - È gradito il contatto con la natura e l'agricoltore, ma per alcuni è importante anche potersi spostare all'esterno della struttura che ospita.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

- L'agriturismo, se è isolato, deve essere del tutto autosufficiente, quanto a proposte di attività; in caso contrario, si preferisce che sia vicino a località di interesse, da poter visitare.
- A questo proposito, si gradirebbe la presenza di mezzi pubblici di collegamento.
- Per quanto riguarda i prezzi, si distingue fra situazioni in cui si lavora oppure no: nel primo caso, ci si aspetta un prezzo più basso, ma si specifica anche che dovrebbero essere poste molte attenzioni agli aspetti sanitari legati alla preparazione dei cibi.
- Solitamente, quando si decide di frequentare un agriturismo, ci si aspetta un prezzo inferiore; in tutti i casi, anche a parità di prezzo, ci si aspetta prodotti più genuini.
- Per alcuni, in un agriturismo si ha l'aspettativa di trovare prodotti biologici; ciò che produce l'agriturismo dovrebbe essere biologico.
- Il gestore di un agriturismo deve essere accogliente, cortese, familiare; il rapporto tra gestore e cliente in un agriturismo è più importante in confronto a un ristorante.

### **Aspetti graditi che si vorrebbe trovare in un agriturismo**

- Possibilità di escursioni e passeggiate per entrare in contatto con fauna e flora del territorio.
- Piscina (qualcuno aggiunge: semplice, per il relax).
- Possibilità di cavalcare.
- Possibilità di fare attività fisica, benefica per il corpo.
- Se si è su un lago, la possibilità di escursioni in barca.
- Qualcuno sottolinea però che l'offerta di molte attività può comportare prezzi superiori, quindi sarebbe preferibile una offerta piuttosto limitata.

### **Aspetti di un agriturismo che possono essere fonte di delusione**

- Un'igiene scarsa.
- Una cattiva cucina.
- Una scarsa qualità della cena o del pranzo.
- La scarsa disponibilità del gestore.

### **Aspetti essenziali in un agriturismo**

- Per alcuni, una piscina o una specie di struttura termale; anche una offerta tipo Spa con massaggi e trattamenti.
  - Altri ribattono che non si tratterebbe più di un vero agriturismo.
-

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### La ricerca di un agriturismo

- Per cercare un agriturismo, si ricorrerebbe al passaparola, oppure (o anche) a internet, guardando anche commenti e recensioni.
- Più precisamente, si va su un sito di un motore di ricerca, si scrive agriturismo e la località.
- Successivamente, si guardano le singole strutture, con mappe, fotografie, recensioni.
- Molti amano avere anche il contatto diretto, quindi successivamente si telefona; dal contatto telefonico si possono percepire anche la simpatia e la disponibilità del gestore.
- Si ammette che le recensioni non sono sempre veritiere: possono essere stati scritti da parenti, amici o clienti fissi; oppure, quelli negativi possono essere stati scritti da concorrenti.

### Ipotesi sull'esistenza di un sistema di classificazione degli agriturismi

- Le risposte sono piuttosto confuse; qualcuno ha l'impressione di avere visto delle stelle, ma forse si trattava di Spa.
- Nessuno è in grado di rispondere con certezza sull'esistenza di un marchio per gli agriturismi; si afferma da parte di alcuni che un marchio aiuterebbe nella scelta.

### Il garante ideale

- Il Ministero dell'Agricoltura, oppure quello del Turismo.
- Ci deve essere un organismo che controlla, in quanto già ora si abusa della denominazione "agriturismo".
- La gestione del marchio e dei controlli, secondo alcuni, dovrebbe essere svolta dall'Unione Europea, maggiormente affidabile.
- Gli agriturismi dovrebbero essere regolamentati dall'UE, con diversi livelli di controllo, svolti in modo incorruttibile.
- Un partecipante sostiene che i controlli potrebbero essere svolti dalla Guardia di Finanza o dai Nas; molti però dichiarano di non avere fiducia nei controlli italiani.

### Concetti e sensazioni evocati dal marchio

**Il conduttore mostra il marchio (senza la scritta "agriturismo italia") e domanda ai partecipanti quali sensazioni e quali concetti vengono evocati.**

- Bandiera italiana.
  - Colore scontato.
  - Segnalazione di un'area verde.
  - Ricorda il sole.
  - Ricorda un cipresso e quindi un cimitero.
  - Ricorda il simbolo di un partito.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### **Il conduttore mostra la scritta "agriturismo italia" da abbinare al marchio e di nuovo domanda ai partecipanti le loro evocazioni.**

- La scritta dovrebbe essere accompagnata da una sigla di un ente, una firma, altrimenti non esprime nulla.
- Vedendolo spesso, nel tempo si arriverebbe a conoscerlo e si attribuirebbe il giusto significato.
- Non sembra un valore aggiunto.
- Dovrebbe esserci una campagna di comunicazione per spiegare il significato di un marchio.
- Sarebbe meglio scrivere agriturismi, al plurale.

### **Il conduttore chiede se si tratta probabilmente di una iniziativa pubblica o privata.**

- Potrebbe essere un consorzio.
- Per essere percepita come una iniziativa pubblica, dovrebbe essere presente un bollo o una sigla.

### **Il conduttore chiede se si tratta probabilmente di un marchio di garanzia oppure commerciale.**

- Potrebbero essere entrambi.
- Per un partecipante, si tratterebbe solo una spesa aggiuntiva.
- Per altri, il marchio potrebbe essere importante per garantire che si tratta effettivamente di un agriturismo.
- L'Asl dovrebbe controllare la cucina, altri enti dovrebbero svolgere controlli diversi; il marchio potrebbe garantire l'effettuazione di tutti questi controlli.
- Sarebbe auspicabile un ente che svolga i controlli a livello europeo.
- Per alcuni, la fiducia deriva soprattutto dal passaparola; un partecipante ribatte sostenendo la preferibilità del marchio, come fonte di fiducia.

## Scelte e propensioni relative al sistema di classificazione

### **Il conduttore mostra i girasoli e invita a esporre le evocazioni che emergono.**

- Alcuni interpretano i girasoli come soli.
  - Un altro partecipante cita le stelle degli alberghi.
  - Un altro ancora cita la valutazione della qualità dell'agriturismo.
  - Emerge di nuovo la scarsa credibilità di un sistema di classificazione e controllo italiano, al punto che alcuni si arrangerebbero da soli, su internet e con le referenze; da questo punto di vista, pure le stelle degli alberghi sarebbero poco affidabili.
  - Troppi controlli, sostengono un paio di intervistati, risulterebbero molto costosi.
-

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### **Le differenze corrispondenti ai numeri di girasoli**

- I soli testimonierebbero un livello di qualità e servizio; chi si adegua meglio alle regole dell'agriturismo, otterrebbe un numero maggiore di soli.
  - Un numero superiore di soli corrisponderebbe a un maggior ventaglio di proposte, offerte, servizi.
  - Maggior numero di soli per una maggiore offerta, con il concetto però che anche un numero ridotto di soli testimonierebbe il requisito minimo per essere un agriturismo.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

### 2.4. Il focus group svolto a Trapani

Al focus group hanno partecipato otto persone, appartenenti alle diverse fasce di età.

La prima parte della discussione è stata impostata sollecitando i partecipanti a pensare alle occasioni di utilizzo dell'agriturismo scollegate dal pernottamento. Solo al momento di introdurre la discussione sui marchi, si sono invitati i partecipanti a riferirsi al concetto di agriturismo nel suo complesso.

#### Conoscenza e frequentazione

- Tutti frequentano agriturismi soprattutto in occasione di pranzi e cene. In questa zona sono numerosi e sono abbastanza frequentati, soprattutto in questi ultimi tempi a causa della crisi in quanto gli agriturismi sono in genere meno costosi dei ristoranti tradizionali.

#### Il profilo dell'agriturismo secondo le risposte dei partecipanti

- Ci devono essere spazi verdi, anche spazi attrezzati per bambini e aree attrezzate esterne.
- Il buon cibo è essenziale, affiancato da una cucina semplice. Si deve consumare ciò che viene prodotto nell'agriturismo. Magari con porzioni abbondanti.
- I menu devono essere stagionali in modo da gustare ciò che stagionalmente si produce.
- Non è necessario che tutte le materie prime provengano dall'agriturismo, l'importante è che siano genuine e prodotte almeno nelle vicinanze. Va bene quindi un prodotto locale, al massimo deve trattarsi di un prodotto regionale.
- L'ambiente deve rustico, primitivo, semplice, naturale.
- Sono percepiti positivamente tanti animali (anche cani, gatti, oche, cavalli) con cui poter entrare in contatto e in alcuni casi con cui poter svolgere attività (es. equitazione).

#### Dimensioni e optional

- La televisione può anche non essere presente, in questo modo il relax può essere completo. Sarebbe ancora più rilassante se non ci fosse "campo" per i cellulari, ma questa caratteristica non sarebbe gradita a tutti.
  - Se in un agriturismo si trovano tavolate molto grandi (anche con cinquanta persone) che impressione si ha? Alcuni rispondono che dipende dall'agriturismo, in certi luoghi se si fanno numeri di pasti troppo esigui non si sopravvive. Inoltre, ci sono agriturismi attrezzati adeguatamente anche per fare grandi tavolate, l'importante è che il servizio e l'offerta siano buoni. Dipende anche dalla grandezza del posto.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

- Ad altri non piace trovarsi in contesti così grandi in quanto si pensa che non si possa produrre tanta materia prima in un agriturismo, per essere più credibile ci deve essere un ambiente più piccolo, più familiare. Se ci sono tante persone e tanta confusione, si perdono il fascino e l'atmosfera dell'agriturismo.
- Anche la piscina, secondo alcuni, potrebbe snaturare l'immagine dell'agriturismo. Altri affermano invece che la presenza della piscina potrebbe essere molto gradita agli stranieri, ammettendo però che in questo modo si offuscherebbe l'immagine naturale del luogo.
- Per altri partecipanti ancora, la presenza della piscina è un servizio in più che l'agriturismo può offrire, se il luogo lo permette e se nella struttura è anche possibile soggiornare: è un valore aggiunto. L'importante è che sia una piscina adatta al luogo, non deve stonare in un contesto naturale.

### Attività che si possono fare in un agriturismo

- Passeggiate nei boschi.
- Attività sportive sugli alberi.
- Equitazione e attività con i cavalli.
- Attività strutturate per i bambini.
- Attività con animali.
- Escursioni nel territorio circostante.
- Escursioni in bicicletta.
- Possibilità di stare su un divano davanti a un camino.
- Trovare un piccolo mercatino con marmellate, liquori tipici e prodotti realizzati in loco o in zona.

### Caratteristiche attese relativamente al menu

- Pasti un po' meno abbondanti e di maggior qualità.
  - Si è abbastanza consapevoli che se un luogo offre solo prodotti stagionali non può avere una scelta molto vasta di piatti, però diversi partecipanti preferiscono comunque trovare una discreta possibilità di scelta.
  - Se l'offerta diventa troppo vasta l'agriturismo perde di credibilità, ricorda troppo un ristorante.
  - Altri però sostengono che scegliere fra due primi e due secondi è troppo riduttivo, la scelta deve essere un po' più vasta (almeno quattro primi e quattro secondi).
  - Sarebbe molto gradito poter assistere o poter partecipare alla preparazione dei pasti. Sarebbe bello vedere come nascono certi alimenti, anche se si è coscienti che per motivi igienico sanitari non sempre sarebbe possibile.
  - Negli agriturismi non si dovrebbe esagerare nei controlli, sostiene un
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

paio di partecipanti, questi possono limitare notevolmente le esperienze che sarebbe bello fare in un agriturismo. I controlli devono esserci ma non troppo rigidi.

### Le attese relative al personale

- Non ci si aspetta il personale che lavora in un agriturismo in uniforme classica, ma vestito in modo più rustico, per esempio con una camicia quadrettata.
- Il cameriere deve essere disponibile nei confronti del cliente, deve avere una buona parlantina e fare sentire il cliente in un ambiente familiare.
- Il cameriere deve essere preparato su ciò che offre nel caso venga interpellato. Ogni tanto può proporsi ma non deve essere invadente. Deve offrire un minimo di informazioni ed essere poi disponibile ad approfondire. Deve essere una persona semplice e “alla mano”.

### Le attese relative al prezzo

- In genere ci si aspetta di spendere meno rispetto a un ristorante, in quanto il prodotto subisce meno passaggi e va direttamente dal produttore al consumatore.
- Ci si aspetta di spendere meno e di mangiare in un modo più semplice e genuino.
- Alcune persone si aspettano di spendere dai 15 ai 18 euro, altre anche dai 20 ai 25 euro (per un pranzo completo).

### Modi di ricerca di un agriturismo

- Quasi tutti si affiderebbero al passaparola. Contatterebbero amici e conoscenti per avere consigli fidati in merito.
  - Altri cercherebbero sulle Pagine Gialle, sull'elenco telefonico, su guide o su pubblicazioni specifiche.
  - Altri ancora farebbero una ricerca su internet, andrebbero sulla pagina di google poi digiterebbero per esempio agriturismo e la zona interessata. Guarderebbero anche su Trip Advisor le recensioni e i giudizi espressi.
  - Un sito di un agriturismo deve avere belle immagini del luogo, deve mostrare nel modo più completo possibile l'ambiente interno, quello esterno, le camere, le sale, gli angoli particolari. Deve dare tutte le informazioni sulla location, sul territorio circostante e chiare indicazioni su come raggiungerlo. Il sito deve raccontare il luogo, il suo vissuto, la sua storia.
  - Il sito deve descrivere chiaramente i servizi offerti, deve mostrare i prezzi orientativi. Deve fornire il menu.
  - Deve fornire il numero di telefono in quanto l'agriturismo stimola un rapporto diretto e personale con il gestore, la prenotazione deve essere possibile in modo diretto.
-

---

## 2. L'indagine sul mercato nazionale

---

- Il sito deve essere chiaro, luminoso, facile da gestire anche per chi non è esperto di computer.

### La ricerca di garanzie

- Non è sufficiente essere in campagna per potersi definire agriturismi. Occorre essere valutati e certificati secondo certe caratteristiche.
- Ci deve essere senz'altro un organismo che tutela, l'agriturismo non è solo campagna e prodotti tipici.
- Quale potrebbe essere l'organismo che svolga questa mansione? Potrebbe essere un organismo che tutela i consumatori, la Camera di Commercio, l'Assessorato Agricoltura, la Regione, l'Ente del Turismo. Oppure, la Confagricoltura, la Coldiretti. O l'Unione Europea.

### Il conduttore mostra il marchio, la scritta "agriturismo italia" e i girasoli; domanda ai partecipanti quali sensazioni e quali concetti vengono evocati.

- A volte per ottenere un marchio basta pagare una tangente, non è sempre sinonimo di qualità, sostiene un partecipante.
  - Può essere utile come a volte sono utili le stelle negli alberghi.
  - Per chi proviene da altri luoghi può avere un peso importante nella scelta dell'agriturismo, per chi abita vicino può essere sufficiente conoscere il gestore.
  - Se si va nell'agriturismo solo per pranzo o cena, è determinante la qualità del cuoco, se un agriturismo cambia cuoco non si fa riassegnare i girasoli.
  - Dovrebbe essere un'associazione di consumatori ad attribuire i girasoli.
  - Un agriturismo con solo un girasole è immaginato molto economico, una scelta limitata, un tipo di cucina molto semplice, un certo tipo di struttura spartana e poco curata.
  - Invece, un agriturismo con cinque girasoli è immaginato come un luogo in cui si mangia benissimo, una struttura molto curata, dove è possibile fare equitazione. È una struttura che abbraccia tutti i parametri, che ha qualcosa in più rispetto a tutti gli altri agriturismi. Ci si aspetta servizi sicuri, cibi genuini e biologici. Probabilmente, si devono parlare almeno due lingue.
  - Se ci si trovasse a dover scegliere un agriturismo sconosciuto, tutti sceglierebbero un agriturismo con tre girasoli.
  - Alcuni affermano che se i girasoli sono come le stelle, spesso non corrispondono a verità perché mercanteggiate.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

## L'indagine sul mercato danese

### 3.1. I colloqui con gli operatori e le istituzioni

#### Prima intervista

##### **Il conduttore mostra il marchio:**

- È molto positivo per un turista danese, soprattutto il sole e i colori rappresentano concetti positivi.  
Il conduttore mostra i 5 girasoli:
- È importante stabilire categorie e livelli per gli agriturismi, che debbano tenere conto di più fattori: offerta di prodotti, attività, comfort (piscina, sauna, ecc.).
- Tuttavia, non è facile identificare le classi; ci sono troppi fattori da tenere in considerazione, alcuni dei quali difficili da misurare. Per gli hotel è tutto più semplice.  
Come descrivereste il concetto di agriturismo in Italia a un turista danese?
- Un mix di cultura, gastronomia e relax, specialmente nell'ambito della campagna, fattorie e cibo italiano.
- È una buona soluzione per famiglie, non tanto per coppie giovani.

##### **Quale nome si dovrebbe dare all'agriturismo, affinché sia comprensibile per un danese?**

- Nessun danese capisce la parola "agriturismo".
- In Danimarca c'è una soluzione molto simile: fattorie b&b dove si osserva come allevare gli animali e come produrre un alimento; la parola più adatta è "farming holidays" (espresso in danese: landbrugsturisme, letteralmente l'agriturismo).
- In Italia l'agriturismo è un settore di attività più sofisticato, soprattutto per via del food e della tradizione.

**Il conduttore mostra i 3 payoff in danese** (nell'ordine: Oplev oplevelsernes land, ossia vivi la terra delle emozioni; En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet, ossia un'esperienza senza tempo; En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni), successivamente tradotti in inglese (Live the land of emotion; A timeless experience; A trip between nature and tradition).

- Il primo è meglio in danese che in inglese, "emotion" colpisce di più;
  - Il secondo è molto generico;
  - Il terzo è buono.
  - In generale, comunque, il migliore è il primo.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Avete riscontrato delusioni nei turisti danesi riguardo all'Italia?**

- L'Italia è molto “casual” nel realizzare ogni iniziativa, poco organizzata, improntata all'approssimazione e al relax. Questo è un punto di forza ma anche di debolezza.

#### **In quale modo i turisti danesi cercano esperienze turistiche di questo tipo?**

- Spesso si cerca su internet, specie i giovani e chi conosce bene le lingue, tramite motori di ricerca e booking engines.
- Chi non conosce le lingue va in agenzia.

#### **Il sito di un agriturismo dovrebbe essere tradotto in danese e/o inglese?**

- L'ideale sarebbe tradurlo in danese, ma anche l'inglese è sufficiente. Se tutta l'iniziativa (marchio, classificazione) fosse organizzata dal Ministero, darebbe fiducia?
- Certamente sì, senz'altro più rispetto a una iniziativa privata.

### Seconda intervista

#### **Una prima questione riguarda l'opinione sull'agriturismo in genere.**

- Sarebbe necessario fare ordine nel settore, molte strutture usano il nome agriturismo anche se in realtà le loro proposte sono diverse.

#### **Il conduttore mostra il marchio.**

- È positivo; si vedono un cipresso, una casa in campagna e un sole o un girasole.
- Il girasole è un concetto molto positivo; ci sono addirittura turisti che chiedono case in mezzo a campi di girasole in Toscana.

#### **La scritta “agriturismo Italia” è comprensibile per i turisti danesi?**

- Sì, molti clienti hanno già il concetto chiaro in testa.
- Non è necessario tradurlo. “turismo” è immediato, “agri” è abbastanza chiaro.
- Eventualmente, tradurrei con farm holiday, bondegardsferie (bonde è contadino, ferie è vacanza).

**Il conduttore mostra i 3 payoff in danese** (nell'ordine: Oplev oplevelsernes land, ossia vivi la terra delle emozioni; En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet, ossia un'esperienza senza tempo; En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni), successivamente tradotti in inglese (Live the land of emotion; A timeless experience; A trip between nature and tradition).

- Il terzo è il migliore, spiega meglio il concetto di viaggio nella natura.
  - Il primo è appetibile, ma non c'è niente di preciso sull'agriturismo (potrebbe anche trattarsi di città, come Venezia o Roma).
  - Il secondo è bello ma molto vago.
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Il conduttore mostra i girasoli e chiede opinioni sulla classificazione delle strutture.**

- È difficile stabilire criteri di valutazione; bisognerebbe premiare la quantità di agricoltura del posto; al contrario, se è pieno di comfort diventa un hotel.
- In un agriturismo devono esserci animali e produzione agricola. Far lavorare gli ospiti può però essere complicato per via delle assicurazioni; i proprietari sono un po' restii.
- I danesi sarebbero addirittura disposti a pagare per provare a lavorare in campagna.
- Una classificazione deve basarsi sul concetto di autenticità e di genuinità del posto.

#### **Cosa è importante per un danese?**

- La domanda di agriturismi è cresciuta ultimamente. Fondamentale è l'accoglienza. Se una struttura è valida ma poco accogliente, allora non si ritorna.
- C'è una struttura in Toscana che ha cambiato gestione; il nuovo gestore ha l'esperienza degli hotel ed è molto formale; ciò ha fatto calare notevolmente la clientela. Il danese vuole il calore, l'emozione, la famiglia.

#### **Il Ministero sarebbe credibile come garante oppure sarebbe meglio un privato?**

- Meglio un privato; noi ci teniamo alla credibilità davanti ai clienti; ci muoviamo personalmente per vedere, valutare e descrivere dettagliatamente i posti.
- Se si promettono certe caratteristiche, ma queste si rivelano peggiori, si perde di credibilità.

#### **Si sono verificati casi di delusione da parte dei clienti?**

- Le lamentele da parte dei clienti si riferiscono soprattutto all'accoglienza; sui restanti aspetti spesso il cliente si adatta.
- A volte la lingua può essere un problema; è importante che il proprietario parli bene l'inglese, il danese non se lo aspettano nemmeno. Noi avviamo del fatto che in Italia l'inglese si parla poco.

#### **Come cercano gli agriturismi i turisti danesi?**

- I nostri clienti fanno sempre qualche ricerca preliminare su internet, poi vengono a chiedere chiarimenti; noi trattiamo con circa 50 agriturismi; il cliente dopo le ricerche viene a chiedere al tour operator quale soddisfa meglio le sue esigenze.
  - Alcuni fanno tutto su internet, ma in questo modo hanno meno certezze.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### Terza intervista

##### **Quale è la sua opinione sulle iniziative del Ministero di caratterizzare con un marchio l'agriturismo italiano e di attuare una classificazione?**

- Senz'altro positiva, ma occorre realizzarla, fino ad ora se n'è parlato ma non è mai stato fatto nulla, come invece è avvenuto in Francia.
- Il tour operator ne trarrebbe vantaggi.
- Per la classificazione, combinare lusso e comfort, con charme, ambiente, accoglienza .

##### **Rimarrebbero inalterate le caratteristiche dell'agriturismo?**

- Dipende da chi attua la classificazione; occorre un ente indipendente, proprio come il Ministero.

##### **Il conduttore mostra il marchio.**

- Dà l'idea di un alloggio in campagna, è abbastanza chiaro, il girasole è un concetto positivo per i danesi; è stato usato anche in Francia.

##### **Il conduttore mostra la scritta "agriturismo italia".**

- Sarebbe opportuno tradurlo, perché il messaggio così come è, potrebbe non essere comprensibile. Traduzione di agriturismo suggerita: casa in campagna; un payoff potrebbe essere: oplev italien palandet; i egen bolig (letteralmente: scoprire l'Italia in campagna, nelle proprie case).
- "Agriturismo" in danese si può tradurre con "casa in campagna", con riferimento all'agricoltura e alla vita in campagna.

##### **Il conduttore mostra i tre payoff in danese** (nell'ordine: Oplev oplevelsernes land, ossia vivi la terra delle emozioni; En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet, ossia un'esperienza senza tempo; En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).

- Sono scritti correttamente, ma non comunicano il significato di agriturismo, sono troppo generici.

##### **Cosa bisognerebbe scrivere?**

- La prima frase ha la parola "esperienza" che è molto giusta.
  - Lo scriverei: "fare l'esperienza dell'Italia in campagna nel proprio alloggio" (naturalmente, in danese).
  - Si potrebbe scrivere in danese "casa in campagna", affiancando una frase descrittiva come quella suggerita prima.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Il conduttore mostra i 5 girasoli.**

- Occorre combinare vari aspetti: comfort, paesaggio, accoglienza (soprattutto quest'ultima, molto importante per creare l'atmosfera).
- Per dare la sensazione dell'accoglienza, si può far trovare qualcosa in camera al cliente, tipo vino e altri prodotti (senza diventare invadenti).

#### **Quali sono le maggiori perplessità del turista danese nei confronti dell'agriturismo italiano?**

- La lingua: è necessario che i gestori sappiano parlare bene l'inglese.

#### **Quali aspetti, soprattutto, invogliano i danesi a fare quest'esperienza?**

- Vivere la vita quotidiana degli italiani in campagna, cucinare, fare esperimenti gastronomici, degustare piatti tipici.
- Molti ritengono indispensabile la piscina.

#### **Accadono casi in cui il turista rimane deluso?**

- Raramente, perché gli agriturismi sono scelti dal tour operator, che ha visitato le strutture e i luoghi personalmente.
- È raro che il turista danese resti deluso, capita più spesso con i clienti tedeschi o con quelli svedesi.

#### **Per quali motivi un agriturismo può venire scartato?**

- Noi approviamo circa un agriturismo su tre, dipende dalla qualità e dall'accoglienza.

#### **Quale è il trend della domanda di agriturismi?**

- In crescita, soprattutto in Toscana e Umbria.
- In passato l'agriturismo in Francia era più frequentato, adesso la qualità è calata e i prezzi sono aumentati.
- Il danese che fa questo tipo di esperienza, tuttavia, non presta particolare attenzione alle spese.

#### **Quarta intervista**

- Agriturismo è un termine comprensibile. Agriturismo e Italia esistono come parole per il danese viaggiatore, sotto si può scrivere il concetto di agriturismo in danese. Altrimenti, l'espressione migliore di agriturismo in danese è l'inglese "tourism in farm".
  - I danesi sono apparentemente naif, ma in realtà le classi ci sono, i gusti sono differenziati, c'è diversa disponibilità economica, quindi la classificazione è opportuna. Quindi equità di trattamento, ma tendenza a
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

sfruttare i vantaggi collegati al proprio status.

- Il danese ha riserve sull'Italia, ma il Ministero dell'Agricoltura può essere un buon garante. I danesi ricorrono spesso ai ministeri come garanti.
- Payoff: meglio utilizzarlo per chi non conosce il concetto. Buono il terzo (En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).
- Agriturismo Italia è un'espressione comprensibile dalla maggior parte dei danesi, meglio non tradurla. Fa pensare comunque alla Toscana, ma questo è inevitabile, anche se fosse tradotta.

#### Altre interviste

- Penso che la classificazione sia utile, ormai è una consuetudine, anche noi classifichiamo le strutture nei nostri cataloghi. Il brand "agriturismo Italia" è comprensibile in Danimarca, ormai è un concetto diffuso.
- Il termine agriturismo si usa in Danimarca, come posto per un soggiorno in campagna, lascerei quindi l'espressione in italiano; ottima l'idea della classificazione.
- I danesi cercano tranquillità, mangiare bene, piscina, anche vicinanza a città d'arte o mare.
- Per quanto riguarda il payoff, lo metterei in inglese. Buona soprattutto la terza proposta (sono stati mostrati, nell'ordine: Oplev oplevelsernes land, ossia vivi la terra delle emozioni; En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet, ossia un'esperienza senza tempo; En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).
- Alcuni sostengono che il termine debba essere tradotto, in quanto non si capisce. Qualcuno propone: landborg tours til italian. Altri sostengono che qualcosa è intuibile dalla traduzione inglese, si intuisce un concetto attrattivo. Qualche agenzia non conosce il termine agriturismo e non saprebbe nemmeno come tradurlo. Si può capire, se è affiancato dal terzo payoff (En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni), che è molto chiaro.

#### 3.2. I focus group con i consumatori

Ai focus group hanno partecipato in complesso 8 soggetti in età compresa fra 25 e 65 anni.

---

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### Primo gruppo

##### **Cosa evoca la parola agriturismo?**

- In Danimarca, molte famiglie con bambini vanno a vivere per qualche giorno queste realtà, con mucche che pascolano all'aperto.
- Viene in mente il vino.

##### **Come si immagina?**

- Si pensa alla Toscana; ho fatto un viaggio in un luogo vicino a Firenze, dove si produceva vino. Era un posto piccolo, con un ristorante che offriva i prodotti del luogo. Inoltre, si potevano acquistare i prodotti in uno spaccio (vino, olio, marmellate, ecc.). Si è anche assistito ad alcune fasi della produzione di olio e vino.
- Ci sono tradizioni in mezzo alla natura che ci si aspetta di trovare.

##### **In queste strutture avete lavorato?**

- No, non avremmo nemmeno desiderato farlo.
- Interessava vedere la produzione, niente di più, anche perché si trattava di una vacanza, finalizzata quindi al riposo.

##### **Quali aspettative avete relativamente al prezzo, in Italia?**

- Simili agli altri paesi, su livelli medi, non bassi.

##### **Come avete cercato l'agriturismo in Italia?**

- Tramite internet, scrivendo le parole chiave: Italia, valigia, la regione desiderata; successivamente, sul sito dell'agenzia per il turismo, si è guardata la lista delle proposte.

##### **In quale modo prenotereste un soggiorno in un agriturismo italiano?**

- Viste le difficoltà di lingua, sono preferibili le prenotazioni on-line.
- Per risparmiare, non si andrebbe in una agenzia viaggi; si faceva più spesso in passato.
- Si affianca alla ricerca su Internet anche l'utilizzo di libri e guide, per scoprire le località circostanti: è importante conoscere i valori culturali di questi luoghi.

##### **Quali devono essere le caratteristiche principali di un sito?**

- Fotografie belle, prezzi chiari, località amena.
  - Tutto deve essere ben comprensibile attraverso il sito.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Come si percepisce un agriturismo italiano rispetto a uno tedesco, per esempio?**

- Non si conoscono altri agriturismi, oltre a quelli ubicati in Italia.
- La Danimarca è un paese piatto, e il danese associa l'Italia alle montagne.
- L'Italia è molto diversa dal nord Europa, più sconosciuta; per l'agriturismo, in Italia ci si aspetta un posto piccolo, intimo, vicino a località e città da visitare.

#### **Esiste un marchio per gli agriturismi?**

- Non si ha presente nessun marchio.

#### **Il conduttore mostra il marchio e chiede cosa evoca:**

- Sole, verde, i colori italiani.
- All'immagine manca un po' di vita.
- Ricorda gli ostelli low-cost.
- I colori ricordano chiaramente l'Italia.
- Il girasole, che è un concetto positivo.
- Più che un girasole, sembra un sole.
- L'albero simboleggia la natura.

#### **Si tratta di un marchio privato o pubblico?**

- Potrebbe essere sia privato, sia pubblico.
- Un marchio statale probabilmente dovrebbe essere più semplice.

#### **È un marchio di certificazione?**

- In Danimarca, il simbolo della margherita indica sentieri nella natura; potrebbe trattarsi di un marchio simile, di indicazione.
- Il marchio deve essere una cosa semplice, ma dovrebbe indicare e ricordare meglio l'Italia, attraverso il food: frutta, olive, formaggi, prosciutto.

#### **Il conduttore affianca al logo la scritta "agriturismo italia":**

- È comprensibile, senza difficoltà.
- Eventualmente, si potrebbe aggiungere una frase in inglese, sotto a queste parole.
- Sarebbe opportuno anche qualche simbolo, per esempio relativamente a prodotti alimentari che si possono trovare nell'agriturismo.

**Il conduttore mostra i 3 payoff in danese** (nell'ordine: Oplev oplevelsernes land, ossia vivi la terra delle emozioni; En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet, ossia un'esperienza senza tempo; En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

- La prima frase è molto generica, l'ultima aiuta a comprendere il concetto.
- Si ritiene opportuno utilizzare una frase di questo tipo. Le ultime due frasi, in modo particolare, chiariscono le idee.
- Per un danese, la parola viaggio ha il significato dinamico di spostamento; sarebbe positivo potersi spostare tra diversi agriturismi.
- Più che viaggiare, sarebbe opportuno utilizzare il concetto di esperienza.

#### **Il conduttore chiede se ci sono frasi migliori.**

- “Vivere la vera Italia, autentica”.
- “Vivere la cultura genuina dell'Italia”.

#### **Osservando la combinazione logo+scritta+payoff, pensereste a qualcosa di pubblico o privato?**

- In Danimarca, lo Stato non farebbe marchi di questo tipo, quindi si pensa più facilmente a un privato.

#### **Chi potrebbe garantire la qualità degli agriturismi italiani?**

- Una sorta di organismo - ombrello, istituito dal Ministero italiano del turismo
- Un Ministero italiano è abbastanza credibile, ma forse sarebbe preferibile una struttura privata non statale, abbastanza grande per raccogliere tutti gli agriturismi.
- In Danimarca, c'è una grande organizzazione privata con sedi locali specializzate; questo ente garantisce e informa in merito a iniziative sul tema della natura.
- In Danimarca c'è anche un ente statale con questi compiti, ma è meno quotato.

#### **Il conduttore mostra i 5 girasoli e li affianca al logo e alla scritta “agriturismo italia”:**

- I girasoli ricordano l'Italia e la Francia, aiutano a comprendere la proposta.
- Sembra un sistema di classificazione, come le stelle per gli hotel.
- È utile classificare gli agriturismi, per rendere possibile al turista un orientamento.

#### **Cosa potrebbero indicare 5 girasoli?**

- Per una esperienza rustica, in campagna, ci si aspetta un comfort di base, ma non si pretende il lusso che un hotel può offrire.
  - Cinque girasoli potrebbero dare l'impressione di un eccessivo lusso; il frequentatore di agriturismi si muove con lo zaino sulle spalle e si accontenta
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

di un numero contenuto di girasoli.

- I girasoli possono dare una impressione fuorviante, fanno perdere l'immagine di una vacanza in campagna.

#### **Se i girasoli corrispondessero a proposte culturali, o legate ad attività proprie dell'agriturismo?**

- Il problema è che non si conosce il significato dei girasoli, sarebbe in effetti opportuno che corrispondessero a una maggior ricchezza di proposte.
- Forse, sarebbe preferibile, invece di una scala graduata, un insieme di simboli corrispondenti alle attività proposte.

#### **Chi dovrebbe attribuire i girasoli alla singola struttura?**

- Una organizzazione privata e non corrotta, che visita tutti gli agriturismi.

#### **Secondo gruppo**

#### **Il conduttore mostra il marchio e invita ad esprimere le relative evocazioni.**

- Campeggio, hotel, Italia. Ricorda qualcosa di tipico italiano. Caldo.
- Non si percepisce come una proposta lussuosa.

#### **Come lo descrivereste se doveste spiegarlo ad altri?**

- Campeggio, qualcosa semplice, rustico.
- Rappresenta un fienile italiano, oppure una casa con la lettera "i" di informazioni turistiche.
- La parte esterna rappresenta un girasole o un sole.

#### **Osservando questo marchio, pensereste a una proposta pubblica o privata?**

- Sembra una proposta privata.
- Potrebbe essere sia pubblica, sia privata.
- Sembra un marchio di garanzia, molto semplice, ma potrebbe essere anche un marchio commerciale. Più probabilmente, è un marchio di garanzia.

#### **Il conduttore affianca al marchio la scritta "agriturismo italia":**

- Emerge il termine "turismo".
  - Sembra più commerciale, con questa scritta.
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### Come immaginate il luogo corrispondente a un marchio di questo tipo?

- Ricorda il vino, gli ulivi, un agricoltore.
- Un luogo in campagna dove si svolgono le attività effettuate dallo stesso agricoltore: per esempio, si raccoglie l'uva e si partecipa alla produzione del vino.

#### È comprensibile il testo per un danese?

- Si riesce a tradurre, ma non si capisce bene il concetto.
- Dipende dal consumatore che si vuole raggiungere: se è un danese che ha già trascorso vacanze in Italia, allora risulta tutto comprensibile. Altrimenti, non si capisce.

#### Sarebbe meglio affiancare una frase in danese?

- Sarebbe più chiaro.
- Rimarrebbe l'immagine dell'Italia, ma diventerebbe più comprensibile anche per i danesi che non hanno frequentato questo paese.

**Il conduttore mostra i tre payoff in danese** (nell'ordine: Oplev oplevelsernes land, ossia vivi la terra delle emozioni; En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet, ossia un'esperienza senza tempo; En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni)

- La terza frase è la migliore.
- La terza dà l'idea di una proposta troppo in movimento; meglio utilizzare il termine esperienza, invece della parola viaggio.

#### Cosa pensate di un agriturismo italiano, come lo immaginate?

- Camminare in mezzo alla natura, ai campi di frutta.
- Bere un po' di vino.
- Dà l'impressione di un turismo che non sia di massa.
- Dà l'idea di una atmosfera intima e genuina, autentica, dove si può pranzare con i gestori.

#### Se vi dicessero che c'è da lavorare, anche a tempo pieno?

- Potrebbe rientrare nell'esperienza.
- Dipende da come tutto è impostato: andare nella struttura solo per lavorare, però non attira.

#### Come immaginate i gestori?

- Gentili, aperti, caldi.
  - Non devono essere persone strane, per esempio con tatuaggi o piercing, ma tipici personaggi italiani.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **L'Italia è un paese adatto all'agriturismo?**

- Assolutamente adatto.

#### **Quali zone?**

- Penso al nord Italia.
- Luoghi non troppo cittadini, ma di vera campagna.

#### **Se in un agriturismo non ci fosse l'agricoltore, cosa pensereste?**

- Non è un aspetto fondamentale.

#### **Quali attività vorreste fare in un agriturismo?**

- Raccogliere frutta e verdura, camminare in mezzo ai campi, preparare i salumi.

#### **Quanto potrebbe costare secondo voi, un soggiorno in un agriturismo, senza lavorare?**

- Se il target è costituito da giovani, il prezzo deve necessariamente essere basso.
- Per un pernottamento di un giorno, con pranzo e cena, ci si aspetta una cifra di 110 euro.
- Se nell'agriturismo si lavora, il prezzo dovrebbe essere inferiore, soprattutto se l'ammontare delle ore di lavoro è consistente.

#### **Come cerchereste un'esperienza del genere?**

- Guarderei su Internet.
- Con un pacchetto organizzato: volo, soggiorno, trasporto per raggiungere l'agriturismo.

#### **Concretamente, su internet cosa si farebbe?**

- Si scriverebbe su Google la parola chiave "agriturismo".
- Se non si conoscono parole italiane, si scriverebbe in danese: agricoltura, esperienze, vino.

#### **Se tra i risultati comparissero un'organizzazione privata locale, la pagina di Trivago e il Ministero Italiano dell'Agricoltura, cosa scegliereste?**

- Meglio la singola struttura.
- Meglio l'organizzazione privata regionale.

#### **Questa organizzazione dovrebbe consentire anche la prenotazione?**

- Sì, o per lo meno dovrebbe esserci un link per passare a una pagina dove sia possibile prenotare.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

**Se ci fossero solo i nomi delle singole strutture, da cercare poi in altro modo, cosa fareste?**

- Sarebbe uno spreco di tempo.
- Uscirei subito dal sito.

**Se il link portasse a una struttura non esistente, cosa pensereste?**

- Sarebbe fastidioso.
- Darebbe l'idea di uno scarso aggiornamento.
- Si uscirebbe dal sito.
- Se però si è molto convinti nella scelta di quella proposta, si potrebbe andare più a fondo.

**Di un eventuale sito del Ministero dell'Agricoltura, cosa pensate?**

- In Danimarca, non si è abituati a vedere il Ministero che si occupa di questi aspetti; il Ministero danese ha una funzione diplomatica.
- Il turista che intende fare una vacanza di questo tipo, è alla ricerca di un prodotto di nicchia, che difficilmente un ministero può indicare.

**Esiste un marchio per gli agriturismi?**

- No, non credo.
- Sarebbe opportuno, potrebbe facilitare il processo di ricerca.
- Sarebbe maggiormente riconoscibile l'offerta.
- Potrebbe essere un simbolo di qualità.
- D'altra parte, c'è il rischio che questo tipo di vacanza sia meno autentico, più commerciale.

**Chi dovrebbe dare l'autorizzazione a utilizzare questo marchio in Italia?**

- Un ente statale oppure, ancora meglio, un ente privato specializzato in materia, come la Guida Michelin.
- L'ente statale non darebbe molta fiducia, trattandosi di Italia.
- Non associo una organizzazione statale a un intervento sul turismo.
- Un altro partecipante sostiene di sentirsi tutelato da un ente statale, in quanto neutro.

**Il conduttore mostra il simbolo di classificazione.**

- Sono soli oppure girasoli.
  - Assomigliano alle stelle degli alberghi.
  - Probabilmente, rappresentano una classificazione.
  - Se non fossero legati a una classificazione, non si capirebbe lo scopo.
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Se su Google trovaste strutture con diversi numeri di girasoli, dove vi orientereste?**

- Starei su quattro, ma vorrei capire se sono legati alla qualità o al prezzo.
- In genere, si sta su tre o quattro.
- Sarebbe interessante sapere chi ha attribuito i girasoli.

#### **Il prezzo sarebbe diverso?**

- Senz'altro sì.

#### **Chi dovrebbe stabilire quanti girasoli attribuire a un agriturismo?**

- Lo Stato.
- Lo Stato seguirebbe dei canoni standard, mentre un privato potrebbe valutare l'intera esperienza, in modo meno rigido.

#### **Nel caso in cui sia lo Stato ad attribuire i girasoli, quale ente in modo specifico dovrebbe farlo?**

- Dovrebbe essere il Ministero del Turismo.

#### **Fra un girasole e cinque girasoli, quale sarebbe la differenza?**

- Un girasole dovrebbe corrispondere a un posto primitivo, spartano, che tuttavia ha le caratteristiche essenziali per essere denominato agriturismo.
- Un girasole corrisponderebbe a un posto rustico e semplice, anche nel senso meno positivo del termine. Un luogo con meno possibilità disponibili, meno curato, con standard inferiori.
- Un girasole corrisponderebbe a un posto dove si propongono attività meno attrattive, con stanze più piccole.

#### **I gestori di un posto primitivo, come sarebbero, secondo quanto vi immaginate?**

- Tirchi, tirati.
- Magari è solo un luogo all'inizio dell'attività, che deve svilupparsi maggiormente.

#### **Cosa si mangia in un agriturismo italiano?**

- Pane, formaggi, spaghetti, prodotti tipici italiani.
  - Prodotti realizzati in loco, soprattutto se ci sono tanti girasoli (e i pasti dovrebbero essere realizzati all'interno della struttura).
  - È importante che siano prodotti italiani, non importa la regione o la zona di provenienza.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### Terzo gruppo

##### **Avete sentito parlare di agriturismi?**

- Non se ne è sentito parlare.

##### **Cosa fa pensare questo concetto?**

- Un agricoltore che va in altri paesi a vedere cosa fanno gli agricoltori del luogo.
- Privati che vanno a visitare le fattorie.

##### **La formula "tourism in farm" chiarisce l'idea?**

- Fa pensare più alla parte tecnica dell'agricoltura e coltivazione, meno al concetto di turismo.

##### **Se alcuni amici vi proponessero una vacanza in agriturismo, cosa fareste?**

- Credo che rifiuterei, ma prima chiederei in cosa consiste precisamente.
- Mi informerei.

##### **Se vi dicessero che è proprio una vacanza in fattoria?**

- Sarebbe un'esperienza in versione leggera della vita di campagna, per avere un'idea di come è il lavoro in fattoria.

##### **Se vi dicessero che non si lavora e che si fanno altre attività, cosa pensereste?**

- Mi viene in mente cavalcare, vedere la natura circostante; per un cittadino sarebbe un modo non lussuoso per rilassarsi.

##### **Quanto potrebbe costare secondo voi?**

- Mille corone a notte per persona.
- Dipende: senza lavorare 300 corone a notte per persona, perchè associa l'agriturismo a qualcosa di più grezzo, rustico e meno lussuoso dell'hotel.

##### **I giovani danesi sarebbero attirati da queste proposte?**

- C'è un numero sempre maggiore di giovani che seguono uno stile di vita alternativo e naturale, per cui ne sarebbero attratti.
- Però, non proverebbero un'esperienza del genere senza averne sentito nulla; dovrebbe essere pubblicizzata.

##### **In quali paesi possono esserci queste soluzioni?**

- In Italia, nell'Europa meridionale; al contrario, nelle nostre zone (fredde) non sarebbe divertente.
  - Forse, anche in America.
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Quali proposte dovrebbero esserci affinché ne siate attratti?**

- Qualcuno che parli bene inglese; è importante che si possa comunicare.
- Bisogna evitare l'inverno e posti freddi in genere.

#### **Come immaginate un gestore di un agriturismo italiano?**

- Una coppia di anziani che fanno gli agricoltori da sempre.
- Persone hippy che hanno voluto evadere dalla vita di città.

#### **Se non ci fossero l'accesso a Internet e la copertura telefonica, cosa pensereste?**

- Sarebbe bello, perchè fa parte del concetto di vacanza naturale, però deve essere spiegato prima; oggi sta diffondendosi la voglia di vivere offline.

#### **Come cerchereste un'esperienza del genere?**

- Guarderei su Internet, mettendo su Google le parole chiave "farm holidays", o l'equivalente in danese.
- Dovrebbe esserci un sito, altrimenti non lo farei. Sarebbe importante anche una versione inglese.

#### **Con quale criterio scegliereste il link su Google?**

- Dovrebbe comparire un sito importante sulla prima pagina, oltre la quale di solito non si va; poi nel link devono comparire il nome chiaro e le parole descrittive.

#### **Se tra i risultati comparissero un'azienda agrituristica, un'unione di tour operators e il Ministero dell'agricoltura italiano, quale scegliereste?**

- Sceglerei senz'altro l'azienda privata, poi farei un confronto tra le altre due opzioni guardando i commenti di chi ha provato.
- Non andrei su un sito statale, perchè non sono mai rivolti a giovani o a chi cerca di risparmiare.

#### **Se ci fosse una proposta di agriturismo su Trivago?**

- Andrei più volentieri su un sito di recensioni che su uno dove si fa il booking; essendoci i commenti di chi ha provato, è più veritiero.

#### **Cosa potrebbe esserci di negativo in un sito, al punto da farvi cambiare idea e chiudere?**

- Pubblicità.
  - Troppe sottocategorie con troppi link.
  - I prezzi devono essere ben individuabili.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Il conduttore mostra il marchio.**

- Penso a colonie (summer camp) in Italia, per via del tricolore.
- Non avrei associato il marchio all'Italia.

#### **Come lo descrivereste se doveste spiegarlo ad altri?**

- È rilassante, ma sembra il logo di una marca di pasta.
- Ricorda un discount.

#### **Il conduttore affianca al logo la scritta "agriturismo italia":**

- La parola dà l'idea dei campi e dei casali.
- Se stessi passando in macchina, un cartello così non mi farebbe fermare.
- Mi ricorda un campeggio per famiglie.
- Mi fa venire in mente le vacanze in campagna.
- Il logo danese del campeggio è molto simile, ha una tenda al posto della casa.
- Non dà l'idea di casa rustica tradizionale italiana, sembra più un bungalow.

#### **È comprensibile il testo per un danese?**

- Io non lo riconoscevo al primo sguardo, ma pensandoci un attimo ci arriverei.
- La parte "turismo" è chiara a tutti, "agri" non è chiara.

#### **Sarebbe meglio tradurlo in danese o in inglese?**

- In danese no; in inglese è comprensibile.
- Si potrebbe mettere "agri" in colore diverso rispetto a "turismo", per evidenziare l'aspetto del turismo e scinderlo da agri.

**Il conduttore mostra i tre payoff in danese** (nell'ordine: Oplev oplevelsernes land, ossia vivi la terra delle emozioni; En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet, ossia un'esperienza senza tempo; En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).

- Avere una frase in danese che accompagni il concetto è una buona idea.
- La prima frase non ha significato, la terza è proprio azzeccata.

#### **Il conduttore mostra i tre payoff in inglese.**

- Il primo è meglio in inglese che in danese.
  - Il terzo è sempre il migliore, spiega meglio il concetto.
  - Il secondo è vago, può riferirsi a qualunque proposta.
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Osservando la combinazione marchio+scritta+payoff, pensereste a proposte pubbliche o private?**

- Sembra una proposta privata, ma grande, tipo una catena di gestori che si sono messi in società, come una categoria di vacanze.

#### **Se l'agriturismo italiano avesse questo marchio, per voi sarebbe una garanzia di qualità?**

- Sì, sicuramente.
- Non è necessariamente una garanzia del livello, ma di una attività seria, che si è meritata il marchio.

#### **Vi fidereste di più se fosse pubblico o privato?**

- In Danimarca esiste un'associazione di turismo chiamata "Visit Copenhagen": se si trattasse di una iniziativa del genere, sarebbe una garanzia di tutela e di sicurezza.
- Per me non è importante che sia pubblico o privato, l'importante è che sia una iniziativa grande che coinvolga tanti operatori (tipo unione di agriturismi).

#### **Il conduttore mostra i 5 girasoli e li affianca al marchio e alla scritta "agriturismo italia".**

- Sono girasoli, corrispondono al sistema delle stelle per gli alberghi.
- Secondo me non è necessariamente legato al ranking.

#### **Cosa potrebbero indicare 5 girasoli?**

- Possono essere legati alle attività che si possono fare (come andare a cavallo), alla location, al paesaggio.
- Non sono legati al lusso, come invece accade per gli hotel.

#### **Quanti girasoli scegliereste?**

- Tra 3 e 5;
- 4, ma dipende dal prezzo (non penso di potermi permettere un posto da 5).
- Uno da 5 può anche essere economico, i girasoli possono non essere necessariamente legati al prezzo.

#### **Come potrebbe essere un posto con 1 girasole?**

- Posto trascurato, casa malridotta, agriturismo meno autentico, meno caratteristico, menu rustico.

#### **Chi dovrebbe stabilire quanti girasoli attribuire ad un agriturismo?**

- Gli utenti, con un sistema online dove mettono il loro giudizio e commenti dettagliati.
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Sarebbe credibile un sistema online basato sul giudizio dell'utente o sarebbe facilmente falsificabile?**

- Il giudizio può essere truccato con computer che danno giudizi meccanicamente, sono più sicuri i commenti degli utenti.

#### **Se fosse il Ministero a dare il giudizio?**

- È più credibile, ma guarderei anche i commenti degli utenti.

#### **Quarto gruppo**

#### **Avete sentito parlare di agriturismi?**

- No.
- Li ho già sentiti, ma non ho idea di cosa si tratti.

#### **Dicendo "tourism in farm"?**

- È quello che viene in mente a molti.
- È un indizio in più, ma non spiegherebbe comunque il concetto.
- In Danimarca c'è una proposta che si chiama "vacanza in fattoria", dove si visitano fattorie per vedere la produzione di latte e di prodotti alimentari.

#### **Siete stati in un agriturismo?**

- No, mai.
- No, ma ho pensato a volte di farlo.

#### **Secondo voi cosa si fa in un agriturismo?**

- Ci si alza presto tutti i giorni e si fa la vita dell'agricoltore.
- Si lavora manualmente.

#### **Secondo voi prevarrebbe il lavoro o la vacanza?**

- È una combinazione delle due cose.
- Ci sarebbe da lavorare tanto.
- Prima l'agricoltore mostra come mungere le vacche, come tagliare la testa a un pollo, poi ci si riunisce a tavola per mangiare ciò a cui si è lavorato; in questo modo viene mostrato al cittadino lo stile di vita della campagna.
- Potrebbe anche trattarsi di un tour di fattorie e luoghi di produzione in Italia (tipo vini, formaggi, ecc), con pernottamenti in hotel.

#### **In quali paesi si fa questa attività, secondo voi?**

- Se si considerano Francia, Spagna e Portogallo, l'Italia non ha molto da differenziarsi.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### Se vi proponessero un agriturismo in Italia, come reagireste?

- Mi alletterebbe molto.
- Mi informerei meglio, chiedendo quali attività si fanno.

#### Quali prezzi vi aspettereste?

- Visto che oggi lo stile di vita naturale è di moda, direi che sarebbe più costoso di un hotel.
- Potrebbe essere circa come un hotel, perchè la struttura è meno lussuosa ma l'esperienza è più di nicchia.

#### Come cerchereste un'esperienza del genere?

- Andrei da Kilroy, è un'agenzia viaggi; mi informerei su internet ma prenoterei tramite agenzia.
- Guarderei su internet, ma solo dopo aver approfondito la conoscenza dell'agriturismo.

#### Cosa si potrebbe fare per pubblicizzare l'agriturismo italiano presso i danesi?

- Con social media.
- Groupon o pacchetti del genere (per proporre soluzioni convenienti).
- Sarebbe anche utile un film o qualcosa di televisivo ambientato in un agriturismo; in passato c'è stato un film riguardante il vino italiano che ha fatto esplodere il turismo verso l'Italia.

#### Il conduttore mostra il marchio.

- Mi viene in mente la colazione.
- Sembrano cartelli autostradali che indicano zone boschive o foreste.

#### Come lo descrivereste ad altri?

- Una casa e un albero dentro a un sole.
- La casa non ha nessuna connotazione, sembra un simbolo usato qui in Danimarca per indicare le case sulle barche.
- Non avevo notato la bandiera italiana, l'ho messa a fuoco solo dopo.
- Sembra il simbolo di un'area di sosta (con panchina e pino).

#### Il conduttore affianca al marchio la scritta "agriturismo italia".

- Non mi dà nessuna idea particolare.
- Sembra una cosa carina, ma non dà nessuno stimolo particolare.

#### È facile il testo per un danese?

- Un danese non saprebbe il significato della parte "agri", solo chi conosce una terza lingua può comprenderlo.
-

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Sarebbe utile anche metterlo in inglese?**

- Sì, la parola “farm” aiuta a capire il concetto.

#### **Secondo voi il marchio è pubblico o privato?**

- Se ne vedessi tanti in giro penserei che non è il marchio di un singolo privato.
- Non dà l'impressione di un marchio di garanzia, direi che è privato.
- Sembra bello, ma non è qualcosa di standardizzato.

**Il conduttore mostra i tre payoff in danese** (nell'ordine: Oplev oplevelsernes land, ossia vivi la terra delle emozioni; En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet, ossia un'esperienza senza tempo; En rejse gennem natur og traditioner, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).

- Il terzo è il migliore.
- Nessuno dei tre fa capire bene: il secondo suona bene ma non spiega, il terzo ha più senso ma non spiega abbastanza.

#### **Il conduttore mostra i tre payoff in inglese.**

- Il primo suona meglio in inglese che in danese.

#### **Quale frase potrebbe spiegare bene il concetto?**

- “Cibo e vino buono” in danese (il vino fa sempre colpo in Danimarca).

#### **Il conduttore mostra i 5 girasoli.**

- Sono cinque soli.
- Penso al sistema di ranking delle stelle.
- Dovrebbero essere un'indicazione di qualità del posto basata su: ottima location, buone materie prime, igiene e ordine nelle camere; non sarebbe legato al lusso degli hotel (stereo e comodità).

#### **Se fossero girasoli invece che soli?**

- Il girasole è un concetto positivo, come i soli.
- È un po' astratto come girasole, sembra proprio un sole.

#### **Come sarebbe un agriturismo con 1 girasole?**

- Stanze piccole, un po' sporche, bagno in comune con altri e pernottamento nel sacco a pelo.

#### **Chi dovrebbe dare la valutazione?**

- I clienti.
-

---

### 3. L'indagine sul mercato danese

---

#### **Potrebbe essere truccato un sistema di valutazione basato sugli utenti?**

- L'ideale è che i clienti dettino i criteri su cui basarsi, poi un organismo neutro dovrebbe fare dei controlli.

#### **Chi dovrebbe fare questo controllo?**

- Un ente statale, perché un ente privato poco conosciuto avrebbe scarsa credibilità.
- Magari inizialmente un ente statale, per poi passare con il tempo ad un ente minore ben conosciuto.

#### **Se fosse il Ministero dell'agricoltura?**

- Sì, sarebbe una garanzia.
- Mi fa pensare che il posto costi tanto se è il Ministero a garantire.
- Dovrebbe essere riservato a tutti, non solo a pochi e pregiati.

#### **Se un agriturismo non ha animali, dovrebbe avere il marchio?**

- Deve essere la valutazione del cliente a fare testo, la presenza o meno di animali non è un dettaglio importante.

#### **Un agriturismo potrebbe anche essere in città?**

- No, deve essere in campagna.

#### **Deve essere in montagna o in pianura?**

- La montagna è più bella, ma anche la pianura è adatta, basta che si coltivi e si possa fare una vita più naturale.

#### **Cosa mangerebbe?**

- Cibo rustico, prodotto localmente.
- Quello che si ottiene dal lavoro in loco (pasta, pollo, ecc).

#### **Se non ci fosse scelta di prodotti food, solo cibo che si produce sul posto, cosa pensereste?**

- Sarebbe positivo, purché sia buono e in quantità adeguata.
- Non pretenderei trattamenti speciali, vorrei semplicemente mangiare come i proprietari, magari insieme a loro.

#### **Vi attira l'agriturismo alla luce di quanto detto in quest'intervista?**

- Sì, decisamente.
-

## 4. L'indagine sul mercato tedesco

---



### L'indagine sul mercato tedesco

#### 4.1. I colloqui con le istituzioni e gli operatori

##### Prima intervista (di gruppo)

##### L'Italia rispetto ad altri paesi

- Un primo consiglio che emerge è quello di studiare come sono strutturate le vacanze negli agriturismi in Austria, Germania (Baviera), Svizzera e Alto Adige, perché ci sono spunti che dovrebbero essere considerati dagli agriturismi italiani.
- Un altro aspetto che si segnala come importante, per poter attrarre il turismo tedesco, è la valorizzazione del prodotto alimentare tipico italiano, come il vino e l'olio, perché i tedeschi sono ottimi clienti di prodotti italiani di eccellenza.
- È molto importante non dare per scontate le specificità regionali, che comunque attirano molto il cliente tedesco.

##### Abitudini

- I tedeschi sono molto consapevoli dei costi e dei benefici di una vacanza, la programmano con largo anticipo e impiegando molto tempo; lo studio accurato della vacanza diventa il passatempo dei mesi invernali.
- È molto importante per un tedesco programmare la vacanza, si ha bisogno di sognare l'estate con un certo anticipo.
- In genere si ha voglia di scappare dal clima della Germania, per cui sognare una vacanza al sole per un tedesco è molto importante.
- Il turista tedesco si informa e sente pareri di altri per scegliere il tipo di vacanza da fare.
- Si punta molto anche sulla prenotazione anticipata, per la convenienza a livello di prezzo.
- Il turista tedesco è molto importante per l'Italia: sul totale di turismo estero in Italia, il tedesco ha un'incidenza del 20-25 %.
- In media la vacanza di un tedesco attualmente è di 12 - 12,5 giorni, anni fa era di 20 giorni; di solito per l'Italia si stanziava un budget di circa 1000 €, con una spesa giornaliera di circa 100 €; in Spagna la spesa è un po' più bassa: 900 € totali, con circa 90 € al giorno.

##### Aspettative

- C'è una grossa potenzialità, perché l'agriturismo attira molto il tedesco, soprattutto quello che ha una famiglia giovane con bambini.
  - Ci si aspetta l'aria condizionata, molti comfort nei servizi, una buona colazione; probabilmente ci si aspetta anche di perdere un po' il concetto tipico dell'agriturismo.
  - Ci si aspetta la genuinità dei prodotti alimentari.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

- Ci si aspetta una certa familiarità con i proprietari, un contatto con la natura, un'autenticità del territorio. Ci si aspetta anche la possibilità di fare attività di movimento.
- È importante che nell'azienda agrituristica qualcuno parli tedesco.
- Ci si aspetta un costo limitato rispetto a quanto si spenderebbe in un albergo.
- È importante specificare con parole chiave in lingua tedesca che l'agriturismo è un tipo di vacanza che si può fare a buon prezzo.

#### Ricerca

- Il 50% dei tedeschi effettua questa ricerca su Internet, il 30% si basa su esperienze precedenti.
- A volte si cerca una vacanza che contempli un pacchetto tutto compreso, con viaggio e vari optional inclusi.
- Se si va su internet, si scrive su un motore di ricerca "vacanze di famiglia", "italia.it", "natura".
- In genere, quando si consultano dei siti per cercare delle proposte, se ne consultano diversi, ma dopo un po' di tempo ci si stanca e si rinuncia.

#### Sito

- In ogni caso sarebbe importante poter leggere le descrizioni di tutto il sito in tedesco.
- Il sito deve essere chiaro, efficiente, è questo che fa la differenza; il sistema deve essere aggiornato e bene organizzato: per esempio, potrebbe essere diviso per regioni e far ruotare periodicamente gli approfondimenti sulle varie regioni, per far sì che si conoscano tutte e che il sito non sia sempre uguale.
- L'iter per il navigatore deve essere chiaro, lineare, non farraginoso.
- Il portale deve avere delle direttive chiare e deve presentare in modo efficace tutti gli agriturismi, sempre con lo stesso criterio. Bisogna stare attenti a non creare delle sovrapposizioni con i siti delle associazioni di categoria, i siti delle regioni o dei singoli tourist offices, i siti delle istituzioni come Enit, i siti delle organizzazioni private specifiche come agriturismo.it, agriturismi.it, ecc.; i siti delle organizzazioni private generiche, come Trip Advisor o come Trivago.
- Il sito deve essere chiaramente istituzionale, non deve assumere una veste commerciale, che arrivi quasi alla prenotazione.
- È un vantaggio presentarsi su Internet come istituzione pubblica.

#### Marchio

- Emergono chiaramente alcuni aspetti davvero positivi legati al marchio, ai valori "solari e sereni" che trasmette, alla sua comprensibilità.
  - Il girasole è un concetto positivo, anche se probabilmente molti scambie-
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

- ranno i girasoli per soli; il sole è comunque un simbolo altrettanto positivo.
- Il sole è un bel simbolo anche per il bisogno di estate del turista tedesco; è ancora meglio del girasole.
  - “Agriturismo Italia” è molto chiaro.
  - La parola “erleben” è utilizzata in tanti messaggi; “erleben traditionen” (sperimentare le tradizioni) ricorda la campagna, l’aria fresca, le persone che si possono incontrare, però può essere sufficiente il marchio con la scritta “agriturismo italia”, senza bisogno di aggiungere altre spiegazioni, per non sovraccaricare troppo.
  - Per alcuni, è sbagliato scrivere Italia con l’iniziale minuscola, perché in Germania nei sostantivi è usata la maiuscola. Si ritiene che un agriturismo che richiami la tradizione debba usare la maiuscola; valorizza di più; la minuscola sminuisce. Altri dissentono, sostenendo che ormai è in uso corrente non utilizzare la maiuscola.
  - Sarebbe importante anche mettere la “Q” della qualità italiana proposta da Unioncamere.
  - Sarebbe importante raccordarsi con Unioncamere e altre istituzioni, altrimenti si rischia di fare tante iniziative sovrapposte che fanno sprecare tempo ed energie.

#### Classificazione

- Occorre stare attenti alle classifiche perché non sempre gli standard italiani di classificazione corrispondono a quelli tedeschi. Si immagina infatti, che a livello europeo sia difficile unificare le classificazioni (ci si è riusciti, però, per quanto riguarda il progetto Eccellenza Italia).
  - Il tedesco comunque ama le classificazioni.
  - Cosa si può aspettare il tedesco vedendo 5 soli o 5 girasoli vicino al simbolo dell’agriturismo? Si immagina di trovare una struttura con piscina, con animali; s’immagina di trovare un ambiente ricercato ed elegante; per esempio un agriturismo in Toscana, situato in un antico casale, oppure una villa storica di alto livello.
  - Oltre ai girasoli, sarebbe interessante trovare dei simboli descrittivi vicino al marchio dell’agriturismo, perché aiutano a comprendere ciò che l’agriturismo può offrire.
  - I soli o girasoli potrebbero anche essere il risultato del responso del livello di soddisfazione dei vari clienti, e ciò sarebbe visto positivamente da un cliente tedesco.
  - Occorre specificare se negli agriturismi possono essere comprese anche altre forme di ospitalità, come monasteri, conti o duchi che propongono soggiorni particolari, castelli, ecc. Poi, ci sono i Romantic Hotel, che sono piccoli hotel a conduzione familiare con una storia alle spalle.
-

---

## 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

### Altre interviste

- Molti tedeschi conoscono l'agriturismo, quindi non tradurrei il marchio, meglio descriverlo senza tradurlo, così si lascia inalterato in tutti i paesi.
  - La classificazione è opportuna, ma non è facile, perché è importante che le strutture rimangano semplici, mai di lusso, i criteri devono quindi essere molto differenti dagli hotel.
  - La dicitura agriturismo non è comprensibile, va spiegata con espressioni come casa vacanza, pochi tedeschi sanno cosa è l'agriturismo. Noi trattiamo anche casali indipendenti, ma è meglio che il marchio sia utilizzato solo per i veri agriturismi.
  - Non tradurrei in tedesco la parola agriturismo, altrimenti andrebbe tradotto come *ulaopaustinbauanof*, ma è un concetto un po' diverso; si può spiegare, lasciando inalterato il marchio, ma la parte maggiore già capirebbe pure senza spiegazioni. Classificare aiuterebbe anche gli operatori; noi però solitamente non si lavora con agriturismi, perché lavoriamo con gruppi, e le strutture agrituristiche sono troppo piccole.
  - La parola agriturismo è conosciuta solo da alcuni, molti utilizzano il termine *bauernhof*; è opportuno lasciare il marchio in italiano poi aggiungere una brevissima frase in tedesco con *bauernhof*; la classificazione è una questione delicata, perché l'agriturismo ha a che fare con la terra, la semplicità, forse meglio sviluppare delle categorie sull'effettivo contenuto biologico, sulla natura. Quella dell'agriturismo è una domanda che aumenta, ci sono molte richieste anche per gli agriturismi tedeschi.
  - Penso che il tedesco sia in grado di capire, anche se non conosce bene il concetto; la classificazione è senz'altro molto utile, occorre però spiegare a quali caratteristiche corrisponderebbero le diverse numerosità di girasoli.
  - Non occorre una traduzione, il tedesco può capire il concetto, anche se a volte ha idee sbagliate; molti su google inseriscono la parola agriturismo in italiano; a volte viene tradotta in modo strano, meglio non tradurla; occorre spiegare che in Toscana un agriturismo è diverso dalla Germania; è utile classificare, ma solo se ci sono tipologie omogenee in tutta Italia, altrimenti si crea confusione.
  - Non è il caso di tradurre il termine agriturismo, in quanto è facile da capire, per lo meno per chiunque conosca un po' di inglese; per gli altri, invece, forse è meglio tradurre.
  - Altri hanno sottolineato che chi è vicino al concetto di agriturismo, lo riconosce anche in italiano; chi è lontano, invece, non lo riconoscerebbe nemmeno in tedesco
  - Come payoff, è meglio evitare i primi due, perché sono generici, (nell'ordine: *Erleben Sie das Land der Gefühle*, ossia vivi la terra delle emozioni; *Zeitlose Erfahrungen*, ossia un'esperienza senza tempo; *Eine Reise durch Natur und Traditionen*, ossia un viaggio tra natura e tradizioni), soprattutto il secondo dice tutto e niente, mentre il terzo è più collegato,
-

## 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

spiega meglio (tanti si sono espressi in questo modo); qualcuno ha suggerito: si potrebbe utilizzare la frase: Erleben durch Natur (und Traditionen).

- Qualcuno ha obiettato sul minuscolo di “agriturismo italia”, dato che i tedeschi usano il maiuscolo per qualsiasi nome anche generico.
- Il marchio risulta in genere piacevole.
- Opinioni del tutto favorevoli sono state espresse a proposito della classificazione.

### 4.2. I focus group con i consumatori

Ai focus group hanno partecipato in complesso 15 soggetti in età compresa fra 25 e 65 anni.

#### Primo gruppo

##### Conoscete il concetto di agriturismo?

- Una persona ne ha già sentito parlare, mentre le altre due non lo avevano sentito.

##### Cosa fa pensare l'agriturismo?

- Vacanze in campagna, alimentazione, coltivazioni, vita nella natura, contadini.
- Dà l'idea di una vacanza in campagna, dove c'è un'alimentazione particolare.
- Ricorda la fattoria.
- Chi va in questi luoghi vuole fare un'esperienza nuova, nella natura.

##### In quali nazioni è bello fare un'esperienza del genere?

- In Germania, Francia, Svizzera, Italia, Romania, Paesi Balcani.

##### Cosa ci deve essere in un agriturismo?

- Ci deve essere la campagna, un territorio particolare in mezzo alla natura.
  - Prodotti che sono stati coltivati, raccolti e lavorati in loco.
  - È un luogo dove si è più attenti alla qualità che alla quantità, dove c'è una certa attenzione alle persone; chi va in questi luoghi è consapevole del valore che può avere un'esperienza di questo tipo.
  - In questo luogo non devono assolutamente esserci rumori, odori di prodotti chimici, grattacieli. Si deve poter vedere l'orizzonte.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

##### **Cosa pensate di un agriturismo in Italia?**

- A quasi tutti viene in mente la Toscana, un bel panorama, una sensazione di libertà.
- Ricorda il contatto con le persone.
- Viene in mente un senso di curiosità su ciò che si può incontrare.
- Viene in mente una buona alimentazione, quindi una voglia di conoscere i prodotti di quei luoghi.

##### **Che prezzi possono esserci in un agriturismo in Italia?**

- Si ritiene che sia giusto spendere 500-600€ per persona alla settimana
- Potrebbe quindi essere un po' caro, anche se è senz'altro più economico rispetto agli alberghi e agli hotel.
- Anche in Germania c'è disoccupazione. Sarebbe bello poter fare in questi luoghi dei lavoretti per poter spendere meno; sarebbe un incentivo economico e un'esperienza particolare per conoscere di più il luogo, integrandosi meglio nella comunità in cui è situato l'agriturismo.
- Se si va con tutta la famiglia sarebbe bello potere avere delle agevolazioni.
- Non si cerca il lusso dell'hotel, ma non tutti sono d'accordo con questa opinione: alcuni vorrebbero trovare comunque delle comodità e trovarsi la tavola apparecchiata.

##### **Se dovete cercare un agriturismo in Italia, in che modo vi muovereste?**

- Una persona andrebbe su Google e digiterebbe "ferie/vacanze in campagna in Italia" (in tedesco).
- Un altro digiterebbe anche le parole chiave "Toscana" e "campagna, fattoria".
- Altri metterebbero su Internet "vacanze in fattoria, avventura".
- Il sito dovrebbe essere in tedesco preferibilmente, una persona però dice che potrebbe anche essere in inglese.

##### **Esiste secondo voi un marchio per gli agriturismi?**

- Nessuno lo ricorda.

##### **Vorreste che nel sito fosse presente un soggetto che garantisca la qualità, l'autenticità dell'agriturismo?**

- Sì, sarebbe positivo, come per gli hotel con le stelle.

##### **Secondo voi in che modo sono attribuite le stelle a un albergo?**

- Probabilmente sono anche i clienti che sono andati in quell'albergo e hanno espresso delle valutazioni, in base a cui viene attribuito un numero di stelle.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

**Se per gli agriturismi ci fossero dei girasoli al posto delle stelle, cosa pensereste?**

- Sono graditi sia le stelle, sia i soli o i girasoli.
- Danno un senso di solarità, di leggerezza.

**Come vi aspettate un agriturismo con 5 soli o girasoli?**

- Ottimo, tutto ciò che offre è di buona qualità.
- L'offerta è al massimo, il cibo è ottimo.

**Chi decide quanti soli o girasoli attribuire a un agriturismo?**

- Possono essere i clienti.
- Può essere un'istituzione.
- Si ritiene che sia giusto che siano i clienti, hanno il diritto di parlare ed esprimersi dato che hanno usufruito del servizio.

**Se sapeste che è il Ministero Italiano dell'Agricoltura a dare queste valutazioni, cosa pensereste?**

- Hanno probabilmente dato dei fondi, qualcuno ha pagato per avere più stelle; ci si fida di più della sincerità che viene dalle persone; il Ministero genera un po' di diffidenza.

**Il conduttore mostra il marchio dell'agriturismo.**

- Fa pensare alla natura, al verde, al sole, all'Italia, al bel tempo, ai bei paesaggi, al verde, agli alberi, alla tranquillità.

**Questo marchio vi fa venire in mente un agriturismo?**

- Forse se ci fosse un trattore o una mucca, farebbe venire in mente di più un agriturismo.

**Il conduttore associa la scritta "agriturismo italia" al marchio.**

- Senza la scritta, due persone non avrebbero capito che si tratta di un agriturismo.
- Ricorda una vacanza, un turismo in campagna, una vacanza diversa, in fattoria.

**L'Italia è comprensibile?**

- Sì, va bene il colore.
  - Ad una persona ricorda un'associazione turistica, ad un'altra ricorda qualcosa di statale.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

**Il conduttore associa i tre payoff al marchio** (nell'ordine: Erleben Sie das Land der Gefühle, ossia vivi la terra delle emozioni; Zeitlose Erfahrungen, ossia un'esperienza senza tempo; Eine Reise durch Natur und Traditionen, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).

- Ricorda una società, un gruppo, un'azienda, un'associazione.
- Ricorda una iniziativa privata presente da tempo.

#### Qual è la frase migliore?

- La prima e la terza.
- Un'esperienza senza tempo non piace.
- Un partecipante suggerisce "sperimenta il paese delle tradizioni in un viaggio".
- La tradizione non riesce a collegarsi molto all'agriturismo.
- La frase più adatta per alcuni è la prima, però ci andrebbe anche la parola natura, tipo: "viaggio della natura".

#### Cosa vedete nella parte esterna del marchio?

- Il sole, l'allegria, la gioia.
- È un marchio fresco, qualcosa di nuovo.

#### E se fosse un fiore?

- Si ritiene che sia meglio un sole, perché ricorda il bel tempo.
- Però un girasole può anche ricordare la natura dell'Italia.

#### Potrebbe essere un girasole?

- Sì, anche il girasole esprime un concetto molto positivo.

#### Voi cosa fareste per promuovere gli agriturismi?

- Farei dei cataloghi che pubblicizzerei tramite agenzie viaggi.
- Farei dei siti, perché oramai moltissimi utilizzano Internet per prenotare le vacanze.
- Si farebbe sia un catalogo cartaceo che un sito web.
- Poi si parteciperebbe a fiere di viaggi, di vacanze.
- Mettere avvisi su giornali, dato che arrivano a molte persone, per esempio quelli distribuiti gratuitamente.
- Fare videoclip di pubblicità nei siti internet, per potersi fare meglio un'idea.

#### È una bella idea secondo voi mettere un marchio su tutti gli agriturismi?

- Sì, però bisogna che qualcuno sperimenti il posto per poterlo garantire, però farebbe comunque una buona impressione.
  - In questo sito il cliente dovrebbe avere la possibilità di descrivere cosa esattamente ha provato; ciò dà più fiducia rispetto a un'istituzione.
-

---

## 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

### Secondo gruppo

**Il conduttore mostra il logo dell'agriturismo e chiede ai partecipanti cosa ne pensano.**

- Girasole con foglie verdi, una casa al sole con un albero.
- È un simbolo positivo che fa pensare alla natura.

**Il conduttore associa al logo la scritta "agriturismo italia":**

- Fa pensare al turismo ecologico, all'Italia, all'agricoltura, alle vacanze in campagna, a una casa che si può affittare per le vacanze, con una bella posizione al sole.
- Ricorda l'eco turismo in Italia, fa venire in mente l'Italia pulita, mentre a volte le spiagge sono sporche.
- Ricorda un turismo naturale in Italia.

**Se la scritta fosse proposta in Germania?**

- Lo tradurrebbero in tedesco, anche la parola Italia. Sarebbe più serio, ispirerebbe più fiducia.
- Altri pensano che non si comprenderebbe in tedesco.

**Ricorda più un marchio pubblico o privato?**

- Ricorda più una catena commerciale.
- Se fosse pubblico si potrebbe chiamare "il nostro turismo naturale".

**Se si dovesse abbinare a una frase, quale sarebbe la preferita?** Vengono mostrati i seguenti payoff: nell'ordine: Erleben Sie das Land der Gefühle, ossia vivi la terra delle emozioni; Zeitlose Erfahrungen, ossia un'esperienza senza tempo; Eine Reise durch Natur und Traditionen, ossia un viaggio tra natura e tradizioni.

- Due persone preferiscono il terzo payoff, perché quando si va in vacanza piace fare un'esperienza nella natura, un'esperienza che recuperi la tradizione, da ciò possono nascere delle emozioni.
- È bello sperimentare il paese dell'emozione.

**Quale di queste frasi spiega meglio il marchio?**

- Alcuni dicono la prima e la terza, e sottolineano che bisogna assicurarsi che ci sia veramente un contatto con le persone e le tradizioni del luogo.
- Una persona preferisce la terza.

**Cosa pensereste se di fianco al marchio ci fossero dei girasoli, come le stelle in un hotel?**

- Si penserebbe a un sigillo di qualità, a una specie di verifica.
  - Indicherebbe cosa si può fare in quel luogo.
  - Il sole, i girasoli danno l'idea della crescita, del riposo, della bellezza, della luna piena.
  - Non è opportuno che l'Italia evidenzii dei sigilli di qualità, l'Italia non ha bisogno di certificare la sua qualità.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

##### **Chi potrebbe mettere questo sigillo di fianco al marchio dell'agriturismo, affinché sia credibile?**

- Potrebbe essere un ufficio turistico che valuta la qualità.
- Lo si vedrebbe bene, per esempio, in un catalogo di viaggio.
- Non deve essere fatto dallo Stato, ma da un istituto legato al turismo, che possa certificare una qualità in modo competente.
- Sarebbe positivo fare un sigillo di qualità che comprenda anche altri paesi.

##### **Se fosse il Ministero dell'Agricoltura italiano a mettere questo sigillo?**

- Sarebbe positivo, occorre però fare trasparenza su quelli che potrebbero essere i criteri di valutazione.
- Potrebbe essere fatto da un'associazione di consumatori per renderlo più credibile, come in Germania.
- Sarebbe bello se fossero anche altri paesi a fare queste valutazioni.
- Deve trattarsi di un istituto che ispiri fiducia.

##### **Chi è secondo voi che dà più fiducia?**

- Sarebbe positiva un'associazione di consumatori, avrebbe anche più senso. Sarebbe bello anche se fosse un'associazione di consumatori tedesca; il Ministero non è di per sé una garanzia. È meglio un'associazione di consumatori o un ente indipendente.

##### **Se vi trovaste davanti due simboli di agriturismi, uno con 2 girasoli e uno con 5 girasoli, quali differenze ipotizzereste?**

- Con i 2 girasoli probabilmente c'è poca animazione, potrebbe essere un posto poco pulito, dove non sia possibile fare acquisti; potrebbero esserci pochi mezzi pubblici che ci arrivano.
- Con meno girasoli, ci si aspetta un'offerta più povera.

##### **Conoscete il concetto di agriturismo?**

- Sì, è un turismo ecologico, un turismo nella natura.

##### **L'avete provato?**

- No, però deve essere come andare in un ristorante biologico, in un luogo dove ci sono offerte di questo genere.

##### **Cosa vorreste trovare in questo tipo di vacanza?**

- Una persona vorrebbe trovare quello che ha trovato durante un'esperienza che ha fatto in Spagna, una vacanza abbastanza libera, girando l'interno della Spagna, non solo nei luoghi più turistici, per conoscere gli spagnoli e le tradizioni vere. Sarebbe bello poter fare una vacanza di questo genere in Italia, trovare luoghi incontaminati, non inquinati.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

- Una persona ha fatto una vacanza simile in Sri Lanka, dove ha avuto l'impressione di un contatto vero con la gente del luogo. Sarebbe bello trovarsi in Italia proprio a contatto con quella che è l'Italia: musica italiana, ballo, dimostrazione di ballo italiano, artisti italiani, contatto con le persone, un cuoco che si fa conoscere nella struttura e che fa vedere come si cucina.

#### Come deve essere un agriturismo in Italia?

- Deve essere situato in un luogo con un paesaggio interessante.
- Deve offrire una buona qualità di piatti e materie prime con cui si preparano i piatti.
- Sarebbe importante andare in un agriturismo in Italia e conoscere le persone che vivono lì, andare nei luoghi che frequentano, allontanarsi dalle mete turistiche, conoscere la vera cultura del luogo.
- Ci deve essere un bel paesaggio particolare, un fascino autentico che possa portare a dire: "questa è l'Italia", "questa è un'esperienza che non si potrebbe fare altrove".
- Non deve essere un posto di grandi dimensioni, altrimenti diventerebbe un luogo di massa; deve essere un posto raccolto.
- L'agricoltore ci può essere, ma non è proprio indispensabile, anche perché ci sono zone tipiche senza agricoltura.
- Deve essere un luogo in cui poter sperimentare la vita autentica italiana.

#### Come scegliereste un agriturismo italiano?

- Mi informerei da amici.
- Cercherei su internet (tutti hanno fatto questa affermazione).
- Cercherei tramite agenzie viaggi.

#### Come vi muovereste su internet per trovare le proposte di agriturismo?

- Si scriverebbero le parole chiave: turismo esperienza, Italia, turismo ecologico, turismo esperienza nella natura.

#### Con quali criteri scegliereste?

- Guarderei il paese, come è l'alloggio.
  - Guarderei anche se ci si può muovere con il bus o in bicicletta, un luogo che offra percorsi in campagna, in cui provare prodotti tipici, un luogo che nelle vicinanze abbia molte possibilità, non un alloggio privato.
  - Mi darebbe delle garanzie il fatto di poter vedere le valutazioni di altre persone che hanno fatto un'esperienza simile.
  - Guarderei anche come mi rispondono alla mail.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

##### **Se il sito fosse solo in inglese e in italiano?**

- Per una persona è un problema, per gli altri no.
- Se è troppo tedesco, può dare l'impressione che ci siano troppe persone.
- Una proposta comunque ecosostenibile è più attrattiva, le persone sono attente a ricevere qualità, non piace più il turismo di massa.

##### **Terzo gruppo**

##### **Conoscete il concetto di agriturismo?**

- Due partecipanti l'hanno già sentito e letto; uno assolutamente no.

##### **Cosa vi fa pensare?**

- Vacanze in campagna, in fattoria, nell'ambito dell'agricoltura.
- Non è un hotel, forse una fattoria o una casa di campagna, con cucina tradizionale, biologica, molto naturale.
- Un posto naturale dove si vede la vita di fattoria.
- Una situazione rustica, campagnola.
- Il partecipante che non ha mai letto riguardo gli agriturismi, se invitato a un'esperienza del genere, la proverebbe volentieri.

##### **Cosa vi deluderebbe?**

- Rimarrei deluso se non ci fosse nulla sulla vita di campagna.
- Se ci fossero troppe comodità, apparecchi e lusso a disposizione (tv, stereo, piscina), rimarrei deluso: si deve fare la vita di campagna.

##### **Come immaginate l'agriturismo in Italia?**

- In montagna, con un paesaggio fiorito, naturale, stanze rustiche e colori caldi (terracotta).
- Ulivi intorno alla casa.
- Una versione italiana della baita tedesca.

##### **Che prezzo vi aspettereste?**

- Un po' meno costoso di un hotel, mancano il lusso e le comodità dell'albergo.
- Più conveniente perché è tutto più semplice.

##### **Cosa pensereste se fosse possibile lavorare?**

- Sarebbe positivo.
- Lo farei subito, conosco un po' la vita contadina (ho parenti agricoltori).
- Sarebbe bello per conoscere quello stile di vita, sia vendemmiare che cucinare, tutte cose che in città non si fanno mai.

##### **Vi piacerebbe lavorare anche 10 ore al giorno?**

- Sarebbe troppo, bisogna anche fare vacanza.
  - L'ideale sarebbe 4-5 ore al giorno.
-

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

##### **Come cerchereste di programmare una soluzione di questo tipo?**

- La troverei su internet o tramite agenzie viaggi.
- Usando internet, ho sempre fatto così perché si risparmia.
- Chiederei ad amici che hanno fatto queste esperienze.
- Ci sono siti internet che contengono recensioni e forum di domande-risposte, dove ci si può informare.
- Cercherei su Google mettendo queste chiavi di ricerca:
  - Land urlaub (vacanza in campagna);
  - Natürliche urlaub (vacanza naturale);
  - Urlaub auf dem Bauernhof (vacanza in fattoria).

##### **Cosa potrebbe deludervi nel sito internet di un agriturismo?**

- Se fosse strutturato male, con troppe informazioni e confuse.
- Se ci fossero colori poco adatti e immagini poco significative.
- Dovrebbero esserci dei link utili, deve essere ben esplorabile.

##### **Il conduttore mostra il logo ai partecipanti.**

- Penso al sole, al bel tempo, alla natura e all'Italia (per il tricolore in basso).
- La parte esterna è un girasole.
- È per metà sole e per metà fiore.
- Dà un'idea molto positiva.
- Sono belli i colori italiani, ma manca il blu del cielo italiano, c'è troppo verde e giallo.

##### **Il conduttore mostra la scritta "agriturismo italia" affiancata al marchio e invita a commentare.**

- Con questa sigla, il contenuto della vacanza è più chiaro.
- Si ha già un'idea più precisa, anche se non è una descrizione del tutto precisa della vacanza.

##### **È difficile da leggere e capire questa sigla per un tedesco?**

- Si immagina il significato grazie alla parte "agri" della parola agriturismo.
- Inoltre le parti "turismo" e "italia" sono molto conosciute.

##### **Sarebbe utile tradurla in tedesco?**

- La lascerei così, è più italiano; poi è giusto che sia una parola italiana.
  - Sarebbe difficile trovare una traduzione corta e altrettanto rappresentativa.
  - La lascerei così, caso mai spiegando meglio di che si tratta su un sito internet.
  - Se si va in Italia ci possono essere vari tipi di vacanza a seconda della regione; bisognerebbe distinguere meglio il tipo di agriturismo a seconda della zona in cui si trova.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

##### **Questo marchio secondo voi proviene da un ente pubblico oppure privato?**

- È più pubblico che privato: potrebbe essere un piano per attirare turisti, finanziato da un ente pubblico.

##### **Che tipo di ente pubblico potrebbe essere?**

- Potrebbero essere il gruppo TUI, un'unione di molti tour operators.

**Il conduttore mostra i tre payoff e invita a commentarli** (nell'ordine: Erleben Sie das Land der Gefühle, ossia vivi la terra delle emozioni; Zeitlose Erfahrungen, ossia un'esperienza senza tempo; Eine Reise durch Natur und Traditionen, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).

- Sono molto buone come spiegazioni, ma sono solo i punti salienti.
- Andrebbero integrati con articoli che spieghino dettagliatamente.
- È buono come titolo, ma non è una spiegazione.
- Attira di più l'ultima frase; la parola "viaggio" invoglia ad approfondire.

##### **Andrebbe bene la traduzione inglese per un tedesco o occorrerebbe anche la traduzione in tedesco?**

- È meglio la traduzione in tedesco, con l'inglese potrebbero esserci fraintendimenti.
- Possono esserci vari utenti, quindi il sito dovrebbe essere multilingue.

##### **Se fosse un sito solo in italiano e inglese, cosa pensereste?**

- Lo cercherei altri siti.
- Se mi interessasse lo leggerei comunque, ma sarebbe meglio in tedesco, perché non si riuscirebbe mai a capire tutto, poi non ci si forzerebbe per tradurre.

##### **Il conduttore mostra l'immagine con i 5 girasoli e la abbina alle altre immagini viste fin'ora, invitando i partecipanti a commentare.**

- Sono un bel decoro, ma non saprei a cosa sono attribuiti questi simboli.
- Sarebbero belli da usare come elementi di un menu del sito, diversificandoli un po'.

##### **Immaginando che non siano oggetti di un sito, di cosa si potrebbe trattare?**

- Potrebbe essere un sistema di valutazione, tipo le stelle per gli hotel, oppure la valutazione online degli utenti.
  - Questo sistema di valutazione potrebbe essere buono, ma andrebbero bene anche altri simboli (come le bandiere italiane per esempio, e molti altri).
-

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

##### **Chi dovrebbe fare queste valutazioni?**

- Il cliente stesso, non le istituzioni.

##### **Se fosse il Ministero Italiano dell'Agricoltura a dare le valutazioni, cosa pensereste?**

- A me non basta, occorrono anche pareri di utenti, perché si ottengono informazioni più precise (questo vale per tutti i paesi).
- L'ideale sarebbe avere entrambe le valutazioni (ministero + clienti).

##### **Se, cercando un agriturismo, ne trovaste uno con 2 girasoli e uno con 5, cosa pensereste?**

- Cambierebbero il tipo di lavoro offerto, i cibi e il clima della zona.
- Forse, i simboli sono proporzionali ai giudizi degli utenti.
- Non escluderei a priori quello con 2 simboli, ma guarderei le opinioni per valutare meglio.

##### **Questi simboli potrebbero essere associati al lusso?**

- Non tanto al lusso, ma all'offerta che fornisce il posto (poter lavorare, se è una pensione completa o mezza pensione, attività anche per bambini).

#### Quarto gruppo

##### **Il conduttore mostra il marchio e chiede a cosa viene associato.**

- È un prodotto naturale, ecologico.
- È una foresta, può essere un cartello in un bosco.
- Colori amichevoli, raggi di sole.
- C'è molto verde e un po' di giallo, con dentro una casa e un albero.
- È un po' noioso, non rimane in mente, il verde è troppo forte.
- La parte esterna può essere un sole o un girasole.
- È qualcosa collegato all'Italia.
- La bandiera italiana è meglio sopra che sotto, così sembra una strada.

##### **Il conduttore affianca la scritta "agriturismo italia" al marchio mostrato.**

- La scritta non è difficile da leggere, ma è difficile da capire: si pensa a vacanze in fattoria (in Italia).
- L'immagine non dà emozioni, è una casa abbandonata dove non c'è la passione italiana.

##### **Conoscete l'agriturismo?**

- Due partecipanti non lo conoscono.
  - Un partecipante immagina in cosa possa consistere, ha letto in alcuni giornali, ma non ne ha un'idea chiara.
-

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

- Penso a turismo in campagna, nelle zone mediterranee, vicino a ulivi (il partecipante afferma di essere un po' prevenuto).

#### Come tradurreste il concetto "agriturismo" in tedesco?

- La parola "turismo" è un concetto chiaro.
- La parola "agri" indica qualcosa legato all'agricoltura, unendola a turismo diventa "vacanze in campagna".

#### Sarebbe il caso di tradurre la parola "agriturismo" in tedesco?

- Va lasciato così, perché basta informarsi e si capisce subito di cosa si tratta.
- Si potrebbe mettere un significato tedesco accompagnato alla parola italiana.

**Il conduttore mostra i 3 payoff** (nell'ordine: Erleben Sie das Land der Gefühle, ossia vivi la terra delle emozioni; Zeitlose Erfahrungen, ossia un'esperienza senza tempo; Eine Reise durch Natur und Traditionen, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).

- Il primo colpisce di più; il secondo è più noioso; il terzo è il migliore.

#### Avete frasi migliori da suggerire?

- Io mixerei la prima con la terza.
- "Sperimentate l'Italia tra Natura e Tradizione".
- "Sperimentate la Sensazione Italiana in un viaggio".
- "Italia tradizionale con Natura, Emozioni e Momenti italiani".

#### Sembra una iniziativa privata o di una pubblica istituzione?

- È un'associazione (unione di diverse imprese, come hotel, pensioni).
- È un'associazione di agricoltori e di chiunque abbia pensioni in campagna; non è più coinvolto l'ente del turismo. È una iniziativa privata.

#### Cosa pensereste se fosse una iniziativa del Ministero dell'Agricoltura?

- In effetti, è possibile.
- Sarebbe positivo, è una specie di sigillo di qualità.

#### Il conduttore affianca l'immagine dei girasoli.

- È come il sistema delle stelle per gli hotel.
  - Sono simboli che indicano attrattive interessanti da vedere, per esempio panorami.
  - Potrebbe essere una valutazione, però non saprei cosa significhi il simbolo del sole.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

##### **Se trovaste un agriturismo con 1 girasole e uno con 5 girasoli, quale scegliereste?**

- In quello con 5 soli ci sono più proposte (bar, percorsi naturalistici).
- Non mi aspetterei di avere “all-inclusive” perché siamo in campagna; però con 5 soli mi aspetto un posto pulito con un bel paesaggio.
- Con 5 soli mi aspetterei un’atmosfera veramente italiana con caminetto, posto accogliente e buon cibo regionale.
- Con 1 sole mi aspetto una soluzione di solo pernottamento, molto semplice, come nelle baite dopo una camminata (tipo un ostello).

##### **Quanti girasoli scegliereste per un agriturismo?**

- Da 3 a 5.

##### **Quali caratteristiche attribuite o immaginate per un agriturismo oltre a quanto già detto?**

- Mangiare, andare in bicicletta.
- In Baviera, c’è la vacanza in fattoria.
- Mi aspetto una soluzione naturale con tutta la famiglia, dove si può vedere e imparare la produzione locale.
- È una soluzione adatta anche a gruppi di amici.

##### **Quanto si spende secondo voi in un agriturismo?**

- Dipende dalle caratteristiche dell’insieme.
- Non si spende poco.
- È paragonabile agli hotel, in base a quanti soli ci sono.

##### **Vi aspettereste di trovare la produzione di prodotti locali?**

- Assolutamente sì.
- Non necessariamente, può semplicemente essere una casa di campagna, però la parola “agri” sarebbe fuori luogo in questo caso.
- Si dovrebbe almeno poter fare gite all’aria aperta e visitare la zona.

##### **Come vi informereste per cercare una vacanza del genere?**

- Non andrei in agenzie, cercherei su internet, scrivendo parole chiave come:
  - Vacanze, Italia
  - Vacanze in campagna, Italia
- Il sito deve essere in tedesco.

##### **Se trovaste una pagina del Ministero dell’Agricoltura e una pagina privata, quali sarebbero i vostri orientamenti?**

- Deve essere un sito certificato, quindi se è del Ministero è più sicuro.
  - È noioso se è troppo statale, è meglio una pagina privata con una nota del Ministero che la certifichi.
-

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

- Il Ministero deve essere una garanzia di qualità.
- Se ci fosse un operatore turistico conosciuto mi darebbe più fiducia.

#### **È meglio la garanzia del Ministero, di una Regione italiana, di un tour operator o di un altro privato?**

- Un Ministero statale è più sicuro.
- Il tour operator tira acqua al suo mulino, anche se ci sono comunque le valutazioni degli utenti; il Ministero è meglio.

#### Quinto gruppo

##### **Conoscete il concetto di “agriturismo”?**

- No.
- Mi dice qualcosa.
- Me lo immagino.
- Turismo che è in raccordo con l'agricoltura.
- Vacanze in fattoria.
- Vacanze con lavoro in fattoria.

##### **Avete provato vacanze del genere?**

- Mi sono informata, sul Mar Baltico c'è un posto dove lavorando due ore al giorno per 14 giorni l'alloggio è gratuito. Lavorando di più il turista viene pagato.
- Ho fatto un apprendistato in una fattoria didattica; le scolaresche venivano divise in gruppi a cui spiegare le attività agricole che si svolgevano.

##### **Cosa non deve mancare in un luogo del genere?**

- Non deve mancare la serata libera.
- Silenzio e tranquillità.
- Non deve essere un'azienda “industrializzata” con grandi numeri di animali, dovrebbe essere una attività più naturale, più biologica.
- È importante fare vedere ai bambini il ciclo lavorativo della campagna.

##### **Quali paesi sono più adatti, secondo voi?**

- La Spagna non è adatta, perché gli spagnoli stanno producendo in modo intensivo e rovinano il territorio per il turismo.
- L'Olanda è un buon paese per questo tipo di proposta.
- L'ideale sono paesi con un buon clima e bei paesaggi.
- Italia, Francia, Germania e Bulgaria possono essere adatti.

##### **Che differenze ci sono tra Italia e Germania in questo ambito?**

- In Italia ci sono zone (come il Sud Tirolo), dove non ci sono differenze con la Germania. In generale, il Nord Italia è abbastanza uguale alla Germania.
-

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

- Non ho idea di come sia una fattoria in Italia (un altro intervistato risponde: "sono molto belle").
- In Italia la vita di campagna è più rilassante come ritmi, si mangia bene e si è più tranquilli (ma forse di tratta di un'immagine pubblicitaria).

#### **Che prezzi potrebbe avere un posto del genere?**

- È più economico degli hotel.
- In una fattoria che avevo visto, i prezzi erano alti: in fondo, la fattoria era molto bella e il prezzo alto è giustificato.

#### **L'Italia è cara rispetto agli altri paesi?**

- Non so.
- Da quando c'è l'euro non è più tanto economica; anche in Grecia ultimamente sono aumentati i prezzi.
- L'Italia non è più economica degli altri paesi dell'Europa meridionale, però la Francia è più cara.

#### **Come cerchereste una vacanza del genere?**

- Internet; scriverei su Google: "Italia", "vacanza", "fattoria biologica".
- Tramite conoscenze, persone che hanno già avuto esperienze (farei comunque una verifica su internet).
- Tramite amici ho conosciuto diverse cose molto positive. Con internet si può anche aver sfortuna, non si dice sempre la verità.
- Se il sito fosse in italiano e inglese andrebbe bene, ma non solo in italiano.

#### **Secondo voi gli agriturismi sono classificati?**

- Il concetto di vacanza in fattoria è comune a tutti, non penso che ci sia una vera e propria classificazione.
- Quando e se l'esperienza si diffonderà di più, ci saranno sicuramente classificazioni.
- Io darei più valore all'opinione di un conoscente che alla valutazione di un certo sistema.
- Il sistema stelle non sarebbe adatto. Al massimo occorrerebbero criteri di scelta, con parametri tipo: paesaggio, comodità, vicinanza a città.
- È difficile immaginarsi livelli di comfort precisi in un caso del genere; sarebbe come se uno potesse decidere di dormire nella stalla oppure no (specie per i bambini).

**Il conduttore mostra l'immagine con i 5 girasoli:** se ci fosse una classificazione tipo le stelle per gli hotel, voi cosa scegliereste?

- A me 3 soli andrebbero bene.
  - Ne cercherei uno economico.
  - Io li guarderei tutti e valuterei.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

##### **Il conduttore mostra il marchio e lo affianca ai girasoli.**

- È come dovrebbe essere: alloggio nel verde.
- È carino.
- Ora che si parla delle vacanze in campagna, il riconoscimento è immediato.
- Mi verrebbe in mente un girasole con dentro una casa e un albero accanto.
- Un possibile luogo di vacanza con a fianco la bandiera italiana.
- È una fattoria con una porta, in mezzo alla natura. Non avrei pensato all'Italia se non se ne fosse parlato.

##### **Il conduttore mostra anche la scritta "agriturismo italia".**

- Non è difficile da leggere.

##### **Converrebbe tradurla in tedesco?**

- Non saprei come tradurla, al massimo come "turismo agrario".
- "Agro" in tedesco si usa per dire "aggressivo" (tipo la benzina agro, che è quella meno ecologica). Però "agri" va bene.
- Tradotto in tedesco diventerebbe troppo tecnico.
- È una combinazione di parole contrastanti (per me vacanza è lontano da campagna come concetto). Però se si è interessati, si approfondisce.
- A me viene in mente la sigla "gran turismo" e penso a qualcosa di motorizzato; "agritour" sarebbe meglio.

##### **Secondo voi è un marchio privato o pubblico?**

- A me sembra una catena di hotel, un nome che include tutto.
- Mi sembra una struttura organizzata molto grande, il contrario di quello che cercherei (fattoria, famiglia).
- Diventa un "Robinson Club" ma in una fattoria.

##### **Se ci fosse il logo del Ministero dell'Agricoltura?**

- Io sarei confusa.
- Io me lo aspetterei, trattandosi secondo me di una iniziativa pubblica.

##### **Abbinando il logo del Ministero ai girasoli?**

- Ci collegherei il prezzo, il livello di comfort, che non si addice a una fattoria.
  - Sembra una iniziativa organizzata dallo Stato, come tempo fa in Jugoslavia.
-

---

#### 4. L'indagine sul mercato tedesco

---

**Se il Ministero Italiano dell'Agricoltura realizzasse una iniziativa di questo genere, per attirare turisti, quali messaggi dovrebbe lanciare?**

- Cultura, stile di vita italiano.
- Secondo me la fattorie hanno una vita dura, si tratta di darle una mano nel lavoro.
- Le persone che ci vanno puntano a un tipo di turismo diverso dalla spiaggia, qualcosa di naturale tipo "ritorno alle origini".

**Il conduttore mostra i tre payoff** (nell'ordine: Erleben Sie das Land der Gefühle, ossia vivi la terra delle emozioni; Zeitlose Erfahrungen, ossia un'esperienza senza tempo; Eine Reise durch Natur und Traditionen, ossia un viaggio tra natura e tradizioni).

- Il terzo ha un effetto migliore.
- I primi due sono esagerati: si sa che il bio non è sempre credibile.
- Il primo è quello che cattura di più l'attenzione, il secondo non dice nulla, il terzo è un po'noioso.

**Quali potrebbero essere idee alternative?**

- Quando penso all'Italia mi piacciono concetti semplici, tipo pane bianco, olio di oliva, sole al tramonto, spaghetti.
-

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

# L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

## 5.1. Regno Unito

- Gli inglesi amano la natura, l'aria aperta, la farm, per cui l'agriturismo ha potenzialità di sviluppo.

Viene ritenuta senz'altro positiva una iniziativa che preveda marchio e classificazione, gli inglesi cercano garanzie e affidabilità. L'agriturismo, gestito in modo più organizzato, potrebbe quindi avere maggiore diffusione. Gli attuali agrituristi vengono in Italia già consapevoli del fatto che si scontreranno con una certa disorganizzazione. Un miglioramento in questo senso consentirebbe di ampliare la cerchia dei potenziali utenti.

La certificazione deve essere ben visibile, come ha fatto la Spagna per il turismo e per i prodotti spagnoli. Per l'Italia, è fondamentale collegarsi alle varie iniziative del turismo, per esempio quelle attuate dall'Enit.

Il marchio e le iniziative devono essere nazionali, non riferiti alle singole regioni, ponendo in evidenza il raccordo con l'agricoltura sostenibile, quella biologica, ecc.

La parola agriturismo dovrebbe essere spiegata, anche in inglese, senza essere prolissi.

- Il concetto di agriturismo si traduce in inglese con farm holidays. Il termine agriturismo va mantenuto in italiano, affiancato però da una breve spiegazione in inglese. I girasoli e il sole sono ritenuti simboli positivi. La classificazione è particolarmente utile per il turista inglese.

Sarebbe positivo un collegamento del marchio mostrato con un riferimento britannico (per esempio, un ente di certificazione), una "garanzia vicina al turista", dotata di autorevolezza riconosciuta. Il Ministero italiano dovrebbe appoggiarsi a chi già opera nel settore, nel fornire questa certificazione.

Occorre insomma offrire certezze e certificazioni che non provengano solamente da parte italiana.

- I londinesi vengono in Italia perché questo Paese rappresenta una icona: bella vita, relax, vacanza serena con la famiglia, lontana dai ritmi frenetici. È soprattutto la fascia di mezza età a frequentare l'Italia, è un turista che la idealizza. Paesi per i giovani sono la Spagna e l'Olanda, più divertenti ed economiche dell'Italia.
-

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

In ambito italiano, attraggono particolarmente alcune regioni, come la Toscana, il Lazio, la Sardegna, la Campania, le regioni sciistiche, le città d'arte come Venezia e Torino. Passano inosservate o non attirano altre regioni, come il Molise e la Calabria.

Dato che sono soprattutto i giovani orientati a utilizzare internet, la principale fascia che richiede l'agriturismo fa spesso riferimento al tour operator o all'agenzia.

Le lamentele più frequenti riguardano le multe e i prezzi alti. Il turista inglese è esigente, non è rigido come il cliente tedesco, ma è rispettoso delle regole, si aspetta che tutto debba essere come è stato presentato.

Molti turisti che si dirigono in Italia hanno una passione per questo Paese. A volte però, soprattutto nel sud Italia, l'offerta differisce da quanto era stato presentato.

Capita che gli italiani si comportino da "furbetti", e questo delude il turista inglese.

Il turista inglese va in un agriturismo soprattutto per mangiare bene, ma sono visti positivamente una piscina, fare esperienze nel territorio, cavalcare.

L'inglese non si aspetta che si parli inglese in un agriturismo italiano, è importante però che tutto il materiale informativo, compreso quello sul sito, sia anche in inglese.

L'inglese non cerca soggiorni dove si lavora, in alcuni casi si organizzano soggiorni di formazione per giovani dove si lavora (lavoro/vacanza).

Il marchio dell'agriturismo, mostrato all'interlocutrice, risulta positivo: a un londinese richiama senz'altro l'Italia, perché c'è la bandiera italiana. Il marchio ricorda il sole o il girasole (che è un fiore un po' sconosciuto nel Regno Unito).

Per una diffusione nel Regno Unito, la parola agriturismo è meglio che sia tradotta in inglese; la conoscenza per ora è di nicchia; solo chi già conosce l'agriturismo capisce il termine in italiano.

Per quanto riguarda il payoff, si deve trattare di un testo semplice, breve ed esplicativo, l'inglese è razionale, il londinese legge in fretta, cerca immediatezza.

Il payoff "a timeless experience" è breve ma emotivo, non spiega.

L'inglese ama la classificazione, ma vanno spiegati i criteri. Un solo girasole lascia perplessi. Cinque girasoli fanno pensare a cibo sopraffino, servizio ottimo, arredo ricercato.

Infine, alcuni suggerimenti: creare un sito con il sistema agriturismo italiano è importante, è vero che si va in agenzia, ma si guarda anche il sito. Altrettanto importante è fare informazione presso i tour operator inglesi, dividendo le proposte per tipo di destinazione: lago, montagna, mare, ecc.

Occorre contattare i tour operator che lavorano per un turismo attivo nella natura, educarli su una tipologia di prodotto oggi poco diffusa.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

- Il turismo per l'Italia è alimentato dall'attrazione verso food, vino e olio in modo particolare.

Il concetto di agriturismo non è conosciuto a molti, occorrerebbe realizzare una campagna informativa.

Attualmente, c'è una trasmissione televisiva basata sulla ricerca di case nei paesi sud-Europei. Si sono organizzate anche fiere in questo settore. Potrebbero rappresentare un modo per contattare i tour operator che solitamente partecipano.

Una parte dei turisti, comunque, conosce il concetto di agriturismo, ma il termine in italiano probabilmente non è conosciuto.

Una garanzia da parte del Ministero sarebbe senz'altro positiva e gradita dagli inglesi, come fattore di assicurazione. Occorrerebbe però sviluppare bene la conoscenza del marchio.

### 5.2. Giappone

- Il viaggiatore giapponese spesso è competente sull'Italia. Solitamente, parte dalle grandi città poi cerca di andare su centri minori. Occorre considerare che il turista giapponese che viene in Italia è di livello medio-alto o alto.

Il termine agriturismo dovrebbe essere abbastanza comprensibile. In Giappone non ci sono agriturismi come in Italia, ma il concetto è abbastanza conosciuto, per esempio, nell'ambito del vino, di cui anche il Giappone sta diventando produttore. Si stanno infatti diffondendo i festival del vino.

In gran parte, il viaggiatore giapponese non pretende che tutto sia scritto in giapponese, sicuramente, un pay-off in giapponese colpirebbe molto favorevolmente. "Sarebbe come essere a casa propria", soprattutto per quanto riguarda gli anziani.

Tuttavia, uno slogan in lingua inglese semplice e immediato non dovrebbe costituire un problema per il turista nipponico, se si eccettua la parte più anziana della popolazione. Molto spesso, slogan di questo tipo richiedono un lavoro doppio a causa dell'unicità e delle sottigliezze della lingua, che difficilmente possono essere colte se non dai madre-lingua o da coloro che risiedono stabilmente in questo Paese. Il margine di errore, in tal caso, è molto elevato e potrebbe quindi risultare indispensabile la consulenza di un esperto del settore che conosca a fondo questo mercato.

Un messaggio che evochi immagini di esperienze culinarie avrebbe forte impatto. Ciò, in considerazione del fatto che l'elevata raffinatezza della cucina giapponese ha formato un consumatore molto esigente e, per questo motivo, capace di apprezzare come pochi altri la qualità dei nostri piatti. Occorre tra l'altro tenere presente che, tra le cucine internazionali, quella

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

italiana continua a dominare incontrastata il mercato giapponese (10.000 esercizi circa in tutto il Paese, di cui una buona parte localizzati nella capitale, mediamente di elevato livello) e che il turista nipponico sceglie il nostro Paese anche per sperimentare in loco i piaceri della cucina nostrana.

I giapponesi sono molto inquadrati e precisi, quindi una classificazione univoca è vista come un notevole aiuto nella scelta. Ancora meglio se accompagnata da simboli descrittivi delle attività, delle caratteristiche della struttura, ecc. Nelle attese del giapponese, tutto deve essere chiaro, facile e preciso.

- Per i tour operator, le strutture agrituristiche sono difficili da trattare, in virtù della loro dimensione, inadatta per esempio a gruppi di turisti. Alcuni giapponesi conoscono il concetto di agriturismo, ma non sono molti. Un sistema di classificazione è senz'altro gradito in Giappone, renderebbe più facili le scelte sia dei tour operator, sia dei turisti stessi.

Un sito in inglese sarebbe capito dalla maggior parte dei giapponesi. Occorre anche considerare che è difficile tradurre concetti e sensazioni in giapponese senza perdere di efficacia. È assolutamente da evitare la traduzione automatica.

I simboli contenuti nel marchio Agriturismo Italia sono positivi, non hanno nessuna connotazione negativa per il giapponese. Molti giapponesi sono attirati da proposte turistiche basate sulla natura, sui prodotti naturali, sul vino.

- L'inglese è parlato da pochi, occorrono brevi spiegazioni dell'agriturismo in giapponese. L'agriturismo è sconosciuto alla maggior parte dei giapponesi, come concetto.

Per il loro carattere organizzato, la classificazione e l'apposizione di un marchio di riconoscimento sono iniziative senz'altro opportune per i giapponesi, che richiedono sempre una forte e precisa organizzazione relativamente a tutti gli aspetti.

Il giapponese si muove sempre bene organizzato, è attratto dalle grandi città d'arte, ma anche dalla cucina italiana, in tutte le sue caratteristiche. Il giapponese adora i ristoranti italiani, non è un caso che Tokyo sia caratterizzata da una elevata numerosità di questi ristoranti.

Sarebbe interessante prospettare ai giapponesi una alternativa alle città d'arte, soprattutto per chi le ha già visitate, itinerante e basata su strutture agrituristiche di diverse zone: per provare la cucina di tante regioni, per assaporare l'Italia meno nota ma più autentica. Si combinerebbe così il relax legato alla sosta negli agriturismi, al movimento tra le diverse aree nazionali.

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

Il turista giapponese non fa 10 mila km per restare sempre nello stesso luogo per 10 giorni. Non rientra nella sua mentalità: vuole vedere più luoghi possibili e provare tante esperienze.

Il girasole è un fiore amato dai giapponesi. I simboli contenuti nel marchio sono coerenti con la cultura giapponese e risultano piacevoli. Sarebbe opportuna una iniziativa di divulgazione presso i tour operator giapponesi.



### 5.3. Corea

- Anche in Corea l'agriturismo sta facendo un certo successo, molti ritirati dal lavoro sono ritornati all'agricoltura, e hanno aperto strutture agrituristiche.

Il mercato coreano del turismo è molto centrato sull'educazione, intendendo con questo termine arte, ma non solo. Si può sottolineare l'aspetto educativo dell'agriturismo, sia per gli adulti, sia per i bambini: per esempio, un corso di cucina.

Il coreano è attento all'esperienza e cerca situazioni locali che in nessun altro luogo si possano trovare, come andare a cavallo, raccogliere olive, ecc.

Un altro fattore importante è la famiglia: molti coreani si muovono in famiglia, trovano difficoltà ad avere una atmosfera familiare, soluzioni valide per tutta la famiglia. Per esempio, in albergo è difficile trovare soluzioni non troppo costose per una famiglia di quattro persone, come una camera abbastanza grande.

La parola agriturismo è pronunciabile: andrebbe comunque spiegata in coreano; il simbolo è positivo, e richiama effettivamente il concetto di agriturismo.

Il girasole sembra un sole o anche un premio, e questo è positivo.

Un sito in coreano darebbe molti più vantaggi che in inglese; si apprezza perché è un segno di attenzione al mercato coreano; in Corea è forte l'orgoglio di paese; potrebbe essere in coreano almeno la home page.

La classificazione è positiva soprattutto in fase di lancio sul mercato, così il turista è meno confuso, soprattutto se affiancata da simboli che spiegano anche le caratteristiche dell'agriturismo, il suo contenuto, le attività proposte.

- È in corso una politica mirata a proporre soluzioni innovative al turista coreano, rispetto alle classiche città d'arte italiane, quindi regionalizzazione, turismo tematico, percorsi del vino, ecc.

In questa strategia, l'agriturismo potrebbe avere un posto di eccellenza.

Il turista coreano solitamente viene in Italia organizzato per pacchetti turistici, i viaggiatori indipendenti sono pochi.

Quando la meta è europea, difficilmente resta in un solo paese, ma intende visitare più paesi.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

L'agriturismo andrebbe proposto al coreano che ha già avuto esperienze con l'Italia, e che ora cerca soluzioni diverse da quelle classiche.

L'agriturismo deve essere sicuramente spiegato, valorizzando i plus che possono essere la leisure, ma anche le produzioni locali, i prodotti alimentari di qualità, ecc. Il coreano è molto attento alla salubrità del food, è questo quindi un elemento che deve essere valorizzato.

Si avverte un certo inflazionamento del termine agriturismo in Italia, per esempio con resort di campagna che utilizzano questa espressione.

La Corea è un paese forte utilizzatore del web, di Internet e di interconnessioni fra vari strumenti; un sito in inglese potrebbe essere sufficiente, ma dal momento che non sono tanti i fruitori sistematici di web in inglese, un sito in coreano sarebbe assolutamente gradito. Il sito in inglese intercetterebbe un numero più contenuto di potenziali agrituristi.

Per i tour operator, il sito in inglese è invece sufficiente.

Il coreano ama le classificazioni, la Camera di Commercio Italiana a Seoul, per esempio, ha un disciplinare per certificare i ristoranti italiani di qualità (certificazione Isnart).



### 5.4. Usa

- L'impostazione che è stata data non risulta "appealing" per i gusti degli americani. Pensiamo che l'americano possa essere maggiormente attratto dal fascino dei paesaggi, dalle ampie vedute, da ambienti storici e culturali, da alberghi accoglienti e dotati di servizi, dalla gastronomia (es. prodotti alimentari e vini) ma soprattutto da offerte di prezzi vantaggiosi. Si vedano, per ispirazioni o suggerimenti sulla base delle abitudini dei consumatori americani, alcuni siti esemplificativi: il sito della campagna "I love New York" (<http://iloveny.com>); <http://www.colorado.com/>; <http://www.visitflorida.com>; <http://travelnevada.com/>

- L'agriturismo per gli americani costituisce una piccola nicchia di mercato, non è conosciuto dalla maggioranza della popolazione, ma non sono nemmeno pochi, numericamente, quelli che conoscono questo concetto. È soprattutto associato all'enogastronomia. È la parola inglese agrotourism che rappresenta bene il concetto.

In genere lo statunitense si fida molto delle reviews, scritte o comunque espresse dagli altri utenti. Si utilizzano anche per i servizi più semplici, in riferimento al parrucchiere, per esempio. Gli americani sono molto legati al concetto di customer care. Tutti lasciano commenti on line su tutto.

È quindi fondamentale lavorare sul customer care, anche per mostrare che si parla al cliente, che si è interessati al suo giudizio.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

L'americano, perciò, non si limiterà alle stelle, questo è solo un punto di partenza. Il sito deve essere interattivo.

- Il termine agriturismo in Italia è un po' abusato, era nato con forti componenti di agricoltura, ma ora una parte delle strutture è su un piano diverso. L'espressione "Agriturismo Italia" non è del tutto comprensibile, in Italia se ne sente parlare, negli Usa meno.

Sarebbe opportuno che qualche giornalista o testimone privilegiato facesse questa esperienza, per poi raccontarla.

È avvenuto con le Cinque Terre: un giornalista casualmente le ha visitate, e ha scritto articoli, ne ha parlato.

Difficile classificare il settore dell'agriturismo, bisogna stare molto attenti a utilizzare i parametri corretti.

Payoff: è senz'altro opportuno, deve però essere pensato con molta attenzione, occorre uno studio, poi bisogna considerare dove verrà utilizzato, in quali situazioni. Le parole chiave possono essere natura, esperienza, emozioni, vita.

Occorrono parole che scatenino il desiderio, e il sito deve essere tale da non deludere. Deve avere la capacità di esporre l'agriturismo, con foto di grande qualità e frasi incisive, brevi, che conquistino, che facciano scattare la scintilla. Per gli italiani, la geografia dell'Italia è familiare, per un americano non lo è.

Un americano potrebbe decidere di venire in Italia solo per l'agriturismo, ma si tratta di persone che hanno già visitato il nostro paese. La prima volta è attratto da Roma, Firenze, Venezia.

Bisogna comunque spiegare perché dovrebbe venire in Italia in campagna.

La componente enogastronomica è fondamentale, ma non è sufficiente. Molti americani si muovono in gruppi organizzati; chi si muove individualmente è solitamente una persona che conosce l'Italia, in virtù di visite precedenti.

Il sito deve necessariamente essere in inglese, anche il gestore deve parlare inglese, deve essere in grado di raccontare le storie del luogo, nella lingua del cliente. È raro che lo statunitense parli italiano. Sono importanti lingue e linguaggi, esprimere in inglese sensazioni, ecc. La domanda di vacanze in agriturismo è in crescita negli Usa, si cercano natura e attività.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

### 5.5. Canada

- La popolazione del Canada è di 35 milioni di persone, di cui 8 milioni nel Quebec. La maggior parte della popolazione si trova in una fascia di 200 km dal confine con gli Usa, confine che è lungo circa 6500 km.

Il Canada è uno stato multiculturale, il governo ha promosso questa multiculturalità. Il Canada è profondamente diverso dagli Usa. Questi ultimi fanno la promozione del melting pot, il migrante che si trasferisce negli Usa dopo due anni si sente americano (melting è l'espressione che si usa per indicare l'amalgama di molti elementi diversi: etnici, religiosi, ecc.).

In Canada, nemmeno dopo 30 anni si dimentica la cultura di origine. Si cerca di mantenere la cultura di origine, come fattore di ricchezza.

Circa 7 milioni di canadesi sono francofoni, gli altri 28 milioni sono anglofoni. I francofoni sono molto attenti a proteggere la loro lingua e la loro cultura. La legge stabilisce che nella regione del Quebec le comunicazioni in strada debbano essere fatte esclusivamente in francese.

Per citare un esempio, anche se non direttamente collegato all'agriturismo, i produttori di birra fanno pubblicità diverse in Quebec e nelle altre regioni del Canada, non solo per motivi di lingua, ma anche di cultura (sono basate su leve diverse).

La parola agriturismo può essere mantenuta tale e quale, risulta affascinante, esotica. Poi ci deve essere una spiegazione, che farà perno su agritourisme in francese e agrotourism in inglese.

Nonostante tutti i canadesi parlino inglese, occorre insomma tradurre sito e comunicazioni sia in inglese, sia in francese.

Qualche perplessità emerge sulle fotografie che compaiono sulla home page del sito Agriturismo Italia: la donna con la bambina non è adatta a un agriturismo. Un'altra immagine evoca la campagna toscana ed è abusata. Occorre qualche immagine maggiormente innovativa. È però anche vero che si deve mostrare un'immagine che in un secondo stimoli a pensare all'Italia.

Ice in Canada usa una frase particolare: innovatori per tradizione. Viene impiegata per esempio in occasione di eventi sul vino.

Non si deve fare immaginare qualcosa di arcaico, bensì qualcosa di tradizionale, che però è al passo con i tempi.

La classificazione è uno strumento essenziale per dimostrare che è avvenuta una selezione e che i falsi agriturismi (per esempio quelli con 30 camere) sono stati esclusi. Le categorie devono essere basate non tanto sul lusso, ma sulla quantità di natura e campagna, sulla ricchezza delle proposte, sull'autenticità. Si dovrebbero evitare parametri legati all'area geografica, per esempio nord vs sud.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

Il girasole è interpretabile soprattutto come sole; fa un po' pensare al Messico (in inverno, molti vanno verso Caraibi, Cuba, Messico, ecc.); occorre quindi porre bene in risalto l'Italia.

In genere, da un agriturismo ci si aspetta un livello inferiore di prezzo rispetto all'hotel, a volte si cerca l'agriturismo proprio per spendere meno.

- Il mercato ha bisogno di iniziative di questo tipo, quando sarà a regime, sarà senz'altro uno strumento interessante. Il turista canadese è di elite, ha buona capacità di spesa, è sempre più portato a uscire dagli schemi classici dei percorsi italiani.

L'americano medio visita Venezia, Firenze, Roma, la costa Amalfitana. Il canadese sempre più cerca nuovi servizi, per esempio enogastronomici, questo perché il canadese fa più di un viaggio all'estero all'anno.

In Canada il freddo domina molti mesi, per cui la voglia di interrompere la stagione fredda è consistente, inoltre è sostenuta da un reddito medio piuttosto alto.

I canadesi sono attratti dal tessuto enogastronomico italiano.

L'idea della classificazione è assolutamente valida, il Canada è il paese delle grandi catene, è difficile trovare un negozio indipendente. Si cerca quindi la standardizzazione, ma è anche vero che nell'agriturismo questa standardizzazione non deve superare certi limiti. La classificazione sembra il giusto livello (e il giusto strumento) di standardizzazione. In assenza di questo strumento, il canadese va su Trip Advisor per leggere i commenti e da questi si crea una classificazione personale.

Su Trip Advisor e altri siti del genere, ci sono soggetti che offrono pacchetti di commenti positivi, e gli albergatori li comprano. È quindi importante una classificazione indipendente.

Occorre anche considerare che sussiste un certo timore di essere imbrogliati dagli italiani (per esempio, pagando cifre che non verrebbero chieste a un turista italiano), e la classificazione può essere una garanzia, così come il marchio di settore.

In Canada, sono diffuse notizie di scandali relativi al turismo italiano, come i costi astronomici di Venezia e Roma, in riferimento a certe consumazioni. In Canada si usa dichiarare il prezzo di ogni cosa prima di qualsiasi ordine.

Sarà importante evitare che la versione italiana del sito sia ricca e curata, mentre la versione francese e quella inglese siano povere e non aggiornate; sarebbe un grosso errore, soprattutto nell'ambito di un sito rivolto al turista.

È preferibile un sito con versioni curate in italiano e in inglese, piuttosto che un sito curato nella versione italiana, ma trascurato in quella inglese e francese.

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

Il marchio di settore è positivo e piacevole.

Il payoff deve essere presentato sia in inglese, sia in francese, altrimenti si rischia di tagliare fuori una parte consistente di potenziale mercato, peraltro molto suscettibile su questo aspetto (lo vive come una questione di rispetto). Inoltre, una parte dei canadesi non conosce l'inglese.

- Cosa cercano i canadesi venendo in Italia? Prima di tutto, poter visitare le città d'arte, ma un fattore molto importante è anche l'enogastronomia. In questo termine si includono tutte le iniziative che non consistono solamente nel consumo alimentare vero e proprio, ma che a questo sono collegate: per esempio, corsi di cucina, spiegazione delle tipicità dei prodotti locali, ecc. Sta emergendo una tendenza a cercare sistemazioni fuori città, anche per evitare le difficoltà di raggiungimento e di movimento che caratterizzano le grandi città.

I canadesi non cercano in modo particolare la natura, dato che il Canada è ricco di natura e di parchi.

L'agriturismo è già abbastanza conosciuto in Canada, per cui le parole "Agriturismo Italia" dovrebbero essere abbastanza accessibili per una discreta parte della popolazione. È quindi ragionevole l'ipotesi di utilizzare tal quale il marchio, affiancato da un payoff in lingua locale.

Il sito può essere accettato anche se solo in inglese. Se però si prevede una versione francese, si fornisce un servizio e si acquisisce una percezione migliore.

È preferibile che il sito contenga alcuni link che in modo pratico e veloce consentano di arrivare a pagine web dove è possibile anche il booking. Non sono pochi, per esempio, i turisti canadesi che si lamentano per il fatto che Enit non gestisce direttamente le prenotazioni e tutti gli aspetti commerciali. Ciò che viene richiesto all'istituzione, infatti, è il supporto commerciale nel caso di problemi.

Il marchio contiene simboli assolutamente positivi per i canadesi.

Un sistema di classificazione delle strutture agrituristiche rappresenta un grande aiuto nella scelta, sia per gli operatori, sia per gli utilizzatori finali.

Il turista canadese spesso si organizza da solo, in famiglia o in piccoli gruppi di amici; è differente da quello statunitense, che invece viaggia molto più spesso in gruppo.



### 5.6. Brasile

- Fino a non molti anni indietro, il turista brasiliano non cercava l'agriturismo, cercava piuttosto il lusso, per cui vedeva l'agriturismo come incoerente rispetto alle sue attese.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

Ora, invece, visto il cambiamento dell'immagine dell'agriturismo, e in tanti casi anche della sostanza dell'agriturismo, molti hanno cambiato atteggiamento, percependo gli agriturismi come luoghi dove si trovano anche comodità e servizi, oltre naturalmente alla possibilità di un soggiorno più sereno e tranquillo rispetto ad altre soluzioni.

La prospettiva di una classificazione è senz'altro una valida opportunità, in quanto il turista brasiliano cerca garanzie, ospitalità, sicurezze.

La parola agriturismo si usa in Brasile, è un termine che nella lingua portoghese non è molto diverso, quindi può essere lasciata in italiano.

Enit Brasile sta realizzando ora una ricerca sull'agriturismo europeo, con la Commissione Europea, di cui saranno a breve disponibili i risultati. Parte di questi risultati saranno comunicati a breve a Ismea.

- La realizzazione di un marchio di settore e la costruzione di un apposito sito con un repertorio ed un sistema di classificazione degli agriturismi italiani rappresentano indubbiamente fatti positivi per aumentare l'interesse dei turisti brasiliani verso l'Italia.

Con la forte crescita del PIL brasiliano e la tendenza verso una distribuzione più equa della ricchezza, è aumentata considerevolmente anche la domanda di turismo internazionale, soprattutto verso destinazioni europee.

L'Italia, per il fatto di avere importanti affinità culturali ed oltre trenta milioni di oriundi in Brasile, è la destinazione sognata dalla maggior parte dei brasiliani.

Purtroppo, la difficoltà dei collegamenti diretti, per insufficienza e/o prezzi elevati, stimola molti brasiliani ad arrivare via Lisbona, Madrid, Parigi, Londra dove inevitabilmente si fermano e spendono buona parte delle risorse prima di recarsi a visitare rapidamente, con quanto resta, le bellezze italiane.

La potenzialità del progetto in questione è quindi rilevante, e potrebbe essere ampliato con obiettivi di coordinamento degli agriturismi e con la realizzazione di veri e propri pacchetti tematici e/o itinerari in cui il turista possa essere accompagnato in Italia dal primo giorno di arrivo alla partenza.

Ciò significherebbe maggiori introiti e soprattutto grande soddisfazione del turista brasiliano che ha una naturale tendenza verso soluzioni alternative di turismo quali i percorsi enogastronomici e proposte del genere (in Brasile non esistono vere e proprie strutture agrituristiche).

In questo ambito dovrebbero essere rivalutate anche le migliaia di importanti attività realizzate localmente dalle Pro Loco che molto spesso, nonostante le ingenti risorse investite, non vengono considerate a pieno titolo nello sviluppo del turismo internazionale.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---



### 5.7. Australia

- L'espressione "Agriturismo Italia" dovrà essere tradotta in lingua inglese, agriturismo.

Nonostante gli australiani e i neozelandesi siano amanti della natura, la prima visita in Italia viene focalizzata verso le città d'arte (Roma, Venezia, Firenze e Milano) e le destinazioni più conosciute (Costiera Amalfitana, Lago di Como e Cinque Terre). Le altre destinazioni/città vengono generalmente esplorate nei viaggi successivi, includendo vacanze natura (walking e cycling tours).

Si riportano qui di seguito link di vari siti dove vengono pubblicizzati i farm stays australiani, per trarre spunti: [www.visitnsw.com/accommodation-farm-stays](http://www.visitnsw.com/accommodation-farm-stays), [www.visitmelbourne.com/Accommodation/Farm-stays](http://www.visitmelbourne.com/Accommodation/Farm-stays), [www.visitvictoria.com/Regions/Great-Ocean-Road/Accommodation/Farm-stays.aspx](http://www.visitvictoria.com/Regions/Great-Ocean-Road/Accommodation/Farm-stays.aspx), [www.discovertasmania.com/accommodation/farm\\_stay](http://www.discovertasmania.com/accommodation/farm_stay).

- L'Australia è una nazione molto vasta con un territorio 33 volte quello italiano con una popolazione di circa 22 milioni di abitanti che si concentrano nei grossi centri urbani. Per tutta una serie di ragioni in Australia c'è un concetto dell' agriturismo diverso rispetto all' Italia.

Il territorio ha 6 tipi di climi diversi, e sono poche le regioni che presentano un clima favorevole all'agriturismo. Molte regioni del centro-nord dell'Australia hanno delle condizioni quasi impraticabili per il turismo durante la stagione estiva con un clima tropicale e subtropicale che prevede piogge e temporali continui.

In generale l'australiano medio ha sviluppato nel corso degli anni un concetto di vacanza che lo porta a preferire l'estero al mercato domestico.

In Australia il concetto di agriturismo può essere riferito alle "farm-house" o "farmstay" che a livello di turismo domestico attraggono sempre più.

Ci sono interessanti esempi di farm house: <http://www.barcoosbarn.com.au/>; <http://www.alkoomie.com.au/>; <http://fawcettcottage.com.au/>; <http://www.bellevuefarmstay.com/>; <http://www.edenfarmstay.com/>.

Il mercato del turismo outbound in Australia è in costante crescita negli ultimi anni, forte del dollaro australiano che si è rafforzato nei confronti delle altre monete.

L'Italia si attesta al quinto posto tra le destinazioni del mondo preferite dai turisti australiani. L'Italia è una destinazione di forte richiamo turistico per gli australiani grazie all'arte, alla storia, ai monumenti e alle bellezze artistiche e naturali.

Il fenomeno dell' agriturismo in Italia ha delle potenzialità. Non è stato ancora pubblicizzato su vasta scala in Australia. L'idea di combinare un viaggio in Italia con storia, arte, moda, cucina e natura non può che rendere il prodotto vincente.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

L'Australia ha sviluppato nel corso degli ultimi decenni un forte interesse per la cucina e soprattutto per quella italiana che resta la prima nel paese sia a livello di ristoranti che di ricette da preparare a casa. In questo contesto si può inserire bene l'agriturismo combinando le bellezze naturali e la cucina a base di ingredienti genuini e tipici. Un ruolo importante potrebbe essere svolto dalle diverse associazioni regionali italiane presenti sul territorio australiano.

Sono numerosi negli ultimi anni i programmi televisivi dedicati all'argomento, dai vari Masterchef, Irochef fino ai "food safari" realizzati e girati interamente in Italia da chef inglesi o australiani.

Uno dei piu' grossi operatori outbound neozelandesi sostiene che il prodotto "agriturismo italiano" potrebbe essere ben recepito in Nuova Zelanda, i cui turisti sono molto attratti da itinerari "self drive" in cui possono guidare ed esplorare il territorio.



### 5.8. Cina

- I cinesi non conoscono il concetto di agriturismo, per cui conviene scegliere un consulente in loco che organizzi la comunicazione. Anche trovando una traduzione letterale fedele in cinese, non si arriverebbe al concetto corretto, occorre arrivarci in via indiretta. Il cinese può essere attirato dall'idea dell'agriturismo per esempio come shopping food; in Cina tanti prodotti alimentari sono "velenosi", non sono a norma di legge (non rintracciabili, da agricoltura chimica). Quindi, puntare su un consumo salutistico e sostenibile può diventare un fattore di successo.

Per comunicare ai potenziali turisti cinesi, la lingua inglese non è sufficiente, avrebbe la stessa comprensibilità di una campagna in inglese in Italia.

- La frase "Agriturismo Italia" per il turista cinese deve essere drasticamente cambiata; l'immagine può benissimo rimanere (non ci sono simboli sbagliati, giallo e rosso sono i colori preferiti), ma con una traduzione delle due parole in cinese. Occorre scoprire se esiste una traduzione fedele adeguata. Un'esperienza fra natura e tradizione italiana è il miglior payoff; solo in lingua inglese non è però sufficiente, il turista cinese vuole trovare anche la lingua cinese.

Per quanto riguarda il sito, qualcuno lo capirebbe anche in inglese, ma sarebbero pochi; limitarsi all'inglese, poi, sarebbe un segno di poco rispetto. A proposito di personalizzazione, sarebbe opportuno aggiungere anche un accenno per dire per esempio che è possibile pagare con la carta di credito cinese, o avere la tv cinese; dire che ci sono riviste in cinese, qualcosa che rassicuri e porti il turista cinese a pensare di essere accolto a casa. Il cinese in genere è orientato alle stelle e alle classificazioni, quindi l'idea di una classificazione nazionale è senz'altro opportuna.

---

---

## 5. L'indagine sugli altri mercati esteri tramite interviste ad istituzioni

---

- Il logo è piacevole, positivo e di forte effetto. La scritta agriturismo italia, però, dovrebbe essere anche in cinese, occorre quindi trasformarla in ideogrammi cinesi, scegliendo ideogrammi che richiama le caratteristiche salienti dell'agriturismo.

L'agriturismo si sta sviluppando in Cina; per esempio c'è un agriturismo nell'area di Pechino, che fa da avanguardia, il cui nome è Agritalia. È una struttura con un po' di coltivazione e di trasformazione, che ha fatto molta comunicazione e che ha partecipato a diverse iniziative. Si tratta di una struttura simile a quelle italiane.

Il concetto di agriturismo può risultare chiaro nelle grandi città, mentre è quasi del tutto sconosciuto nelle altre aree della Cina.

Il cinese desidera una certa dimensione (piuttosto imponente), una immagine settecentesca, una struttura importante, magari con un vino altrettanto importante. Se non ha queste caratteristiche e se non offre prodotti raffinati ed eleganti, un agriturismo rischia di richiamare il ricordo di anni non lontani caratterizzati da fatiche nei campi.

Per i cinesi che vengono in Italia, appartenenti a una fascia sociale alta, occorre comfort.

L'agriturismo deve quindi essere una combinazione di comfort, servizi e altri fattori, in quanto il cinese delle grandi città è abituato a ricevere tanti servizi. Quelli che vengono in Italia sono in genere cinesi con alta capacità di spesa, che si aspettano di rimanere affascinati dalla storicità dei luoghi.

Anche il contenuto di natura proposto deve essere alto, in quanto molte aree della Cina sono povere di natura pulita, dato l'inquinamento che dilaga sotto ogni forma.

L'aspetto romantico dell'agriturismo deve insomma combinarsi con un buon livello di servizi.

Non può esserci l'aria condizionata fuori uso, o il modem momentaneamente non funzionante, se si sono promessi questi servizi in fase di vendita.

Se si è promesso il boiler elettrico, questo non può mancare e non può essere sostituito con un buono per il caffè al bar, perché il turista magari pensava alle tisane. I turisti cinesi non vogliono interrompere certe abitudini, in alcuni casi si tratta di vere e proprie superstizioni.

I cinesi, rispetto ai giapponesi, sono meno spirituali, sono meno attenti all'esperienza e alle sensazioni, sono invece più orientati agli aspetti materiali; food e vino sono fondamentali. Quelli che viaggiano più spesso, però, e che sono orientati all'agriturismo, sono maggiormente attenti all'aspetto culturale rispetto allo shopping.

È corretto applicare una stratificazione nazionale, ma anche il livello più basso non può corrispondere a un b-b.

Devono esserci la televisione satellitare, il free wi-fi, che in Cina sono presenti ovunque; il cinese che viaggia è collegato ai social network.

Sono importanti anche i momenti dove i turisti cinesi possono raggrupparsi, per non fare una vacanza troppo seria.

---

---

## 6. Considerazioni conclusive

---

# Considerazioni conclusive

## 6.1. Il mercato italiano

### 6.1.1. Atteggiamenti e percezioni verso utilizzi dell'agriturismo diversi dal pernottamento

#### Il profilo dell'agriturismo per un utilizzo relativo a pranzi e cene

La percezione è quella di un ambiente a conduzione familiare, informale, casalingo, rustico, semplice, naturale, dove si coltivano e si consumano prodotti genuini. Rispetto al classico ristorante, ci si aspetta una maggiore cordialità, la sensazione di essere "a casa propria" e di essere i benvenuti. Si tratta di posti piccoli, quindi più accoglienti.

Anche l'ambientazione è gratificante: è collocato in un bel luogo, bucolico.

Ci devono essere spazi verdi, ma anche spazi attrezzati per bambini. La possibilità di trovare un piccolo spaccio con marmellate e altri prodotti realizzati in loco è senz'altro gradita.

Ci si attende una cucina semplice. Si deve consumare ciò che viene prodotto nell'agriturismo o almeno nelle vicinanze. Magari con porzioni abbondanti. Si pensa a una gamma di piatti più limitata rispetto al ristorante, in virtù del fatto che l'agriturismo deve essere specializzato sui piatti basati sulle proprie produzioni aziendali. Si pensa soprattutto a menu stagionali e dipendenti dalla zona e dalle sue caratteristiche. Una scelta ridotta è addirittura garanzia di una freschezza di ciò che viene proposto, di un rispetto della stagionalità e di una buona qualità ("se l'offerta diventa troppo vasta, l'agriturismo perde di credibilità, ricorda troppo un ristorante"). Qualcuno però pone il limite minimo di scelta al livello di quattro primi e quattro secondi.

I piatti non sono molto raffinati, ma ciò è compensato dalla riscoperta delle tradizioni culinarie ("quelle della nonna") e dalla genuinità della materia prima. Emerge l'ormai diffuso concetto di prodotti a km zero.

Sarebbe molto gradito poter assistere o poter partecipare alla preparazione dei pasti, anche se si è coscienti che per motivi igienico-sanitari non sempre sarebbe possibile. Secondo alcuni, negli agriturismi i controlli devono esserci, ma non troppo rigidi, per non limitare pesantemente le esperienze dei visitatori.

Relativamente al prezzo, i pareri sono differenziati: un luogo economico per pranzare (rispetto al ristorante) per la maggior parte degli intervistati ("il prodotto subisce meno passaggi e raggiunge direttamente il consumatore"; "per un pranzo completo, dai 15 ai 18 euro", per altri "anche dai 20 ai 25 euro"); con

---

---

## 6. Considerazioni conclusive

---

frequenze minoritarie, si è parlato di una soluzione più costosa della media, dati il contenuto di natura e i prodotti probabilmente biologici.

Luci ed ombre affiorano in riferimento al servizio percepito, per alcuni più “alla buona” nel senso positivo di semplice, per altri un po’ scadente, con limiti che non coinvolgono il classico ristorante (giorni specifici di apertura, orari più limitati e meno elastici).

### **Aspetti essenziali in un agriturismo**

Il gestore di un agriturismo deve essere accogliente, semplice, cortese, familiare; il rapporto tra gestore e cliente in un agriturismo è più importante in confronto a un ristorante. La scarsa disponibilità del gestore è forse il principale aspetto che in un agriturismo può essere fonte di delusione, insieme a un’igiene scarsa e a una cattiva cucina o a una cucina di tipo industriale che non consenta la riscoperta di sapori particolari.

Non ci si aspetta il personale che lavora in un agriturismo in uniforme classica, ma vestito in modo più rustico, “ per esempio con una camicia quadrettata”. Il personale deve essere preparato su ciò che propone nel caso venga interpellato. Ma non deve essere invadente. Deve offrire un minimo di informazioni ed essere poi disponibile a approfondire.

Il contesto deve essere semplice, rustico e casalingo, l’ambiente bucolico, con forti contenuti di natura e animali.

Tra le attività svolte nell’agriturismo, a contorno del momento di ristorazione, sono citate soprattutto la visita delle zone circostanti; la possibilità di partecipare ad attività di cucina, di cavalcare e fare altre attività con i cavalli, di vedere come si lavora e come si vive in queste realtà.

Altre attività emerse sono le passeggiate nei boschi, i giochi istruttivi per i bambini, le escursioni in bicicletta.

### **Dimensioni e optional**

Se è attrezzato adeguatamente, un agriturismo con tavolate molto grandi (per esempio, cinquanta persone) può essere accettabile, secondo alcuni, ma in genere l’impressione che si ricava può essere negativa: si pensa che non si possa produrre tanta materia prima in un agriturismo; folla e confusione fanno perdere il fascino e l’atmosfera dell’agriturismo.

Anche la piscina, secondo alcuni, potrebbe offuscare l’immagine dell’agriturismo. Per altri, la presenza della piscina è un servizio in più che l’agriturismo può offrire, se il luogo lo permette: non deve stonare con il contesto naturale. Medesima difformità di opinioni è sorta in riferimento alla televisione e alla presenza di “campo” per i cellulari.

---

## 6. Considerazioni conclusive

### IL PROFILO ATTRIBUITO ALLA RISTORAZIONE NELL'AGRITURISMO

<b>L'AMBIENTAZIONE</b>	Informale, casalinga, rustica; sensazione di essere "a casa propria"
<b>LA CUCINA</b>	Semplice, con cibi genuini prodotti nell'agriturismo o almeno nelle vicinanze
<b>I PIATTI</b>	Non molto raffinati, con una scelta ridotta ma basata sulla riscoperta delle tradizioni culinarie
<b>IL SERVIZIO</b>	"Alla buona" nel senso positivo di semplice e autentico; per alcuni un po' scadente
<b>IL GESTORE</b>	Accogliente, cortese, familiare

#### Modi di ricerca

Per prenotare in un agriturismo, per pranzare o cenare, molti si affiderebbero al passaparola. Contatterebbero amici e conoscenti per avere consigli fidati in merito.

Altri cercherebbero sull'elenco telefonico, su guide o pubblicazioni specifiche, ma più spesso ricorrerebbero a internet, con un normale motore di ricerca o esaminando su Trip Advisor le recensioni e i giudizi espressi.

Un sito di un agriturismo deve avere coinvolgenti immagini del luogo, deve mostrare l'ambiente interno, quello esterno, le sale, gli angoli particolari. Deve dare tutte le informazioni sulla location, sul territorio circostante e chiare indicazioni su come raggiungerlo. Il sito deve raccontare il luogo, il suo vissuto, la sua storia.

Il sito deve descrivere i servizi offerti, fornire il menu e mostrare i prezzi orientativi. Deve fornire il numero di telefono in quanto la prenotazione deve essere possibile in modo diretto.

---

## 6. Considerazioni conclusive

---

### 6.1.2. Opinioni su un marchio per il settore e sulla classificazione

#### Il marchio

Un marchio per il settore nel suo complesso sembra in grado di dare sensazioni di certificazione e garanzia, l'idea di luoghi controllati e affidabili. Per essere concretamente rassicurante ed essere percepito come una iniziativa pubblica, deve essere accompagnato dalla sigla di un ente, da una firma, altrimenti non esprimerebbe nulla.

L'esistenza di un organismo che controlla è importante soprattutto per quella parte non trascurabile di mercato convinta che ora si abusi della denominazione "agriturismo", che si sta inflazionando. "Non è sufficiente essere in campagna per potersi definire agriturismi: ci deve essere senz'altro un organismo che tutela, l'agriturismo non è solo campagna e prodotti tipici.

Occorre essere valutati e certificati secondo certe caratteristiche".

Qualche perplessità destata dall'idea di un marchio di settore è collegata al timore di una standardizzazione, ma sembra sovrastata dagli effetti positivi connessi alla garanzia di un prodotto idoneo e rispondente a certi requisiti.

Il Ministero dell'Agricoltura è percepito come un buon garante, ma non manca chi si affiderebbe più volentieri all'Unione Europea o, al contrario, a un organismo locale (regionale) soprattutto per quanto riguarda i controlli. Sono emersi anche gli enti per il turismo, le associazioni di consumatori e alcune organizzazioni agricole di categoria.

#### La classificazione

La suddivisione degli agriturismi in categorie è, secondo molti, opportuna, in quanto può aiutare a scegliere e darebbe una garanzia ulteriore: un maggior numero di girasoli corrisponderebbe a una maggiore offerta, con il concetto però che anche un numero ridotto di girasoli testimonierebbe il requisito minimo per essere un agriturismo.

In riferimento alla ristorazione, un agriturismo con un solo girasole è immaginato economico, con una scelta limitata, un tipo di cucina semplice, una struttura spartana e forse poco curata.

Invece, un agriturismo con cinque girasoli è immaginato come un luogo in cui si mangia benissimo, una struttura molto curata, dove è possibile fare tante attività. Ci si aspetta un servizio sicuro, cibi genuini e biologici. Probabilmente, si devono parlare almeno due lingue.

Contemporaneamente, però, sorgono diverse perplessità: si rischia di cancellare la poesia del luogo, si standardizza l'agriturismo, si associa il settore all'idea del lusso (piscina con idromassaggio, zona relax, computer in camera, ecc.). Il rischio è quello di diffondere il timore di prezzi troppo alti se il numero di girasoli è elevato, e la sensazione che il concetto di agriturismo venga snaturato. Inoltre, "anche le stelle degli alberghi sono mercanteggiate".

---

---

## 6. Considerazioni conclusive

---

Per chi proviene da altri luoghi la presenza dei girasoli può avere un peso importante nella scelta dell'agriturismo, per chi abita vicino può essere sufficiente conoscere il gestore, hanno affermato alcuni.

La chiave di volta del problema risiede nei criteri di attribuzione dei girasoli e nella accurata comunicazione di questo significato ad operatori e a consumatori: quando nel corso dei focus group si è accennato all'ipotesi che i girasoli siano legati a una maggior ricchezza di proposte, offerte, servizi e attività, i partecipanti sono sembrati tutti d'accordo nel ritenere questo sistema opportuno.

### 6.2. Il mercato estero: Germania, Danimarca e Regno Unito

#### 6.2.1. La percezione dell'agriturismo italiano

Le aspettative dei turisti o dei potenziali turisti, pensando all'agriturismo italiano, sono condensabili nei seguenti punti:

- un bel panorama, un paesaggio particolare.
- Un turismo non di massa, lontano dall'idea di una azienda agricola "industrializzata" e con grandi numeri.
- Una buona alimentazione e una buona cucina.
- Gestori accoglienti, aperti, caldi (molto importanti per creare l'atmosfera).
- Rapporti quasi di familiarità con i proprietari e contatto con la natura.
- Possibilità di fare svariate attività, tra cui un posto importante è occupato dal cucinare e degustare piatti tipici (la valorizzazione del prodotto alimentare italiano di eccellenza è una variabile molto importante per il turista tedesco).
- Ma soprattutto, un fascino autentico, che possa far pensare che "questa è l'Italia e non potrebbe essere altrove".

Una leva assolutamente fondamentale, insomma, è la possibilità di sperimentare la vita autentica italiana, in modo genuino e non costruito. Un mix di cultura, tradizioni, gastronomia e relazioni che si trasforma in una emozione particolare.

Le lamentele più frequenti dei danesi si riferiscono soprattutto all'accoglienza; in secondo luogo, all'approssimazione e alla scarsa organizzazione. Anche il turista inglese, pur non essendo rigido come quello tedesco, è estremamente rispettoso delle regole e si aspetta che tutto debba essere come è stato presentato.

Le interviste e i colloqui svolti lasciano dedurre una buona vicinanza dell'Italia al concetto ideale di agriturismo. Molti cittadini danesi ne sarebbero

---

---

## 6. Considerazioni conclusive

---

attratti, se lo conoscessero, anche perché sono ormai tanti quelli che seguono uno stile di vita alternativo e naturale.

Anche in Germania c'è una grossa potenzialità; l'agriturismo attira molto il tedesco e l'inglese, attenti anche all'ideale di agricoltura sostenibile ("le fattorie hanno una vita dura, si tratta di darle una mano"). Soprattutto il tedesco che ha una famiglia con bambini, o le persone più mature. Che sia una buona soluzione per famiglie e per turisti non giovanissimi è risultato chiaro anche in Danimarca, e pure sul mercato del Regno Unito: paesi per i giovani sono la Spagna e l'Olanda, più divertenti ed economici, ma l'Italia ha un fascino speciale per altre fasce demografiche.

Riguardo al prezzo, sia i danesi, sia i tedeschi si aspettano un conto un po' meno costoso di un hotel, mancano il lusso e le comodità dell'albergo, e tutto è più rustico e semplice. In entrambi i paesi non mancano affatto turisti disposti a lavorare qualche ora, magari con uno sconto sulle tariffe.

Ma altri obiettano che oggi lo stile di vita naturale è di moda, e che è vero che la struttura è meno lussuosa, ma l'esperienza è più di nicchia.

### 6.2.2. L'atteggiamento verso la classificazione

Secondo il parere sia degli operatori, sia delle istituzioni, sia dei consumatori finali, classificare gli agriturismi è assolutamente opportuno per rendere possibile un migliore orientamento in fase di scelta e per favorire una maggior chiarezza.

Il tedesco ama le classificazioni, è stato sovente affermato in Germania, ma la stessa dichiarazione è stata raccolta in Danimarca e nel Regno Unito ("gli inglesi cercano garanzie e affidabilità").

Oltre ai girasoli, sarebbe interessante trovare dei simboli descrittivi vicino al marchio dell'agriturismo, perché aiutano a comprendere ciò che l'agriturismo può offrire.

L'agriturismo, gestito in modo più organizzato, potrebbe avere maggiore diffusione. Nel contempo, però, sembra importante fugare una serie di dubbi e perplessità. La principale riguarda i criteri di classificazione.

Si teme che i simboli di classificazione siano associati al lusso, fornendo in questo modo una impressione fuorviante a un turista "che si muove con lo zaino sulle spalle". Si perderebbe l'immagine di una vacanza in campagna e si appiattirebbe l'agriturismo sul piano delle altre strutture ricettive.

---

---

## 6. Considerazioni conclusive

---

Il turista tedesco, vedendo cinque girasoli, si immagina di trovare un ambiente ricercato, lussuoso ed elegante; quello danese di fronte a un solo girasole immagina una struttura trascurata, malridotta, meno autentica, poco pulita.

Di fronte invece all'ipotesi che la classificazione sia basata non tanto su lusso e comfort tipici degli hotel, ma soprattutto su una ricchezza di proposte e attività, sui concetti di autenticità e di genuinità, sulla qualità del contesto ambientale, l'atteggiamento degli utilizzatori e degli operatori diventa assolutamente positivo.

Il fattore chiave diventa quindi la comunicazione e la spiegazione del significato dei girasoli e dei criteri di valutazione...

Il simbolo del girasole, in sé e per sé, richiama un concetto positivo, ma molti tendono a scambiare i girasoli per soli, ma ciò non rappresenta un problema: il sole è comunque un simbolo altrettanto positivo. Anche per il bisogno di estate del turista tedesco, che programma la vacanza in largo anticipo, sognando l'estate.

Pur non mancando alcuni pareri diversi, il Ministero dell'Agricoltura sembra rappresentare una buona figura di garante di questa iniziativa, è una specie di sigillo di qualità e diffonderebbe fiducia, in maggior misura rispetto a una iniziativa privata.

### 6.2.3. Le opinioni sul marchio di settore

L'esistenza di un marchio a livello nazionale contribuirà a fare ordine nel settore, ponendo confini ed evitando che certe strutture utilizzino il nome agriturismo anche se in realtà le loro proposte sono diverse. Il marchio viene quindi percepito come una garanzia di una attività seria, che si è meritata questo contrassegno.

Il marchio ufficiale, mostrato agli interlocutori, ha in genere evocato la natura, il verde, il sole, l'Italia, il bel tempo, la tranquillità, l'allegria. È un marchio fresco, sereno e solare, dai colori amichevoli.

Molto diversificate sono invece state le opinioni espresse a proposito dell'espressione "agriturismo italia" e della sua comprensibilità. A fronte di una parte di operatori e consumatori che hanno posto in evidenza la facilità di lettura e di comprensione del significato ("ormai, molti conoscono l'agriturismo e quello italiano in modo specifico"), altri hanno sottolineato che la conoscenza dell'agriturismo per ora è di nicchia; solo chi già conosce questo concetto e ha già trascorso vacanze in Italia, capisce il termine in italiano.

---

---

## 6. Considerazioni conclusive

---

Secondo questo parere, sarebbe opportuno utilizzare una traduzione, almeno in inglese (per esempio, farm holidays).

Nella maggior parte dei casi, tuttavia, gli interlocutori hanno optato per il mantenimento del termine agriturismo in italiano, sia per la difficoltà di trovare una traduzione corta ed efficace, sia per comunicare già con il nome una sensazione legata all'Italia, sia infine per i vantaggi che si hanno lasciandolo inalterato in tutti i paesi.

Alcuni hanno sottolineato che chi è vicino al concetto di agriturismo, lo riconosce anche in italiano; chi è lontano, invece, non lo riconoscerebbe nemmeno in lingua locale.

### 6.2.4. L'opportunità di un payoff

La quasi totalità degli interlocutori si è mostrata d'accordo sull'opportunità di affiancare al marchio una breve frase in lingua locale (per molti danesi, potrebbe essere sufficiente l'inglese), un classico payoff (frase solitamente conclusiva di un annuncio per potenziare le capacità di comunicazione). Un testo semplice, breve ed esplicativo, in quanto "l'inglese è razionale, il londinese legge in fretta, cerca immediatezza".

Si sono mostrati tre tipi di payoff:

- Vivi la terra delle emozioni (in danese: Oplev oplevelsernes land; in tedesco: Erleben Sie das Land der Gefühle; in inglese: Live the land of emotion).
- Un'esperienza senza tempo (in danese: En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet; in tedesco: Zeitlose Erfahrungen; in inglese: A timeless experience).
- Un viaggio tra natura e tradizioni (in danese: En rejse gennem natur og traditioner; in tedesco: Eine Reise durch Natur und Traditionen; in inglese: A trip between nature and tradition).

Il primo payoff è stato giudicato a buon impatto emozionale, ma un po' generico "niente di preciso sull'agriturismo". Il secondo è risultato molto vago, mentre l'ultimo aiuta a comprendere il concetto e lo spiega.

Qualcuno inserirebbe in tedesco il termine bauernhof (fattoria), in danese bondegardsferie (bonde è contadino, ferie è vacanza) oppure landbrugsturisme (letteralmente l'agriturismo).

Altri hanno suggerito di impiegare la parola "erleben": Erleben Traditionen (sperimentare le tradizioni) o Erleben durch Natur und Traditionen (vivere la natura e le tradizioni) sarebbero espressioni che ricordano la campagna, l'aria aperta, la tradizione.

---

## 6. Considerazioni conclusive

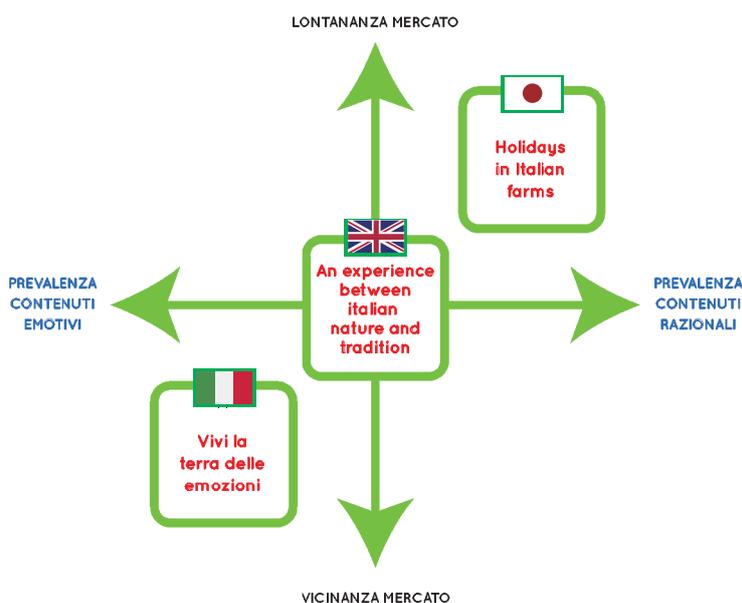
Anche in Danimarca, si sostituirebbe la parola Rejse (viaggio) con il termine Oplevelse (esperienza): suggerisce una maggiore tranquillità al posto di un concetto troppo movimentato legato allo spostamento.

In linea di massima, si ritiene opportuno utilizzare per il mercato italiano un payoff emozionale, anche se meno esplicativo (il marchio nelle sue componenti spiega il prodotto, poi tutti i testi del sito vanno nel dettaglio). Sembra valida la proposta: vivi la terra delle emozioni.

Per i mercati europei già vicini alla logica del settore agriturismo, può essere adeguato un payoff che combini aspetti emozionali ma che nel contempo sia più esplicativo di quello italiano. Per esempio, “a trip between Italian nature and tradition”, con l’eventuale sostituzione della parola viaggio con la parola experience. Si potrebbe utilizzare l’inglese per tutti i paesi di lingua inglese, compresi quelli che parlano comunemente l’inglese come la Scandinavia; la lingua locale per gli altri.

Per i mercati più distanti dalla logica del settore agriturismo, è preferibile un payoff in lingua locale che premi la capacità di spiegare il concetto di agriturismo italiano, pur sacrificando aspetti emozionali; per esempio, Italy in farms; oppure, holidays in Italian farms.

### PAYOFF EMOZIONALE O RAZIONALE



---

## 6. Considerazioni conclusive

---

### 6.2.5. Le attese nei confronti di un sito

Nella grande maggioranza dei casi, Internet costituisce la modalità principale per cercare un agriturismo in Italia.

Più precisamente, si partirebbe da un normale motore di ricerca inserendo parole chiave come: Italia (o il nome di una località precisa, per esempio una regione), turismo nella natura, vacanza in fattoria, vacanza naturale, vacanza in campagna, agricoltura, ecc., in inglese o in lingua locale.

Per i tedeschi, il sito dovrebbe preferibilmente essere in tedesco; per i danesi, l'ideale sarebbe in danese, ma anche l'inglese è sufficiente.

Le interviste svolte su operatori e consumatori relativamente al tipo di personalità che deve avere il sito di Agriturismo Italia hanno posto in evidenza diversi aspetti tra cui:

- È bene che il sito si caratterizzi primariamente per una impronta di garanzia e certificazione; da questo punto di vista, un ente come il Ministero genera fiducia.
- L'estensione “.gov” è coerente anche con la filosofia di base della classificazione e con i valori che lo stesso marchio trasmette nelle sue diverse componenti.
- Il sito deve avere un carattere istituzionale e distinguersi nettamente da siti che hanno invece finalità esclusivamente o prevalentemente commerciali, altrimenti si creano aspettative nell'utilizzatore che non possono essere colte (come la prenotazione online).

È insomma necessario stare attenti a non creare confusione e sovrapposizioni con i siti caratterizzati da funzioni commerciali, siano essi specifici sull'agriturismo o generici come Trip Advisor, Booking o Trivago.

## 6.3. Il mercato estero: un campione di paesi extra-europei

### 6.3.1. Le opinioni sul marchio di settore

In tutti i paesi, il marchio è stato giudicato favorevolmente, sia perché richiama effettivamente il concetto di agriturismo, sia per il fatto che i simboli sono positivi.

Per esempio, il girasole sembra un sole o anche un premio in Corea; è un fiore amato dai giapponesi, e gli altri simboli contenuti nel marchio sono coerenti con la cultura giapponese. Il sole è un ottimo simbolo in Canada, dove il freddo domina per molti mesi e la voglia di interrompere la stagione fredda è consistente. Giallo e rosso sono i colori preferiti in Cina, dove il logo è ritenuto piacevole e di forte effetto.

---

## 6. Considerazioni conclusive

### 6.3.2. L'opportunità di un payoff

I termini "Agriturismo Italia" dovrebbero essere abbastanza comprensibili; il concetto è relativamente conosciuto, considerando che chi viene in Italia appartiene a un livello medio-alto o alto: è il caso dei giapponesi e dei canadesi, per esempio. La parola agriturismo nella lingua brasiliana non è molto diversa da quella in lingua italiana.

Questa espressione può quindi essere mantenuta tale e quale, anche perché risulta affascinante, esotica. Deve però essere affiancata da un payoff in lingua locale. Le parole chiave possono essere: natura, tradizioni, esperienza, emozioni. Frasi incisive, brevi, che conquistino, che facciano scattare la scintilla.

In molti paesi, la lingua inglese non è sufficiente. Si pensi ai potenziali turisti cinesi: occorre una trasformazione in ideogrammi che richiamino le caratteristiche salienti dell'agriturismo. Una traduzione letterale fedele probabilmente non consentirebbe di arrivare al concetto corretto.

In Canada si deve prevedere una versione francese, per acquisire una percezione migliore presso una fascia di popolazione peraltro molto suscettibile su questo aspetto. Un payoff in lingua coreana sarebbe visto come un segno di attenzione (in Corea è forte l'orgoglio di paese); in Giappone, un payoff in lingua locale colpirebbe molto favorevolmente (farebbe sentire il turista a casa propria).

Naturalmente, a causa dell'unicità e delle sottigliezze delle diverse lingue, la traduzione deve essere molto attenta. Può essere complesso tradurre concetti e sensazioni senza perdere di efficacia.

### MARCHIO E PAYOFF



---

## 6. Considerazioni conclusive

---

### 6.3.3. Le attese nei confronti di un sito

Alcune considerazioni emerse dalle interviste a proposito del payoff valgono anche per il sito.

Un sito in inglese potrebbe essere sufficiente, ma in molti paesi intercetterebbe un numero ben più contenuto di potenziali agrituristi. Un sito in lingua coreana, per esempio, sarebbe assolutamente gradito, un sito in lingua cinese sarebbe un segno di rispetto. Potrebbe essere in lingua locale anche solo la home page, secondo alcuni.

Sarà importante evitare che la versione italiana del sito sia ricca e curata, mentre le versioni in altre lingue, comprese quelle di base come il tedesco, il francese e soprattutto l'inglese (con cui si parla direttamente agli statunitensi e agli australiani), siano povere e poco aggiornate.

### 6.3.4. L'atteggiamento verso la classificazione

Diversi fattori rendono una classificazione univoca a livello nazionale uno strumento senz'altro opportuno.

Da un lato, molti sono convinti che il termine agriturismo sia in Italia un po' abusato. Dall'altro, tanti paesi si contraddistinguono per un carattere organizzato e preciso, per cui nelle attese del potenziale agriturista tutto deve essere chiaro, facile e preciso. Anche se un paese non ha queste caratteristiche, come nel caso del Brasile, una classificazione è senz'altro una valida opportunità, in quanto il turista cerca garanzie, ospitalità, sicurezze.

Da questo punto di vista, la classificazione e l'apposizione di un marchio di riconoscimento sono viste come un notevole aiuto nella scelta, sia per gli operatori, sia per gli utilizzatori finali. Inoltre, dimostrano che è avvenuta una selezione.

Nell'agriturismo, è stato sottolineato, la standardizzazione non deve superare certi limiti, e la classificazione sembra il giusto livello (e il giusto strumento) di standardizzazione. In assenza di questo strumento, il canadese e l'americano vanno a leggere commenti e recensioni, e da questi si creano una classificazione personale.

### 6.3.5. La propensione all'agriturismo italiano

In diversi paesi emergenti, con la forte crescita del PIL e la tendenza verso una distribuzione più equa della ricchezza, è aumentata considerevolmente anche la domanda di turismo internazionale. L'Italia, anche per il fatto di avere a volte importanti affinità culturali, è una destinazione ambita.

I turisti di paesi lontani, solitamente, partono dalle classiche città d'arte italiane

---

## 6. Considerazioni conclusive

o dalle zone più note (come la Costiera amalfitana e le Cinque Terre) e in un secondo momento (in un viaggio successivo) cercano soluzioni alternative a queste, ossia altre destinazioni/città da esplorare.

Nell'ambito delle proposte innovative, l'agriturismo può avere un posto di eccellenza. La sua promozione può essere realizzata sia quando il turista è ancora nel suo paese, sia quando si trova in Italia per il primo viaggio, quello "classico".

Per esempio, per gli australiani l'idea di combinare un viaggio in Italia con storia, arte, moda, cucina e natura non può che rendere il prodotto vincente.

Fino a non molti anni indietro, il turista brasiliano non cercava l'agriturismo, cercava piuttosto il lusso, per cui vedeva l'agriturismo come incoerente rispetto alle sue attese. Ora, visto il cambiamento dell'immagine e in tanti casi anche della sostanza dell'agriturismo, molti hanno cambiato atteggiamento.

Sarebbe interessante, per molti dei paesi sentiti, prospettare una soluzione itinerante e basata su strutture agrituristiche di diverse zone per assaporare l'Italia meno nota ma magari più autentica, per provare la cucina di tante regioni.

### COMUNICAZIONE IN LOCO E IN ITALIA

promozioni dell'agriturismo italiano nel paese di origine ma anche in Italia, in occasione del primo viaggio



---

## 6. Considerazioni conclusive

---

### 6.3.6. L'opportunità dell'integrazione orizzontale

Da quanto sopra scritto, sembra evidente la necessità, per la singola struttura, di integrarsi orizzontalmente con altre strutture e con fornitori di servizi vari (tra cui in primo luogo i trasporti). La difficoltà dei collegamenti diretti, per insufficienza e/o prezzi elevati, stimola molti brasiliani ad arrivare via Lisbona, Madrid, Parigi, Londra dove inevitabilmente si fermano e spendono buona parte delle risorse prima di recarsi a visitare, con quanto resta, le bellezze italiane.

Il turista giapponese e quello coreano, per esempio, non fanno 10 mila km per restare nello stesso luogo per dieci giorni. Non rientra nella loro mentalità: vogliono vedere più luoghi possibili e provare tante esperienze. Anche quello americano non è molto diverso.

Sarebbero opportuni obiettivi di coordinamento degli agriturismi e la realizzazione di veri e propri pacchetti tematici e/o itinerari in cui il turista possa essere accompagnato in Italia dal primo giorno di arrivo alla partenza.

### 6.3.7. Un'esperienza unica

I diversi paesi interpellati, pur con le loro specificità, sono molto attenti all'esperienza e cercano situazioni e sensazioni locali che in nessuna altra zona mondiale si possano trovare.

È per questo che, per lo statunitense, il gestore deve parlare inglese, deve essere in grado di raccontare le storie del luogo nella lingua del cliente.

Il turista giapponese, in misura accentuata, è alla ricerca di emozioni peculiari di ogni viaggio che compie.

Il mercato coreano del turismo è molto centrato sull'educazione: si deve quindi sottolineare l'aspetto educativo dell'agriturismo, sia per gli adulti, sia per i bambini (corsi e attività).

Il canadese non cerca solo natura, dato che il Canada è ricco di natura e di parchi: occorre fare immaginare l'agriturismo non come qualcosa di arcaico, bensì come una soluzione tradizionale, che però è al passo con i tempi.

Per tutti, l'aspetto romantico dell'agriturismo deve comunque combinarsi con un buon livello di servizi.

Il cinese desidera un buon mix di comfort, servizi e altri fattori, in quanto soprattutto nelle grandi città è abituato a ricevere tanti servizi. Devono esserci la televisione satellitare e il free wi-fi, in Cina presenti ovunque; il cinese che viaggia è sempre collegato ai vari social network. Se non ha queste caratteristiche, una vacanza in agriturismo rischia di richiamare il ricordo di anni non lontani di fatiche nei campi.

---

## 6. Considerazioni conclusive

### 6.3.8. Il food e il mondo ad esso correlato

Per tutti i paesi interpellati, la componente enogastronomica dell'agriturismo è fondamentale (ma, ovviamente, non sufficiente). Il turista brasiliano ha una naturale tendenza verso soluzioni alternative di turismo quali i percorsi enogastronomici e altre proposte del genere.

Un messaggio che evochi immagini di esperienze culinarie avrebbe forte impatto in Corea. Il coreano è molto attento alla salubrità del food e considera come un importante plus le produzioni locali e i prodotti alimentari di qualità.

Il cinese può essere attirato dall'idea dell'agriturismo per il food, dato che in Cina tanti prodotti alimentari hanno qualità e livelli di sicurezza piuttosto discutibili.

L'elevata raffinatezza della cucina giapponese ha formato un consumatore molto esigente e capace di apprezzare la qualità dei nostri piatti. Il turista nipponico sceglie l'Italia anche per sperimentare in loco i piaceri della cucina nostrana.

Usa e Canada apprezzano l'enogastronomia italiana, con le possibili iniziative a questa collegata (per esempio, corsi di cucina).

### IL PROFILO ATTRIBUITO ALLA RISTORAZIONE NELL'AGRITURISMO

<b>BRASILE</b>	Tendenza ai percorsi enogastronomici
<b>SUD COREA</b>	Attenzione alla salubrità e qualità del food
<b>CINA</b>	Attenzione alla qualità e sicurezza del food
<b>GIAPPONE</b>	Consumatore esigente e in grado di apprezzare la qualità
<b>USA E CANADA</b>	Apprezzamento dell'enogastronomia italiana, dei corsi di cucina, ecc.

---

## 7. Allegati

---

# Allegati

## Allegato 1

### La scaletta utilizzata per i focus group con i consumatori italiani

- Conoscenza agriturismo e frequentazione.
- Motivi della frequentazione (soggiorno, visite, pranzi/cene, ecc.).
- Frequentazione differente dai soggiorni che comportano un pernottamento:
  - Visite in giornata (per esempio, per gite o escursioni).
  - Ristorazione.
  - Acquisto di prodotti locali.
  - Visite di poche ore a livello familiare o di gruppi.
  - Altri tipi di frequentazione.

Tutta la discussione verterà su queste modalità di frequentazione: ricordarlo ripetutamente ai partecipanti

- Descrizione di un agriturismo.
  - Caratteristiche positive attribuite all'agriturismo.
  - Principali perplessità e barriere nei confronti dell'agriturismo.
  - Aspetti importanti in una azienda agrituristica.
  - Caratteristiche che sono incoerenti in un agriturismo.
  - Attività che è bello potere fare in un agriturismo.
  - Entrando più nello specifico, cosa si vorrebbe trovare a proposito di questi aspetti:
    - Il luogo, il territorio.
    - Le caratteristiche dell'azienda agrituristica.
    - La ristorazione: tipi di piatti, scelta, ....
    - La vendita al consumatore.
    - Le attività legate all'agricoltura: possibilità di vedere, di partecipare, ...
    - Le attività ricreative, didattiche, culturali.
    - Aspettative relative al prezzo.
  - Conoscenza di un marchio per tutti gli agriturismi italiani.
  - Conoscenza di un garante per gli agriturismi italiani. Quale garante sarebbe opportuno?
  - Mostrare nell'ordine:
    - Marchio.
    - Marchio + scritta.
    - Marchio + scritta + diverse alternative payoff .
  - Conoscenza; marchio pubblico o privato; commerciale o di certificazione (attenzione: non si chiedono giudizi tipo piace - non piace).
-

## 7. Allegati

---

- Relativamente alle diverse alternative di payoff, chiedere cosa fanno venire in mente e se l'impressione è di una iniziativa pubblica o privata; commerciale o di certificazione.
  - Tornare al marchio + scritta: se fosse un marchio del Ministero dell'Agricoltura, si tratterebbe di una buona iniziativa? Per quali motivi?
  - Mostrare marchio + scritta + girasoli: quali aspettative per i diversi numeri di girasoli; differenze di prezzo atteso; quale livello si sceglierebbe?
  - Immaginare 5 girasoli vs 1 girasole: quali differenze?
-

7. Allegati

---

Allegato 2

Le immagini e i payoff mostrati nel corso dei focus group con i consumatori italiani

01



02

agriturismo  
italia

03



## 7. Allegati

---

### I payoff mostrati

- **Vivi la terra delle emozioni**
  - **Emozioni autentiche nella natura**
  - **Un'esperienza senza tempo**
  - **Un viaggio tra natura e tradizioni italiane**
  - **Storia e tradizione nelle campagne italiane**
  - **Storia, natura e tradizioni italiane**
-

---

## 7. Allegati

---

### Allegato 3

#### La scaletta utilizzata per i colloqui con istituzioni e operatori esteri

- Conoscenza agriturismo.
  - Tendenze in atto nella domanda di agriturismo.
  - Conoscenza da parte del consumatore.
  - Principali perplessità e barriere nei confronti dell'agriturismo.
  - Aspetti importanti in una azienda agrituristica; attività da fare.
  - Conoscenza agriturismo italiano.
  - Caratteristiche attribuite o immaginate per l'agriturismo italiano, punti di forza e punti di debolezza attribuiti.
  - Esistenza di un marchio per gli agriturismi italiani; è o sarebbe un fattore di fiducia?
  - Conoscenza di un garante per gli agriturismi italiani. Quale garante sarebbe opportuno?
  
  - **Mostrare solo il marchio:** il marchio del Sistema Agriturismo Italia è chiaro per un consumatore di questo paese? Che idea suggerisce, cosa fa venire in mente? Dà l'idea di un marchio pubblico o privato? Commerciale o di certificazione? (attenzione: non si chiedono giudizi tipo piace - non piace).
  
  - **Mostrare il marchio + la scritta "agriturismo italia":** il marchio del Sistema Agriturismo Italia è chiaro per un consumatore di questo paese? Che idea suggerisce, cosa fa venire in mente? Dà l'idea di un marchio pubblico o privato? Commerciale o di certificazione?
  
  - **Mostrare il marchio + la scritta "agriturismo italia" + payoff in lingua locale (diverse versioni):** il marchio del Sistema Agriturismo Italia è chiaro per un consumatore di questo paese? Che idea suggerisce, cosa fa venire in mente? Dà l'idea di un marchio pubblico o privato? Commerciale o di certificazione? (relativamente alle diverse alternative di payoff).
  - Ci sono frasi più opportune rispetto a queste?
  - Opinioni sulla classificazione: è opportuna?
  
  - **Mostrare marchio + scritta + girasoli:** pronunciabilità; che idea suggerisce, cosa fa venire in mente?
  - Aspetti che avrà un agriturismo con molti girasoli rispetto a un agriturismo con un girasole.
  - Quali sono le modalità di ricerca su Internet.
  - Quali sono le parole chiave.
  - Siti di istituzioni (centrali o locali), siti di organizzazioni-associazioni.
  - Siti in cui posizionare il link al Sistema Agriturismo Italia.
-

---

## 7. Allegati

---

### Allegato 4

#### La scaletta utilizzata per i colloqui con i consumatori esteri

- Agriturismo:
    - Conoscenza e frequentazione.
    - Caratteristiche attribuite o immaginate.
    - Aspetti importanti in una azienda agrituristica.
    - Attività che è bello potere fare in un agriturismo.
  
  - Agriturismo italiano:
    - Conoscenza e frequentazione.
    - Caratteristiche attribuite o immaginate, punti di forza e punti di debolezza attribuiti.
    - Aspettative relative al prezzo.
  
  - Modi con cui si cerca o cercherebbe un agriturismo in Italia.
  - Su Internet, in quali siti si andrebbe? Quali parole chiave?
  - Caratteristiche apprezzate e caratteristiche deludenti in un sito relativo all'agriturismo.
  - Esistenza di un marchio per gli agriturismi italiani; è o sarebbe un fattore di fiducia?
  - Conoscenza di un garante per gli agriturismi italiani. Quale garante sarebbe opportuno?
  - Il marchio del Sistema Agriturismo Italia:
  - Mostrare nell'ordine:
    - marchio.
    - marchio + scritta "agriturismo italia".
  - Conoscenza; come lo descriverebbe a qualcuno che non lo ha visto? È un marchio pubblico o privato? Commerciale o di certificazione? (attenzione: non si chiedono giudizi tipo piace - non piace).
    - se ci fossero le parole in italiano affiancate a quelle in lingua locale?
  - **Mostrare marchio + scritta "agriturismo italia" + payoff in lingua locale (4-6 versioni):**
  - Il marchio con payoff, cosa fa venire in mente? L'impressione è di una iniziativa pubblica o privata; commerciale o di certificazione? (relativamente alle diverse alternative di payoff).
  - Quale payoff preferibile? Ci sono frasi più opportune rispetto a queste?
  - **Tornare al marchio + scritta "agriturismo italia":** se fosse un marchio del Ministero italiano dell'Agricoltura, si tratterebbe di una buona iniziativa? Per quali motivi?
  - Opinioni sulla classificazione: è opportuna?
-

---

## 7. Allegati

---

- **Mostrare marchio + scritta “agriturismo italia” + girasoli**
  - Associazioni, pronunciabilità.
  - Quali aspettative per i diversi numeri di girasoli; differenze di prezzo atteso; quale livello si sceglierebbe?
- Aspetti che avrà un agriturismo con molti girasoli rispetto a un agriturismo con un girasole.

### Allegato 5

#### I payoff mostrati nei colloqui con i consumatori esteri

##### Tedesco:

- Erleben Sie das Land der Gefühle.
- Zeitlose Erfahrungen.
- Eine Reise durch Natur und Traditionen.

##### Inglese:

- Live the land of emotion.
- A timeless experience.
- A trip between nature and tradition.

##### Danese:

- Oplev oplevelsernes land.
  - En tidløs oplevelse / En oplevelse for livet.
  - En rejse gennem natur og traditioner.
-

