

## Характеристика и современное состояние Агротуризма Италии

*Индичекова Екатерина Павловна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

*E-mail: indichekovak@mail.ru*

Агротуризм, он же отдых в сельской местности, - достаточно молодое направление в туристской области, которое зародилось в пятидесятых годах прошлого столетия во Франции и Италии с появлением национальных ассоциаций, заинтересованных в экономическом развитии и понижении уровня безработицы в деревне. Основатель и первый президент Национальной Ассоциации «Агритурист» в Италии Симоне Велуттизати дал следующее определение рассматриваемому феномену: *«Это культурный туризм, не потребительский. Он позволяет узнать совершенно другую Италию»* [п1].

На сегодняшний день Италия признана ведущей страной в области агротуризма, более того темпы распространения данного вида отдыха не стоят на месте. Согласно данным ISTAT [п2], на момент 2010 года в Италии насчитывалось 19 973 хозяйств, которые предоставляют услуги агротуризма, а к лету 2014-го года таких ферм насчитывалось 21 744. Отдых в единении с природой не без благ цивилизации - вот, что привлекает современного путешественника. Поэтому спектр услуг, предоставляемых гостю, значительно расширился, а их качество существенно возросло. Нарастающая популярность отдыха на территории фермерских владений представляет интерес и требует детального исследования. Поскольку Италия является пионером в деле развития мирового туризма, то представляется актуальным изучение итальянского агротуризма как идеальной модели сельского отдыха.

Успех и общее признание итальянского агротуризма связаны с умелой политикой в развитии рассматриваемого сектора: благодаря маркетинговым исследованиям [п3], проведенным на национальном и международном уровнях и опубликованным в июне 2014 года, были определены требования и ожидания потенциальных туристов в отношении предоставляемых услуг. По результатам проведенной работы удалось обнаружить сильные и слабые стороны итальянского агротуризма, а так же были сделаны выводы, которые позволили улучшить сервис и построить планы на долгосрочную перспективу. В частности, например, было выявлено, что для австрийцев идеальный агротуризм - это сочетание в путешествии истории, культуры, местной кухни и природы; в то время как для немцев главным является познание итальянских реалий, местных традиций в культуре и кулинарном искусстве. С другой стороны, норвежцы жалуются на постоянный шум и неаккуратный стиль вождения итальянцев, что отпугивает их от посещения отдаленных частей страны. Существенным минусом для туристов из Восточной Европы и России является языковой барьер - большинство итальянцев не говорят на английском языке. В связи с этим, исследование показало, что намерение удовлетворить потребности всех, ведет к потере уже имеющихся клиентов; поэтому для одной конкретной агротуристической фермы первостепенным является сосредоточение на определенной целевой аудитории, при этом предоставляя качественные услуги.

Как следствие, каждая агроферма в отдельности должна подчеркнуть свои сильные стороны, тем самым определив собственную специфику, будь то ориентация на приготовление традиционных местных блюд по старинному рецепту или привлечение гостей к сельским работам. В более масштабном, государственном, плане все хозяйства, занятые в

рассматриваемой сфере, были разделены на пять категорий, которые были утверждены 13 февраля 2013 года в качестве поправки к основному закону об отрасли агротуризма от 6 февраля 2006 года [п4]. Категории присуждаются согласно количеству набранных баллов, которая включает в себя ответ требованиям по семи тематикам: окружающая среда, гостеприимство, оборудование помещений и прилегающих территорий, питание, развлекательные мероприятия, сельские работы [там же].

Такая сегментация по категориям послужила сразу нескольким целям: а) была проведена четкая структуризация агротуристических ферм внутри страны, б) это позволило каждому хозяйству в отдельности определить свою сильную сторону и превратить ее в особенность, с) это дало четкое представление путешественникам и туристическим фирмам о том, что представляет из себя агротуризм Италии, поскольку пять категорий идентичны пяти звездам, которые присваивают гостиницам в туристской индустрии.

Для того, чтобы выйти на мировой рынок, был создан бренд «Агротуризм Италии» и, как следствие, придуман логотип [изображение], который визуально передает всю суть Итальянского агротуризма: экологичность, идентичность, уют. Пять солнц, расположенных под основным рисунком, - это символы качества, а так же пять видов агротуристических хозяйств: 1) «Жить в сельской местности», 2) «Местная кухня», 3) «Здоровый образ жизни на природе», 4) «Отдых с детьми», 5) «Гостеприимство по потребностям» [п5].

Исследовав и проанализировав становление и эволюцию итальянского агротуризма, было выявлено, что его успех кроется в умелой политике развития рассматриваемого сектора: итальянцы сумели предоставить именно тот отдых, в котором нуждаются туристы. Во-первых, это отдых в единении с природой вдали от городского шума. Во-вторых, это проживание по более низким ценам, по сравнению с проживанием в гостинце. В-третьих, это отдых, который предоставляет возможность окунуться в итальянскую культуру, познакомиться с ее реалиями, традициями и обычаями, попробовать идентичную итальянскую кухню. И, наконец, итальянцы сумели удовлетворить потребности большинства целевых аудиторий, предложив разные виды активности на фермах. По мнению автора работы, в этом заключается идеальная модель итальянского агротуризма.

### Источники и литература

- 1) <https://pensochelagriturismo.wordpress.com/la-storia-dellagriturismo/>
- 2) <http://www.istat.it/it/archivio/174946>
- 3) Strategie di marketing per l'azienda agrituristica: linee guida per il mercato nazionale e per quelli esteri, Roma, Giugno 2015
- 4) "Definizione dei criteri omogenei di classificazione delle aziende agrituristiche", Attualizzazione dell'articolo 9, comma 2 della Legge 96/2006, recante "Disciplina dell'Agriturismo"
- 5) "Definizione dei criteri omogenei di classificazione delle aziende agrituristiche", Attualizzazione dell'articolo 9, comma 2 della Legge 96/2006, recante "Disciplina dell'Agriturismo"

### Иллюстрации



Рис. 1. Логотип Агротуризм Италии