

PARTE PRIMA.

FRA APPARENZA E REALTA' pag. 3

- **CAPITOLO 1.** LE AZIENDE AGRITURISTICHE Pag. 4
- **CAPITOLO. 2** 2008 - 2019: UNO SGUARDO SUL FU DI LUNGO PERIODO Pag. 8
- **CAPITOLO. 3** AGRITURISMO E DISPARITA': SPERANDO FACCIA PARTE DEL FU Pag. 14
- **CAPITOLO. 4** RICERCA DEL VALORE AGGIUNTO E RINCORSA AGLI "STANDARD" Pag. 17
- **CAPITOLO. 5** AGRITURISMO 4.0? FORSE E NON PER TUTTI Pag. 22
- **CAPITOLO. 6** LA COMPETITIVITA' DEI PREZZI Pag. 29
- **CAPITOLO. 7** CHI ERANO, CHI SONO I CLIENTI DELL'AGRITURISMO ITALIANO Pag. 32
- **CAPITOLO. 8** I GIRASOLI: UN TENTATIVO DI CLASSIFICAZIONE Pag. 35

PARTE SECONDA.

AGRIFUTURISMO: SCENARI, PROSPETTIVE, VISIONI E PROVOCAZIONI (...ma non troppo) Pag. 41

- **CAPITOLO. 9** TURISTI, VIAGGIATORI E... Pag. 42
- **CAPITOLO. 10** ...AGRINAUTI Pag. 44
- **CAPITOLO. 11** I LUOGHI DEGLI AGRINAUTI Pag. 57
- **CAPITOLO. 12** COME COMUNICARE CON GLI AGRINAUTI Pag. 60
- **CAPITOLO. 13** QUANDO SI MUOVONO GLI AGRINAUTI Pag. 64

PARTE TERZA.

UNA RILETTURA DELL'AGRITURISMO (tra fu e futuro) Pag. 72

- **CAPITOLO. 14** UNA MAPPATURA DELL'AGRITURISMO Pag. 73
- **CAPITOLO. 15** COSA ACCADRA' SUL FRONTE DELLA DOMANDA TURISTICA Pag. 76

PARTE QUARTA.

L'AGRITURISMO VERSO IL FUTURO pag. 89

- **CAPITOLO. 16** VENDITA DIRETTA Pag. 91
- **CAPITOLO. 17** OSPITALITA' CONTADINA Pag. 97
- **CAPITOLO. 18** *TEMPORARY CO-HOUSING* Pag. 102
- **CAPITOLO. 19** AGRIHOTEL Pag. 108
- **CAPITOLO. 20** VIATOR POINT Pag. 111
- **CONCLUSIONI.** Pag. 116