

# **RICERCA DI MERCATO SULL'AGRITURISMO IN ROMANIA, SPAGNA, IRLANDA E ITALIA RELAZIONE DI SINTESI**



**Progetto n.: 2025-1-RO01-KA220-HED-000359683**

## **#AGRI&TOUR - Promuovere l'agriturismo con l'energia dei giovani**

### **Metodologia**

Il presente rapporto di sintesi si basa sulle ricerche di mercato nazionali precedentemente elaborate dai partner: ASE per la Romania, UAL per la Spagna, TUS per l'Irlanda e ASR per l'Italia. A tal fine, i partner hanno contattato diversi soggetti interessati ed esperti per raccogliere informazioni: amministrazioni nazionali e regionali, enti per lo sviluppo rurale, università, scuole di agraria e centri di ricerca, associazioni di agricoltori, cooperative agroalimentari, consulenti e docenti in agricoltura, agricoltori, altri esperti e consulenti, ecc. Di conseguenza, essi forniscono una panoramica dell'attuale mercato dell'agriturismo e della sua evoluzione nei rispettivi paesi.

Gli argomenti trattati in tali documenti comprendono l'analisi della domanda (profilo sociodemografico del turista, motivazioni e aspettative, comportamenti di consumo e di spesa, nonché livello di soddisfazione e fedeltà), l'analisi dell'offerta (tipologie di aziende agricole e servizi; capacità, prezzi e stagionalità; canali di commercializzazione; professionalizzazione e digitalizzazione), analisi del contesto e del mercato (analisi PESTEL, analisi della concorrenza; barriere all'ingresso e opportunità), sostenibilità e impatto (impatto economico, sociale, culturale e ambientale a livello locale e allineamento con le politiche di sviluppo rurale), tendenze e scenari futuri (innovazione nell'agriturismo, nuovi segmenti di domanda, potenziali scenari di crescita), nonché alcune conclusioni e raccomandazioni. Il rapporto italiano segue un approccio diverso, poiché si tratta di un documento aggiuntivo non contemplato nel modulo di candidatura del progetto.

Il rapporto di sintesi, redatto da COAG-Jaén, fornisce un'analisi del settore agrituristico in ciascun paese partner come sintesi della ricerca nazionale e dell'analisi comparativa tra i territori.

Il rapporto costituisce una pietra miliare per il progetto #AGRI&TOUR poiché rappresenta un passo avanti nel miglioramento delle conoscenze sull'agriturismo grazie a ricerche aggiornate che coinvolgono i principali attori del settore, promuovendo così l'attività non solo nei nostri paesi ma in tutta Europa.

Per ulteriori informazioni sia sul progetto che sulla ricerca di mercato, visitate il sito <https://www.agritourproject.eu>.

## Agriturismo: un'introduzione

La Rete Globale dell'Agriturismo (<https://globalagritourismnetwork.org>) definisce l'agriturismo come «un'attività di diversificazione agricola derivante dall'intersezione sinergica tra turismo e agricoltura, che offre esperienze autentiche legate alla produzione agricola e mette in risalto le risorse regionali materiali e immateriali». Questo testo di consenso definisce, a livello globale, un'attività dalle molteplici sfumature ma con una chiara certezza: l'agricoltura è il fattore chiave che la distingue dagli altri settori turistici o nicchie di mercato.

Nella letteratura accademica specializzata si riscontrano diversi termini utilizzati per definire l'argomento, quali agroturismo, agriturismo, agroecoturismo, turismo in fattoria, agriturismo, turismo nelle aziende agricole, ecc. Si tratta di parole diverse per lo stesso concetto, talvolta con lievi differenze tra loro. La confusione aumenta se si considerano attività quali il turismo enogastronomico, il turismo enologico, il turismo dell'olio d'oliva, l'ecoturismo, il turismo verde o il turismo rurale, che spesso si sovrappongono nella stessa località. Pertanto, i confini tra di esse risultano talvolta sfumati.

Sourav Rauniyar *et al.* (2021) hanno analizzato i dati bibliografici di 459 pubblicazioni di ricerca relative all'agriturismo. I risultati mostrano che «l'agriturismo è generalmente concettualizzato come una fusione di risorse, attività e tradizioni agricole con finalità ricreative ed educative, che viene offerto come prodotto turistico e, in ultima analisi, contribuisce ad aumentare il reddito degli agricoltori. Una teorizzazione così eterogenea dell'agriturismo da parte dei ricercatori rende una revisione sistematica della letteratura sull'agriturismo estremamente necessaria, ma anche un compito concettualmente impegnativo».

Il lavoro concettuale nel campo dell'agriturismo è iniziato negli anni '80. Dopo circa quarant'anni, il concetto di turismo rurale funge da termine generico per indicare modalità turistiche che condividono un contesto comune (l'ambiente rurale, in contrapposizione alla città), ma presentano caratteristiche diverse sia in termini di offerta che di domanda turistica, il che porta all'esistenza di diversi segmenti turistici o nicchie di mercato.

Definire l'agriturismo non è un compito facile quando è necessaria una definizione globale. Inoltre, non esiste un approccio unico al concetto di agriturismo, poiché il significato presenta alcune differenze tra i vari territori. Pertanto, ciò che in alcuni luoghi è definito giuridicamente come agriturismo potrebbe non essere considerato tale in un territorio diverso (anche all'interno dello stesso paese!). Sono diversi gli elementi coinvolti che introducono numerose sfumature. I contesti geografici, storici, giuridici e culturali sono fondamentali e, in definitiva, determinanti. Tuttavia, esiste un chiaro elemento centrale: lo stretto legame tra agriturismo, aziende agricole, ambiente rurale e patrimonio rurale.

Pertanto, nell'ambito del presente rapporto e del progetto #AGRI&TOUR, considereremo l'agriturismo come quella modalità (o nicchia di mercato) del turismo rurale che si sviluppa

come fonte di reddito complementare alla produzione agraria e in cui la motivazione principale dei turisti è la pratica di attività legate alle professioni agricole e allo stile di vita agrario (questo è l'elemento distintivo), specialmente quando svolte insieme agli agricoltori.

## L'agriturismo in Romania: una panoramica

La ricerca di mercato ha fornito un'analisi completa del settore agriturismo rumeno nelle sue dimensioni relative a domanda, offerta, ambiente, sostenibilità e tendenze. I principali risultati che emergono da questa indagine possono essere sintetizzati come segue.

L'agriturismo è regolamentato a livello nazionale e la responsabilità ricade sul Ministero del Turismo. La Romania ha regolamentato per la prima volta l'agriturismo nel 1994 con una legge sul turismo, che includeva il concetto di agriturismi e aziende agrituristiche situate nelle aree rurali delle montagne, del Delta del Danubio e della costa del Mar Nero, estendendone l'applicazione a tutto il Paese nel 1997. Quella legge iniziale prevedeva anche incentivi fiscali per gli imprenditori.

L'agriturismo rumeno ha raggiunto dimensioni considerevoli – 3.668 strutture ricettive registrate, 61.000 posti letto e, storicamente, oltre 1,1 milioni di arrivi annuali – diventando così la più grande categoria ricettiva nel sistema turistico nazionale. Tuttavia, i dati relativi alle prestazioni del settore nel 2025 rivelano gravi vulnerabilità strutturali: un calo del 10,9% degli arrivi, una contrazione a 1,09 milioni di turisti e un tasso medio netto di occupazione delle strutture ricettive che rimane criticamente basso. Questa contrazione si è verificata in un contesto di calo complessivo del turismo nazionale solo modesto (-2,1%), a conferma del fatto che l'agriturismo è sproporzionatamente sensibile al deterioramento del potere d'acquisto interno. Le statistiche turistiche ufficiali nazionali forniscono parametri di riferimento quantitativi relativi agli arrivi, ai pernottamenti e ai tassi di occupazione.

La concentrazione geografica del settore è estrema. Braşov, Maramureş, Suceava, Tulcea, Harghita, Cluj e Bihor rappresentano insieme la maggior parte della capacità ricettiva agrituristica, mentre le vaste pianure meridionali e orientali della Romania rimangono quasi del tutto escluse dai flussi di entrate del turismo rurale. Questo squilibrio territoriale non solo limita le dimensioni complessive del settore, ma lo espone ai rischi di ipercompetizione e di diluizione dell'autenticità nelle destinazioni saturate, lasciando al contempo vaste risorse culturali e paesaggistiche sottoutilizzate nelle regioni periferiche.

Il profilo della domanda rimane prevalentemente nazionale, fortemente stagionale e concentrato sul modello del weekend. I turisti stranieri rappresentano solo il 6,4% degli arrivi, ben al di sotto della media nazionale del 18,4%; tuttavia, la loro concentrazione nella fascia alta e la crescita del 51,7% registrata nelle strutture di alta categoria nel corso del 2025 segnalano un potenziale commerciale non ancora realizzato. Le motivazioni dei visitatori – evasione nella natura, cucina tradizionale, autenticità culturale e legami familiari – si sposano bene con l'autentica offerta rurale della Romania, e i livelli di soddisfazione sono costantemente elevati. Tuttavia, il modello di prodotto prevalente, costituito da alloggi essenziali abbinati a pasti tradizionali, non è sufficientemente differenziato per sostenere prezzi premium o soggiorni prolungati.

Il lato dell'offerta è caratterizzato da piccole strutture a conduzione familiare con un livello di digitalizzazione da moderato a basso, investimenti limitati nel marketing e una dipendenza strutturale dai finanziamenti europei per la modernizzazione. Il segmento premium (4–5 margherite, secondo il sistema nazionale di classificazione delle strutture ricettive agrituristiche) mostra potenziale di crescita e resilienza, mentre il segmento di massa a 3

margherite deve affrontare una concorrenza sempre più agguerrita e margini in calo. Le lacune in termini di professionalizzazione nella gestione ricettiva, nelle competenze digitali e nella padronanza delle lingue straniere continuano a limitare la capacità del settore di attrarre la domanda internazionale.

## L'agriturismo in Spagna: una panoramica

L'analisi condotta nell'ambito di questa ricerca di mercato conferma che l'agriturismo in Spagna si è evoluto da attività rurale complementare a segmento turistico strategico con un forte potenziale di sviluppo territoriale sostenibile, nonostante non siano disponibili dati ufficiali a livello nazionale. Sebbene le statistiche ufficiali non distinguano ancora l'agriturismo dalle categorie più ampie del turismo rurale, i dati disponibili dimostrano che il settore sta registrando una crescita sostenuta, una crescente diversificazione e una progressiva professionalizzazione.

Lo studio evidenzia che il turismo rurale in Spagna ha raggiunto negli ultimi anni oltre 4,7 milioni di viaggiatori e più di 12 milioni di pernottamenti, affermandosi come uno dei segmenti turistici non alberghieri più dinamici del Paese. L'agriturismo, in quanto branca differenziata del turismo rurale, beneficia di questo contesto favorevole, aggiungendo al contempo una proposta di valore distintiva basata sull'interazione diretta con i sistemi di produzione agricola, la cultura locale, la gastronomia e l'educazione ambientale.

Uno dei principali risultati emersi è la forte predominanza della domanda interna, che rappresenta circa i tre quarti dei consumatori del turismo rurale. Tuttavia, il settore sta anche subendo una graduale internazionalizzazione, in particolare tra i visitatori provenienti dall'Europa settentrionale e centrale, che ricercano sempre più prodotti turistici autentici, sostenibili e orientati all'esperienza. Il profilo dell'agriturista è caratterizzato da un'elevata consapevolezza ambientale, dall'interesse per il patrimonio locale e dalla richiesta di esperienze partecipative piuttosto che di un semplice soggiorno passivo.

La ricerca conferma inoltre una significativa trasformazione delle motivazioni turistiche. Il turismo rurale tradizionale era storicamente associato al riposo e al distacco dalla routine quotidiana, ma l'attuale domanda di agriturismo valorizza sempre più l'apprendimento culturale, le tradizioni locali, la gastronomia, la sostenibilità e il contatto diretto con i paesaggi produttivi. I visitatori non cercano solo svago, ma anche autenticità, esperienze formative e un coinvolgimento significativo con le comunità rurali. Questo cambiamento rappresenta una delle opportunità strutturali più importanti per il futuro posizionamento dell'agriturismo in Spagna.

Dal punto di vista dell'offerta, il settore rimane altamente frammentato e dominato da piccole imprese a conduzione familiare con una capacità di investimento limitata. La maggior parte delle iniziative agrituristiche continua a operare su scala di microimpresa, combinando spesso la produzione agricola con il turismo come fonte complementare di reddito. Sebbene questa scala ridotta contribuisca all'autenticità e alle esperienze personalizzate, limita al contempo la professionalizzazione, la digitalizzazione e l'accesso a mercati commerciali più ampi.

Un altro risultato chiave riguarda la crescente importanza del valore esperienziale. Attività quali la raccolta, il turismo enologico e oleario, i laboratori di cucina artigianale, le visite alle aziende agricole, il turismo educativo e la partecipazione alle attività agricole generano i livelli più elevati di soddisfazione e fedeltà dei turisti. I livelli di soddisfazione dei visitatori sono

particolarmente elevati nell'agriturismo rispetto ad altre forme di turismo, con una forte intenzione di tornare e una promozione positiva tramite il passaparola (word-of- ). Ciò dimostra che l'autenticità e l'interazione diretta con i produttori sono tra i vantaggi competitivi più preziosi del settore.

L'impatto economico dell'agriturismo è inoltre di grande rilevanza per i territori rurali. Al di là dei ricavi derivanti dall'ospitalità, l'agriturismo stimola le economie locali attraverso la ristorazione, l'acquisto di prodotti locali, i mercati artigianali, i servizi di trasporto, le guide e le attività complementari. La spesa turistica si distribuisce lungo le catene del valore locali, generando effetti moltiplicatori che contribuiscono alla resilienza territoriale e alla diversificazione economica. Nelle regioni colpite dallo spopolamento e dal calo della redditività agricola, l'agriturismo rappresenta un importante meccanismo per mantenere l'attività economica e creare nuove opportunità di occupazione.

Altrettanto rilevanti sono le dimensioni ambientali e sociali dell'agriturismo. Il settore contribuisce alla conservazione dei paesaggi tradizionali, del patrimonio agricolo, della biodiversità e dei sistemi di conoscenza locali. L'agriturismo rafforza inoltre il valore sociale delle attività agricole, ricollegando le popolazioni urbane ai processi di produzione alimentare e alle realtà rurali. Inoltre, il settore è strettamente allineato agli obiettivi di sostenibilità promossi dall'Unione Europea, tra cui la Politica Agricola Comune, la Strategia «Dalla fattoria alla tavola», i programmi LEADER e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Tuttavia, lo studio individua anche diverse debolezze strutturali e sfide. Uno dei limiti più importanti è l'assenza di un quadro giuridico e statistico unificato che riconosca specificamente l'agriturismo come categoria distinta. In Spagna non esiste una normativa nazionale sull'agriturismo né sul turismo rurale, poiché le competenze giuridiche spettano alle autorità regionali. La frammentazione normativa tra le comunità autonome (finora solo 10 su 17 regioni considerano l'agriturismo nelle loro normative sul turismo rurale) crea standard disomogenei e riduce la visibilità del settore. Allo stesso modo, la digitalizzazione limitata, le deboli strategie di commercializzazione (non esistono associazioni di agriturismo a livello nazionale, ma solo alcune a livello regionale), i bassi livelli di formazione professionale nel settore turistico (non vengono offerti programmi ufficiali di istruzione e formazione professionale o universitari sul turismo rurale o sull'agriturismo) e la forte stagionalità continuano a limitare la competitività. Al di là dei dettagli specifici, la situazione nel settore del turismo rurale si applica in egual misura all'agriturismo.

Anche i cambiamenti climatici e le pressioni ambientali rappresentano rischi significativi, specialmente nelle regioni mediterranee, con ripercussioni sull'agricoltura, sull'allevamento e, di conseguenza, sull'agriturismo (ad esempio, perdite di raccolto, raccolti anticipati o irregolari a causa di siccità, inondazioni o parassiti); pertanto, la gestione delle risorse sta diventando sempre più critica. Pratiche di gestione sostenibile, educazione ambientale e uso efficiente delle risorse diventeranno quindi condizioni essenziali per la sostenibilità a lungo termine dell'agriturismo.

Nel complesso, i risultati dimostrano che l'agriturismo in Spagna possiede un forte potenziale di sviluppo grazie alla sua capacità di integrare turismo, agricoltura, sostenibilità e identità territoriale in un unico modello economico e sociale. Tuttavia, il suo futuro consolidamento dipenderà dalla capacità del settore di superare la frammentazione strutturale, migliorare la professionalizzazione e adattarsi alle mutevoli esigenze del mercato.

## L'agriturismo in Irlanda: una panoramica

Non esiste una normativa nazionale né una quantificazione del contributo dell'agriturismo. Inoltre, secondo una ricerca documentale che include un sondaggio tra gli imprenditori rurali condotto da TUS nell'ambito del progetto #AGRI&TOUR, i segnali provenienti dal lato della domanda per l'agriturismo sono di segno favorevole. Le ricerche sui visitatori e le testimonianze degli operatori e delle parti interessate convergono su natura, paesaggio, slow travel, distacco dalla routine quotidiana ed esperienza rurale autentica. Questo è esattamente il territorio in cui si colloca l'offerta basata sulle aziende agricole. L'economia turistica irlandese nel suo complesso, con un valore di oltre 10 miliardi di euro nel 2024, rimane un ampio mercato di destinazione, secondo i dati ufficiali.

L'offerta è limitata e pluriattiva. La maggior parte degli operatori intervistati nel sondaggio tra gli agricoltori gestiva l'attività ricettiva parallelamente all'agricoltura o come attività secondaria stagionale, mentre solo uno la considerava l'attività principale dell'azienda agricola. Per la maggior parte degli operatori l'attività si concentra in estate, che è anche il periodo più intenso dell'anno agricolo; pertanto, gli operatori devono affrontare contemporaneamente il picco del lavoro agricolo e quello della domanda turistica. Gli operatori lontani dai principali corridoi turistici risentono in modo più acuto della breve stagione. Tali località non riescono a generare lo stesso numero costante di pernottamenti delle località costiere o situate lungo i corridoi turistici, quindi una stagione breve lascia meno margine per recuperare l'attività nel resto dell'anno.

Il contesto è in linea di principio favorevole, ma frammentato nella pratica. Non esiste un unico dipartimento, un'agenzia o un insieme di dati che si occupi specificamente dell'agriturismo. Le strategie di alto livello – «Our Rural Future», «Food Vision 2030», il «Quadro politico per lo sviluppo del turismo» – lo accennano senza però incentrarsi su di esso. Esistono opportunità di finanziamento. La difficoltà sta nell'accedervi, poiché gli operatori hanno spesso bisogno di supporto per districarsi nel processo di richiesta e di erogazione dei fondi. La pianificazione, le assicurazioni e l'imminente Registro degli Affitti a Breve Termine dominano le pressioni normative. I viaggi di piacere all'estero da parte dei residenti irlandesi rappresentano un freno costante al mercato delle vacanze nazionali da cui dipendono molti operatori.

L'impatto del settore è reale ma localizzato e in gran parte non misurato. Le testimonianze degli operatori e delle parti interessate indicano in modo credibile la resilienza delle famiglie agricole, la spesa dei fornitori locali e dei visitatori, la permanenza della popolazione rurale e la tutela del paesaggio, ma il calcolo che trasformerebbe questi dati in una cifra nazionale non è mai stato effettuato.

Le prospettive sono positive in termini di fiducia, ma incerte in termini di concretizzazione. L'88,57% degli agricoltori intervistati ha valutato il potenziale dell'agriturismo come «molto alto» o «discreto», e il 35,71% ha dichiarato di voler avviare l'attività a breve o di starla prendendo seriamente in considerazione. Che ciò si traduca in risultati dipende proprio dagli stessi vincoli – capitale, pianificazione, assicurazioni, competenze e tempo – che gli attuali operatori segnalano come le principali sfide per la gestione e la crescita delle loro attività.

Un tema ricorrente in tutte le sezioni è il coordinamento. Molti degli elementi necessari per un settore funzionante sono presenti: l'interesse dei visitatori, agricoltori disponibili, alcuni finanziamenti pubblici, enti di formazione e, in linea di principio, politiche di sostegno. Ciò che manca è un unico ente responsabile di coordinarli nell'ambito dell'agriturismo. Nessuno si fa carico del settore, quindi i suoi sostegni rimangono sparsi tra le diverse agenzie che vi operano.

## Agriturismo in Italia: una panoramica

L'agriturismo italiano nel 2024 presenta un quadro di crescita sostenuta (anno record per le strutture agrituristiche, gli arrivi e la produzione), resilienza strutturale e impegno politico attivo. I dati record relativi ai pernottamenti e al fatturato del settore non sono il risultato di un singolo anno favorevole, ma di un percorso trentennale di graduale espansione, sostenuto da un quadro legislativo (prima legge nazionale approvata nel 1985, prime leggi regionali approvate negli anni '70) che ha costantemente tutelato l'identità agricola del settore, garantendogli al contempo sufficiente flessibilità per evolversi. L'Italia è uno dei principali mercati agrituristicici al mondo e uno dei pionieri in Europa.

Gli sviluppi politici del periodo 2024-2026 documentati dall'ISMEA (l'Istituto per i Servizi sui Mercati Agroalimentari, che redige i rapporti annuali sull'agriturismo e sull'agricoltura multifunzionale nel Paese) rivelano un settore che viene attivamente plasmato da molteplici forze, talvolta convergenti: la spinta verso la trasparenza digitale (obblighi CIN, un sistema di registrazione digitale per tutti gli operatori ricettivi), la necessità di accogliere nuove forme di alloggio (le leggi regionali dell'Umbria e del Veneto), la spinta ad attrarre le giovani generazioni (la legge sull'imprenditoria giovanile e i bonus SRD03, che forniscono finanziamenti aggiuntivi ai giovani), l'integrazione delle tematiche di sostenibilità (incentivi alle energie rinnovabili, distretti biologici) e il crescente riconoscimento della cultura gastronomica come risorsa strategica (regolamentazione del turismo enologico, riconoscimento da parte dell'UNESCO della cucina italiana come Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità). Ciascuna di queste rappresenta una scelta politica con conseguenze sul posizionamento competitivo e sull'orientamento a lungo termine del settore.

Il caso dell'Umbria illustra sia i punti di forza che le sfide specifiche di un territorio agrituristicamente maturo. Presenta un'intensità eccezionale (1.322 aziende agrituristiche, con numeri in crescita sia per gli arrivi che per i pernottamenti), un'offerta distintiva incentrata su alloggi di qualità (il 96% delle aziende agrituristiche umbre offre pernottamenti, la percentuale più alta in Italia rispetto a una media nazionale dell'81%) e sulla gastronomia locale (incoraggiando così il consumo di prodotti locali e regionali con indicazioni geografiche), un forte richiamo internazionale (+10 % rispetto ai dati dell'anno scorso) e una crescente visibilità digitale (questa è la regione con la maggiore presenza su Booking.com per gli alloggi agrituristicici, quasi il doppio rispetto alla Toscana, leader del settore, e significativamente al di sopra della media nazionale). Ciò di cui ha bisogno – e ciò che l'attuale politica sta cercando di fornire, in modo imperfetto ma determinato – è un investimento costante nella qualità, il sostegno al ricambio generazionale e la flessibilità legislativa necessaria per integrare nuove forme di ospitalità rurale senza perdere l'ancoraggio agricolo che ne costituisce il senso.

## Confronto tra paesi

La tabella seguente mette a confronto alcune caratteristiche del settore agriturismo nei paesi partner. Poiché la Spagna e l'Irlanda non dispongono di statistiche ufficiali specifiche per il settore agriturismo, non sono stati presi in considerazione gli aspetti relativi al mercato.

|                                      | Romania                                                                                       | Spagna                                                     | Irlanda                                                    | Italia                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Normativa nazionale*                 | Sì (2026)                                                                                     | No                                                         | No                                                         | Sì (2006)                                                                                                                                                                                                             |
| Normativa regionale                  | No                                                                                            | Sì (10 su 17)                                              | No                                                         | Sì (tutte)                                                                                                                                                                                                            |
| Sovvenzioni per l'imprenditorialità  | Fondi della Politica Agricola Comune per il turismo rurale                                    | Fondi della Politica Agricola Comune per il turismo rurale | Fondi della Politica Agricola Comune per il turismo rurale | Fondi della Politica Agricola Comune per il turismo rurale e l'agriturismo                                                                                                                                            |
| Vantaggi fiscali                     | Sì                                                                                            | No                                                         | No                                                         | Sì                                                                                                                                                                                                                    |
| Associazione nazionale delle imprese | No                                                                                            | No                                                         | No                                                         | Sì (3)                                                                                                                                                                                                                |
| Marchio di qualità nazionale         | Sì                                                                                            | No                                                         | No                                                         | Sì                                                                                                                                                                                                                    |
| Dati ufficiali                       | Sì                                                                                            | No                                                         | No                                                         | Sì                                                                                                                                                                                                                    |
| Dimensioni del mercato               | 3.668 iniziative<br>+61.000 posti letto<br>1,09 milioni di arrivi<br>2,1 milioni di soggiorni | -                                                          | -                                                          | 26.360 imprese<br>+310.000 posti letto<br>540.000 coperti nei ristoranti<br>16.000 piazzole di campeggio in agriturismo<br>4,7 milioni di arrivi<br>17,2 milioni di soggiorni<br>1,934 miliardi di euro di produzione |
| Portata internazionale               | 6,4 %                                                                                         | -                                                          | -                                                          | +50 % di arrivi<br>+60 % dei soggiorni                                                                                                                                                                                |
| Andamento del mercato**              | Calo                                                                                          | -                                                          | -                                                          | In crescita                                                                                                                                                                                                           |

\* Questo è l'anno della normativa attuale, ma l'argomento era già stato regolamentato in precedenza.

\*\* Questa valutazione si basa sui dati dell'anno scorso; pertanto, per stabilire una tendenza affidabile, sarà necessario prendere in considerazione periodi più lunghi.

## Principali spunti e raccomandazioni strategiche

Nell'ambito della ricerca condotta in ciascun paese, i partner hanno formulato una serie di raccomandazioni strategiche rivolte agli operatori agrituristici, alle associazioni di categoria e alle autorità pubbliche, al fine di rafforzare la competitività, la sostenibilità e la redditività a lungo termine dell'agriturismo. Di seguito è riportata una sintesi delle varie raccomandazioni, una volta discusse e concordate:

### 1) Quadro istituzionale e normativo per l'agriturismo

Nei paesi in cui l'agriturismo non gode di un riconoscimento giuridico a livello nazionale, come la Spagna e l'Irlanda, il monitoraggio statistico, la visibilità e il sostegno pubblico mirato all'agriturismo sono molto limitati. Il quadro giuridico è fondamentale poiché definisce le regole del gioco, ovvero stabilisce cosa debba essere considerato agriturismo e come debba essere sviluppato secondo gli standard; tuttavia, una strategia nazionale o un piano generale per l'agriturismo (come in Romania) con un'agenzia capofila designata potrebbe davvero potenziare il settore (migliorando la trasparenza del mercato, facilitando la definizione delle politiche e rafforzando la fiducia dei consumatori) anche in assenza di una normativa specifica. La cooperazione tra le parti interessate è fondamentale, e la governance territoriale è essenziale per un settore agrituristico forte, sia a livello locale che a livelli più alti.

I dati ufficiali sull'offerta agrituristica vengono raccolti in Italia e in Romania, ma non in Spagna e in Irlanda. Ciò costituisce un ostacolo all'organizzazione del settore, al monitoraggio delle tendenze, allo sviluppo di strategie di marketing differenziate, alla progettazione di pacchetti vacanze per micro-nicchie, ecc.

Sia in Italia che in Romania esistono marchi di qualità a livello nazionale per le strutture agrituristiche, ma non in Spagna e in Irlanda. Tali sistemi di qualità garantiscono uno standard costante di comfort e servizi, contribuiscono a contrastare le attività illegali e facilitano le azioni di marketing.

### 2) Professionalizzazione e formazione

La formazione rappresenta una lacuna fondamentale nel settore dell'agriturismo in molti paesi, poiché non esistono programmi formativi ufficiali specifici sull'agriturismo offerti dalle università o dai centri di istruzione e formazione professionale (IFP); di conseguenza, gli imprenditori rurali hanno opportunità molto limitate di acquisire le conoscenze, le competenze e le attitudini necessarie per avviare e gestire un'impresa agrituristica. In Italia, le principali associazioni di agricoltori offrono una formazione specifica sull'agriturismo ai propri soci prima che questi diventino imprenditori, mentre in Irlanda Teagasc ha lanciato il programma «Options for Farm Families», una serie di workshop che aiuta le famiglie di agricoltori a valutare le opzioni di diversificazione dell'azienda agricola e a pianificarne l'attuazione. Dovrebbero essere affrontati argomenti quali la gestione dell'ospitalità, la progettazione dell'esperienza dei visitatori, il marketing, il servizio clienti, la gestione della sostenibilità e la comunicazione digitale; tuttavia, sarebbe ancora più apprezzabile un percorso incentrato sul mentoring (un servizio dedicato di sostegno alle imprese agrituristiche che guidi gli imprenditori rurali dall'idea iniziale all'attività operativa), sull'apprendimento tra

pari e sul contatto con operatori del settore, in cui la formazione formale costituisca solo una componente dell'offerta complessiva. Inoltre, l'invecchiamento del settore agricolo e l'incertezza sulla successione richiedono una visione a più lungo termine.

### *3) Diversificazione dell'offerta turistica*

Le attuali tendenze del turismo rurale evidenziano l'importanza delle esperienze rispetto alle strutture. L'alloggio non è più l'elemento chiave della vacanza, come lo era anni fa, ma uno standard. Pertanto, ciò che fa la differenza è ciò che si vive, ciò che si prova, il modo in cui la vacanza può fare bene. Pertanto, l'agriturismo dovrebbe concentrarsi su esperienze differenziate legate all'identità rurale, quali attività legate al calendario agricolo, gastronomia, produzione artigianale, esperienze guidate sul patrimonio culturale, programmi attivi all'aria aperta, biodiversità, pacchetti didattici per adulti e gruppi scolastici e benessere. Tali attività possono aumentare significativamente il valore aggiunto e il ricavo per ospite, riducendo al contempo la stagionalità e offrendo opportunità di differenziazione sul mercato.

L'autenticità è un requisito imprescindibile per l'agriturismo. Offrire esperienze genuine e significative, radicate nella cultura rurale e nell'identità agricola, è la chiave del successo, ciò che contraddistingue questo mercato di nicchia.

### *4) Ridurre la stagionalità e potenziare le strategie di internazionalizzazione*

Qualsiasi forma di turismo è solitamente stagionale, ma mentre alcuni settori di nicchia faticano a prolungare la propria stagione, l'agriturismo è un'attività che si svolge tutto l'anno (a parte, ovviamente, in caso di condizioni meteorologiche estreme). Inoltre, collegando le attività per i visitatori al calendario agricolo (ad esempio la stagione della semina, della potatura o del raccolto) o agli eventi rurali (fiere locali, sagre o raduni), è possibile offrire diversi pacchetti agrituristici durante tutto l'anno, non solo in alta stagione.

Per quanto riguarda le strategie di internazionalizzazione nel settore dell'agriturismo, queste dipendono in larga misura dal contesto. Alcuni territori dei nostri paesi hanno registrato per decenni un numero enorme di arrivi turistici internazionali, ma l'agriturismo è storicamente un prodotto nazionale: solo in alcune regioni italiane la percentuale si aggira intorno al 50%. La domanda internazionale di esperienze turistiche sostenibili e autentiche, compreso l'agriturismo, sta crescendo rapidamente e, in quanto tale, rappresenta un'opportunità per alcune realtà agrituristiche; tuttavia, l'accoglienza di turisti stranieri richiede alcune caratteristiche che non tutte le destinazioni e gli operatori sono in grado di fornire. Inoltre, i singoli operatori non possono raggiungere efficacemente i mercati internazionali in modo indipendente; pertanto, è essenziale uno sforzo collettivo: investimenti coordinati in piattaforme digitali multilingue, partecipazione a fiere internazionali del turismo rurale e alle reti Slow Food, sviluppo di itinerari tematici che colleghino più operatori tra le diverse regioni e coltivazione attiva di relazioni con tour operator in entrata specializzati in viaggi culturali, culinari e sostenibili.

### *5) Digitalizzazione*

Nonostante le aree rurali remote dispongano solitamente di un accesso limitato alle TIC, la digitalizzazione rappresenta una tendenza in rapida crescita nel settore del turismo rurale. Pertanto, anche per l'agriturismo. Gli operatori offline non sono più competitivi in un mercato turistico sempre più plasmato dalle piattaforme online e dai social media. Le aziende

agrituristiche devono migliorare la propria presenza online, i sistemi di prenotazione, lo storytelling digitale e le capacità di gestione della reputazione, arrivando persino a stringere partnership con creatori di contenuti specializzati nel turismo rurale e influencer di viaggio per raggiungere un pubblico giovane e di stranieri “ ”, mentre sono necessari programmi di sostegno pubblico per facilitare l’accesso agli strumenti digitali, alle infrastrutture di connettività e all’assistenza tecnica.

I lavoratori remoti, i nomadi digitali e i ritiri aziendali per le piccole e medie imprese sono gruppi target interessanti che necessitano di una buona connettività Internet per essere attratti dalle strutture ricettive agrituristiche e che rappresenterebbero un’opzione interessante per affrontare la stagionalità turistica in determinate destinazioni.

#### 6) *Sostenibilità*

In sintesi, l’agriturismo è un modo per godersi un tipo diverso di vacanza, contribuendo a mantenere in vita i mestieri tradizionali e l’economia rurale. Tuttavia, allo stesso tempo, esso include una chiara componente educativa, poiché si basa sulla conoscenza del lavoro e della vita in campagna. Inoltre, si svolge in aziende agricole attive, pertanto la sostenibilità non è un concetto di marketing ma una reale necessità, e la produzione agricola agrituristica è solitamente più rispettosa dell’ambiente (ad esempio, in Italia il 26,6% delle aziende agrituristiche ha adottato la produzione biologica *contro* il 7,4% delle altre aziende agricole secondo i dati ufficiali dell’ISMEA, 2024). Deve essere integrato nelle pratiche operative, tra cui la conservazione dell’acqua, le energie rinnovabili, la riduzione dei rifiuti, la tutela della biodiversità, la mobilità sostenibile e le filiere locali.

## Riferimenti

Progetto #AGRI&TOUR. Ricerca di mercato sull'agriturismo in Romania, Spagna, Irlanda e Italia. Tutto disponibile su <https://www.agritourproject.eu>

ISMEA. Agriturismo e multifunzionalità. Scenario e prospettive. Rapporto 2024, <https://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12900>

Rauniyar, S., Awasthi, M. K., Kapoor, S., & Mishra, A. K. (2021). Agriturismo: revisione strutturata della letteratura e analisi bibliometrica. *Tourism Recreation Research*, 46(1), 52–70. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1753913>

Progetto “Still Tourism Around Yard”. Modulo formativo 1. Introduzione all'agriturismo <https://learning.stay-erasmus.eu/training-modules/introduction-to-agrotourism>

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea, né dell'Agenzia Europea per l'Istruzione e della Agenzia Nazionale per i Programmi Comunitari nel campo dell'Istruzione e della Formazione Professionale (ANPCDEF). Né l'Unione Europea né l'ANPCDEF possono essere ritenute responsabili per tali opinioni e punti di vista.