



Co-funded by
the European Union



STUDIU DE PIAȚĂ PRIVIND AGROTURISMUL ÎN ROMÂNIA, SPANIA, IRLANDA ȘI ITALIA RAPORT DE SINTEZĂ





Nr. proiect: 2025-1-RO01-KA220-HED-000359683

#AGRI&TOUR – Stimularea agroturismului prin puterea tinerilor

Metodologie

Prezentul raport de sinteză se bazează pe studiile de piață naționale elaborate anterior de parteneri: ASE pentru România, UAL pentru Spania, TUS pentru Irlanda și ASR pentru Italia. În acest scop, partenerii au contactat mai mulți actori și experți pentru a culege informații: autorități naționale și regionale, organisme de dezvoltare rurală, universități, școli agricole și centre de cercetare, asociații de fermieri, cooperative agroalimentare, consilieri și profesori în domeniul agriculturii, fermieri, alți experți și consultanți etc. Ca rezultat, aceștia oferă o imagine de ansamblu asupra pieței actuale a agroturismului și asupra evoluției acesteia în țările respective.

Printre subiectele incluse în aceste documente se numără analiza cererii (profilul sociodemografic al turistului, motivațiile și așteptările, comportamentul de consum și de cheltuieli, precum și nivelul de satisfacție și loialitate), analiza ofertei (tipuri de exploatații agricole și servicii; capacitate, prețuri și caracterul sezonier; canale de comercializare; precum și profesionalizarea și digitalizarea), analiza mediului și a pieței (analiza PESTEL, analiza concurenților; precum și barierele la intrare și oportunitățile), sustenabilitatea și impactul (impactul economic, social, cultural și de mediu la nivel local și alinierea la politicile de dezvoltare rurală), tendințele și scenariile viitoare (inovația în agroturism, noi segmente de cerere, scenarii potențiale de creștere), precum și câteva concluzii și recomandări. Raportul italian urmează o abordare diferită, întrucât este un document suplimentar care nu a fost luat în considerare în formularul de candidatură al proiectului.

Raportul de sinteză, elaborat de COAG-Jaén, oferă o analiză a sectorului agroturismului în fiecare țară parteneră, sub forma unei sinteze a cercetărilor naționale și a unei analize comparative între teritorii.

Raportul reprezintă o piatră de temelie pentru proiectul #AGRI&TOUR, deoarece constituie un pas înainte în îmbunătățirea cunoștințelor privind agroturismul prin cercetări actualizate care implică principalii actori din sector, stimulând astfel activitatea nu numai în țările noastre, ci în întreaga Europă.

Vă rugăm să vizitați <https://www.agritourproject.eu> pentru informații suplimentare atât despre proiect, cât și despre studiul de piață.

Agroturismul: o introducere

Rețeaua Globală de Agroturism (<https://globalagritourismnetwork.org>) definește agroturismul ca „o activitate de diversificare agricolă care rezultă din intersecția sinergică dintre turism și agricultură, oferind experiențe autentice legate de producția agricolă, care pun în valoare resursele regionale tangibile și intangibile”. Acest text consensual definește, la nivel global, o activitate cu mai multe nuanțe, dar cu o certitudine clară: agricultura este factorul-cheie, care o diferențiază de alte sectoare turistice sau nișe de piață.

În literatura academică de specialitate, găsim diferiți termeni folosiți pentru a defini acest subiect, precum agroturism, agriturism, agro-ecoturism, turism la fermă, fermă de vacanță, turism în ferme etc. Acestea sunt cuvinte diferite pentru același concept, uneori cu diferențe minore între ele. Confuzia crește atunci când luăm în considerare activități precum turismul gastronomic, turismul viticol, turismul uleiului de măsline, ecoturismul, turismul verde sau turismul rural, care se suprapun frecvent în același loc. Astfel, granițele dintre ele sunt uneori neclare.

Sourav Rauniyar *și colab.* (2021) au analizat datele bibliografice ale 459 de publicații de cercetare referitoare la agroturism. Rezultatele arată că „agroturismul este conceptualizat în sens larg ca o îmbinare a resurselor, activităților și tradițiilor agricole cu scopuri recreative și educative, care este oferită ca produs turistic și, în ultimă instanță, contribuie la creșterea veniturilor fermierilor. O astfel de teorizare dispartă a agroturismului de către cercetători face ca o revizuire sistematică a literaturii de specialitate privind agroturismul să fie extrem de necesară și, totodată, o sarcină dificilă din punct de vedere conceptual”.

Activitatea conceptuală în domeniul agroturismului a început în anii 1980. După aproximativ patruzeci de ani, conceptul de turism rural acționează ca un termen generic pentru modalități turistice care au un cadru comun (mediul rural, spre deosebire de cel urban), dar prezintă caracteristici diferite atât în ceea ce privește oferta, cât și cererea turistică, ceea ce duce la existența mai multor segmente turistice sau nișe de piață.

Definirea agroturismului nu este o sarcină ușoară atunci când este necesară o definiție globală. Mai mult, nu există o abordare unică a conceptului de agroturism, întrucât semnificația acestuia prezintă unele diferențe de la un teritoriu la altul. Astfel, ceea ce este definit legal ca agroturism în unele locuri poate să nu fie considerat ca atare într-un alt teritoriu (chiar și în aceeași țară!). Există mai multe elemente implicate care aduc numeroase nuanțe în discuție. Contextele geografice, istorice, juridice și culturale sunt fundamentale și, în cele din urmă, diferențiatorie. Cu toate acestea, există un element central clar: legătura strânsă dintre agroturism, fermele agricole, mediul rural și patrimoniul rural.

Prin urmare, în cadrul acestui raport și al proiectului #AGRI&TOUR, vom considera agroturismul ca fiind acea modalitate (sau nișă de piață) a turismului rural care se dezvoltă ca o sursă de venit complementară producției agricole și în care principala motivație a turiștilor



Co-funded by
the European Union



este practicarea activităților legate de meseriile agricole și de stilul de viață agrar (acesta este elementul distinctiv), mai ales atunci când se desfășoară împreună cu fermierii.

Agroturismul în România: o privire de ansamblu

Studiul de piață a oferit o analiză cuprinzătoare a sectorului agroturismului din România, din perspectiva cererii, ofertei, mediului, sustenabilității și tendințelor. Principalele concluzii care reies din această investigație pot fi sintetizate după cum urmează.

Agroturismul este reglementat la nivel național, iar responsabilitatea revine Ministerului Turismului. România a reglementat pentru prima dată agroturismul în 1994 printr-o lege a turismului, care includea conceptul de pensiuni agroturistice și ferme agroturistice situate în zonele rurale din munți, Delta Dunării și pe litoralul Mării Negre, extinzând această reglementare la întreg teritoriul țării în 1997. Această lege inițială includea, de asemenea, stimulente fiscale pentru antreprenori.

Agroturismul românesc a atins o amploare considerabilă – 3.668 de unități de cazare înregistrate, 61.000 de locuri de cazare și, istoric, peste 1,1 milioane de sosiri anuale –, devenind astfel cea mai mare categorie de cazare din sistemul turistic național. Cu toate acestea, datele privind performanța sectorului din 2025 relevă vulnerabilități structurale acute: o scădere de 10,9 % a sosirilor, o contracție la 1,09 milioane de turiști și o rată medie netă de utilizare a capacității de cazare care rămâne la un nivel critic de scăzut. Această contracție a avut loc pe fondul unui declin general modest al turismului național (-2,1 %), confirmând faptul că agroturismul este disproporționat de sensibil la deteriorarea puterii de cumpărare interne. Statisticile oficiale naționale privind turismul oferă repere cantitative referitoare la sosiri, nopți de cazare și rate de ocupare.

Concentrarea geografică a sectorului este extremă. Brașov, Maramureș, Suceava, Tulcea, Harghita, Cluj și Bihor reprezintă împreună majoritatea capacității de agroturism, în timp ce vastele câmpii din sudul și estul României rămân aproape în totalitate deconectate de fluxurile de venituri din turismul rural. Acest dezechilibru teritorial nu numai că limitează dimensiunea agregată a sectorului, dar îl expune la riscurile hiper-concurenței și diluării autenticității în destinațiile saturate, lăsând în același timp vaste resurse culturale și peisagistice insuficient valorificate în regiunile periferice.

Profilul cererii rămâne în mare parte intern, puternic sezonier și concentrat pe modelul escapadelor de weekend. Turiștii străini reprezintă doar 6,4 % din sosiri, cu mult sub media națională de 18,4 %, însă concentrarea lor în segmentul premium și creșterea de 51,7 % înregistrată în unitățile de înaltă clasificare în cursul anului 2025 indică un potențial comercial neexploatat. Motivațiile vizitatorilor – evadarea în natură, mâncarea tradițională, autenticitatea culturală și consolidarea legăturilor familiale – se potrivesc bine cu oferta rurală autentică a României, iar nivelurile de satisfacție sunt constant ridicate. Cu toate acestea, modelul de produs predominant, constând în cazare de bază plus mese tradiționale, nu este suficient de diferențiat pentru a susține prețuri premium sau sejururi prelungite.

Oferta este caracterizată de unități mici, administrate de familii, cu un grad de digitalizare moderat până la scăzut, investiții limitate în marketing și o dependență structurală de finanțarea europeană pentru modernizare. Segmentul premium (4–5 margarete, conform sistemului național de clasificare a cazărilor agroturistice) prezintă potențial de creștere și reziliență, în timp ce segmentul de masă cu 3 margarete se confruntă cu o concurență tot mai intensă la nivel de produse de bază și cu marje în scădere. Lacunele în materie de



Co-funded by
the European Union



profesionalizare în domeniul managementului ospitalității, al competențelor digitale și al cunoașterii limbilor străine continuă să limiteze capacitatea sectorului de a atrage cererea internațională.

Agroturismul în Spania: o privire de ansamblu

Analiza efectuată în cadrul acestui studiu de piață confirmă faptul că agroturismul din Spania a evoluat de la o activitate rurală complementară la un segment turistic strategic cu un potențial puternic de dezvoltare teritorială durabilă, în ciuda faptului că nu sunt disponibile date oficiale la nivel național. Deși statisticile oficiale încă nu fac distincția între agroturism și categoriile mai largi de turism rural, datele disponibile demonstrează că sectorul înregistrează o creștere susținută, o diversificare tot mai mare și o profesionalizare progresivă.

Studiul evidențiază faptul că turismul rural din Spania a înregistrat, în ultimii ani, peste 4,7 milioane de călători și peste 12 milioane de nopți de cazare, consolidându-se ca unul dintre cele mai dinamice segmente de turism bazate pe structuri de cazare non-hoteliere din țară. Agroturismul, ca ramură distinctă a turismului rural, beneficiază de acest context favorabil, adăugând în același timp o propunere de valoare distinctivă bazată pe interacțiunea directă cu sistemele de producție agricolă, cultura locală, gastronomia și educația ecologică.

Una dintre principalele concluzii este predominanța puternică a cererii interne, care reprezintă aproximativ trei sferturi din consumatorii de turism rural. Cu toate acestea, sectorul se află, de asemenea, într-un proces de internaționalizare treptată, în special în rândul vizitatorilor din Europa de Nord și Centrală, care caută din ce în ce mai mult produse turistice autentice, durabile și orientate către experiențe. Profilul agroturistului se caracterizează printr-o conștiință ecologică ridicată, interes pentru patrimoniul local și preferința pentru experiențe participative, mai degrabă decât pentru cazare pasivă.

Cercetarea confirmă, de asemenea, o transformare semnificativă a motivațiilor turistice. Turismul rural tradițional a fost asociat, de-a lungul timpului, cu odihna și deconectarea, însă cererea actuală de agroturism pune din ce în ce mai mult preț pe învățarea culturală, tradițiile locale, gastronomia, sustenabilitatea și contactul direct cu peisajele productive. Vizitatorii nu caută doar relaxare; ei caută, de asemenea, autenticitate, experiențe educative și o implicare semnificativă în comunitățile rurale. Această schimbare reprezintă una dintre cele mai importante oportunități structurale pentru poziționarea viitoare a agroturismului în Spania.

Din perspectiva ofertei, sectorul rămâne extrem de fragmentat și dominat de mici întreprinderi familiale cu o capacitate limitată de investiții. Majoritatea inițiativelor de agroturism continuă să funcționeze la scara microîntreprinderilor, combinând adesea producția agricolă cu turismul ca sursă complementară de venit. Deși această scară redusă contribuie la autenticitate și la experiențe personalizate, ea limitează totodată profesionalizarea, digitalizarea și accesul la piețe comerciale mai mari.

Un alt rezultat cheie se referă la importanța crescândă a valorii experiențiale. Activități precum recoltarea, turismul viticol și oleicol, atelierele de preparate alimentare artisanale, vizitele la ferme, turismul educațional și participarea la activități agricole generează cele mai ridicate niveluri de satisfacție și loialitate ale turiștilor. Nivelurile de satisfacție ale vizitatorilor sunt deosebit de ridicate în agroturism în comparație cu alte forme de turism, cu intenții puternice de a reveni și cu o promovare pozitivă prin „word-of- ”. Acest lucru demonstrează



că autenticitatea și interacțiunea directă cu producătorii se numără printre cele mai valoroase avantaje competitive ale sectorului.

Impactul economic al agroturismului este, de asemenea, extrem de semnificativ pentru teritoriile rurale. Dincolo de veniturile din cazare, agroturismul stimulează economiile locale prin restaurante, achiziționarea de produse locale, piețe artisanale, servicii de transport, ghizi și activități complementare. Cheltuielile turistice se distribuie de-a lungul lanțurilor valorice locale, generând efecte multiplicatoare care contribuie la reziliența teritorială și la diversificarea economică. În regiunile afectate de depopulare și de scăderea rentabilității agricole, agroturismul reprezintă un mecanism important pentru menținerea activității economice și crearea de noi oportunități de angajare.

Dimensiunile de mediu și sociale ale agroturismului sunt la fel de relevante. Sectorul contribuie la conservarea peisajelor tradiționale, a patrimoniului agricol, a biodiversității și a sistemelor locale de cunoaștere. Agroturismul consolidează, de asemenea, valoarea socială a activităților agricole prin reconectarea populației urbane cu procesele de producție alimentară și cu realitățile rurale. În plus, sectorul se aliniază îndeaproape la obiectivele de sustenabilitate promovate de Uniunea Europeană, inclusiv Politica Agricolă Comună, Strategia „De la fermă la consumator”, programele LEADER și Obiectivele de Dezvoltare Durabilă.

Cu toate acestea, studiul identifică și câteva puncte slabe și provocări de natură structurală. Una dintre cele mai importante limitări este absența unui cadru juridic și statistic unificat care să recunoască în mod specific agroturismul ca o categorie distinctă. În Spania nu există o reglementare națională privind agroturismul sau turismul rural, întrucât competențele juridice revin autorităților regionale. Fragmentarea normativă între comunitățile autonome (până în prezent, doar 10 din 17 regiuni iau în considerare agroturismul în reglementările lor privind turismul rural) creează standarde inegale și reduce vizibilitatea sectorului. De asemenea, digitalizarea limitată, strategiile slabe de comercializare (nu există asociații de agroturism la nivel național, ci doar câteva la nivel regional), nivelurile scăzute de pregătire profesională în domeniul turismului (nu se oferă programe oficiale de formare profesională sau universitare privind turismul rural sau agroturismul) și sezonabilitatea pronunțată continuă să limiteze competitivitatea. Dincolo de detaliile specifice, situația din sectorul turismului rural se aplică în egală măsură agroturismului.

Schimbările climatice și presiunile asupra mediului reprezintă, de asemenea, riscuri majore, în special în regiunile mediteraneene, ceea ce afectează agricultura, creșterea animalelor și, prin urmare, agroturismul (de exemplu, pierderi de recoltă, recolte timpurii sau inegale din cauza secetei, inundațiilor sau dăunătorilor), astfel încât gestionarea resurselor devine din ce în ce mai critică. Practicile de gestionare durabilă, educația ecologică și utilizarea eficientă a resurselor vor deveni, prin urmare, condiții esențiale pentru viabilitatea pe termen lung a agroturismului.

În ansamblu, rezultatele demonstrează că agroturismul din Spania are un puternic potențial de dezvoltare datorită capacității sale de a integra turismul, agricultura, durabilitatea și identitatea teritorială într-un singur model economic și social. Cu toate acestea, consolidarea



Co-funded by
the European Union



sa viitoare va depinde de capacitatea sectorului de a depăși fragmentarea structurală, de a îmbunătăți profesionalizarea și de a se adapta la cerințele în continuă evoluție ale pieței.

Agroturismul în Irlanda: o privire de ansamblu

Nu există o reglementare națională și nici o evidență a contribuției agroturismului. În plus, conform cercetării documentare, care include un sondaj realizat în rândul antreprenorilor rurali de către TUS în cadrul proiectului #AGRI&TOUR, semnalele din partea cererii pentru agroturism sunt favorabile. Cercetările privind vizitatorii, precum și relatările operatorilor și ale părților interesate converg asupra naturii, peisajului, turismului lent, deconectării și experienței rurale autentice. Acesta este exact teritoriul pe care îl ocupă oferta bazată pe ferme. Economia turistică irlandeză în ansamblu, cu o valoare de peste 10 miliarde de euro în 2024, rămâne o piață gazdă importantă, conform datelor oficiale.

Oferta este redusă și diversificată. Majoritatea operatorilor incluși în sondajul realizat în rândul fermierilor desfășurau activitatea de primire a vizitatorilor în paralel cu agricultura sau ca activitate secundară sezonieră, doar unul singur considerând-o ca fiind principala activitate a fermei. Activitatea comercială se concentrează în perioada de vară pentru majoritatea operatorilor, care este, de asemenea, cea mai aglomerată perioadă a anului agricol, astfel încât operatorii se confruntă simultan cu vârful activității agricole și cu vârful cererii din partea vizitatorilor. Operatorii aflați departe de principalele coridoare turistice resimt cel mai acut durată scurtă a sezonului. Astfel de locații nu pot genera un număr constant de nopți de cazare, așa cum o pot face locațiile de pe coastă sau din coridoarele turistice, astfel încât un sezon scurt lasă mai puține posibilități de a recupera pierderile pe parcursul restului anului.

Mediul este, în principiu, favorabil, dar fragmentat în practică. Niciun departament, agenție sau set de date nu se ocupă exclusiv de agroturism. Strategiile la nivel înalt – „Our Rural Future”, „Food Vision 2030”, „Cadru de politică pentru dezvoltarea turismului” – abordează acest subiect fără a-l avea ca ax central. Există oportunități de finanțare. Dificultatea constă în accesarea acestora, operatorii având adesea nevoie de sprijin pentru a se orienta în procesul de depunere a cererilor și de acordare a fondurilor. Planificarea, asigurările și iminenta înființare a Registrului de închiriere pe termen scurt domină presiunile de natură juridică. Călătoriile de agrement în străinătate efectuate de rezidenții irlandezi reprezintă o povară constantă pentru piața vacanțelor interne de care depind mulți operatori.

Impactul sectorului este real, dar localizat și, în mare măsură, nemăsurat. Mărturiile operatorilor și ale părților interesate indică în mod credibil reziliența gospodăriilor agricole, cheltuielile furnizorilor locali și ale vizitatorilor, menținerea populației în mediul rural și gestionarea peisajului, dar calculul care ar transforma aceste date într-o cifră la nivel național nu a fost niciodată realizat.

Perspectivile sunt pozitive ca sentiment, dar incerte în ceea ce privește concretizarea. 88,57 % dintre fermierii chestionați au evaluat potențialul agroturismului ca fiind „foarte ridicat” sau „oarecare”, iar 35,71 % au declarat că vor începe în curând sau că iau în considerare serios această opțiune. Dacă acest lucru se va traduce în rezultate depinde de aceleași constrângeri – capital, planificare, asigurări, competențe și timp – pe care operatorii actuali le menționează ca fiind principalele provocări pentru funcționare și dezvoltare.



O temă recurentă în toate secțiunile este coordonarea. Multe dintre elementele necesare unui sector funcțional există deja: interesul vizitatorilor, fermieri dispuși să se implice, o anumită finanțare publică, furnizori de formare profesională și, în principiu, o politică favorabilă. Ceea ce lipsește este un organism unic responsabil de coordonarea acestora în jurul agroturismului. Nimeni nu deține controlul asupra sectorului, astfel încât sprijinul acordat acestuia rămâne dispersat între mai multe agenții implicate în acest domeniu.

Agroturismul în Italia: o privire de ansamblu

Agroturismul italian în 2024 prezintă o imagine de creștere susținută (un an record pentru întreprinderile de agroturism, sosiri și producție), reziliență structurală și implicare activă la nivel de politici. Cifrele record privind nopțile de cazare și producția sectorului nu sunt rezultatul unui singur an favorabil, ci al unei traiectorii de trei decenii de expansiune treptată, susținută de un cadru legislativ (prima lege națională adoptată în 1985, primele legi regionale adoptate în anii 1970) care a protejat în mod consecvent identitatea agricolă a sectorului, oferindu-i în același timp suficientă flexibilitate pentru a evolua. Italia este una dintre principalele piețe de agroturism din lume și unul dintre pionierii din Europa.

Evoluțiile politice din perioada 2024-2026, documentate de ISMEA (Institutul pentru Servicii privind Piețele Agricole și Alimentare, care elaborează rapoartele anuale privind agroturismul și agricultura multifuncțională din țară), relevă un sector care este modelat în mod activ de forțe multiple, uneori convergente: presiunea pentru transparență digitală (obligațiile CIN, un sistem de înregistrare digitală pentru toți operatorii din sectorul ospitalității), necesitatea de a integra noi formate de cazare (legile regionale din Umbria și Veneto), efortul de a atrage generațiile tinere (legea privind antreprenoriatul tinerilor și bonusurile SRD03, care oferă finanțare suplimentară pentru tineri), integrarea preocupărilor legate de sustenabilitate (stimulente pentru energia regenerabilă, districte ecologice) și recunoașterea tot mai mare a culturii gastronomice ca activ strategic (reglementarea turismului viticol, recunoașterea de către UNESCO a bucătăriei italiene ca patrimoniu cultural imaterial al umanității). Fiecare dintre acestea reprezintă o alegere politică cu consecințe asupra poziționării competitive și a direcției pe termen lung a sectorului.

Cazul Umbriei ilustrează atât punctele forte, cât și provocările specifice ale unui teritoriu agroturistic matur. Acesta prezintă o intensitate excepțională (1.322 de ferme agroturistice, cu cifre în creștere atât în ceea ce privește sosirile, cât și numărul de nopți de cazare), o ofertă distinctivă centrată pe cazare de calitate (96 % dintre fermele agroturistice din Umbria oferă cazare, cea mai mare proporție din Italia, față de o medie națională de 81 %) și gastronomie locală (încurajând astfel consumul de produse locale și regionale cu indicații geografice), o puternică atracție internațională (+10 % față de cifrele de anul trecut) și o vizibilitate digitală în creștere (aceasta este regiunea cu cea mai mare prezență pe Booking.com pentru cazări agroturistice, aproape dublă față de cifrele din Toscana, liderul sectorului, și semnificativ peste media națională). Ceea ce este necesar – și ceea ce politica actuală încearcă, în mod imperfect dar cu determinare, să ofere – este o investiție continuă în calitate, sprijin pentru tranziția generațională și flexibilitatea legislativă necesară pentru a integra noi forme de ospitalitate rurală fără a pierde ancorarea agricolă care le conferă sens.

Comparație între țări

Tabelul următor compară câteva caracteristici ale sectorului agroturismului în țările partenere. Deoarece Spania și Irlanda nu dispun de statistici oficiale specifice pentru sectorul agroturismului, aspectele legate de piață nu au fost luate în considerare.

	România	Spania	Irlanda	Italia
Reglementare națională*	Da (2026)	Nu	Nu	Da (2006)
Reglementare regională	Nu	Da (10 din 17)	Nu	Da (Toate)
Subvenții pentru antreprenoriat	Fonduri din cadrul Politicii Agricole Comune pentru turismul rural	Fonduri din cadrul Politicii Agricole Comune pentru turismul rural	Fonduri din cadrul Politicii Agricole Comune pentru turismul rural	Fonduri din cadrul Politicii Agricole Comune pentru turismul rural și agroturism
Impozitarea beneficiilor	Da	Nu	Nu	Da
Asociația Națională a Întreprinderilor	Nu	Nu	Nu	Da (3)
Marcă națională de calitate	Da	Nu	Nu	Da
Date oficiale	Da	Nu	Nu	Da
Dimensiunea pieței	3.668 de întreprinderi +61.000 de paturi 1,09 milioane de sosiri 2,1 milioane de sejururi	-	-	26.360 de întreprinderi +310.000 de paturi 540.000 de locuri în restaurante 16.000 de locuri de campare la fermă 4,7 milioane de sosiri 17,2 milioane de sejururi 1,934 miliarde de euro în producție
Acoperire internațională	6,4 %	-	-	+50 % din sosiri +60 % din sejururi
Tendința pieței**	Scădere	-	-	În creștere



* Acesta este anul în care se aplică reglementarea actuală, dar subiectul a fost reglementat pentru prima dată înainte de aceasta.

**Această evaluare se bazează pe datele din anul trecut; prin urmare, va fi necesar să se ia în considerare perioade mai lungi pentru a stabili o tendință fiabilă.

Concluzii cheie și recomandări strategice

În cadrul cercetării desfășurate în fiecare țară, partenerii au formulat o serie de recomandări strategice adresate operatorilor din agroturism, asociațiilor din sector și autorităților publice, cu scopul de a consolida competitivitatea, sustenabilitatea și viabilitatea pe termen lung a agroturismului. Mai jos este prezentat un rezumat al diverselor recomandări, după ce acestea au fost discutate și agreeate:

1) Cadrul instituțional și de reglementare pentru agroturism

În țările în care agroturismul nu este recunoscut legal la nivel național, cum ar fi Spania și Irlanda, monitorizarea statistică, vizibilitatea și sprijinul public specific pentru agroturism sunt foarte limitate. Contextul juridic este esențial, deoarece stabilește regulile jocului, adică definește ce anume ar trebui considerat agroturism și cum ar trebui dezvoltat acesta în conformitate cu standardele; totuși, o strategie națională de agroturism sau un plan general (cum ar fi cel din România), cu o agenție coordonatoare desemnată, ar putea îmbunătăți semnificativ sectorul (sporind transparența pieței, facilitând elaborarea politicilor și consolidând încrederea consumatorilor), chiar și în absența unei reglementări specifice. Cooperarea dintre părțile interesate este esențială, iar guvernarea teritorială este fundamentală pentru un sector al agroturismului puternic, atât la nivel local, cât și la niveluri superioare.

În Italia și România se colectează date oficiale privind oferta de agroturism, dar nu și în Spania și Irlanda. Acest lucru reprezintă un obstacol în calea organizării sectorului, a monitorizării tendințelor, a elaborării de strategii de marketing diferențiate, a conceperii de pachete de vacanță pentru micro-nișe etc.

Atât în Italia, cât și în România există un sistem de certificare a calității la nivel național pentru întreprinderile de agroturism, dar nu și în Spania și Irlanda. Aceste sisteme de calitate asigură un standard uniform de confort și servicii, contribuie la combaterea activităților ilegale și facilitează acțiunile de marketing.

2) Profesionalizarea și formarea

Formarea profesională reprezintă o lacună majoră în sectorul agroturismului din multe țări, întrucât nu există programe oficiale specifice de formare în domeniul agroturismului oferite de universități sau centre de educație și formare profesională (VET), astfel încât antreprenorii din mediul rural au oportunități foarte limitate de a dobândi cunoștințele, competențele și atitudinile necesare pentru înființarea și gestionarea unei întreprinderi de agroturism. În Italia, principalele asociații de fermieri oferă formare specifică în domeniul agroturismului membrilor lor înainte ca aceștia să devină antreprenori, iar Teagasc a lansat în Irlanda programul „Options for Farm Families”, o serie de ateliere care ajută familiile de fermieri să evalueze opțiunile de diversificare a exploatației și să-și planifice activitatea. Ar trebui abordate teme precum managementul ospitalității, proiectarea experienței vizitatorilor, marketingul, serviciile pentru clienți, managementul sustenabilității și comunicarea digitală, dar ar fi și mai apreciat un parcurs centrat pe mentorat (un serviciu dedicat de sprijinire a



întreprinderilor de agroturism care să ghideze antreprenorii rurali de la prima idee până la afacerea operațională), învățarea între egali și interacțiunea cu operatori activi, formarea formală reprezentând doar o componentă a ofertei, nu întreaga ofertă. În plus, îmbătrânirea populației din sectorul agricol și succesiunea incertă necesită o viziune pe termen mai lung.

3) *Diversificarea ofertei turistice*

Tendențele actuale din turismul rural evidențiază importanța experiențelor mai presus de facilități. Cazarea nu mai este elementul cheie al vacanțelor, așa cum era cu ani în urmă, ci un standard. Astfel, ceea ce face diferența este ceea ce experimentezi, ceea ce simți, modul în care vacanța îți poate face bine. Prin urmare, agroturismul ar trebui să se concentreze pe experiențe diferențiate legate de identitatea rurală, precum activități care urmează calendarul agricol, gastronomia, producția artizanală, experiențe ghidate legate de patrimoniu, programe active în aer liber, biodiversitatea, pachete educaționale pentru adulți și grupuri școlare, precum și wellness. Aceste activități pot crește semnificativ valoarea adăugată și veniturile pe oaspete, reducând în același timp caracterul sezonier și oferind oportunități de diferențiere pe piață.

Autenticitatea este o condiție esențială pentru agroturism. Oferirea de experiențe autentice și semnificative, înrădăcinate în cultura rurală și identitatea agricolă, este cheia succesului, ceea ce diferențiază această nișă de piață.

4) *Reducerea caracterului sezonier și consolidarea strategiilor de internaționalizare*

Orice formă de turism este, de obicei, sezonieră, dar, în timp ce unele sectoare de nișă abia reușesc să-și prelungească sezonul, agroturismul este o activitate care se desfășoară pe tot parcursul anului (cu excepția condițiilor meteorologice extreme, desigur). Mai mult, prin corelarea activităților destinate vizitatorilor cu calendarul fermei (de exemplu, sezonul de însămânțare, de tăiere sau de recoltare) sau cu evenimentele din mediul rural (târguri locale, festivaluri sau adunări), se pot oferi diferite pachete de agroturism pe tot parcursul anului, nu doar în timpul sezonului de vârf.

În ceea ce privește strategiile de internaționalizare în agroturism, acestea depind într-adevăr de context. Unele teritorii din țările noastre au înregistrat un număr imens de sosiri de turiști internaționali timp de decenii, dar agroturismul este, din punct de vedere istoric, un produs destinat pieței interne: doar în unele regiuni italiene ponderea acestuia se situează în jur de 50 %. Cererea internațională pentru experiențe turistice durabile și autentice, inclusiv agroturismul, crește rapid și, ca atare, reprezintă o oportunitate pentru unele inițiative de agroturism, dar găzduirea străinilor necesită anumite caracteristici pe care nu toate destinațiile și operatorii sunt capabili să le ofere. În plus, operatorii individuali nu pot pătrunde în mod eficient pe piețele internaționale pe cont propriu; prin urmare, este esențial un efort colectiv: investiții coordonate în platforme digitale multilingve, participarea la târguri internaționale de turism rural și la rețelele Slow Food, dezvoltarea de itinerarii tematice care să conecteze mai mulți operatori din diferite regiuni, precum și cultivarea activă a relațiilor cu operatorii de turism care se specializează în călătorii culturale, culinare și durabile.

5) *Digitalizarea*

Deși zonele rurale izolate nu dispun, de obicei, de un acces adecvat la TIC, digitalizarea reprezintă o tendință în plină expansiune în sectorul turismului rural. Prin urmare, acest lucru este valabil și pentru agroturism. Operatorii care nu sunt prezenți online nu mai sunt



competitivi pe o piață turistică din ce în ce mai influențată de platformele online și de rețelele sociale. Întreprinderile din domeniul agroturismului trebuie să-și îmbunătățească prezența online, sistemele de rezervare, povestirea digitală și capacitățile de gestionare a reputației, chiar și prin stabilirea de parteneriate cu creatori de conținut specializați în turismul rural și cu influențatori din domeniul turismului, pentru a ajunge la publicul tânăr și la străinii din generația „Z”, în timp ce sunt necesare programe de sprijin public pentru a facilita accesul la instrumente digitale, la infrastructura de conectivitate și la asistență tehnică.

Lucrătorii la distanță, nomazii digitali și retragerea corporativă pentru întreprinderile mici și mijlocii reprezintă grupuri-țintă interesante, care necesită o bună conectivitate la internet pentru a fi atrași către unitățile de cazare agroturistice și care ar reprezenta o opțiune interesantă pentru combaterea caracterului sezonier al turismului în anumite destinații.

6) *Sustenabilitate*

Pe scurt, agroturismul este o modalitate de a te bucura de un alt fel de vacanță, contribuind la menținerea în viață a meseriilor tradiționale și a economiei rurale. Totuși, în același timp, acesta include o componentă educațională clară, întrucât se bazează pe cunoașterea muncii și a vieții la țară. Mai mult, acesta se desfășoară în ferme active, astfel încât sustenabilitatea nu este un concept de marketing, ci o nevoie reală, iar producția agricolă din cadrul agroturismului este, de obicei, mai prietenoasă cu mediul (de exemplu, în Italia, 26,6 % dintre fermele agroturistice au adoptat producția ecologică, *față de 7,4 %* în cazul altor ferme, conform datelor oficiale ale ISMEA, 2024). Aceasta trebuie integrată în practicile operaționale, inclusiv conservarea apei, energia regenerabilă, reducerea deșeurilor, protecția biodiversității, mobilitatea durabilă și lanțurile de aprovizionare locale.



Referințe

Proiectul #AGRI&TOUR. Studiu de piață privind agroturismul în România, Spania, Irlanda și Italia. Toate disponibile la <https://www.agritourproject.eu>

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

Rauniyar, S., Awasthi, M. K., Kapoor, S. și Mishra, A. K. (2021). Agroturism: analiză structurată a literaturii de specialitate și analiză bibliometrică. *Tourism Recreation Research*, 46(1), 52–70. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1753913>

Proiectul „Still Tourism Around Yard”. Modulul de formare 1. Introducere în agroturism <https://learning.stay-erasmus.eu/training-modules/introduction-to-agrotourism>

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin însă exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctul de vedere al Uniunii Europene, al Agenției Europene pentru Educație sau al Agenției Naționale pentru Programe Comunitare în domeniul Educației și Formării Profesionale (ANPCDEFP). Nici Uniunea Europeană, nici ANPCDEFP nu pot fi trase la răspundere pentru acestea.