



Funded by
the European Union



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

RICERCA DI MERCATO SULL'AGROTURISMO





Indice

RICERCA DI MERCATO SULL'AGROTURISMO IN ROMANIA	4
Introduzione	5
Analisi della domanda	6
Profilo sociodemografico del turista.....	7
Motivazioni e aspettative	8
Comportamenti di consumo e di spesa	10
Livelli di soddisfazione e fedeltà	11
Analisi dell'offerta	13
Tipologie di aziende agricole e servizi	13
Capacità, prezzi e stagionalità	14
Canali di commercializzazione	19
Livello di professionalizzazione e digitalizzazione	19
Analisi ambientale e di mercato	20
Fattori politici	21
Fattori economici.....	22
Fattori sociali	23
Fattori tecnologici.....	23
Fattori ecologici	24
Fattori giuridici.....	25
Analisi della concorrenza	25
Barriere all'ingresso e opportunità.....	25
Sostenibilità e impatto.....	26
Impatto economico locale	27
Impatto sociale e culturale	29
Impatto ambientale	30
Allineamento con le politiche di sviluppo rurale	30
Tendenze e scenari futuri	31
Innovazione nell'agriturismo	31
Nuovi segmenti di domanda.....	32
Conclusioni e raccomandazioni	35
Sintesi dei risultati	35
Raccomandazioni strategiche	36
Progettazione di programmi di sostegno all'agriturismo	37



Funded by
the European Union



Riferimenti.....	39
------------------	----



Funded by
the European Union



RICERCA DI MERCATO SULL'AGROTURISMO IN ROMANIA



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA



TUS



Associazione
Sviluppo Rurale

Introduzione

Il turismo rurale e l'agriturismo occupano una posizione distintiva e in crescita nel panorama turistico europeo e mondiale. Con l'accelerarsi dell'urbanizzazione e il progressivo affievolirsi dell'esperienza diretta della vita agricola nella memoria delle popolazioni urbane, il mondo rurale acquisisce un nuovo valore come spazio di riposo, ricongiungimento culturale ed esperienza autentica. La Romania, con la sua straordinaria combinazione di paesaggi naturali, tradizioni popolari ancora vive, un patrimonio agricolo diversificato e comunità rurali relativamente ben conservate, è dotata di risorse eccezionali per sviluppare un settore agrituristicamente competitivo. Tuttavia, il divario tra queste risorse naturali e l'attuale performance commerciale del settore rimane sostanziale, e comprendere tale divario rappresenta la sfida analitica centrale affrontata dal presente rapporto.

L'agriturismo in Romania non è un fenomeno recente. L'ospitalità informale presso le famiglie dei villaggi è praticata fin dal periodo tra le due guerre, quando i residenti urbani di Bucarest e di altre grandi città iniziarono per la prima volta a recarsi in località montane e rurali per il riposo estivo. La formalizzazione di questa pratica in una categoria turistica riconosciuta ha subito un'accelerazione dopo il 1990, sostenuta dai successivi programmi europei di finanziamento per lo sviluppo rurale e da un quadro istituzionale che ha progressivamente definito, classificato e regolamentato le strutture ricettive agrituristiche come una tipologia di alloggio distinta. Oggi, il settore agrituristico rumeno comprende oltre 3.600 strutture registrate, più di 61.000 posti letto e genera storicamente oltre un milione di arrivi turistici all'anno — rendendolo la categoria ricettiva più ampia nelle statistiche turistiche nazionali in termini di numero di unità.

Lo scopo del presente rapporto di ricerca di mercato è fornire un'analisi sistematica e basata su dati concreti del settore agrituristico rumeno così come si presenta nel periodo 2025–2026, attingendo a dati statistici nazionali, letteratura accademica sottoposta a revisione tra pari, studi settoriali e documenti politici. Il rapporto esamina le dinamiche della domanda e dell'offerta, il contesto macroambientale, la sostenibilità e l'impatto socioeconomico del settore, nonché le tendenze e gli scenari che ne definiranno il percorso nel prossimo decennio. Sulla base di questa analisi, formula raccomandazioni strategiche concrete per gli operatori, le associazioni di categoria e le autorità pubbliche, con l'obiettivo di rafforzare la competitività, l'inclusività e la resilienza a lungo termine dell'agriturismo rumeno.

In Romania, dal punto di vista della tipologia delle strutture ricettive turistiche, l'unità specifica per le aree rurali è l'**agriturismo**. La loro classificazione avviene tramite margherite (da 1 a 5 margherite), ma per facilitare il confronto tra i paesi utilizzeremo il sistema di classificazione a stelle (1–5*). La legislazione nazionale definisce la **struttura ricettiva agrituristica** come «una struttura ricettiva turistica con una capacità massima di 8 camere, operante presso abitazioni private o in un edificio indipendente, che offre ai turisti alloggio in spazi appositamente allestiti, strutture per la preparazione e il servizio dei pasti, nonché la possibilità di partecipare ad attività domestiche o artigianali».

Inoltre, negli agriturismi vengono offerti ai turisti pasti preparati principalmente con prodotti naturali provenienti dalla propria azienda agricola (compresi i prodotti ittici) o da produttori/pescatori locali autorizzati. I gestori sono direttamente responsabili dell'accoglienza dei turisti e dell'organizzazione delle loro attività durante il soggiorno presso l'agriturismo, e accompagnano i turisti che partecipano ad attività tradizionali, domestiche o artigianali.

Dal punto di vista delle attività ricreative, le strutture ricettive agrituristiche svolgono almeno un'attività legata all'agricoltura, alla piscicoltura, al turismo ittico, alla raccolta delle canne,

all'allevamento di animali, alla coltivazione di vari tipi di piante, ai frutteti o ad attività artigianali che prevedono un laboratorio in cui vengono realizzati vari prodotti artigianali. All'interno del territorio della Riserva della Biosfera del Delta del Danubio, le attività tradizionali includono, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, gite in barca sui laghi e sui canali del Delta del Danubio, la pesca tradizionale (posizionamento degli attrezzi da pesca e raccolta del pescato) o la pesca ricreativa. Tali attività devono essere svolte in modo continuativo o in base alla loro specifica natura e stagionalità e devono avere un carattere ripetitivo. (Ordinanza n. 65, 2013)

Oltre la metà delle 3.668 strutture agrituristiche del Paese è concentrata in una manciata di contee (Braşov, Maramureş, Suceava, Tulcea, Harghita, Cluj, Bihor). Ciò crea un'iperconcorrenza in queste aree, lasciando l'intera periferia pianeggiante della Romania meridionale e orientale completamente esclusa dai proventi del turismo rurale.

Analisi della domanda

Per comprendere il lato della domanda del turismo rurale in Romania è necessaria una lettura combinata dei dati statistici ufficiali, delle ricerche accademiche e degli studi settoriali. Mentre le statistiche turistiche nazionali forniscono parametri di riferimento quantitativi relativi agli arrivi, ai pernottamenti e ai tassi di occupazione, gli studi sottoposti a revisione paritaria e le indagini settoriali offrono informazioni essenziali sulle dimensioni qualitative del comportamento dei turisti: chi visita, perché, quanto spende e se ritorna. Nel loro insieme, queste fonti contribuiscono a delineare un profilo completo del turista agrituristico rumeno e a identificare le principali caratteristiche che determinano la domanda nel settore (Oltean e Gabor, 2022; Popescu et al., 2023).

L'agriturismo rappresenta un pilastro fondamentale del turismo rumeno, attirando costantemente oltre 1,1 milioni di visitatori all'anno e rappresentando circa il 10% del totale degli arrivi turistici registrati. Tuttavia, recenti dati statistici rivelano una crescente vulnerabilità strutturale all'interno del settore. Nel 2025, mentre il turismo rumeno nel suo complesso ha registrato un calo moderato del 2,1% rispetto all'anno precedente, l'agriturismo ha subito una contrazione significativamente più marcata, pari al 10,9%, perdendo quasi 145.000 turisti in un solo anno. Il numero totale di arrivi nelle strutture agrituristiche ha raggiunto 1,09 milioni di turisti nel 2025, generando circa 2,1 milioni di pernottamenti e una durata media del soggiorno (ALS) di 1,92 notti. La concentrazione stagionale è altrettanto marcata: agosto ha registrato il picco di ALS a 2,05 notti, seguito da vicino da luglio con 2,03 notti, a conferma del fatto che la domanda di agriturismo in Romania rimane matematicamente vincolata a un rigido schema di weekend e vacanze estive.

I dati statistici annuali confermano che l'agriturismo dipende in larga misura dalle famiglie nazionali a reddito medio che si concedono vacanze secondarie facoltative. Quando l'inflazione e le pressioni economiche hanno ridotto il potere d'acquisto dei consumatori nel 2025, i turisti hanno cercato di preservare le loro vacanze primarie — soggiorni più lunghi alle terme o al mare, che hanno mantenuto stabile la DRS nazionale a 2,1 notti — eliminando invece del tutto i viaggi rurali facoltativi di breve durata nel fine settimana, che costituiscono la spina dorsale della domanda agrituristica. La fragilità strutturale di questa dipendenza è ulteriormente sottolineata dalla limitata internazionalizzazione del settore: nel 2025, i turisti stranieri rappresentavano solo il 6,4% della domanda agrituristica, rispetto al 18,4% del turismo rumeno nel suo complesso.

Ciononostante, i visitatori stranieri mantengono una notevole rilevanza economica, essendo concentrati in modo sproporzionato nelle categorie di alloggio premium e mostrando una particolare preferenza per le strutture a 4 e 5 margherite in destinazioni riconosciute a livello internazionale come Maramureș, Bucovina e il Delta del Danubio. In particolare, anche durante la crisi che ha colpito l'intero settore nel 2025, le strutture premium a 5 margherite hanno registrato una crescita e gli arrivi di turisti stranieri in queste strutture sono aumentati del 51,7% (da 2.614 a 3.967), sottolineando la resilienza e il potenziale di crescita del segmento internazionale di fascia alta.

Profilo sociodemografico del turista

Il mercato rumeno dell'agriturismo è dominato in modo schiacciante dai turisti nazionali. I dati dell'Istituto Nazionale di Statistica (INS) confermano che i turisti nazionali rappresentano costantemente oltre il 93% di tutti gli arrivi nelle strutture ricettive agrituristiche nel periodo 2021–2025 — una percentuale sostanzialmente superiore alla media nazionale per tutte le tipologie di alloggio, dove gli ospiti nazionali rappresentavano circa l'81,6% degli arrivi nel 2025. Questo forte orientamento verso il mercato interno riflette sia la vicinanza culturale dei residenti urbani rumeni alle tradizioni rurali, sia il relativo sottosviluppo del marketing internazionale per questo segmento (Nistoreanu et al., 2003).

Una ricerca condotta nelle principali destinazioni agrituristiche — l'area di Moeciu-Bran nella contea di Brașov, il corridoio della Bucovina (Suceava), la regione del Maramureș e i Monti Apuseni — rivela un profilo sociodemografico relativamente omogeneo. Il tipico agriturista è un residente urbano di età compresa tra i 30 e i 55 anni, che viaggia in coppia o con la famiglia con bambini. La maggior parte dei visitatori proviene dai grandi centri urbani della Romania — Bucarest, Cluj-Napoca, Iași, Brașov e Timișoara — e presenta generalmente un livello di istruzione medio-alto e un reddito medio o medio-alto (Ciolac et al., 2019; Dorobantu e Nistoreanu, 2012). Ciò è coerente con il modello di turismo di prossimità documentato per altre destinazioni rurali dell'Europa centrale e orientale: la maggior parte delle visite consiste in fughe a raggio breve dalle aree metropolitane, che in genere non superano i 200 chilometri dal luogo di residenza.

Le famiglie con bambini rappresentano il segmento turistico più consistente nell'agriturismo rumeno. Per molte famiglie urbane, il turismo rurale offre l'opportunità di ricollegare i bambini alla natura, agli stili di vita tradizionali e alle pratiche agricole sempre più assenti dagli ambienti urbani, riflettendo una più ampia preoccupazione culturale riguardo alla disconnessione dei bambini dalla produzione alimentare e dal patrimonio agricolo (Chivu e Stanciu, 2024a; Ciolac et al., 2019). Le coppie che viaggiano senza figli, specialmente quelle di età superiore ai 40 anni, costituiscono il secondo segmento più consistente e sono motivate principalmente dal relax, dalla gastronomia e dall'apprezzamento del paesaggio. Negli ultimi anni, anche i giovani professionisti urbani di età compresa tra i 25 e i 35 anni sono emersi come un segmento sempre più visibile, che utilizza gli agriturismi come alternative convenienti e autentiche per brevi soggiorni rispetto alle sistemazioni alberghiere convenzionali (Poruțiu et al., 2024).

Si osservano differenze significative nel comportamento turistico tra i diversi gruppi demografici. I visitatori più giovani sono generalmente più interessati al turismo d'avventura, alle attività esperienziali e a destinazioni visivamente suggestive, adatte alla condivisione sui social media. I



Funded by
the European Union



turisti più anziani, al contrario, mostrano una preferenza più marcata per il patrimonio culturale, l'autenticità e le esperienze rurali tradizionali — una tendenza particolarmente evidente in regioni ricche dal punto di vista etnografico come il Maramureş e la Bucovina, dove la conservazione delle tradizioni agricole pre-comuniste, dell'architettura in legno, dei costumi popolari e della produzione tessile artigianale costituisce un'attrazione primaria (Dorobantu e Nistoreanu, 2012; Stanciu et al., 2024) . Nella letteratura sono state individuate anche differenze legate al genere, con le donne che in genere mostrano una maggiore sensibilità verso la qualità dell'alloggio, la gastronomia e gli standard di pulizia (Dobre et al., 2024) .

L'origine geografica dei turisti crea una chiara gerarchia territoriale della domanda. Bucarest e l'area metropolitana di Ilfov generano il numero assoluto più elevato di visitatori agrituristici, grazie alla combinazione di dimensioni demografiche, potere d'acquisto e vicinanza alle pendici dei Carpazi. Cluj-Napoca esercita un'attrazione altrettanto forte verso il Maramureş e i Monti Apuseni . Tra gli agrituristi stranieri, la domanda è concentrata in modo sproporzionato nel segmento premium e in destinazioni con un'identità culturale o ecologica riconosciuta a livello internazionale. I mercati di provenienza più rappresentati includono Germania, Francia, Paesi Bassi, Israele e Regno Unito, il che riflette sia affinità culturali dirette sia modelli di viaggio legati alla diaspora (Nistoreanu et al., 2003; Oltean e Gabor, 2022) .

Motivazioni e aspettative

La struttura motivazionale degli agrituristi rumeni è stata oggetto di un corpus di ricerche in continua crescita sin dai primi anni 2000, quando il settore è emerso per la prima volta come oggetto di studio accademico a sé stante. Da numerose indagini empiriche emerge un insieme coerente di motivazioni: il desiderio di sfuggire allo stress urbano e di riconnettersi con la natura, la ricerca di cibo tradizionale autentico e della gastronomia rurale, il desiderio di entrare in contatto con il patrimonio culturale e le usanze locali, e un interesse specifico nel far conoscere ai bambini lo stile di vita agricolo (Nistoreanu et al., 2003; Galluzzo, 2020; Stanciu et al., 2023) . Queste motivazioni sono strettamente interconnesse e riflettono una più ampia nostalgia urbana post-industriale per un passato rurale che molti abitanti delle città rumene conservano ancora nella memoria vivente grazie ai nonni o alle visite in campagna durante l'infanzia. La domanda di agriturismo rumena si allinea quindi strettamente alle tendenze europee più ampie associate al turismo lento, al turismo esperienziale e ai viaggi orientati alla sostenibilità (Popescu et al., 2023; Velea et al., 2024) .

Una ricerca condotta da , basata su sondaggi condotti tra turisti rurali in diverse regioni rumene, ha dimostrato che la “disconnessione dalla routine urbana” e il “contatto con la natura” sono le motivazioni primarie dominanti, mentre “assaggiare il cibo tradizionale” e “partecipare alle tradizioni locali” si sono classificati rispettivamente al secondo e al terzo posto. Il cibo tradizionale preparato con ingredienti di provenienza locale emerge costantemente come una delle componenti più apprezzate dell'esperienza agrituristica: in molti casi, i turisti considerano i pasti cucinati in casa e l'interazione diretta con le tradizioni culinarie locali più memorabili della sistemazione stessa (Popescu, 2016) . I prodotti provenienti direttamente dall'azienda ospitante — tra cui formaggi, miele, conserve, carni affumicate e bevande fatte in casa — contribuiscono in modo significativo all'autenticità dell'esperienza e rafforzano il legame tra turismo e produzione agricola locale (Bondac et al., 2025) . Ciò colloca la domanda di agriturismo rumeno

saldamente all'interno del paradigma del turismo esperienziale e del turismo lento, con una caratteristica locale distintiva: il rapporto personale tra visitatore e ospitante rimane un fattore differenziante primario, difficile da replicare attraverso modelli di alloggio rurale più standardizzati.

Un'altra importante dimensione motivazionale è la ricerca dell'autenticità e del patrimonio culturale. I visitatori sono sempre più interessati a sperimentare l'architettura tradizionale, le usanze locali, l'artigianato, le tradizioni popolari e gli stili di vita rurali, percepiti come sempre più rari nella società urbana contemporanea (Bacter et al., 2025). Questa tendenza è particolarmente evidente nel Maramureș, in Bucovina e nei Monti Apuseni, dove le offerte turistiche sono fortemente legate all'identità regionale e al patrimonio etnografico (Dorobantu e Nistoreanu, 2012).

Si osserva una significativa segmentazione delle motivazioni in base all'età e al contesto socioeconomico. I visitatori urbani più giovani — la fascia d'età compresa tra i 25 e i 40 anni — citano sempre più spesso l'"autenticità" e l'"unicità dell'esperienza" come motivazioni principali, riflettendo l'influenza dei comportamenti turistici guidati dai social media, in cui le destinazioni agrituristiche competono per attirare l'attenzione attraverso una distintività visiva e contenuti condivisibili. Questo gruppo tende inoltre a privilegiare le attività avventurose, i laboratori esperienziali, l'enoturismo e le esperienze di apiturismo (Antonie, 2024; Gurgu e Fintîneru, 2025). I segmenti di visitatori più anziani (50+) mostrano un maggiore allineamento con motivazioni legate al patrimonio e alla memoria, privilegiando il legame emotivo, la continuità culturale e il relax rispetto alle attività organizzate. Questa segmentazione interna delle motivazioni ha implicazioni dirette sulla progettazione del prodotto: un'unica esperienza agrituristica non soddisfa in modo uguale l'intero mercato, e gli operatori di successo tendono a curare la propria offerta attorno a uno specifico cluster motivazionale piuttosto che tentare di attrarre un pubblico universale.

In termini di aspettative preliminari, gli agrituristi rumeni attribuiscono costantemente il massimo valore alla qualità e all'autenticità dell'offerta gastronomica, all'ospitalità personalizzata della famiglia ospitante, al contesto naturale e alla pulizia e al comfort dell'alloggio. L'interazione personale con i padroni di casa svolge un ruolo particolarmente importante nel plasmare le aspettative e la soddisfazione complessiva dei visitatori (Campón-Cerro et al., 2017). Allo stesso tempo, i turisti si aspettano sempre più standard di servizio elevati, una comunicazione digitale affidabile e una rappresentazione online accurata delle strutture ricettive. Ricerche recenti mostrano che il 70% dei turisti rumeni utilizza strumenti digitali quando pianifica viaggi rurali e che la visibilità online influenza direttamente la scelta della destinazione. Tuttavia, gli operatori del turismo rurale hanno implementato la tecnologia digitale solo in misura limitata, creando un divario tra le aspettative dei turisti e i servizi disponibili (Istoc, 2025). Le recensioni digitali su piattaforme come Booking.com, TripAdvisor e siti specializzati nazionali indicano che le discrepanze tra le fotografie pubblicate e le condizioni effettive sono tra le cause più citate di insoddisfazione dei visitatori, sottolineando l'importanza di una rappresentazione digitale accurata e onesta per i gestori delle strutture ricettive. Le aspettative relative alle attività organizzate — visite alle fattorie, laboratori artigianali, equitazione, escursioni guidate — sono presenti ma secondarie per la maggior parte dei visitatori, il che riflette il modello dell'agriturismo rumeno, ancora prevalentemente

incentrato sull'alloggio e sui pasti, rispetto ai modelli dell'Europa occidentale, più orientati alle attività.

Comportamenti di consumo e di spesa

Il modello di consumo degli agrituristi in Romania è caratterizzato da soggiorni brevi concentrati nei fine settimana e durante le festività, con una presenza limitata nei giorni feriali che costituisce uno dei principali punti di debolezza strutturali del settore. Come osservato in precedenza, la durata media del soggiorno negli agriturismi si è attestata a 1,92 notti nel 2025, leggermente al di sotto del valore del 2024 e notevolmente inferiore alla media nazionale delle strutture ricettive. Questo modello di soggiorno nel fine settimana — caratterizzato dall'arrivo il venerdì sera e dalla partenza la domenica pomeriggio — è stato documentato in modo coerente sin dalle prime ricerche di Nistoreanu (2003) e rimane sostanzialmente immutato due decenni dopo, indicando che l'agriturismo in Romania funge principalmente da valvola di sfogo per una breve fuga dalla routine urbana piuttosto che da destinazione turistica primaria.

I prezzi degli alloggi e la spesa turistica nell'agriturismo rumeno sono determinati da una combinazione di fattori quali la classificazione delle strutture ricettive, i servizi disponibili e le aspettative più ampie in termini di valore e autenticità. Ricerche recenti che utilizzano modelli di determinazione dei prezzi edonistici e indagini su larga scala confermano che le classificazioni più elevate delle strutture ricettive — spesso indicate dal sistema “daisy” — sono direttamente correlate a tariffe per notte più elevate, riflettendo standard di servizio migliorati, strutture di qualità superiore e una maggiore capacità ricettiva. Ad esempio, (Gordan et al., 2024) ha analizzato i dati relativi a oltre 5.000 unità ricettive e ha dimostrato che le strutture con una maggiore capienza, servizi di lusso quali piscine e saune, e la vicinanza ad attrazioni naturali applicano prezzi significativamente più elevati, talvolta quasi raddoppiando le tariffe rispetto alle strutture ricettive di base. Risultati simili sono riportati da (Gordan et al., 2023), che hanno individuato come i servizi di lusso e le località rurali e meno densamente popolate facciano aumentare notevolmente il prezzo dell'alloggio, specialmente nelle aree ad alto valore naturalistico.

Il sistema di classificazione delle pensioni è di per sé indicato come un fattore determinante per la formazione dei prezzi, con livelli più elevati di “margherite” che riflettono un servizio più completo e giustificano tariffe più elevate (Cretu et al., 2015). In pratica, le pensioni nella fascia più bassa della scala di classificazione (2–3 margherite) offrono esperienze essenziali ma autentiche che attraggono i turisti sensibili al prezzo, mentre le strutture da 4–5 margherite garantiscono un comfort maggiore e una gamma più ampia di servizi, rivolgendosi così ai visitatori disposti a pagare un sovrapprezzo (Dobre et al., 2024; Stanciu et al., 2024). I turisti di età compresa tra i 31 e i 50 anni, in particolare, sono attenti al rapporto qualità/prezzo e sono influenzati dall'autenticità e dai servizi associati a ciascun livello di margherita (Dobre et al., 2024).

La sensibilità al prezzo rimane un fattore critico per le generazioni più giovani, con i viaggiatori della Generazione Z che, in particolare, danno priorità al valore e cercano attivamente alloggi che bilancino esperienze rurali uniche con l'accessibilità economica. L'importanza del prezzo è ulteriormente sottolineata dai dati provenienti da destinazioni montane come le contee di Sibiu e Bihor, dove una percezione positiva del rapporto qualità-prezzo influenza direttamente la

ripetizione delle visite e la fedeltà alla destinazione (Herman et al., 2021; Stanciu et al., 2024) . Sebbene i dati specifici relativi alla spesa per notte possano variare a seconda della regione e della stagione, si osserva costantemente che gli ospiti sono disposti a pagare molto di più per un maggiore comfort, lusso e autenticità. La letteratura dimostra che la differenziazione dei prezzi in atto, basata sulla classificazione delle strutture ricettive e sui servizi offerti, non solo riflette le realtà di mercato, ma è anche in linea con le aspettative in continua evoluzione dei turisti, che cercano esperienze di turismo rurale su misura e di alta qualità in Romania. Rispetto alle destinazioni agrituristiche dell'Europa occidentale, i livelli di spesa in Romania rimangono relativamente moderati, riflettendo sia il livello dei prezzi generalmente più basso dell'economia rurale rumena sia la sensibilità al prezzo della base di visitatori, prevalentemente nazionale e di reddito medio (Poruțiu et al., 2024) .

Per quanto riguarda la composizione della spesa in loco, i servizi di alloggio e ristorazione rappresentano la quota maggiore della spesa turistica, costituendo in genere circa il 60–70% della spesa totale durante il soggiorno. Gli acquisti di prodotti locali — tra cui alimenti artigianali, artigianato tradizionale e prodotti a chilometro zero quali formaggi, miele, conserve e carni affumicate — assorbono un ulteriore 15–20% della spesa totale dei visitatori, mentre la spesa per attività ed escursioni a pagamento rimane bassa, in genere inferiore al 10% del totale (Morariu (Rusu) et al., 2025; Stanciu et al., 2025) . Questa struttura di spesa colloca i prodotti alimentari locali al secondo posto tra i principali beneficiari economici dell'attività agriturbistica, dopo lo stesso gestore della struttura ricettiva, e sottolinea il potenziale dell'agriturismo di fungere da motore delle filiere alimentari corte e dei circuiti commerciali diretti dal produttore al consumatore. Gli studi più recenti sull'agriturismo rumeno confermano che la maggior parte del cibo servito nelle strutture ricettive proviene dall'azienda agricola della struttura stessa o da produttori locali all'interno dello stesso comune, in particolare nelle regioni montane, generando così benefici economici diretti e sostenendo le filiere locali (Morariu (Rusu) et al., 2025; Stanciu et al., 2025) . L'espansione dei Punti Gastronomici Locali ha ulteriormente istituzionalizzato questa pratica, poiché tali strutture si affidano quasi interamente a ingredienti di provenienza locale, amplificando l'effetto moltiplicatore economico locale (Chivu e Stanciu, 2024b) . Tali pratiche di approvvigionamento alimentare non solo preservano il patrimonio culinario e l'autenticità, ma stimolano anche le economie rurali e incoraggiano lo sviluppo sostenibile (Dobre et al., 2022) .

Livelli di soddisfazione e fedeltà

Studi empirici confermano che la soddisfazione dei visitatori nell'agriturismo rumeno è generalmente elevata, con i dati dei sondaggi post-visita che registrano costantemente punteggi superiori a 4,0 su scale di Likert a 5 punti (Bacter et al., 2025; Dobre et al., 2024) . I principali fattori alla base di questa soddisfazione sono la qualità del cibo tradizionale, il calore dell'ospitalità dei padroni di casa e l'ambiente naturale, tutti aspetti che ricevono le valutazioni più alte da parte degli ospiti (Dobre et al., 2024; Popescu et al., 2023) . Inoltre, il settore mostra una forte fedeltà comportamentale: le visite ripetute e le raccomandazioni da parte degli ospiti sono comuni, specialmente nelle destinazioni percepite come autentiche e ospitali (Bacter et al., 2025) . Questi risultati collocano l'agriturismo tra i segmenti leader per soddisfazione e fedeltà dei visitatori nel turismo rumeno (Popescu et al., 2023) . Recenti studi internazionali e rumeni sull'agriturismo identificano costantemente l'autenticità e l'interazione umana diretta

come fattori primari della soddisfazione dei visitatori in questo segmento (Bacter et al., 2025; Choe e Kim, 2018) . I pasti tradizionali preparati con ingredienti locali sono spesso indicati come l'elemento più memorabile dell'esperienza turistica, mentre l'ambiente naturale e l'autenticità culturale — in particolare laddove sono preservati l'architettura e le usanze tradizionali — contribuiscono in modo sostanziale alle valutazioni positive dei visitatori (Choe e Kim, 2018; Dobre et al., 2025) .

Ricerche basate su sondaggi condotte in destinazioni rurali e montane dimostrano che una percentuale significativa degli ospiti è costituita da visitatori abituali, con tassi di fidelizzazione che superano spesso il 50% e un'intenzione di raccomandare la destinazione che supera frequentemente l'80% — specialmente nelle regioni note per le esperienze autentiche e i solidi rapporti tra ospitanti e ospiti (Bacter et al., 2025; Popescu et al., 2023) . Questi studi riportano inoltre che le raccomandazioni personali e il passaparola sono i principali canali di acquisizione dei clienti per le piccole strutture ricettive a conduzione familiare, che in genere investono in misura minima nel marketing digitale (Tanase et al., 2023) .

Tali risultati sottolineano l'importanza strategica della soddisfazione degli ospiti, dell'ospitalità relazionale e della reputazione locale per la sostenibilità aziendale nell'agriturismo rumeno (Bacter et al., 2025; Popescu et al., 2023) .

Nonostante i livelli di soddisfazione siano generalmente elevati, permangono diverse sfide. Le carenze infrastrutturali, la limitata diversificazione delle attività, il sovraffollamento nei periodi di punta e le incongruenze nella qualità del servizio possono influire negativamente sull'esperienza dei visitatori (Bacter et al., 2025) . I rapporti tra ospitanti e ospiti nell'agriturismo rumeno sono ampiamente riconosciuti come il meccanismo più potente che favorisce la fedeltà degli ospiti e il ritorno in agriturismo. Studi approfonditi condotti in regioni come il Maramures e la Bucovina hanno dimostrato che l'interazione intensa e personale tra ospitanti e ospiti — che spesso comprende pasti condivisi, conversazioni informali e la partecipazione alle attività domestiche — crea forti legami emotivi che superano l'influenza delle infrastrutture o dei servizi sulle intenzioni di ritorno (Bacter et al., 2025; Popescu et al., 2023) . La ricerca empirica dimostra che la comunicazione autentica, il coinvolgimento emotivo e il servizio personalizzato sono costantemente valutati dai visitatori come gli aspetti più memorabili e apprezzati del loro soggiorno (Dobre et al., 2025) . Di conseguenza, gli investimenti nelle capacità comunicative degli ospitanti e nella qualità esperienziale del soggiorno producono rendimenti più elevati in termini di fidelizzazione degli ospiti rispetto a investimenti equivalenti in strutture o infrastrutture (Bacter et al., 2025) . Questo modello relazionale distingue l'agriturismo rumeno da settori ricettivi più standardizzati e sottolinea l'importanza strategica di promuovere legami autentici tra ospitanti e ospiti per la sostenibilità aziendale e il vantaggio competitivo.

Considerazioni conclusive

Il mercato dell'agriturismo rumeno è caratterizzato da una complessa combinazione di caratteristiche sociodemografiche, fattori motivazionali, modelli di spesa ed esperienze relazionali. La domanda rimane fortemente interna e altamente dipendente dai viaggi di piacere di breve durata, mentre l'autenticità, la gastronomia, l'ospitalità e i paesaggi naturali costituiscono i principali fattori di soddisfazione dei turisti (Popescu et al., 2023) . Allo stesso tempo, il settore deve affrontare importanti sfide strutturali legate alla stagionalità, alla limitata

internazionalizzazione, alle carenze infrastrutturali e alla crescente concorrenza all'interno delle destinazioni mature.

Ciononostante, l'agriturismo rumeno continua a possedere un significativo potenziale di sviluppo, in particolare attraverso l'integrazione dei principi di sostenibilità, la diversificazione delle esperienze turistiche, l'espansione dei canali di marketing digitale, il rafforzamento dell'identità culturale locale e un orientamento mirato a catturare il segmento in crescita di visitatori internazionali che attualmente entrano in Romania ma ignorano completamente le zone rurali (Gica et al., 2021; Gurgu e Fintineru, 2025). La gestione del rapporto tra crescita e conservazione dei valori di autenticità su cui si fonda la domanda sarà una delle sfide centrali di governance per l'agriturismo rumeno nel prossimo decennio.

Analisi dell'offerta

L'offerta di servizi agrituristici in Romania è caratterizzata da una vasta gamma di aziende agricole, attività rurali tradizionali e strutture ricettive che riflettono il ricco patrimonio culturale e naturale del Paese. Questo capitolo analizza le principali tipologie di aziende agricole e di servizi, le caratteristiche della capacità ricettiva e della stagionalità, nonché il livello di commercializzazione, professionalizzazione e digitalizzazione all'interno del settore agrituristico rumeno.

Tipologie di aziende agricole e servizi

L'agriturismo in Romania si basa principalmente su piccole aziende agricole a conduzione familiare in cui le attività turistiche si combinano con l'agricoltura tradizionale. Secondo la legislazione rumena, le strutture ricettive agrituristiche offrono alloggio, pasti e opportunità per i turisti di partecipare ad attività agricole o artigianali (Decreto n. 65/2013).

Una delle tipologie più diffuse di aziende agricole è l'azienda mista, che combina la coltivazione e l'allevamento. Queste aziende sono comuni in regioni come Maramureș, Bucovina e Bran-Moieciu. I turisti possono partecipare ad attività quali dare da mangiare agli animali, raccogliere le uova o preparare prodotti alimentari tradizionali (Vasiu et al., 2021).

Anche le aziende zootecniche rivestono un ruolo importante per l'agriturismo rumeno, specialmente nelle zone montane come le contee di Brașov e Sibiu. Queste aziende attraggono i visitatori grazie alle attività tradizionali dei pastori, ai prodotti caseari e alla gastronomia locale. Le degustazioni di formaggi e i pasti tradizionali sono spesso inclusi nei servizi turistici (Vasiu et al., 2021).

Le aziende vitivinicole rappresentano un altro segmento in crescita. Regioni come Dealu Mare e Cotnari hanno sviluppato il turismo enologico attraverso visite ai vigneti, degustazioni di vino e servizi di alloggio. Questo tipo di turismo attira visitatori interessati alla gastronomia e alla cultura locale (Ana, 2017).

Anche le aziende frutticole e i frutteti contribuiscono allo sviluppo dell'agriturismo. In contee come Argeș e Bistrița-Năsăud, i turisti possono partecipare alla raccolta della frutta e alla

produzione tradizionale di marmellate o acquavite. Queste attività sono particolarmente attraenti per le famiglie e per il turismo didattico (Toader e Mocuta, 2018).

Nel Delta del Danubio, l'agriturismo è strettamente legato alle attività di pesca. Le strutture ricettive offrono servizi quali gite in barca, birdwatching, pesca tradizionale e pasti a base di pesce. Ciò crea un prodotto turistico unico rispetto ad altre regioni rurali della Romania (Micula et al., 2023).

Oltre all'alloggio, la maggior parte delle aziende agrituristiche offre una gastronomia tradizionale basata su prodotti locali e fatti in casa, tra cui formaggi, miele, ortaggi e carne affumicata. Sono inoltre diffusi servizi ricreativi quali equitazione, escursioni a piedi, laboratori di artigianato e partecipazione alle feste locali (Vasiu et al., 2021).

Negli ultimi anni le attività didattiche hanno assunto un'importanza sempre maggiore. Molte aziende agricole organizzano programmi relativi all'agricoltura sostenibile, alla tutela dell'ambiente e alla produzione alimentare tradizionale, rivolti in particolare ai bambini e alle scolaresche (Toader e Mocuta, 2018).

Capacità, prezzi e stagionalità

Il numero totale di strutture ricettive in Romania è cresciuto in modo sostanziale, passando da 11.736 nel 2021 a 14.325 nel 2025 (un forte aumento del 22%), mentre le strutture agrituristiche hanno registrato una crescita costante, passando da 3.460 a 3.668 (+6%), con una conseguente perdita di quota di mercato dal 29,5% al 25,6%. In termini di numero di posti letto, l'agriturismo rappresenta il 13,1% (61.000 su un totale di 464.000) del mercato ricettivo rumeno. Il numero medio di posti letto per unità è pari a 16,5, equivalente a 7-8 camere, essendo 8 il numero massimo consentito dalla legislazione rumena. La distribuzione territoriale delle unità ricettive risulta disomogenea, con una massiccia concentrazione di strutture agrituristiche nelle regioni montuose, collinari e di interesse storico-culturale, mentre le pianure meridionali e alcune zone orientali mostrano uno sviluppo minimo, come si può osservare nella Figura 1. I dati statistici evidenziano una distribuzione simile per quanto riguarda il numero di posti letto.

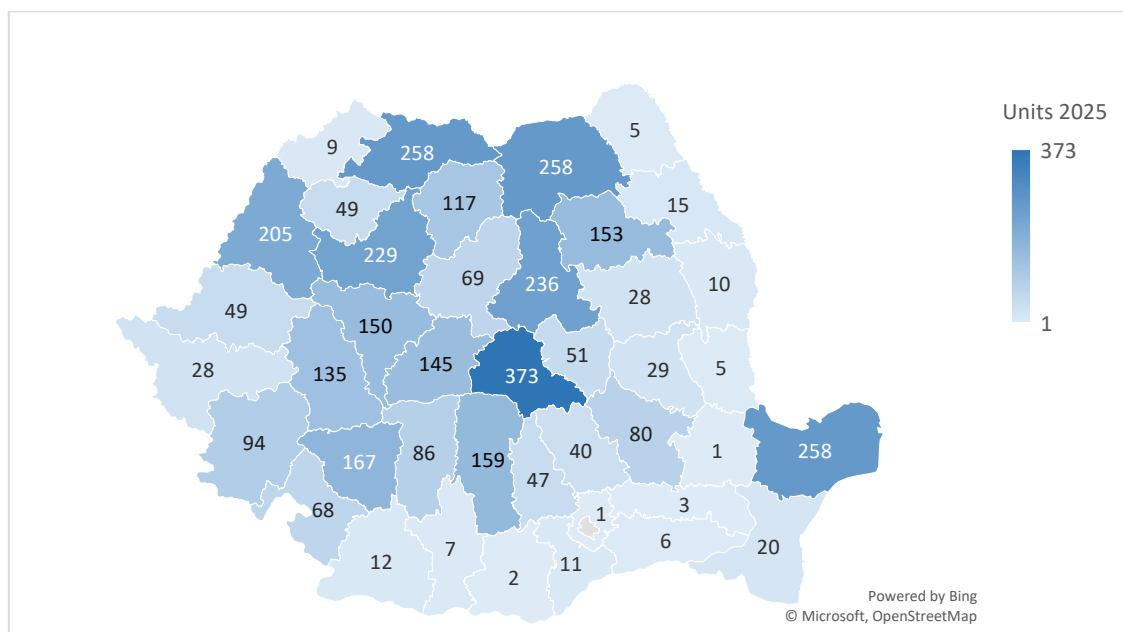


Fig. 1. Distribuzione territoriale delle unità ricettive agrituristiche

Il vero e proprio polo di attrazione: la contea di **Brașov** è il centro in blu scuro con 373 strutture, il numero più alto del Paese. Ciò non sorprende, dati i suoi famosi centri agrituristiche (come Bran-Moeciu), il turismo alpino consolidato e la facilità di accesso. Questa posizione dominante è strettamente legata alla reputazione di lunga data della contea come una delle destinazioni turistiche più importanti della Romania. Aree come Bran e Moeciu sono diventate simboli dell'agriturismo rumeno grazie alla combinazione di paesaggi montani, villaggi tradizionali e reti di strutture ricettive ben sviluppate. La contea beneficia di un profilo turistico diversificato che comprende turismo rurale, turismo culturale, sport invernali e turismo d'avventura. La sua posizione strategica nella Romania centrale e la sua accessibilità da Bucarest e da altre grandi città contribuiscono in modo significativo alla continua crescita dei flussi turistici. L'infrastruttura turistica è altamente sviluppata e comprende moderne strutture ricettive, collegamenti di trasporto, stazioni sciistiche e strutture ricreative che supportano le attività turistiche durante tutto l'anno. Durante l'inverno, destinazioni come Poiana Brașov attraggono un gran numero di turisti interessati allo sci e alle attività ricreative in montagna, mentre il turismo estivo si concentra su escursionismo, ciclismo ed esperienze rurali. La contea beneficia inoltre della notorietà internazionale del Castello di Bran, spesso associato alla leggenda di Dracula, che aumenta gli arrivi di turisti stranieri. Inoltre, la conservazione dell'architettura tradizionale e delle usanze locali nei villaggi circostanti contribuisce all'autenticità dell'esperienza agrituristica. L'equilibrio tra attrazioni naturali, patrimonio culturale e servizi turistici moderni spiega perché Brașov rimanga la contea leader in termini di sviluppo dell'ospitalità rurale.

I centri secondari più importanti (con lo stesso numero di strutture – 258) sono:

- **Maramureș** (Nord) – Famosa per l'architettura tradizionale in legno e il patrimonio culturale ben conservato. La **contea di Maramureș** è ampiamente riconosciuta come una delle regioni etnografiche meglio conservate della Romania, famosa per la sua architettura tradizionale in legno e l'autentico stile di vita rurale. La contea è particolarmente apprezzata per la sua capacità di mantenere usanze, mestieri e

tradizioni sociali secolari che sono scomparsi da molte altre regioni. I turisti sono attratti dalle iconiche chiese in legno, molte delle quali sono incluse nella lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO per il loro significato storico e architettonico. I villaggi del Maramureş conservano un'identità visiva distintiva caratterizzata da cancelli in legno intagliato, case tradizionali e artigianato locale. Il turismo rurale nella contea si basa fortemente sull'autenticità, offrendo ai visitatori un'interazione diretta con le comunità locali e le pratiche agricole tradizionali. Gli eventi culturali, le celebrazioni religiose e le feste popolari svolgono un ruolo fondamentale nell'attrarre i turisti interessati al turismo culturale e alle tradizioni locali. I paesaggi montuosi e l'ambiente naturale della contea favoriscono inoltre l'ecoturismo, l'escursionismo e le attività ricreative all'aria aperta. In molti villaggi, le strutture ricettive agrituristiche coniugano l'estetica tradizionale con i comfort moderni, creando un equilibrio accattivante tra autenticità e accessibilità. Il Maramureş beneficia inoltre di un crescente riconoscimento internazionale come destinazione per il turismo culturale e sostenibile. Inoltre, il forte senso di identità regionale e la conservazione del patrimonio culturale immateriale contribuiscono in modo significativo all'attrattiva della contea all'interno del settore del turismo rurale rumeno.

- **Suceava** (Nord-est / Bucovina) – Rinomata per i suoi monasteri affrescati e la tradizionale ospitalità rurale.

La contea di Suceava è rinomata per i monasteri affrescati della Bucovina, che rappresentano alcuni dei monumenti culturali e religiosi più importanti della Romania. Questi monasteri sono riconosciuti a livello internazionale per i loro affreschi esterni, i colori vivaci e il valore storico, e attraggono sia pellegrini che turisti culturali durante tutto l'anno. La contea ha sviluppato una forte identità turistica basata sull'interazione tra spiritualità, tradizione e ospitalità rurale. Le strutture ricettive rurali promuovono spesso le usanze bucovinesi, la gastronomia tradizionale e gli elementi decorativi artigianali che esaltano l'autenticità dell'esperienza dei visitatori. Oltre al turismo religioso, Suceava beneficia anche del suo variegato paesaggio naturale, che comprende foreste, colline e aree montuose adatte all'ecoturismo e alle attività ricreative all'aria aperta. Il turismo nella contea è sostenuto da un ricco patrimonio etnografico che si riflette nelle feste locali, nella musica tradizionale e nell'artigianato. Molti villaggi conservano stili architettonici tradizionali e mantengono forti legami con le attività agricole e pastorali, il che favorisce ulteriormente lo sviluppo dell'agriturismo. L'attrattiva turistica della contea è inoltre rafforzata dal suo ambiente rurale relativamente tranquillo e dalla percezione della Bucovina come regione di autenticità spirituale e culturale. Inoltre, gli investimenti in pensioni rurali e nelle infrastrutture turistiche hanno contribuito alla crescita costante della capacità ricettiva negli ultimi anni. Grazie alla combinazione di patrimonio culturale, significato religioso e attrazioni naturali, Suceava è diventata una delle regioni più rappresentative del turismo rurale nella Romania nord-orientale.

- **Tulcea** (sud-est) – Sede del Delta del Danubio, che attira ecoturisti e offre alloggi rurali sull'acqua unici nel loro genere. **La contea di Tulcea** occupa una posizione unica nel panorama turistico rumeno grazie alla presenza del Delta del Danubio, uno degli ecosistemi palustri più grandi e meglio conservati d'Europa. Il Delta è una Riserva della Biosfera dell'UNESCO e attira visitatori interessati all'ecoturismo, alla biodiversità e alle



Funded by
the European Union



esperienze di viaggio sostenibili. La regione è riconosciuta a livello internazionale per la sua eccezionale varietà di specie ornitologiche, ecosistemi acquatici e paesaggi naturali che non si trovano in nessun'altra parte della Romania. Le attività turistiche sono strettamente legate all'ambiente naturale e comprendono escursioni in barca, birdwatching, pesca sportiva, turismo fotografico ed esperienze di turismo "slow". Le strutture ricettive rurali a Tulcea sono spesso adattate alle caratteristiche specifiche del Delta, integrando nell'esperienza turistica l'architettura locale, la cultura tradizionale della pesca e la gastronomia a base di pesce. Molte pensioni puntano sulla sostenibilità e sulle pratiche ecologiche al fine di preservare il fragile ambiente naturale che sostiene l'economia turistica locale. Il profilo turistico della contea si differenzia in modo significativo da quello delle regioni di turismo rurale di montagna, poiché si concentra principalmente sulle attività acquatiche e sull'esplorazione ambientale. Tulcea ha inoltre registrato una crescente visibilità internazionale, grazie alla continua espansione della domanda globale di ecoturismo e di viaggi orientati alla natura. Inoltre, il carattere multiculturale della regione, influenzato dalle comunità rumene, lipovane, turche e da altre etnie, contribuisce alla diversità delle tradizioni locali e delle esperienze culturali. La combinazione di unicità naturale, valore ecologico e tradizionale ospitalità rurale rende Tulcea una delle destinazioni turistiche rurali più caratteristiche e attraenti a livello internazionale della Romania.

Si può osservare che le regioni che sono riuscite a promuovere con successo la propria identità locale a livello globale e nazionale — come la Bucovina (Suceava), il Maramureș, il Delta del Danubio (Tulcea) e Bran (Brașov) — stanno chiaramente guidando il mercato. Inoltre, esiste una correlazione diretta tra il terreno collinare/montuoso e il successo dell'agriturismo. Le contee pianeggianti, dominate dalla pianura, presentano un settore agrituristico in declino o inesistente.

Ciò indica che sia i turisti che i proprietari di immobili preferiscono un segmento di comfort intermedio che bilancia l'accessibilità economica con una qualità del servizio accettabile. Il segmento di lusso (5*) rimane raro nei contesti del turismo rurale ed è concentrato principalmente nelle località montane e nelle aree turistiche riconosciute a livello internazionale.

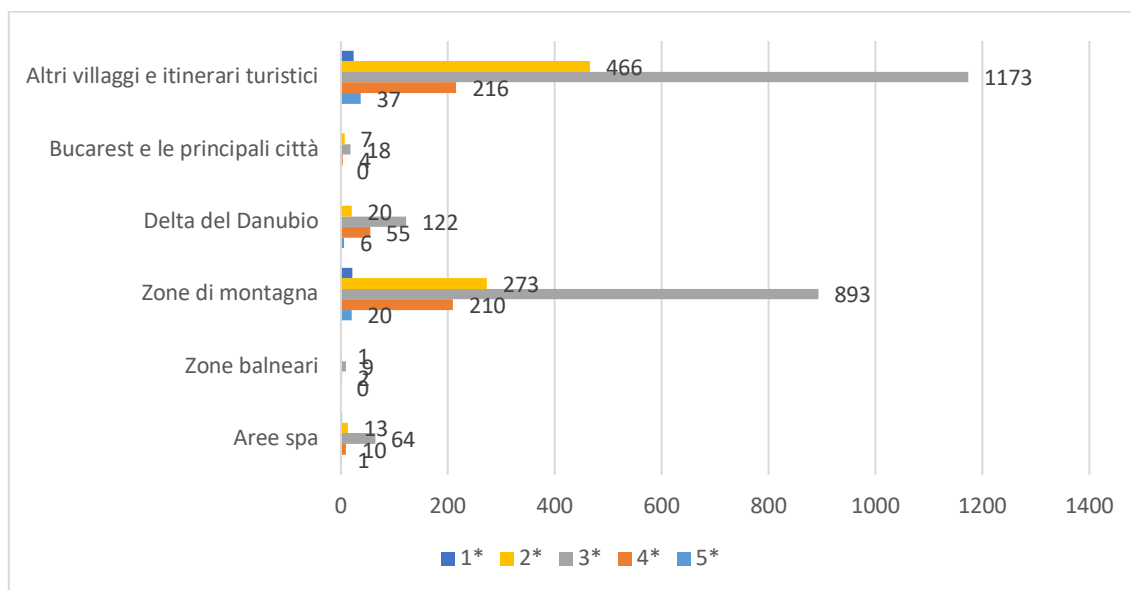


Fig. 2 Distribuzione delle strutture agrituristiche per area e per categoria di comfort

Per le zone montane, le due fasce (2 stelle – 273 strutture e 4 stelle – 210 strutture) sono relativamente vicine. Ciò evidenzia una polarizzazione del mercato: le montagne attraggono sia viaggiatori attenti al budget (escursionisti, giovani del movimento “ ”) sia clienti di fascia alta (ritiri aziendali, famiglie alla ricerca di servizi di lusso). Per il resto, la categoria 3* domina nettamente il panorama alpino con un numero di 893 strutture.

Il Delta del Danubio, una zona ecoturistica unica in cui la capacità totale è inferiore a causa delle normative geografiche e ambientali (Riserva della Biosfera), presenta un eccellente rapporto tra le unità a 4 stelle e la sua dimensione totale, il che riflette i notevoli investimenti in resort di pesca di fascia alta ed eco-lodge.

La stagionalità riflette il classico andamento del turismo di massa e rurale in Romania, caratterizzato da un massiccio picco estivo, una forte contrazione autunnale e picchi minori determinati dalle vacanze invernali. I dati relativi al 2025 mostrano che agosto rappresenta il picco assoluto dell’anno: registra 171.692 arrivi (2,7 volte superiori ai 63.831 arrivi di novembre) e un numero record di 351.650 pernottamenti. Con 142.483 arrivi e 289.189 pernottamenti, luglio consolida il cuore dell’alta stagione.

I prezzi medi negli agriturismi rumeni variano in modo significativo a seconda della regione, della categoria di comfort e della stagionalità. Nel 2025, le strutture agrituristiche standard a 3 stelle applicavano generalmente tariffe comprese tra 250 e 450 RON a notte per una camera doppia, mentre gli alloggi rurali premium a 4 stelle a Braşov o Tulcea superavano spesso i 600–800 RON durante le stagioni di punta estiva e invernale. Gli alloggi rurali di categoria inferiore nelle regioni periferiche rimanevano notevolmente più economici, spesso al di sotto dei 200 RON a notte.

Nel complesso, il settore agrituristicumeno mostra un’espansione moderata ma continua, caratterizzata da una forte concentrazione territoriale, da una crescente diversificazione degli standard ricettivi e da un aumento degli investimenti in esperienze turistiche rurali di alta qualità. Nonostante le significative disparità regionali e la marcata stagionalità, l’agriturismo

rimane uno strumento importante per lo sviluppo economico rurale, la conservazione culturale e la valorizzazione delle risorse naturali e agricole locali.

Canali di commercializzazione

I canali di marketing sono essenziali per lo sviluppo dell'agriturismo in Romania, specialmente nel contesto di una crescente digitalizzazione. La maggior parte delle strutture agrituristiche promuove i propri servizi attraverso piattaforme online, social media e siti web turistici al fine di attrarre sia turisti nazionali che internazionali. Studi recenti dimostrano che il marketing digitale è diventato uno degli strumenti principali per migliorare la visibilità delle destinazioni turistiche rumene (Pricopoaia et al., 2024).

Le piattaforme di prenotazione online come Booking.com e Airbnb sono tra i canali di marketing più utilizzati dalle aziende agrituristiche rumene. Queste piattaforme consentono alle strutture ricettive di raggiungere un pubblico più ampio, gestire le prenotazioni in modo efficiente e trarre vantaggio dalle recensioni e dalle valutazioni dei clienti. La promozione digitale è sempre più importante, poiché i turisti si affidano in larga misura alle informazioni online quando scelgono destinazioni rurali (Pascariu et al., 2024).

Le piattaforme di social media come Facebook, Instagram e TikTok sono ampiamente utilizzate per promuovere la cucina tradizionale, la cultura locale e le esperienze rurali. Le ricerche sulle destinazioni turistiche rumene dimostrano che la comunicazione su Facebook e i contenuti visivi influenzano in modo significativo il coinvolgimento dei turisti e l'attrattiva della destinazione (Ivasciuc et al., 2024).

Oltre ai canali digitali, le fiere turistiche, i festival locali e le collaborazioni con le associazioni turistiche continuano a sostenere la promozione dell'agriturismo. Organizzazioni come l'ANTREC Romania contribuiscono alla visibilità nazionale e internazionale dei prodotti del turismo rurale rumeno.

Nonostante i progressi nel marketing digitale, molte piccole imprese agrituristiche devono ancora affrontare sfide legate alle limitate risorse finanziarie e alle competenze digitali insufficienti. Secondo studi recenti, la Romania registra ancora livelli di implementazione del marketing digitale inferiori rispetto alla media europea, specialmente tra le piccole imprese rurali (DAFE Digital, 2025).

Livello di professionalizzazione e digitalizzazione

Il livello di professionalizzazione e digitalizzazione nell'agriturismo rumeno è migliorato negli ultimi anni, principalmente grazie alla crescente importanza dei servizi turistici online e dei programmi europei di sviluppo rurale. Tuttavia, permangono differenze significative tra le regioni turistiche sviluppate e le aree rurali meno competitive.

La maggior parte delle aziende agrituristiche in Romania sono imprese a conduzione familiare, in cui la gestione e i servizi alla clientela sono curati direttamente dai proprietari. Studi recenti condotti a Maramureș e in Bucovina mostrano che la qualità dell'ospitalità e l'autenticità culturale sono molto apprezzate dai turisti, ma molte aziende continuano a dover affrontare



Funded by
the European Union



problemi legati alla formazione limitata del personale e a pratiche gestionali carenti (Moldovan et al., 2025).

La professionalizzazione è aumentata grazie alla partecipazione ad associazioni turistiche, partenariati locali e progetti finanziati dall'Unione Europea. Una ricerca incentrata sulla contea di Iași evidenzia che lo sviluppo sostenibile dell'agriturismo dipende dal miglioramento della qualità dei servizi, dalle qualifiche del personale e dalla gestione strategica del turismo (Dincu et al., 2025).

La digitalizzazione è diventata un fattore determinante per la competitività nel turismo rurale. La maggior parte delle strutture ricettive agrituristiche utilizza ormai sistemi di prenotazione online, promozione sui social media e strumenti di comunicazione digitale per interagire con i turisti. Gli studi sul turismo rurale rumeno mostrano che lo storytelling digitale, l'influencer marketing e le campagne sui social media svolgono un ruolo sempre più importante nell'attrarre i turisti più giovani interessati a esperienze rurali autentiche (Ibric et al., 2025).

Nonostante questi sviluppi, l'implementazione di tecnologie digitali avanzate rimane relativamente limitata. Molte piccole imprese rurali continuano ad affidarsi a strumenti digitali di base a causa di vincoli finanziari, competenze digitali insufficienti e infrastrutture tecnologiche limitate. Secondo recenti ricerche, gli operatori del turismo rurale rumeno utilizzano principalmente i social media e le piattaforme di prenotazione, mentre i siti web professionali, i sistemi di pagamento online e gli strumenti di gestione automatizzati sono meno diffusi (Istoc, 2025).

Nuove tecnologie quali l'intelligenza artificiale, le esperienze virtuali e le applicazioni turistiche intelligenti stanno gradualmente entrando nel settore dell'agriturismo. La ricerca sull'agriturismo sostenibile e sulle tecnologie emergenti sottolinea che l'innovazione digitale può migliorare l'esperienza dei clienti, aumentare l'efficienza operativa e sostenere lo sviluppo rurale sostenibile (Stancioiu e Ionica, 2025).

Nel complesso, l'agriturismo rumeno sta diventando più professionalizzato e connesso digitalmente, ma il settore necessita ancora di investimenti nella formazione, nelle infrastrutture e nelle competenze digitali per rimanere competitivo sul mercato turistico europeo.

Analisi del contesto e del mercato

L'agriturismo è una forma di turismo profondamente radicata in Romania, una pratica non organizzata fin dal periodo tra le due guerre, quando «l'ospitalità presso i cittadini» per i visitatori provenienti dalle aree urbane era un'usanza comune nei villaggi rumeni. L'agriturismo comprende attività complementari a quelle agricole (Marin, 2018), contribuendo all'aumento del reddito attraverso la valorizzazione delle risorse naturali, culturali e sociali (Franzutti et al., 2019), nonché alla conservazione e alla promozione delle pratiche agricole tradizionali (Nistoreanu et al., 2020). In Romania, questo tipo di turismo combina alloggio, ospitalità ed esperienze specifiche dell'ambiente rurale, quali la partecipazione ad attività agricole, il consumo di prodotti locali e la scoperta delle tradizioni e dei costumi dei villaggi. Questa combinazione conferisce all'agriturismo un carattere autentico, distinguendolo dal turismo

urbano o di massa e accrescendone l'attrattiva tra le persone interessate alla natura, alle tradizioni e alla vita delle comunità rurali.

In un contesto caratterizzato da rapidi cambiamenti, con importanti ripercussioni sul turismo a livello globale, l'uso di strumenti di analisi scientifica non è un'opzione secondaria, ma una necessità. Lo strumento **PESTEL** consente di identificare i fattori politici (P), economici (E), sociali (S), tecnologici (T), ecologici (E) e legali (L), fornendo una panoramica degli elementi macroeconomici esterni che influenzano direttamente o indirettamente il settore dell'agriturismo in Romania, evidenziando sia i rischi fondamentali sia le opportunità per il suo sviluppo.

Fattori politici

I fattori politici svolgono un ruolo chiave nello sviluppo dell'agriturismo in Romania, poiché questo settore dipende in larga misura dalle politiche pubbliche, dai finanziamenti europei e dalle strategie di sviluppo rurale. Un concetto attuale è quello di sostenibilità, che contribuisce a proteggere le risorse naturali e culturali, a sostenere le comunità locali e a garantire un equilibrio tra sviluppo economico e tutela dell'ambiente per le generazioni future. Pertanto, le politiche pubbliche nazionali ed europee stanno seguendo questa direzione. Il settore dell'agriturismo non fa eccezione.

A livello europeo, la Strategia dell'UE per il turismo sostenibile, adottata dal Parlamento europeo nel 2021, evidenzia le nuove tendenze nel settore turistico, generate principalmente dalla digitalizzazione, e integra forme alternative, tra cui l'agriturismo (UE, 2021).

A livello nazionale, i documenti principali sono: la Strategia di sviluppo sostenibile della Romania per il 2030 – in cui la promozione dello sviluppo continuo dell'agriturismo è stata definita come obiettivo strategico; -, la Strategia nazionale rumena per lo sviluppo del turismo 2023–2035 – mira a realizzare un turismo competitivo a lungo termine, attraverso lo sviluppo dell'agriturismo, dell'ecoturismo, del turismo rurale, termale e culturale, nonché migliorando l'immagine della Romania come destinazione turistica; - il Piano Strategico Nazionale 2023–2027 – valorizza le risorse naturali e umane delle aree rurali per sostenere attività quali il turismo rurale e l'agriturismo, la trasformazione dei prodotti locali, l'artigianato o il commercio elettronico.

Un altro fattore influente è l'instabilità politica: i frequenti avvicendamenti di governo in Romania comportano spesso cambiamenti nelle priorità in materia di turismo. Il rischio di infrazione, unitamente ai frequenti cambiamenti del paradigma politico, può generare rischi significativi, soprattutto considerando che molti operatori del settore “ ” fanno affidamento quasi esclusivamente su finanziamenti a fondo perduto per coprire i costi di modernizzazione e sviluppo.

Vale inoltre la pena menzionare il contesto politico regionale, segnato da troppo tempo dalla guerra tra Russia e Ucraina, un conflitto che può frenare le intenzioni imprenditoriali o creare una leggera riluttanza in alcuni turisti stranieri, soprattutto provenienti da paesi extraeuropei.

Fattori economici

I fattori economici esercitano un'influenza determinante sull'agriturismo in Romania, poiché determinano sia la domanda sia la capacità degli operatori di investire, svilupparsi e mantenere prezzi competitivi. I fattori più importanti sono: il reddito della popolazione, i livelli dei prezzi, i costi dei servizi e l'accesso ai finanziamenti.

Per quanto riguarda i redditi delle famiglie, questi sono aumentati nel 2024 e nel 2025, ma i tassi di inflazione superiori alla media europea, pari rispettivamente al 5,6% nel 2024 e al 7,3% nel 2025 (INS, 2026), hanno in parte vanificato tali aumenti. Con solo il 18% di turisti stranieri (INS, 2026), l'agriturismo in Romania dipende dall'interesse dei rumeni per il proprio Paese, un interesse che si traduce in consumi a condizione che vi siano risorse finanziarie adeguate. Se l'inflazione è elevata, la conseguenza diretta è la riduzione del consumo di servizi ricreativi, anche nel settore dell'agriturismo. Si parla quindi di un accorciamento della durata dei soggiorni e di un interesse costante per le offerte last minute, il cui rapporto qualità-prezzo è apprezzato dai turisti come vantaggioso.

Un altro fattore influente è rappresentato dai buoni vacanza, il cui valore è stato dimezzato — da 1.600 RON/anno a 800 RON/anno (circa da 310 a 155 EUR/anno, al tasso di cambio di 1 EUR = 5,2 RON)—in correlazione con la riduzione della soglia salariale di ammissibilità da 8.000 RON netti/mese (circa 1.540 EUR/mese) a 6.000 RON netti/mese (circa 1.150 EUR/mese), che limita il numero di beneficiari nel settore pubblico. Questo cambiamento incide negativamente sulla domanda turistica, compresi i prodotti agrituristici. I buoni vacanza vengono concessi anche nel settore privato, entro il limite di sei salari minimi lordi all'anno (24.300 RON/anno, circa 4.675 EUR/anno), a discrezione del datore di lavoro. Va notato che questi buoni possono essere utilizzati solo per servizi turistici nazionali, contribuendo così alla stima dei consumi interni.

L'aumento dei costi operativi negli ultimi anni è diventato una delle principali sfide per le piccole imprese nelle aree rurali. In Romania, i prezzi dell'elettricità hanno registrato aumenti significativi durante il picco della crisi energetica, salendo di oltre il 20–30% rispetto ai livelli precedenti al 2021, il che ha influito direttamente sui costi operativi delle strutture ricettive (illuminazione, riscaldamento e climatizzazione). Parallelamente, il gas naturale ha subito fluttuazioni significative, con aumenti superiori al 40% in determinati periodi di elevato consumo, influenzando in particolare i costi di riscaldamento durante la stagione fredda. I prodotti alimentari hanno spesso registrato aumenti annuali del 10–15%, il che ha influito direttamente sulle strutture agrituristiche che offrono servizi di ristorazione basati su prodotti locali. In questo contesto, i costi operativi totali per le pensioni e gli agriturismi sono aumentati, secondo le stime, del 15–25%, a seconda delle dimensioni della struttura e del grado di autonomia energetica (Eurostat, 2026). Questa evoluzione induce i proprietari ad adottare strategie volte ad aumentare le tariffe di alloggio o misure di efficienza, quali investimenti nelle energie rinnovabili, approvvigionamento locale diretto o riduzione dei rifiuti.

In linea con i documenti strategici presentati nella sottosezione precedente, la Politica Agricola Comune (PAC) dell'Unione Europea promuove la diversificazione delle attività economiche nelle aree rurali attraverso programmi di finanziamento dedicati alle aziende agricole e alle strutture ricettive agrituristiche. I fondi europei erogati attraverso il Programma Nazionale di Sviluppo Rurale (PNDR) contribuiscono alla modernizzazione delle infrastrutture turistiche e all'aumento della competitività delle aree rurali in Romania. Gli studi dimostrano che i sussidi europei hanno

avuto un impatto positivo sullo sviluppo dell'agriturismo e sulla riduzione dell'emarginazione economica nelle aree rurali (Galluzzo, 2021). Un ruolo particolarmente importante è svolto dal programma LEADER, che fornisce un sostegno fino a 200.000 euro per la creazione di microimprese rurali e per progetti locali nel settore del turismo, compreso l'agriturismo.

Fattori sociali

I fattori sociali spiegano la domanda turistica, il profilo dei visitatori e il modo in cui le comunità rurali possono offrire esperienze autentiche.

Nell'agriturismo rumeno si può parlare di un cambiamento nel profilo dei consumatori. L'urbanizzazione in città come Bucarest, Iași, Cluj-Napoca e il suo «lato oscuro», rappresentato principalmente da affollamento, inquinamento e stress, hanno modificato le esigenze delle persone. Ora le persone cercano tranquillità, aria fresca, un ritorno alla natura e, più recentemente, una "disintossicazione digitale". Le aree rurali rumene offrono tutto questo perché, a differenza di altri paesi europei, la modernizzazione è progredita a un ritmo molto più lento (MADR, 2013). Inoltre, le preoccupazioni relative alla salute hanno assunto maggiore rilevanza, in particolare nel contesto della pandemia di COVID-19.

Gli studi dimostrano che metà dei viaggiatori delle Generazioni Y e Z è più interessata alle esperienze che al semplice spuntare le destinazioni dalla lista (Accor, 2025). Ciò suggerisce un ritorno all'identità culturale, in particolare la ricerca dell'autenticità nella gastronomia, nell'artigianato e nelle comunità preservate nel tempo. Questo è ciò che l'agriturismo rumeno può offrire in abbondanza.

Un altro importante fattore sociale è lo spopolamento dei villaggi e la migrazione dei giovani verso le aree urbane o altri paesi europei. Molte comunità rurali in Romania si trovano ad affrontare un invecchiamento della popolazione e una forza lavoro in calo, il che incide sullo sviluppo economico locale. In questo contesto, l'agriturismo è considerato una soluzione per rivitalizzare le comunità rurali e creare nuovi posti di lavoro (Oltean et al., 2024).

Sebbene la carenza di personale qualificato nel settore del turismo rurale rumeno non sia un problema nuovo, essa è aggravata dai fattori sopra menzionati. Il basso livello di formazione professionale e persino di istruzione pone sfide significative per gli imprenditori. Ciò ha un impatto diretto sulla qualità del servizio in un settore in cui le persone continuano a fare la differenza. Tuttavia, le competenze di base possono essere sviluppate anche attraverso programmi offerti da licei tecnologici, scuole professionali e centri di formazione che rilascino certificati quali "Operatore agrituristico" o "Tecnico agrituristico". Questi programmi sviluppano competenze relative ai servizi turistici, alla gastronomia, all'agricoltura e all'interazione con i turisti. Anche il programma europeo Erasmus+ offre eccellenti opportunità per lo scambio internazionale di buone pratiche e informazioni di mercato.

Fattori tecnologici

L'adozione della tecnologia non è più a discrezione dell'imprenditore, ma una condizione per la sopravvivenza sul mercato. Per molti turisti oggi, la velocità è sinonimo di immediatezza. Anche chi si rivolge alle agenzie di viaggio si aspetta risposte tempestive. Ilie et al. (2025) dimostrano

che nell'agriturismo rumeno l'uso di strumenti digitali quali piattaforme di prenotazione online, social network e tecnologie immersive (ad esempio, tour in realtà virtuale) è in aumento ed è considerato fondamentale per promuovere l'agriturismo e migliorare le esperienze turistiche. L'enfasi sulla digitalizzazione e sull'adozione di strategie di marketing moderne è sostenuta anche da Oltean et al. (2024). Piattaforme come Booking.com e Airbnb.com sono ormai in concorrenza con Lapensiuni.ro, Travelminit.ro, Turistinfo.ro e Directbooking.ro.

Un fattore importante è la qualità della tecnologia. L'accesso a Internet ad alta velocità e l'espansione delle reti mobili aumentano la competitività delle imprese agrituristiche e consentono l'implementazione di servizi moderni. Secondo il rapporto europeo «Digital Decade 2025», la Romania si colloca tra gli ultimi Stati membri dell'UE in termini di competenze digitali e digitalizzazione dell'economia, sebbene registri buoni risultati nella connettività fissa, anche nelle aree scarsamente popolate (Commissione europea, 2025).

La modernizzazione tecnologica e la costruzione di nuove aziende agricole e strutture ricettive agrituristiche sostengono lo sviluppo del turismo sostenibile. L'uso di energie rinnovabili, di sistemi intelligenti di gestione delle risorse e di moderne attrezzature agricole può ridurre i costi operativi e l'impatto ambientale. Questi investimenti sono inoltre sostenuti dai fondi europei dedicati allo sviluppo rurale e alla digitalizzazione delle PMI (AFIR, 2026).

Fattori ecologici

Il cambiamento climatico sta riscrivendo le regole dell'agriturismo in Romania. Il passaggio da un turismo prevedibile, basato su quattro stagioni distinte, a uno caratterizzato da condizioni estreme, comporta sfide importanti, ma anche opportunità inaspettate per gli imprenditori. Famose per le loro tradizionali vacanze invernali, le regioni di Maramureș e Bucovina hanno registrato negli ultimi anni temperature superiori ai 10 °C e paesaggi completamente verdi. Le strutture ricettive sono costrette a riorganizzare la propria offerta, sostituendo le gite in slitta trainata da cavalli con quelle in carrozza. Allo stesso tempo, gli eventi meteorologici estremi stanno influenzando anche la produzione agricola, con ripercussioni dirette sulle attività agrituristiche. Ad esempio, le grandinate che danneggiano i raccolti di prugne causano una carenza di materie prime utilizzate per prodotti tradizionali come marmellate o distillati. Analogamente, le attività di raccolta della frutta, che rappresentano un'importante attrazione per i turisti, sono sempre più minacciate dal calo dei raccolti e dalle condizioni meteorologiche imprevedibili.

Tuttavia, dobbiamo riconoscere che anche la gestione dei rifiuti rappresenta un problema nelle aree rurali. L'inquinamento dell'acqua e del suolo è presente in molte località. La certificazione rilasciata dall'Associazione rumena per l'ecoturismo (AER) ad alcune pensioni indica che i rifiuti vengono gestiti internamente. I proprietari organizzano attività di pulizia dei sentieri e dei fiumi locali insieme ai turisti e ai bambini del villaggio. In questo modo, l'agriturismo diventa uno strumento educativo per l'intera comunità rurale, dimostrando alla popolazione locale che una strada pulita attira turisti disposti a pagare di più.

Fattori giuridici

Il quadro giuridico in Romania incide direttamente sullo sviluppo dell'agriturismo attraverso norme rigorose in materia di classificazione, autorizzazione e gestione delle strutture ricettive turistiche. Sebbene iniziative come i Punti Gastronomici Locali (PGL) rappresentino un passo legislativo positivo – consentendo alle famiglie di servire legalmente pasti a un massimo di 15 persone in regime semplificato – gli standard di classificazione comportano ancora una burocrazia onerosa. Questo onere amministrativo è in netto contrasto con le tendenze europee, che favoriscono la semplificazione e l'autoregolamentazione nel contesto della digitalizzazione e della transizione verso un'economia verde (Agenda europea per il turismo 2030, Consiglio d'Europa, 2023).

Oltre alle questioni amministrative, gli imprenditori del settore devono affrontare una crescente pressione fiscale e norme di sicurezza rigorose. Le modifiche alle aliquote IVA nel settore HoReCa, le nuove norme sulla tassazione delle microimprese e le imposte locali sugli immobili non residenziali rendono difficile la situazione per i piccoli proprietari di pensioni. Inoltre, per offrire piatti tradizionali, devono rispettare rigorosi standard igienico-sanitari e di sicurezza alimentare imposti dall'ANSVSA, nonché le normative di tutela ambientale che limitano l'impatto degli edifici e delle attività turistiche nelle aree protette.

Infine, l'accesso ai finanziamenti europei attraverso il Piano Strategico Nazionale e l'Agenzia per il Finanziamento degli Investimenti Rurali (AFIR) costituisce un pilastro fondamentale, ma è soggetto a rigide regole di ammissibilità e a criteri di sviluppo sostenibile. I principali ostacoli allo sviluppo sostenibile di questo settore sono l'instabilità legislativa e la burocrazia amministrativa. I frequenti cambiamenti legislativi ostacolano sia l'autorizzazione iniziale delle pensioni sia l'efficiente attuazione dei progetti finanziati dall'UE, dato che queste piccole strutture, gestite da imprenditori meno esperti, devono affrontare le stesse complesse fasi burocratiche.

Analisi della concorrenza

La concorrenza nell'agriturismo rumeno si basa sempre più sull'autenticità dell'esperienza offerta ai turisti, dove si distinguono gli agriturismi che integrano attività agricole autentiche e gastronomia locale. Nelle aree turistiche sovrassature, come Bran-Moeciu o Mărginimea Sibiului, la concorrenza è intensa e la differenziazione si ottiene attraverso strutture di alta qualità e servizi personalizzati. Al contrario, le regioni turistiche meno sviluppate offrono opportunità significative per gli agriturismi in grado di attrarre un flusso costante di visitatori. La gastronomia tradizionale e il riconoscimento come "Punto Gastronomico Locale" rappresentano importanti vantaggi competitivi, poiché i turisti apprezzano i prodotti autentici e gli ingredienti locali. Inoltre, la visibilità online e la promozione attraverso piattaforme come Booking, Airbnb, Instagram o TikTok influenzano in modo significativo il successo di una struttura ricettiva. Le strutture che ricevono recensioni eccellenti e investono nello storytelling digitale attraggono più clienti e rafforzano la propria reputazione. In conclusione, il successo nell'agriturismo dipende dalla capacità delle strutture ricettive di trasformare la campagna in un'esperienza culturale, gastronomica e di relax indimenticabile.

Barriere all'ingresso e opportunità

Tra le **barriere all'ingresso** nel mercato dell'agriturismo in Romania figurano le seguenti:



- *Autorizzazioni e normative* – ottenere le autorizzazioni per l'esercizio e la classificazione delle strutture è un processo complicato; ottenere le autorizzazioni sanitarie, ambientali, antincendio e urbanistiche può essere un processo lento e costoso; il rispetto delle norme edilizie e degli standard di sicurezza per le strutture ricettive agrituristiche è difficile da garantire.
- *Gli elevati costi iniziali* per le strutture ricettive o di ristorazione – costruzione o ristrutturazione degli edifici, arredamento delle camere e infrastrutture (acqua, fognature, elettricità, Internet) – possono comportare perdite significative se l'attività non ha successo.
- *Capitale circolante* – necessario per almeno 1–2 anni fino a quando non si stabilisce un flusso costante di turisti. *Scarse infrastrutture generali* nelle aree rurali – strade, acqua e rete fognaria.
- *Aree con potenziale e tradizione*, come Suceava, Braşov e Maramureş – *già sature* in termini di alloggi.
- *Costi di promozione online* – mantenimento di una presenza costante sui social media e corretta indicizzazione del sito;
- *Costi di accesso e gestione* sulle piattaforme di prenotazione – talvolta elevati per le piccole imprese.
- *Risorse umane* – difficili da reperire, formare e trattenere.

Tra le **opportunità** figurano:

- *Fondi e meccanismi di finanziamento* – accesso a iniziative di finanziamento dedicate, fondi a fondo perduto, linee di credito;
- *Cambiamento della mentalità dei consumatori* – maggiore interesse per la tradizione, l'esperienza, la natura e le attività pratiche;
- *Opportunità di innovazione e adattamento* – in particolare nel caso dei servizi ricreativi;
- *Risorse naturali e culturali sufficienti* – con molteplici possibilità di valorizzazione.

Sostenibilità e impatto

Un elemento di grande importanza nell'analisi della sostenibilità e dell'impatto dell'agriturismo in Romania è il potenziale turistico. Il potenziale turistico è definito come l'insieme delle risorse naturali e antropiche di un'area che, grazie alla loro attrattiva, sono in grado di generare e sostenere attività turistiche (Roşu, 2016). In numerosi studi viene analizzato il potenziale turistico, ad esempio per le seguenti aree della Romania: Transilvania meridionale (Stefan et al., 2021); Regione di sviluppo del Nord-Est (Mihăilă et al., 2019), Moldavia (Iatu & Bulai, 2021), Muntenia meridionale (Nedelcu, 2014), Sud-Est (Andrei & Manolache, 2014). Stabilendo il collegamento tra patrimonio turistico e agriturismo, si tiene conto del fatto che entrambi comprendono il potenziale turistico di un territorio, costituito da elementi naturali, sociali, economici e culturali, nonché dalle infrastrutture destinate al turismo (Ciobanu & Draghici, 2016). L'analisi del potenziale agrituristico è essenziale per comprendere in che modo elementi chiave quali la gastronomia tradizionale, le attività a contatto con la natura, le esperienze culturali e l'interazione con le comunità rurali possano essere efficacemente adattati alle aspettative dei turisti e alle esigenze di sviluppo locale (Ciolac et al., 2019).



Impatto economico locale

Il settore turistico è diventato uno dei principali motori della crescita economica e dello sviluppo a livello mondiale. Nel 2024, il turismo ha contribuito per quasi il cinque per cento al PIL della Romania.

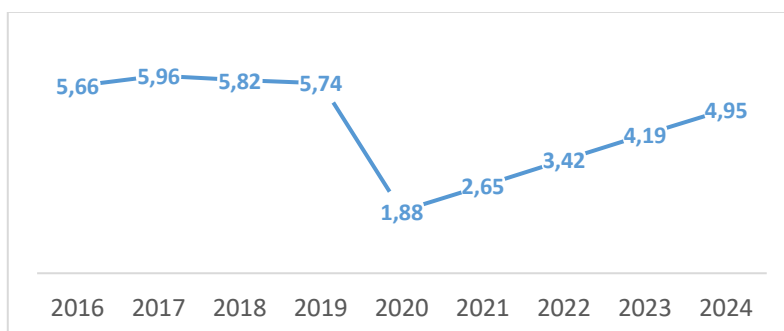


Figura 3: Quota del PIL del settore turistico in Romania dal 2016 al 2024

Fonte: STATISTA, Viaggi, turismo e ospitalità

La varietà del paesaggio naturale del Paese — che comprende i Carpazi, la costa del Mar Nero, il delta del Danubio, vaste foreste, fiumi e laghi — rende la Romania una delle destinazioni turistiche più attraenti d'Europa. La Romania ospita inoltre diversi siti patrimonio mondiale dell'UNESCO, quali le chiese della Moldavia, del Maramureș e della Transilvania, le fortezze daciche e il delta del Danubio.

Lo stipendio mensile netto medio nel settore dell'ospitalità in Romania ha raggiunto il livello più alto nel 2024, attestandosi a 3.325 lei rumeni. Al contrario, durante la pandemia di coronavirus del 2020, lo stipendio mensile medio è sceso significativamente a 1.753 lei rumeni.

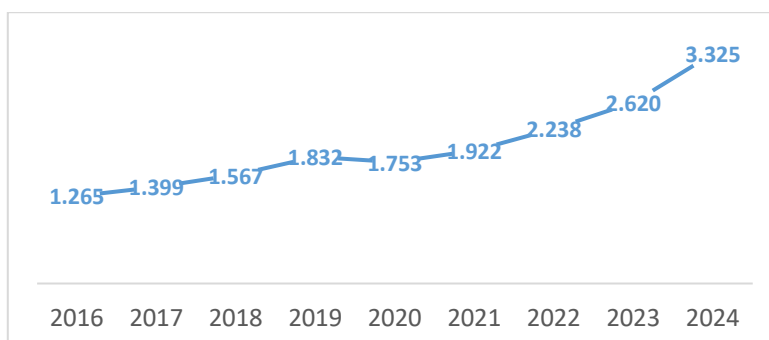


Figura 4: Stipendio mensile netto medio nel settore alberghiero in Romania dal 2016 al 2024 (in lei rumeni)

Fonte: STATISTA, Viaggi, Turismo e Ospitalità

Tra il 2021 e la prima metà del 2025, il numero di strutture ricettive turistiche in Romania ha seguito in generale un andamento al rialzo nella maggior parte delle categorie. Le strutture agrituristiche hanno registrato i dati più elevati durante l'intero periodo, passando da 1.567 unità nel 2021 a 2.051 unità nella prima metà del 2025.



Funded by
the European Union

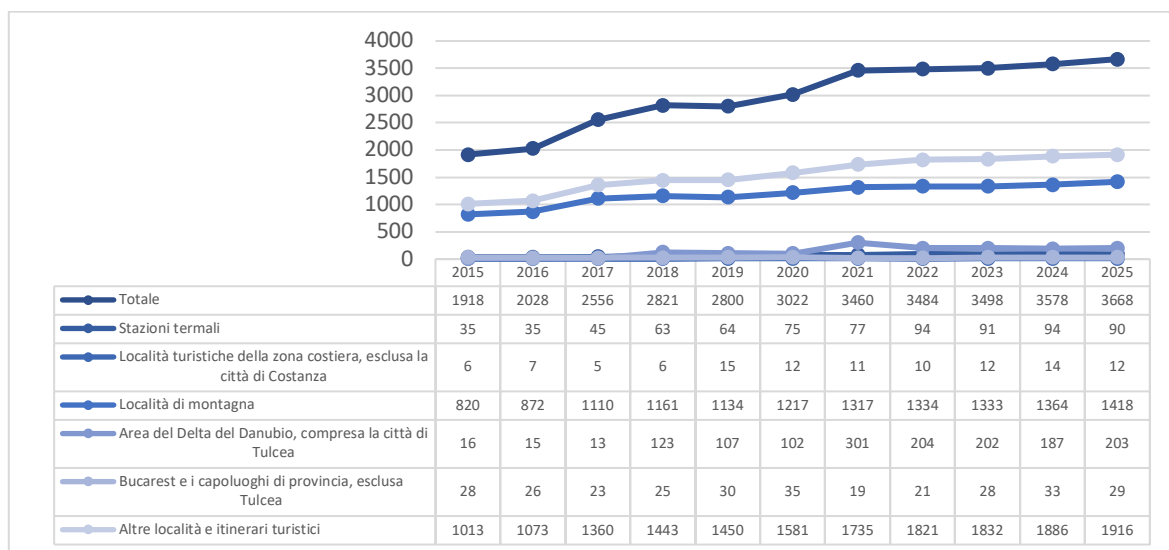


Figura 5: Numero di agriturismi con funzione ricettiva per tipo di destinazione turistica

Fonte: Istituto Nazionale di Statistica

Il costante aumento del numero di unità ricettive, in particolare nelle località montane, nell'area del Delta del Danubio e in altre località e itinerari turistici, evidenzia l'espansione e la diversificazione delle infrastrutture turistiche nelle destinazioni rurali e naturalistiche. Questa crescita ha contribuito in modo significativo allo sviluppo economico locale attraverso l'aumento degli investimenti, la creazione di posti di lavoro e la stimolazione di settori complementari quali la ristorazione pubblica, i trasporti, l'artigianato e la commercializzazione dei prodotti locali.

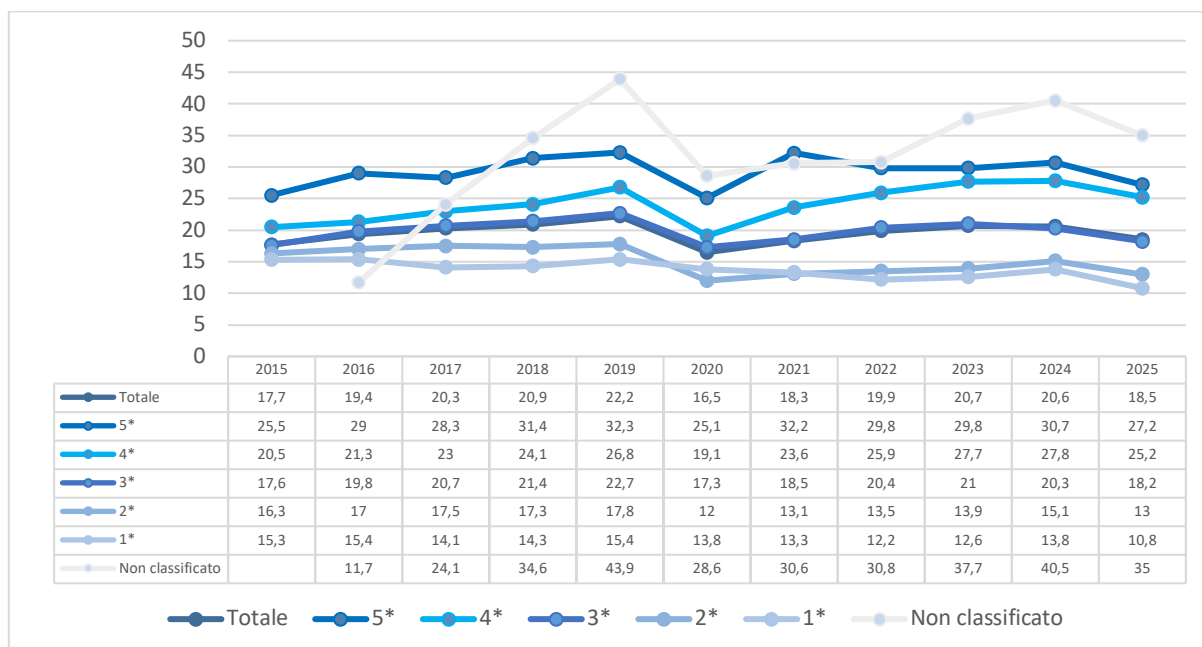


Figura 6: Indice di utilizzo netto della capacità ricettiva agrituristiche per categorie di comfort (%)

Fonte: Istituto Nazionale di Statistica

L'indice di utilizzo netto della capacità ricettiva agrituristiche evidenzia un moderato aumento dei tassi di occupazione nelle strutture ricettive turistiche nel periodo 2015–2025, con fluttuazioni influenzate dall'andamento dell'economia e dagli effetti della pandemia del 2020.

L'aumento dei tassi di occupazione nelle strutture ricettive a 4 e 5 stelle indica una crescente domanda di servizi turistici di qualità superiore, che contribuisce agli investimenti locali, alla diversificazione del reddito e alla creazione di posti di lavoro nelle comunità rurali. L'utilizzo relativamente stabile delle unità ricettive di categoria media e inferiore dimostra il ruolo dell'agriturismo nel sostenere le piccole imprese a conduzione familiare.

Nel loro studio, Ciobanu et al. (2016) hanno concluso che il potenziale turistico della Regione di Sviluppo Sud-Est è insufficientemente sfruttato e, ad esempio, nella contea di Tulcea, il turismo rurale rappresenta una delle principali opportunità di sviluppo economico, poiché richiede investimenti relativamente modesti pur suscitando un crescente interesse tra i turisti.

Impatto sociale e culturale

L'agriturismo genera effetti sociali e culturali significativi all'interno delle comunità rurali, sostenendo le tradizioni locali, preservando l'identità culturale e incoraggiando il coinvolgimento attivo dei residenti nelle attività legate al turismo. L'espansione delle infrastrutture agrituristiche favorisce la rivitalizzazione delle comunità rurali incoraggiando l'imprenditorialità, migliorando il tenore di vita e preservando le tradizioni locali e il patrimonio culturale. Il notevole aumento delle strutture ricettive in aree come il Delta del Danubio (203 unità nel 2025) dimostra inoltre la crescente attrattiva del turismo esperienziale ed ecologico.

Da un punto di vista sociale, lo sviluppo dell'agriturismo contribuisce alla rivitalizzazione delle comunità rurali preservando le tradizioni, incoraggiando l'imprenditorialità locale e riducendo la migrazione dalle aree rurali verso quelle urbane o all'estero. Il calo temporaneo dell'indice di utilizzo nel 2020 riflette la vulnerabilità del settore agli shock esterni; tuttavia, la successiva ripresa dimostra l'adattabilità delle attività turistiche rurali e il crescente interesse per un turismo sostenibile e basato sull'esperienza.

Diversi progetti di agriturismo e di sviluppo rurale realizzati in Romania hanno messo in luce l'importante impatto sociale e culturale delle attività turistiche sulle comunità rurali. Queste iniziative contribuiscono alla conservazione delle tradizioni locali e del patrimonio culturale, incoraggiano il coinvolgimento della comunità e sostengono la rivitalizzazione delle aree rurali creando legami più forti tra visitatori e residenti.

La Via Transilvanica è un itinerario culturale e turistico a lunga percorrenza che collega le comunità rurali e promuove le strutture ricettive, la gastronomia locale e le tradizioni delle aree attraversate. In uno studio condotto da Tătar (2024), gli autori hanno concluso che la Via Transilvanica svolge un ruolo importante nel rafforzamento della coesione sociale, incoraggiando l'interazione, la collaborazione e il senso di appartenenza tra i residenti.

Eco Maramureș (Constantin et al., 2022; Kovacs et al., 2025) è un'iniziativa di ecoturismo che promuove le strutture ricettive rurali, l'artigianato e le esperienze autentiche del Maramureș. Integrando le tradizioni agricole, i prodotti alimentari locali e gli stili di vita rurali nelle attività turistiche, l'iniziativa “ ” sostiene la diversificazione dei redditi rurali, la conservazione del



Funded by
the European Union



patrimonio culturale e l'allineamento dell'agriturismo alle politiche di sviluppo rurale sostenibile.

I «Punti di Gastronomia Locale», ovvero piccoli esercizi alimentari rurali autorizzati a preparare e servire prodotti tradizionali fatti in casa basati principalmente su risorse e ricette locali, rappresentano una componente sempre più importante dello sviluppo dell'agriturismo in Romania. Nel 2026 si contano 702 unità registrate, rispetto alle 679 del 2025, alle 476 del 2024 e alle 316 del 2023; la maggior parte di queste unità è situata nella contea di Braşov. (PGL Romania; sito web di PGL Romania)

In generale, la varietà delle categorie di visitatori agrituristici, tra cui viaggiatori anziani, di mezza età, giovani e famiglie, favorisce l'interazione sociale e lo scambio culturale. (Cbi.eu, 2026)

Impatto ambientale

L'agriturismo sostiene le pratiche di turismo sostenibile e la valorizzazione delle risorse naturali, ma l'espansione delle infrastrutture turistiche richiede anche una gestione attenta per ridurre la pressione ambientale su ecosistemi fragili, specialmente nelle zone montane e nel Delta del Danubio.

Il crescente utilizzo delle strutture ricettive agrituristiche e l'indice di utilizzo possono generare effetti positivi attraverso la promozione del turismo responsabile e il consumo di prodotti locali, riducendo così la dipendenza da lunghe catene di approvvigionamento. Tuttavia, l'intensificazione delle attività turistiche richiede anche una gestione sostenibile delle risorse naturali per prevenire la pressione sugli ecosistemi rurali e il degrado dei paesaggi naturali.

Gli studi condotti sui Monti Apuseni indicano che l'agriturismo sostiene la conservazione ambientale e la resilienza delle comunità. Secondo Ciolac et al. (2021), l'agriturismo contribuisce alla diversificazione del reddito e alla sostenibilità rurale a lungo termine in Romania.

Gli autori Ispas et al. (2019) hanno condotto interviste con gestori coinvolti nell'agriturismo e hanno scoperto che, sebbene i proprietari-gestori riconoscano l'importanza della conservazione delle risorse naturali, le risorse limitate e una maggiore dipendenza dai sistemi tecnologici di risparmio riducono sia il loro coinvolgimento nelle iniziative di sostenibilità sia la loro fiducia nel contributo dei turisti alla protezione ambientale.

Allineamento con le politiche di sviluppo rurale

I sussidi finanziari dell'UE influenzano positivamente lo sviluppo dell'agriturismo e riducono l'emarginazione rurale (Galluzo, 2021). Lo sviluppo dell'agriturismo in Romania è stato strettamente allineato alle politiche di sviluppo rurale attraverso successivi programmi di finanziamento europei e nazionali, tra cui il Programma Nazionale di Sviluppo Rurale 2007–2013 tramite la Misura 313 «Incentivazione delle attività turistiche» e il Programma Nazionale di Sviluppo Rurale 2014–2020 tramite la Misura 6.4 «Investimenti nella creazione e nello sviluppo di attività non agricole».

Nell'ambito della Misura 313 «Promozione delle attività turistiche» sono stati aggiudicati complessivamente 1.244 progetti, per un valore superiore a 174 milioni di euro. Sono stati erogati circa 138 milioni di euro per i progetti finanziati attraverso questa misura. (AFIR, a)

Nell'ambito della misura 6.4 «Investimenti nella creazione e nello sviluppo di attività non agricole» sono stati aggiudicati complessivamente 808 progetti, che hanno generato circa 1.400 nuovi posti di lavoro. Il valore pubblico complessivo di questi progetti è ammontato a 133,1 milioni di euro, di cui 126,2 milioni di euro rappresentavano spesa pubblica. Gli investimenti realizzati attraverso questa sottomisura includono il turismo, la ristorazione pubblica, le attività ricreative e i punti di gastronomia locale; le attività artigianali; nonché la produzione e la commercializzazione di prodotti non agricoli. (AFIR, b)

La Strategia nazionale di sviluppo turistico della Romania 2025–2035 (2026) integra, ad esempio, l'Obiettivo di Sviluppo Sostenibile (SDG) 8, sottolineando il ruolo dell'agriturismo nella promozione della crescita economica sostenibile e dell'occupazione rurale. La strategia riconosce esplicitamente l'importanza di aumentare il numero di strutture ricettive agrituristiche come fattore chiave a sostegno dello sviluppo rurale, dell'imprenditoria locale e delle attività turistiche sostenibili. Queste politiche a sostegno degli investimenti nelle strutture ricettive rurali sono inoltre supportate da: la Legge sulle zone montane (2018), le Strategie di specializzazione intelligente 2021-2027, la Strategia di sviluppo dell'ecoturismo e il Piano d'azione per il periodo 2023-2029, la Strategia nazionale per il turismo balneare 2019 – Decisione n. 571 e la Strategia di sviluppo sostenibile della Romania 2030. (Banca Mondiale, 2023)

L'agriturismo è sempre più riconosciuto come uno strumento importante per le politiche di sviluppo rurale, in quanto favorisce la diversificazione economica, la creazione di posti di lavoro, la conservazione del patrimonio culturale e lo sviluppo sostenibile delle comunità nelle aree rurali. Il caso di studio di Sâncraiu (Gica et al., 2021) illustra come un turismo rurale ben gestito possa contribuire al raggiungimento di diversi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG), in particolare l'SDG 1, l'SDG 8, l'SDG 10, l'SDG 11, l'SDG 12 e l'SDG 17, attraverso la promozione dell'imprenditoria locale, dell'identità culturale, dei partenariati comunitari e dello sviluppo locale sostenibile.

Tendenze e scenari futuri

Innovazione nell'agriturismo

Il settore agrituristicumeno sta attraversando una progressiva trasformazione tecnologica ed esperienziale, guidata dalla convergenza tra le mutevoli aspettative dei turisti, la rivoluzione digitale e il più ampio programma di sostenibilità che sta ridisegnando le economie rurali in tutta Europa. In questo contesto, l'innovazione non si limita all'adozione di strumenti digitali, ma comprende un ripensamento più ampio del prodotto agrituristicumeno: il modo in cui viene progettato, offerto, commercializzato e vissuto.

La digitalizzazione rappresenta l'asse di innovazione più immediatamente visibile. Le piattaforme di prenotazione online — sia internazionali (Booking.com, Airbnb) che nazionali (Lapensiuni.ro, Travelminit.ro, Directbooking.ro) — sono diventate i principali canali di

distribuzione per gli alloggi agrituristici, sostituendo le prenotazioni dirette in loco e quelle telefoniche come modalità di prenotazione predefinita per i turisti urbani. Il social media marketing, in particolare tramite Instagram e TikTok, ha consentito alle piccole strutture ricettive a conduzione familiare di sviluppare un pubblico diretto senza i costi della pubblicità tradizionale. L'emergere dello storytelling digitale, delle collaborazioni con gli influencer e dei contenuti generati dagli utenti ha, in diversi casi, trasformato proprietà rurali precedentemente anonime in destinazioni riconosciute a livello nazionale. Un numero crescente di operatori investe ora in fotografia professionale, contenuti per tour virtuali e siti web multilingue per migliorare la propria visibilità internazionale e i tassi di conversione (Ibric et al., 2025; Pricopoaia et al., 2024).

L'innovazione esperienziale è altrettanto importante. Il prodotto tradizionale dell'agriturismo rumeno — alloggio più pasti tradizionali più osservazione passiva della vita rurale — si sta arricchendo grazie a un'offerta sempre più ampia di attività partecipative ed educative. Le esperienze incentrate sulla gastronomia, tra cui laboratori di produzione del formaggio, lezioni di panificazione, corsi di cucina con ricette tradizionali e cene “dalla fattoria alla tavola” preparate insieme alla famiglia ospitante, si sono affermate come potenti elementi di differenziazione e fonti di entrate di alto livello. Le esperienze artigianali — ceramica, tessitura, intaglio del legno e tintura naturale — mettono i visitatori in contatto con le culture materiali regionali che stanno scomparendo dalla vita quotidiana, creando un valore aggiunto di autenticità che giustifica tariffe di alloggio più elevate. L'api-turismo (esperienze di apicoltura) e l'enoturismo, ormai sempre più sviluppati in regioni al di fuori dei tradizionali circuiti di Dealu Mare e Cotnari, stanno ampliando il portafoglio di attività a disposizione degli agrituristi rumeni (Antonie, 2024; Gurgu e Fintineru, 2025).

L'innovazione orientata alla sostenibilità sta prendendo piede, in parte in risposta ai requisiti di finanziamento europei e in parte a causa di una domanda di mercato reale proveniente da un segmento turistico attento all'ambiente. Un numero crescente di strutture ricettive richiede la certificazione dell'Associazione rumena per l'ecoturismo (AER) o allinea le proprie operazioni ai principi della gestione ecologica: uso di energia rinnovabile, riduzione degli sprechi alimentari, integrazione della produzione biologica e promozione della mobilità lenta tramite bicicletta o sentieri escursionistici. I Punti Gastronomici Locali (PGL), che nel 2026 hanno raggiunto le 702 unità registrate, rappresentano un'innovazione istituzionale all'interno del settore, fornendo un quadro giuridico per la somministrazione di cibo tradizionale su scala domestica e rafforzando il legame diretto tra turismo e produzione agricola locale (Chivu e Stanciu, 2024b).

Le tecnologie emergenti — l'interpretazione del patrimonio culturale tramite realtà aumentata, i motori di raccomandazione basati sull'intelligenza artificiale, la domotica intelligente nelle strutture ricettive rurali e la fotografia paesaggistica con droni a fini di marketing — stanno iniziando a fare il loro ingresso nel settore, sebbene la loro adozione rimanga concentrata tra gli operatori più all'avanguardia e nelle regioni dotate delle infrastrutture digitali più solide. Il persistente ritardo della Romania in termini di competenze digitali e di qualità della banda larga nelle zone rurali, nonostante i buoni risultati nella connettività fissa, continua a frenare il ritmo di diffusione tecnologica in tutto il settore (Commissione europea, 2025; Stancioiu e Ionica, 2025).

Nuovi segmenti di domanda

La base di domanda per l'agriturismo rumeno si sta evolvendo oltre il suo nucleo tradizionale costituito dalle famiglie nazionali a reddito medio, con diversi segmenti nuovi e in crescita che

stanno ora ridefinendo le opportunità commerciali del settore. Comprendere questi segmenti è fondamentale per gli operatori che cercano di sfuggire alla trappola della mercificazione del mercato dei weekend a 3 margherite.

Il segmento turistico internazionale rimane il più sottosviluppato rispetto al proprio potenziale. Nel 2025, i visitatori stranieri rappresentavano solo il 6,4% della domanda agrituristica in Romania, rispetto al 18,4% registrato nell'intero settore turistico rumeno — un divario enorme che riflette sia un deficit di marketing sia un problema strutturale di accessibilità. Tuttavia, il profilo dei visitatori stranieri che raggiungono effettivamente le strutture agrituristiche rumene è molto incoraggiante: si concentrano in strutture premium a 4 e 5 margherite, presentano soggiorni più lunghi e generano ricavi per visita più elevati rispetto ai turisti nazionali. I mercati di provenienza europei — Germania, Paesi Bassi, Francia e Regno Unito — mostrano una forte sintonia con i valori che l'agriturismo rumeno può offrire in modo autentico: cibo genuino, vita rurale senza fretta, ricchezza culturale e bellezze naturali. L'aumento del 51,7% degli arrivi stranieri nelle strutture di fascia alta, registrato persino durante il calo generale del settore nel 2025, segnala una significativa domanda latente che uno sforzo di marketing internazionale ben organizzato potrebbe attivare rapidamente.

La Generazione Z e i viaggiatori più giovani della generazione dei Millennial (quelli di età compresa tra i 18 e i 35 anni nel 2025) rappresentano un segmento in crescita e strategicamente importante. Le ricerche confermano che questo gruppo privilegia le esperienze rispetto alle destinazioni, apprezza l'autenticità condivisibile sui social media e mostra un forte interesse per la sostenibilità e la cultura locale (Accor, 2025; Tanase et al., 2023). L'agriturismo rumeno è intrinsecamente posizionato per conquistare questo segmento, ma attualmente non riesce a comunicare la propria offerta nel linguaggio e attraverso i canali utilizzati dalla Generazione Z. Le qualità estetiche dell'architettura rurale tradizionale rumena, il fascino visivo dei prodotti alimentari artigianali e delle usanze popolari, nonché la ricchezza narrativa di regioni come il Maramures e la Bucovina sono proprio il tipo di contenuti distintivi e "instagrammabili" che stimolano il desiderio di viaggi ambiziosi tra i consumatori urbani più giovani. Trasformare l'interesse estetico in prenotazioni effettive richiede un investimento mirato nella strategia dei contenuti, collaborazioni con influencer del settore dei viaggi ed esperienze di prenotazione mobile senza intoppi.

Il segmento dei nomadi digitali, sebbene oggi numericamente modesto, offre un notevole potenziale di occupazione infrasettimanale. La normalizzazione del lavoro a distanza dopo la pandemia ha creato una popolazione numerosa e in crescita di professionisti indipendenti dalla sede di lavoro che combinano soggiorni rurali prolungati con ore di lavoro produttive. Le strutture ricettive agrituristiche rumene situate in contesti naturali attraenti — in particolare nelle regioni montane dotate di una connessione Internet ad alta velocità affidabile — sono in una posizione ideale per offrire pacchetti per nomadi digitali che combinino alloggio, spazio di lavoro, pasti e attività esperienziali nel fine settimana. Tali pacchetti potrebbero affrontare in modo strutturale il punto debole più dannoso del settore: l'occupazione quasi nulla nei giorni infrasettimanali, che fa sì che una struttura agrituristica media generi ricavi in meno di 52 notti all'anno.

Il turismo del benessere e terapeutico è una tendenza globale in espansione che si allinea naturalmente con l'offerta rurale rumena. La combinazione di aria pulita, cibo genuino, attività fisica in paesaggi naturali e distensione psicologica dalla vita urbana costituisce un'offerta informale di benessere che già motiva molte visite agrituristiche. Formalizzare e comunicare questa dimensione del benessere — attraverso strutture termali, programmi di «bagni nella

foresta», ritiri di yoga, esperienze terapeutiche di apiterapia o attività fisiche agricole supervisionate — consentirebbe alle strutture ricettive rumene di rivolgersi al mercato in crescita delle fughe rurali orientate alla salute e favorirebbe soggiorni più lunghi durante le stagioni intermedie e invernali.

Il turismo educativo e scolastico è un altro segmento emergente, trainato dalla crescente preoccupazione dei genitori e delle istituzioni riguardo alla disconnessione dei bambini dalla produzione alimentare, dall'agricoltura e dagli ambienti naturali. Numerosi operatori agrituristici rumeni hanno già sviluppato programmi educativi strutturati per gruppi scolastici che combinano l'apprendimento legato al programma scolastico con le attività agricole. Questo segmento offre il vantaggio commerciale distintivo di generare occupazione nei giorni feriali fuori stagione — la sfida più urgente per la sostenibilità finanziaria del settore — soddisfacendo al contempo un'autentica esigenza sociale e creando domanda futura, introducendo una nuova generazione ai piaceri del turismo rurale.

5.3 Scenari di crescita potenziali

Per l'agriturismo rumeno nel periodo 2025-2035 si possono individuare tre scenari di crescita strutturalmente distinti, che riflettono diverse combinazioni di ambizione politica, capacità di investimento ed evoluzione del mercato.

Lo scenario di stagnazione presuppone il persistere delle attuali debolezze strutturali: offerta geograficamente concentrata, predominanza del segmento di massa «3 margherite», internazionalizzazione minima, potere d'acquisto interno in calo e assenza di un marketing pubblico coordinato. In questo scenario, il settore continua a contrarsi man mano che lo shock della domanda del 2025 si radica strutturalmente, con gli arrivi annuali che si stabilizzano intorno a 950.000-1.000.000 entro il 2028 e i tassi medi di occupazione che scendono al di sotto del 12%. Gli operatori più vulnerabili — quelli che dipendono dal singolo segmento dei soggiorni domestici nel fine settimana e che non dispongono di una presenza digitale — escono progressivamente dal mercato, concentrando ulteriormente l'offerta nei centri già consolidati e accentuando le disparità regionali. Questo scenario non richiede alcun cambiamento rispetto alle traiettorie attuali e rappresenta l'esito predefinito dell'inazione politica.

Lo scenario di differenziazione e internazionalizzazione presuppone un cambiamento strategico deliberato da parte di una quota significativa di operatori e istituzioni di supporto: il potenziamento delle strutture ricettive secondo standard da 4-5 margherite, lo sviluppo attivo di prodotti esperienziali e tematici (gastronomia, benessere, patrimonio culturale, turismo educativo) e un investimento consistente nel marketing digitale multilingue e nelle partnership di distribuzione internazionale. In questo scenario, il settore potrebbe recuperare le perdite di domanda entro il 2027, raggiungere 1,3 milioni di arrivi annuali entro il 2030 e aumentare la quota di visitatori internazionali al 15-18%. Il RevPAR medio (ricavo per camera disponibile) potrebbe aumentare in modo significativo grazie all'espansione del segmento premium e al miglioramento dell'occupazione infrasettimanale grazie ai pacchetti dedicati ai nomadi digitali e al benessere. Questo scenario è realizzabile nell'ambito degli attuali quadri di finanziamento europei, ma richiede una leadership coordinata del settore e un impegno istituzionale costante.

Lo scenario trasformatore presuppone che la Romania riesca a riposizionare il proprio territorio rurale come destinazione agrituristica di livello mondiale, paragonabile alla Toscana, alla Dordogna francese o al Salzkammergut austriaco — regioni che hanno saputo coniugare con successo un autentico patrimonio agricolo, un'ospitalità di alto livello e un marketing internazionale sofisticato. In questo scenario, l'agriturismo diventa una motivazione turistica

primaria anziché secondaria per i visitatori internazionali, sostenuto da investimenti mirati nelle infrastrutture di accessibilità rurale, dalla promozione attiva del riconoscimento da parte dell'UNESCO e del patrimonio internazionale per i paesaggi rurali rumeni e da una profonda integrazione del settore agrituristico con marchi di esportazione alimentare di alta gamma e reti europee di turismo lento. Gli arrivi annuali potrebbero raggiungere 1,8-2,0 milioni entro il 2035, con una quota internazionale sostanzialmente aumentata del 25-30% e una durata media del soggiorno che si avvicina alle 3 notti. Questo scenario richiede un impegno politico sistemico, orizzonti di investimento a lungo termine e un grado di coordinamento pubblico-privato che rappresenterebbe un vero e proprio cambiamento rispetto alle attuali pratiche di sviluppo rurale in Romania.

Conclusioni e raccomandazioni

Sintesi dei risultati

La presente ricerca di mercato ha fornito un'analisi completa del settore agrituristico 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 rumeno ha raggiunto dimensioni significative — oltre 3.668 strutture ricettive registrate, più di 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 sulle prestazioni del settore per il 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 utilizzo 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.

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) 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.

Raccomandazioni strategiche

Sulla base di questa ricerca, si propongono le seguenti raccomandazioni strategiche per gli operatori agrituristici, le associazioni di categoria e le autorità pubbliche.

Per gli operatori, la priorità più urgente è il miglioramento del prodotto e della qualità. Il modello di business della struttura di base da 3 margherite per il weekend non è più commercialmente sostenibile in un contesto caratterizzato dal calo del potere d'acquisto interno e dall'aumento della concorrenza. Gli investimenti di capitale dovrebbero essere indirizzati verso il potenziamento delle strutture ricettive secondo gli standard da 4 e 5 margherite, con particolare enfasi sulle strutture per il benessere (saune, sale massaggi, bagni termali) che generano domanda nelle stagioni intermedie e nei giorni infrasettimanali e favoriscono soggiorni medi più lunghi. Contemporaneamente, gli operatori dovrebbero sviluppare sistematicamente prodotti esperienziali che vadano oltre l'offerta base di alloggio e ristorazione: laboratori gastronomici, esperienze guidate alla scoperta del patrimonio culturale, programmi di attività all'aria aperta e pacchetti didattici per gruppi scolastici. Queste esperienze aumentano il ricavo per ospite e generano i contenuti distintivi necessari per un efficace marketing sui social media.

La trasformazione digitale deve essere considerata un imperativo strategico piuttosto che un'aggiunta facoltativa. Ogni operatore agrituristico dovrebbe mantenere una presenza attiva su almeno due piattaforme di prenotazione (di cui almeno una con una significativa portata internazionale), gestire account sui social media con contenuti regolari sia in rumeno che in inglese e investire in contenuti visivi professionali — fotografie e video — che rappresentino accuratamente il fascino autentico della struttura. La collaborazione con creatori di contenuti specializzati nel turismo rurale e con influencer del settore dei viaggi che intrattengono rapporti autentici con un pubblico orientato alla natura e alla cultura offre un percorso economicamente vantaggioso per raggiungere nuovi mercati, in particolare tra i visitatori più giovani, sia nazionali che europei.

Affrontare la stagionalità richiede un'innovazione strutturale del prodotto. L'occupazione infrasettimanale può essere stimolata offrendo pacchetti di lavoro a distanza a tariffe settimanali competitive per i nomadi digitali, ritiri di benessere aziendale per le piccole e medie imprese e pacchetti a tema per weekend lunghi incentrati su festival gastronomici, stagioni del raccolto o tradizioni popolari invernali. Ridurre la dipendenza dal picco di agosto richiede lo sviluppo di esperienze invernali che siano davvero avvincenti e specifiche del contesto rurale rumeno: gite in slitta, pesca sul ghiaccio, artigianato tradizionale natalizio e festeggiamenti di Capodanno nei villaggi storici.

L'internazionalizzazione dovrebbe essere considerata una priorità strategica a livello settoriale. I singoli operatori non possono raggiungere efficacemente i mercati internazionali in modo indipendente; è essenziale uno sforzo promozionale collettivo. Ciò richiede investimenti

coordinati in piattaforme digitali multilingue, la partecipazione a fiere internazionali del turismo rurale e alle reti Slow Food, lo sviluppo di itinerari tematici che colleghino più operatori tra le diverse regioni e la coltivazione attiva di relazioni con tour operator in entrata specializzati in viaggi culturali, culinari e sostenibili. Lo sviluppo di marchi regionali chiaramente differenziati — al di là degli attuali circuiti di Maramures, Bucovina e Bran-Moieciu — per territori meno conosciuti ma con un autentico potenziale agrituristicco (i Monti Apuseni, l'Oltenia, la regione di confine del Banato) ampliirebbe l'offerta settoriale e ridurrebbe i rischi di concentrazione geografica.

L'espansione territoriale in regioni attualmente poco sviluppate dal punto di vista agrituristicco — in particolare i corridoi sub-carpazi di Muntenia e Oltenia, la pianura alluvionale del Danubio e le aree ricche dal punto di vista etnografico del Banato e della Moldavia orientale — dovrebbe essere attivamente sostenuta attraverso incentivi mirati agli investimenti, assistenza tecnica dedicata ai nuovi operatori e miglioramenti infrastrutturali nella connettività stradale e nell'accesso alla banda larga. Queste regioni possiedono risorse culturali e naturali autentiche, ma mancano della massa critica di strutture ricettive e della capacità di marketing necessarie per generare flussi di visitatori autosufficienti.

Progettazione di programmi di sostegno all'agriturismo

La progettazione di programmi efficaci di sostegno all'agriturismo richiede di andare oltre i generici finanziamenti per lo sviluppo rurale, orientandosi verso strumenti specificamente calibrati sulle esigenze e sui vincoli particolari del settore agrituristicco. Si propongono i seguenti quadri programmatici.

Un Programma nazionale di miglioramento della qualità dell'agriturismo dovrebbe fornire un sostegno mirato sotto forma di sovvenzioni — finanziato attraverso il Piano Strategico Nazionale 2023-2027 e i quadri normativi successivi — per il miglioramento strutturale delle strutture ricettive agrituristiche esistenti, al fine di raggiungere gli standard di classificazione a 4 e 5 margherite. Gli investimenti ammissibili dovrebbero includere l'installazione di strutture per il benessere, l'ampliamento della sala da pranzo e la professionalizzazione della cucina, le infrastrutture per l'accessibilità, i miglioramenti in materia di efficienza energetica e i sistemi di energia rinnovabile, nonché le infrastrutture digitali. Il programma dovrebbe prevedere una procedura di candidatura semplificata, specificamente concepita per le piccole imprese a conduzione familiare con capacità amministrative limitate, distinguendosi così dalla burocrazia standard dei progetti UE che attualmente scoraggia molti potenziali richiedenti.

Un'iniziativa rumena di accelerazione digitale del turismo rurale dovrebbe fornire accesso sovvenzionato a strumenti di marketing digitale, servizi di fotografia professionale, sviluppo di siti web multilingue e formazione sulla gestione dei social media per gli operatori agrituristicci che attualmente non dispongono delle competenze o delle risorse necessarie per affermare una presenza online efficace. Il programma dovrebbe essere attuato attraverso una rete di centri di sostegno alle imprese rurali situati presso gli uffici regionali dell'AFIR e dovrebbe includere attività di mentoring tra pari tra operatori digitalmente avanzati e coloro che stanno iniziando il proprio percorso di trasformazione digitale. Particolare attenzione dovrebbe essere dedicata allo sviluppo di una piattaforma digitale nazionale unificata per l'agriturismo — un portale di prenotazione e scoperta rurale specifico per la Romania — che aggrega l'offerta dispersa di migliaia di piccoli operatori sotto un unico marchio visibile a livello internazionale.



Funded by
the European Union



Un «Programma di sviluppo dell'esperienza rurale e dell'autenticità» dovrebbe sostenere la creazione e la commercializzazione di prodotti esperienziali che arricchiscano l'offerta agrituristica oltre la semplice ospitalità: laboratori gastronomici ed esperienze «dalla fattoria alla tavola», programmi di interpretazione del patrimonio, dimostrazioni di artigianato, esperienze guidate nella natura e visite didattiche alle fattorie per gruppi scolastici. Questo programma dovrebbe cofinanziare lo sviluppo di infrastrutture per le attività certificate in materia di sicurezza, la formazione degli operatori nella conduzione delle esperienze e lo sviluppo di itinerari tematici coerenti a livello locale e regionale. Le partnership con università agricole, scuole di cucina e istituzioni di arti popolari dovrebbero essere attivamente incoraggiate per garantire la qualità professionale e l'accuratezza culturale delle esperienze sviluppate.

Un Programma di Raggruppamento Territoriale dell'Agriturismo dovrebbe sostenere la formazione di cluster agrituristici locali — raggruppamenti geografici composti da cinque a venti operatori che collaborano al marketing congiunto, alla fornitura di servizi condivisi, a standard di qualità comuni e alla progettazione coordinata delle esperienze. Esempi internazionali, quali la rete italiana Agritourist, il circuito francese «Bienvenue à la Ferme» e le associazioni spagnole di agriturismo, dimostrano che il clustering è il meccanismo principale attraverso il quale le singole aziende agricole a conduzione familiare raggiungono la dimensione e la professionalità necessarie per commercializzare efficacemente le proprie offerte ai visitatori nazionali e internazionali. I cluster dovrebbero poter beneficiare di sovvenzioni per investimenti collettivi, di budget comuni per il marketing digitale e di agevolazioni per la partecipazione a fiere turistiche internazionali. Il sostegno pubblico alla costituzione e alla gestione iniziale dei cluster attraverso i gruppi di azione locale LEADER offre un quadro istituzionale particolarmente adeguato, data la natura territoriale e comunitaria del settore agrituristico.

Infine, un programma di monitoraggio e analisi dovrebbe garantire che il settore benefici di dati sistematici e in tempo reale sulle tendenze della domanda, sulle caratteristiche dell'offerta, sulle dinamiche dei prezzi, sulla soddisfazione dei turisti e sul posizionamento competitivo rispetto ai paesi omologhi. L'attuale qualità e tempestività delle statistiche rumene sull'agriturismo — basate sui dati mensili dell'INS relativi alle strutture ricettive — sono insufficienti a sostenere decisioni aziendali e politiche reattive. L'investimento in un osservatorio dedicato all'agriturismo, collegato all'Istituto Nazionale di Statistica, all'Autorità Nazionale per il Turismo/Ministero del Turismo e all'AFIR, fornirebbe le basi analitiche necessarie per una gestione del settore basata su dati concreti e ridurrebbe significativamente il divario informativo che attualmente penalizza gli operatori agrituristici rumeni rispetto ai loro omologhi europei.



Riferimenti

Adamov, T., Ciolac, R., Iancu, T., Brad, I., Peț, E., Popescu, G., Șmuleac, L. (2020). Sostenibilità dell'attività agrituristica. Iniziative e sfide nelle regioni rurali montane rumene. *Sustainability*, 12, 2502. <https://doi.org/10.3390/su12062502>.

Accor. (settembreGo get it: Come viaggeranno le generazioni Z e Y nel 2025. *Accor Press*. Disponibile all'indirizzo: <https://press.accor.com/ibis-reveals-global-gen-x-y-travel-intent-trends/?lang=eng>.

Agenzia per il finanziamento degli investimenti rurali (Romania). (AFIR, a). Risultati del Programma nazionale di sviluppo rurale (PNDR) 2007–2013. Disponibile all'indirizzo: <https://www.afir.ro/comunicare/programe-financiare/rezultate-pndr-2007-2013/>.

Agenzia per il finanziamento degli investimenti rurali (Romania). (AFIR, b). Dati aperti AFIR. Disponibile all'indirizzo: https://portal.afir.info/informatii_generale_rapoarte_si_liste_date_deschise_afir.

Agenzia per il finanziamento degli investimenti rurali (Romania). (2026). Informazioni su AFIR. <https://www.afir.ro>.

Ana, M.I. (2017). Ecoturismo, agriturismo e turismo rurale nell'Unione Europea. *CACTUS Journal of Tourism*, 8(2), pp. 5–12.

Andrei, M. T., & Manolache, E. P. (2014). Il potenziale turistico antropogenico delle città della Valle del Danubio. Caso di studio: settore Giurgiu-Braila. *Geopolitica, Storia e Relazioni Internazionali*, 6(1), 166.

Antonie, I. (2024). L'api-turismo, una componente importante dello sviluppo sostenibile del villaggio rumeno – Caso di studio: la località di Sibiel (Mărginimea Sibiului), Romania. *Serie di articoli scientifici su gestione, ingegneria economica in agricoltura e sviluppo rurale*, 24, 41–50.

Bacter, R.V., Gherdan, A.E.M., Iancu, T., Ciolac, R., Dodu, M.A., Chereji, A., Brata, A.M., Morna, A.A., Ungureanu, A., Lup, F.G. (2025). Il capitale di sostenibilità umana nell'agriturismo: un approccio integrato ESG e incentrato sul lavoro emotivo con casi di studio da Maramureș e Bucovina, Romania. *Agriculture*, 15(20), 2130. <https://doi.org/10.3390/agriculture15202130>.

Bondac, G.T., Violeta-Andreea, A., Georgiana Daniela, S. (2025). La sostenibilità dell'agriturismo in Romania secondo il parere degli amministratori dei fondi pensione. *EA*, 72, 693–717. <https://doi.org/10.59267/ekoPolj2502693V>.

Campón-Cerro, A.M., Hernández-Mogollón, J.M., Alves, H. (2017). Miglioramento sostenibile della competitività nelle destinazioni turistiche rurali: la ricerca della fedeltà dei turisti in Spagna. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 252–266. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.005>.

Cbi.eu. (2026). Il potenziale del mercato europeo per l'agriturismo. Disponibile all'indirizzo: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/agritourism/market-potential>.

Chivu, M., Stanciu, S. (2024a). Il mercato dell'agriturismo in Romania: potenziale, concentrazione e prospettive di sviluppo. *Serie di articoli scientifici su gestione, ingegneria economica nell'agricoltura e nello sviluppo rurale*, 24, 195–202.

Chivu, M., Stanciu, S. (2024b). Promozione del patrimonio culinario della Romania. Caso di studio: punti di interesse gastronomico locali. *Serie di articoli scientifici su gestione, ingegneria economica nell'agricoltura e nello sviluppo rurale*, 24, 203–212.

Choe, J.Y., Kim, S. (2018). Effetti del valore attribuito dai turisti al consumo di cibo locale sull'atteggiamento, sull'immagine della destinazione gastronomica e sull'intenzione comportamentale. *Int. J. Hosp. Manag.*, 71, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.007>.

Ciobanu, E. D., & Draghici, M. (2016). Il potenziale turistico e agrituristico della contea di Tulcea – Romania. In *Istituto di ricerca per l'economia agraria e lo sviluppo rurale. Simposio internazionale. Economia agraria e sviluppo rurale: realtà e prospettive per la Romania. Atti* (p. 332).

Consiglio d'Europa. (2023). ST 15441/22 INIT – documento (ro). Disponibile all'indirizzo: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15441-2022-INIT/ro/pdf>.

Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, R., Rujescu, C., Marin, D. (2019). Agriturismo: un fattore di sviluppo sostenibile per migliorare la «salute» degli insediamenti rurali. Caso di studio: l'area dei Monti Apuseni. *Sustainability*, 11, 1467. <https://doi.org/10.3390/su11051467>.

Ciolac, R., Iancu, T., Brad, I., Adamov, T. e Mateoc-Sîrb, N. (2021). Agriturismo: una realtà imprenditoriale attuale per la sostenibilità delle aree rurali rumene. *Sustainability*, 13(11), 6313. <https://doi.org/10.3390/su13116313>.

Constantin, C. P., Ispas, A., & Candrea, A. N. (2022). Analisi delle relazioni tra profilo dei visitatori, soddisfazione e intenzioni di ritorno: evidenze dalle destinazioni ecoturistiche rumene. *Land*, 11(2), 186. <https://doi.org/10.3390/land11020186>.

Cretu, R.C., Stefan, P., Gheorghe, S., Bibicioiu, S. (2015). Nuove sfide per il turismo rurale. Specializzazione delle strutture ricettive agrituristiche. *Serie di articoli scientifici su gestione, ingegneria economica in agricoltura e sviluppo rurale*, 15, 123–126.

DAFE Digital. (2025). Lo stato della pubblicità online in Romania — Rapporto annuale. Bucarest: DAFE Digital.

Dincu, A.M. et al. (2025). Il potenziale agrituristico della provincia di Iași: risorse e orientamenti per lo sviluppo sostenibile. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 27(1), pp. 145–152.

Dobre, C., Linca, A.-C., Toma, E., Iorga, A. (2024). Sviluppo sostenibile del turismo rurale di montagna: approfondimenti sul comportamento e sui profili dei consumatori. *Sustainability*, 16, 9449. <https://doi.org/10.3390/su16219449>.

Dobre, C., Toma, E., Linca, A.-C., Iorga, A.M., Zaharia, I., Fintineru, G., Stoicea, P., Chiurciu, I. (2025). Dalla percezione alla misurabilità: un indice di autenticità basato sulla logica fuzzy nel turismo rurale. *Sustainability* 17, 6667. <https://doi.org/10.3390/su17156667>.



Dobre, C.A., Iorga, A.M., Stoicea, P. (2022). Turismo rurale e rumeno autentico nell'area della Muntenia subcarpatica. Caso di studio originale "Satul Banului Guest House". *Serie di articoli scientifici: Gestione, Ingegneria economica nell'agricoltura e nello sviluppo rurale*, 22, 293–300.

Dorobantu, M.R., Nistoreanu, P. (2012). L'ospitalità: una componente dei prodotti del turismo rurale rumeno. *CACTUS Tourism Journal*, 3, 17–23.

Dumitru, E. A., & Petre, L. I. (2016). Analisi del settore agriturismo dopo il primo programma nazionale di sviluppo rurale (2007-2013). In *"Economia agraria e sviluppo rurale – Realtà e prospettive per la Romania". 7ª edizione del Simposio Internazionale, novembre 2016, Bucarest (pp. 338-342). Bucarest: Istituto di Ricerca per l'Economia Agraria e lo Sviluppo Rurale (ICEADR).*

Eurostat. (2026a). Statistiche sui prezzi dell'elettricità. Disponibile all'indirizzo: <https://ec.europa.eu/eurostat>.

Eurostat. (2026b). IAPC – tasso di inflazione annuale. Disponibile all'indirizzo: <https://ec.europa.eu/eurostat>.

Commissione europea. (2025). Rapporto nazionale «Romania 2025 – Il decennio digitale». Plasmare il futuro digitale dell'Europa. Disponibile all'indirizzo: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/romania-2025-digital-decade-country-report>.

Parlamento europeo. (25 marzo 2021). Risoluzione del Parlamento europeo del 25 marzo 2021 sulla definizione di una strategia dell'UE per il turismo sostenibile (2020/2038(INI)) (P9_TA(2021)0109). Disponibile all'indirizzo: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109_EN.html.

Franzutti, R., Vîntu, R., Smedescu, C. D., Ungureanu, D., Tudor, C. V. e Fântâneru, G. (2019). Il programma nazionale di sviluppo rurale: un'opportunità per lo sviluppo dell'agriturismo nella contea di Suceava. *Serie di articoli scientifici: Gestione, Ingegneria economica in agricoltura e sviluppo rurale*, 19(2), 129–133.

Galluzzo, N. (2020). L'evoluzione dell'agriturismo rumeno e il ruolo dei sussidi dell'Unione Europea nelle aree rurali. *Open Agriculture*, 5 (1), 159-165. <https://doi.org/10.1515/opag-2020-0017>.

Galluzzo, N. (2021). Un'analisi quantitativa sulle aree rurali rumene, l'agriturismo e gli impatti dei sussidi finanziari dell'Unione Europea. *Journal of Rural Studies*, 82, 458–467. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.025>.

Gica, O.A., Coros, M.M., Moiescu, O.I., Yallop, A.C. (2021). Strategie di turismo rurale trasformativo come strumenti per lo sviluppo sostenibile in Transilvania, Romania: un caso di studio su Sâncraiu. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 13, 124–138. <https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2020-0088>.

Gordan, M.-I., Peț, E., Popescu, G., Brad, I., Milin, A.I., Adamov, T.C., Ciolac, R., Pascariu, A.R., Iancu, T. (2023). Fattori che influenzano i prezzi degli alloggi nel turismo rurale rumeno. *Sustainability*, 15, 191. <https://doi.org/10.3390/su15010191>.

Gordan, M.-I., Tudor, V.C., Popescu, C.A., Adamov, T.C., Peț, E., Milin, I.A., Iancu, T. (2024). Modelli di determinazione dei prezzi edonistici nel turismo rurale: analisi dei fattori che



influenzano i prezzi degli alloggi in Romania mediante la regressione ponderata geograficamente. *Agriculture*, 14, 1259. <https://doi.org/10.3390/agriculture14081259>.

Gurgu, A.-E., Fîntîneru, G. (2025). Esperienze di enoturismo – I fattori chiave per attrarre visitatori nelle aree rurali come strategia per lo sviluppo sostenibile dell’agriturismo in Romania. *Serie di articoli scientifici: Gestione, Ingegneria economica nell’agricoltura e nello sviluppo rurale*, 25, 455–466.

Herman, G.V., Banto, N., Ciaciara, T., Ungureanu, M., Furdui, S., Garai, L.D., Grama, V. (2021). La percezione della destinazione turistica delle montagne di Bihor, in Romania. *Geogr. Pol.* 94, 573–587. <https://doi.org/10.7163/GPol.0221>.

Iatu, C., & Bulai, M. (2011). Un nuovo approccio alla valutazione dell’attrattiva turistica nella regione della Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment*, 5(2), 165–174.

Ibric, A.I. et al. (2025). Etno-marketing digitale e narrazione rurale: inquadrare la cultura popolare per il viaggiatore digitale. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 27(1), pp. 233–240.

Ilie, M. R., Arghiroiu, G. A., & Beciu, S. (2025). Un decennio di turismo rurale in Romania (2013–2023) e il potenziale delle tecnologie emergenti per lo sviluppo sostenibile. *Serie di articoli scientifici: Gestione, Ingegneria Economica in Agricoltura e Sviluppo Rurale*, 25(1), 491–504. Disponibile all’indirizzo: https://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol.25_1/Art50.pdf.

Ispas, A., Untaru, E. N., & Candrea, A. N. (2019). Pratiche di gestione ambientale nelle strutture ricettive agrituristiche in Romania: uno studio qualitativo tra i gestori. *Sostenibilità*, 11(14), 3887.

Istoc, E.M. (2025). L’implementazione della tecnologia digitale nel turismo rurale rumeno e le sfide associate. *Economy and Contemporary Society*, 30, 60–72.

Istoc, E.M. (2025). L’implementazione della tecnologia digitale nel turismo rurale rumeno e le sfide associate. *Journal of Rural and Regional Development*, 14(2), pp. 77–89.

Ivasciuc, I.S. et al. (2024). Paesaggi digitali: analisi dell’impatto della comunicazione su Facebook sul coinvolgimento degli utenti con le destinazioni ecoturistiche rumene. *Land*, 13(4), p. 432.

Kovacs, M., Szakács, A., Andrășanu, A., & Denuț, I. (2025). Lo sviluppo del progetto del Geoparco UNESCO «Gutâi-Maramureș» e il turismo sostenibile basato sui valori del patrimonio nella zona vulcanica di Gutâi, nei Carpazi orientali (Romania). *Land*, 14(4), 726.

Marin, A. (2018). Analisi comparativa delle prime tre macroregioni agrituristiche rumene. *Serie di articoli scientifici: Gestione, Ingegneria economica in agricoltura e sviluppo rurale*, 18(2), 301–304.

Micula, I.A. et al. (2023). Considerazioni sull’evoluzione dell’agriturismo in Romania, *Lucrări Științifice Management Agricol*, 25(3), pp. 312–318.

Mihăilă, D., Bistricean, P. I., & Briciu, A. E. (2019). Valutazione del potenziale climatico per il turismo. Caso di studio: la regione di sviluppo nord-orientale della Romania. *Climatologia teorica e applicata*, 137(1/2), 601.



Ministero dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale (MADR). (2013). Analisi socio-economica dell'area rurale rumena. Ministero dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale. Disponibile all'indirizzo: http://www.madr.ro/docs/dezvoltare-rurala/Descrierea_generala_a_situatiei_economice_actuale_4_11_2013.pdf.

Moldovan, A. et al. (2025). Il capitale di sostenibilità umana nell'agriturismo: un approccio integrato ESG e basato sul lavoro emotivo con casi di studio da Maramureș e Bucovina, Romania. *Agriculture*, 15(20), p. 2130.

Morariu (Rusu), L., Marcuta, A., Tudor, V.C., Micu, M.M., Preda (Alexe), M., Marcuta, L. (2025). Analisi dell'interdipendenza tra il consumo alimentare e lo sviluppo del turismo gastronomico in Romania. *Serie di articoli scientifici*, 25, 665.

Istituto Nazionale di Statistica (Romania). (2026). *Istituto Nazionale di Statistica (INS)*. Disponibile all'indirizzo: <https://insse.ro>.

Nedelcu, A. (2014). Il potenziale del turismo enologico in Romania. Caso di studio: vigneto Dealu Mare. *Annali dell'Università "Constantin Brancusi" di Târgu Jiu, collana di Economia*, 50-55.

Nistoreanu, P., Tigu, G., Popescu, D., Padurean, M., Talpes, A., Tala, M., Condulescu, C. (2003). *Ecoturismo e turismo rurale*. ASE Bucurest, Bucarest.

Nistoreanu, P., Aluculesei, A. C., & Avram, D. (2020). Il marketing verde è un'etichetta per l'ecoturismo? L'esperienza rumena. *Information*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/INFO11080389>.

Oltean, F.D., Gabor, M.R. (2022). Enoturismo: uno strumento di gestione sostenibile per lo sviluppo rurale e i vigneti. Analisi interculturale del profilo dei consumatori in Romania e Moldavia. *Agriculture*, 12, 1614. <https://doi.org/10.3390/agriculture12101614>.

Oltean, R.-C., Dahlman, C. T., & Arion, F.-H. (2024). Visualizzare un futuro sostenibile nella Romania rurale: agriturismo e architettura vernacolare. *Agriculture*, 14(8), 1219. <https://doi.org/10.3390/agriculture14081219>.

Ordinanza n. 65/2013 relativa all'approvazione delle norme metodologiche concernenti il rilascio di certificati di classificazione per le strutture ricettive turistiche con funzioni di alloggio e ristorazione pubblica, licenze turistiche e certificati. *Gazzetta Ufficiale della Romania*, n. 353 del 14 giugno 2013.

Pascariu, A.R. et al. (2024). Strategie digitali efficaci per promuovere il turismo rumeno. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 26(4), pp. 201–208.

PGL Romania. Registro dei punti gastronomici locali (PGL) in Romania. Disponibile all'indirizzo: <https://infopgl.ro/registrul-pgl/index.html>.

PGL Romania. Punti di interesse gastronomico locali in Romania. Agenzia per le Aree Montane Nazionali (AZM). Disponibile all'indirizzo: <https://azm.gov.ro/punctele-gastronomice-locale-din-romania/>.



Funded by
the European Union



Popescu, A. (2016). Il ruolo delle pensioni turistiche e agrituristiche nelle strutture ricettive della Romania. *Collana di articoli scientifici: Gestione, Ingegneria economica nell'agricoltura e nello sviluppo rurale*, 16.

Popescu, C.A., Iancu, T., Popescu, G., Adamov, T., Ciolac, R. (2023). L'impatto dell'attività agrituristica sull'ambiente rurale: risultati da un'area agrituristica autentica — Bucovina, Romania. *Sustainability*, 15, 10294. <https://doi.org/10.3390/su151310294>.

Poruțiu, A., Tirpe, O.P., Oroian, C., Mihai, V.C., Chiciudean, G.O., Chiciudean, D., Porutiu, C., (2021). Analisi delle preferenze dei turisti per le destinazioni di turismo rurale in Romania. *Societies*, 11, 92. <https://doi.org/10.3390/soc11030092>.

Poruțiu, A.R., Brata, A.M., Dumitras, D.E., Oros, O.P., Muresan, I.C. (2024). Comprendere le preferenze generazionali dei rumeni e il processo decisionale di viaggio nella scelta di una destinazione rurale. *Sustainability*, 16, 4074. <https://doi.org/10.3390/su16104074>.

Pricopoaia, O. et al. (2024). Applicazione di strategie di marketing digitale per promuovere le aree turistiche in Romania nell'era digitale. *Amfiteatru Economic*, 26 (Numero speciale 18), pp. 1082–1107.

Strategia nazionale di sviluppo turistico della Romania 2025–2035 (2026). Disponibile all'indirizzo: https://accessible-eu-centre.ec.europa.eu/content-corner/digital-library/strategia-nationala-din-25-septembrie-2024-pentru-dezvoltarea-turismului-pentru-perioada-2025-2035_en?prefLang=de.

Roșu E. (2016). Il potenziale turistico della contea di Suceava. *Economia agraria e sviluppo rurale*, 13(1), 107-117.

Sima, E. (2019). Impatto economico, sociale e ambientale del turismo rurale rumeno. *Economia agraria e sviluppo rurale*, 16(1), 137-146.

Stancioiu, E.L., Ionica, A. (2025). Esplorazione dell'agriturismo sostenibile e delle tecnologie emergenti nella Società 5.0. «*Balkans Journal of Emerging Trends in Social Sciences*», 8(1), pp. 44–53.

Stanciu, M., Danciu, C.-A., Pop-David, A., Antonie, I. (2025). Punti gastronomici locali: uno strumento per una catena del valore sostenibile nel turismo rurale rumeno. *Serie di articoli scientifici su gestione, ingegneria economica in agricoltura e sviluppo rurale*. 25, 817–828.

Stanciu, M., Popescu, A., Corman, S. (2024). Un modello di buone pratiche nel turismo rurale sostenibile nelle aree montane: un caso di studio “Gura Raului”, contea di Sibiu, Romania. *Serie di articoli scientifici su gestione, ingegneria economica in agricoltura e sviluppo rurale*. 24, 957–968.

Stanciu, M., Popescu, A., Stanciu, C. (2023). Turismo rurale, agriturismo ed ecoturismo in Romania: stato attuale della ricerca e tendenze future. *Serie di articoli scientifici su gestione, ingegneria economica in agricoltura e sviluppo rurale*, 23.

Statista. Viaggi, turismo e ospitalità. Disponibile all'indirizzo: <https://www.statista.com/map/europe/romania/travel-tourism-hospitality?srsltid=AfmBOoqSbHdVt3sOiLt2OY49weQfNtOtugCuQrHCPmFZEOhhYrFhGUck>.



Funded by
the European Union



Stefan, D., Vasile, V., Popa, M. A., Cristea, A., Bunduchi, E., Sigmirean, C., ... & Ciucan-Rusu, L. (2021). Aumento del potenziale dei marchi e sviluppo rurale imprenditoriale: un caso di studio della Transilvania meridionale, Romania. *PloS One*, 16(1), e0245044.

Tanase, M.O., Nistoreanu, P., Dina, R., Georgescu, B., Nicula, V., Mirea, C.N. (2023). Il rapporto degli studenti rumeni della Generazione Z con il turismo rurale: uno studio esplorativo. *Sustainability*, 15, 8166. <https://doi.org/10.3390/su15108166>.

Tatar, A. M. (2024). Analisi demografica e sociale dell'asse insediativo lungo l'itinerario turistico Via Transilvanica nella contea di Bistrita-Nasaud. *Rev. Universitara Sociologie*, 214.

Toader, I.A. e Mocuta, D. (2018). Uno studio sui servizi di agriturismo in Romania. *Serie di articoli scientifici su gestione, ingegneria economica in agricoltura e sviluppo rurale*, 18(3), pp. 435–440.

Vasiu, I.V. et al. (2021). Agriturismo: una realtà imprenditoriale attuale per la sostenibilità delle aree rurali rumene, *Sustainability*, 13(11), p. 6313.

Velea, L., Irimescu, A., Bojariu, R., Chitu, Z. (2024). . Il cambiamento climatico e il suo impatto sul turismo rurale rumeno: una rassegna delle conoscenze applicabili. *Agricoltura*, 14, 1917. <https://doi.org/10.3390/agriculture14111917>.

Banca Mondiale. (2023). Analisi approfondita del turismo montano (Servizi di consulenza rimborsabili – RAS, Sostegno allo sviluppo delle aree montane in Romania, P176070). Washington, DC: Banca Mondiale. Disponibile all'indirizzo: <https://www.madr.ro/docs/poca/2024/4.1.-RO-Analiza-turismului-montan-din-Romania-A4.3.pdf>.



Funded by
the European Union



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



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA



TUS



Associazione
Sviluppo Rurale