



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO
BARI

ISTITUTO NAZIONALE RICERCHE TURISTICHE E CULTURALI

L'andamento e i nuovi trend del turismo





Indice dei contenuti

Una panoramica sull'andamento del settore turistico

Imprese turistiche e addetti di settore

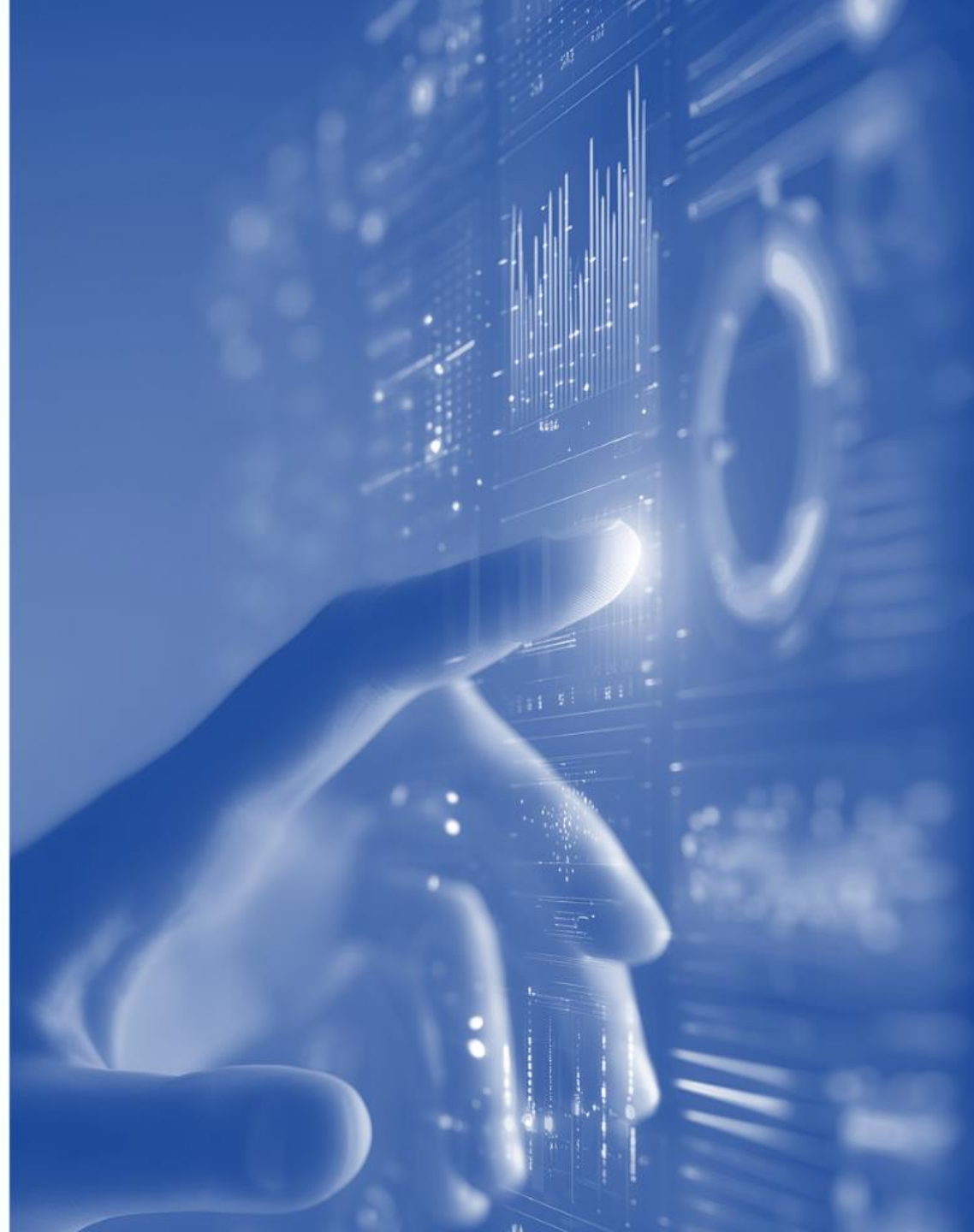
Le tendenze della domanda turistica in Italia

Comportamenti turistici e di consumo

Analisi territoriale attraverso Location Intelligence

Nota metodologica

Una panoramica sull'andamento del settore turistico



Andamento del turismo a livello internazionale

Secondo l'Agenzia delle Nazioni Unite per il Turismo, **tra gennaio e giugno 2025 hanno viaggiato a livello internazionale quasi 690 milioni di turisti**, circa 33 milioni in più rispetto allo stesso periodo del 2024

La prima metà del 2025 ha portato un aumento del numero di arrivi turistici internazionali nel mondo (+5% rispetto al primo semestre del 2024, +4% sullo stesso periodo del 2019) .

L'**Europa** ha accolto **quasi 340 milioni di turisti internazionali** nella prima metà del 2025, circa il 4% in più rispetto al 2024 e il 7% in più rispetto al 2019.

Arrivi turistici internazionali

Var. % rispetto al 2019

World

2023: -11%
2024: +0%
H1 2025: +4%

Americas

2023: -9%
2024: -1%
H1 2025: +1%

Europe

2023: -5%
2024: +2%
H1 2025: +7%

Africa

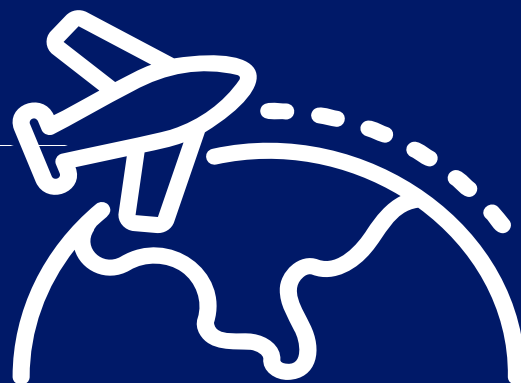
-5%
+7%
+20%

Middle East

+30%
+41%
+29%

Asia Pacific

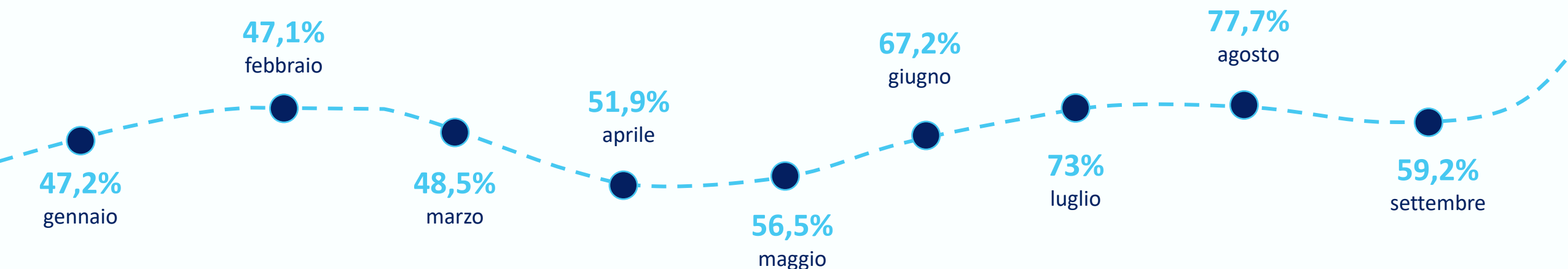
-34%
-12%
-8%





Occupazione camere nel corso del 2025 in Italia

Secondo l'indagine alle imprese ricettive nazionali effettuata a **settembre 2025**



I principali canali di comunicazione utilizzati per promuovere la struttura nel 2025

Booking e OTA

49,6%

Social media

41,9%

Sito web proprio

55,1%

Collaborazione con enti locali

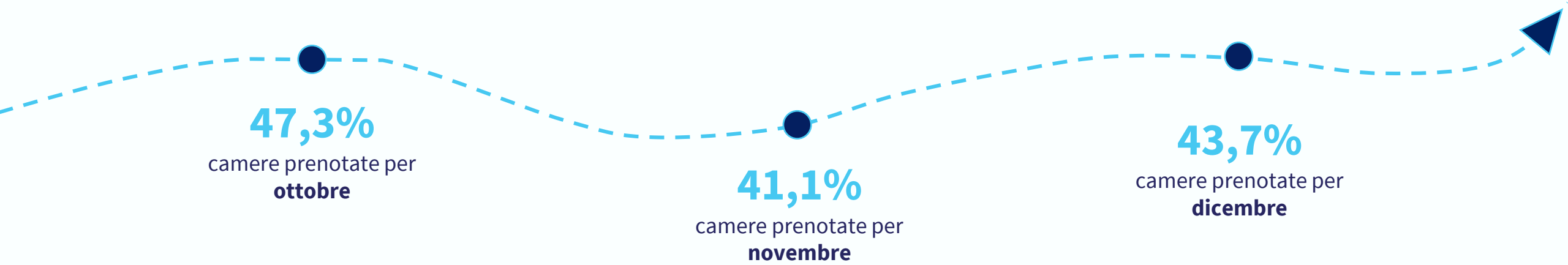
11%



Prenotazioni per i prossimi mesi in Italia

Secondo l'indagine alle imprese ricettive nazionali effettuata a **settembre 2025**

Per i prossimi mesi gli operatori segnalano prenotazioni in crescita da Francia e Germania, seguite da Svizzera, Belgio, Paesi Bassi e Austria.



Dicembre 2025

47,2%
città

47%
lago

46,3%
montagna

42%
terme

Procedure sostenibili per le imprese ricettive

Indagine alle imprese ricettive - estate 2025



ISNART



Italia

Il **36%** delle imprese ricettive italiane ha applicato **procedure di gestione sostenibile** e un altro **12% le sta pianificando**.

Le più «impegnate» sul tema sono le strutture ricettive delle **località termali e lacuali** (tra le quali la quota sale al 44%), le **meno attive nel comparto del balneare** (31%).

Si tratta in prevalenza di misure che puntano all'**efficientamento energetico** (37% delle imprese che hanno attivato le procedure di gestione sostenibile), **pannelli solari/fotovoltaici** in primis (3 imprese su 10).

Environmental, Social, Governance

Indagine alle imprese ricettive - estate 2025



ISNART

Italia



6 imprese su 10 dichiarano di applicare **pratiche ESG** ovvero criteri che valutino l'impatto della propria attività su ambiente, benessere ed eticità della leadership aziendale.

Su cosa puntano di più?

- **E**nvironmental: **tutela dell'ambiente** (77% delle imprese che applicano ESG)
- **S**ocial: **benessere dei dipendenti e della comunità locale** (48%)
- **G**overnance: **etica aziendale** (31%)

Soggiorni in abitazioni private Airbnb

Italia

855,9 mila
Alloggi disponibili
gennaio-settembre 2025

+5,7%
rispetto allo stesso
periodo del 2024

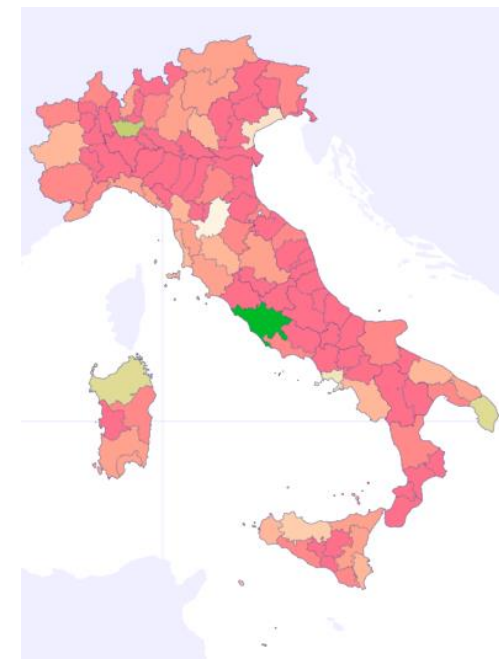
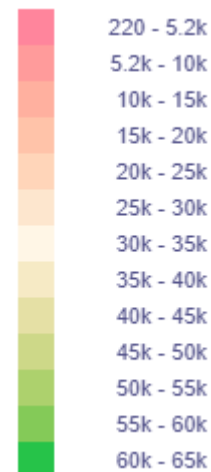
48 mln
Notti prenotate
gennaio – settembre 2025

+1,6%
rispetto allo stesso
periodo del 2024

8 mld €
Entrate
tra gennaio e settembre 2025

-5,9%
rispetto allo stesso
periodo del 2024

Concentrazione
alloggi Airbnb
agosto 2025



Focus regionale

81,8mila
gli **alloggi disponibili**
per affitti brevi Airbnb
tra gennaio e settembre 2025

+4,8%
Var. % 2025/2024

3,5mln
le **notti prenotate** su
Airbnb tra gennaio
e settembre 2025

+4,1%
Var. % 2025/2024

€ 536,5mln
Entrate da alloggi Airbnb
tra gennaio e settembre 2025

-3,5%
Var. % 2025/2024

€ 154 al gg
Prezzo medio in € per notte
in alloggi Airbnb
gennaio-settembre 2025

€ 168 al gg
Media Italia stesso periodo

Soggiorni in abitazioni private Airbnb

Regione

81,8 mila
Alloggi disponibili
gennaio-settembre 2025

+4,8%

rispetto allo stesso
periodo del 2024

3,5mln
Notti prenotate
gennaio – settembre 2025

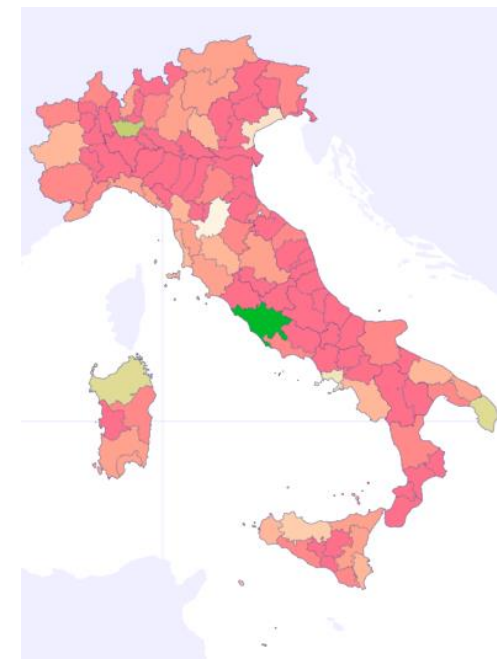
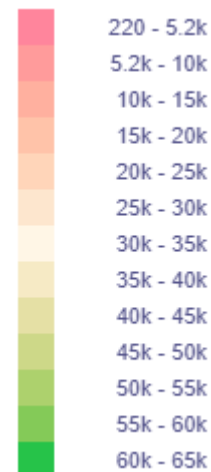
+4,1%

rispetto allo stesso
periodo del 2024

536,5mln €
Entrate
tra gennaio e settembre 2025

-3,5%

rispetto allo stesso
periodo del 2024

Concentrazione alloggi
Airbnb in Italia
agosto 2025


Focus provinciale (gennaio-settembre 2025)

Alloggi disponibili

Bari: 15,4mila (+12,7%)
Brindisi: 12,5 mila (+3,6%)
BAT: 2,2 mila(+14,1%)
Foggia: 5 mila (+5,1%)
Lecce: 39,5mila (+2,3%)
Taranto: 7,2mila (+2%)

Notti prenotate

Bari: 1, 1 mln (+15,9%)
Brindisi: 517 mila (-1,7%)
BAT: 80,9 mila (+3,9%)
Foggia: 172,9 mila (+4,9%)
Lecce: 1,3 mln (-1,5%)
Taranto: 252,4mila (-1%)

Entrate (in €)

Bari: 155,4 mln (+11%)
Brindisi: 177,5 mln (-8%)
BAT: 7,2 mln (-3,7%)
Foggia: 19,6 mln (+7,9%)
Lecce: 197,2 mln (-10,1%)
Taranto: 39,6mln (-8,6%)

Prezzo medio in € per notte

Bari: 136
Brindisi: 227
BAT: 89
Foggia: 113,5
Lecce: 150
Taranto: 157

Imprese turistiche e addetti di settore



Imprese turistiche e addetti al turismo – Regione Puglia

33 mila**Imprese turistiche attive**

(10,2% del totale economia)

+0,9%

rispetto al I trim. 2024

(+0,6% media Italia)**165 mila****Addetti al turismo**

(13,7% del totale economia)

+3,1%

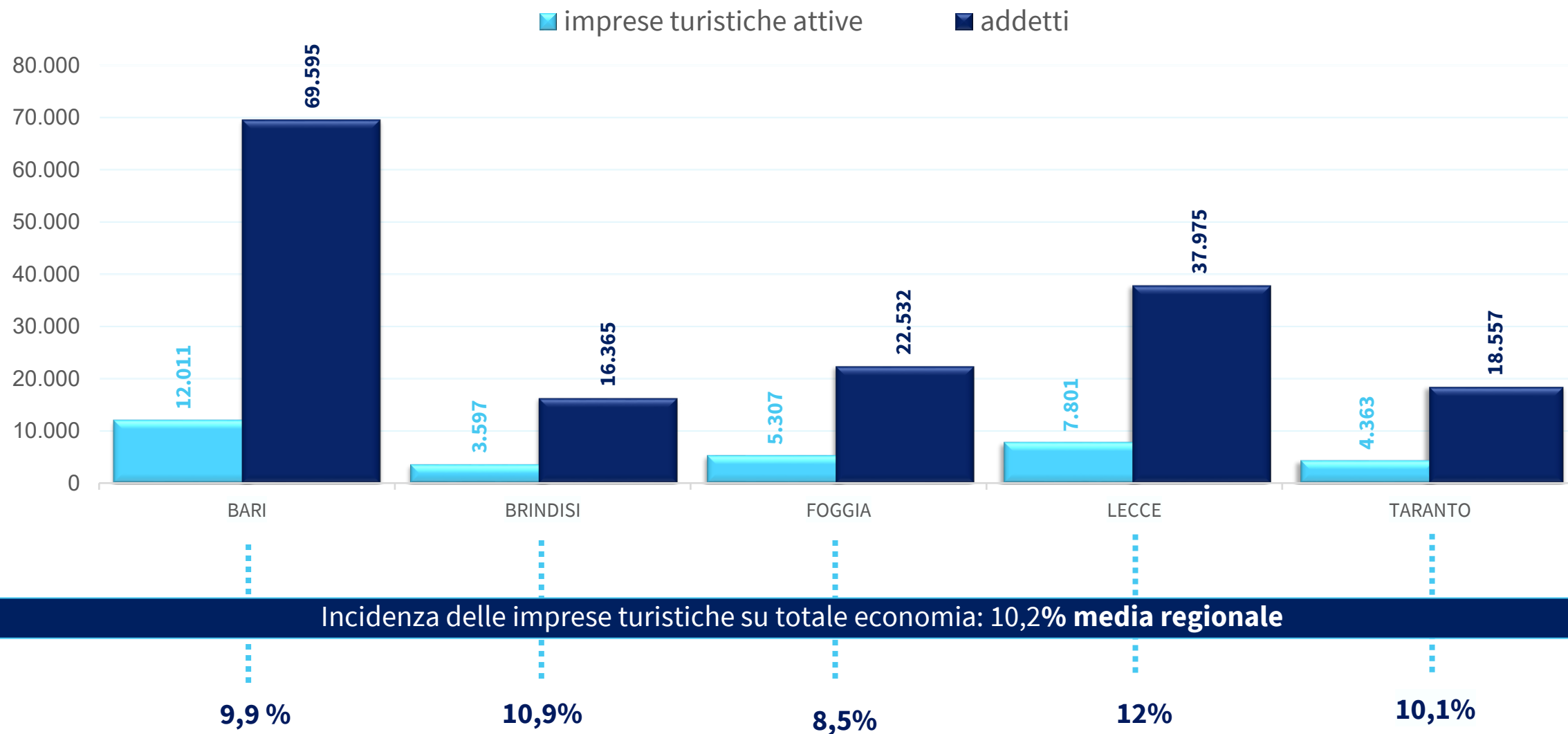
rispetto al I trim. 2024

(+3,3% media Italia)**9,1 mila****Imprese turistiche
femminili attive****28%**Incidenza imprese turistiche femminili
attive sul totale turismo
(28% media Italia)**3,8 mila****Imprese turistiche
giovani attive****12%**Incidenza imprese turistiche giovani
attive sul totale turismo
(10% media Italia)**1,8 mila****Imprese turistiche
straniere attive****5%**Incidenza imprese turistiche straniere
attive sul totale turismo
(11% media Italia)

N.B.: le imprese femminili, giovanili e straniere sono le imprese la cui percentuale di conduzione (quote di partecipazione e cariche attribuite) delle donne, dei giovani (under 35 anni) e dei non nati in Italia è superiore al 50%.



Dettaglio provinciale

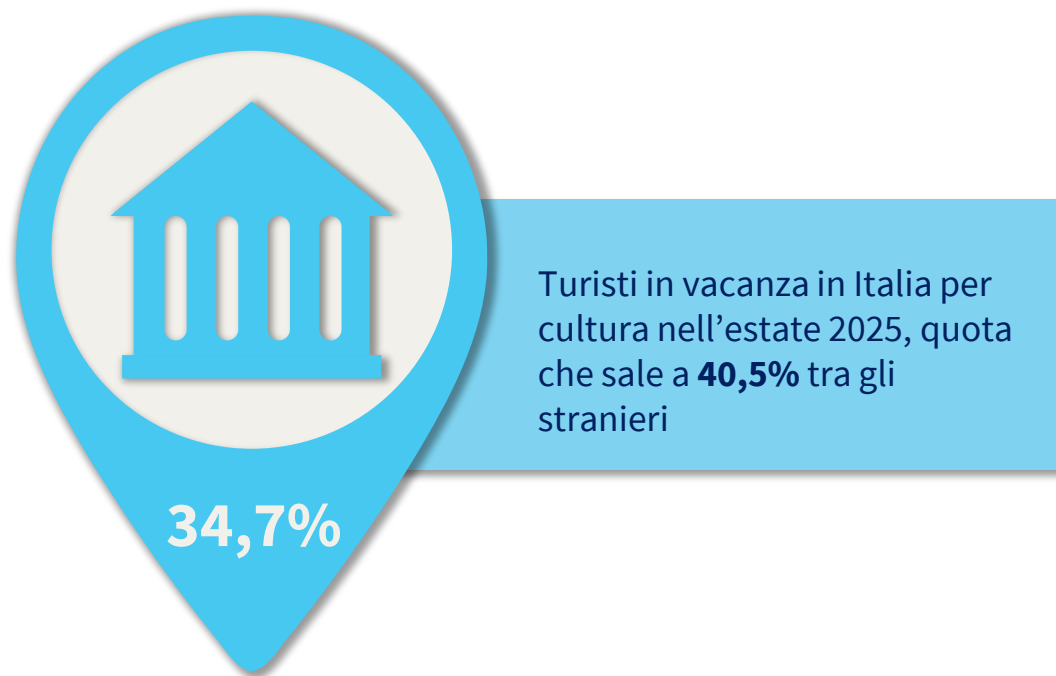


Le tendenze della domanda turistica in Italia



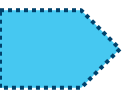
I driver che guidano il viaggio in Italia

Indagine ai turisti - estate 2025



Seguono:

- ✓ Buoni collegamenti infrastrutturali/vicinanza
- ✓ Desiderio di vedere un posto mai visto
- ✓ Patrimonio naturalistico
- ✓ Enogastronomia e ristoranti di eccellenza
- ✓ Località esclusiva
- ✓ Stile di vita italiano
- ✓ Turismo sportivo



Generazioni in viaggio

Indagine ai turisti in Italia - estate 2025



ISNART

Gen Z (13-29 anni)

IDENTIKIT	64% diplomati			29% laureati	42% viaggiano con amici
	50% Influenzati dal web				
	48% postano le esperienze di vacanza				
MOTIVAZIONI E PREFERENZE	Prediligono viaggi culturali (29%) all'insegna del divertimento (12%)				
SPESA	Alloggio 80 euro		Altre spese 83 euro		

Millennial (30-44 anni)

57%
stranieri

41%
viaggiano in coppia

29%
e con i figli

cercano località esclusive

48%
web

42%
passaparola

Viaggi culturali (34%), green (18%),
enogastronomia e ristorazione di eccellenza

Alloggio
77 euro

Altre spese
93 euro

Gen X (45-60 anni)

41% reddito almeno medio-alto		
56% stranieri	42% viaggiano in coppia	32% e famiglia
10% tour organizzati	8.9/10 giudizio sulla vacanza	

Viaggi culturali (36%), green (20%),
enogastronomia e ristorazione di eccellenza

Alloggio 80 euro	Altre spese 98 euro
---------------------	------------------------

Turisti *green* in Italia

Indagine ai turisti - estate 2025



ISNART

Target prevalente:

- **generazione X** (40%) e **Y** (39%)
- 1 su 2 sceglie l'Italia anche per il suo **patrimonio culturale**
- elevata influenza del **web** (71% dei turisti vs 47% media Italia)

Spendono in media al giorno pro-capite:

- **Alloggio 81 €** (71 italiani e 91 stranieri) vs media Italia 80€
- **Altre spese 114€ euro** (89 italiani, 134 euro stranieri) vs media Italia 94€



Turisti alto spendenti in Italia

Indagine ai turisti - estate 2025

Target prevalente:

- **generazione X** (47%), ma anche **generazione Y** (30%)
- viaggiano **in coppia** (52,4%)
- 1 su 4 sceglie l'Italia per fare **sport**

Spendono in media al giorno pro-capite:

- **Alloggio 126 €** (102 italiani e 136 stranieri) vs media Italia 80€
- **Altre spese 151 €** (112 italiani, 178 stranieri) vs media Italia 94€



ISNART



Turisti *culturali* in Italia

Indagine ai turisti - estate 2025

Target prevalente:

- **generazione Y** (37,5%) **X** (36,7%)

Il 28% sceglie l'Italia anche per il **desiderio di vedere un posto mai visto**,
1 su 4 anche per le **bellezze naturali**

- elevata influenza del **web** (75% dei turisti vs 47% media Italia)

Spendono in media al giorno pro-capite:

- **Alloggio 70 €** (65 italiani e 72 stranieri) vs media Italia 80€
- **Altre spese € 112 euro** (87 italiani, 125 euro stranieri) vs media Italia 94€



ISNART



Turisti enogastronomici in Italia

Indagine ai turisti - estate 2025



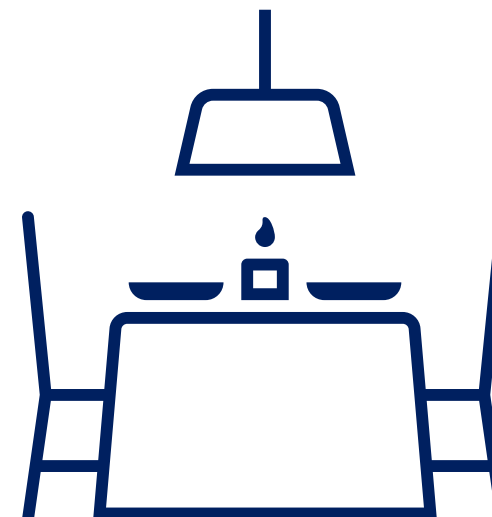
ISNART

Target prevalente:

- **generazione X** (41,5%) e **Y** (35%)
- 1 su 2 sceglie l'Italia anche per il suo **patrimonio culturale**,
2 su 5 per le **bellezze naturali**
- elevata influenza del **web** (77% dei turisti vs 47% media Italia)

Spendono in media al giorno pro-capite:

- **Alloggio 97€** (77 italiani e 108 stranieri) vs media Italia 80€
- **Altre spese 139€ euro** (110 italiani, 155 euro stranieri) vs media Italia 94€



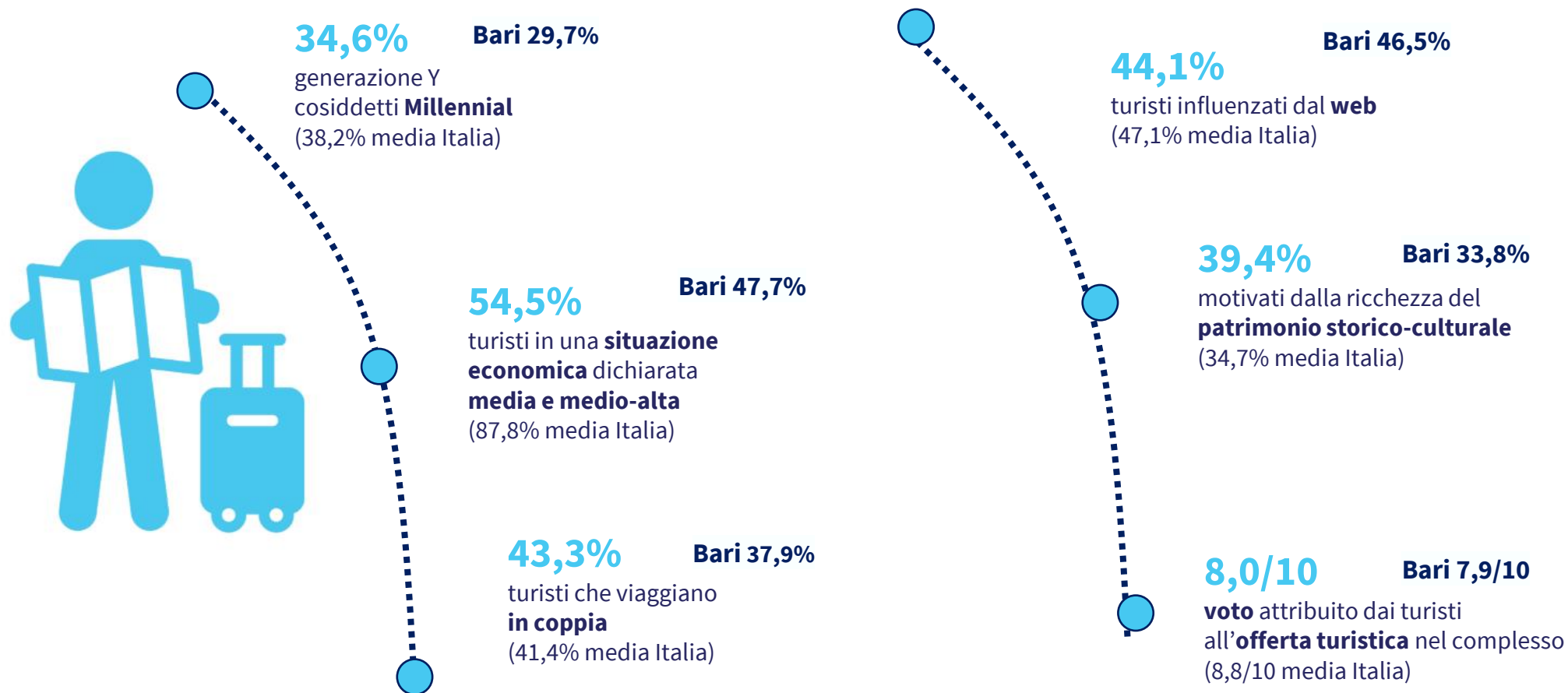
Comportamenti turistici e di consumo 2024

Focus regionale 



Ricostruendo l'identikit dei turisti nella regione

(indagine turisti in Puglia anno 2024)





Perché scelgono proprio questa regione?

(indagine turisti in Puglia anno 2024)

Italiani | stranieri

40% 37,8%	Patrimonio culturale 39,4%	Bari 33,8%
36% 37,5%	Patrimonio naturalistico 36,4%	Bari 33%
33% 36,3%	Stile di vita italiano 33,9% ⁺	Bari 29,7%
26,6% 31,4%	Praticare sport 28% ⁺	Bari 30,4%
25,7% 24,2%	Rapporto qualità-prezzo 25,3%	Bari 26,2%
24,9% 26,3%	Ristoranti di eccellenza 25,3% ⁺	Bari 22,7%



**Principali motivazioni
di viaggio dei turisti
in Italia nell'estate 2025**

Cultura 34,7%

(27,2% italiani, 40,5% stranieri)

Collegamenti infr. 21,7%

(19,4% italiani, 23,5% stranieri)

**Desiderio di un posto mai
visto 18,1%**

(12,6% italiani, 22,3% stranieri)

Natura 17,4%

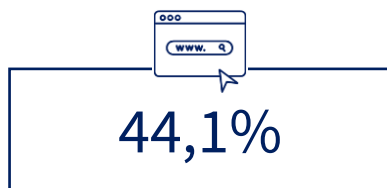
(18% italiani, 16,9% stranieri)

⁺ in aumento rispetto al 2023

Quali canali di comunicazione influiscono sulla scelta della destinazione?

(indagine turisti in Puglia anno 2024)

Italiani | stranieri



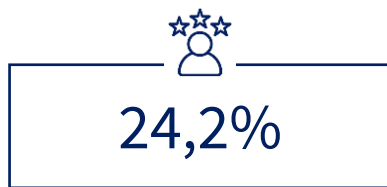
42,2% | 49%
Internet
info, offerte, social, recensioni

Bari 46,5%



28,6% | 25,5%
Passaparola
suggerimento di amici e conoscenti

Bari 28%



26% | 19,5%
Esperienza personale
destinazione già visitata in passato

Bari 19,2%

Principali canali in Italia per un confronto – estate 2025

1. Internet 47,1%
(40,6% italiani, 52,2% stranieri)

2. Passaparola 37,7%
(36,9% italiani, 38,4% stranieri)

3. Esperienza 31,8%
(42,2% italiani, 23,7% stranieri)



A quali attività si dedicano durante il soggiorno?

(indagine turisti in Puglia anno 2024)

Italiani | stranieri

64,4% | 71,7% Mare 66,5% Bari 66,6%

58,9% | 58,1% Escursioni e gite 58,7% Bari 64,1%

44,3% | 46,5% Eventi 44,9% Bari 41,6%

Italiani | stranieri

24,6% | 32,3% Degustazioni 26,8% ⁺ Bari 31,9%

23,1% | 19,7% Visite del centro storico 22,1% Bari 15,5%

19,8% | 21,4% Sport 20,1 % Bari 18,9%



**Principali attività dei turisti
in Italia nell'estate 2025**

75,7%
Escursioni e gite
(73,5% italiani, 77,3% stranieri)

30,5%
Centro storico
(29,3% italiani, 31,5% stranieri)

24,6%
Mare/lago
(31,7% italiani, 19% stranieri)

⁺ in aumento rispetto al 2023

Quanto spendono i turisti a destinazione?

(indagine turisti in Puglia anno 2024)



VIAGGIO 188€ **Bari 226€**
spesa pro capite
(302 € media Italia)

139€ italiani
(150 € media Italia)

312€ stranieri
(422 € media Italia)



ALLOGGIO 75€ **Bari 78€**
spesa pro capite al gg
(80 € media Italia)

72€ italiani
(71 € media Italia)

83 € stranieri 
(85,5 € media Italia)



ALTRE SPESE 100€ **Bari 102€**
spesa pro capite al gg
(94 € media Italia)

97€ italiani
(80€ media Italia)

108€ stranieri
(105€ media Italia)

 in aumento rispetto al 2023

Analisi territoriale attraverso Location Intelligence

**Livello
nazionale e locale**





Location Intelligence

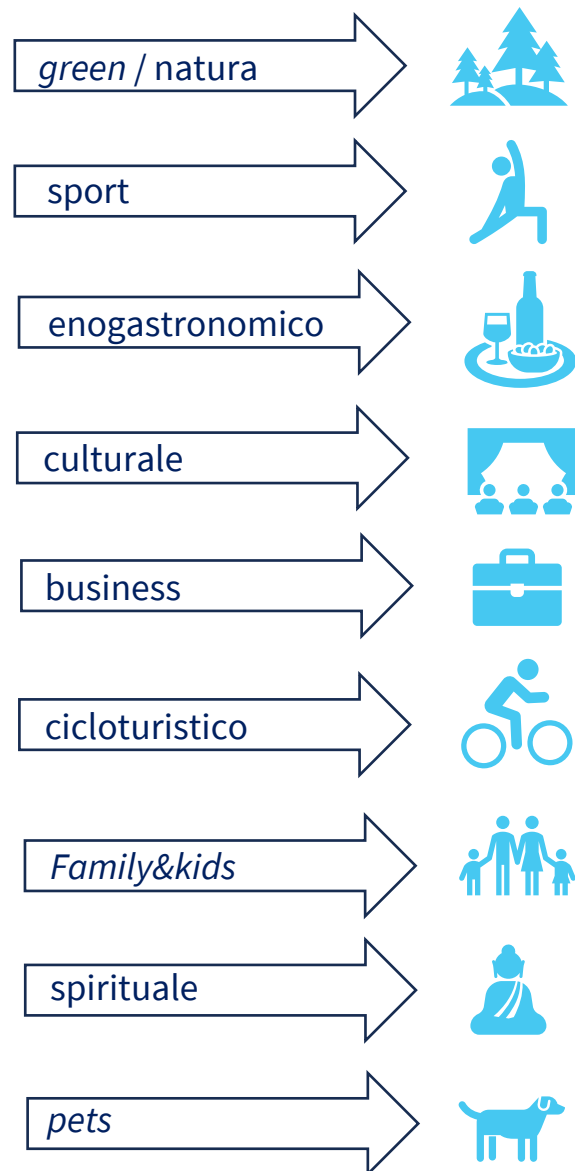


caratteristiche comportamentali nell'ambito dell'utilizzo quotidiano e in viaggio del **browser** e di **app mobile**

Ricerche online, download, attivazione e utilizzo di app, carrelli d'acquisto



interessi, preferenze, abitudini



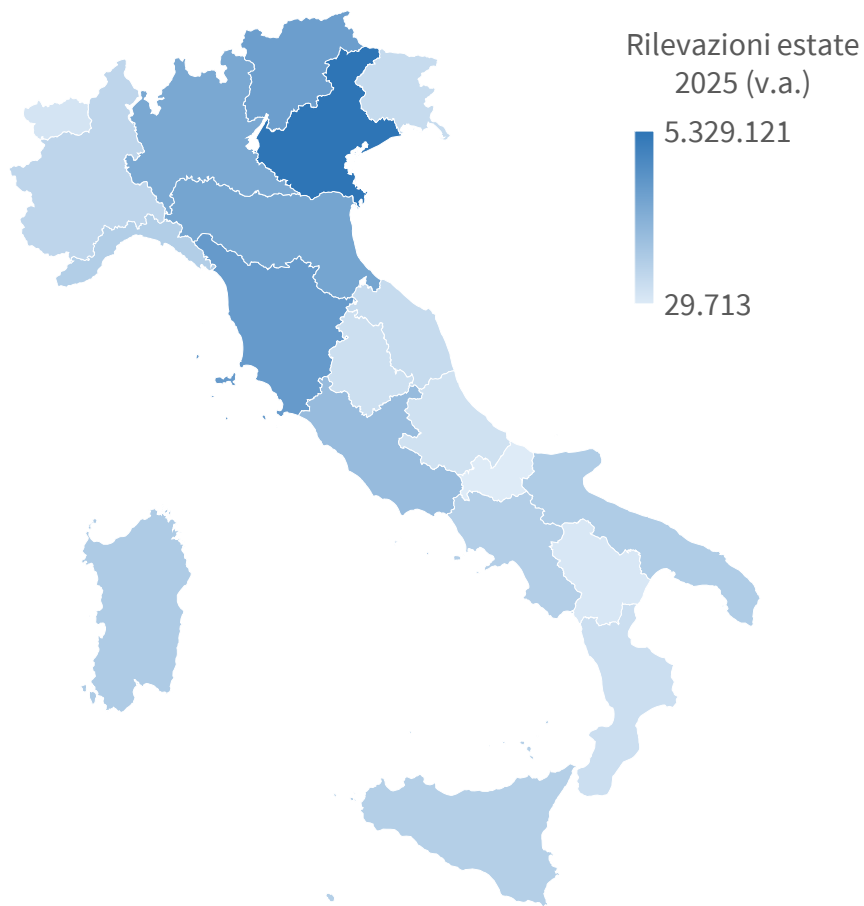
LOCATION INTELLIGENCE

La **Location Intelligence** restituisce una **profilazione anagrafica dei turisti** (sesso, fascia d'età e provenienza) e una **profilazione comportamentale**. L'analisi permette di capire che tipologia di turisti frequenta una determinata area e cosa attira maggiormente la loro attenzione.





I turisti monitorati nell'estate 2025 – location intelligence



Con tecnologia Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

ITALIA

32,4 milioni di turisti nell'estate 2025

(+0,5% rispetto allo stesso periodo del 2024).

Gli **stranieri** incidono per il **55%** del totale

(+3,5% rispetto allo stesso periodo del 2024).

Focus locale: Puglia



Circa 1,4 milioni i turisti nella regione nell'estate 2025

(+1,5% rispetto allo stesso periodo del 2024)

Gli **stranieri** incidono per il **30,7%** del totale

(+7,8% rispetto allo stesso periodo del 2024)

Provincia di Bari:

- **305,5 mila turisti** (+5,3% sul 2024);
- gli **stranieri** incidono per il **53,8%** del totale (**+9,6%**).

* Periodo di rilevazione: luglio e agosto 2025



Comuni emergenti per i principali cluster turistici nella regione

Per una profilazione comportamentale dei turisti monitorati sui territori oggetto di approfondimento

Comuni emergenti nell'estate 2025

Focus locale: PUGLIA

CULTURALE



Alberobello, Ostuni, Nardò
Castrignano del Capo/Leuca

SPIRITUALE



San Giovanni Rotondo, Bari

ENOGASTRONOMICO



Alberobello, Martina Franca

BUSINESS



Bari, Fasano

SPORTIVO



Rodi Garganico

FAMILY&KIDS



Bari, Lecce

PETS



Polignano a mare, Mattinata,
Ostuni

*Sono stati presi in considerazione i comuni con oltre 10mila rilevazioni nel periodo di riferimento

Nota metodologica



❖ **INDAGINE AI TURISTI**

Per monitorare la domanda turistica in Italia, nel corso del mese di agosto 2025 si è svolta un'indagine a turisti italiani e stranieri, su un campione nazionale di circa 12.000 turisti che abbiano soggiornato almeno due notti nella regione dell'intervista.

Il campionamento è di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane. Una volta individuate, all'interno di ogni regione, le località di maggior interesse per ogni singolo prodotto (sulla base del numero di arrivi e presenze), si passa alla successiva fase di campionamento che prevede una distribuzione delle interviste tra turisti italiani e turisti stranieri. Tale divisione viene stabilita in base ai dati dell'Istat relativi alle presenze per regione e per provincia.

Per il territorio della Puglia nell'ambito del progetto FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-24 Sostegno del Turismo è stato effettuato un sovra campionamento per un totale di 1500 turisti intervistati nel corso del 2024.

❖ **INDAGINE ALLE IMPRESE**

Nel corso del 2025 (nei mesi di aprile, luglio e settembre) è stata realizzata una indagine C.A.T.I. a 2000 strutture ricettive italiane (alberghiere ed extralberghiere. Tale indagine mira a conoscere l'andamento della stagione e le caratteristiche delle imprese turistiche.

❖ **SOGGIORNI IN ABITAZIONI PRIVATE**

Per i dati sugli alloggi in affitto, Isnart analizza la banca dati AirDna che fornisce informazioni su alloggi disponibili, notti prenotate ed entrate in €.

N.B.: Isnart ha in corso un'azione di revisione del DB AirDna per riallinearne le logiche di georeferenziazione delle abitazioni private e strutture offerte sui territori da questa utilizzate, facendo riferimento alla distribuzione dei Comuni italiani ufficialmente utilizzata da Istat.

Quanto sopra non inficia l'affidabilità e la significatività complessiva del dato analizzato ai fini della ricostruzione della consistenza e della dinamica dell'offerta di abitazioni private nella filiera turistica italiana, ma potrà comportare la necessità di aggiustamenti progressivi nella corretta collocazione spaziale degli alloggi che insistono in aree di confine amministrativo.

❖ LOCATION INTELLIGENCE

La Location Intelligence è un processo che permette di ottenere e analizzare dati geospaziali, visualizzando le informazioni statistiche ricavate dal traffico rilevato su smartphone, opportunamente anonimizzati, su mappe intelligenti o dashboard.

Consente, oltre che la categorizzazione anagrafica (sesso, età, nazionalità) delle unità di rilevazione (ID), la loro clusterizzazione in profili comportamentali e di interesse turistico prevalente (enogastronomico, culturale, sportivo, etc.) desunti dalle rispettive abitudini in termini di:

- navigazione su siti mobile via browser (ricerche);
- attività su mobile app (download, attivazione, creazione di carrelli di acquisto, ecc.).

L'ID viene qualificato come turista qualora si trovi, per almeno 24 ore, in uno o più comuni diversi da quelli di sua abituale presenza.

Ciascun ID viene tracciato in tre diversi periodi di rilevazione* (vacanze di Pasqua, periodo estivo - mesi di luglio-agosto - e vacanze invernali) e le relative analisi sono disponibili per un campione composto da circa 1.200 Comuni italiani a forte caratterizzazione turistica (per una copertura pari a oltre il 93% del totale delle presenze ISTAT).

Il turista viene targettizzato a priori e questo tipo di informazione statistica, combinata con la localizzazione, può avere come primo campo di applicazione quello di far emergere la necessità di predisporre un'offerta adeguata ai profili turistici che abbiano una maggior probabilità di scegliere un dato territorio come propria destinazione. Anche se non è da escludere che esista una correlazione tra interessi, preferenze e abitudini personali del turista e tipologia di offerta legata alla destinazione da lui scelta, la circostanza che ciò non accada implica che ci sono margini di intervento da parte dei policy maker.

N.B.: le informazioni in termini di flussi e caratterizzazione degli interessi turistici espressi dalla domanda tramite analisi di Location Intelligence costituiscono un elemento integrativo e non sostitutivo delle rilevazioni statistiche tradizionali, basate su interviste campionarie, conferendo ai dati (e alle relative analisi) una maggior tempestività rispetto a quelli di fonte ufficiale. Per sua natura, la Location Intelligence si rivela, perciò, un potente mezzo a supporto del processo previsionale e decisionale, oltre a fornire un dato anticipatore rispetto a quello su arrivi e presenze fornito da ISTAT.

* In particolare, la fornitura dei dati è già attiva dall'estate 2023, permettendo confronti temporali a partire dalla finestra di rilevazione estiva del 2024.

IS.NA.R.T. SCPA

www.isnart.it



INDIRIZZO

Via Lucullo, 8 - Roma

Report realizzato nell'ambito delle attività previste dall'articolo 8 Statuto dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche
Contributo consortile aggiuntivo