



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
CHIETI PESCARA

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**

---

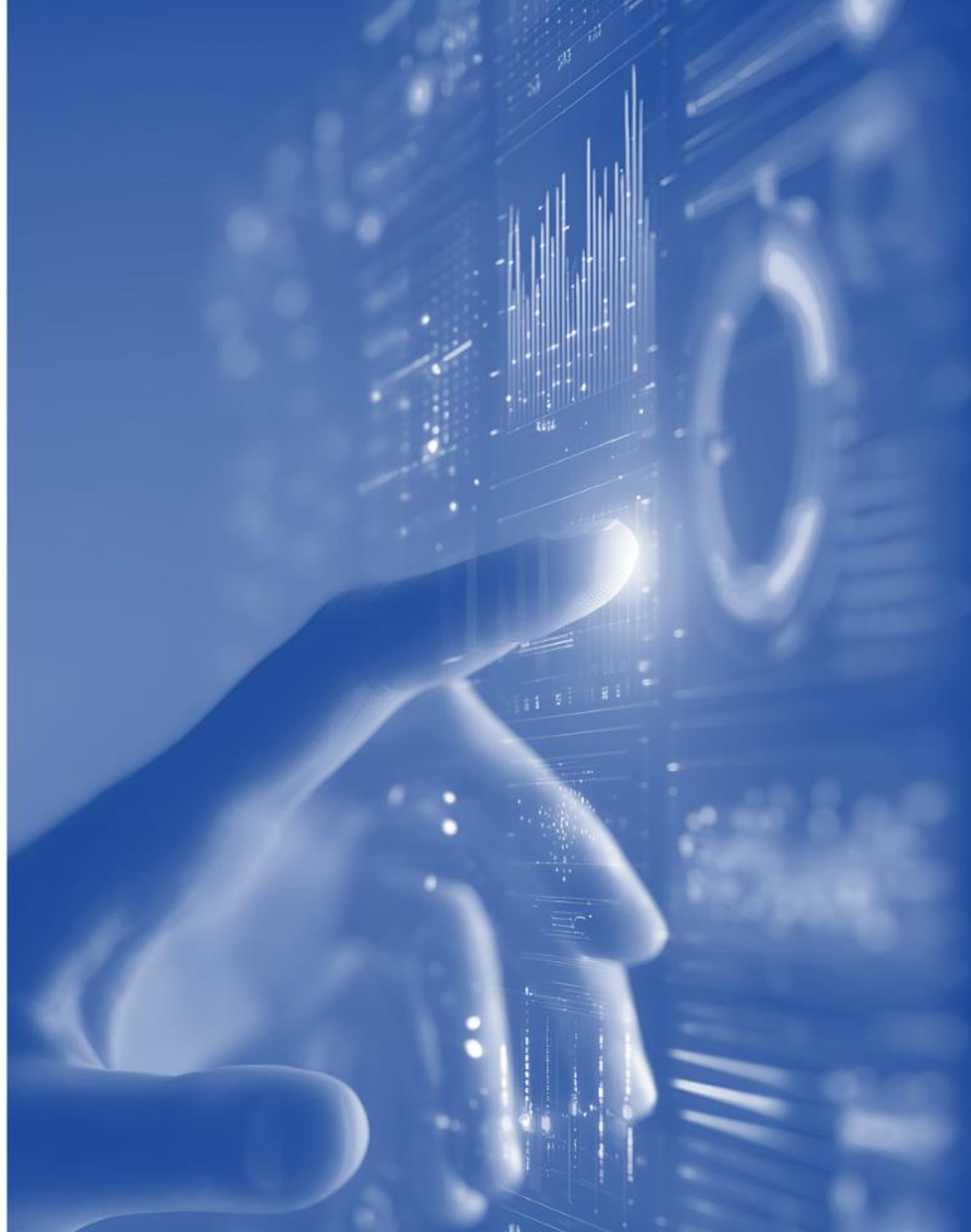
**Analisi territoriale attraverso Location Intelligence**

---

**Nota metodologica**

---

# Una panoramica sull'andamento del settore turistico



# Andamento del turismo a livello internazionale

Secondo l'Agencia 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

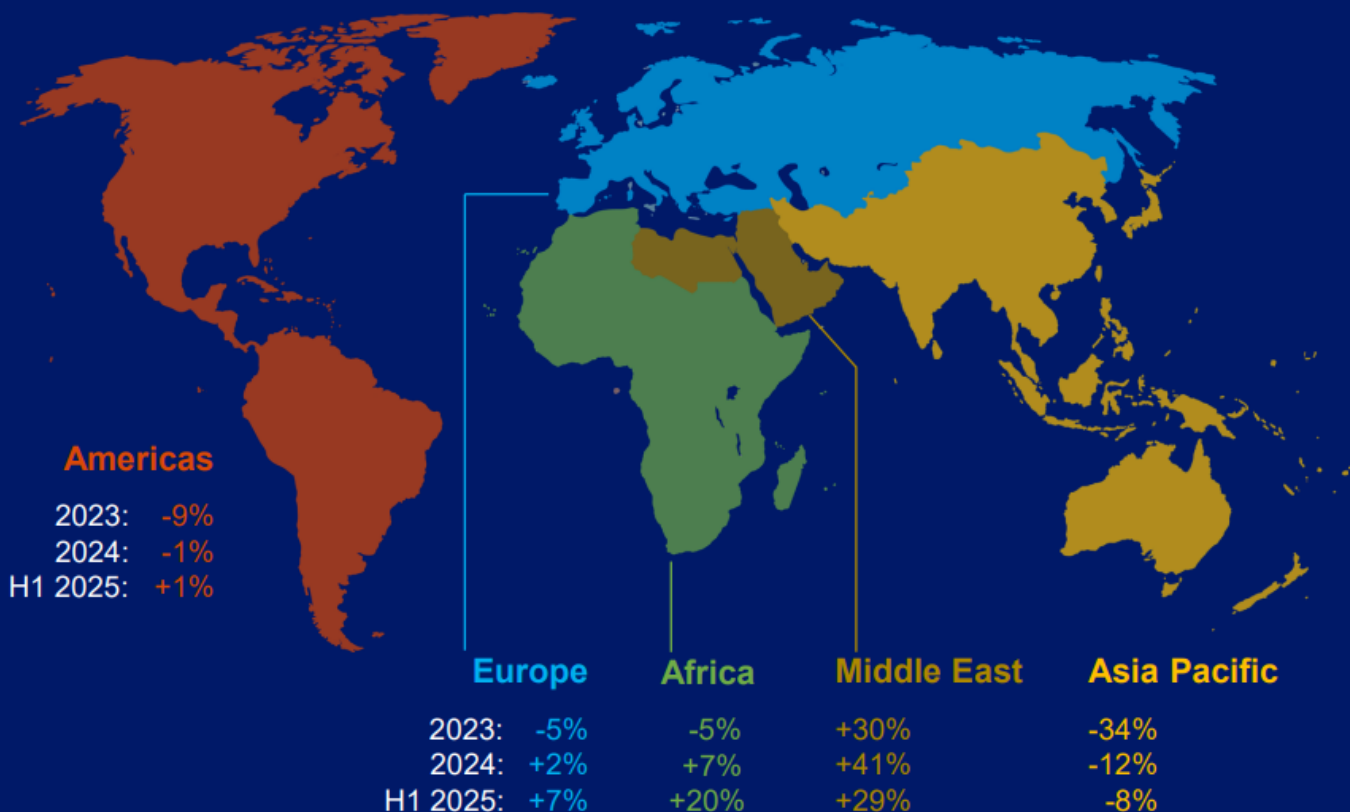
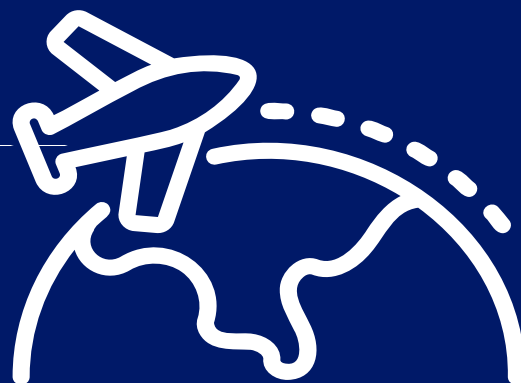
Var. % rispetto al 2019

### World

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

### Americas

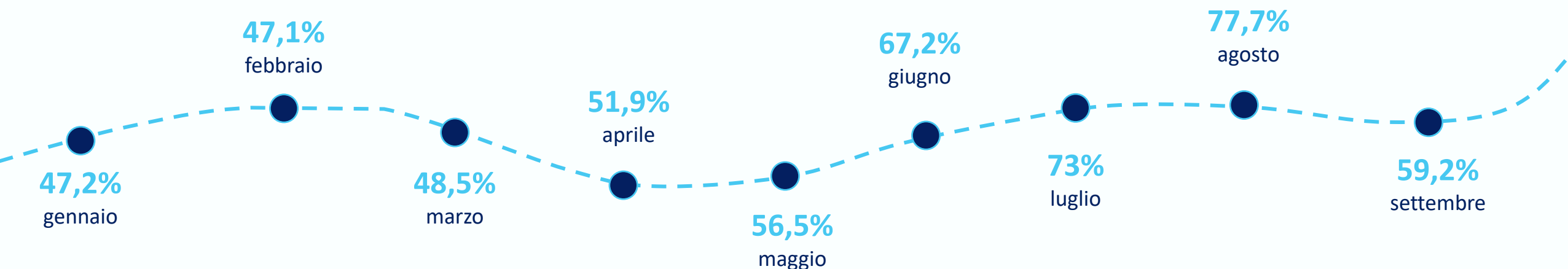
2023: -9%  
2024: -1%  
H1 2025: +1%





# 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**

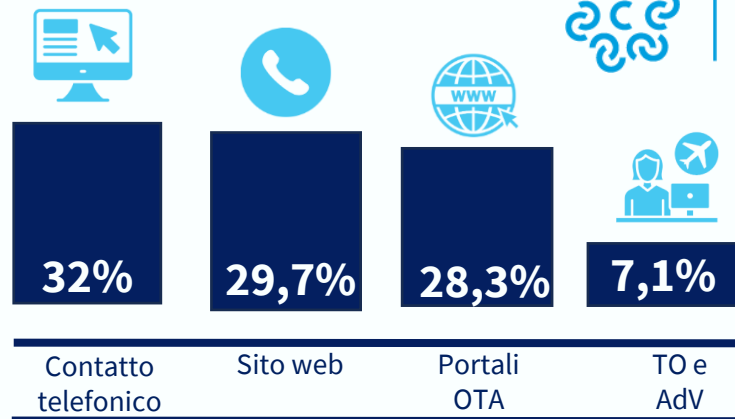
11%



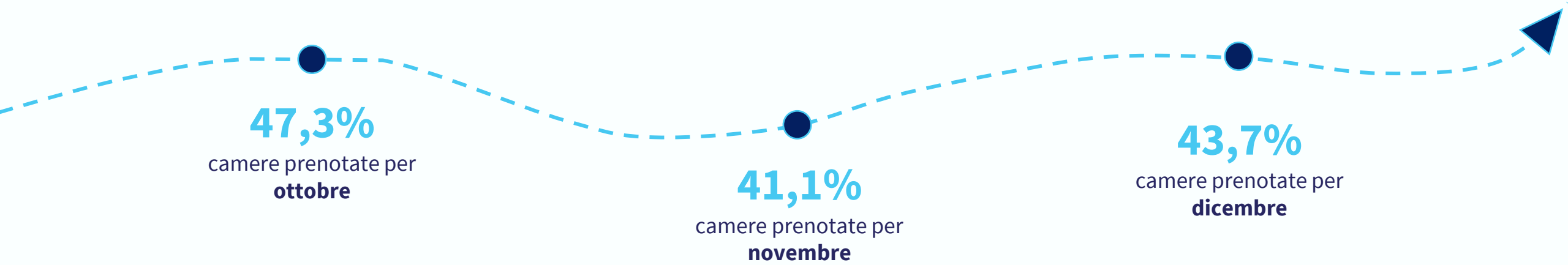
# Prenotazioni per i prossimi mesi in Italia

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.



**Modalità di prenotazione per l'autunno**



## 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

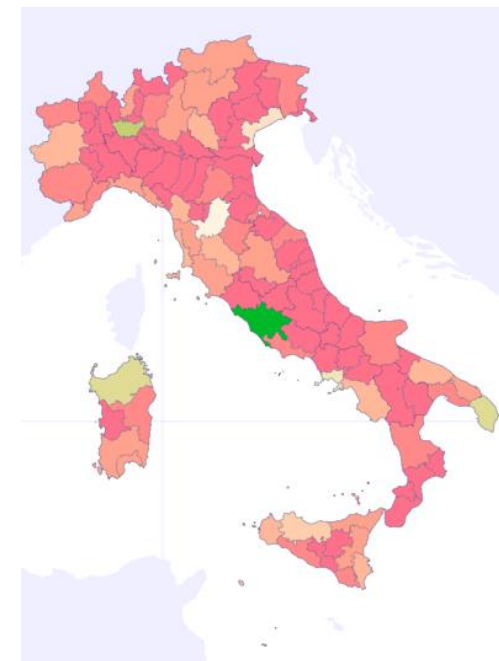
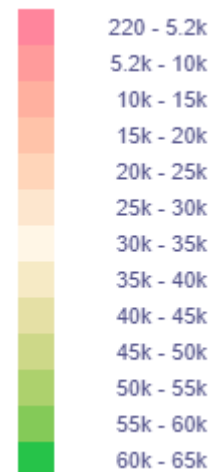
**48 mln**  
**Notti prenotate**  
 gennaio – settembre 2025

**+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

**15,5 mila**  
 gli **alloggi disponibili**  
 per affitti brevi Airbnb  
 tra gennaio e settembre 2025

**+6,4%**  
 Var. % 2025/2024

**549,4 mila**  
 le **notti prenotate** su  
 Airbnb tra gennaio  
 e settembre 2025

**+5,8%**  
 Var. % 2025/2024

**€ 59,5 mln**  
**Entrate** da alloggi Airbnb  
 tra gennaio e settembre 2025

**+1,1%**  
 Var. % 2025/2024

**€ 108 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

**15,5mila**  
**Alloggi disponibili**  
 gennaio-settembre 2025

**+6,4%**  
 rispetto allo stesso  
 periodo del 2024

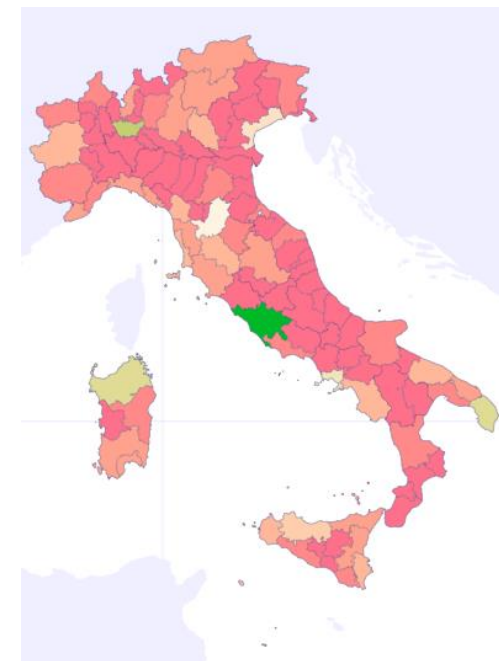
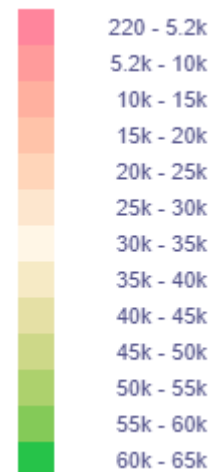
**549 mila**  
**Notti prenotate**  
 gennaio – settembre 2025

**+5,8%**  
 rispetto allo stesso  
 periodo del 2024

**59,5 mln €**  
**Entrate**  
 tra gennaio e settembre 2025

**+1,1%**  
 rispetto allo stesso  
 periodo del 2024

Concentrazione alloggi  
 Airbnb in Italia  
 agosto 2025



## Focus provinciale (gennaio-settembre 2025)

### Alloggi disponibili

Chieti 4,2mila (+4,6%)  
 Pescara 3,2mila (+7,1%)  
 L'Aquila 3,7mila (+3,7%)  
 Teramo 4,3mila (+10,1%)

### Notti prenotate

Chieti 138,7mila (-1,2%)  
 Pescara 130mila (+6,7%)  
 L'Aquila 131,4mila (+11,1%)  
 Teramo 149,3mila (+7,6%)

### Entrate (in €)

Chieti 14,7mln (-5,2%)  
 Pescara 14mln (+0,3%)  
 L'Aquila 14,2mln (+7,2%)  
 Teramo 16,5mln(+2,7%)

### Prezzo medio in € per notte

Chieti 106€  
 Pescara 108€  
 L'Aquila 108€  
 Teramo 111€

# **Imprese turistiche e addetti di settore**



# Imprese turistiche e addetti al turismo – Regione Abruzzo

**13,3mila****Imprese turistiche attive**

(10,8% del totale economia)

**+0,7%**

rispetto al I trim. 2024

**(+0,6% media Italia)****64,3 mila****Addetti al turismo**

(14,6% del totale economia)

**+3,5%**

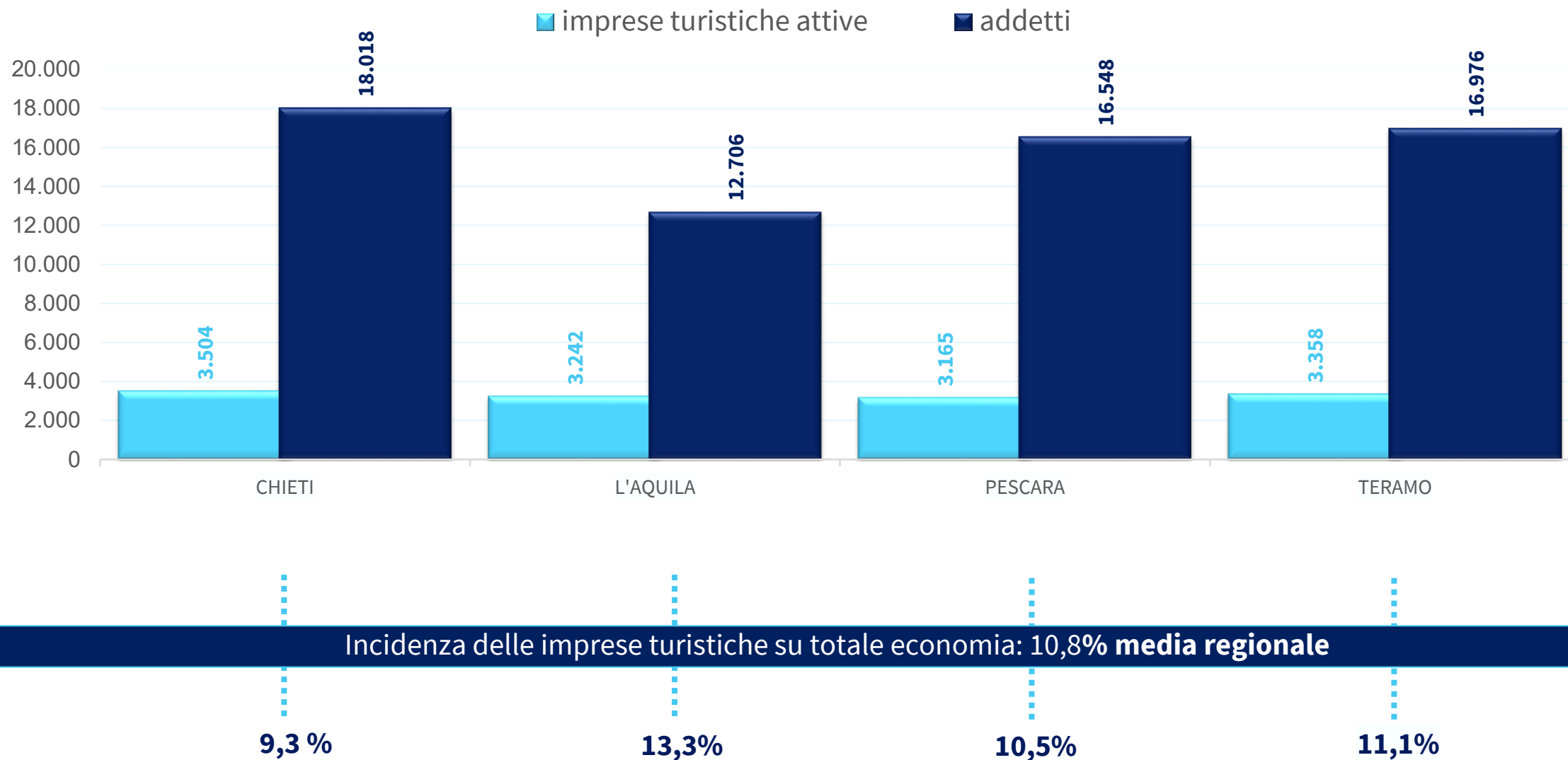
rispetto al I trim. 2024

**(+3,3% media Italia)****3,8 mila**Imprese turistiche  
**femminili** attive**29%**Incidenza imprese turistiche femminili  
attive sul totale turismo  
**(28% media Italia)****1,1mila**Imprese turistiche  
**giovani** attive**9%**Incidenza imprese turistiche giovani  
attive sul totale turismo  
**(10% media Italia)****1,2 mila**Imprese turistiche  
**straniere** attive**9%**Incidenza imprese turistiche straniere  
attive sul totale turismo  
**(11% media Italia)**

N.B.: le imprese femminili, giovani 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

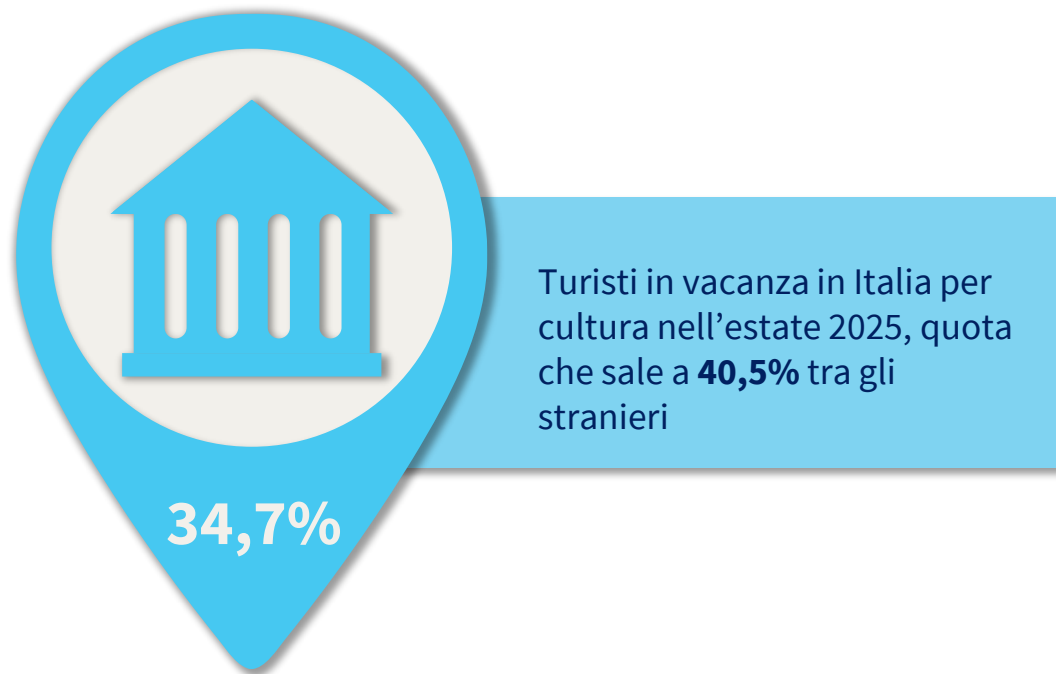


# Le tendenze della domanda turistica in Italia



# 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)

## Millennial (30-44 anni)

## Gen X (45-60 anni)

IDENTIKIT

64% **diplomati**      29% **laureati**      42% **viaggiano con amici**

50% **Influenzati dal web**

48% **postano le esperienze di vacanza**

57% **stranieri**      41% **viaggiano in coppia**      29% **e con i figli**

**cercano località esclusive**

48% **web**      42% **passaparola**

41% **reddito almeno medio-alto**

56% **stranieri**      42% **viaggiano in coppia**      32% **e famiglia**

10% **tour organizzati**      8.9/10 **giudizio sulla vacanza**

MOTIVAZIONI  
E PREFERENZE

**Prediligono viaggi culturali (29%)  
all'insegna del divertimento (12%)**

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

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

SPESA

Alloggio **80 euro**      Altre spese **83 euro**

Alloggio **77 euro**      Altre spese **93 euro**

Alloggio **80 euro**      Altre spese **98 euro**

# Turisti green in Italia

Indagine ai turisti - estate 2025

## Target prevalente:

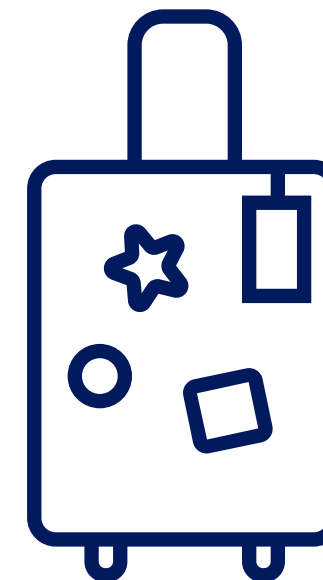
- **generazione X** (40%) e **Y** (39%)
- 1 su 2 sceglie l'Italia anche per il suo **patrimonio culturale**
- elevata influenza del **web** (71% dei turisti vs 47% media Italia)

## 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€



ISNART





# 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€



# 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



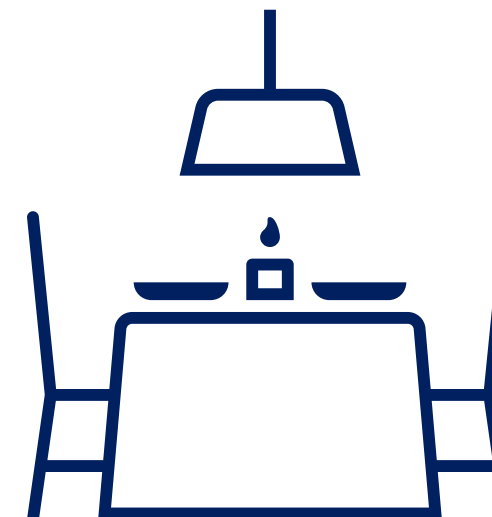
ISNART

## 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 ai turisti in Abruzzo 2024)



**31,5%**  
generazione Y  
cosiddetti **Millennial**  
(38,2% media Italia)

**96%**  
turisti in una **situazione  
economica** dichiarata  
**media e medio-alta**  
(87,8% media Italia)

**30,4%**  
turisti che viaggiano  
**con amici**  
(13,7% media Italia)

**61,4%**  
**habituè**  
(31,8% media Italia)

**50,1%**  
motivati dalla ricchezza del  
**patrimonio naturalistico**  
(17,4% media Italia)

**7,6/10**  
**voto** attribuito dai turisti  
all'**offerta turistica** nel complesso  
(8,8/10 media Italia)

# Perché scelgono proprio questa regione?



ISNART

(indagine ai turisti in Abruzzo 2024)

Italiani | stranieri

**52,7%** | **32,9%** Bellezza della natura e contatto con essa 50,1%



**20%** | **5,4%** Vicinanza rispetto all'origine del viaggio 18,1%



**9,7%** | **47,7%** Ospitalità offerta da parenti o amici 14,7%

**8,3%** | **6,8%** Seconda casa 8,1%



**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)

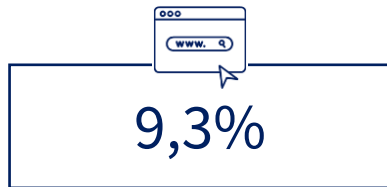
**Natura 17,4%**

(18% italiani, 16,9% stranieri)

# Quali canali di comunicazione influiscono sulla scelta della destinazione?

(indagine ai turisti in Abruzzo 2024)

Italiani | stranieri



8,3% | 15,7%

**Internet**

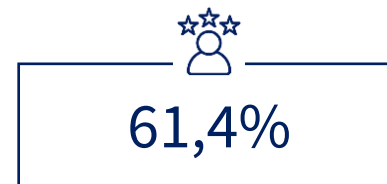
info, offerte, social, recensioni



20,9% | 33,2%

**Passaparola**

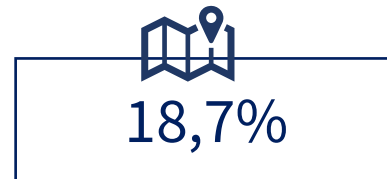
suggerimento di amici e conoscenti



61,1% | 62,8%

**Esperienza personale**

destinazione già visitata in passato



20,8% | 5,6%

**Agenzia di viaggi**

## Principali canali in Italia per un confronto

**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)

# Quanto spendono i turisti a destinazione?

(indagine ai turisti in Abruzzo 2024)



## VIAGGIO 72€

spesa pro capite  
(302 € media Italia)

**63€** italiani  
(150 € media Italia)

**130€** stranieri  
(422 € media Italia)



## ALLOGGIO 44€

spesa pro capite al gg  
(80 € media Italia)

**44€** italiani  
(71 € media Italia)

**49€** stranieri  
(85,5 € media Italia)



## ALTRE SPESE 82€

spesa pro capite al gg  
(94 € media Italia)

**74€** italiani  
(80€ media Italia)

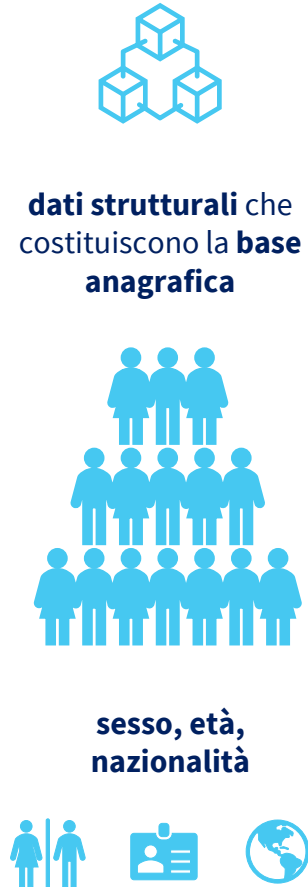
**163,5€** stranieri  
(105€ media Italia)

# 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**

*green / natura*



sport



enogastronomico



culturale



business



cicloturistico



*Family&kids*



spirituale



*pets*



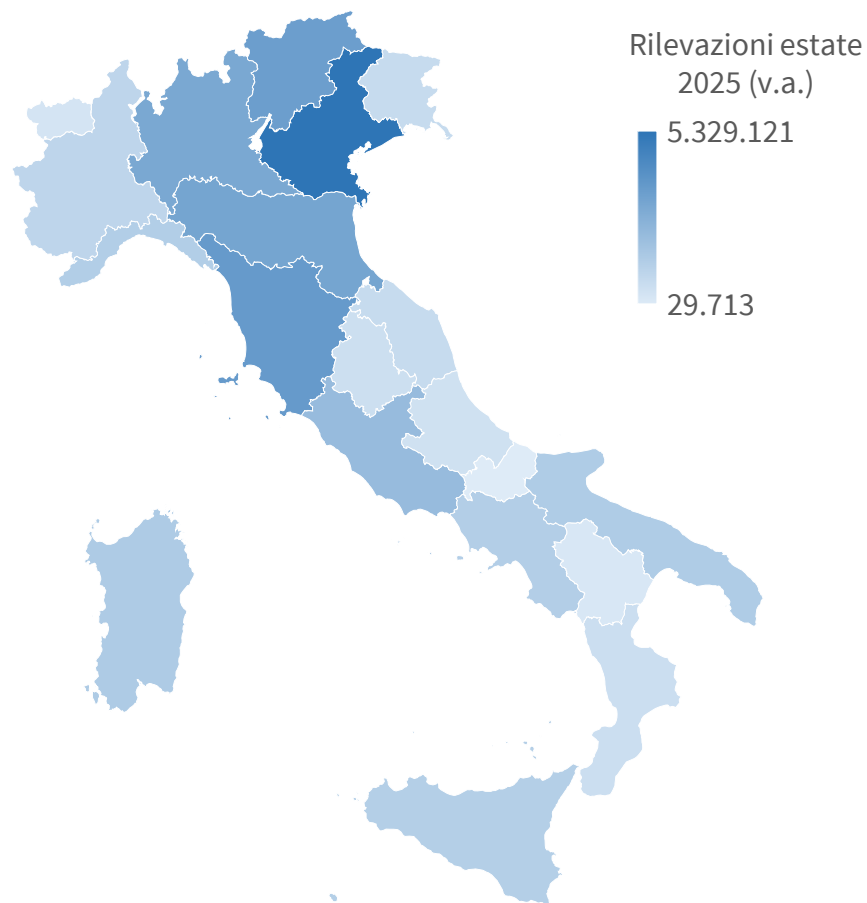
## LOCATION INTELLIGENCE

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: Abruzzo



**Circa 479,2 mila** i turisti nella regione nell'estate 2025

(-1,8% rispetto allo stesso periodo del 2024)

Gli **stranieri** incidono per il **13,8%** del totale

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

Dettaglio provinciale

- **Chieti: 93,3** mila turisti (-3,6% sul 2024) di cui il 13,3% stranieri (+6,7%)
- **Pescara: 80,2** mila turisti (+3,8% sul 2024) di cui il 19,9% stranieri (+2,9%)

\* 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: **Abruzzo**

#### CULTURALE



**Chieti, Montesilvano, L'Aquila**

#### GREEN



**Roccaraso, Rivisondoli**

#### ENOGASTRONOMICO



**Sulmona, Tortoreto**

#### PETS



**Rivisondoli, Pescasseroli**

#### SPORTIVO



**Tortoreto, Vasto**

#### CICLOTURISTICO



**Roccaraso, Rivisondoli**

#### FAMILY&KIDS



**San Giovanni Teatino,  
Rivisondoli, Silvi, Roccaraso**

#### SPIRITUALE



**Montesilvano, Giulianova**

\*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 dell'Abruzzo nell'ambito del progetto FONDO DI PEREQUAZIONE 2023-2024 Sostegno del Turismo è stato effettuato un sovra campionamento di 1.000 turisti. turisti nel 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](http://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