



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO
DEL MOLISE

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

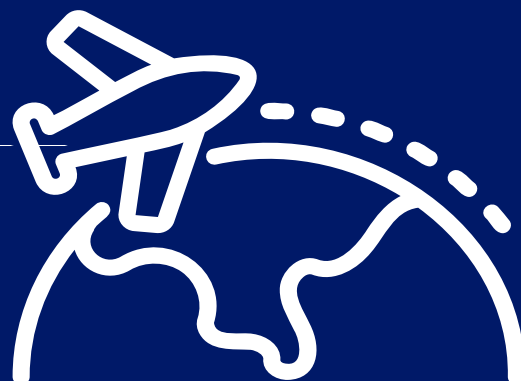
-5%
+7%
+20%

Middle East

+30%
+41%
+29%

Asia Pacific

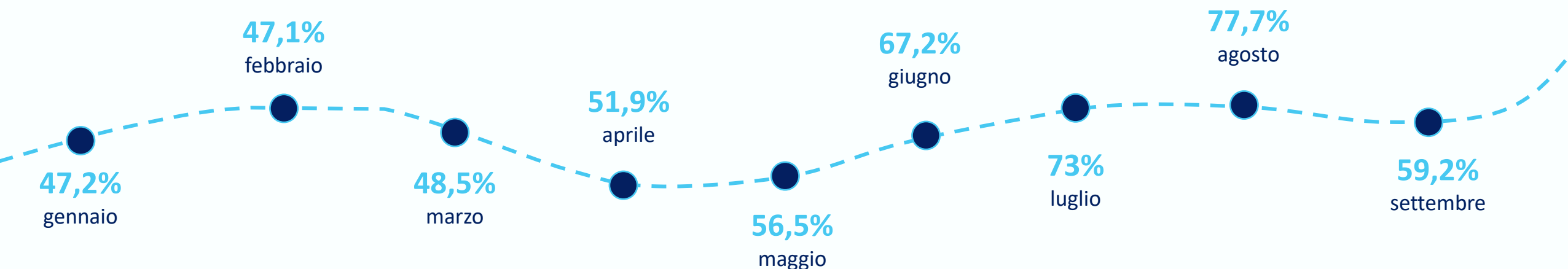
-34%
-12%
-8%





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

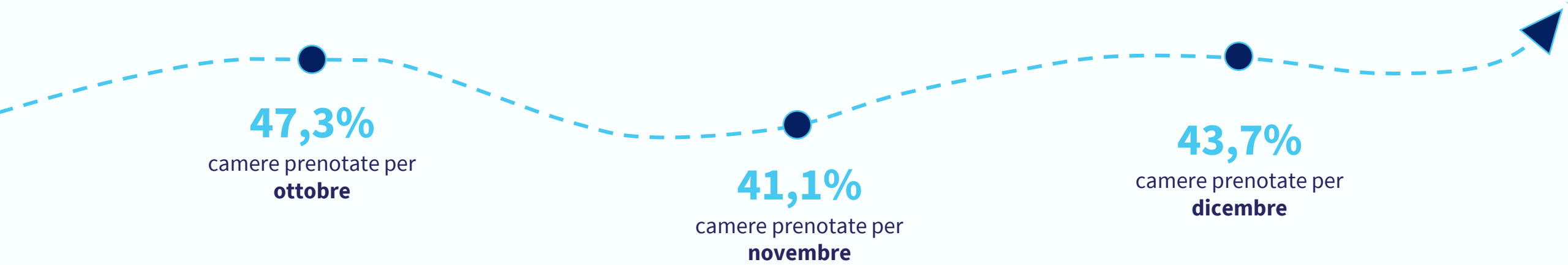
11%



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



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

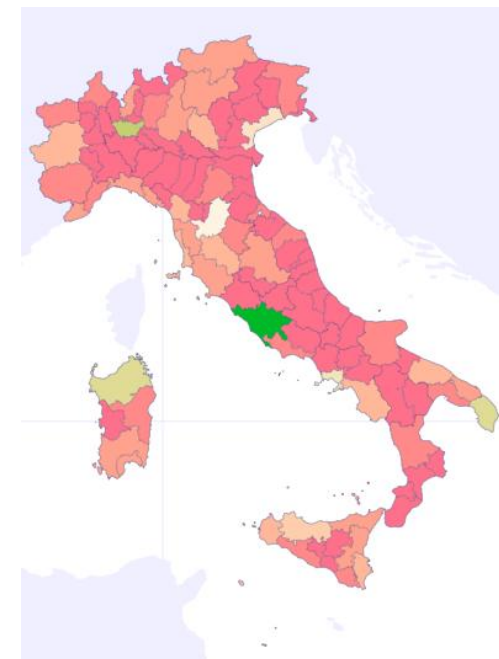
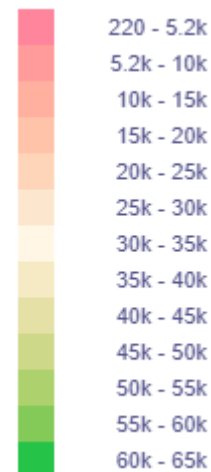
48 mln
Notti prenotate
gennaio – settembre 2025

+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

2,1 mila
gli **alloggi disponibili**
per affitti brevi
tra gennaio e settembre 2025

+4,9%
Var. % 2025/2024

66,6 mila
le **notti prenotate** su
Airbnb tra gennaio
e settembre 2025

-0,7%
Var. % 2025/2024

€ 6,5 mln
Entrate da alloggi Airbnb
tra gennaio e settembre 2025

-5,2%
Var. % 2025/2024

€ 98,3 al gg
entrate in € per notte
in alloggi Airbnb
gennaio-settembre 2025

€ 168 al gg
Media Italia stesso periodo

Soggiorni in abitazioni private Airbnb

Regione

2,1 mila
Alloggi disponibili
gennaio-settembre 2025

+4,9%
rispetto allo stesso
periodo del 2024

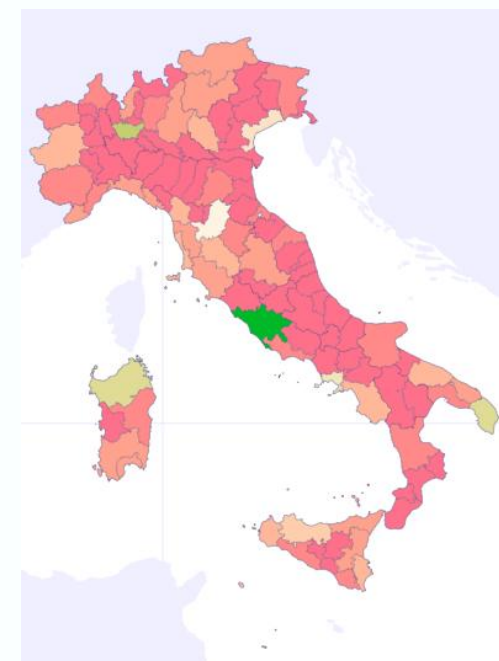
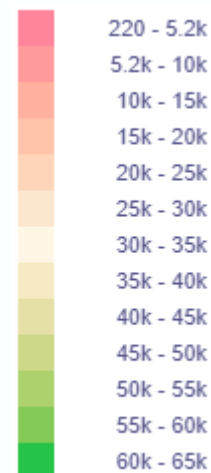
66,6 mila
Notti prenotate
gennaio – settembre 2025

-0,7%
rispetto allo stesso
periodo del 2024

6,5 mln €
Entrate
tra gennaio e settembre 2025

-5,2%
rispetto allo stesso
periodo del 2024

Concentrazione alloggi
Airbnb in Italia
agosto 2025



Focus provinciale (gennaio-settembre 2025)

Alloggi disponibili

Campobasso: **1,6 mila (+4,1% sul 2024)**
Isernia: **520,5 (+7,5% sul 2024)**

Notti prenotate

Campobasso: **50,7 mila (-3,7% sul 2024)**
Isernia: **15,9 mila (+10,4% sul 2024)**

Entrate in €

Campobasso: **5,2 mln (-7,1% sul 2024)**
Isernia: **1,3 mln (+3,3% sul 2024)**

Prezzo medio in € per notte

Campobasso: **103,2**
Isernia: **82,6**

**Imprese turistiche
e addetti di settore**

**Focus regionale
e provinciale**



Imprese turistiche e addetti al turismo – Regione Molise

2,7 mila
Imprese turistiche attive
(9,3% del totale economia)

+2,4%
rispetto al I trim. 2024
(+0,6% **media Italia**)

10,2 mila
Addetti al turismo
(13,4% del totale economia)

+1,9%
rispetto al I trim. 2024
(+3,3% **media Italia**)



827
Imprese turistiche
femminili attive



30%

Incidenza imprese turistiche femminili
attive sul totale turismo
(28% **media Italia**)



260
Imprese turistiche
giovani attive



10%

Incidenza imprese turistiche giovani
attive sul totale turismo
(10% **media Italia**)



218
Imprese turistiche
straniere attive



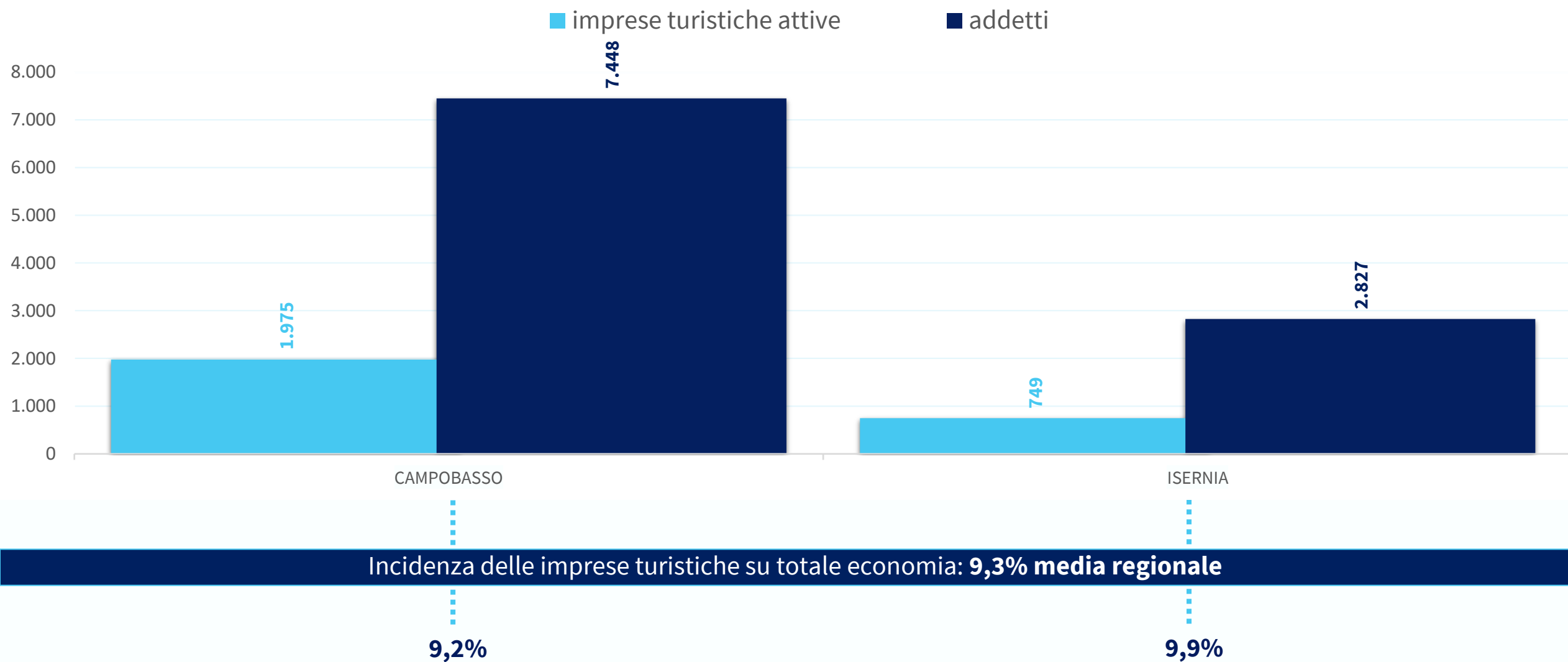
8%

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 partecipazione delle donne, dei giovani e dei non nati in Italia è superiore al 50%.



Dettaglio provinciale

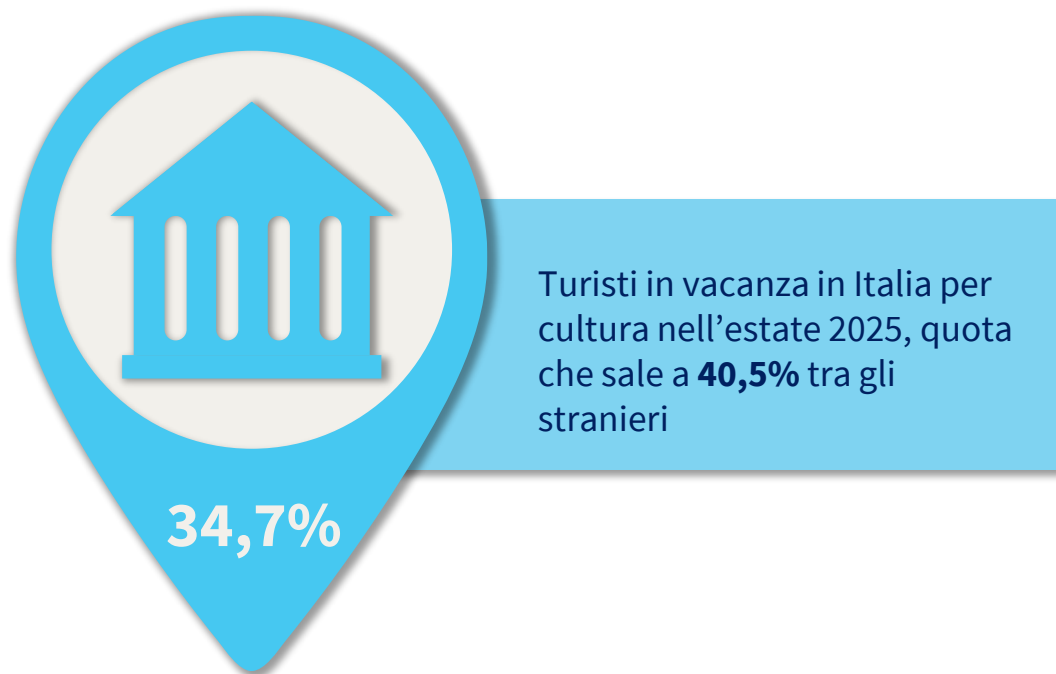


Le tendenze della domanda turistica in Italia



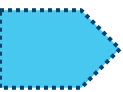
I driver che guidano il viaggio in Italia

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



ISNART

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

Target prevalente:

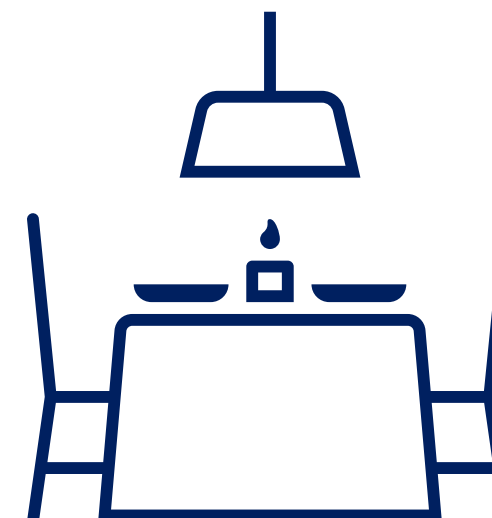
- **generazione X** (41,5%) e **Y** (35%)
- 1 su 2 sceglie l'Italia anche per il suo **patrimonio culturale**,
2 su 5 per le **bellezze naturali**
- elevata influenza del **web** (77% dei turisti vs 47% media Italia)

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€



ISNART





Comportamenti turistici e di consumo

Sito Unesco
Riserva della Biosfera «Collemeluccio – Montedimezzo»



"Turisti Mirabilia" in Italia: ricostruiamone il profilo

Fascia d'età

37,2% gen Y	37% gen X	10% gen Z
-----------------------	---------------------	---------------------

Istruzione e occupazione

54,6% diplomati	37,8% laureati	76,6% professionalmente occupati
---------------------------	--------------------------	-----------------------------------------------

Status economico

59% medio	26,5% medio-alto	8,8% alto e molto alto
---------------------	----------------------------	----------------------------------

Compagnia di viaggio

41,3% in coppia	19,3% in gruppi di amici	17,3% in famiglia con bambini
---------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------------

Soddisfazione

8.7/10

giudizio dei turisti sull'offerta turistica dei territori Mirabilia

Spesa pro capite al giorno





Il posizionamento e l'attrattività dei siti Unesco della rete

Una fotografia comparabile delle performance turistiche dei territori

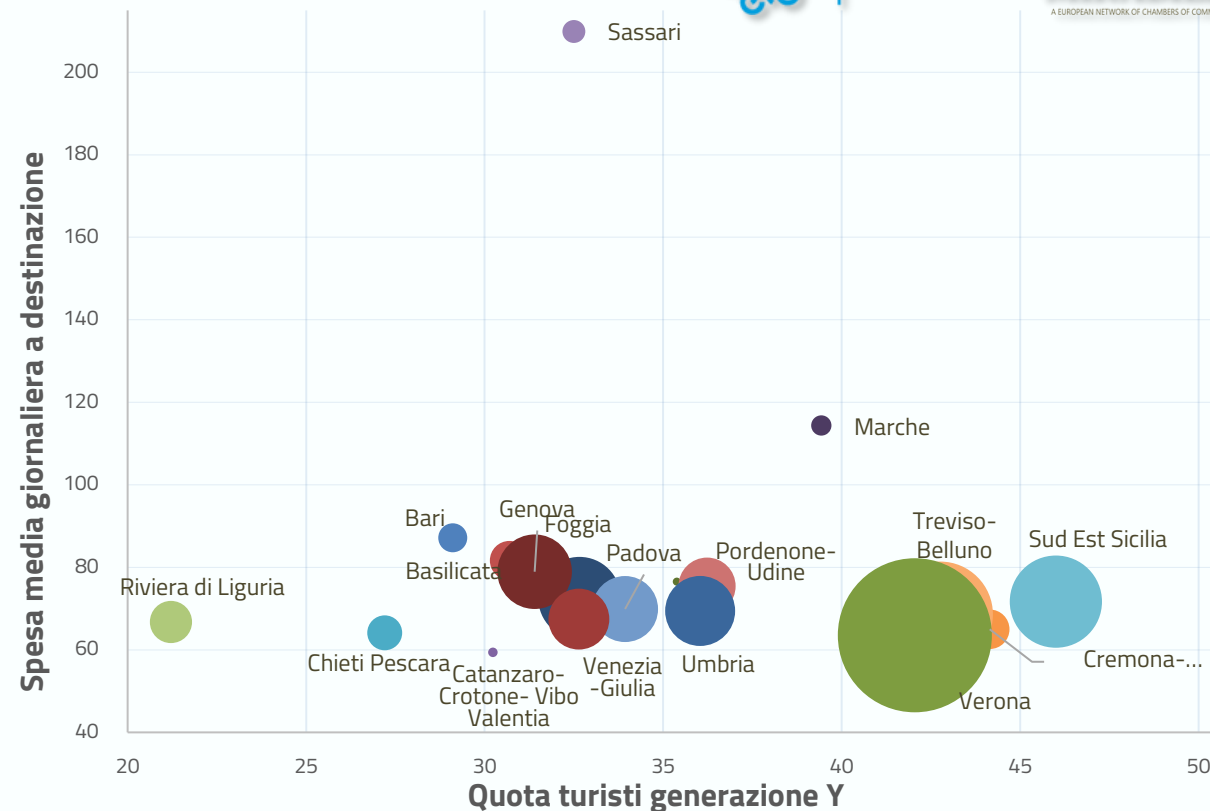
Grazie all'analisi del posizionamento di ciascuna Camera di commercio, basata sulla media dei dati raccolti attraverso le indagini nei territori della Rete Mirabilia, è stato possibile individuare **margini di miglioramento** e **casi d'eccellenza** da cui trarre spunto.

Per il grafico, a titolo esemplificativo sono state selezionate le variabili:

- **spesa media a destinazione**, esclusi viaggio e alloggio (asse Y)
- quota di turisti appartenenti alla **generazione dei Millennial** (asse X)
- **flussi turistici** (grandezza della bolla)



ISNART





Riserva della Biosfera

«Collemeluccio – Montedimezzo»: canali, motivazioni e attività

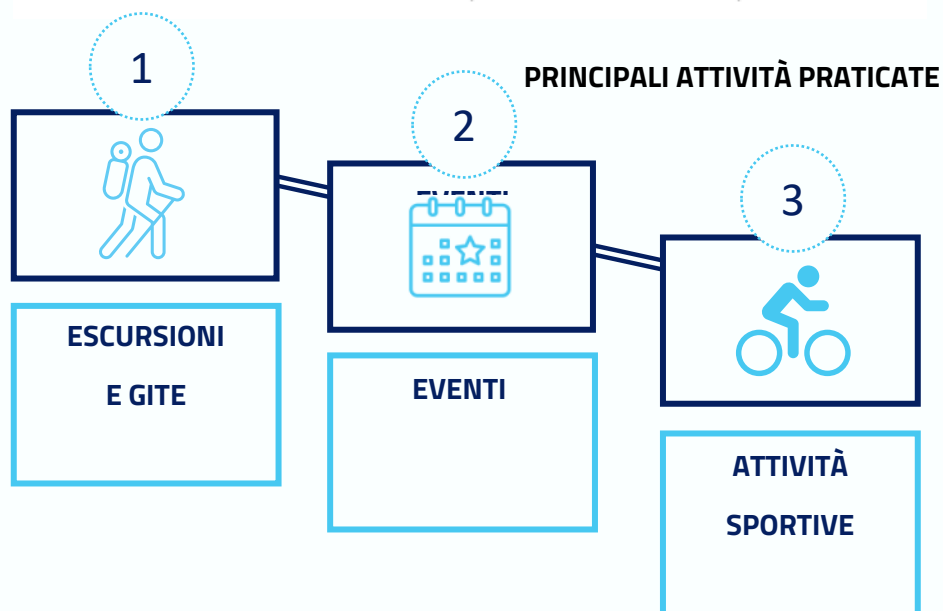
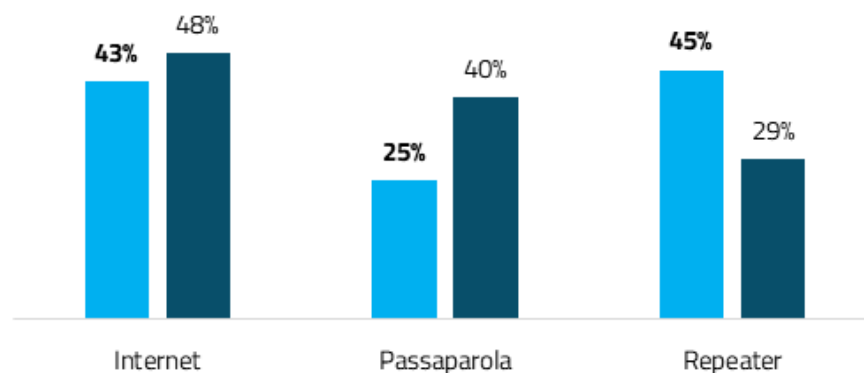


ISNART



PRINCIPALI CANALI DI VACANZA (%)

■ LOCALITÀ SITO ■ MEDIA MIRABILIA



MOTIVAZIONI DI VACANZA



RICCHEZZA DEL PATRIMONIO CULTURALE

41% (33% media Mirabilia 2025)



VICINANZA GEOGRAFICA

28%
(13% media Mirabilia 2025)



EVENTI 16%

(7% media Mirabilia 2025)



MOTIVI NATURALISTICI

13%

(15% media Mirabilia 2025)



Riserva della Biosfera «Collemeluccio – Montedimezzo»: spesa e giudizio



ISNART



ALLOGGIO

spesa pro capite al gg



46€

53 € media Mirabilia 2025

ALTRE SPESE

spesa pro capite al gg



65 €

71 € media Mirabilia 2025

L'offerta culturale



8.7/10

8.6 media Mirabilia 2025

L'offerta di intrattenimento



8.6/10

8.4 media Mirabilia 2025

L'organizzazione del territorio



8.6/10

8.4 media Mirabilia 2025

Analisi territoriale attraverso Location Intelligence

**Livello
nazionale e locale**

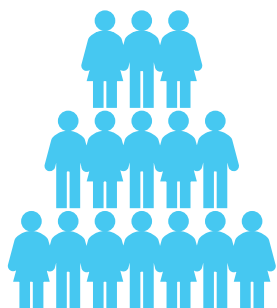




Location Intelligence



dati strutturali che costituiscono la **base anagrafica**



sexo, età, nazionalità



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



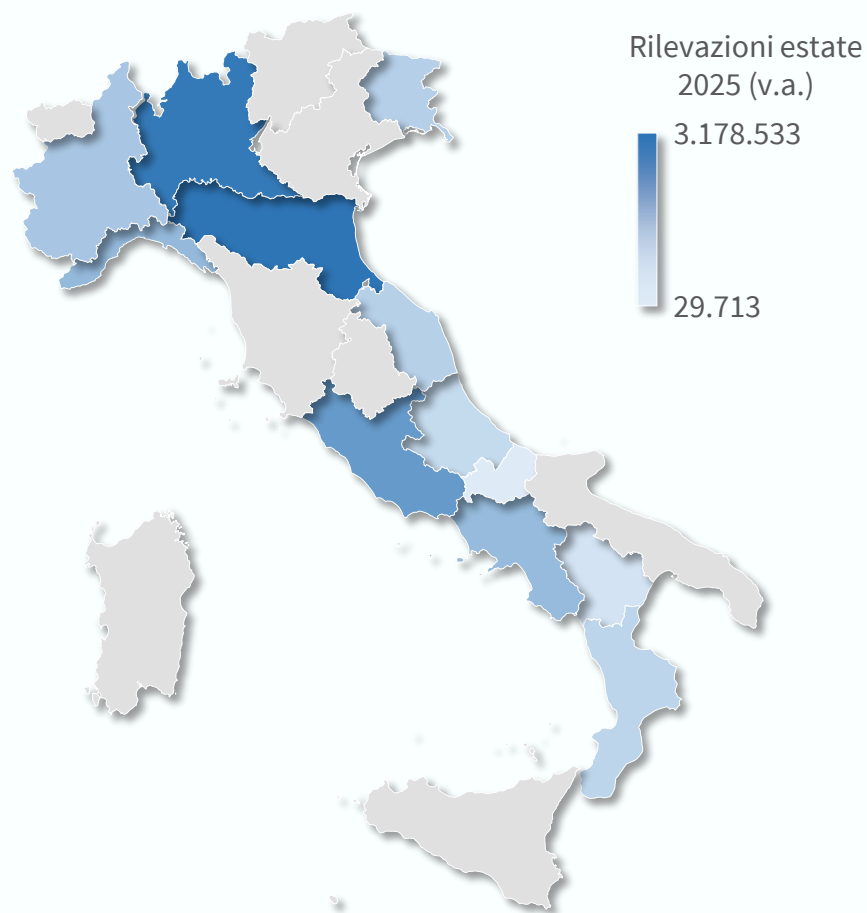
LOCATION INTELLIGENCE

La **Location Intelligence** restituisce una **profilazione anagrafica dei turisti** (sexo, 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

* Periodo di rilevazione: luglio e agosto 2025

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: MOLISE

29,7 mila i turisti nella regione nell'estate 2025
(-0,6% rispetto allo stesso periodo del 2024)

Gli **stranieri** incidono per il **11,7%** del totale nell'estate 2025
(+6,6% rispetto allo stesso periodo del 2024)

Focus provinciale

Campobasso: 26,6 mila (-0,4%) di cui l'11,7% stranieri
(+6,7%)

Isernia: 3 mila (-1,5%) di cui l'11,9% stranieri (+6,4%)





Comuni emergenti per i principali cluster turistici

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

 **Comuni emergenti nell'estate 2025**

Focus locale: **MOLISE**

CULTURALE



Campobasso

GREEN



Termoli

ENOGASTRONOMICO



Termoli

BUSINESS



Campobasso

*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.

❖ **INDAGINE AI TURISTI NEI COMUNI DEL NETWORK MIRABILIA**

L'indagine face to face, a mezzo questionario direttamente somministrato, ha avuto luogo durante la primavera del 2025. Si è rivolta ad un campione rappresentativo di 4.423 turisti, che avessero soggiornato almeno due notti nelle località in cui sono presenti i siti Unesco aderenti alla rete Mirabilia.

❖ **INDAGINE ALLE IMPRESE**

Nel corso del 2025 sono state realizzate 3 indagini in modalità C.A.T.I. nei mesi di aprile, luglio e settembre (ad un campione di 3750 strutture per ciascun periodo), coinvolgendo complessivamente circa 12.000 strutture ricettive in Italia (alberghiere ed extralberghiere). Tali indagini miravano 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 riallineare 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 e Culturali
Contributo consortile aggiuntivo

