

# IL TURISMO IN PUGLIA NEL 2026:

EVIDENZE, DINAMICHE E PROSPETTIVE  
PER UN NUOVO EQUILIBRIO TERRITORIALE

**BIT - Borsa Internazionale del Turismo  
Milano, 11 febbraio 2026**



# PANORAMICA

a cura dell'Osservatorio Regionale del Turismo di Pugliapromozione

## CONTRIBUTI SCIENTIFICI E TEMATICI

**Mara Maggiore**, Responsabile dell'Ufficio Osservatorio del turismo di Pugliapromozione  
**L'ANDAMENTO TURISTICO E IL TREND DEI PRINCIPALI INDICATORI**

**Mario Romanelli**, Esperto di Social Media e Innovazione per The Data Appeal Company  
**Simone Rossi**, Co-fondatore di Gate-Away  
**L'INNOVAZIONE E I CONTENUTI DIGITALI**

**Enzo Risso**, Direttore Scientifico di Ipsos Ricerche di mercato  
**GLI IMPATTI E LE PROSPETTIVE**

## SALUTI ISTITUZIONALI

**Antonio Decaro**, Presidente della Regione Puglia  
**Graziamarina Starace**, Assessora regionale al Turismo e alla Promozione  
**Vito Antonio Antonacci**, Direttore del Dipartimento Turismo, Economia della Cultura  
e Valorizzazione del Territorio della Regione Puglia  
**Luca Scandale**, Commissario dell'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione



# **L'ANDAMENTO TURISTICO NEL 2025 E IL TREND DEI PRINCIPALI INDICATORI**

**Mara Maggiore**

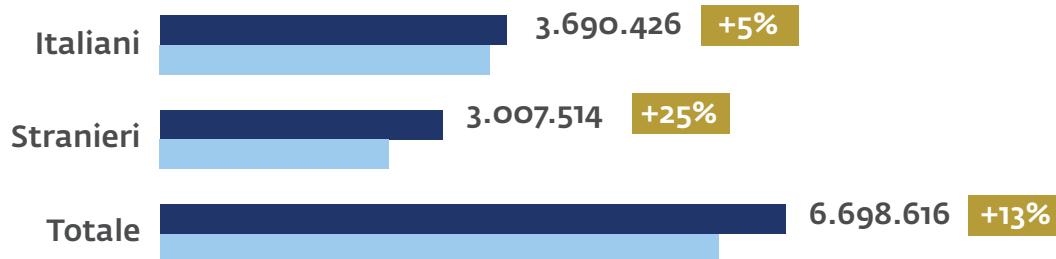
Responsabile dell'Ufficio Osservatorio del turismo di Pugliapromozione

**L'evoluzione della domanda nazionale e internazionale,  
le destinazioni emergenti, la stagionalità e le dinamiche territoriali**

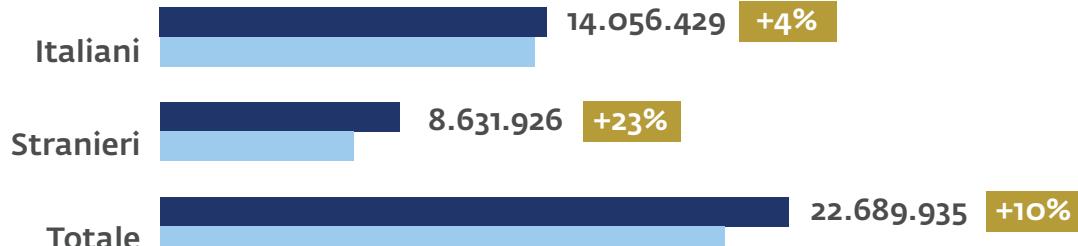
# L'ANDAMENTO TURISTICO NEL 2025

## IL TREND COMPLESSIVO

### ARRIVI



### PRESENZE



■ 2025 ■ 2024

- La crescita dei flussi turistici (**+13% gli arrivi e +10% le presenze**), in particolare dall'estero (**+25% gli arrivi e +23% le presenze**), rafforza nel 2025 il ruolo della Puglia come **destinazione competitiva nel Mediterraneo**, capace di generare valore diffuso sui territori e nuove opportunità per imprese e comunità locali.

- Nell'ultimo anno la Puglia raggiunge più di **22,6 milioni di presenze e 6,7 milioni di arrivi**.

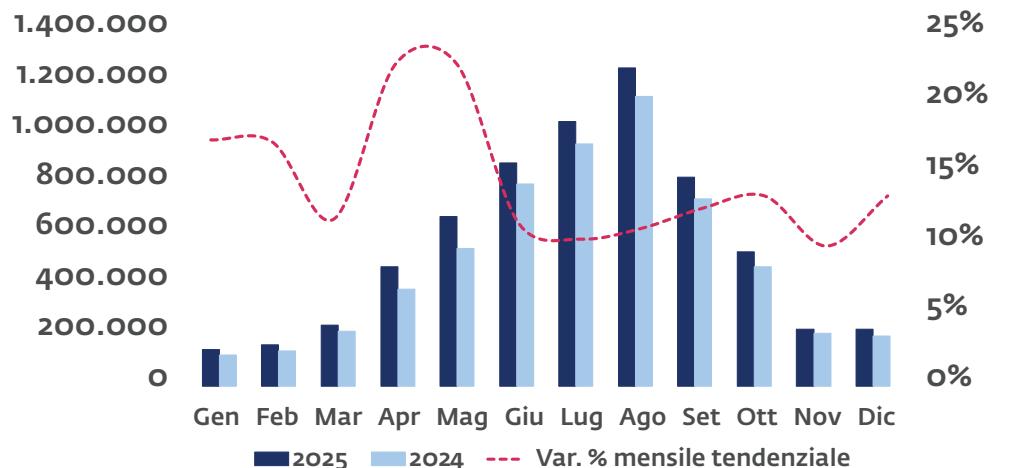
- Rispetto al **turismo degli italiani in Puglia** si registra un andamento positivo ma più moderato, con arrivi in crescita del **+5%** e presenze del **+4%**.



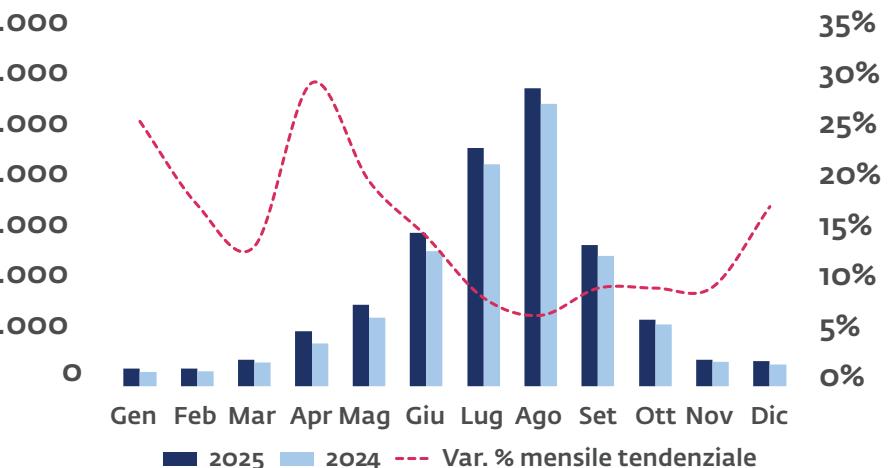
# L'ANDAMENTO TURISTICO NEL 2025

## IL TREND COMPLESSIVO

### ARRIVI TOTALE



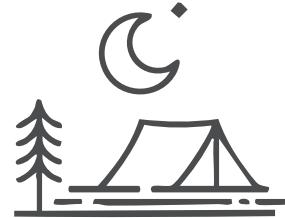
### PRESENZE TOTALE



- Nel 2025 gli arrivi risultano in crescita in tutti i mesi rispetto al 2024, con incrementi particolarmente significativi nel periodo primaverile. Dopo un avvio d'anno positivo (+17% tra gennaio e febbraio), aprile e maggio registrano i valori di crescita più elevati (+23,5%), anche in relazione allo spostamento della Pasqua. Nei mesi estivi l'andamento resta positivo ma più contenuto (fino al +10%), mentre la seconda parte dell'anno mostra una buona tenuta dei flussi, con variazioni sempre positive e incrementi del +13% a dicembre.
- Anche le presenze aumentano in modo diffuso, con forti incrementi in primavera (aprile +29%) e una crescita sostenuta a inizio e fine anno. In estate la dinamica si stabilizza su valori più moderati, confermando livelli elevati di permanenza e un consolidamento della domanda. Nel mese di dicembre le presenze raggiungono le 500mila unità con un incremento del +17%

# L'ANDAMENTO TURISTICO NEL 2025

## PER COMPARTO



### ARRIVI

Locazioni turistiche  1.250.142 **+28%**

Extra-alberghiero  2.208.074 **+14%**

Alberghiero  3.233.868 **+7%**

### PRESENZE

Locazioni turistiche  3.883.031 **+25%**

Extra-alberghiero  8.576.123 **+10%**

Alberghiero  10.195.233 **+6%**

■ 2025 ■ 2024

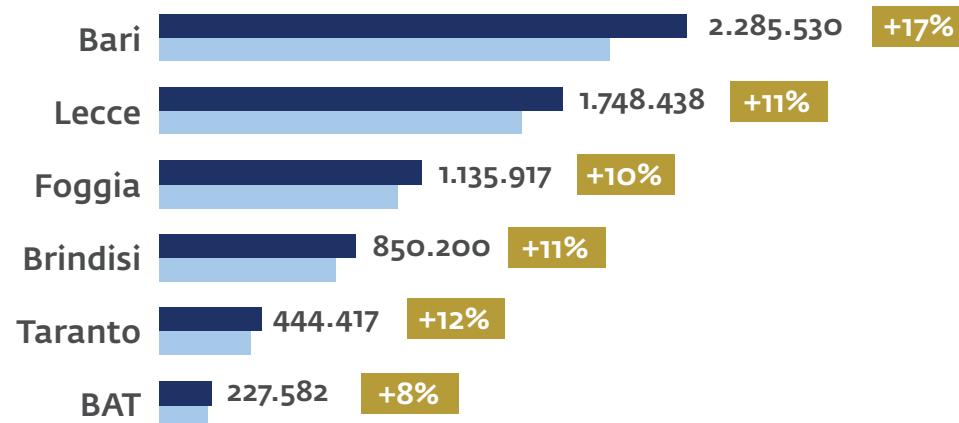
Comparto	Quota arrivi	Quota Presenze
Alberghiero	48,3%	45,0%
Extra alberghiero	33,0%	37,9%
Locazioni turistiche	18,7%	17,1%

- **Alberghiero:** crescita del **+7% negli arrivi e +6%** nelle presenze, a conferma della costante attrattività delle strutture ricettive tradizionali.
- Anche nel 2025, il comparto alberghiero continua a ospitare circa la metà del flusso complessivo registrati nei tre settori.
- **Extra-alberghiero:** buon incremento degli arrivi (**+14%**) e delle presenze (**+10%**), segnale di un interesse crescente per soluzioni ricettive alternative.
- **Locazioni turistiche:** trend in crescita marcato con **+28% negli arrivi e +25% nelle presenze**, sempre più spesso scelte anche dai turisti internazionali.

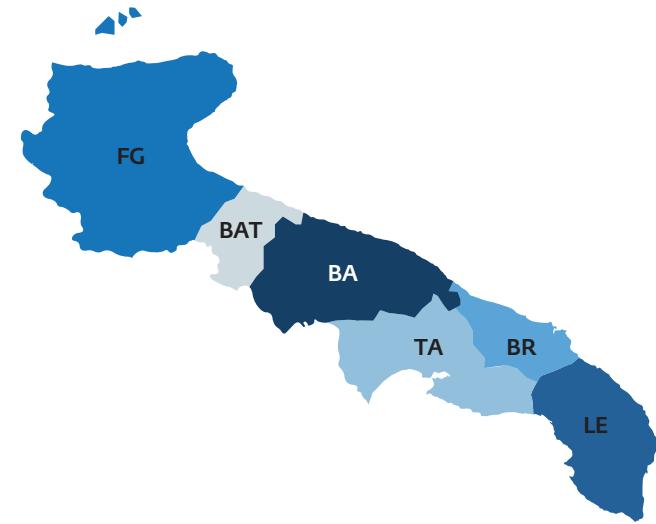
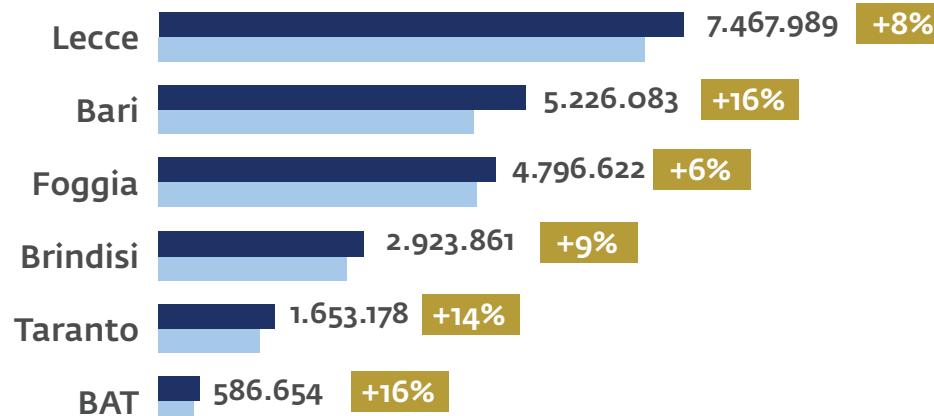
# L'ANDAMENTO TURISTICO NEL 2025

## LE PROVINCE

### ARRIVI



### PRESENZE



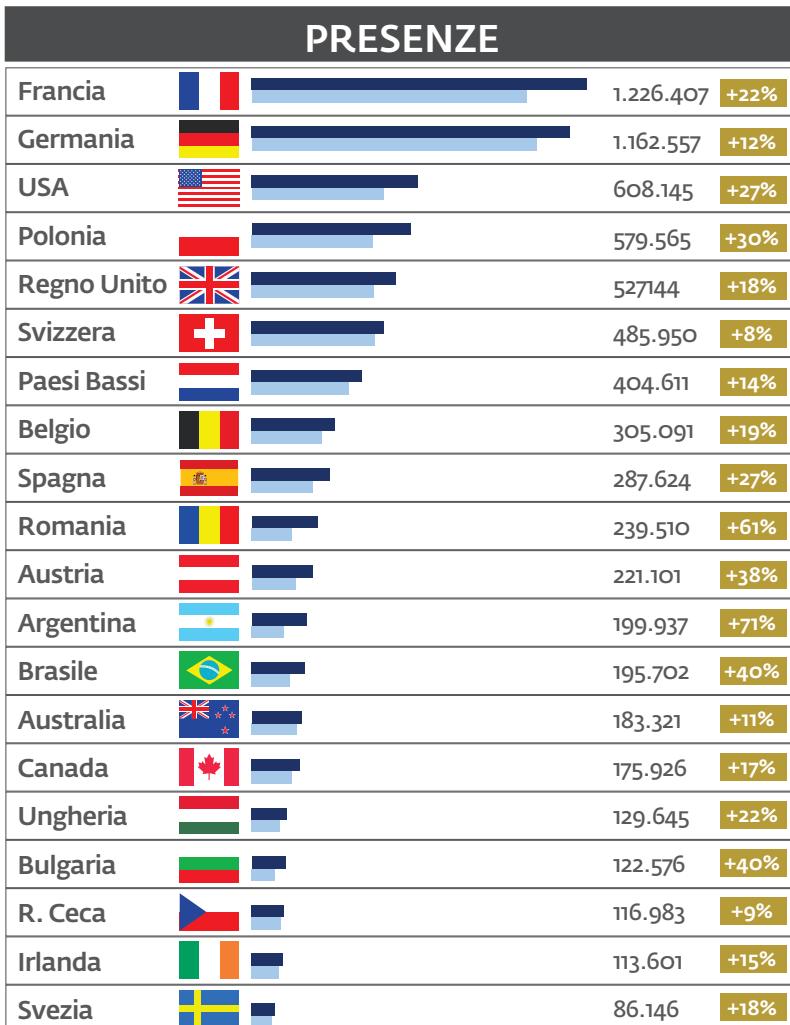
- I dati evidenziano la crescita delle principali aree turistiche, ma anche uno sviluppo più equilibrato che include le aree interne.

- Bari e Lecce registrano incrementi significativi, ma le performance delle province di Foggia e Taranto mostrano buone percentuali di crescita fino al +14% a Taranto per le presenze e del +10% a Foggia per gli arrivi. A Brindisi e nella Bat la crescita delle presenze supera il +9%.

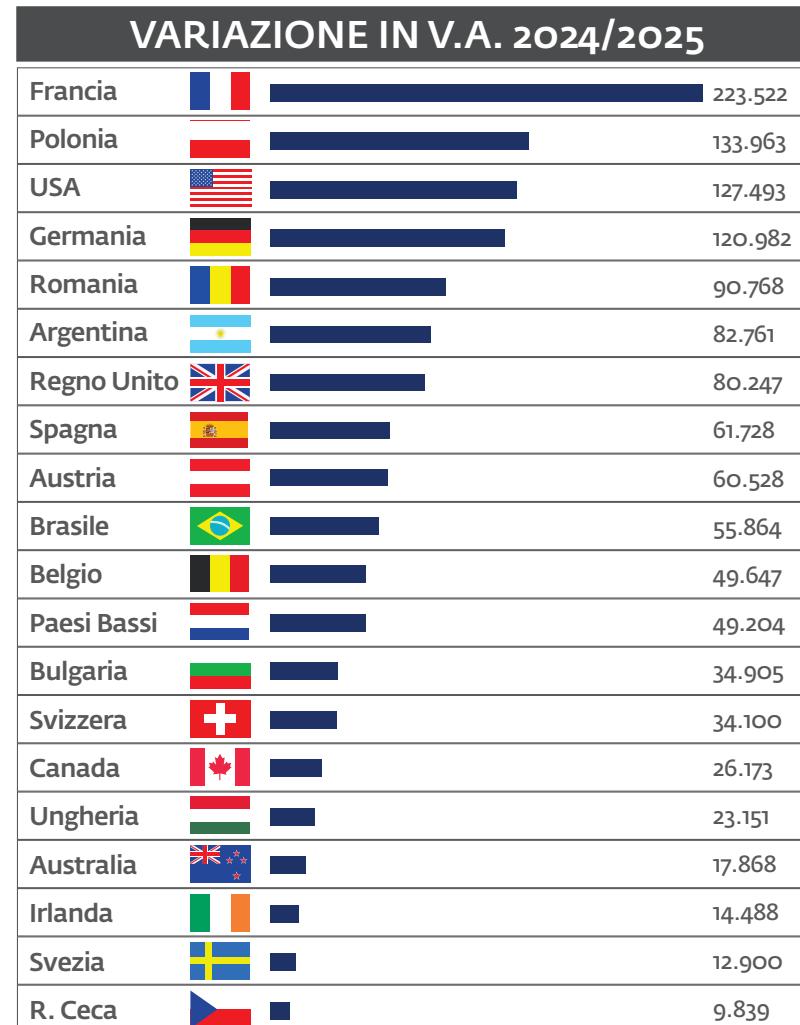
- Le quote riflettono un processo di decentramento del turismo che favorisce una distribuzione più equa dei flussi turistici, aiutando a rilanciare economicamente anche le zone rurali e interne, con un impatto positivo sullo sviluppo di infrastrutture, servizi e opportunità nelle aree meno urbanizzate.

# L'ANDAMENTO TURISTICO NEL 2025

## I MERCATI STRANIERI



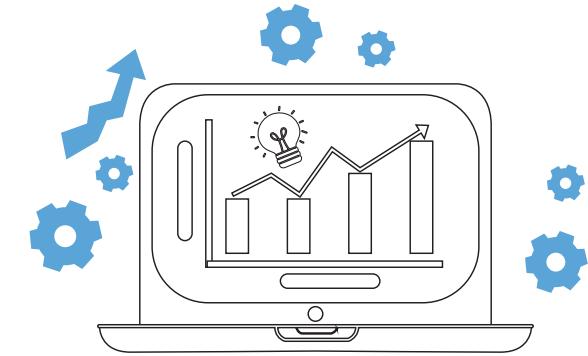
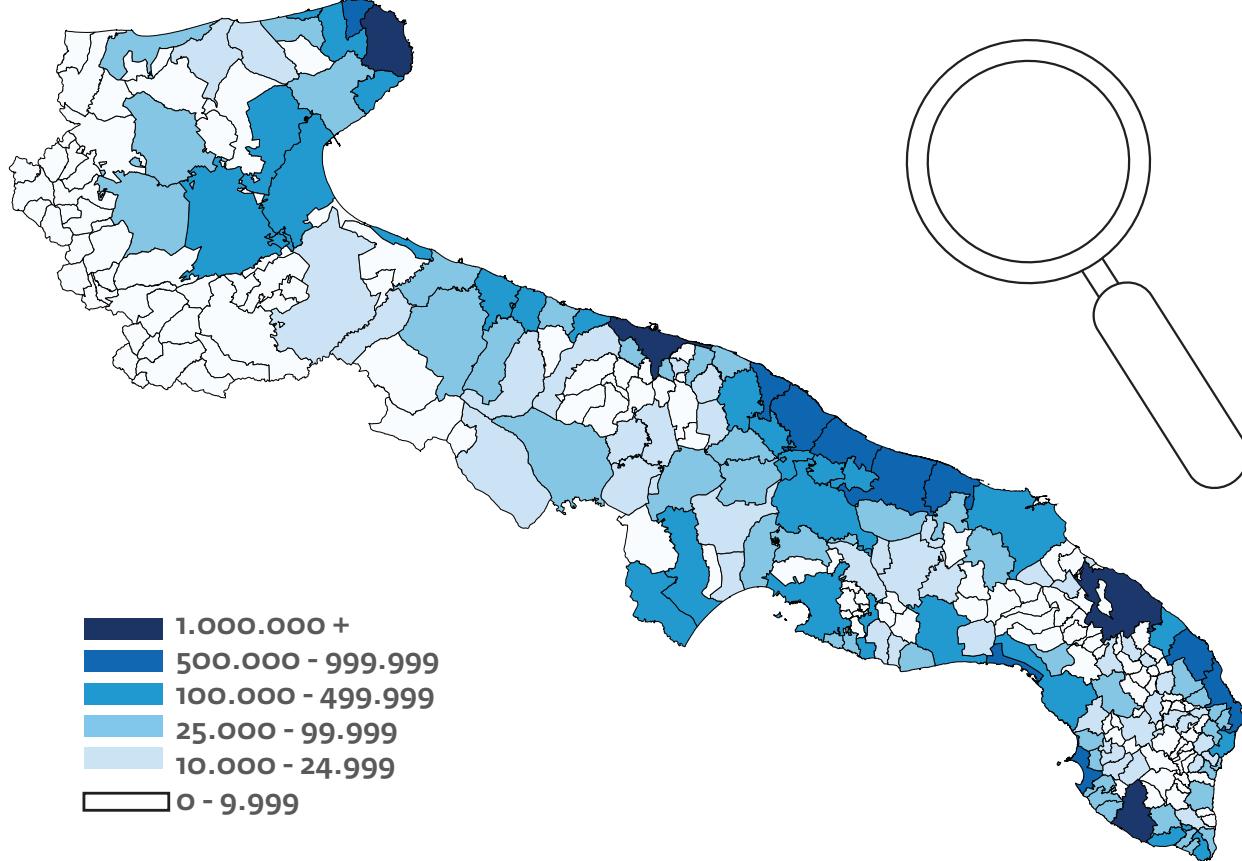
■ 2025 ■ 2024



- Crescita notevole delle presenze totali, guidate dalla Francia con oltre 1,2 milioni di notti (+22% sul 2024) e dalla Germania con 1,1 milioni.
- Si conferma il ruolo strategico degli USA al terzo posto, che superano le 608.000 presenze e segnando un incremento del 26,5%, si consolida come il primo mercato extra-europeo per volumi e permanenza.
- I mercati dell'Est Europa e del Sud America mostrano i tassi di crescita più dinamici anche in termini di pernottamenti: spiccano la Polonia (580k presenze, +30%) e la Romania (+61%).
- Risultato eccellente per l'Argentina, che incrementa le presenze del +71%.

# L'ANDAMENTO TURISTICO NEL 2025

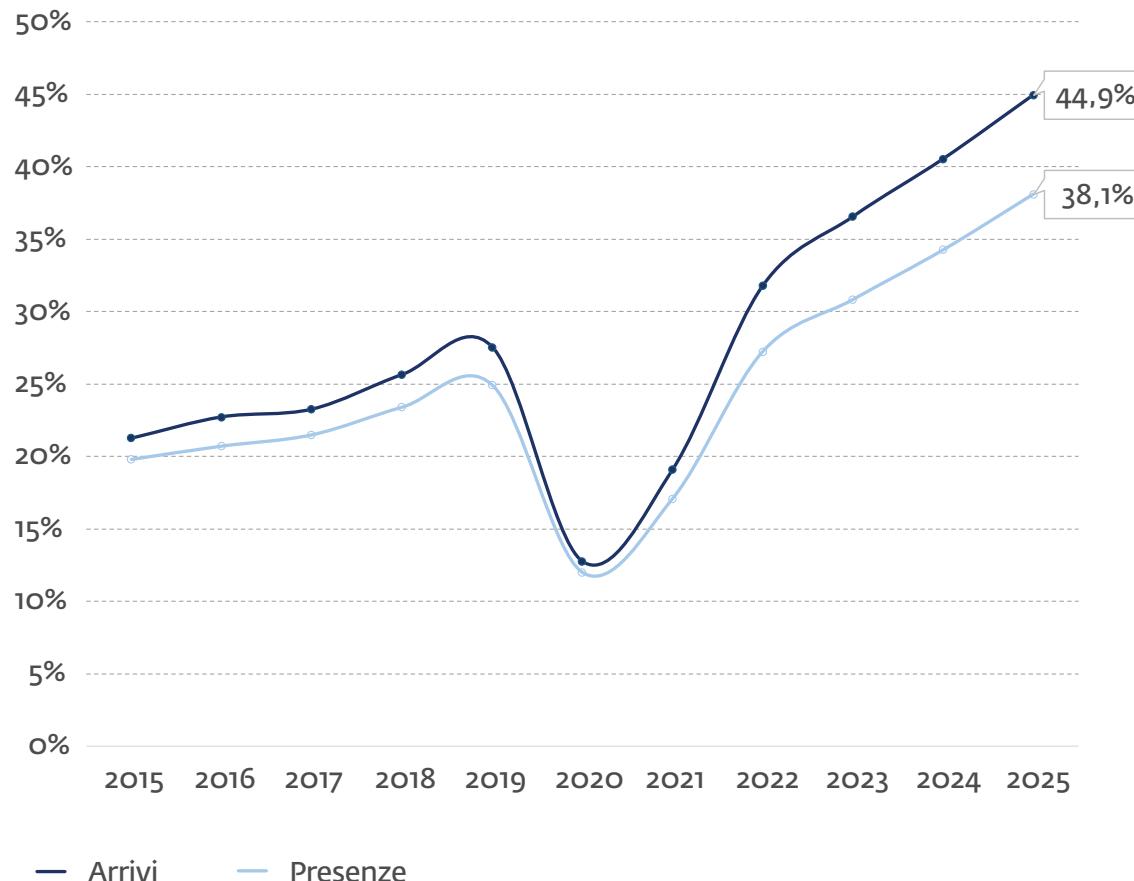
## VARIAZIONE COMUNALE



- Tra i comuni delle aree interne pugliesi si segnala la crescita significativa di **San Giovanni Rotondo** (+63.347 presenze; +14,9%) e **Alberobello** (+57.309; +17,3%).
- Andamenti positivi anche per **Martina Franca** (+34.401; +18,1%), **Conversano** (+21.209; +21,1%) e **Lucera** (+11.550; +38,9%).
- Crescite solide interessano inoltre **Putignano** (+7.001; +27,9%), **San Severo** (+6.043; +19,2%) e **Noci** (+4.463; +11,9%).
- Da segnalare infine le variazioni percentuali più marcate di **San Ferdinando di Puglia** (+89,1%) e **Castelnovo della Daunia** (+79,1%), che evidenziano segnali di forte dinamismo locale.

# IL TREND DEI PRINCIPALI INDICATORI DAL 2015 AL 2025

## IL TASSO D'INTERNAZIONALIZZAZIONE: GLI STRANIERI RISPETTO AL TOTALE DEI TURISTI

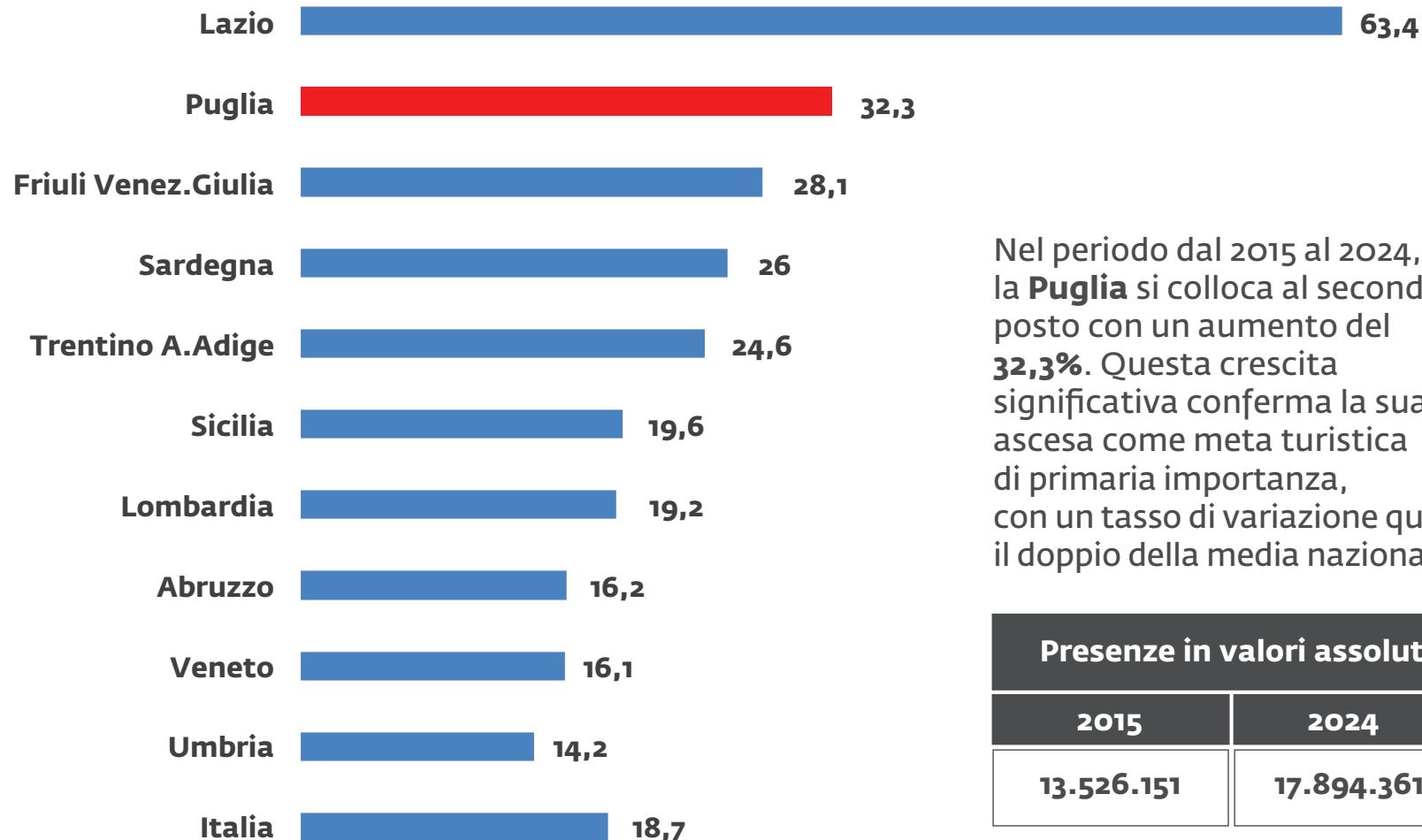


- Tra il 2015 e il 2025 si osserva un forte e progressivo aumento del peso della componente straniera, interrotto temporaneamente nel 2020 a causa della pandemia.
- Nel 2025 gli **arrivi stranieri** rappresentano il **45%** del totale, mentre le **presenze straniere** raggiungono il **38%**, evidenziando una crescente attrattività internazionale della destinazione. Parallelamente diminuisce l'incidenza del mercato domestico, che resta comunque prevalente in termini di presenze. Il trend complessivo conferma un rapido processo di apertura e consolidamento sui mercati esteri.

# IL TREND DEI PRINCIPALI INDICATORI DAL 2015 AL 2025

## LA TOP TEN DELLE DESTINAZIONI REGIONALI ITALIANE

### VARIAZIONE % DELLE PRESENZE - ANNI 2015-2024



Nel periodo dal 2015 al 2024, la **Puglia** si colloca al secondo posto con un aumento del **32,3%**. Questa crescita significativa conferma la sua ascesa come meta turistica di primaria importanza, con un tasso di variazione quasi il doppio della media nazionale.

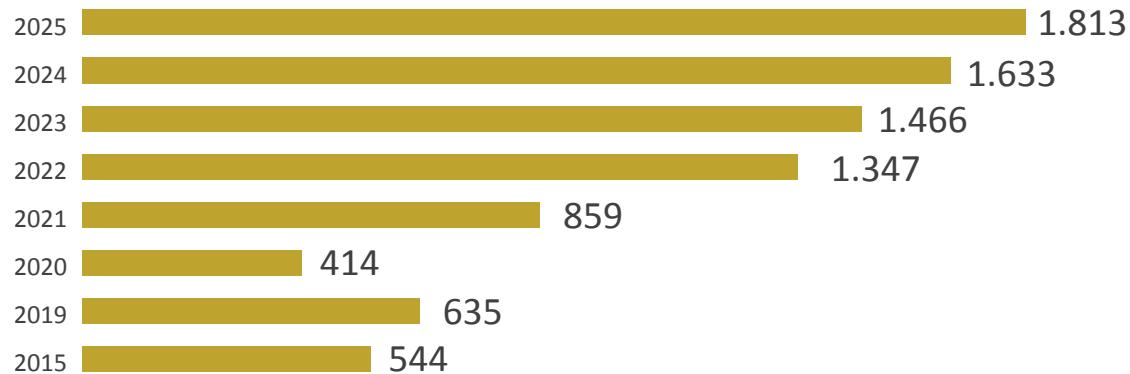
Presenze in valori assoluti	
2015	2024
13.526.151	17.894.361

Fonte: elaborazioni su dati Istat.

N.B. nel confronto con le regioni italiane, i dati Istat non considerano il movimento turistico generato dalle attività a gestione familiare quali Case e appartamenti per vacanza e Locazioni turistiche. Queste attività ricettive dal 2025 verranno rilevate da Istat attraverso il CIN.

# L'IMPATTO ECONOMICO

## LA SPESA DEI TURISTI STRANIERI IN PUGLIA IN MILIONI DI EURO



Fonte: Elaborazioni su dati Banca d'Italia, \* 2025 valore stimato al quarto trimestre

## L'IMPOSTA DI SOGGIORNO DELLA PUGLIA IN MILIONI DI EURO



Fonte: Elaborazione su dati SIOPE (Sistema Informativo delle Operazioni degli Enti Pubblici)



PROV	VALORE AGGIUNTO (VA) FILIERA TURISMO	QUOTA VA FILIERA TURISMO SU VA TOTALE
FOGGIA	1.748	14,5%
BARI	4.542	14,8%
TARANTO	1.568	12,9%
BRINDISI	1.659	21,1%
LECCE	3.421	22,4%
BAT	955	13,8%
PUGLIA	13.892	16,3%

Fonte: Elaborazioni su dati Unioncamere, Valori 2025 stimati

- Nel 2025 la filiera del turismo vale 13,9 miliardi il 16,3% del valore aggiunto totale regionale occupando circa 200.000 addetti.
- La spesa dei turisti stranieri è oltre 1,8 miliardi di euro, quasi il triplo rispetto al 2019.
- L'effetto della crescita turistica si ripercuote anche sulla crescita dell'imposta di soggiorno che ha raggiunto 26,3 milioni, con una variazione del +14% rispetto al 2024.

# **L'INNOVAZIONE E I CONTENUTI DIGITALI**

**Mario Romanelli**

Esperto di Social Media e Innovazione per The Data Appeal Company

**Simone Rossi**

Co-Fondatore di Gate-Away

**I comportamenti dei visitatori, le prenotazioni online,  
la sostenibilità, la qualità dell'offerta  
e l'impatto sul mercato immobiliare**

# COSA RACCONTANO LE TRACCE DIGITALI

## Il nostro approccio data-driven:

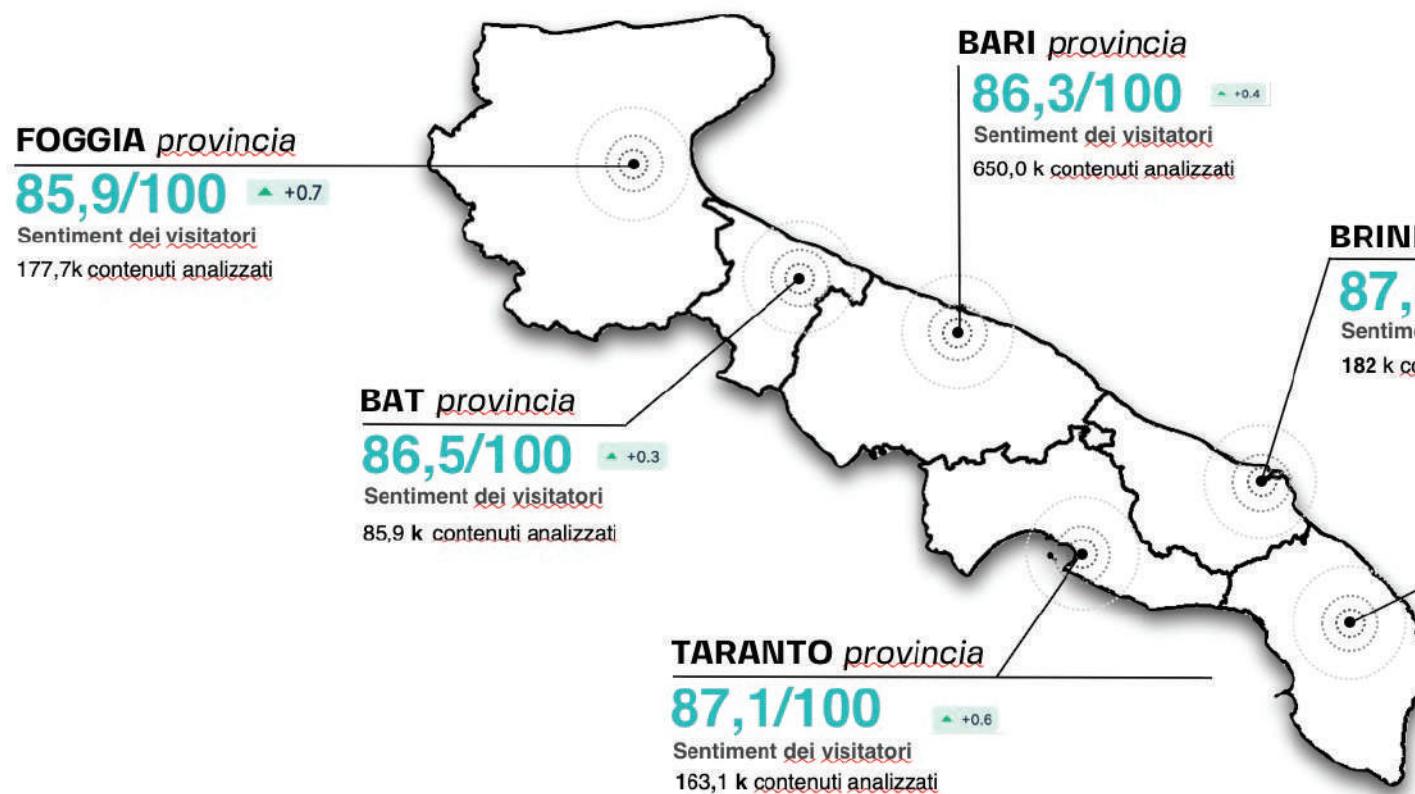


Analisi completa a 360 gradi di qualsiasi territorio per migliorare le attività di gestione della destinazione e del marketing

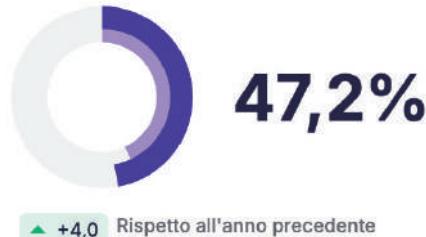
# L'ANALISI PER PROVINCIA

Volume totale tracce digitali 1,6M vs 1,8M

## Sentiment Index



## L'ANALISI PER PROVINCIA

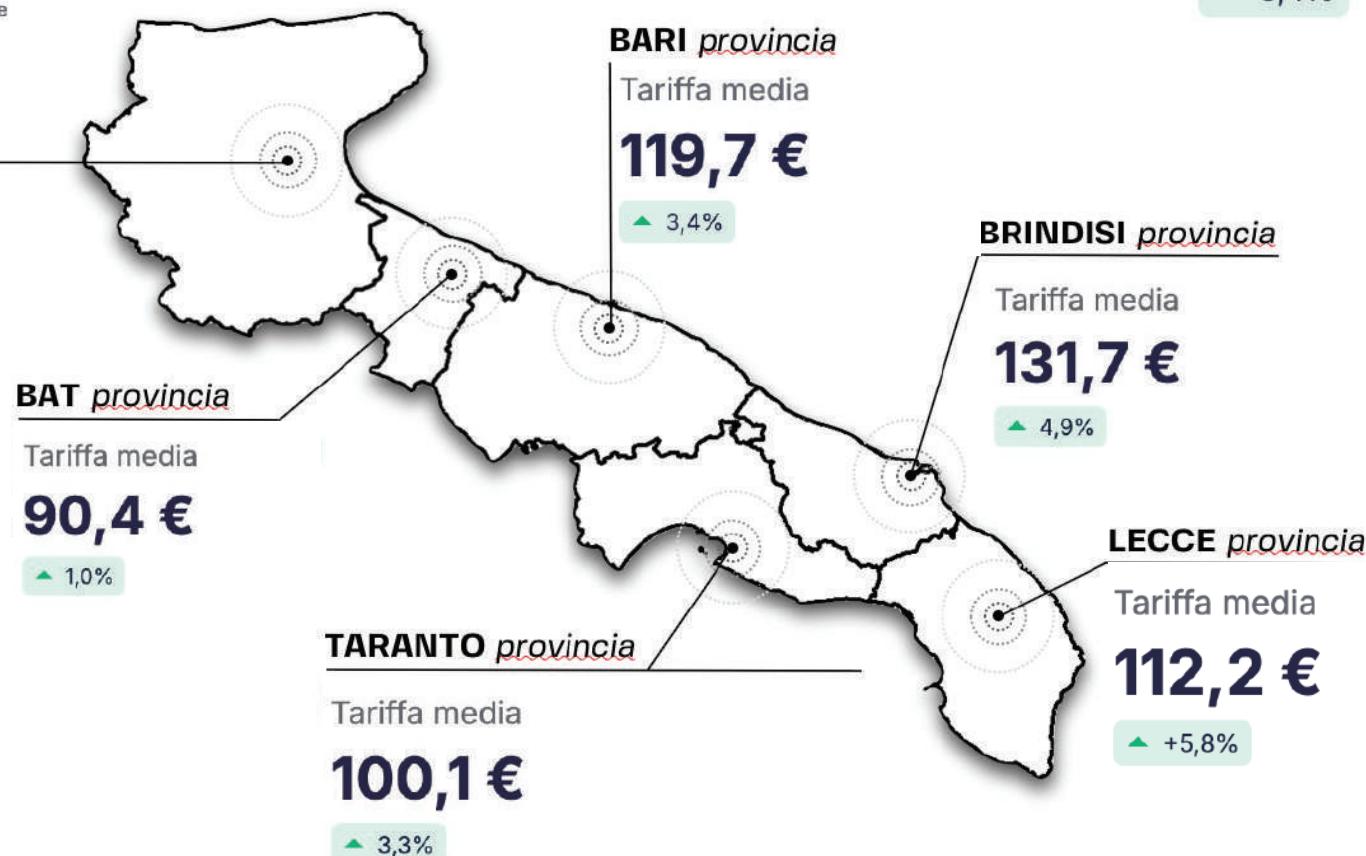


### FOGGIA *provincia*

Tariffa media

**89,3 €**

▲ 3,7%



# DESTINATION SUSTAINABILITY INDEX

## Destination sustainability index

Questo Indice misura il livello di performance in termini di sostenibilità nella tua destinazione.



Buon livello di sostenibilità della destinazione.

## Buono

Il punteggio **68,8** evidenzia la presenza di buone pratiche di sostenibilità nella destinazione. Questo dimostra sforzi positivi per preservare l'ambiente e promuovere una gestione responsabile. Ci sono comunque opportunità di miglioramento, partendo dalle criticità evidenziate nei pillar con il punteggio più basso.

### Destination Sustainability Index

68,8 /100

### Social-Cultural Pillar

89,0 /100

### Destination Management Pillar

53,3 /100

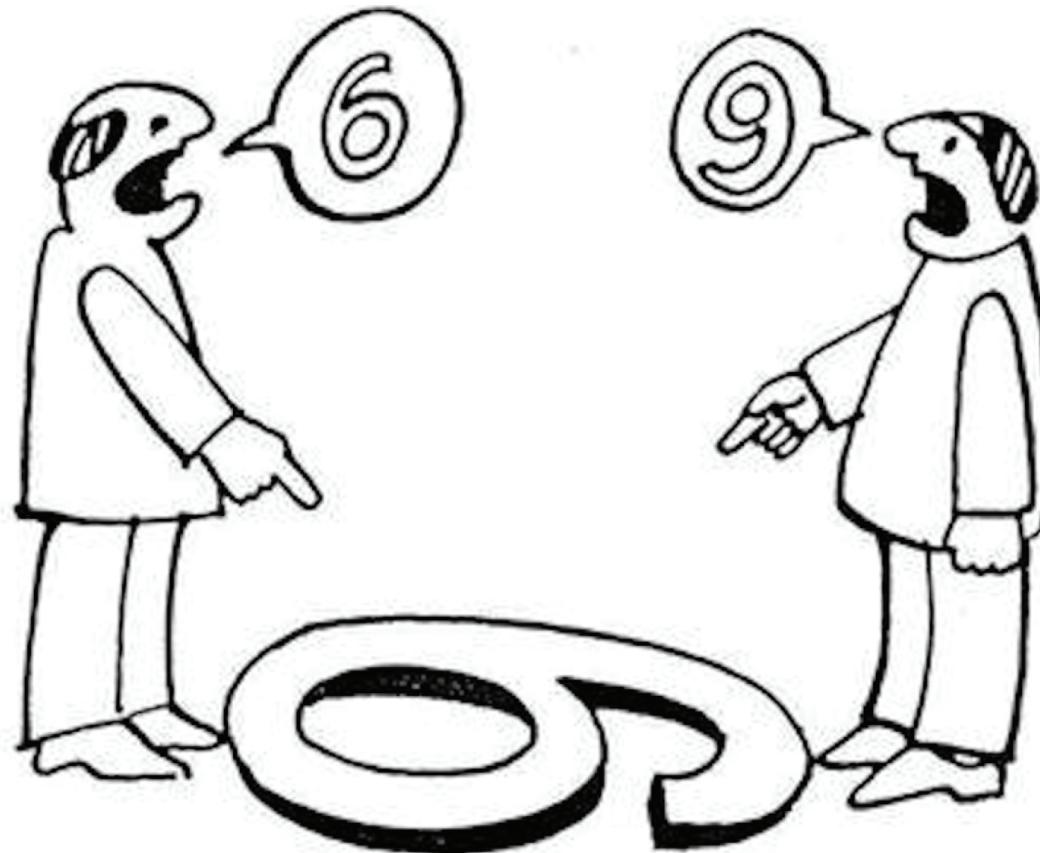
### Overtourism Pillar

74,2 /100

### Environmental Pillar

58,6 /100

# COSA RACCONTANO LE TRACCE DIGITALI



**Mario Romanelli**

SALES DIRECTOR

[mario@datappeal.io](mailto:mario@datappeal.io)

+39.334.3048483



THE **DATA APPEAL** COMPANY



# IMMOBILIARE IN PUGLIA: UNA NUOVA GEOGRAFIA INTERNAZIONALE

Puglia, top destination 2025



**Ostuni**

1<sup>a</sup> città in Italia per  
ricerca internazionale



**Top aree**

**Salento**

2<sup>a</sup> area più cercata  
nel Paese

**Valle d'Itria**

3<sup>a</sup> area più cercata  
nel Paese



**Ranking nazionale**

Puglia 5<sup>a</sup> regione più cercata in Italia



**Top 10 province**

Brindisi (3<sup>a</sup> posizione) Lecce (9<sup>a</sup> posizione)

# IMMOBILIARE IN PUGLIA: UNA NUOVA GEOGRAFIA INTERNAZIONALE

## Chi sono gli acquirenti esteri in Puglia ?

### Provenienza



**75%**

Fascia > 56 anni



**78%**

Sposato/  
Convivente



**66%**

Lavoratore



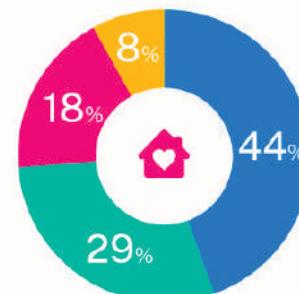
**32%**

Pensionato

### Motivazione di acquisto

- Clima e stile di vita
- Prezzi più bassi
- Arte e Cultura
- Origini italiane

### Progetto di vita in Puglia



Pensione 44%

Cambio di vita 29%

Vacanze 18%

Investimento 8%

# IMMOBILIARE IN PUGLIA: UNA NUOVA GEOGRAFIA INTERNAZIONALE

Domanda concentrata su località iconiche

2019

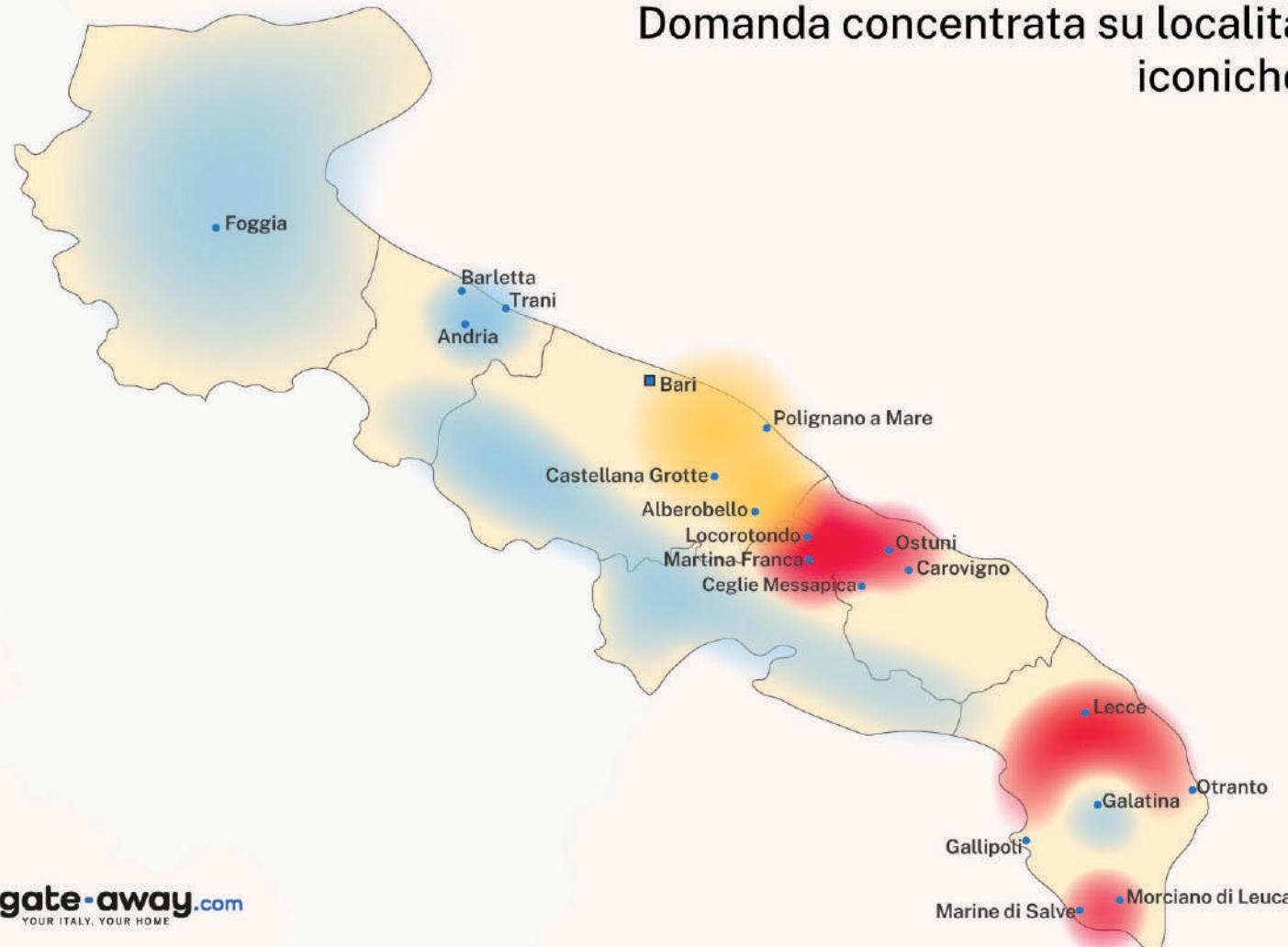


BASSO

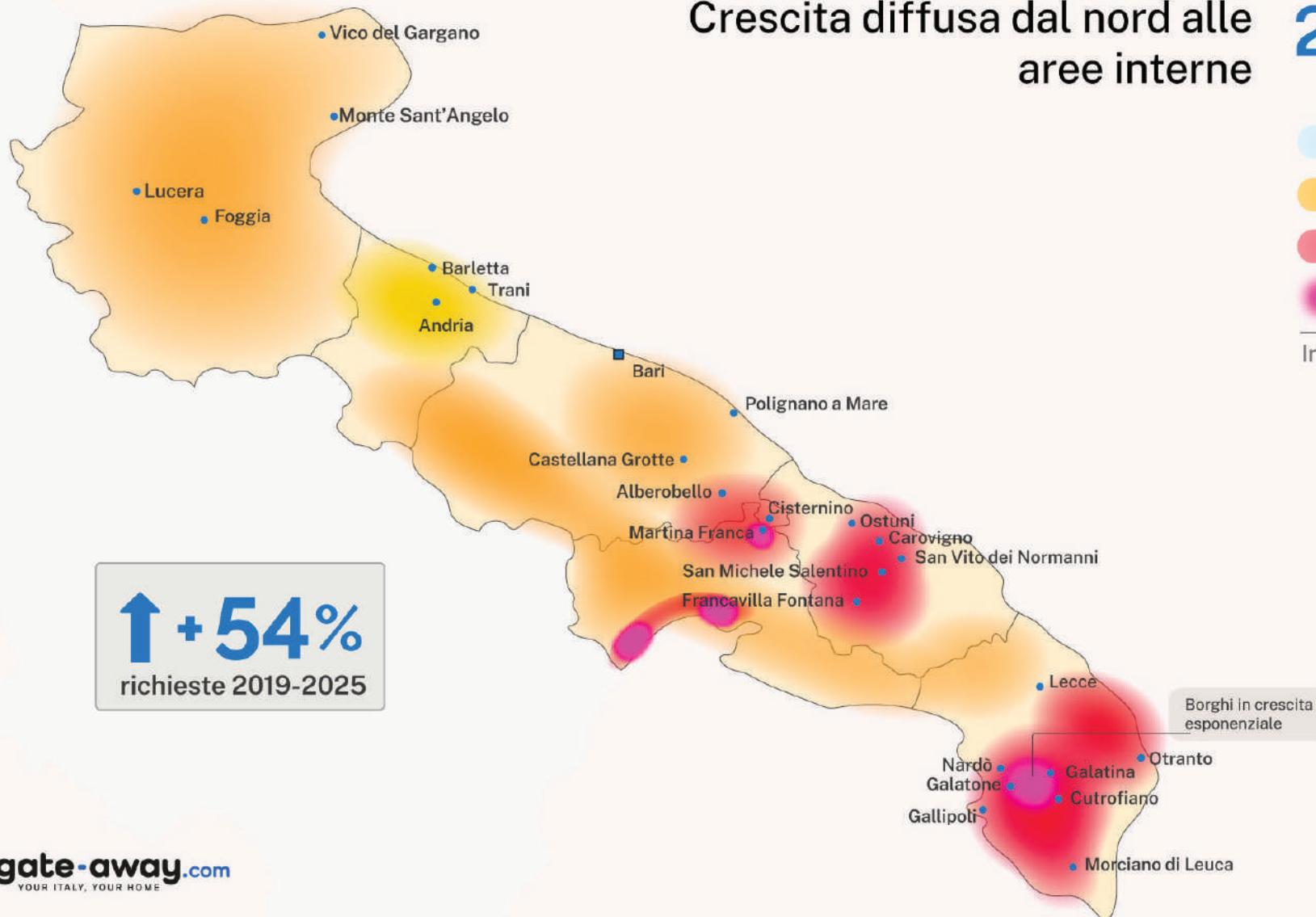
MEDIO

ALTO

Intensità = quota di richieste



# IMMOBILIARE IN PUGLIA: UNA NUOVA GEOGRAFIA INTERNAZIONALE



## IMMOBILIARE IN PUGLIA: UNA NUOVA GEOGRAFIA INTERNAZIONALE

Il cuore della Puglia diventa la destinazione principale del mercato internazionale che trasforma i borghi autentici in nuove icone residenziali.

### **Perché questo trend è il futuro della Puglia?**

- ✓ Si passa dall'acquisto impulsivo ad un progetto di vita
- ✓ Rigenerazione urbana ed economia circolare
- ✓ Destagionalizzazione



# **GLI IMPATTI E LE PROSPETTIVE**

**Enzo Risso**

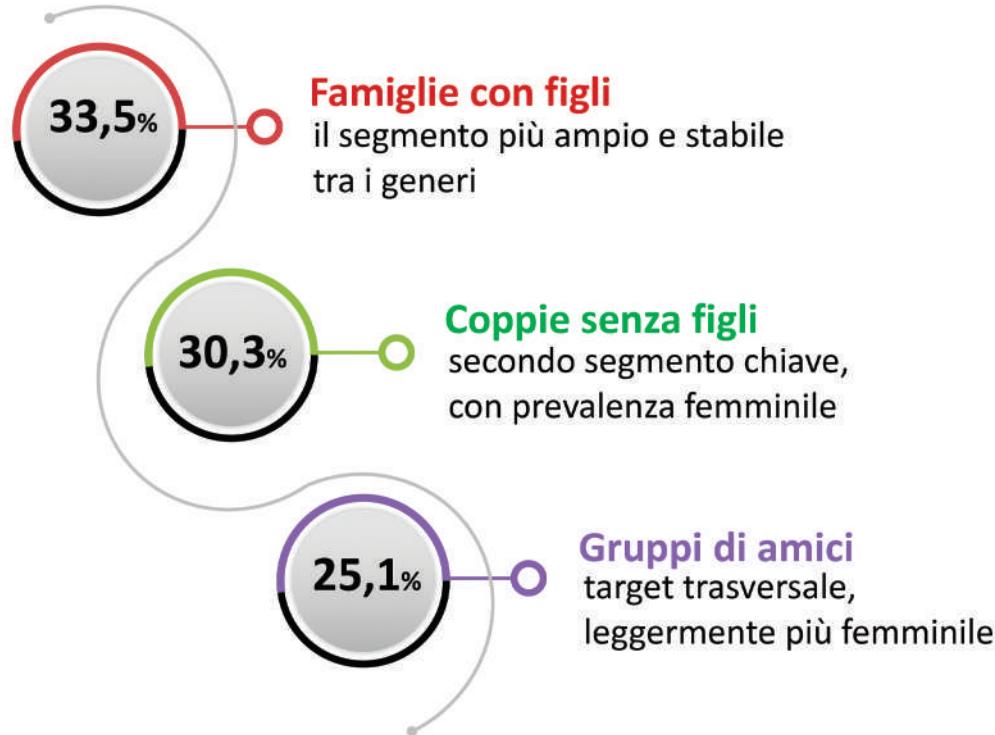
Direttore Scientifico di Ipsos Ricerche di mercato

**Le opportunità di sviluppo, i nuovi target,  
le aree interne e gli scenari previsionali**

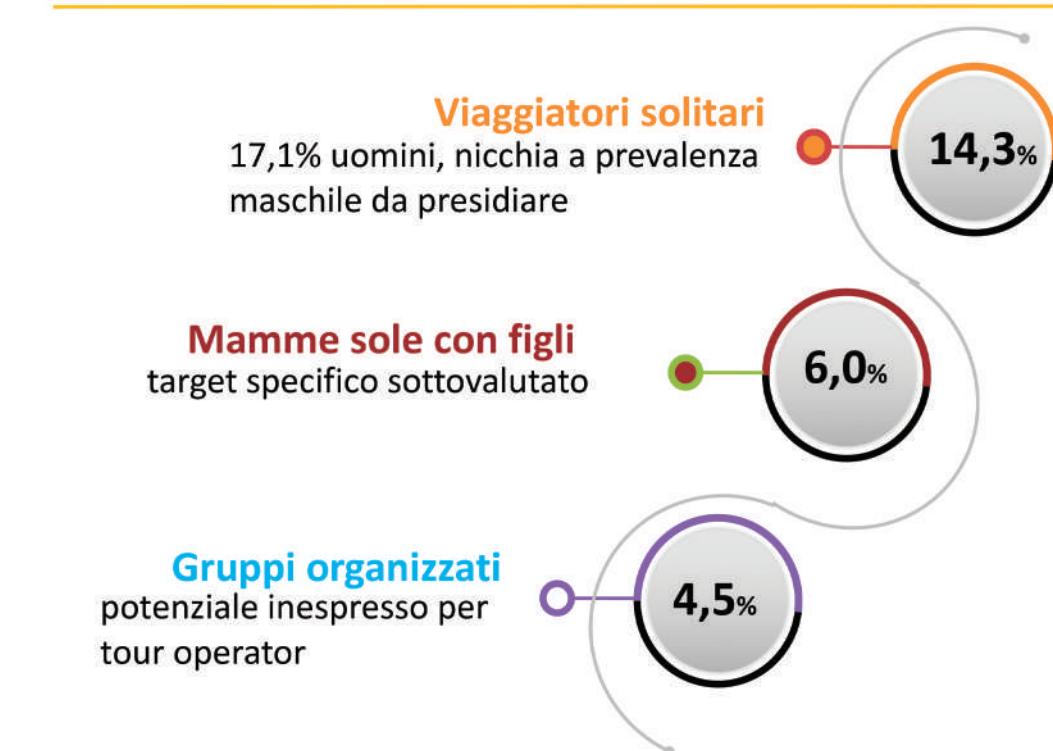
# GLI IMPATTI E LE PROSPETTIVE

## IL MERCATO TURISTICO CON CHI VIAGGIANO GLI ITALIANI

### SEGMENTI DOMINANTI

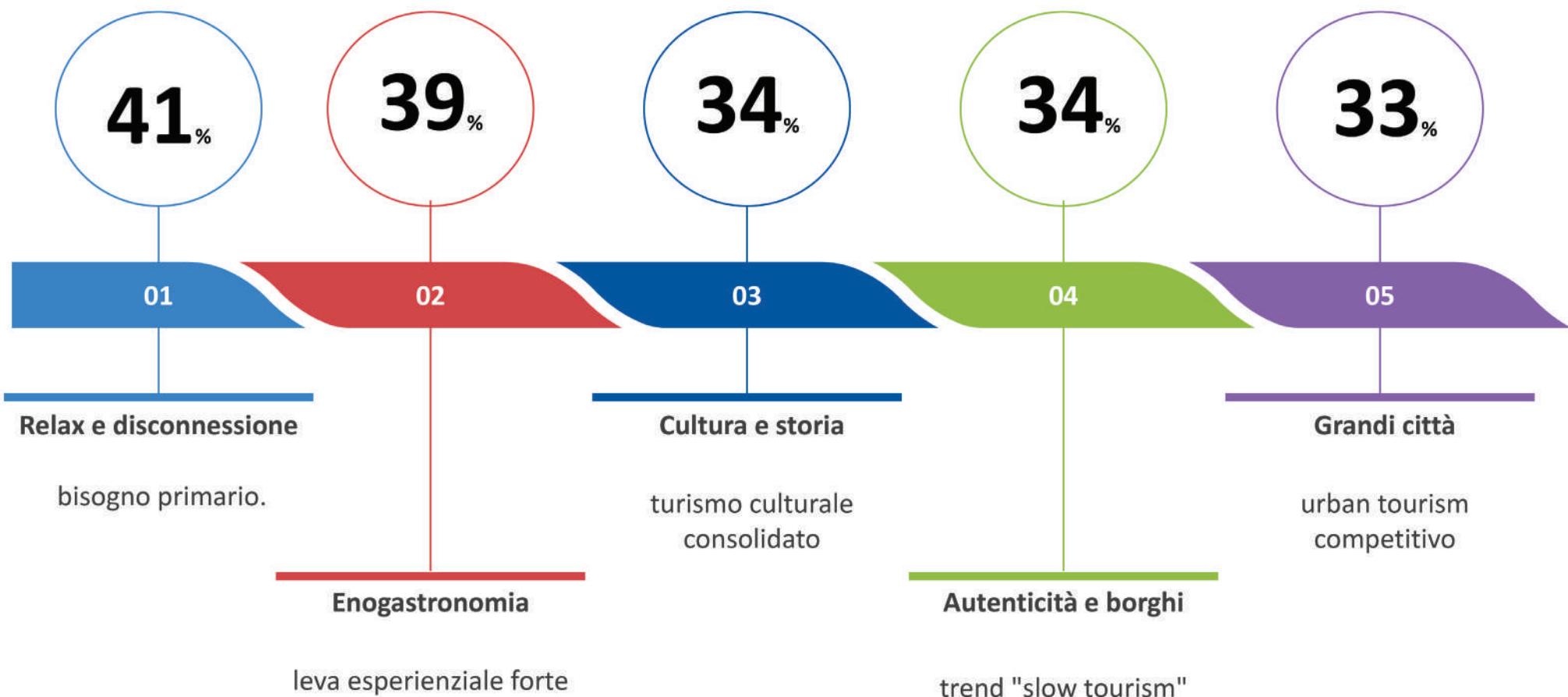


### INSIGHT STRATEGICI



## GLI IMPATTI E LE PROSPETTIVE

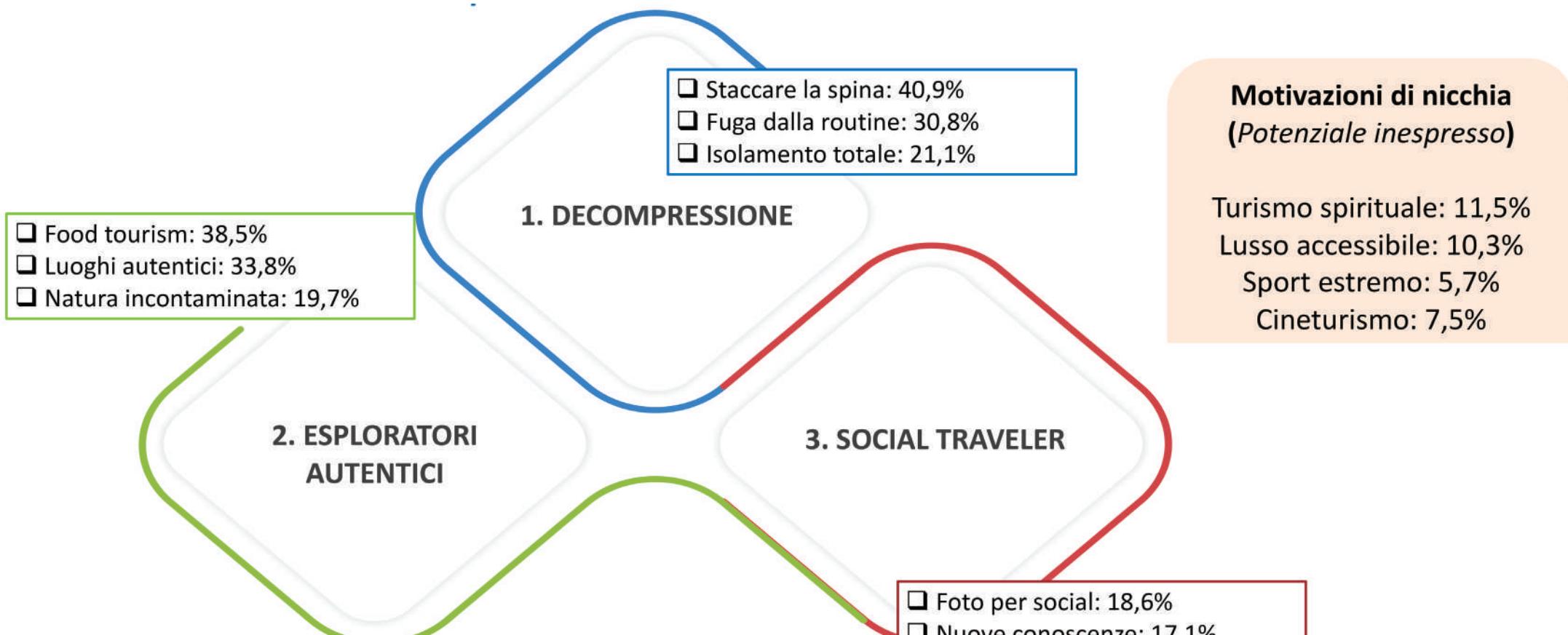
### CHE COSA CERCA IL TURISTA ITALIANO I TOP DRIVER DI SCELTA



# GLI IMPATTI E LE PROSPETTIVE

## A CHE COSA ASPIRA IL TURISTA ITALIANO

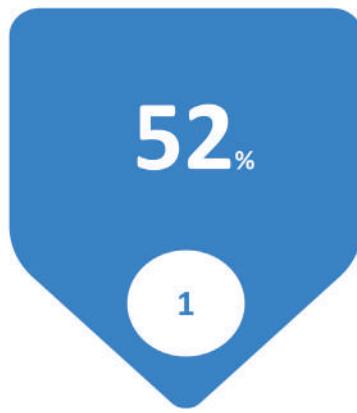
### LE STRATEGIE MIRATE



## GLI IMPATTI E LE PROSPETTIVE

### CONTENT CREATION IN VIAGGIO

**95%** dei turisti documenta attivamente il viaggio. La creazione di contenuti è ormai parte integrante dell'esperienza



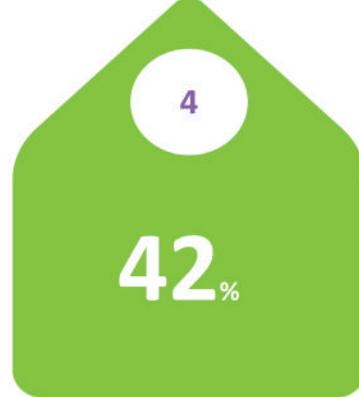
Panorami  
Investire in  
viewpoint segnalati

**Vita quotidiana/vie**  
Valorizzare  
l'ordinario autentico



Monumenti  
Classico sempre  
rilevante e da  
agevolare.

**Natura/animali**  
Eco-tourism content  
ready



Cibo  
Stimolare la Food  
photography

# GLI IMPATTI E LE PROSPETTIVE

## MAPPA DEL CUSTOMER JOURNEY DELLA SCELTA TURISTICA



# GLI IMPATTI E LE PROSPETTIVE

## L'ANALISI DI SCENARIO PER LO SVILUPPO DEL PIANO STRATEGICO PER LA PROGRAMMAZIONE E IL MARKETING TURISTICO REGIONALE DEI PROSSIMI ANNI

### MACRO OBIETTIVI

1. verificare il **potenziale di nuovi target** turistici capaci di garantire continuità temporale
2. **diversificazione** e maggiore **sostenibilità** dei flussi di incoming
3. **valorizzare l'intero territorio** regionale in tutte le stagioni
4. mettere a fattor comune il **patrimonio informativo** già a disposizione di Pugliapromozione al fine di cogliere distanze e sovrapposizioni
5. **analizzare i mutamenti** del contesto avvenuti negli ultimi anni attraverso gli occhi degli operatori
6. verificare il **patrimonio reputazionale** di cui la Puglia gode come base per affinare l'offerta del futuro

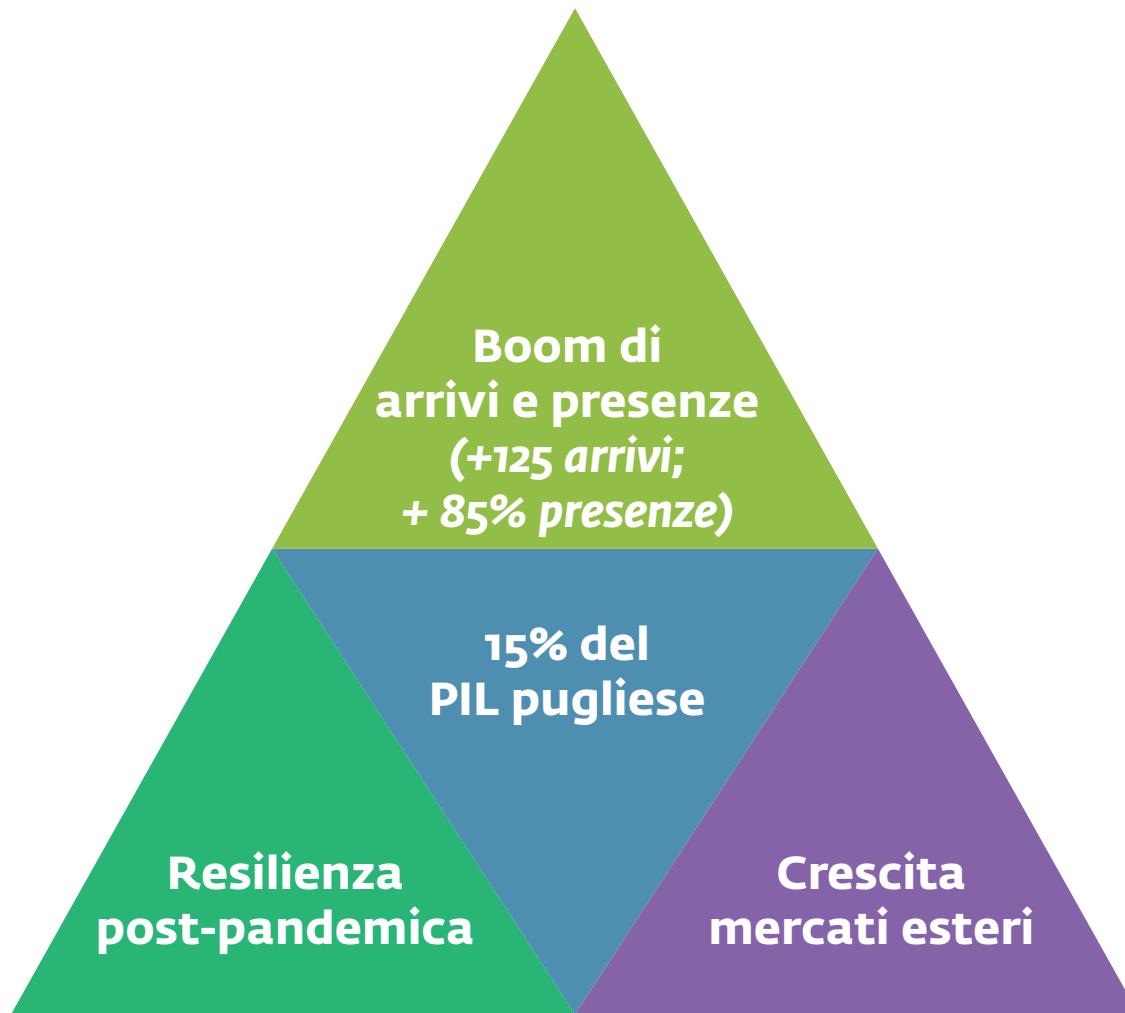


# **LE PROSPETTIVE DEL TURISMO IN PUGLIA**

**Graziamaria Starace**

Assessora al Turismo e Promozione Regione Puglia

# DOVE SIAMO DOPO GLI INVESTIMENTI 2005-2025



# DOVE SIAMO DOPO GLI INVESTIMENTI 2005-2025

**Nell'ultimo ventennio tanto è cambiato per il Turismo in Puglia:**

- Da meta per il turismo domestico di prossimità a **destinazione globale** (+450% arrivi stranieri)
- Da meta di turismo balneare a **turismo multitarget** (turismo culturale, congressuale, religioso, delle radici, ...)
- Da presenze concentrate in alcuni territori e in poche destinazioni, a **presenze sempre più diffuse** da nord a sud e dalla fascia costiera all'entroterra
- Da forte concentrazione nei mesi estivi (luglio-agosto) a crescita dei mesi spalla (aprile-giugno e settembre-ottobre, per guardare a una concreta **prospettiva di destagionalizzazione**)
- Oggi c'è una **brand-Identity** riconoscibile e affermata presso tutti i tour operator e nel grande pubblico

# LE SFIDE PER IL QUINQUENNIO 2026-2030



# LE DIRETTRICI DI INVESTIMENTO NEL 2026-2030



# I FOCUS PER LA BIT 2026





*Grazie per l'attenzione!*

**Per ulteriori informazioni**

osservatorio@aret.regionepuglia.it  
aret.regionepuglia.it - dms.puglia.it

**È possibile scaricare i dati 2025 dalla Data Platform disponibile al seguente link**  
<http://osservatorio.dms.Puglia.it>

**#WeAreINPUGLIA®**