

Data: 17 Giugno 2025

Categoria: EEN, Eventi ed iniziative

Turismo naturalistico: la Puglia laboratorio nazionale della sostenibilità

Le proposte emerse dal forum Green On di Unioncamere Puglia/EEN ad Altamura: costruire un'offerta di sistema e puntare su servizi e nuovi target. Oltre 200 gli addetti ai lavori intervenuti.

Il turismo naturalistico e d'avventura si conferma uno dei motori di sviluppo sostenibile per la Puglia e per l'intero Paese. Un settore che, a livello globale, supererà i 1.000 miliardi di dollari entro il 2030 (erano 366 miliardi nel 2022), con 70 milioni di euro stimati in Italia e una crescita annua del 18%. «Una doppia risorsa, perché sostiene l'economia e tutela gli ecosistemi», ha detto **la presidente di Unioncamere Puglia, Luciana Di Bisceglie**, aprendo oggi il forum “Green On – Il turismo naturalistico: casi di successo nazionale e trend futuri globali”, organizzato da Unioncamere Puglia/Enterprise Europe Network (EEN) nella Masseria San Giovanni “I luoghi di Pitti” ad Altamura. «Un mercato – ha proseguito la presidente – che da nicchia per sportivi si apre oggi a target più maturi e famiglie, che richiede innovazione, formazione e soprattutto la necessità di fare sistema». L'evento, introdotto dal **segretario generale di Unioncamere Puglia, Luigi Triggiani**, ha visto la presenza di oltre 200 operatori del settore.

Per la Puglia, che conta 19 aree protette (pari al 13,8% del territorio) e 2.200 km di cammini già censiti, «la costruzione dei prodotti turistici, insieme alla governance, è un tema centrale e la Regione Puglia sta fortemente investendo in questo senso», ha dichiarato **l'assessore al Turismo, Gianfranco Lopane**, intervenuto all'incontro. «I prodotti turistici si costruiscono sul territorio – ha sottolineato – insieme agli operatori. Ci troviamo già in una condizione in cui il 40% delle presenze turistiche in Puglia sono internazionali e quindi siamo impegnati con una serie di azioni nella diversificazione dell'offerta in termini di internazionalizzazione, ampliando quanto più possibile la stagione turistica nel corso dell'anno e avendo ben presente che il mare non è un prodotto turistico secco, ma si apre all'integrazione con tutte le possibili declinazioni dell'outdoor».

Nel turismo naturalistico «l'Italia rappresenta il 6% del mercato globale e il Sud è l'area a più rapida crescita in Europa», ha spiegato **Ettore Ruggiero, consulente aziendale e docente universitario**. «Il segmento trainante resta quello delle soft adventure (trekking, cicloturismo, kayak, snorkeling), sempre più richiesto anche in versione alta gamma e luxury».

L'Italia si conferma la destinazione preferita dai cicloturisti tedeschi per i viaggi in bicicletta al di fuori della Germania, rappresentando oltre il 30% delle loro scelte, come emerso dall'intervento di **Massimo Di Filippo CEO IPR Feedback**, che ha curato un'indagine per Unioncamere Puglia con l'obiettivo di comprendere le motivazioni che spingono alla scelta di vacanze naturalistiche.

Interessanti i risultati: i servizi più richiesti sono sentieri attrezzati e segnalati, mappe e materiali informativi, ma anche la disponibilità di istruttori per la fotografia naturalistica. Il “range” ideale per viaggiare va da marzo ad ottobre; quindi, si tratta anche di un turismo stagionalizzato.

«La pianificazione di una destinazione cicloturistica di successo – ha dichiarato **Silvia Livoni Colombo, Founder di Bike Hub®** – richiede infrastrutture, servizi dedicati ed una comunicazione efficace, mirando a generare un impatto economico positivo e duraturo sul territorio». D'altronde, solo nel 2024, le tappe italiane del Tour de France hanno generato una ricaduta economica di circa 54 milioni di dollari, mentre il Giro d'Italia ha prodotto un valore economico complessivo di 2 miliardi di euro sul territorio, includendo benefici immediati e differiti legati all'attrattività turistica e agli investimenti in infrastrutture.

Non solo sport e natura, però: «Il geoturismo permette di scoprire i territori dal punto di vista scientifico e geologico, mentre il team building outdoor porta le aziende in scenari naturali per attività formative», ha aggiunto **Giulia Trombin Ceo di Sharewood e presidente di Startup Turismo**.

Per **Oderisi Nello Fiorucci di Incipit Consulting** occorre costruire in Puglia «un'offerta integrata e cooperativa», mentre Ettore Ruggiero ha proposto la creazione di un Club di Prodotto per il turismo d'avventura in Puglia.

La formazione di operatori specializzati resta centrale, come ha sottolineato **Pia Antonaci, presidente ITS Turismo Puglia**.

Il pomeriggio si è chiuso con laboratori su finanziamenti pubblici (Ottavia Grassi, Puglia Promozione) e georeferenziazione per le reti d'impresa (Marco Lenoci).

L'incontro ha confermato la Puglia come destinazione in forte crescita, capace di intercettare una domanda sempre più attenta a sostenibilità, esperienza e qualità.

Leggi gli interventi

[Creazione di una destinazione cicloturistica nel segmento luxury tourism_Silvia LivoniDownload](#)
[Presentazione Fiorucci definitivaDownload](#)
[presentazione ricerca_Massimo Di FilippoDownload](#)
[Sharewood_ presentazione_Regione Puglia correttaDownload](#)

Articoli Correlati

- [La filiera della propulsione aeronautica in Puglia - Brindisi 21 maggio 2025](#)
La Sezione Competitività informa che il prossimo 21 maggio si svolgerà a Brindisi presso l'Autorità...
- [Turismo - prospettive per la Puglia - 14 settembre in FdL](#)
L'incontro rientra nelle iniziative previste dal progetto "Sostegno al turismo" a valere sul fondo perequativo...
- [Green On. Il turismo naturalistico:](#)
L'iniziativa si rivolge a tour operator, agenzie viaggi, guide turistiche e ambientali, strutture ricettive, agriturismi,...