

## IN VACANZA NELLE MARCHE

**Camera di Commercio diffonde i dati dell'Osservatorio Turismo con focus su borghi e offerta sostenibile**

### QUADRO ITALIA

Le interviste realizzate da Isnart per Unioncamere-ENIT agli esercizi ricettivi su tutto il **territorio italiano** nel corso del 2023, **confermano una piena ripresa del settore, con quote di vendute delle camere superiori al 2019 e un ritorno del turismo internazionale.**

Le imprese ricettive in Italia hanno chiuso l'anno con **una quota di occupazione camere media del 51% (+3,8 p.p. sul 2019)** ed il clima autunnale favorevole ha generato un effetto di allungamento della stagione turistica, nonostante l'aumento dei costi, con un effetto diretto che ha portato **in media 7 imprese su 10 a dichiarare utili in bilancio.**

Dalle indagini dirette ai turisti in vacanza in Italia, svolte per l'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio, è stato calcolato **per il 2023 un totale di 851 milioni di presenze in strutture ricettive e abitazioni private** (+2,7% rispetto al 2022, ma ancora al di sotto del 2019) che hanno generato un **impatto economico sui territori di oltre 84 miliardi di euro.**

Cresce il **turismo internazionale (+10% sul 2019 e +7% sul 2022)**, un target che **spende in media in Italia 68 euro al giorno a persona, più degli italiani (62 euro)**, facendo registrare un saldo positivo di quasi il **3% nei consumi turistici complessivi, rispetto al dato 2022.**

### LE MARCHE

Dalle interviste svolte da Isnart per Unioncamere e la Camera di commercio delle Marche ad oltre **2000 turisti in vacanza nella regione**, le Marche si confermano una destinazione che, sebbene continui a vedere il balneare tra i principali attrattori, riesce a posizionarsi dinamicamente sul mercato, valorizzando un'offerta multi-prodotto in cui **l'enogastronomia, il paesaggio naturale, i percorsi che portano a scoprire i borghi** (li visita il **12,5% dei turisti**) e le aree interne della regione lasciano il turista soddisfatto.

In particolare, tra i vari prodotti turistici emergenti, **gli eventi programmati sul territorio, da soli, muovono l'11,9% dei turisti**, più di quanto avviene in media nel contesto nazionale (6,8%), e con una certa continuità nel corso del tempo (11,7% dei turisti nelle Marche intervistati nel 2021/2022).

**È un prodotto che fa leva soprattutto sulla domanda straniera: nell'estate 2023 il 21% degli stranieri dichiara di aver scelto le Marche appositamente per assistere o partecipare ad un evento**, più del 16% rilevato nel 2021/2022 e circa il doppio della quota di turismo italiano legato agli eventi (10,4%).

Ma cosa **cercano questi turisti internazionali attratti dagli eventi nelle Marche?**

Accanto al binomio **eventi/patrimonio culturale** (segnalato dal 37,8% dei rispondenti), emerge un interessante legame con le **eccellenze enogastronomiche locali** che motivano, in abbinamento agli eventi, il 32,4% dei turisti stranieri (ben più del 26,7% rilevato in generale per il turista internazionale nella regione), con valori in termini di soddisfazione per l'esperienza vissuta molto positivi (voto medio di 8,2 per la qualità del mangiare e del bere ed 8,1 per i ristoranti frequentati).

Ad influenzarli è il **web (71,4%)**, sia in fase di scelta di dove e come trascorrere le vacanze che come canale di informazione nel corso del soggiorno turistico, ed in particolare i social network che influenza il 76,6% di questi turisti, più delle offerte e promozioni disponibili in rete (37%).

Da non trascurare è anche il forte ascendente che ha la **pubblicità** verso questo target di domanda: 38,2%, decisamente più del turista medio nelle Marche (16,7%).

Si tratta di visitatori che spendono in media pro-capite **118 euro** per il viaggio A/R, 62 euro al giorno per l'alloggio e **59 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi sul territorio**. È una spesa più contenuta di quella del turista straniero medio nella regione per l'alloggio (-14 euro), ma più consistente per le altre spese della vacanza (+ 7 euro in media al giorno a persona).

Per l'**utenza turistica italiana**, invece, il binomio vincente appare **quello tra eventi e il turismo sportivo all'aria aperta** (motivazione di visita per il 26,4%, su una media del 10,2% della domanda italiana nella regione); e **quello tra gli eventi e lo shopping** (25,7%, contro appena l'8,8% del turista medio italiano nelle Marche).

Il **principale canale di comunicazione è, anche per gli italiani, il web**: influenza nel 56,1% dei rispondenti, ed anche in questo caso appare forte il legame con i social network (pari al 69,4% dei turisti italiani influenzati dal web).

La spesa media del turista italiano che arriva nelle Marche per partecipare ad un evento è di **118 euro per il viaggio A/R, 62 euro al giorno per l'alloggio e 59 euro per le altre spese; ovvero**, in linea con quanto già osservato per il target stranieri, meno del turista tipo italiano nella regione per l'alloggio (-23 euro) e più elevato (+7 euro medi al giorno) per tutte le altre spese, ovvero pasti consumati fuori casa, shopping, fruizione dei beni culturali, divertimenti, ecc..

## **IL FOCUS BORGHI**

L'analisi sulla destinazione borghi di Camera Marche con ISNART è condotta da tre punti di vista correlati: **assessment** (per ponderare il potenziale posizionamento competitivo della destinazione), il branding (con cui valutata la forza e la rappresentazione del brand) e il sentiment (la percezione dei turisti avuta nel corso della vacanza)

I borghi analizzati: **Amandola (FM) | Apecchio (PU) | Arcevia (AN) | Carpegna (PU) | Castelraimondo (MC) | Colli del Tronto (AP) | Corinaldo (AN) | Esanatoglia (MC) | Fiastra (MC) | Frontino (PU) | Genga (AN) | Montalto delle Marche (AP) | Montefortino (FM) | Montelparo (FM) | Offida (AP) | Ortezzano (FM) | Ripatransone (AP) | San Ginesio (MC) | San Marcello (AN) | Sarnano (MC) | Sassoferrato (AN) |**

Per i borghi marchigiani il player prodotti turistici è il più forte, a testimonianza di un territorio ricco di eccellenze e patrimonio materiale e immateriale, un buon flusso di visitatori soprattutto esteri, una permanenza media di 3,6 giorni.

## IMPRESE TURISTICHE DELLE MARCHE

9699 le imprese turistiche delle Marche (423 alloggio, 2083 ristorazione e 88 tour operator) le cui 13.791 localizzazioni (diverse sedi di impresa) impiegano 54.100 addetti

2594 ad Ancona con 16.068 addetti  
 2561 a Pesaro-Urbino con 13.809 addetti  
 1863 a Macerata con 10.232 addetti  
 1644 ad Ascoli Piceno con 8.581 addetti  
 1036 a Fermo con 5410 addetti

## CENTOUR

Il progetto CEnTOUR, finanziato dal programma COSME dell'UE, ha implementato uno schema di rafforzamento delle capacità e di sostegno per le PMI del settore turistico in 5 paesi (Italia, Spagna, Grecia, Moldavia e Macedonia del Nord) che ha portato le imprese e le loro reti a raggiungere diversi livelli di innovazione circolare, nel periodo 2020-2023. 7 paesi, 10 partner 67 PMI turistiche, inclusi Tour Operator, 1.300.000 budget

NOME AZIENDA	TIPOLOGIA	COMUNE	PROV.	INTERVENTO FINANZIATO
Agriturismo Arcera di Massitti Ombretta	agriturismo	Roccafluvione	AP	Certificazione Ecolabel
Agriturismo Lara Mancini	agriturismo	Colmurano	MC	Prevenzione spreco alimentare Marketing e formazione interna sulla prevenzione dello spreco alimentare
Az.Agric.Agriturismo Le Castellare di B	agriturismo	Montemonaco	AP	Certificazione Ecolabel
Movimondo - Alemar Soc. Coop.	agenzia viaggi/ tour operator	San Severino Marche	MC	Marketing e sviluppo offerta sostenibile
Garden River - Gestioni Turistiche	centro vacanze	Altidona	FM	Ottimizzazione risorse idriche
Geosfera Viaggi - Globe Inside Srl	agenzia viaggi/ tour operator	Castelfidardo	AN	Studio per certificazione di destinazione
Grand Hotel Excelsior - Balzani Srl	hotel	Senigallia	AN	Marketing e sostenibilità
Hotel Imperial Srl	hotel	Fano	PU	Ottimizzazione risorse energetiche
Hotel Relax di Bernardini Anna Maria	hotel	San Benedetto del Tronto	AP	Marketing e sostenibilità
La Finestra sul Conero	country house	Castelfidardo	AN	Certificazione Ecolabel
Life Hotel - Gest Group Srl	hotel	Porto Recanati	MC	Processi di digitalizzazione
The City Hotel - Diadema Srl	hotel	Ancona	AN	Processi di digitalizzazione
Movi project Soc. Coop. Sociale	gestione strutture extra alberghiere	San Severino Marche	MC	Marketing e sostenibilità
Palazzo Ricucci Resort di Ricucci Fra	hotel	Montappone	FM	Marketing della sostenibilità
Hotel Torresi - Torresi Palace srl	hotel	Potenza Picena	MC	Marketing della sostenibilità
Turis Marche Soc. Coop.	agenzia viaggi/ tour operator	Petricoli	FM	Marketing della sostenibilità
Yucatan Viaggi Srl- Marcheland	agenzia viaggi/ tour operator	Recanati	MC	Marketing della sostenibilità