

Marche L'identikit dei turisti «Tipi da spiaggia, poi tornano»

I dati della **Camera di commercio**: positivo il 75% delle recensioni, voto 8 e mezzo all'ospitalità

di **Alessandro Caporaletti**

ANCONA

Italiano, tra trenta e quarant'anni, in coppia ma senza figli, dalla buona situazione economica. È l'identikit del turista tracciato dall'Osservatorio della **Camera di commercio delle Marche** con l'Isnart (Istituto di ricerche turistiche). Dalle indagini relative al biennio 2021-2022 risulta che le Marche sono molto gettonate da lombardi, laziali ed emiliano-romagnoli: i turisti italiani sono l'89,3%. Quanto al target degli stranieri (il 10,7% del totale), si tratta in prevalenza di francesi (29,4%), tedeschi (19,3%) e inglesi (15,2%).

VOGLIA DI MARE

Qui i vacanzieri vengono per sole e mare, e quasi sempre tornano. Il mezzo di trasporto più usato è l'auto, poi il treno, mentre molti stranieri arrivano in aereo. La voglia di spiaggia muove il 30,5% dei turisti, seguita a ruota dalla ricchezza del patrimonio artistico (25%) e naturalistico (22%). Il 16,2% sceglie la regione per vacanze all'insegna delle degustazioni enogastronomiche, l'11,7% per fare sport e/o assistere a eventi e il 10,2% per shopping. E quasi la metà (il 42,6%) torna volentieri. Tra le attività più praticate, escursioni e gite (62,2%), bagni di sole e ma-

re (42,6%), attività sportive (20,2%) e visite ai centri storici (21,2%).

QUANTO SPENDONO?

La spesa media giornaliera pro capite è di 47 euro per l'alloggio e 71 per gli acquisti di beni e servizi. Italiani e stranieri preferiscono gli hotel (31,2%), alloggiano in residenze di amici o parenti (21,4%), prendono case in affitto o prenotano in bed and breakfast. In vacanza si spende soprattutto per il noleggio di barche (50 euro in media al giorno), shopping (29,30 euro), attività sportive (26,70), servizi benessere (25,60), acquisti di abbigliamento, cibi e bevande, ristoranti e pizzerie. La provincia con maggiore incidenza di imprese turistiche nel tessuto imprenditoriale è Ascoli (dove sono l'11,4% delle imprese attive), seguita da Pesaro Urbino (10,1%), Ancona (9,7%), Macerata (8,1%) e Fermo (7,8%).

LE PAGELLE

Il 45% dei turisti scrive recensioni e le piattaforme più usate sono *Facebook*, *Instagram* e *Tripadvisor*: il 75% delle recensioni postate nel triennio 2019-2021 sono positive. Che cosa piace di più? In primis cortesia e ospitalità della gente (voto 8 e mezzo), qualità del mangiare e bere (8,4), ristorazione (8,3), qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio (idem). I giovanissimi della generazione Z (18-27 anni, 9,8% dei turisti) sono alla ricerca di

soggiorni beach and sun, ma anche di vacanze a contatto con la natura.

I TARGET

Per i turisti della generazione Y (tra 26 e 40 anni, 37,4%), la vacanza è prima di tutto dedicata al mare, ma senza trascurare visite a musei e monumenti, gite, degustazioni e sport. I turisti della generazione X (41-56 anni, 33,7%) scelgono la regione per le risorse culturali e naturalistiche. Tra i baby boomers (58-69 anni, 15,6%) è elevata la quota di habitué (un turista su due), interessati a mare ed enogastronomia. Per i senior (over 70, sono il 3,5%) è decisiva la presenza di un patrimonio artistico e culturale di eccellenza (muove da solo il 46% dei turisti di questo target). Secondo il presidente della Camera Marche, **Gino Sabatini**,

«dall'analisi dei dati vediamo un turista che si fidelizza, ben disposto a tornare, che arriva per il mare, ma poi esplora il territorio, apprezza l'accoglienza e anche il calore umano. Si fa un salto nelle Marche, ma soprattutto ci si resta e si torna volentieri».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

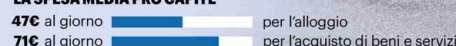
Vacanzieri ai raggi X



LE SCELTE



LA SPESA MEDIA PRO CAPITE



Peso: 55%