

Marche mon amour Tra mare, arte e cibo il turismo è servito

L'indagine di **Camera di commercio** e Isnart sui comportamenti dei vacanzieri
Gli stranieri ci scelgono anche per il buon rapporto qualità/prezzo che offriamo

IL PROFILO

ANCONA Non solo plurale. Per il turista, vince il Marche way of life. Lo conferma Unioncamere con il supporto tecnico dell'Istituto nazionale ricerche turismo. Statistiche alla mano, l'indagine qualitativa sfata le impressioni e conferma tanti sentiment. Dati che, per il presidente di Camera Marche **Gino Sabatini** vanno tradotti in strategia. Punto di partenza: la domanda. Mentre il 15% del ricettivo ha avvertito un calo della domanda italiana di prossimità (propensione ad andare all'estero), il 31,4% testimonia l'aumento dei clienti stranieri (tedeschi e francesi).

Le carte vincenti

Il che significa che il tasso medio di occupazione delle camere è stato del 75,3% a luglio e dell'85% ad agosto, circa 1 camera in più ogni 10 rispetto al 2019. Ad attrarre nelle Marche il viaggiatore straniero sono stati più di tutto il mare e l'arte

ma dalle interviste raccolte ci sono sfumature che fanno la differenza. Perché, se per il 33,9% conta la ricchezza del patrimonio artistico monumentale e per il 30% le bellezze naturalistiche legate al mare, per il 35,8% dei turisti italiani e per il 26,4% degli stranieri, decisivo, è stato il rapporto qualità/prezzo. Comunque, in pole position dopo il mare, ci sono i centri storici (51%), le escursioni in natura (45,8%), i musei, monumenti e i siti archeologici (32%), lo shopping incluso l'acquisto dell'artigianato locale (30%), la pratica dello sport (24,3%) e partecipazione ad eventi locali (12,3%).

La promozione

Fondamentale per la promozione, sapere che internet e i canali social hanno influito sulla scelta della destinazione il 55% degli italiani e il 63,7% degli stranieri. Ma altrettanto sostanziale, è tener a mente che conta una precedente posi-

tiva esperienza di vacanza (nel 24,5% dei casi) e vale sempre il solito passaparola della propria bolla sociale. Il 21% dei tu-

risti segue i consigli di parenti e amici. I consumi risentono dei rincari di viaggio e alloggio che influiscono negativamente sulla spesa sul territorio regionale.

Tra giugno e settembre nelle Marche i turisti hanno speso una media di 84 euro al giorno pro-capite per l'alloggio, con un aumento di 37 euro per ogni giorno di vacanza rispetto all'estate 2022; una media pro capite di 54 euro al giorno per l'acquisto di beni e servizi sul luogo di vacanza contro una media nazionale di 60 euro. Un profilo che, per il Presidente di Camera Marche **Gino Sabatini**, deve condizionare politiche e azioni strategiche. «Perché le Marche - spiega - si confermano una destinazione turistica che, sebbene continui a vedere il balneare

tra i principali attrattori, riesce a posizionarsi dinamicamente sul mercato, valorizzando un'offerta multiprodotto in cui l'enogastronomia, il paesaggio naturale, i percorsi che portano a scoprire i borghi e le aree interne della Regione lasciano il turista soddisfatto». Ma ciò impone «obiettivi concreti da realizzare insieme a Regione, Atim e sistema associativo». La rotta è tracciata.

Véronique Angeletti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**COME SI DECIDE DOVE
ANDARE? CON SOCIAL
E PASSAPAROLA**



Peso:63%



Marche meta di vacanze

DODICIPUNTI

**Il turista
sceglie la nostra
regione per**

**Ricchezza del
patrimonio
artistico
monumentale**
33,9% degli
intervistati

**Rapporto
qualità/
prezzo**

35,8% dei turisti
italiani; 26,4%
degli stranieri

**Ricchezze
naturalistiche
legate
al mare**
30%



Nel dettaglio

51%
Visitare i centri
storici

45,8%
Fare escursioni
e gite a contatto con
la natura

32%
Visitare musei,
monumenti e siti
archeologici

30%
Fare shopping...

24,3%
Praticare una
particolare attività
sportiva

12,3%
Partecipazione
ad eventi locali



Peso:63%