

I turisti danno i voti: Marche top «Belle e la vacanza costa poco»

Lo studio Isnart: il 34,5% dei villeggianti sceglie la regione per l'ottimo rapporto tra qualità e prezzo

di **Alessandro Caporaletti**

ANCONA

Le Marche? Sono belle e costano poco. Potrebbe essere uno slogan ruffiano da campagna turistica, ma la voce deve essersi già sparsa. Provare per credere, almeno secondo l'indagine fatta dall'Isnart (Istituto nazionale per le ricerche turistiche) per Unioncamere e la Camera di commercio delle Marche. Ebbene, dal report emerge che il 34,5% dei villeggianti - che siano italiani o stranieri cambia poco - viene qui per l'ottimo rapporto tra qualità e prezzo, il 45,3% di loro appartiene alla cosiddetta generazione Y (nati tra il 1981 e il 1995) e la pagella data all'offerta turistica della regione è buona, se non ottima: il voto medio è 7,8. Ma non di sola convenienza vive il turismo made in Marche: ai forestieri piacciono la ricchezza del patrimonio culturale (33,9%), il mare (30%) e l'enogastronomia (19%), ma c'è anche chi passa di qua per assi-

stere a un evento (11,9%) o praticare sport (11,6%). E quanto spendono in media i turisti? Dipende. Gli italiani 85 euro al giorno a testa per l'alloggio, 118 per il viaggio e 54 per gli extra; gli stranieri più per il viaggio ovviamente (173), meno per la sistemazione (76) e il resto (52). «Cultura, mare e buon rapporto qualità/prezzo sono le principali motivazioni dei turisti che scelgono di trascorrere le vacanze nelle Marche - ribadisce il presidente camerale **Gino Sabatini** -. È un'offerta di accoglienza multiprodotto, che ha negli eventi un volano di sviluppo: basti pensare che hanno attirato un turista straniero su cinque nell'estate 2023 (circa il 12% dei turisti totali, pari al doppio del dato a livello nazionale). E poi il 12,5% dei turisti fa escursioni e gite alla scoperta dei borghi storici». **Ecco**, per i borghi marchigiani il player prodotti turistici è il più forte, a testimonianza di un territorio ricco di eccellenze e di un buon flusso di visitatori soprattutto esteri, con una permanen-

za media di 3,6 giorni. In regione le imprese turistiche sfiorano quota diecimila (9.699: 423 alloggi, 2.083 ristorazione e 88 tour operator), ma hanno 13.791 sedi e impiegano 54.100 addetti. Al top ci sono le province di Ancona e Pesaro-Urbino, rispettivamente con 2.594 e 2.561 imprese, poi ecco Macerata (1.863), Ascoli (1.644) e Fermo (1.036). Ma attenzione al fenomeno Airbnb. Qui vale il 4% dell'offerta italiana, 15.772 alloggi disponibili ad agosto dell'anno scorso, più 13,8% sul 2022. E cresce di pari passo con le prenotazioni, oltre 220mila da gennaio fino a novembre (più 12,7% sul 2022). E ancora: come si sceglie la destinazione Marche? Nell'era del digitale internet è la prima voce, ma funzionano anche la pubblicità tradizionale, il passaparola e pure l'esperienza personale. Come a dire: se vieni nelle Marche, prima o poi torni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I MOTIVI DEL VIAGGIO

Piacciono la ricchezza del patrimonio culturale, il mare e l'enogastronomia

SABATINI (CAMERA MARCHE)

«Si tratta di un'offerta multiprodotto, che ha negli eventi e nei borghi storici un importante margine di sviluppo»



Il monumento ai caduti del Passetto, ad Ancona, uno dei simboli delle Marche



Peso: 43%