



LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE E LE RICADUTE ECONOMICHE DEL TURISMO



A cura di

**Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche**



Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	Unioncamere Marche
Versione:	2.0
Quadro dell'opera:	■
Periodo rilevazione:	anno 2012
Casi:	2.000

Sommario

Premessa	4
I fenomeni in sintesi	5
1. L'analisi dei dati	7
1.1 La domanda turistica nella regione	7
1.2 Le motivazioni del soggiorno e i canali che influenzano i turisti	12
1.3 L'organizzazione del soggiorno e i comportamenti turistici della domanda	15
1.3.1 La vacanza nelle Marche: cosa rappresenta per i turisti	22
1.4 La soddisfazione per il soggiorno	24
2. La spesa turistica diretta e indiretta	28
2.1 Una misurazione dell'impatto economico del turismo: le ricadute economiche del turismo ricettivo e residenziale	31
3. Focus sul turismo balneare	36
Nota metodologica	42

Premessa

Obiettivo dell'indagine è monitorare la qualità del prodotto turistico e verificare la sua percezione da parte del mercato attuale, con un focus specifico riferito al principale prodotto turistico della regione, il mare.

L'indagine permette di verificare quale sia l'impatto economico del turismo analizzando il paniere di spesa dei turisti, andando oltre la semplice valutazione del fatturato delle imprese classificate come turistiche.

Grazie a questo strumento è possibile individuare, per il turismo rivolto verso la regione e per ognuno dei prodotti turistici di interesse:

- le caratteristiche strutturali, le scelte e i comportamenti dei turisti italiani e stranieri;
- il grado di soddisfazione dei turisti rispetto all'esperienza di vacanza vissuta;
- la spesa turistica sul territorio, sia da parte dei turisti individuali che dei gruppi organizzati.

Questo schema è utile sia alle istituzioni che agli operatori per:

- definire le aree interessate dal turismo in termini di matrice "prodotto/domanda turistica", segmentando così la domanda che sceglie la regione per motivazione di scelta;
- comprendere i dettagli di consumo dei turisti dell'area interessati ai prodotti turistici della regione e quanto l'ospite utilizzi ed apprezzi i servizi erogati;
- valutare il giro d'affari apportato dal turismo nell'area e l'impatto economico attivato direttamente sul territorio;
- misurare le ricadute economiche del turismo sugli altri settori economici della regione.

I fenomeni in sintesi

Le dinamiche che si sviluppano nel turismo marchigiano nel corso del 2012 confermano l'offerta articolata del territorio, caratterizzata da prodotti turistici già consolidati ed in crescita (come le destinazioni balneari) ed un interesse sempre maggiore dei turisti a scegliere la regione per trascorrere la vacanza principale dell'anno, un indicatore importante dell'appeal riconosciuto e delle potenzialità della regione.

Di riflesso alle attuali criticità economiche e ad un cambiamento delle dinamiche di soggiorno risultano fondamentali le tematiche relazionali (legate alla possibilità di essere ospitati da amici e/o parenti o la seconda casa) e la sensibilità, sempre più crescente, verso la convenienza dei prezzi.

La regione offre la possibilità di distendersi dai ritmi di ogni giorno a cui si associa, nel quadro motivazionale, anche il desiderio espresso dai turisti di divertirsi. Si conferma anche quest'anno la valenza dello sport, presente tra le motivazioni di scelta ed una voce ancora più rilevante tra le attività praticate in loco e che presuppone l'attenzione degli operatori a valorizzare l'"accoglienza" in termini di strutture e servizi ed intercettare i turisti con proposte specifiche (attività, servizi aggiuntivi, etc), da legarsi all'offerta già presente sul territorio.

Da non sottovalutare, specialmente, sulla domanda straniera il richiamo delle bellezze naturalistiche, che rappresentano un tratto distintivo della destinazione nella sfera delle motivazioni, un interesse che anticipa la scelte di soggiorno e che, una volta in loco, trova la sua realizzazione soprattutto tra le attività escursionistiche (diffuse tra gli stranieri), indice dell'esigenza di approfondimento e di scoperta del territorio.

Da qui l'importanza di ampliare l'offerta del territorio sia in termini di costruzione di itinerari e servizi che possano favorire l'integrazione tra più prodotti turistici (il mare è al primo posto ma le attività riguardano anche lo sport, le escursioni, e momenti di intrattenimento) sia nella sfera della comunicazione. Internet risulta ancora poco determinante nell'influenzare le scelte dei turisti verso una località, lasciando il passo ad un turismo di "repeaters" o di chi sceglie sulla base del consiglio altrui.

La ricchezza dell'offerta turistica delle Marche potrebbe trovare nelle piattaforme virtuali, dunque, un valido alleato per ampliare il raggio d'azione, posizionandosi come destinazione competitiva sul mercato anche sul fronte dei flussi internazionali. Una domanda, quella straniera, che mostra dinamicità ed interesse nei confronti di più attività, che durante la vacanza sceglie la bici come mezzo di trasporto in loco optando per soluzioni d'alloggio, come i campeggi, che favoriscano la piena fruizione delle ricchezze naturalistiche del territorio: le bellezze naturali sono per questo bacino di clientela la parola "chiave" che meglio rappresenta la vacanza svolta nelle Marche.

I bisogni dei turisti e le aspettative di soggiorno diventano, pertanto, l'ottica verso cui orientare gli sforzi degli operatori. Cortesia e accoglienza della gente e delle strutture di alloggio, qualità enogastronomica e offerta di intrattenimento rappresentano dei fattori fondamentali per chi raggiunge le destinazioni marchigiane, aspetti che riflettono un giudizio complessivamente positivo da parte dei turisti.

Aumentano i consumi dei turisti e la crescita dei volumi d'affari favorisce, in particolare, il comparto legato alle attività ricreative, culturali e dell'intrattenimento; un fenomeno importante e da implementare, proprio alla luce di una forte corrispondenza tra motivazioni di soggiorno (offerta di divertimenti e bisogno di svago) e disponibilità effettiva a spendere sul territorio.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio turistico regionale
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 6 di 42

1. L'analisi dei dati

1.1 La domanda turistica nella regione

Nel 2012 il peso della clientela italiana conferma la sua forte incidenza sul turismo marchigiano, considerando che l'83,4% dei turisti proviene da regioni italiane. Una parte di questi (21,1%) risiede proprio nelle Marche ed il resto proviene principalmente dall'Abruzzo (11,7%), dall'Umbria (10,9%), dall'Emilia Romagna (10,7%), dalla Lombardia (8,6%) e dal Lazio (7,8%).

Il 73,8% dei turisti sceglie con una certa attenzione ed interesse le località marchigiane (oltre 6 turisti su 10 già ha visitato la regione in passato) poiché selezionate per essere il soggiorno principale dell'anno, quello che nella maggior parte dei casi presenta tempi di organizzazione, budget di spesa e aspettative di un certo spessore.

In linea con lo scorso anno la domanda internazionale sul territorio si attesta al 16,6% confermando, tra i principali bacini esteri la Germania (21,2%), il Regno Unito (20,9%) e la Francia (19,3%), ed in crescita il mercato svizzero e quello olandese (intorno al 10%). Se quasi 8 turisti stranieri già hanno soggiornato in Italia, le Marche sono state già visitate dal 37,8% della domanda. Per il 64,1% il soggiorno nelle Marche è quello principale dell'anno, un dato in crescita dal 2011 (56,1%), segnale di un maggiore appeal della regione all'estero.

I turisti che soggiornano nelle Marche hanno un'età piuttosto eterogenea: mediamente più giovani i turisti italiani che nel 60% dei casi hanno tra i 21 ed i 40 anni mentre il target è più adulto per coloro che vengono dall'estero (34,7% tra i 31 e i 40 anni e 26,4% tra i 41 ed i 50 anni, registrando un 15% tra i 51 e i 60 anni).

Le destinazioni balneari rappresentano la prima località di soggiorno per i turisti nelle Marche (in media il 55,5%), un richiamo che risulta crescere nel confronto con lo scorso anno quando la quota di chi sceglieva il mare della regione si attestava al 43,6%. Seguono le città d'arte dove soggiorna il 24% della clientela, le località di montagna scelte dal 10,5% dei turisti nelle Marche e, con quote più circoscritte, si segnala un 5% di turismo naturalistico e un 4,6% di turismo termale.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio turistico regionale
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 7 di 42

Turisti che stanno svolgendo il proprio soggiorno principale nelle Marche (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	73,8	64,1	72,2
No	26,2	35,9	27,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Provenienza dei turisti (%)

Anno 2012

Italiani	83,4
Stranieri	16,6
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Regione di provenienza (%)

Anno 2012

Marche	21,1
Abruzzo	11,7
Umbria	10,9
Emilia Romagna	10,7
Lombardia	8,6
Lazio	7,8
Toscana	6,4
Campania	4,0
Veneto	3,5
Piemonte	2,8
Molise	2,7
Puglia	2,0
Altre regioni	7,8
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Provenienza degli stranieri (%)

Anno 2012

Germania	21,2
Regno Unito	20,9
Francia	19,3
Svizzera	10,4
Paesi Bassi/Olanda	10,1
Belgio	6,7
Austria	3,5
Spagna	2,1
Altri Paesi	5,8
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti stranieri che hanno già visitato l'Italia (%)

Anno 2012

Si	78,9
No	21,1
Totale stranieri	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti che hanno già visitato le Marche (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	63,9	37,8	60,5
No	36,1	62,2	39,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Prodotto di destinazione del soggiorno (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Mare	56,2	52,2	55,5
Città d'arte	24,7	20,4	24,0
Montagna	10,2	11,8	10,5
Verde	4,8	6,0	5,0
Terme	3,9	7,8	4,6
Altro	0,2	1,8	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Identikit del turista (%)

Anno 2012

Sesso	Italiani	Stranieri	Totale
Maschio	59,2	53,4	58,2
Femmina	40,8	46,6	41,8
Totale	100,0	100,0	100,0
Età	Italiani	Stranieri	Totale
da 18 a 20 anni	2,1	1,6	2,0
da 21 anni a 30 anni	29,4	18,3	27,6
da 31 a 40 anni	29,7	34,7	30,5
da 41 a 50 anni	21,4	26,4	22,2
da 51 a 60 anni	9,9	15,7	10,8
oltre 60 anni	7,5	3,3	6,8
Totale	100,0	100,0	100,0
Titolo di studio	Italiani	Stranieri	Totale
Licenza elementare	1,2	1,6	1,3
Scuola media inferiore	11,0	5,4	10,1
Diploma scuola media superiore	64,2	64,8	64,3
Laurea	23,6	28,1	24,3
Totale	100,0	100,0	100,0
Professione	Italiani	Stranieri	Totale
Occupato	67,8	73,5	68,8
Ritirato	7,1	5,4	6,8
Disoccupato/inoccupato	7,1	5,0	6,8
Casalinga	8,1	9,3	8,3
Studente	9,9	6,8	9,4
Totale	100,0	100,0	100,0
Stato sociale	Italiani	Stranieri	Totale
Single	28,9	25,8	28,4
Sposato/convivente con figli	45,7	46,0	45,7
Sposato/convivente senza figli	22,4	26,2	23,0
Altro	2,9	2,0	2,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Identikit del turista (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Dirigenti d'azienda	3,3	1,9	3,0
Piccoli imprenditori	12,4	19,9	13,6
Professionisti e tecnici	12,7	20,9	14,0
Ritirati dal lavoro benestanti	4,7	3,1	4,5
Lavoratori autonomi	19,3	18,1	19,1
Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a elevata qualificazione	26,6	23,0	26,0
Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a medio-bassa qualificazione	15,3	7,5	14,0
Lavoratori atipici	5,7	5,7	5,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

1.2 Le motivazioni del soggiorno e i canali che influenzano i turisti

La scelta di soggiorno nelle località marchigiane riflette una dinamica distinta tra la clientela italiana e quella straniera. I turisti italiani scelgono la meta per il desiderio di rilassarsi (20,5%), per i prezzi convenienti (15%) o per la possibilità di usufruire dell'invito di amici e/o parenti (19,6%), motivazioni che fanno emergere un interesse a non rinunciare alla vacanza ma con una particolare attenzione alle spese e alle ragioni di tipo pratico (il 14,6% ha la casa nella località). Questi motivi si coniugano con il desiderio di divertimento (14,6%) e con gli interessi sportivi (12,9%).

Per quanto riguarda la domanda internazionale lo scenario si arricchisce di motivazioni maggiormente legate alla destinazione, alla sua offerta turistica e agli interessi personali che possono trovare una realizzazione nel corso di un soggiorno sul territorio. Se da un lato emerge, anche per questo mercato, una forte incidenza delle logiche di convenienza, prima fra tutte la possibilità di essere ospitati (20,5%), oltre al bisogno di relax (19,7%) si segnala al contempo l'apprezzamento delle risorse naturalistiche della regione che rappresentano la prima motivazione di scelta dei turisti stranieri (25,2%). In modo più accentuato rispetto ai turisti italiani, emerge inoltre la passione per l'attività sportiva (indicata dal 15,2%, in particolare nuoto e tennis) e la curiosità di conoscere un posto nuovo (10,9%).

Il passaparola rappresenta un supporto fondamentale nella scelta della destinazione di soggiorno, per entrambi i mercati (33,6% degli italiani e 36,6% degli stranieri). Una discreta quota di turisti si affida alla propria esperienza personale, un'opzione che registra un incidenza superiore tra gli italiani (21,6%) rispetto agli stranieri (15,2%) i quali invece evidenziano l'importanza del web come canale di comunicazione: il 31,8% infatti veicola le informazioni sulla vacanza tramite la rete (il 17,1% ricerca informazioni ed il 16,5% si interessa alle offerte) rispetto al 16,8% degli italiani. Poco appeal registrano, invece, i canali della commercializzazione tradizionale, come agenzie di viaggio, o gli enti preposti a fornire informazioni turistiche.

Motivazione principale del soggiorno

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Posto ideale per riposarsi	20,5	19,7	20,4
Ho i parenti/amici che mi ospitano	19,6	20,5	19,7
Prezzi convenienti	15,0	8,4	13,9
Per i divertimenti che offre	14,6	8,8	13,6
Posto ideale per praticare un particolare sport	12,9	15,2	13,3
Abbiamo la casa in questa località	14,6	6,2	13,2
Per la vicinanza	12,9	10,7	12,5
Bellezze naturali del luogo	9,9	25,2	12,4
Facilità di raggiungimento buoni collegamenti	11,2	8,3	10,7
Decisione altrui	9,9	6,6	9,3
Il desiderio di vedere un posto mai visto	7,8	10,9	8,3
Posto adatto per bambini piccoli	6,0	4,4	5,7
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	6,2	1,9	5,5
Motivi di lavoro	4,1	1,7	3,7
Per il gusto dell'avventura	2,7	6,6	3,3
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	2,7	3,3	2,8
Località esclusiva	2,2	1,9	2,2
Assistere ad eventi	2,3	0,9	2,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Motivazione principale: posto ideale per praticare sport

possibili più risposte, % sul totale turisti che hanno raggiunto la località per praticare sport
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Nuoto	38,3	28,4	36,4
Passeggiate	23,6	23,4	23,5
Surf/windsurf	14,5	4,1	12,5
Ciclismo	10,0	11,7	10,3
Passeggiate con i racchettoni	11,4	-	9,2
Tennis	4,0	21,8	7,4
Volo a vela, parapendio	1,8	4,8	2,4
Vela	2,9	-	2,4
Equitazione	2,2	2,7	2,3
Trekking	2,3	1,1	2,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	33,6	36,6	34,1
C'ero già stato/esperienza personale	21,6	15,2	20,5
Internet	16,8	31,8	19,3
<i>Informazioni su Internet</i>	11,4	17,1	12,3
<i>Offerte su Internet</i>	6,0	16,5	7,7
<i>Social network</i>	0,5	-	0,4
<i>Non ho scelto io/hanno deciso altri</i>	5,6	2,4	5,1
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	2,5	4,4	2,8
Consiglio dell'agenzia di viaggi	2,4	3,3	2,6
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	1,5	3,1	1,8
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,9	0,4	1,6
Guide turistiche	1,2	2,1	1,4
Pubblicità	0,8	1,6	1,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

1.3 L'organizzazione del soggiorno e i comportamenti turistici della domanda

Circa 8 turisti su 10 effettuano la prenotazione prima di partire (81,2% degli italiani e 73,6% degli stranieri). Nel caso della clientela italiana questo step viene effettuato sostanzialmente contattando direttamente la struttura ricettiva (59,4% dei turisti) mentre tra i turisti stranieri si registra oltre a questa modalità di prenotazione diretta all'impresa (34,6%) anche l'uso del web per prenotare esclusivamente l'alloggio (22,3%). I tempi di prenotazione oscillano tra le due settimane di anticipo (in media il 24,4% dei turisti) fino al mese (38,7% degli italiani e 32,3% degli stranieri) per estendersi ai due mesi soprattutto nel caso dei turisti stranieri (27,3%).

Il soggiorno si effettua sostanzialmente in compagnia del proprio partner (in media il 33,6%) o con la famiglia assieme ai bambini (26,5%) mentre si registra un 16,3% che viaggia con gli amici.

La permanenza sul territorio risulta complessivamente piuttosto estesa registrando una media di 2 settimane per i turisti italiani e 11 notti per gli stranieri. Se gli italiani preferiscono utilizzare l'automobile come mezzo di trasporto per raggiungere la destinazione (77,4%), i turisti dall'estero la scelgono nel 43,9% dei casi optando, come alternativa, per l'aereo (30,3%, soprattutto voli di linea) o per il camper (15,7%). Una volta in loco, i turisti si spostano in automobile (63,5% degli italiani e 44,3% degli stranieri) e a piedi (32,4% degli italiani e 39,1% degli stranieri) registrando una maggiore propensione degli stranieri a muoversi con la bicicletta (16,7% rispetto all'8,9% degli italiani).

Alla scelta tradizionale dell'alloggio in hotel (in media di 26,6% dei turisti) si unisce la tendenza sempre più importante legata all'uso delle abitazioni private, portavoce di un nuovo modo di soggiornare senza il bisogno di rinunciare alla vacanza. Questo scenario riguarda sia la domanda interna che straniera: circa il 20% dei turisti, infatti, viene ospitato nelle residenze di amici e/o parenti, da unirsi ad una quota di turisti (specialmente gli italiani) che usufruiscono della seconda casa (17,8%) e di chi prende in affitto una abitazione (13,4% degli italiani). Il 19,7% degli stranieri sceglie, come tipologia di soggiorno, la soluzione del campeggio.

Pur non risultando ai primi posti tra le motivazioni di scelta della destinazione emerge una inclinazione dei turisti a trascorrere il soggiorno praticando attività sportiva (60,4% degli italiani e 49,1% degli stranieri)

scegliendo soprattutto il nuoto (35,3%), il ciclismo ed il tennis (più diffusi tra gli stranieri). In prima linea tra le attività svolte, specialmente dagli italiani, si segnala la frequentazione dei litorali (in media il 48,7%) e la visita al centro storico della località (44,4%). I turisti scelgono di impiegare il proprio tempo facendo shopping (in media il 26,5% dei turisti) e registrando un interesse, tra gli stranieri, ad approfondire la conoscenza del territorio attraverso le escursioni (45,1%) e la partecipazione ad eventi folkloristici (16,3%). Tra gli italiani emerge un maggiore interesse rivolto ai sapori della buona cucina (il 14,3% degusta i prodotti tipici locali) e alla musica (il 12,6% assiste a qualche spettacolo organizzato in loco).

Tra le località più visitate si registrano, in prima linea, i Parchi e le aree naturalistiche (27,2%), e tra gli stranieri un interesse maggiore per cattedrali e luoghi dello spirito (37,1%) ed i castelli (21,5%).

Turisti che hanno effettuato prenotazioni prima di partire (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Sì	81,2	73,6	79,8
No	18,8	26,4	20,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Modalità di prenotazione della vacanza

possibili più risposte; % sul totale turisti
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Contattando direttamente la struttura ricettiva	59,4	34,6	54,7
Direttamente tramite internet scegliendo solo l'alloggio	15,1	22,3	16,5
Privati che mi hanno affittato l'appartamento	10,2	6,6	9,5
L'agenzia di viaggi, scegliendo una proposta completa su un catalogo di un tour operator	4,2	9,6	5,2
L'agenzia viaggi prenotando solo l'alloggio	3,6	2,8	3,5
Direttamente tramite internet scegliendo una proposta completa su un catalogo di un tour operator	3,0	2,9	3,0
L'agenzia viaggi, per un pacchetto completo, che però non ha utilizzato proposte da catalogo	1,3	7,3	2,5
L'agenzia viaggi prenotando solo il viaggio	0,3	4,6	1,1
Altro	2,8	9,2	4,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Tempi di prenotazione della vacanza (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Nell'ultima settimana	6,7	5,9	6,6
8/15 giorni prima	24,8	22,7	24,4
Circa un mese prima	38,7	32,3	37,5
Circa 2 mesi prima	19,1	27,3	20,6
Circa 3 mesi prima	4,0	1,4	3,5
Circa 4 mesi prima	0,9	0,0	0,7
Non ricorda	5,8	10,5	6,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Il gruppo di soggiorno (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Sono da solo/a	9,6	10,2	9,7
Sono con mia moglie/mio marito/ fidanzato	32,8	37,3	33,6
Sono con più componenti della mia famiglia (bambini)	26,4	27,4	26,5
Sono con più componenti della mia famiglia (senza bambini)	6,1	4,9	5,9
Sono con amici e familiari	4,4	3,0	4,2
Sono con amici	16,7	14,2	16,3
Sono con colleghi di lavoro	1,8	1,3	1,8
Sono con un gruppo organizzato	2,1	1,6	2,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Numero notti trascorse (%)

Anno 2011

	Italiani	Stranieri	Totale
1-3 notti	7,1	24,9	10,1
4-6 notti	16,4	15,6	16,2
7-13 notti	33,9	28,4	33,0
14-30 notti	37,5	28,1	36,0
più di 30	5,1	3,1	4,7
totale	100,0	100,0	100,0

media n.notti

permanenza media totale	14,0	11,2	13,6
--------------------------------	-------------	-------------	-------------

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Mezzi di trasporto utilizzati

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Auto	77,4	43,9	71,6
Auto propria	95,9	96,6	96,0
Auto noleggio	4,1	3,4	4,0
Aereo:	0,4	30,3	5,4
Aereo con volo di linea	100,0	59,5	61,7
Aereo con volo speciale / low cost	-	34,4	32,5
Aereo con volo charter	-	6,2	5,8
Camper	5,7	15,7	7,3
Moto	6,0	4,0	5,6
Pullman per tour organizzato	3,9	2,4	3,6
Treno	3,7	2,4	3,5
Autobus/ Pullman di linea	1,3	0,2	1,1
Altro	1,7	2,6	1,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Mezzi di trasporto utilizzati a destinazione

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Auto	63,5	44,3	60,3
Auto propria/parenti/amici	95,3	83,8	93,9
Auto a noleggio	4,7	16,2	6,1
A piedi	32,4	39,1	33,6
Bicicletta	8,9	16,7	10,2
Moto	6,0	5,5	5,9
Camper	2,9	10,8	4,3
Pullman per tour organizzato	3,2	3,5	3,2
Altro	0,9	1,2	1,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Tipologia di alloggio utilizzata per il soggiorno

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Totale Hotel	26,3	28,2	26,6
hotel 1 stella	3,3	-	2,7
hotel 2 stelle	7,1	6,5	7,0
hotel 3 stelle	72,2	72,0	72,2
hotel 4 stelle	12,9	21,5	14,4
hotel 5 stelle	4,5	-	3,7
Residenze di amici e parenti	20,0	19,0	19,9
Seconda casa	17,8	9,3	16,4
Alloggio privato in affitto	13,4	9,3	12,7
Campeggio	8,2	19,7	10,1
B&B	5,6	7,1	5,9
Agriturismo	2,4	4,4	2,7
Residence	3,1	0,6	2,7
Villaggio turistico	2,2	0,4	1,9
Altro	0,9	2,0	1,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Modalità di ricerca delle informazioni turistiche sul territorio

(%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
No, non ho cercato informazioni	44,6	26,9	41,8
Sì, in un internet point	29,5	43,6	31,8
Sì, nella struttura ricettiva	12,9	10,8	12,6
Sì, all'ufficio informazioni/enti locali/APT/Pro loco	5,7	6,3	5,8
Sì, con uno smartphone	5,4	6,9	5,6
Sì, presso un'agenzia	1,4	5,4	2,0
Sì, altro	0,5	-	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Attività svolte

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Praticato attività sportiva	60,4	49,1	58,5
Sono andato al mare	51,1	36,9	48,7
Ho visitato il centro storico	45,7	37,4	44,4
Ho fatto shopping	27,1	23,2	26,5
Escursioni	22,6	45,1	26,4
Ho degustato i prodotti tipici locali	14,3	9,1	13,4
Ho assistito a spettacoli musicali	12,6	2,3	10,9
Partecipazione ad eventi folkloristici	9,6	16,3	10,7
Partecipazione ad eventi enogastronomici	9,6	10,8	9,8
Visita di musei e/o mostre	6,1	11,8	7,0
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	5,7	8,0	6,1
Gite in barca a noleggio	5,8	5,7	5,8
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	4,4	8,3	5,1
Gite in barca privata	5,0	2,6	4,6
Ho lavorato	4,3	4,3	4,3
Sono andato in centri benessere	2,4	4,3	2,7
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	2,6	1,9	2,5
Altro	1,2	0,8	1,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Attività sportive svolte

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti che hanno praticato attività sportiva

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Passeggiate	69,4	70,4	69,6
Nuoto	35,5	33,6	35,3
Ciclismo	12,2	19,1	13,2
Tennis	8,3	12,5	8,9
Surf/windsurf	8,8	7,0	8,5
Vela	2,9	6,0	3,3
Trekking	2,5	7,7	3,2
Sub/immersioni/snorkeling	2,4	2,4	2,4
Equitazione	1,3	4,1	1,7

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Località visitate dai turisti

possibili più risposte, % sul totale turisti

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Centri storici	53,4	58,5	54,2
Parchi e natura	27,4	26,3	27,2
Cattedrali e luoghi dello spirito	22,2	37,1	24,6
Castelli	14,1	21,5	15,3
Porto	11,0	8,2	10,6
Cantine e strade del vino	8,3	10,6	8,7
Artigianato tipico	7,0	14,3	8,2
Musei e pinacoteche	3,6	3,7	3,6
Siti archeologici	2,7	4,9	3,1
Spa/benessere	1,8	2,3	1,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

1.3.1 La vacanza nelle Marche: cosa rappresenta per i turisti

Un importante indicatore è rappresentato dagli aspetti che maggiormente riescono a sintetizzare l'esperienza, le sensazioni, il ricordo che andrà ad arricchire l'immaginario della destinazione, fondamentali anche nell'alimentare il passaparola una volta rientrati dalla vacanza.

La vacanza nelle Marche si svolge all'insegna del contatto con la natura e dell'aria pulita, una componente importante del soggiorno sia per gli italiani (30,6%) ma soprattutto per gli stranieri (45,5%), segnalando l'importanza attribuita anche al clima, da intendersi nella sua accezione relazionale: fortemente rappresentativo del soggiorno sono i momenti di svago e di divertimento (26,6% degli italiani e 35,2% degli stranieri) che trovano espressione grazie al rapporto instaurato con il gruppo/amici (27,4%). Il soggiorno nelle Marche si ricorderà anche per altri aspetti che ne hanno impresso dei momenti: rappresentativa, per il 21,7% dei turisti, la possibilità di distendersi e riposarsi in assoluto relax, un clima piacevole su più fronti (15,8%), anche grazie alla presenza della famiglia (specie per gli italiani: 14%). Fattori essenzialmente legati ad un benessere psico-fisico, grazie alla possibilità di rilassarsi e di godersi momenti con le persone care, e meno legati all'offerta strettamente turistica che non risultano emergere tra le parole chiave in grado di descrivere sinteticamente l'esperienza di soggiorno.

Cosa rappresenta la vacanza svolta nelle Marche per i turisti: le parole che descrivono il soggiorno - Anno 2012
possibili 3 risposte; % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri	Totale
L'aria pura/la natura/le bellezze naturali	30,6	45,5	33,1
Il divertimento	26,6	35,2	28,0
Il gruppo/gli amici	27,4	27,6	27,4
La quiete/il riposo/il relax	21,7	21,5	21,7
Il clima piacevole	16,0	15,1	15,8
La famiglia	14,0	6,8	12,8
Conoscere posti nuovi	10,9	12,9	11,2
Conoscere persone/l'esperienza di altri	9,3	9,2	9,3
La serenità e l'appagamento delle mie aspettative	9,0	4,1	8,2
Buon rapporto qualità/prezzo	8,5	4,9	7,9
Stare in forma/piacersi di più	6,3	4,2	6,0
La possibilità di stare con i bambini	6,2	4,0	5,9
La sfida/l'avventura/il rischio	4,6	5,1	4,7
La comodità/il comfort	4,8	2,3	4,4
L'atmosfera magica	4,2	2,5	3,9
Il mangiare bene	3,5	5,0	3,7
Arricchimento culturale	3,5	4,2	3,6
Stare con la gente giusta/in ambienti selezionati	3,7	2,3	3,5
Romanticismo	2,3	6,3	3,0
Periodo trasgressivo/senza troppe regole	3,2	0,5	2,7
L'essere al riparo da imprevisti/cattive sorprese	3,1	0,9	2,7
Immergersi nelle tradizioni di una volta	1,8	2,9	2,0
La spiritualità dei luoghi	1,3	2,2	1,5

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

1.4 La soddisfazione per il soggiorno

Tra le aspettative più importanti del turista in vacanza nelle Marche, in cima alle attese si segnala il tema relazionale ovvero l'interesse a trascorrere il soggiorno immersi in un clima positivo, caratterizzato dalla cortesia e dall'ospitalità espressa dalla gente locale (aspettativa condivisa da entrambi i mercati: in media dal 57,7% dei turisti). Al secondo posto si posizionano gli interessi enogastronomici, ossia il desiderio di trovare un cibo di buona qualità, aspetto ricercato soprattutto dalla clientela straniera (42,5%). Gli italiani mostrano invece un interesse maggiore nei confronti dell'offerta di intrattenimento, aspettativa importante per il 24% dei turisti (16,6% degli stranieri).

Aspetti ritenuti più importanti durante il soggiorno

possibili 3 risposte; % calcolata sul totale turisti
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
La cortesia/ospitalità della gente	58,0	56,0	57,7
La qualità del mangiare e bere	32,5	42,5	34,2
L'offerta di intrattenimento	24,0	16,6	22,8
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	22,2	25,8	22,8
La pulizia del luogo	23,1	14,3	21,7
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	19,2	14,2	18,4
L'organizzazione del territorio	16,4	13,3	15,9
Il traffico	11,1	10,8	11,0
Il costo dell'alloggio	9,7	6,2	9,1
Accessibilità via terra/ via mare	9,1	9,2	9,1
La pulizia dell'alloggio	7,6	8,7	7,8
Il costo della ristorazione	6,9	7,4	7,0
L'offerta culturale	6,0	9,9	6,6
Informazioni turistiche	1,5	4,8	2,1
Il costo dei trasporti locali	1,2	1,2	1,2

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Rispetto al giudizio espresso per la vacanza svolta i turisti attribuiscono all'offerta turistica nel complesso un voto pari a 6,8, facendo emergere una certa divergenza tra i mercati: se i turisti stranieri si esprimono con un 7,6, la valutazione degli italiani appare più contenuta, registrando un 6,5, sul quale incidono in particolare i giudizi negativi sul territorio.

Nel complesso le valutazioni più alte si riferiscono ai trasporti (in media 7,8), con particolare attenzione ai porti turistici che sono giudicati con un 8,2 in termini di prezzo/offerta/accoglienza. Il giudizio sulla ristorazione corrisponde ad un voto pari a 7,6 ed è, nello specifico, la presenza di menù per persone con esigenze particolari (celiaci, intolleranze, bambini piccoli, etc) a meritare il punteggio più elevato (8). I turisti si esprimono con un 7,6 nei confronti delle strutture di alloggio, attribuendo un 7,9 alla capacità di problem solving, alla coerenza con l'immagine veicolata e alla pulizia (tra le principali aspettative di soggiorno). L'insieme delle attività presenti in loco viene giudicato con un 7,7 e tra i punti di forza: la fruibilità dell'offerta e le occasioni di socializzazione (in media 7,9).

Giudizio medio sul soggiorno - Anno 2012

(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)

	Italiani	Stranieri	Totale
Offerta turistica nel complesso	6,5	7,6	6,8
Destinazione / Territorio	7,6	7,5	7,6
Presenza di connessioni wi-fi gratuite	7,8	7,7	7,8
Organizzazione del territorio	6,9	7,6	7,1
Presenza di aree verdi	6,6	7,2	7,1
Cortesìa/ospitalità della gente	6,8	7,5	6,9
Attività di sensibilizzazione verso i turisti	6,8	7,1	6,9
Atmosfera legata all'identità locale	6,5	7,5	6,8
Adozione di misure di sostenibilità ambientale (raccolta differenziata, mezzi pubblici,...)	6,4	7,3	6,8
Rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	6,7	6,7	6,7
Accessibilità del territorio	6,5	6,9	6,7
Informazioni turistiche	6,4	7,0	6,6
Pulizia del luogo	6,4	7,1	6,6
Coerenza con l'immagine/aspettative	6,5	6,7	6,6
Strutture di alloggio	7,7	7,4	7,6
Capacità di problem solving	8,0	7,7	7,9
Coerenza con l'immagine veicolata (sito/immagini/informazioni)	8,0	7,7	7,9
Pulizia dell'alloggio	7,9	7,8	7,9
Professionalità del personale	7,9	7,7	7,8
Conoscenza delle lingue straniere	7,9	7,6	7,8
Informazioni nelle strutture di alloggio (personale, materiale informativo, Internet)	7,8	7,6	7,7
Promozione dei prodotti tipici	7,7	7,8	7,7
Accoglienza nelle strutture di alloggio	7,7	7,6	7,7
Costo dell'alloggio	7,7	7,4	7,7
Rapporto qualità/prezzo	7,7	7,5	7,7
Valorizzazione dell'identità locale	7,7	7,6	7,7
Misure di sostenibilità ambientale nelle strutture di alloggio	7,7	7,4	7,6

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Giudizio medio sul soggiorno - Anno 2012

(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)

	Italiani	Stranieri	Totale
Ristorazione	7,6	7,5	7,6
Presenza di menù per persone con esigenze speciali (celiachia, intolleranze, bambini piccoli, etc.)	8,0	7,8	8,0
Organizzazione di eventi enogastronomici	8,0	7,8	7,9
Misure di sostenibilità ambientale nei luoghi di ristoro (ristoranti, bar, aree pubbliche)	7,9	7,8	7,9
Qualità del mangiare e bere	7,9	7,9	7,9
Varietà dell'offerta	7,9	7,9	7,9
Tipicità dell'offerta	7,9	7,8	7,9
Promozione dei prodotti tipici	7,9	7,9	7,9
Azioni di sensibilizzazione ambientale verso la clientela	7,8	8,0	7,8
Costo della ristorazione	7,7	7,5	7,6
Trasporti	7,8	7,6	7,8
Prezzi nei porti turistici	8,2	8,1	8,2
Offerta dei porti turistici	8,2	8,1	8,2
Accoglienza nei porti turistici	8,2	7,9	8,2
Piste ciclabili	8,1	7,9	8,0
Attenzione alle esigenze speciali di mobilità (scivoli, semafori per non udenti, etc.)	8,0	7,9	8,0
Costo dei trasporti locali	8,0	7,9	7,9
Accessibilità via terra/via mare	8,0	7,8	7,9
Presenza e qualità dei collegamenti (strade, nodi di scambio, etc.)	7,9	7,7	7,9
Traffico	7,9	7,9	7,9
Informazioni sui trasporti locali	7,8	7,8	7,8
Attività	7,8	7,4	7,7
Fruibilità dell'offerta (orari e giorni di apertura, accessi gratuiti, etc.)	7,9	7,6	7,9
Occasioni di socializzazione (eventi a tema, etc.)	7,9	7,7	7,9
Varietà dell'offerta per il tempo libero	7,9	7,6	7,8
Offerta di intrattenimento (cinema, teatri, discoteche, etc.)	7,8	7,8	7,8
Rapporto qualità prezzo delle attività ricreative	7,8	7,7	7,8
Informazioni sull'offerta di intrattenimento	7,8	7,7	7,8
Offerta culturale legata al territorio (eventi folkloristici e della cultura locale)	7,8	7,7	7,8
Informazioni sull'offerta culturale	7,8	7,7	7,8
Offerta culturale (musei, monumenti, chiese, castelli,...)	7,8	7,7	7,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

2. La spesa turistica diretta e indiretta

L'analisi dei comportamenti della domanda turistica nelle Marche prosegue con l'approfondimento della voce relativa alla spesa per il soggiorno sul territorio e l'impatto economico prodotto una volta in loco in modo più o meno diretto. I turisti hanno speso nel 2012:

- per il viaggio A/R 40 euro gli italiani e 119 euro gli stranieri;
- per l'alloggio 30 euro al giorno gli italiani e 31 euro gli stranieri (rispettivamente il 50% ed il 40%);
- per le spese extra effettuate sul territorio 39 euro gli italiani e 38 euro gli stranieri.

Chi ha optato per la soluzione del pacchetto all inclusive ha speso mediamente al giorno 52 euro (gli italiani) e 83 euro (gli stranieri).

Tra principali comparti economici, in relazione alla quota di turisti e agli importi di spesa di questi ultimi, che beneficiano maggiormente in volumi d'affari si segnalano:

- il settore ristorativo: quasi il 70% dei turisti spende mediamente 11 euro al giorno per pasti in ristoranti e/o pizzerie e 4 euro per consumi presso bar/pasticcerie;
- il comparto agroalimentare: circa la metà dei turisti acquista cibi e bevande presso supermercati e negozi (spesa media di 11 euro procapite) ed il 19,4% acquista prodotti enogastronomici tipici per un importo di 7 euro al giorno;
- il settore legato alle attività ricreative: il 28,5% spende 6 euro al giorno negli stabilimenti balneari mentre il 24,1% spende 14 euro tra cinema e/o discoteche;
- tra le altre industrie del manifatturiero si registra una spesa di circa 7 euro per coloro (20,8%) che acquistano souvenir.

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai turisti che non hanno utilizzato pacchetti

Anno 2012

	Spesa media a persona in euro		
	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio A/R	40,15	118,58	52,69
Alloggio (media giornaliera)	29,89	30,99	30,07

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Spesa sostenuta per il pacchetto tutto compreso

Anno 2012

	Spesa media giornaliera a persona in euro		
	Italiani	Stranieri	Totale
Pacchetto tutto compreso	52,25	82,54	65,67

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Quota di turisti per classe di spesa (escluso viaggio e alloggio)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
da 0 a 30	47,7	47,9	47,8
da 31 a 60	35,7	36,1	35,8
da 61 a 90	11,9	9,4	11,5
da 91 a 120	3,1	4,9	3,4
da 121 a 150	0,2	0,7	0,3
oltre 150	1,3	1,0	1,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Spesa media (escluso viaggio e alloggio)

Spesa media giornaliera	38,52	37,96	38,43
--------------------------------	--------------	--------------	--------------

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Spesa media giornaliera a persona (Euro) Anno 2012	Italiani			Stranieri			Totale		
	euro			%					
Pubblici esercizi									
Ristoranti, pizzerie	10,57	13,00	10,97	68,3	68,2	68,2			
Bar, caffè, pasticcerie	3,39	4,21	3,51	70,7	60,0	68,9			
Agroalimentari									
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	10,31	11,98	10,57	49,8	46,5	49,2			
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	6,33	8,59	6,72	19,2	20,4	19,4			
Abbigliamento									
Acquisti di Abbigliamento	9,51	11,99	9,95	30,4	32,5	30,7			
Acquisti di calzature, accessori	7,00	9,51	7,36	13,9	11,9	13,6			
Acquisto di abbigliamento per la pratica di sport	8,93	5,83	8,38	3,3	3,6	3,3			
Acquisto di calzature, accessori per la pratica di sport	8,21	4,70	7,50	1,2	1,6	1,3			
Attività ricreative									
Stabilimenti balneari	5,59	6,60	5,70	30,3	19,3	28,5			
Attività ricreative (cinema, discoteca, ecc)	14,07	12,27	13,86	25,6	16,4	24,1			
Spettacoli teatrali, concerti, ecc	3,66	3,85	3,69	12,6	11,0	12,4			
Visite guidate	2,06	2,07	2,07	4,6	8,0	5,1			
Fruizione servizi di noleggio barche	23,76	23,53	23,71	3,4	4,9	3,6			
Biglietti/card, musei, monumenti, ecc	8,88	5,94	8,44	3,0	2,7	3,0			
Servizi benessere	28,78	14,05	26,88	2,9	2,1	2,8			
Attività sportive (lezioni, scuole)	28,48	25,43	27,92	1,4	1,6	1,5			
Attività sportive noleggio attrezzature	26,22	32,99	26,75	1,4	0,6	1,3			
Servizi cure termali	16,70	17,67	17,01	0,6	1,4	0,7			
Bookshop nei musei	2,31	2,58	2,42	0,5	1,6	0,7			
Ormeggio posto barca	40,18	5,00	37,97	0,6	0,2	0,6			
Attività sportive (impianti)	8,19	15,48	8,43	0,6	0,1	0,6			
Audioguide nei musei	1,88	3,33	2,15	0,5	0,6	0,5			
Altre attività culturali	1,24	3,88	1,93	0,2	0,4	0,3			
Fruizione di altri servizi portuali	23,81	56,56	31,71	0,2	0,4	0,3			
Trasporti pubblici									
Parcheggi	6,14	10,70	6,51	4,5	2,1	4,1			
Trasporti pubblici/taxi	12,31	7,71	10,68	2,2	6,2	2,9			
Tabacchi editoria									
Tabacchi, editoria	6,10	5,14	5,97	41,6	32,0	40,0			
Editoria giornali e guide	4,64	4,26	4,59	35,1	21,8	32,9			
Altre industrie manifatturiere									
Souvenir	7,06	6,13	6,93	21,5	17,2	20,8			
Igiene personale e salute	7,31	9,74	7,70	15,0	14,7	15,0			
Acquisti di prodotti artigianali tipici	5,20	5,38	5,22	8,4	3,9	7,7			
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	10,57	8,16	10,24	6,3	5,0	6,1			
Altro shopping	7,37	11,86	7,76	5,8	2,8	5,3			
Altre spese	13,44	23,60	14,79	2,3	1,8	2,3			

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

2.1 Una misurazione dell'impatto economico del turismo: le ricadute economiche del turismo ricettivo e residenziale

Nel 2012 si stimano nelle Marche un totale di oltre 18,5 milioni di presenze turistiche, riconducibili per l'85% alla clientela italiana (15,8 milioni di presenze) e per il 15% ai flussi stranieri (2,8 milioni). Per quanto concerne la scelta della tipologia ricettiva da parte della domanda, si rileva un'incidenza del 64% di presenze turistiche nelle strutture ricettive (11,8 milioni) mentre il 36% opta per la soluzione della seconda casa (6,7 milioni).

Stima presenze			
Anno 2012			
	Italiani	Stranieri	Totale
Presenze nelle strutture ricettive ¹	9.851.744	1.909.250	11.760.994
Stima delle presenze nelle seconde case	5.913.000	846.000	6.759.000
Totale	15.764.744	2.755.250	18.519.994

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

I volumi d'affari stimati da parte della domanda turistica sulla regione ammontano ad un totale di oltre 1 miliardo di euro, da riferirsi per l'85% alla clientela italiana (906 milioni di euro) e al 15% a quella straniera (quasi 164 milioni di euro).

L'impatto economico prodotto sul territorio fa emergere alcune voci di spesa di maggiore rilievo. Circa la metà della spesa viene assorbita dal comparto legato all'alloggio e alla ristorazione (536 milioni di euro): il 33% nell'alloggio presso le strutture ricettive (354 milioni di euro), il 12,8% in ristoranti e pizzerie (137 milioni di euro) ed il 4,2% in bar, caffè e pasticcerie (45 milioni).

Tra gli altri settori economici si segnala il comparto legato alle attività ricreative, culturali e dell'intrattenimento (15,7%, per un totale di 168 milioni di euro) e quello agroalimentare che assorbe l'11,2% della spesa (complessivamente 120 milioni di euro). Tra le altri comparti si registra quello legato all'abbigliamento e calzature (7,6%, 81,7 milioni di euro) e le altre industrie manifatturiere (7,6%, 81,2 milioni di euro).

¹ Fonte: Istat 2012, dati provvisori

Stima impatto economico della spesa turistica

(totale)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
		euro	
Strutture ricettive	294.468.000	59.160.000	353.628.000
Ristoranti, pizzerie	113.545.000	23.899.000	137.444.000
Bar, caffè, pasticcerie	37.795.000	6.832.000	44.627.000
Totale alloggio e ristorazione	445.808.000	89.891.000	535.699.000
Agroalimentare	100.242.000	19.966.000	120.208.000
Abbigliamento e calzature	67.138.000	14.650.000	81.788.000
Altre industrie manifatturiere	70.509.000	10.743.000	81.252.000
Trasporti	8.742.000	1.945.000	10.687.000
Giornali, guide editoria	65.662.000	7.258.000	72.920.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	148.789.000	19.388.000	168.177.000
Totale	906.890.000	163.841.000	1.070.731.000

Stima impatto economico della spesa turistica

(totale)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
		%	
Strutture ricettive	32,5	36,1	33,0
Ristoranti, pizzerie	12,5	14,6	12,8
Bar, caffè, pasticcerie	4,2	4,2	4,2
Totale alloggio e ristorazione	49,2	54,9	50,0
Agroalimentare	11,1	12,2	11,2
Abbigliamento e calzature	7,4	8,9	7,6
Altre industrie manifatturiere	7,8	6,6	7,6
Trasporti	1,0	1,2	1,0
Giornali, guide editoria	7,2	4,4	6,8
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	16,4	11,8	15,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Per i turisti che alloggiano **nelle strutture ricettive** si stima una spesa complessiva pari a 814 milioni di euro (84% prodotta dal mercato italiano); la spesa legata all'alloggio, stimata sui 354 milioni di euro, rappresenta la voce con il maggiore peso con il 43,4% a cui si unisce un 12,7% legato alla spesa presso ristoranti e pizzerie (103 milioni di euro). Tra le altre voci di spesa:

- per il comparto legato alle attività ricreative, culturali e dell'intrattenimento, che assorbe il 12,4% della spesa, si segnala una spesa pari ad oltre 101 milioni di euro;
- il settore agroalimentare incide per l'8,4% con 68 milioni di euro;
- il 6,8% della spesa viene assorbito dall'abbigliamento e dalle calzature (55 milioni di euro) ed il 6% dalle altre industrie manifatturiere.

Stima impatto economico della spesa turistica

(turisti strutture ricettive)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
		euro	
Strutture ricettive	294.468.000	59.160.000	353.628.000
Ristoranti, pizzerie	83.790.000	19.672.000	103.462.000
Bar, caffè, pasticcerie	26.372.000	5.473.000	31.845.000
Totale alloggio e ristorazione	404.630.000	84.305.000	488.935.000
Agroalimentare	53.183.000	14.922.000	68.105.000
Abbigliamento e calzature	45.121.000	10.029.000	55.150.000
Altre industrie manifatturiere	42.236.000	6.832.000	49.068.000
Trasporti	5.085.000	1.178.000	6.263.000
Giornali, guide editoria	41.430.000	4.000.000	45.430.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	89.289.000	11.825.000	101.114.000
Totale	680.974.000	133.091.000	814.065.000

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Stima impatto economico della spesa turistica (turisti strutture ricettive) Anno 2012

	Italiani	Stranieri %	Totale
Strutture ricettive	43,2	44,5	43,4
Ristoranti, pizzerie	12,3	14,8	12,7
Bar, caffè, pasticcerie	3,9	4,1	3,9
Totale alloggio e ristorazione	59,4	63,3	60,1
Agroalimentare	7,8	11,2	8,4
Abbigliamento e calzature	6,6	7,5	6,8
Altre industrie manifatturiere	6,2	5,1	6,0
Trasporti	0,7	0,9	0,8
Giornali, guide editoria	6,1	3,0	5,6
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	13,1	8,9	12,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

I turisti che alloggiano nelle **seconde case** producono un impatto economico complessivo sul territorio pari a 257 milioni di euro (88% da parte della clientela italiana). La distribuzione della spesa tra i vari settori fa emergere:

- il comparto legato alle attività ricreative, culturali e dell'intrattenimento, in primo piano con il 26,1% del totale (67 milioni di euro) seguito dal settore agroalimentare che assorbe il 20,3% della spesa (52 milioni di euro);
- il 12,5% della spesa viene convogliata nelle altre industrie del manifatturiero (32 milioni di euro), il 10,4% nel comparto dell'abbigliamento e delle calzature (26,6 milioni di euro).

Stima impatto economico della spesa turistica (turisti seconde case) Anno 2012

	Italiani	Stranieri euro	Totale
Ristoranti, pizzerie	29.755.000	4.227.000	33.982.000
Bar, caffè, pasticcerie	11.423.000	1.359.000	12.782.000
Totale ristorazione	41.178.000	5.586.000	46.764.000
Agroalimentare	47.059.000	5.044.000	52.103.000
Abbigliamento e calzature	22.017.000	4.621.000	26.638.000
Altre industrie manifatturiere	28.273.000	3.911.000	32.184.000
Trasporti	3.657.000	767.000	4.424.000
Giornali, guide editoria	24.232.000	3.258.000	27.490.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	59.500.000	7.563.000	67.063.000
Totale	225.916.000	30.750.000	256.666.000

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Stima impatto economico della spesa turistica (turisti seconde case) Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
		%	
Ristoranti, pizzerie	13,2	13,7	13,2
Bar, caffè, pasticcerie	5,1	4,4	5,0
Totale ristorazione	18,2	18,2	18,2
Agroalimentare	20,8	16,4	20,3
Abbigliamento e calzature	9,7	15,0	10,4
Altre industrie manifatturiere	12,5	12,7	12,5
Trasporti	1,6	2,5	1,7
Giornali, guide editoria	10,7	10,6	10,7
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	26,3	24,6	26,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

3. Focus sul turismo balneare

L'approfondimento sul turismo balneare, in qualità di primo prodotto di destinazione sul territorio marchigiano, permette di fare emergere alcune specificità nei comportamenti della domanda turistica che soggiorna nelle località di mare della regione.

Il traino dei turisti verso queste destinazioni risulta, in misura maggiore rispetto alla media regionale, la componente legata alla convenienza dei prezzi, una motivazione di scelta soprattutto per la clientela italiana (21,7%) rispetto alla domanda straniera che mostra una sensibilità ai prezzi nel 13,4% dei casi. Oltre ad un buon rapporto qualità/prezzo si segnala l'appeal di queste località in tema di offerta di intrattenimento, motore di scelta per il 21% dei turisti italiani e per il 17% degli stranieri.

Al terzo posto tra le motivazioni di scelta emerge l'interesse per lo sport (in media il 18,8%), in maniera più accentuata nel confronto regionale (13,3%) e confermando la maggiore propensione dei turisti stranieri all'attività sportiva (25,6% rispetto al 17,7% degli italiani): nuoto, surf/windsurf tra i più diffusi.

Relax, ospitalità di amici e/o parenti e seconda casa, incidono con minore accento sulle scelte iniziali dei turisti che soggiornano nelle località balneari della regione (tra il 14,5% ed il 16,8%).

Anche per i turisti che scelgono il mare delle Marche è fondamentale il ruolo del passaparola che si conferma un canale importante, in grado di veicolare il 35,4% dei turisti; in queste località risulta più incisivo la quota di "repeaters", caratterizzato da chi sceglie, grazie alla propria esperienza personale, di tornare in vacanza sul territorio (29,4% degli italiani e 19,5% degli stranieri). Il 16,3% sceglie sulla base delle ricerche effettuate su Internet (specialmente gli stranieri: 27,4%), un dato poco distante dal resto della regione (in media il 19,3%) registrando un certo allineamento tra le informazioni (9,5%) e le offerte (7,1%).

Il 63,5% dei turisti si dedica all'attività sportiva (63,1%): in primo piano il nuoto (per entrambi i mercati), seguito da ciclismo, tennis e windsurf/surf per chi viene dall'estero. Il soggiorno è anche un'occasione per dedicarsi allo shopping (31,6%) passeggiando tra le vetrine delle vie del centro storico (36%). I turisti stranieri, anche al mare, si dimostrano complessivamente più attivi considerando l'interesse per le attività escursionistiche (47,2%) e per le attività culturali, come la visita ai musei e alle mostre (22,5% su una media dell'11,8%) e ai monumenti storici (15,4% rispetto all'8,3%).

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio turistico regionale
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 36 di 42

Chi soggiorna nelle località balneari nelle Marche conta una spesa:

- per il viaggio A/R pari a 45 euro (gli italiani) e 146 euro (gli stranieri);
- per l'alloggio 30 euro (gli italiani) e 34 euro (gli stranieri);
- per le spese extra 46 euro circa per entrambi i mercati.

I turisti che hanno acquistato un pacchetto all inclusive nelle località di mare del territorio hanno speso in media, al giorno, 50 euro per gli italiani e quasi 53 euro per gli stranieri.

Le voci di spesa più significative riguardano:

- la ristorazione: il 70,8% spende in media 9 euro al giorno per pasti effettuati presso ristoranti e pizzerie e l'80% spende 3 euro giornaliere in bar/caffè e pasticcerie;
- i beni agroalimentari: il 54% spende 10 euro a persona al giorno per acquistare cibi e bevande in supermercati e negozi ed il 14,5% effettua acquisti di beni enogastronomici tipici;
- le attività ricreative: oltre la metà dei turisti frequenta gli stabilimenti balneari (circa 6 euro al giorno), il 35,3% trascorre parte del tempo tra cinema e discoteche spendendo 14 euro al giorno ed il 16,7% assiste a spettacoli teatrali o concerti (quasi 4 euro). Il 6,7% fruisce del servizio di noleggio barche spendendo 24 euro.

MARE: Motivazione principale del soggiorno

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Prezzi convenienti	21,7	13,4	20,6
Per i divertimenti che offre	21,0	17,0	20,4
Posto ideale per praticare un particolare sport	17,7	25,6	18,8
Posto ideale per riposarsi	16,6	18,3	16,8
Ho i parenti/amici che mi ospitano	16,4	17,3	16,5
Abbiamo la casa in questa località	15,9	5,5	14,5
Per la vicinanza	12,1	3,8	11,0
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	9,8	4,0	9,0
Posto adatto per bambini piccoli	8,8	9,5	8,9
Decisione altrui	9,2	3,1	8,4
Bellezze naturali del luogo	6,9	17,9	8,3
Il desiderio di vedere un posto mai visto	7,4	13,7	8,2
Facilità di raggiungimento buoni collegamenti	9,0	1,2	7,9
Motivi di lavoro	6,0	3,0	5,6
Per il gusto dell'avventura	2,1	11,4	3,3
Località esclusiva	3,7	1,1	3,3
Shopping	1,6	6,2	2,2
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	2,1	3,2	2,2

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

MARE: Motivazione principale: posto ideale per praticare sport

possibili più risposte, % sul totale turisti che hanno raggiunto la località per praticare sport
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Nuoto	49,7	38,0	47,5
Surf/windsurf	17,2	5,5	15,0
Passeggiate con i racchettoni	14,5	-	11,8
Passeggiate	11,1	6,4	10,3
Ciclismo	9,7	10,4	9,9
Tennis	5,2	29,2	9,6
Volo a vela, parapendio	2,3	6,4	3,1
Vela	3,8	-	3,1
Golf	0,9	8,3	2,3

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

MARE: Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	35,2	36,0	35,4
C'ero già stato/esperienza personale	29,4	19,5	27,8
Internet	14,2	27,4	16,3
<i>Informazioni su Internet</i>	8,8	13,2	9,5
<i>Offerte su Internet</i>	5,6	15,4	7,1
<i>Social network</i>	0,6	-	0,5
Non ho scelto io/hanno deciso altri	6,6	1,3	5,8
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	2,4	5,3	2,9
Consiglio dell'agenzia di viaggi	2,1	1,8	2,0
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	1,8	2,2	1,8
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,6	0,8	1,5
Pubblicità	0,9	3,1	1,2
Altro	4,0	2,6	3,7

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

MARE: Attività svolte

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Praticato attività sportiva	63,8	58,9	63,1
Ho visitato il centro storico	36,2	35,0	36,0
Ho fatto shopping	31,8	30,4	31,6
Escursioni	22,3	47,2	25,6
Ho assistito a spettacoli musicali	13,6	2,0	12,0
Ho degustato i prodotti tipici locali	12,5	7,5	11,9
Gite in barca a noleggio	10,2	12,8	10,6
Visita di musei e/o mostre	7,6	22,5	9,6
Gite in barca privata	8,2	5,8	7,9
Partecipazione ad eventi folkloristici	7,5	10,2	7,8
Ho lavorato	6,5	7,3	6,6
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	5,1	15,4	6,5
Partecipazione ad eventi enogastronomici	6,5	3,6	6,1
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	4,5	6,9	4,8
Sono andato in centri benessere	0,7	3,5	1,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

MARE: Attività sportive svolte

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti che hanno praticato attività sportiva
Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Nuoto	58,9	62,2	59,3
Passeggiate	53,7	57,6	54,2
Ciclismo	13,5	29,1	15,4
Tennis	13,2	23,0	14,4
Surf/windsurf	14,3	13,3	14,2
Vela	4,8	11,2	5,6
Sub/immersioni/snorkeling	3,5	4,5	3,6
Trekking	0,5	7,6	1,4

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

MARE: Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai turisti che non hanno utilizzato pacchetti

Anno 2012

	Spesa media a persona in euro		
	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio A/R	44,83	145,93	56,83
Alloggio (media giornaliera)	29,89	33,48	30,28

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

MARE: Spesa sostenuta per il pacchetto tutto compreso

Anno 2012

	Spesa media giornaliera a persona in euro		
	Italiani	Stranieri	Totale
Pacchetto tutto compreso	50,00	52,68	51,87

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

MARE: Quota di turisti per classe di spesa (escluso viaggio e alloggio) Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
da 0 a 30	38,2	39,1	38,3
da 31 a 60	39,7	35,7	39,2
da 61 a 90	15,0	15,8	15,1
da 91 a 120	4,8	6,7	5,1
da 121 a 150	0,1	1,6	0,3
oltre 150	2,2	1,2	2,0
Totale	100,0	100,0	100,0
Spesa media (escluso viaggio e alloggio)			
Spesa media giornaliera	45,66	45,35	45,62

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

MARE: Spesa media giornaliera a persona (Euro) Anno 2012				Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa (%)		
	Italiani euro	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
				%		
Pubblici esercizi						
Ristoranti, pizzerie	9,31	9,98	9,39	71,8	64,9	70,8
Bar, caffè, pasticcerie	3,24	3,81	3,32	80,4	77,8	80,0
Agroalimentari						
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	10,23	9,20	10,12	55,5	43,6	53,9
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	5,46	5,64	5,48	14,3	16,3	14,5
Abbigliamento						
Acquisti di Abbigliamento	10,01	11,70	10,29	42,0	53,7	43,6
Acquisti di calzature, accessori	7,07	7,97	7,20	18,7	19,5	18,8
Acquisto di abbigliamento per la pratica di sport	9,47	5,15	8,82	5,1	5,8	5,2
Acquisto di calzature, accessori per la pratica di sport	8,05	3,08	6,83	1,3	2,8	1,5
Attività ricreative						
Stabilimenti balneari	5,59	6,60	5,70	53,7	43,7	52,4
Attività ricreative (cinema, discoteca, ecc)	14,46	11,86	14,17	36,4	28,6	35,3
Spettacoli teatrali, concerti, ecc	3,54	3,65	3,55	16,9	15,9	16,7
Visite guidate	1,67	2,09	1,79	6,6	16,3	7,9
Fruizione servizi di noleggio barche	23,76	23,53	23,71	6,0	11,0	6,7
Biglietti/card, musei, monumenti, ecc	8,15	5,94	7,73	4,1	6,1	4,4
Servizi benessere	30,56	12,00	28,46	4,1	3,4	4,0
Attività sportive noleggio attrezzature	27,52	60,00	28,65	1,9	0,4	1,7
Ormeggio posto barca	40,18	5,00	37,97	1,1	0,5	1,0
Attività sportive (lezioni, scuole)	25,14	75,00	27,22	1,1	0,3	1,0
Bookshop nei musei	2,16	2,58	2,40	0,4	3,7	0,9
Attività sportive (impianti)	8,62		8,62	0,7	0,0	0,6
Audioguide nei musei	1,80	3,33	2,30	0,4	1,3	0,6
Fruizione di altri servizi portuali	23,81	56,56	31,71	0,4	0,9	0,5
Altre attività culturali	1,29	1,24	1,28	0,3	0,4	0,3
Trasporti pubblici						
Trasporti pubblici/taxi	12,94	7,87	11,01	3,4	13,2	4,7
Parcheggi	5,61	10,57	6,08	6,9	4,6	6,6
Tabacchi editoria						
Tabacchi, editoria	5,33	5,20	5,31	52,7	50,0	52,4
Editoria giornali e guide	4,12	4,44	4,16	46,2	34,2	44,6
Altre industrie manifatturiere						
Souvenir	8,06	5,84	7,72	20,6	23,8	21,0
Igiene personale e salute	6,96	10,59	7,47	19,5	20,7	19,7
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	10,46	7,78	10,13	8,1	7,3	8,0
Acquisti di prodotti artigianali tipici	5,07	4,84	5,05	6,8	3,9	6,4
Altro shopping	7,00	15,01	8,26	4,1	4,9	4,2
Altre spese	10,17	8,21	9,97	3,2	2,3	3,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Nota metodologica

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato si è rivolta a circa 2000 turisti presenti nelle Marche suddivisi tra italiani e stranieri.

Le domande miravano a rilevare le caratteristiche strutturali del turista (età, provenienza, sesso, titolo di studio e professione), i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, organizzazione della soggiorno, canali di influenza, attività svolte, soddisfazione e valutazione del soggiorno svolto) e l'importo della spesa individuale, per oltre 30 voci di spesa direttamente turistica (viaggio, alloggio e pacchetto turistico) e indirettamente turistica (trasporti, pubblici, taxi; parcheggi; ristoranti, pizzerie; bar, caffè, pasticcerie; cibi e bevande in supermercati; abbigliamento; calzature e accessori; gioielleria, bigiotteria; altro shopping; sigarette, giornali, guide; ingressi musei, mostre; cinema, discoteche; spettacoli teatrali, concerti; eventi sportivi; igiene personale e salute; altre spese). I dati sono stati pesati in base ai dati Istat sulle presenze per provincia.

La rilevazione è avvenuta presso i punti di maggiore interesse turistico delle singole località. La rilevazione è avvenuta in diversi periodi nel corso dell'anno 2012 coerentemente con la stagionalità dei prodotti.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio turistico regionale
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 42 di 42