



OSSERVATORIO TURISTICO DELLA REGIONE MARCHE

**LE PERFORMANCE DI VENDITA
DELLE IMPRESE DEL RICETTIVO**

Agosto 2011

A cura di



**Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche**



Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	Unioncamere Marche
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■
Termine rilevazione:	luglio 2011
Casi:	690

Sommario

I fenomeni in corso.....	4
1. L'occupazione primaverile nelle strutture ricettive marchigiane e le prenotazioni per l'estate	6
2. Strategie delle imprese, caratteristiche e comportamenti della clientela	8
3. Le prenotazioni per l'estate.....	12
4. Nota metodologica.....	13
5. Allegati.....	15

I fenomeni in corso

Nel II trimestre del 2011, le performance di vendita delle camere delle imprese ricettive marchigiane confermano il recupero già avviato nel I trimestre dell'anno. Nel dettaglio, a livello territoriale gli operatori della provincia di Macerata e di Ancona registrano i risultati migliori del periodo, così come le strutture localizzate nelle città di interesse culturale e sulla costa.

Tra i comparti si rileva l'alternanza dei risultati nei primi due mesi del trimestre con l'alberghiero che traina l'ospitalità ad aprile e l'extralberghiero a maggio ed il riallineamento dei tassi di occupazione a giugno, in linea con la media nazionale.

I dati incoraggianti del trimestre, infine, trovano conferma anche nelle prenotazioni e le strutture ricettive marchigiane superano la media nazionale nel periodo estivo. In particolare, gli operatori della provincia di Fermo e di Ascoli Piceno ottengono buoni risultati soprattutto a luglio ed agosto; le imprese delle destinazioni balneari, delle città e del comparto extralberghiero si posizionano in prima linea in questo scenario.

La destinazione Marche è meta soprattutto di turismo italiano. In particolare, le strutture legate al prodotto termale e quelle sulla costa registrano, sul totale della loro clientela, una quota di turisti italiani superiore alla media regionale.

I turisti stranieri (tedeschi, olandesi e inglesi in primis) si concentrano maggiormente nelle città ed in campagna, rispetto alle altre aree prodotte. Tra i comparti, inoltre, si rileva una maggiore attrattività del comparto alberghiero verso il turista internazionale, rispetto alla ricettività complementare.

In termini di strategie di commercializzazione delle imprese, sia il livello di utilizzo del canale dell'intermediazione organizzata da parte delle strutture, sia il ritorno di clientela organizzata sfiorano il dato nazionale.

Nel caso dell'utilizzo di internet, come strumento di incontro tra la domanda e l'offerta, la quota di imprese presenti online si allinea al dato Italia, mentre si rileva un lieve gap negativo in termini di ritorno di clientela internauta rispetto allo scenario nazionale. Nel dettaglio, inoltre, la quota di turisti che prenotano online è

fortemente orientata più verso l'utilizzo di uno strumento "tradizionale", quale la posta elettronica, che dei siti di proprietà o di portali, maggiormente utilizzati nel resto d'Italia.

Le strutture ricettive marchigiane individuano come target di riferimento per la loro offerta turistica le coppie e le famiglie per il segmento leisure, ma possono contare anche sul turismo d'affari, superando la media nazionale.

Si riscontrano, quindi, vari spunti di riflessione per orientare lo sviluppo dell'attrattività delle Marche sul mercato nazionale ed internazionale.

Occorre, ad esempio, incrementare le vendite delle camere nelle strutture ricettive del territorio durante tutte le stagioni e rivitalizzare l'offerta turistica nel complesso, attraverso la strutturazione di proposte integrate dei prodotti turistici, durante tutto l'anno, spaziando dal mare allo sport, dall'enogastronomia al congressuale e allo shopping.

In particolare, l'offerta turistica legata al prodotto terme e benessere potrebbe dare impulso all'intercettazione di nuovi mercati-obiettivo interessati a questo prodotto o di consolidare quelli esistenti. Mettere a sistema l'offerta termale marchigiana ed abbinarla ad un'offerta multi-prodotto e multi-stagionale (natura/sport/shopping/relax) fornirebbe alla destinazione le carte giuste da giocare sia in Italia che all'estero.

Il segmento business, poi, già presente come target di riferimento, darebbe impulso al posizionamento della regione come un potenziale polo congressuale di rilievo, strutturando la giusta offerta di servizi necessari in base alle caratteristiche economiche ed imprenditoriali della regione.

1. L'occupazione primaverile nelle strutture ricettive marchigiane e le prenotazioni per l'estate

L'occupazione delle camere nelle strutture ricettive marchigiane nel II trimestre 2011

Il secondo trimestre 2011 consolida il recupero di posizioni che le strutture ricettive della regione Marche hanno avviato sin dall'inizio dell'anno, superando non soltanto la difficile primavera del 2010, ma arrivando spesso a recuperare i risultati ottenuti del 2009.

Il primo trimestre del 2011, infatti, si era chiuso con un'occupazione complessiva del 29,6%, risultato di un'occupazione camere di circa il 31% a gennaio e marzo e del 26,9% a febbraio, un dato positivo perché mostrava i primi segnali di una ripresa: +13,1 punti percentuali rispetto a gennaio 2010, +10,2 punti percentuali a febbraio e +8,4 punti percentuali a marzo.

Il dato sintetico che esprime il risultato di occupazione delle camere del secondo trimestre si attesta sul 42,7%, superando, sebbene di poco, la media registrata dalle imprese ricettive a livello nazionale (42,5%).

Ad aprile le imprese ricettive hanno venduto il 37% delle camere disponibili (+11 punti percentuali rispetto al 2010), a maggio hanno sfiorato il 40% (con circa 9 punti percentuali in più) e a giugno si sono attestate sul 49% (migliorando il dato di giugno 2010 di 4 punti percentuali).

La stagione vera e propria inizia a giugno, con l'apertura delle strutture ricettive della costa.

Nei due mesi precedenti, infatti, la differenza tra il tasso di occupazione lorda, che viene calcolato sul totale delle strutture esistenti, e quello netto, che si riferisce alle strutture effettivamente aperte nel periodo considerato, mostra un gap significativo che ad aprile si estende a tutto il territorio (28,8% il tasso di occupazione lorda e 37% quello netto) e che a maggio riguarda soprattutto le province di Macerata, di Fermo e di Pesaro-Urbino.

In provincia di Macerata le strutture ricettive vendono più camere durante tutto il trimestre (il 38,9% ad aprile, 48% a maggio e 51,2% a giugno), seguite da quelle di Ancona, con il 38,1% di aprile, il 43,4% di

maggio e il 50,4% di giugno. La provincia di Pesaro–Urbino rallenta a maggio (37,2%) quando, al contrario, cresce l'occupazione in quella di Fermo (42,5%).

A giugno i tassi di vendite delle camere sono trainati dalle città (52,5%) e dalle località balneari (50,7%), mentre nelle aree di montagna (29,9%), di campagna (37,1%) e in quelle termali (32,9%) le strutture ricettive faticano a riempirsi, anche se le quote di occupazione sono in crescita rispetto ai mesi precedenti.

Dopo un'alternanza che ad aprile vede favorito il comparto alberghiero (con il 40,4% di camere vendute rispetto al 33,9% delle strutture complementari) e a maggio l'extra–alberghiero (che con il 42,5% supera di oltre 5 punti percentuali gli alberghi), giugno segna il riallineamento e tutte le strutture ricettive vendono il 49% delle camere disponibili.

Nel ricettivo spicca l'hotellerie di qualità che sfiora il 50% di camere vendute ad aprile e maggio e il 61% a giugno, mentre tra le strutture extra-alberghiere i risultati migliori sono quelli dei campeggi e dei villaggi turistici, con il 46,5% di maggio e il 53,3% di giugno. B&B e agriturismi non beneficiano dell'avanzare della stagione e restano fermi al di sotto del 30% di camere vendute.

Dopo l'abbassamento delle tariffe avvenuto nel 2010, in questo Il trimestre del 2011 negli hotel si registra l'aumento dei prezzi rispetto all'anno precedente passando da 65 euro ad una media di 75 euro. In particolare, nel caso degli alberghi a 4 e 5 stelle, l'aumento delle tariffe (+19,2%) è maggiore rispetto allo scenario italiano (+2,8%)

2. Strategie delle imprese, caratteristiche e comportamenti della clientela

Il territorio marchigiano è destinazione di vacanza soprattutto per il turista italiano (84,8% della clientela delle strutture ricettive), con un peso maggiore nel caso della provincia di Macerata dove quasi il 90% della clientela è composta da vacanzieri provenienti da altre località italiane. In termini di aree prodotte, il turista italiano trascorre la vacanza soprattutto nelle strutture ricettive legate al prodotto termale e localizzate sulla costa (rispettivamente il 90,4% e l'88,3% sul totale della clientela di queste strutture).

I turisti stranieri che scelgono la destinazione Marche per trascorrere la vacanza sono il 15,2% della clientela (circa la metà rispetto alla media Italia ed in lieve calo rispetto al II trimestre del 2010) e provengono soprattutto dalla Germania (per il 34,8% delle strutture ricettive), dai Paesi Bassi (16,8%) e dal Regno Unito (10,4%).

Rispetto allo scenario regionale, le province proporzionalmente più attrattive per il turismo straniero sono quella di Ancona e di Fermo (rispettivamente quasi il 20% della clientela nelle strutture di queste province è straniera) e, tra le aree prodotte, mostrano più appeal le città (18,6% della clientela) e la campagna (16,9%).

In particolare, una opportunità di sviluppo dell'attrattività internazionale della regione potrebbe essere legata, ad esempio, al prodotto termale. In linea generale¹, infatti, le terme ed il benessere in Italia attirano soprattutto i turisti austriaci, svizzeri (interessati anche alla natura e allo sport) e francesi (attirati anche dall'enogastronomia), target questi che già orbitano intorno alla destinazione Marche. Sarebbe opportuno, quindi, puntare sul prodotto termale e su questi mercati per incrementare la domanda di turismo internazionale (e non solo) ottenendo il massimo risultato mettendo a sistema la rete di terme sul territorio. Tale strategia sarebbe ideale per lo sviluppo anche dell'offerta turistica legata alla natura e allo sport, nell'ottica della creazione di una offerta multi-prodotto.

In termini di tipologia di alloggio, gli alberghi contano su una quota lievemente maggiore di turisti stranieri (nell'hôtellerie il 16,3% della clientela) rispetto alle strutture complementari (14,4%).

¹ Fonte: Impresa Turismo, 2011

Nel secondo trimestre dell'anno, la vacanza nelle Marche dura in media poco meno di 4 notti (2,8 notti nel I trimestre del 2010), permanenza che aumenta di 1 notte nel caso del soggiorno in località di mare (4,8 notti; 5,3 notti per gli stranieri), supera le 6 notti nei campeggi e villaggi e raddoppia nelle residenze turistico alberghiere (8,1 notti).

Tra le strategie di commercializzazione possibili degli operatori, il livello di ricorso al circuito dell'intermediazione organizzata, in calo rispetto al 2010, è in linea con il contesto nazionale: ¼ delle imprese utilizza questo strumento e si affida, in primis, alle agenzie di viaggio (tradizionali nel 54,7% dei casi ed online nel 42,9%) ed ai tour operator (31,9%). I canali alternativi di commercializzazione della propria offerta, anche se in modo esiguo, sono le organizzazioni religiose (7,2%) e le associazioni (culturali 5,4% e sportive 3,3%).

In termini di ritorno di clientela, quasi il 10% dei turisti effettua la prenotazione del viaggio tramite gli operatori dell'intermediazione organizzata (quota in aumento rispetto al 2010). Tale fenomeno è più rilevante nel caso delle strutture in provincia di Pesaro e Urbino (14% i turisti organizzati).

Inoltre, i turisti organizzati si concentrano soprattutto nelle città di interesse culturale (16,2% della clientela delle strutture) e nel comparto alberghiero (13,3%; soprattutto negli alberghi a 4 stelle e nelle residenze turistico alberghiere).

Un'altra vetrina di vendita per le strutture ricettive è il web. Infatti, quasi 8 operatori su 10 è presente online, con le province di Pesaro e Urbino e Ascoli Piceno in prima linea. A livello territoriale, le imprese legate al prodotto termale e balneare utilizzano maggiormente questa strategia di commercializzazione (più dell'85% delle strutture è presente online), mentre quelle meno presenti sul web nel trimestre sono le strutture in montagna (58%).

La presenza degli operatori sulla rete potrebbe dare impulso, ad esempio, allo sviluppo del turismo internazionale dei prodotti turistici marchigiani, come ad esempio il termale, potendo intercettare tramite la rete web i mercati stranieri.

Tra i comparti, è l'alberghiero il settore che più propone la sua offerta ricettiva online (quasi 87%; in primis gli alberghi a 4 stelle).

Nelle strutture ricettive marchigiane il 30,6% della clientela ha prenotato tramite internet (in calo rispetto al I trimestre del 2010 ed inferiore alla media Italia) e la posta elettronica primeggia tra gli strumenti utilizzati

(22%). L'utilizzo di canali quali i grandi portali (5,4%) o i siti delle strutture (3,2%) si posiziona nettamente al di sotto della media nazionale (rispettivamente del 7,5% e del 10,8%), orientandosi quindi più verso il canale tradizionale delle e-mail.

Nel dettaglio, si rileva che:

- a livello territoriale, le province di Pesaro e Urbino e Ancona registrano quote più elevate di clientela che prenota online (rispettivamente il 39,2% ed il 32,6%); le strutture ricettive della provincia di Pesaro e Urbino contano anche sulla clientela che prenota tramite i portali (10,2%), e quelle della provincia di Ancona ricevono prenotazioni anche tramite il sito di proprietà (5,9%),
- in termini di aree prodotte le strutture localizzate sulla costa ed in campagna si distinguono per accogliere una quota maggiore di turisti internauti rispetto alla media (rispettivamente il 32,8% ed il 34,1%); le strutture in città, inoltre, possono contare su una quota superiore alla media di turisti che hanno utilizzato i grandi portali per prenotare (7,4%; media Marche del 5,4%),
- tra i comparti, quello alberghiero accoglie in media più turisti internauti (34,4%; 47,7% negli alberghi a 4 stelle) rispetto a quello extralberghiero (28,2%; si differenziano gli agriturismi con il 42%).

In linea con la media nazionale, il 32,1% della clientela ritorna nelle strutture ricettive dove abitualmente trascorre il soggiorno. In particolare, sono le strutture delle destinazioni balneari e gli alberghi a riscontrare maggiormente questo fenomeno con, rispettivamente, il 42,1% ed il 44,7% di clientela abituale.

Come di consueto, i target di clientela di riferimento per le imprese marchigiane sono, innanzitutto, le coppie (40,1%) e le famiglie (36,4%), ma le strutture ricettive possono contare anche sul segmento business (12,5% sul totale della clientela del trimestre) superando la media Italia (11,1%).

Nel dettaglio si evidenziano alcune caratteristiche peculiari:

- le coppie, sono il punto di riferimento per le imprese della provincia di Macerata (44% della clientela della provincia), di Pesaro e Urbino (42%), per gli operatori delle destinazioni termali (52% della clientela) e per il comparto extralberghiero (48,2%),

- le famiglie rappresentano il target di clientela principale per le strutture ricettive della provincia di Ascoli Piceno (44,7% sul totale della clientela), di Fermo (42%) e di Ancona (37,1%); sono molto presenti nelle strutture della costa (45%) e del settore alberghiero (41,3%),
- il segmento business (composto soprattutto da turisti individuali, poi gruppi e in percentuale esigua da congressisti), è relativamente più concentrato nelle strutture anconetane (17,8% della clientela della provincia) e nelle città di interesse storico-artistico (17,1%); sono le strutture del comparto alberghiero a registrare una quota rilevante di turisti che alloggiano nelle Marche per motivi di lavoro (21,5%), con particolare rilievo nel caso degli alberghi a 4 stelle (44,2%).

3. Le prenotazioni per l'estate

Le prenotazioni per l'estate sono buone e, con il 57% di camere già vendute per luglio e il 60,9% per agosto, le strutture marchigiane superano la media registrata a livello nazionale, che si attesta rispettivamente sul 52,4% e sul 56,4%.

La graduatoria provinciale è guidata da Fermo (69,4% a luglio e 72,6% ad agosto) e seguita da Ascoli Piceno (con circa il 64% in entrambi i mesi) che, in termini di prodotti turistici, si traduce nella leadership delle località balneari e delle città. A settembre si registra un rallentamento che, comunque, si inserisce in una tendenza riscontrata anche a livello nazionale.

Complessivamente, infatti, nella regione Marche le prenotazioni scendono al 28,9%, restando superiori alla media nella provincia di Ascoli Piceno (36,7%), nelle località balneari (31,7%), nei campeggi e nei villaggi turistici (36,2%).

4. Nota metodologica

L'analisi congiunturale è stata condotta attraverso una rilevazione diretta a 690 ⁽²⁾ operatori del ricettivo nelle Marche, con questionario chiuso e domande dirette sull'andamento della stagione. Nel rispetto della presenza delle singole tipologie di impresa turistica ricettiva sul territorio regionale, si è provveduto a ripartire e ponderare le interviste anche secondo la seguente distribuzione per tipologia:

Provincia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Pesaro e Urbino	22,2	29,5
Ancona	23,9	21,2
Macerata	18,3	19,5
Ascoli Piceno	20,0	21,2
Fermo	15,7	8,6
Marche	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Prodotto	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Città di interesse storico artistico	30,6	34,2
Montagna	9,3	7,8
Terme	3,8	3,6
Mare	36,5	36,5
Campagna	19,9	17,9
Marche	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

² Imprese in attività e che hanno collaborato rispondendo al questionario, sul totale di quelle contattate.

Tipologia	Distribuzione interviste (%)	Peso (%)
Hotel	47,8	39,2
1 stella	6,7	9,3
2 stelle	16,4	20,4
3 stelle	61,5	55,0
4 stelle	11,2	10,7
RTA	4,2	4,6
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	28,4	10,5
Campeggi e Villaggi turistici	7,2	3,4
Bed & Breakfast	12,9	39,4
Altri esercizi ricettivi	3,6	7,4
Marche	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

La rilevazione è stata condotta dal 27 giugno al 4 luglio 2011.

5. Allegati

Occupazione camere³ gennaio-dicembre (%)			
Confronto 2009-2011			
	2009	2010	2011
Gennaio	30,6	17,8	30,9
Febbraio	34,8	16,7	26,9
Marzo	36,5	22,8	31,2
Aprile	38,6	26,2	37,0
Maggio	36,4	30,7	39,9
Giugno	45,3	45,0	49,0
Luglio	67,1	55,7	
Agosto	76,7	67,4	
Settembre	40,9	40,7	
Ottobre	31,2	34,2	
Novembre	27,8	30,8	
Dicembre	23,3	35,0	

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Occupazione camere (%)						
Confronto I e II trimestre 2010-2011						
	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
2010	17,8	16,7	22,8	26,2	30,7	45,0
2011	30,9	26,9	31,2	37,0	39,9	49,0
Var% 2011/2010	13,1	10,2	8,3	10,8	9,1	4,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Occupazione camere I e II trimestre 2011 (%)		
	I trimestre	II trimestre
Marche	29,6	42,7
Italia	34,8	42,5

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

³ La presente tabella e quelle che seguono fanno riferimento al tasso di occupazione/prenotazione netta delle camere.

Occupazione camere gennaio-giugno 2011 per provincia (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Pesaro e Urbino	29,7	28,6	36,7	38,6	37,2	47,1
Ancona	31,2	22,2	24,7	38,1	43,4	50,4
Macerata	27,2	29,4	29,2	38,9	48,0	51,2
Ascoli Piceno	35,0	32,5	36,3	31,5	28,2	46,7
Fermo	24,6	23,9	27,5	34,4	42,5	50,6
Marche	30,9	26,9	31,2	37,0	39,9	49,0
Italia	34,2	33,2	36,8	36,4	38,8	50,4

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Occupazione camere gennaio-giugno 2011 per prodotto (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Città di interesse storico artistico	32,6	32,7	37,5	41,0	44,8	52,5
Montagna	16,0	12,1	20,0	27,9	27,9	29,9
Terme	34,2	22,1	24,5	31,4	30,0	32,9
Mare	32,6	26,3	29,8	36,4	39,2	50,7
Campagna	32,9	28,0	33,6	31,0	33,1	37,1
Marche	30,9	26,9	31,2	37,0	39,9	49,0
Italia	34,2	33,2	36,8	36,4	38,8	50,4

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Occupazione camere gennaio-giugno 2011 per tipologia ricettiva (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Alberghiero	33,3	33,8	37,7	40,4	37,1	49,1
Extralberghiero	25,8	18,8	23,0	33,9	42,5	49,0
Marche	30,9	26,9	31,2	37,0	39,9	49,0
Italia	34,2	33,2	36,8	36,4	38,8	50,4

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Occupazione camere gennaio-giugno 2011 per tipologia ricettiva (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Hotel	33,3	33,8	37,7	40,4	37,1	49,1
1 stella	29,0	18,2	21,7	27,5	29,7	32,6
2 stelle	36,4	32,2	35,8	40,1	34,5	41,8
3 stelle	31,6	32,8	36,8	37,8	34,1	47,7
4 stelle	40,7	44,8	50,4	49,8	48,3	60,6
RTA	18,5	17,7	18,0	31,8	34,1	48,9
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	22,4	21,1	27,0	22,1	23,2	26,9
Campeggi e Villaggi turistici	10,3	13,0	16,7	35,3	46,5	53,3
Bed & Breakfast	14,8	12,6	18,5	21,5	21,5	26,6
Altri esercizi ricettivi	38,4	33,5	39,2	43,7	44,8	53,1
Marche	30,9	26,9	31,2	37,0	39,9	49,0
Italia	34,2	33,2	36,8	36,4	38,8	50,4

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Occupazione camere gennaio-giugno 2011 per ricorso all'intermediazione (%)

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	35,1	35,4	40,3	41,7	43,9	54,6
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	26,7	21,8	26,0	31,2	36,3	44,3
Marche	30,9	26,9	31,2	37,0	39,9	49,0
Italia	34,2	33,2	36,8	36,4	38,8	50,4

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Prezzi delle camere nelle strutture alberghiere confronto II trimestre 2009-2011, valori in euro

	2009	2010	2011	Var% 2011/2009	Var% 2011/2010
Hotel	69,96	65,15	75,51	7,9	15,9
1 e 2 stelle	63,19	54,26	58,91	-6,8	8,6
3 stelle	71,63	68,44	77,25	7,8	12,9
4 e 5 stelle	82,96	95,50	113,80	37,2	19,2

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Strategie delle imprese, caratteristiche e comportamenti della clientela

Provenienza della clientela (%)			
	Italiani	Stranieri	Totale
2009			
I trimestre	90,5	9,5	100,0
II trimestre	67,4	32,6	100,0
III trimestre	80,4	19,6	100,0
IV trimestre	85,1	14,9	100,0
2010			
I trimestre	80,1	19,9	100,0
II trimestre	79,3	20,7	100,0
III trimestre	74,1	25,9	100,0
IV trimestre	78,5	21,5	100,0
2011			
I trimestre	87,4	12,6	100,0
II trimestre	84,8	15,2	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Provenienza della clientela per provincia (%)			
	Italiani	Stranieri	Totale
Pesaro e Urbino	85,3	14,7	100,0
Ancona	80,1	19,9	100,0
Macerata	89,5	10,5	100,0
Ascoli Piceno	86,5	13,5	100,0
Fermo	80,1	19,9	100,0
Marche	84,8	15,2	100,0
Italia	65,3	34,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Provenienza della clientela per area-prodotto (%)			
	Italiani	Stranieri	Totale
Città di interesse storico artistico	81,4	18,6	100,0
Montagna	85,1	14,9	100,0
Terme	90,4	9,6	100,0
Mare	88,3	11,7	100,0
Campagna	83,1	16,9	100,0
Marche	84,8	15,2	100,0
Italia	65,3	34,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Alberghiero	83,7	16,3	100,0
Extralberghiero	85,6	14,4	100,0
Marche	84,8	15,2	100,0
Italia	65,3	34,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Provenienza della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Hotel	83,7	16,3	100,0
1 stella	80,7	19,3	100,0
2 stelle	90,3	9,7	100,0
3 stelle	84,2	15,8	100,0
4 stelle	74,5	25,5	100,0
RTA	75,3	24,7	100,0
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	81,1	18,9	100,0
Campeggi e Villaggi turistici	75,6	24,4	100,0
Bed & Breakfast	88,7	11,3	100,0
Altri esercizi ricettivi	80,1	19,9	100,0
Marche	84,8	15,2	100,0
Italia	65,3	34,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Principali mercati

% sul totale strutture

1°	Germania	34,8
2°	Paesi Bassi	16,8
3°	Regno Unito	10,4
	Francia	8,8
	Belgio	8,0
	Austria	6,3
	Stati Uniti	4,7
	Svizzera	4,4
	Spagna	2,9
	Federazione Russa	2,7
	Polonia	2,4
	Danimarca	1,8
	Lussemburgo	1,5
	Repubblica Ceca	1,5
	Europa del Nord	1,2
	Romania	1,2
	Canada	1,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Permanenza media della clientela (n.° notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
2009			
I trimestre	3,1	3,6	3,4
II trimestre	3,4	3,8	3,6
III trimestre	4,4	4,7	4,5
IV trimestre	2,7	3,5	3,1
2010			
I trimestre	2,8	3,5	3,2
II trimestre	3,4	4,2	3,8
III trimestre	4,1	5,6	4,8
IV trimestre	2,9	3,2	3,1
2011			
I trimestre	2,5	3,2	2,8
II trimestre	3,4	4,2	3,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Permanenza media della clientela per provincia (n.° notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Pesaro e Urbino	3,5	4,1	3,8
Ancona	3,8	4,3	4,0
Macerata	2,9	4,3	3,6
Ascoli Piceno	3,7	4,4	4,0
Fermo	2,7	3,7	3,2
Marche	3,4	4,2	3,8
Italia	3,6	4,1	3,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Permanenza media della clientela per prodotto (n.° notti)

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Città di interesse storico artistico	2,7	3,3	3,0
Montagna	3,4	3,5	3,4
Terme	3,2	3,3	3,3
Mare	4,3	5,3	4,8
Campagna	2,9	4,8	3,9
Marche	3,4	4,2	3,8
Italia	3,6	4,1	3,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

**Permanenza media della clientela per tipologia ricettiva
(n.° notti)**

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Alberghiero	4,3	4,4	4,3
Extralberghiero	2,8	4,0	3,4
Marche	3,4	4,2	3,8
Italia	3,6	4,1	3,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

**Permanenza media della clientela per tipologia ricettiva
(n.° notti)**

	Italiani	Stranieri	Media Totale
Hotel	4,3	4,4	4,3
1 stella	3,3	3,7	3,5
2 stelle	5,0	3,7	4,4
3 stelle	4,1	4,4	4,2
4 stelle	3,1	4,4	3,8
RTA	7,9	8,4	8,1
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	3,7	4,9	4,3
Campeggi e Villaggi turistici	5,9	6,3	6,1
Bed & Breakfast	2,3	3,2	2,8
Altri esercizi ricettivi	2,8	4,5	3,7
Marche	3,4	4,2	3,8
Italia	3,6	4,1	3,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Clientela abituale (%)

2009	
I trimestre	32,8
II trimestre	35,6
III trimestre	27,9
IV trimestre	29,0
2010	
I trimestre	27,8
II trimestre	33,2
III trimestre	30,8
IV trimestre	33,1
2011	
I trimestre	36,1
II trimestre	32,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Clientela abituale per provincia (%)

Pesaro e Urbino	36,7
Ancona	31,0
Macerata	26,5
Ascoli Piceno	32,0
Fermo	32,2
Marche	32,1
Italia	32,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Clientela abituale per prodotto (%)

Città di interesse storico artistico	26,7
Montagna	26,6
Terme	28,3
Mare	42,1
Campagna	25,3
Marche	32,1
Italia	32,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Clientela abituale per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	44,7
Extralberghiero	24,0
Marche	32,1
Italia	32,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Clientela abituale per tipologia ricettiva (%)

Hotel	44,7
1 stella	43,7
2 stelle	52,8
3 stelle	42,8
4 stelle	43,1
RTA	37,2
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	30,6
Campeggi e Villaggi turistici	51,1
Bed & Breakfast	19,1
Altri esercizi ricettivi	28,2
Marche	32,1
Italia	32,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Il ricorso al circuito dell'intermediazione (%)

	Si	No	Totale
2009			
I trimestre	18,0	82,0	100,0
II trimestre	20,9	79,1	100,0
III trimestre	18,0	82,0	100,0
IV trimestre	18,4	81,6	100,0
2010			
I trimestre	26,0	74,0	100,0
II trimestre	32,6	67,4	100,0
III trimestre	23,9	76,1	100,0
IV trimestre	30,7	69,3	100,0
2011			
I trimestre	22,0	78,0	100,0
II trimestre	25,7	74,3	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Il ricorso al circuito dell'intermediazione per provincia (%)

	Si	No	Totale
Pesaro e Urbino	33,4	66,6	100,0
Ancona	27,5	72,5	100,0
Macerata	21,9	78,1	100,0
Ascoli Piceno	19,9	80,1	100,0
Fermo	18,5	81,5	100,0
Marche	25,7	74,3	100,0
Italia	28,3	71,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Il ricorso al circuito dell'intermediazione per prodotto (%)

	Si	No	Totale
Città di interesse storico artistico	31,2	68,8	100,0
Montagna	13,7	86,3	100,0
Terme	20,9	79,1	100,0
Mare	25,1	74,9	100,0
Campagna	22,9	77,1	100,0
Marche	25,7	74,3	100,0
Italia	28,3	71,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Il ricorso al circuito dell'intermediazione per tipologia ricettiva (%)

	Si	No	Totale
Alberghiero	39,0	61,0	100,0
Extralberghiero	17,2	82,8	100,0
Marche	25,7	74,3	100,0
Italia	28,3	71,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Il ricorso al circuito dell'intermediazione per tipologia ricettiva (%)

	Si	No	Totale
Hotel	39,0	61,0	100,0
1 stella	2,6	97,4	100,0
2 stelle	19,5	80,5	100,0
3 stelle	46,5	53,5	100,0
4 stelle	60,0	40,0	100,0
RTA	61,0	39,0	100,0
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	18,6	81,4	100,0
Campeggi e Villaggi turistici	20,8	79,2	100,0
Bed & Breakfast	13,5	86,5	100,0
Altri esercizi ricettivi	33,3	66,7	100,0
Marche	25,7	74,3	100,0
Italia	28,3	71,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Circuiti di intermediazione utilizzati

% sul totale strutture che ricorrono all'intermediazione, possibili più risposte

Agenzie di viaggio	54,7
Agenzie di viaggio ON LINE	42,9
Tour operator	31,9
Organizzazione religiosa	7,2
Associazioni culturali	5,4
Associazioni sportive	3,3
Cral	2,4
Parrocchie	1,7
Scuole	1,0
Altro	5,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti organizzati (%)

2009	
I trimestre	3,3
II trimestre	4,2
III trimestre	4,2
IV trimestre	4,0
2010	
I trimestre	5,5
II trimestre	8,0
III trimestre	5,9
IV trimestre	5,6
2011	
I trimestre	6,2
II trimestre	9,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti organizzati per provincia (%)

Pesaro e Urbino	14,0
Ancona	10,7
Macerata	8,2
Ascoli Piceno	5,7
Fermo	8,2
Marche	9,9
Italia	10,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti organizzati per prodotto (%)

Città di interesse storico artistico	16,2
Montagna	4,8
Terme	6,3
Mare	7,0
Campagna	6,5
Marche	9,9
Italia	10,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Alberghiero	13,3
Extralberghiero	7,7
Marche	9,9
Italia	10,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti organizzati per tipologia ricettiva (%)

Hotel	13,3
1 stella	1,3
2 stelle	4,2
3 stelle	16,0
4 stelle	22,5
RTA	25,0
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	6,8
Campeggi e Villaggi turistici	7,4
Bed & Breakfast	5,9
Altri esercizi ricettivi	18,3
Marche	9,9
Italia	10,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Strutture presenti on line (%)

2009	Sì	No	Totale
I trimestre	81,6	18,4	100,0
II trimestre	81,0	19,0	100,0
III trimestre	83,2	16,8	100,0
IV trimestre	82,6	17,4	100,0
2010	Sì	No	Totale
I trimestre	84,7	15,3	100,0
II trimestre	81,7	18,3	100,0
III trimestre	78,7	21,3	100,0
IV trimestre	76,5	23,5	100,0
2011	Sì	No	Totale
I trimestre	86,2	13,8	100,0
II trimestre	79,3	20,7	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Strutture presenti on line per provincia (%)

	Sì	No	Totale
Pesaro e Urbino	83,8	16,2	100,0
Ancona	79,8	20,2	100,0
Macerata	69,7	30,3	100,0
Ascoli Piceno	83,2	16,8	100,0
Fermo	74,9	25,1	100,0
Marche	79,3	20,7	100,0
Italia	83,5	16,5	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Strutture presenti on line per prodotto (%)

	Sì	No	Totale
Città di interesse storico artistico	75,1	24,9	100,0
Montagna	58,4	41,6	100,0
Terme	85,3	14,7	100,0
Mare	85,2	14,8	100,0
Campagna	83,2	16,8	100,0
Marche	79,3	20,7	100,0
Italia	83,5	16,5	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Strutture presenti on line per tipologia ricettiva (%)

	Sì	No	Totale
Alberghiero	86,9	13,1	100,0
Extralberghiero	74,4	25,6	100,0
Marche	79,3	20,7	100,0
Italia	83,5	16,5	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Strutture presenti on line per tipologia ricettiva (%)

	Sì	No	Totale
Hotel	86,9	13,1	100,0
1 stella	67,4	32,6	100,0
2 stelle	84,1	15,9	100,0
3 stelle	88,1	11,9	100,0
4 stelle	100,0	0,0	100,0
RTA	92,9	7,1	100,0
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	88,1	11,9	100,0
Campeggi e Villaggi turistici	72,0	28,0	100,0
Bed & Breakfast	76,8	23,2	100,0
Altri esercizi ricettivi	43,8	56,2	100,0
Marche	79,3	20,7	100,0
Italia	83,5	16,5	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti prenotati tramite internet (%)

	Dal sito di proprietà	Grandi portali	Tramite mail	Totale turisti Internet
2009				
I trimestre	9,3	7,1	15,2	31,5
II trimestre	26,7	6,4	8,8	41,9
III trimestre	26,7	5,8	6,1	38,7
IV trimestre	25,0	4,6	9,0	38,6
2010				
I trimestre	5,2	3,2	11,1	19,6
II trimestre	9,0	7,0	21,6	37,7
III trimestre	10,7	4,8	19,3	34,7
IV trimestre	10,4	8,7	23,8	42,9
2011				
I trimestre	7,5	9,0	18,4	34,9
II trimestre	3,2	5,4	22,0	30,6

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti prenotati tramite internet per provincia (%)

	Dal sito di proprietà	Grandi portali	Tramite mail	Totale turisti Internet
Pesaro e Urbino	2,7	10,2	26,3	39,2
Ancona	5,9	4,3	22,4	32,6
Macerata	1,7	2,6	13,5	17,7
Ascoli Piceno	2,1	3,0	23,9	29,0
Fermo	3,9	4,6	21,3	29,8
Marche	3,2	5,4	22,0	30,6
Italia	10,8	7,5	20,4	38,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti prenotati tramite internet per prodotto (%)

	Dal sito di proprietà	Grandi portali	Tramite mail	Totale turisti Internet
Città di interesse storico artistico	3,2	7,4	19,6	30,2
Montagna	0,8	2,5	14,1	17,3
Terme	2,3	2,1	20,4	24,8
Mare	3,9	4,2	24,7	32,8
Campagna	3,0	6,2	24,9	34,1
Marche	3,2	5,4	22,0	30,6
Italia	10,8	7,5	20,4	38,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

	dal sito di proprietà	grandi portali	tramite mail	Totale turisti Internet
Alberghiero	4,9	5,2	24,3	34,4
Extralberghiero	2,1	5,6	20,5	28,2
Marche	3,2	5,4	22,0	30,6
Italia	10,8	7,5	20,4	38,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti prenotati tramite internet per tipologia ricettiva (%)

	Dal sito di proprietà	Grandi portali	Tramite mail	Totale turisti Internet
Hotel	4,9	5,2	24,3	34,4
1 stella	0,7	0,0	15,5	16,3
2 stelle	1,6	5,0	23,4	30,1
3 stelle	6,2	5,3	25,1	36,6
4 stelle	9,8	10,9	27,0	47,7
RTA	1,7	1,9	30,1	33,6
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	1,1	2,4	38,4	42,0
Campeggi e Villaggi turistici	8,8	0,8	18,3	28,0
Bed & Breakfast	2,0	7,6	16,9	26,5
Altri esercizi ricettivi	0,6	1,8	15,3	17,7
Marche	3,2	5,4	22,0	30,6
Italia	10,8	7,5	20,4	38,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Tipologia della clientela (%)

2009	Turisti leisure				Turisti business		Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	
I trimestre	23,7	27,2	3,4	6,9	35,7	3,2	100,0
II trimestre	39,2	37,3	5,0	3,9	12,1	2,5	100,0
III trimestre	44,8	35,4	7,0	4,4	6,9	1,4	100,0
IV trimestre	32,3	34,6	5,2	6,1	17,2	4,6	100,0
2010	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	Totale
I trimestre	35,5	28,4	7,7	6,8	10,2	11,4	100,0
II trimestre	30,0	35,0	8,4	14,1	9,4	3,2	100,0
III trimestre	42,9	32,4	7,4	10,7	4,3	2,2	100,0
IV trimestre	31,0	30,7	6,1	9,9	17,7	4,6	100,0
2011	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	Totale
I trimestre	25,5	34,3	3,5	4,9	24,0	7,7	100,0
II trimestre	36,4	40,1	6,4	4,7	9,4	3,1	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Tipologia della clientela per provincia (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Pesaro e Urbino	30,7	42,0	7,6	7,5	9,1	2,7	0,4	100,0
Ancona	37,1	33,4	8,9	2,9	12,6	4,7	0,5	100,0
Macerata	32,6	44,0	4,2	3,7	11,7	3,2	0,6	100,0
Ascoli Piceno	44,7	40,8	5,1	4,3	3,9	1,0	0,2	100,0
Fermo	42,0	39,5	3,7	2,5	10,9	1,4	0,0	100,0
Marche	36,4	40,1	6,4	4,7	9,4	2,7	0,4	100,0
Italia	35,9	37,0	6,8	9,2	8,7	1,6	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Tipologia della clientela per prodotto (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Città di interesse storico artistico	29,3	38,9	6,1	8,6	13,3	3,1	0,7	100,0
Montagna	35,3	47,8	7,7	3,8	3,3	2,0	0,0	100,0
Terme	26,4	52,0	5,2	3,3	11,5	1,6	0,0	100,0
Mare	45,0	39,2	3,1	3,0	7,1	2,4	0,3	100,0
Campagna	34,7	38,3	13,2	1,3	8,9	3,4	0,2	100,0
Marche	36,4	40,1	6,4	4,7	9,4	2,7	0,4	100,0
Italia	35,9	37,0	6,8	9,2	8,7	1,6	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Alberghiero	41,3	27,4	5,6	4,2	14,4	6,1	1,0	100,0
Extralberghiero	33,2	48,2	6,8	5,0	6,2	0,6	0,0	100,0
Marche	36,4	40,1	6,4	4,7	9,4	2,7	0,4	100,0
Italia	35,9	37,0	6,8	9,2	8,7	1,6	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Tipologia della clientela per tipologia ricettiva (%)

	Turisti leisure				Turisti business			Totale
	famiglie	coppie	gruppi	single	individuali	gruppi	congressisti	
Hotel	41,3	27,4	5,6	4,2	14,4	6,1	1,0	100,0
1 stella	41,3	40,1	4,7	4,7	6,6	2,6	0,0	100,0
2 stelle	42,7	29,7	5,2	4,3	9,6	8,5	0,0	100,0
3 stelle	39,8	27,1	6,3	4,9	15,9	5,0	1,1	100,0
4 stelle	28,1	22,2	4,0	1,6	28,8	12,0	3,4	100,0
RTA	83,7	7,2	5,0	0,4	0,8	3,0	0,0	100,0
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	49,8	37,0	2,4	1,6	7,6	1,6	0,0	100,0
Campeggi e Villaggi turistici	76,8	17,0	4,6	1,5	0,0	0,0	0,0	100,0
Bed & Breakfast	24,4	58,9	3,3	6,3	6,7	0,4	0,0	100,0
Altri esercizi ricettivi	36,5	21,7	33,0	4,2	4,6	0,0	0,0	100,0
Marche	36,4	40,1	6,4	4,7	9,4	2,7	0,4	100,0
Italia	35,9	37,0	6,8	9,2	8,7	1,6	0,8	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Le prenotazioni per l'estate

Prenotazioni camere luglio-settembre 2011 per provincia (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Pesaro e Urbino	52,8	54,2	22,4
Ancona	54,5	62,8	29,2
Macerata	45,9	52,2	28,1
Ascoli Piceno	63,7	64,0	36,7
Fermo	69,4	72,6	31,7
Marche	57,0	60,9	28,9
Italia	52,4	56,4	33,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Prenotazioni camere luglio-settembre 2011 per prodotto (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Città di interesse storico artistico	54,9	55,7	29,0
Montagna	36,0	37,5	14,4
Terme	30,5	33,0	17,4
Mare	63,4	69,0	31,7
Campagna	35,5	41,1	19,4
Marche	57,0	60,9	28,9
Italia	52,4	56,4	33,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Prenotazioni camere luglio-settembre 2011 per tipologia ricettiva (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Alberghiero	51,5	51,9	25,3
Extralberghiero	62,6	70,1	32,5
Marche	57,0	60,9	28,9
Italia	52,4	56,4	33,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Prenotazioni camere luglio-settembre 2011 per tipologia ricettiva (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Hotel	51,5	51,9	25,3
1 stella	39,3	48,4	16,6
2 stelle	43,9	45,1	18,3
3 stelle	46,8	47,0	19,1
4 stelle	63,6	61,1	45,3
RTA	72,4	76,5	30,4
Alloggi agro-turistici e Country-Houses	29,9	31,7	11,6
Campeggi e Villaggi turistici	73,5	81,7	36,2
Bed & Breakfast	16,8	22,0	5,0
Altri esercizi ricettivi	53,6	61,2	41,3
Marche	57,0	60,9	28,9
Italia	52,4	56,4	33,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Prenotazioni camere luglio-settembre 2011 per ricorso all'intermediazione (%)

	Luglio	Agosto	Settembre
Strutture che ricorrono al circuito dell'intermediazione	60,3	64,9	27,4
Strutture che non ricorrono al circuito dell'intermediazione	54,1	57,4	30,2
Marche	57,0	60,9	28,9
Italia	52,4	56,4	33,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche