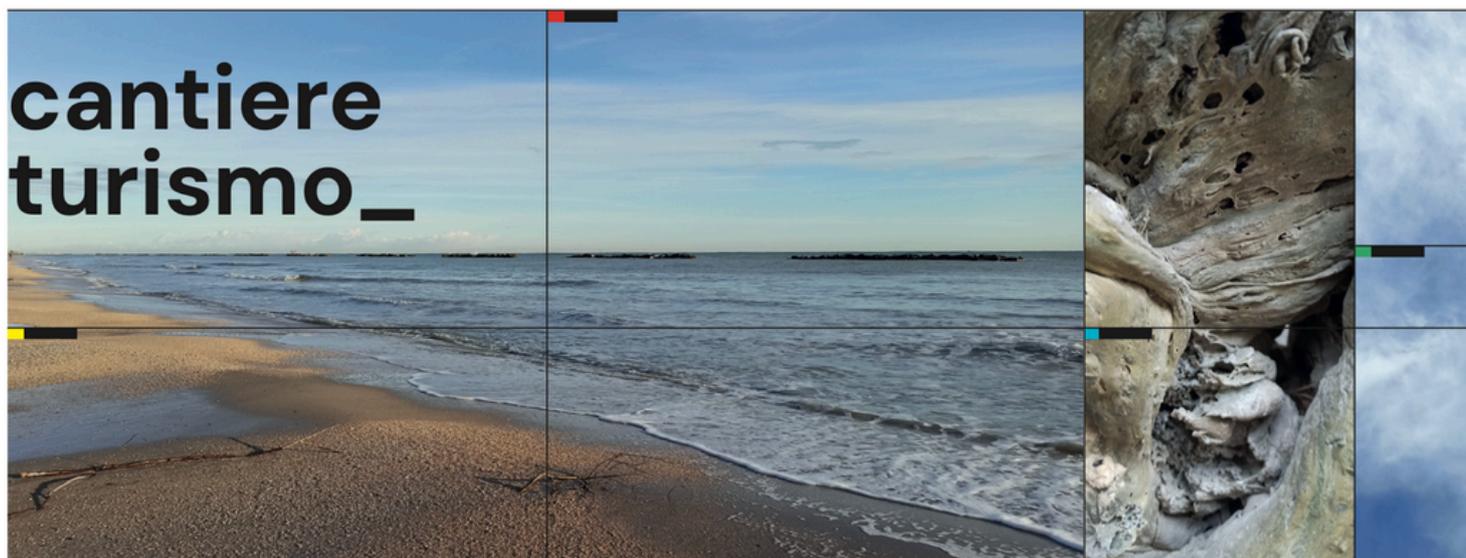


> IL TURISMO NELLE MARCHE



> Metodologia di analisi

Il presente documento si basa su una raccolta e rielaborazione di **dati secondari provenienti da studi e ricerche ufficiali condotti a livello regionale**, con particolare riferimento all'**Osservatorio turistico della Regione Marche** e a indagini tematiche realizzate da **ISNART Marche** e da enti nazionali come **l'Associazione Borghi più Belli d'Italia**, in collaborazione con Deloitte. L'approccio adottato è di tipo **quantitativo e qualitativo descrittivo**, con l'obiettivo di individuare trend evolutivi del comparto turistico regionale, dinamiche legate ai flussi, preferenze dei visitatori e specificità del comparto borghi.

I dati quantitativi includono **statistiche ufficiali relative agli arrivi, presenze e provenienza dei turisti nel 2023**, confrontate con gli anni precedenti per individuare variazioni significative. Particolare attenzione è stata riservata ai mercati esteri e alla loro evoluzione, così come ai dati sull'**appeal percepito**, misurato attraverso strumenti di analisi dei trend digitali (Google Trends) e indagini dirette. L'analisi include inoltre una valutazione della **stagionalità**, della **permanenza media** e delle **motivazioni di viaggio** per chi sceglie i borghi marchigiani come destinazione, offrendo una lettura coerente tra domanda espressa e comportamenti osservati.

> Analisi dei flussi turistici e del livello di interesse

Anche in Italia il turismo ha registrato una crescente enfasi sulle tematiche di **autenticità, sostenibilità** e di **esperienzialità**. È bene sottolineare come l'Italia venga riconosciuta a livello globale come un Paese leader per lo **slow tourism** (turismo lento), un approccio al viaggio che valorizza la scoperta autentica dei luoghi e l'interazione con le comunità locali, e che conduce ad optare per mete inesplorate e destinazioni che promuovono pratiche sostenibili. Questo modello di turismo, ambito da chi è alla ricerca di un'esperienza di viaggio profonda e significativa, si contrappone alle modalità frenetiche e superficiali del turismo di massa.

Le Marche stanno beneficiando di queste tendenze, registrando un incremento dei flussi turistici negli ultimi anni.

Secondo i dati elaborati dall'*Osservatorio turistico regionale della Regione Marche*, si è assistito nel 2023, rispetto all'anno precedente, ad un **aumento complessivo del 13% degli arrivi e del 12,46% delle presenze di turisti stranieri**, dato diverso rispetto al segno meno registrato dagli arrivi e presenze sul territorio regionale di turisti italiani (rispettivamente +1,75% e -0,55%). Il saldo complessivo è positivo con gli arrivi complessivi attestati a 2.618.155 (nel 2022 se ne contavano 2.528.136) e le presenze a 11.354.782 (11.193.324 l'anno precedente).

Nel 2023 la permanenza media si attesta a **4,33 notti** (4,36 per gli italiani e 4,21 per gli stranieri), calando leggermente rispetto al 2022 che si attestava a **4,42 notti** (4,46 per gli italiani e 4,24 per gli stranieri).

Anno 2023					
Italiani		Stranieri		Totale complessivo	
Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2.161.453	9.430.071	456.702	1.924.711	2.618.155	11.354.782
Variazioni assolute rispetto al 2022					
Italiani		Stranieri		Totale complessivo	
Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2.124.271	9.481.908	403.865	1.711.416	2.528.136	11.193.324
Variazioni percentuali rispetto al 2022					
Italiani		Stranieri		Totale complessivo	
Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
1,75%	-0,55%	13,08%	12,46%	3,56%	1,44%

Andando più nello specifico, nel 2023, si è registrato un **consolidamento del mercato tedesco, olandese e francese**, e un **forte aumento dei flussi in entrata** di turisti provenienti da paesi come la **Repubblica Ceca (+37,75%)**, **l'Ungheria (+35,70%)**, **la Polonia (+27,44%)**, **la Romania (+25,63%)**, **gli Stati Uniti (+23,89%)** e **la Grecia (+19,85%)**. Stessa tendenza in aumento per le presenze, che hanno registrato un forte incremento generale, eccezion fatta dell'Ucraina, con una diminuzione del 21,70%. Dato da non trascurare anche quello sul Belgio, dove i risultati in termini di arrivi e presenze dimostrano un generale calo di interesse rispetto all'anno precedente (-4,72% arrivi, -6,69% presenze).

Paese	Arrivi anno 2023	Variazioni % rispetto al 2022	Presenze anno 2023	Variazioni % rispetto al 2022
Germania	89.068	6,83%	396.729	6,82%
Paesi Bassi	41.390	3,60%	228.980	4,97%
Svizzera e Liechtenstein	37.160	1,31%	142.265	2,55%
Francia	29.481	7,22%	94.056	12,15%
Polonia	21.125	27,44%	78.610	39,67%
Regno Unito	20.505	12,75%	78.662	19,02%
Stati Uniti d'America	19.657	23,89%	76.242	27,36%
Belgio	17.992	-4,72%	84.697	-6,69%
Austria	16.927	11,84%	66.120	13,98%
Romania	12.826	25,63%	71.671	30,20%
Repubblica Ceca	11.499	37,75%	63.610	40,39%
Spagna	11.485	12,18%	38.840	2,85%
Ucraina	7.119	2,18%	40.536	-21,70%
Grecia	5.616	19,85%	19.191	32,96%
Svezia	5.389	-2,80%	21.429	0,76%
Ungheria	5.074	35,70%	18.557	30,55%

Una ricerca specifica sul livello d'interesse degli stranieri nella scelta della vacanza basata sull'analisi dei trend di Google, condotta dall'Osservatorio regionale delle Marche, ha portato alla luce il fatto che sono i turisti provenienti dalla **Svizzera** a manifestare il **maggior livello di appeal per le Marche** (con un voto di 100 su una scala da 1 a 100), immediatamente seguiti dai belgi (99 su 100) e dai tedeschi (93,6 su 100). Mettendo a confronto i dati relativi alle entrate/presenze per nazioni di provenienza e quelli relativi al livello di interesse degli stranieri nella scelta della vacanza, possiamo notare come, in linea generale, i risultati si rivelino coerenti nella maggior parte dei casi, esclusa fatta per i turisti belgi che, a fronte di un forte livello di interesse per la destinazione regionale (sono secondi solamente alla Svizzera), presentano un numero di arrivi e presenze decisamente al ribasso rispetto alle previsioni. In questo contesto, sarebbe opportuno focalizzarsi maggiormente proprio su questi pubblici che, pur mostrando un forte interesse per la regione, non sono stati adeguatamente coinvolti per trasformare questo interesse in azione concreta.



A livello domestico i risultati dell'Osservatorio hanno portato alla luce i seguenti dati: i flussi turistici provenienti dal nord Italia nel 2023 sono complessivamente diminuiti rispetto all'anno precedente (con una media a ribasso degli arrivi del -2,40%), mentre i movimenti dei turisti provenienti dalle regioni limitrofe e più meridionali (Lazio, Abruzzo, Puglia, Campania) hanno visto un generale aumento. Da segnalare, inoltre, una diminuzione significativa nel 2023 di turisti provenienti dalla regione Lombardia rispetto all'anno precedente, di gran lunga il primo mercato di riferimento della destinazione Marche.

Regione	Arrivi anno 2023	Variazioni % rispetto al 2022	Presenze anno 2023	Variazioni % rispetto al 2022
LOMBARDIA	447.907	-2,35%	2.261.560	-3,99%
EMILIA-ROMAGNA	280.340	0,88%	1.085.038	-0,63%
LAZIO	248.024	5,92%	862.026	4,39%
MARCHE	194.643	3,39%	1.388.058	0,79%
VENETO	172.139	0,87%	651.684	3,70%
UMBRIA	121.830	0,03%	628.437	-2,62%
PIEMONTE	117.499	-2,12%	546.789	-6,73%
PUGLIA	110.335	7,02%	340.174	-0,42%
TOSCANA	108.328	3,06%	344.354	5,12%
CAMPANIA	98.509	3,52%	357.672	-0,89%

Regione	Arrivi anno 2023	Variazioni % rispetto al 2022	Presenze anno 2023	Variazioni % rispetto al 2022
ABRUZZO	75.471	6,97%	244.435	5,84%
SICILIA	31.806	8,17%	127.618	2,90%
FRIULI-VENEZIA GIULIA	30.696	7,19%	96.093	6,85%
LIGURIA	24.823	-2,44%	76.153	4,11%
TRENTO	24.810	-2,56%	108.431	-8,70%
CALABRIA	18.456	11,40%	65.258	4,10%
BOLZANO	17.532	0,45%	82.616	31,79%
BASILICATA	13.240	11,50%	59.134	6,75%
MOLISE	12.965	6,63%	46.979	12,29%
SARDEGNA	9.142	8,36%	42.506	0,17%
VALLE D'AOSTA	2.958	-5,98%	15.056	-9,59%

Analizzando il mercato italiano, la destinazione Marche viene indicata prioritariamente dagli individui residenti nel **nord-est dell'Italia**, ottenendo, pertanto, il valore massimo di appeal (100 su 100), seguito dalle regioni centrali (84,8 su 100), le regioni del nord-ovest (82,8 su 100) e infine dalle regioni più meridionali, isole comprese (42,5 su 100). Anche in questo caso, se si mettono in relazione i dati delle entrate/presenze per regioni di provenienza e quelli relativi al livello di interesse degli italiani nella scelta della vacanza, possiamo notare una generale coerenza nei risultati. Un dato interessante riguarda i turisti provenienti dalla Lombardia che, nonostante rappresentino il principale mercato domestico della destinazione, non sembrano esprimere un livello di interesse alto come quello delle regioni del Nord-Est della Penisola.

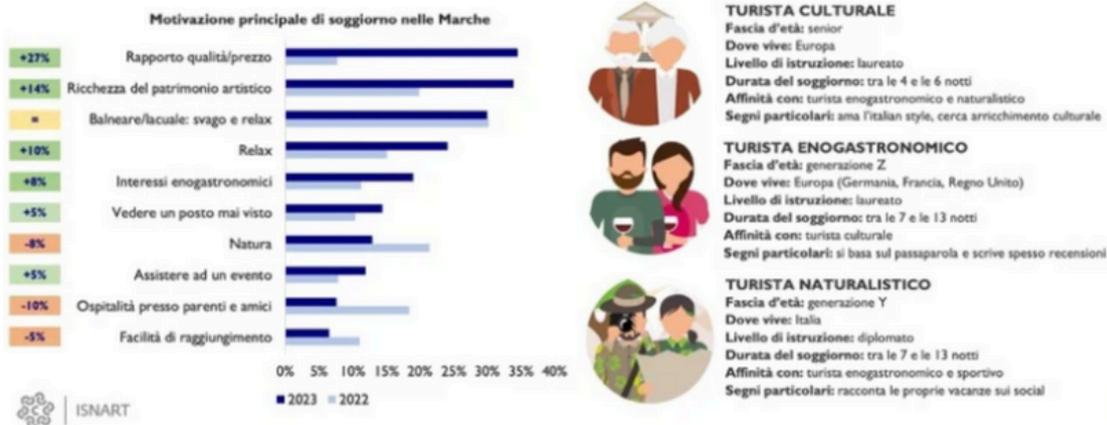


> Focus borghi marchigiani

Un'indagine del 2023 sui borghi marchigiani condotta dall'Isnart Marche ha evidenziato che la regione risulta particolarmente attrattiva per i seguenti aspetti: il **rapporto qualità/prezzo** (nel 2023 ha registrato un **aumento del 27%** di preferenze sulla scelta della motivazione di viaggio), la **ricchezza del patrimonio storico e artistico (+14%)**, l'idea di **pace e relax (+10%)** che evoca, l'**offerta enogastronomica (+8%)** e la possibilità di **vedere posti poco conosciuti (+5%)**.

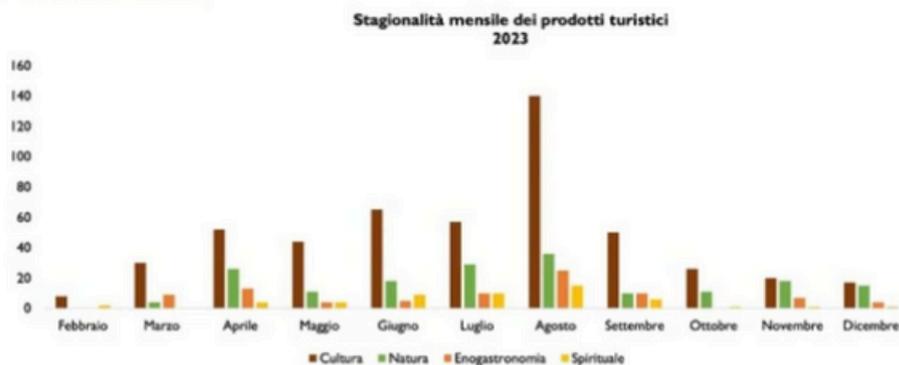
Turisti

I prodotti turistici maggiormente recensiti della destinazione (cultura, enogastronomia e natura) consentono di delineare gli *avatar* de *I borghi delle Marche*, confermati dai dati sulla principale motivazione della scelta delle Marche come meta di vacanza. Confrontando il 2022 e il 2023, si nota un **aumento per la motivazione ricchezza del patrimonio artistico**, una **contrazione per natura** e un **mantenimento dello status quo per balneare**. Interessante è la motivazione rapporto qualità/prezzo che nel 2023 collezionano il 40% circa di preferenze.



Per quanto riguarda la **stagionalità** delle visite nei borghi marchigiani, emerge un picco ad **agosto** e dati abbastanza alti in primavera/estati; mentre, il **prodotto turistico** prevalentemente fruito dai turisti durante le visite dei borghi marchigiani è la **cultura**, seguita da natura, enogastronomia e spirituale.

Prodotti turistici



Le eccellenze naturali e quelle enogastronomiche di cui è ricca la destinazione **non riescono ad imporsi** nelle recensioni dei turisti sul **prodotto culturale** che **primeggia** in ogni periodo dell'anno.

permanenza media destinazione:

3,6 gg

Si nota una dinamica inversamente proporzionale tra i dati degli arrivi e quello della permanenza media. I comuni nei quali arrivano più turisti sono anche quelli dove si fermano meno giorni.

La **permanenza media** calcolata nei borghi della regione, secondo ISNART Marche, è di **3,6 giorni**. Qui è possibile notare una dinamica inversamente proporzionale con i dati degli arrivi: infatti i comuni nei quali arrivano più turisti sono anche quelli dove si fermano per meno giorni.

> Focus Box – L’impatto del turismo nei Borghi più Belli d’Italia

L’impatto del turismo nei "Borghi più belli d’Italia" è significativo sia dal punto di vista economico che sociale. Nel 2022, questi borghi hanno attirato oltre 8,8 milioni di visitatori, generando circa 21,5 milioni di pernottamenti. La spesa diretta derivante dalle presenze turistiche è stata stimata in circa 4,6 miliardi di euro, con una spesa indiretta e indotta di ulteriori 9 miliardi di euro, portando il totale a circa 13,8 miliardi di euro. Questo contributo rappresenta circa lo 0,3% del PIL italiano (**fonte** Borghi più belli d’Italia).

Il turismo nei borghi ha sostenuto, inoltre, più di 91.000 posti di lavoro nel 2022, influenzando positivamente settori come l’hospitality, la ristorazione, il commercio e i trasporti, che hanno beneficiato del 60% dell’impatto totale. Tuttavia, nonostante questi benefici economici, i borghi affrontano un significativo problema di spopolamento. La popolazione residente è in calo e si prevede una diminuzione del 4,4% entro il 2030:

per contrastare questo fenomeno, si punta sulla digitalizzazione e sull’attrazione di professionisti che praticano lavoro agile come leve di rilancio (la copertura della banda ultra-larga nei borghi è aumentata significativamente, passando dal 2,2% nel 2019 al 63,9% nel 2022).



I Borghi
più belli
d’Italia

