

#destinazione**marche**



**REGIONE
MARCHE**



DA DOVE PARTIAMO
*Movimento turistico registrato negli esercizi ricettivi
della Regione Marche
2014/2013*

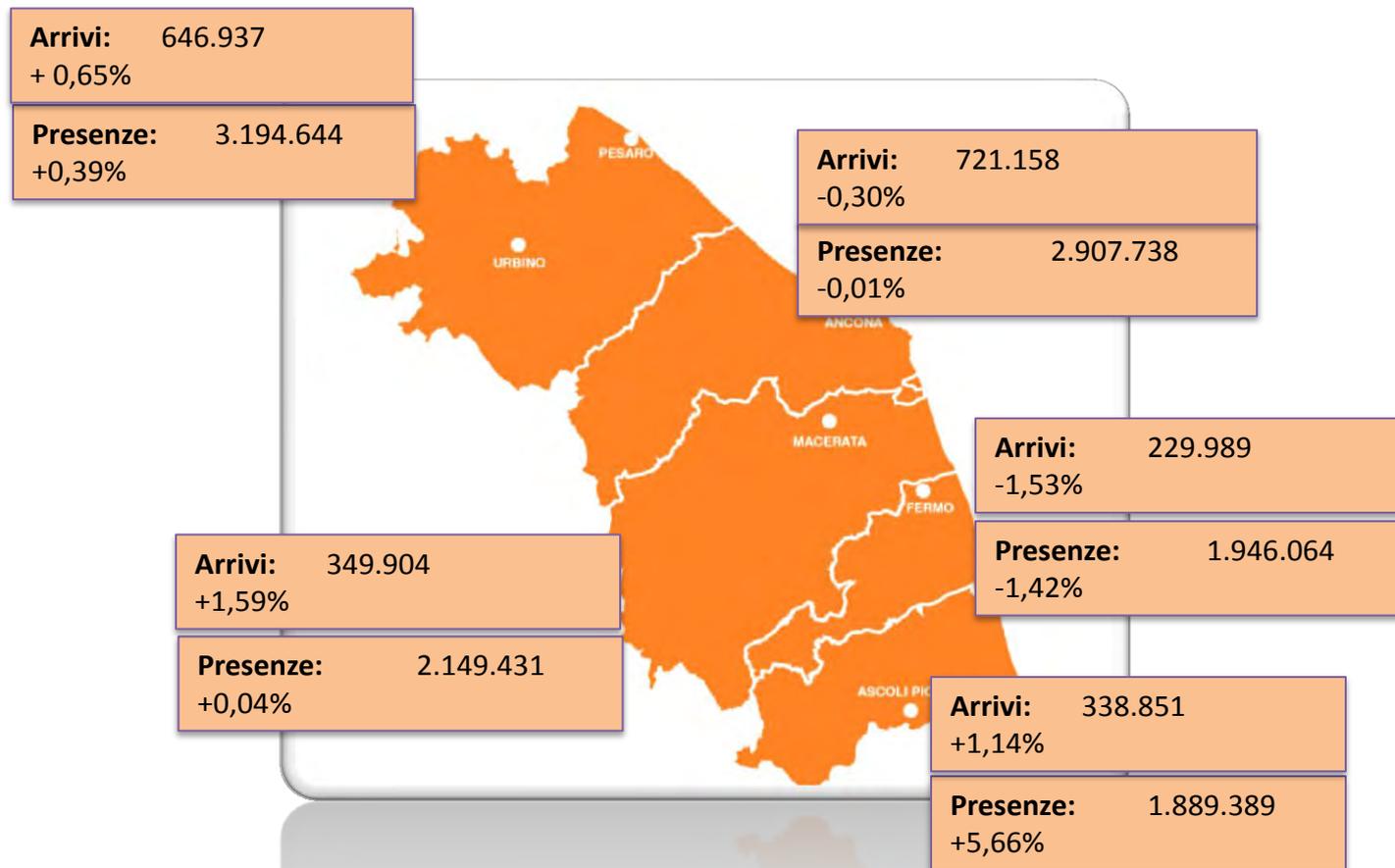
Italiani		Stranieri		Totale	
Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
1.880.958	9.926.263	405.881	2.161.003	2.286.839	12.087.266

variazioni % rispetto all' Anno 2013

Italiani		Stranieri		Totale	
Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
0,01	0,30	1,90	2,70	0,34	0,72

Elaborazione Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo (Fonte Strutture Ricettive e Centri IAT).
I dati si riferiscono ai movimenti denunciati direttamente dalle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere.

Movimento turistico per provincia Anno 2014



Elaborazione Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo (Fonte Strutture Ricettive e Centri IAT).
I dati si riferiscono ai movimenti denunciati direttamente dalle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere.

Anno 2014

Principali flussi per Regioni di provenienza

Regioni	Arrivi	% rispetto al 2013
LOMBARDIA	370.544	0,60
EMILIA ROMAGNA	237.582	0,14
LAZIO	209.802	-0,64
LIGURIA	127.083	2,23
VALLE D'AOSTA	103.310	0,43
UMBRIA	95.750	2,28
TOSCANA	82.963	0,96
PUGLIA	80.826	1,51
CAMPANIA	73.847	0,58

Regioni	Presenze	% rispetto al 2013
LOMBARDIA	2.283.463	0,02
EMILIA ROMAGNA	1.108.846	0,21
LAZIO	913.791	0,86
UMBRIA	618.750	0,31
VALLE D'AOSTA	566.440	0,08
LIGURIA	536.461	4,63
PUGLIA	375.630	10,66
CAMPANIA	366.250	5,86
TOSCANA	292.348	0,19

Elaborazione Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo (Fonte Strutture Ricettive e Centri IAT).
I dati si riferiscono ai movimenti denunciati direttamente dalle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere.

Principali flussi per nazionalità di provenienza (Estero) Anno 2014

Nazioni	Arrivi	% rispetto al 2013	Nazioni	Presenze	% rispetto al 2013
GERMANIA	61.480	0,29	GERMANIA	322.326	0,46
OLANDA (Paesi Bassi)	35.433	2,09	OLANDA (Paesi Bassi)	232.778	0,10
RUSSIA	29.856	8,19	RUSSIA	131.789	9,15
SVIZZERA (con Liechtensten)	25.838	3,87	SVIZZERA (con Liechtensten)	115.551	1,35
FRANCIA	24.135	-1,01	BELGIO	101.651	4,62
REGNO UNITO	19.407	5,94	REPUBBLICA CECA	91.656	8,90
BELGIO	18.380	3,75	FRANCIA	90.107	-2,23
STATI UNITI D'AMERICA	14.056	0,57	REGNO UNITO	78.865	4,22
POLONIA	13.624	22,87	AUSTRIA	61.042	0,44
REPUBBLICA CECA	13.232	5,64	STATI UNITI D'AMERICA	58.971	0,31
AUSTRIA	12.901	-0,08	CINA	57.628	-2,55
SPAGNA	7.919	-3,39	POLONIA	46.889	20,10
SVEZIA	7.738	19,54	SPAGNA	38.709	-3,59
CINA POPOLARE	5.999	2,16	SVEZIA	32.037	17,88
FINLANDIA	5.443	49,57	FINLANDIA	23.844	37,22

Elaborazione Regione Marche - Osservatorio Regionale del Turismo (Fonte Strutture Ricettive e Centri IAT).
I dati si riferiscono ai movimenti denunciati direttamente dalle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere.

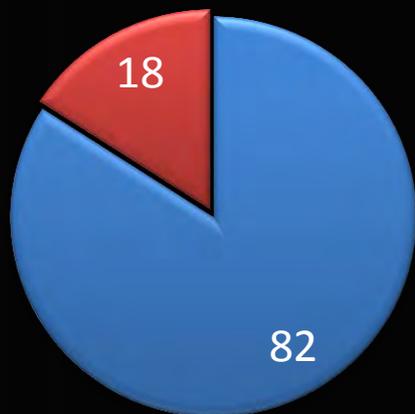
STRUTTURE RICETTIVE

Tipologia Strutture	Numero
Hotel e Residenze Turistico Alberghiere	891
Campeggi e Villaggi Turistici	109
Ostelli e Case per Ferie	111
Alloggi Agrituristici	799
Turismo Rurale "Country House"	296
Case e Appartamenti per Vacanze	197
Affittacamere	279
Bed & Breakfast	1.536
Rifugi Alpini ed Escursionistici	14
Altre Strutture Ricettive	379

TOTALE STRUTTURE RICETTIVE : 4.611 - TOTALE POSTI LETTO : 134.699
(aggiornamento febbraio 2015)

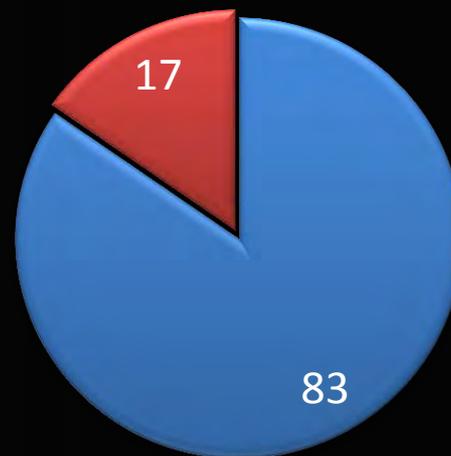
*Incidenza del turismo italiano e straniero nella regione Marche
Anno 2014*

Arrivi



- Incidenza % Arrivi Italiani
- Incidenza % Arrivi Stranieri

Presenze



- Incidenza % Presenze Italiani
- Incidenza % Presenze Stranieri

INDICATORI DI TURISTICITA

Impatto economico del turismo nel 2014: **1,3 mld di euro** di cui 67 % spese d alloggio e ristorazione e il restante agli altri settori (agrolimentare, abbigliamento, attività ricreative). Rispetto al 2013 si registra la spesa turistica x calo di spese extra.

Nel dato statistico delle strutture ricettive, vanno considerate anche le presenze dei turisti nelle abitazioni private (pari quasi a **6,6 milioni**), per cui si stima che il mercato complessivo sviluppi nella regione un totale di **17,5 milioni di presenze**.

Infatti, questo **cosiddetto mercato parallelo** conta il 38% circa delle presenze turistiche complessivamente stimate nella regione nei primi dieci mesi del 2014.

La ricchezza generata dal turismo nelle imprese ricettive è in rapporto doppia rispetto ai turisti che soggiornano nelle seconde case: i quasi 11 milioni di turisti **nel ricettivo generano il 65% circa della spesa totale, mentre i circa 6,6 milioni nelle seconde case (pari al 39% delle presenze complessive) generano non più del 34% dell'impatto economico**.

L'incidenza di questi turisti è più forte nelle province di **Pesaro - Urbino ed Ancona**, che contano rispettivamente il 27,5% e il 25,8% delle presenze stimate in abitazioni private nella regione per il 2013 (rispettivamente poco meno di 1,9 milioni e 1,8 milioni), seguite da Ascoli Piceno (19,8%) e Macerata (18,8%).

Motivazioni di soggiorno nelle Marche ISNART 2014

- ✓ Ospitalità di amici e parenti
- ✓ Posto ideale x riposarsi
 - ✓ Seconda casa
 - ✓ Interessi turistici
 - ✓ Clienti abituali

Chi viene nelle Marche - ISNART 2015

- ✓ Famiglie con figli **38%**
- ✓ Coppia senza figli **36%**
- ✓ La metà dei turisti ha tra i **21 e i 50 anni**
 - ✓ Il **20%** ha tra 50 e 60 anni
 - ✓ Il **23%** ha oltre 60 anni
- ✓ Il **42%** ha diploma di Scuola superiore
 - ✓ Il **35%** ha la laurea

Canali di comunicazione

- ✓ Consiglio/ passaparola **37%**
- ✓ Esperienza personale da reiterare **48%**
- ✓ Internet **13,4%** (9% informazioni, 4,9 offerte)
 - ✓ Agenzia di viaggi **2,1%**

Modalità

- ✓ Contatto diretto con struttura ricettiva
37,4% italiani; **20%** stranieri
- ✓ WEB **37,9 %** stranieri; **27,6%** italiani

Come si arriva nelle Marche - ISNART 2013

✓ **79% macchina**

Si muove nelle Marche in macchina il 61%

✓ **8,6% treno**

✓ **5,6% moto**

✓ **7,8% aereo**

Chi arriva con l'aereo nel 60% dei casi noleggia auto

Rispetto al 2013 emerge da parte degli italiani la propensione a scegliere le abitazioni private

Si passa dal 36% al 49%

La qualità percepita- ISNART 2014

Che cosa il turista ritiene importante durante il soggiorno? Come si posiziona la destinazione Marche in ambito nazionale?

Nel 2013 l'offerta delle Marche ha avuto il

7,5 su 8 della destinazione Italia

Nel 2014 7,8

Le voci che hanno riscosso più gradimento da parte dei turisti sono in gran parte riconducibile alla governance pubblica

Ambiente ospitale; buon rapporto qualità prezzo; mobilità locale; offerta culturale varia e fruibile; offerta enogastronomica di qualità; occasioni di intrattenimento; buona organizzazione del territorio

Fattori competitivi

- ✓ **Territorio da scoprire – meta inconsueta**
 - ✓ **Terra dalle molteplici risorse**
 - ✓ **Buen retiro (2010, AARP)**
 - ✓ **Appeal del Made in Marche**

A queste si aggiungono gli ultimi record e dati delle Marche che nel complesso accrescono la percezione della qualità di vita come marchio d'eccellenza del brand Marche:

Record nazionale e europeo per aspettativa di vita legata alla connotazione rurale e a una sana alimentazione dove il 66 per cento del territorio è gestito dalle imprese agricole e si segue uno stile di vita sano, con un'alimentazione ancora legata ai prodotti del territorio e fondata sui principi della dieta mediterranea

Asset portante della comunicazione di **EXPO 2015**

Aspettativa di felicità dei residenti – Indagine Piepoli 2013

ANALISI GAL

GAL MONTEFELTRO

- ✓ Totale posti letto **13082**
- ✓ Strutture **526**
- ✓ Arrivi 2014 **52.815**
- ✓ Presenze 2014 **755.718**
- ✓ Variazioni **+ 1,91% Arrivi; + 4,66% presenze**

✓ *Note: Urbino rappresenta il 60/70% dei flussi turistici; mancano i dati dei comuni passati all'Emilia Romagna*

ANALISI GAL

GAL FLAMINIA CESANO

- ✓ Totale posti letto **4604**
- ✓ Strutture **245**
- ✓ Arrivi 2014 **31.500**
- ✓ Presenze 2014 **135.504**
- ✓ Variazioni **-11,72 Arrivi; -10,89 presenze**
- ✓ *Note Comuni con maggior flusso turistico sono Corinaldo, S. Costanzo e Serraungarina per gli arrivi; per le presenze Monteciccardo, S. Costanzo e Corinaldo*

ANALISI GAL

GAL COLLI ESINI SAN VICINO

- ✓ Totale posti letto **8.015**
- ✓ Strutture **429**
- ✓ Arrivi 2014 **81.622**
- ✓ Presenze 2014 **305.279**
- ✓ Variazioni **+1,14 Arrivi; -2,94 presenze**
- ✓ *Note: Comuni con maggior flusso turistico sono Fabriano, Cingoli e Arcevia per gli arrivi; per le presenze Arcevia, Fabriano, Cingoli. Arcevia e Fabriano fanno da soli la metà delle presenze seguiti da Cingoli e Matelica*

ANALISI GAL

GAL SIBILLA

- ✓ Totale posti letto **14.664**
- ✓ Strutture **591**
- ✓ Arrivi 2014 **106.209**
- ✓ Presenze 2014 **755.283**
- ✓ Variazioni **-0,32 Arrivi; + 4,61 presenze**

- ✓ *Note: Comuni con maggior flusso turistico sono Camerino, Tolentino, Corridonia, Ussita per gli arrivi; per le presenze Camerino, Tolentino, S. Ginesio, Ussita, Sarnano. Camerino fa da sola più della metà delle presenze. Dai dati rimangono fuori fenomeni come il Montelago Celtic Festival ad esempio che raduna migliaia di persone che soggiornano a Serravalle del Chienti*

ANALISI GAL

GAL FERMANO

- ✓ Totale posti letto **30.633**
- ✓ Strutture **371**
- ✓ Arrivi 2014 **117.997**
- ✓ Presenze 2014 **1.088.157**
- ✓ Variazioni **-4,01 Arrivi; - 6,38 presenze**

✓ *Note: Fermo da sola rappresenta 80% degli arrivi e 80% delle presenze. Il 10% Altidona; in terza battuta Montegiorgio e Campofilone per gli arrivi; Campofilone e Montegiorgio per le presenze.*

ANALISI GAL

GAL PICENO

- ✓ Totale posti letto **12.301**
- ✓ Strutture **435**
- ✓ Arrivi 2014 **53.591**
- ✓ Presenze 2014 **406.503**
- ✓ Variazioni **-3,06 arrivi; + 10.03 presenze**
- ✓ Note: Cupramarittima da sola rappresenta metà degli arrivi e delle presenze; per gli arrivi Massignano, Offida e Ripatransone; per le presenze Massignano, Offida e Montefiore dell'Aso.

COSA CERCA IL TURISTA NEL WEB?

#DESTINAZIONEMARCHE

Cluster MARE

● Visualizzazioni di pagina



Dimensione principale: Pagina Titolo pagina Altro ▾

Traccia righe Dimensione secondaria ▾ Tipo di ordinamento: Predefinito ▾

mare 🔍 avanzata

Pagina ?	Visualizzazioni di pagina ?	Visualizzazioni di pagina uniche ?	Tempo medio sulla pagina ?	Accessi ?	Frequenza di rimbalzo ?	% uscita ?	Valore pagina ?
	215.071 % del totale: 10,44% (2.060.726)	162.307 % del totale: 10,94% (1.484.245)	00:01:09 Media per vista: 00:01:16 (-8,42%)	38.555 % del totale: 6,30% (611.547)	53,47% Media per vista: 55,06% (-2,89%)	24,24% Media per vista: 29,68% (-18,32%)	0,00 US\$ % del totale: 0,00% (0,00 US\$)

Cluster CULTURA

● Visualizzazioni di pagina



Dimensione principale: Pagina Titolo pagina Altro ▾

Traccia righe		Dimensione secondaria ▾	Tipo di ordinamento: Predefinito ▾	Cultura	avanzata					
Pagina ?	Visualizzazioni di pagina ?	Visualizzazioni di pagina uniche ?	Tempo medio sulla pagina ?	Accessi ?	Frequenza di rimbalzo ?	% uscita ?	Valore pagina ?			
	85.796 % del totale: 4,16% (2.060.726)	64.561 % del totale: 4,35% (1.484.245)	00:01:11 Media per vista: 00:01:16 (-6,28%)	14.473 % del totale: 2,37% (611.547)	67,60% Media per vista: 55,06% (22,78%)	21,93% Media per vista: 29,68% (-26,10%)	0,00 US\$ % del totale: 0,00% (0,00 US\$)			

Cluster MADE IN MARCHE (shopping)

● Visualizzazioni di pagina



Dimensione principale: Pagina Titolo pagina Altro ▾

Traccia righe		Dimensione secondaria ▾	Tipo di ordinamento: Predefinito ▾		Filtro avanzato ATTIVO	modifica			
<input type="checkbox"/>	Pagina ?	Visualizzazioni di pagina ?	Visualizzazioni di pagina uniche ?	Tempo medio sulla pagina ?	Accessi ?	Frequenza di rimbalzo ?	% uscita ?	Valore pagina ?	
		26.001 % del totale: 1,26% (2.060.726)	18.324 % del totale: 1,23% (1.484.245)	00:00:47 Media per vista: 00:01:16 (-38,69%)	2.769 % del totale: 0,45% (611.547)	65,37% Media per vista: 55,06% (18,72%)	14,89% Media per vista: 29,68% (-49,82%)	0,00 US\$ % del totale: 0,00% (0,00 US\$)	

Cluster MADE IN MARCHE (gusto)

● Visualizzazioni di pagina



mensione principale: [Pagina](#) [Titolo pagina](#) [Altro](#)

Pagina ?	Visualizzazioni di pagina ?	Visualizzazioni di pagina uniche ?	Tempo medio sulla pagina ?	Accessi ?	Frequenza di rimbalzo ?	% uscita ?	Valore pagina ?
	30.838 % del totale: 1,50% (2.060.726)	23.752 % del totale: 1,60% (1.484.245)	00:01:04 Media per vista: 00:01:16 (-15,84%)	5.215 % del totale: 0,85% (611.547)	77,18% Media per vista: 55,06% (40,16%)	23,08% Media per vista: 29,68% (-22,22%)	0,00 US\$ % del totale: 0,00% (0,00 US\$)

Cluster SPIRITUALITA'



menzione principale: [Pagina](#) [Titolo pagina](#) [Altro](#)

Pagina ?	Visualizzazioni di pagina ?	Visualizzazioni di pagina uniche ?	Tempo medio sulla pagina ?	Accessi ?	Frequenza di rimbalzo ?	% uscita ?	Valore pagina ?
	68.515 % del totale: 3,32% (2.060.726)	45.980 % del totale: 3,10% (1.484.245)	00:01:04 Media per vista: 00:01:16 (-15,58%)	15.600 % del totale: 2,55% (611.547)	58,90% Media per vista: 55,06% (6,97%)	24,01% Media per vista: 29,68% (-19,10%)	0,00 US\$ % del totale: 0,00% (0,00 US\$)

Cluster PARCHI

● Visualizzazioni di pagina



Dimensione principale: Pagina Titolo pagina Altro

Pagina ?	Visualizzazioni di pagina ?	Visualizzazioni di pagina uniche ?	Tempo medio sulla pagina ?	Accessi ?	Frequenza di rimbalzo ?	% uscita ?	Valore pagina ?
	51.413 % del totale: 2,49% (2.060.726)	37.320 % del totale: 2,51% (1.484.245)	00:01:15 Media per vista: 00:01:16 (-1,00%)	15.046 % del totale: 2,46% (611.547)	55,83% Media per vista: 55,06% (1,40%)	31,31% Media per vista: 29,68% (5,52%)	0,00 US % del totale: 0,0 (0,00 U)

Cluster BORGHI

● Visualizzazioni di pagina



Dimensione principale: [Pagina](#) [Titolo pagina](#) [Altro](#)

Traccia righe		Dimensione secondaria		Tipo di ordinamento: Predefinito		Filtro avanzato ATTIVO		modifica	
Pagina	Visualizzazioni di pagina	Visualizzazioni di pagina uniche	Tempo medio sulla pagina	Accessi	Frequenza di rimbalzo	% uscita	Valore pagina		
	362.911 % del totale: 17,61% (2.060.726)	258.721 % del totale: 17,43% (1.484.245)	00:01:05 Media per vista: 00:01:16 (-14,77%)	62.118 % del totale: 10,16% (611.547)	41,47% Media per vista: 55,06% (-24,69%)	19,60% Media per vista: 29,68% (-33,95%)	0,00 US\$ % del totale: 0,00% (0,00 US\$)		

TOP 10 PAGINE VISTE

Pagina ?	Visualizzazioni di pagina ? ↓	Visualizzazioni di pagina uniche ?	Tempo medio sulla pagina ?	Accessi ?
	2.060.726 % del totale: 100,00% (2.060.726)	1.484.245 % del totale: 100,00% (1.484.245)	00:01:16 Media per vista: 00:01:16 (0,00%)	611.547 % del totale: 100,00% (611.547)
1. / 	307.933 (14,94%)	218.777 (14,74%)	00:01:51	211.384 (34,57%)
2. /Turismi/BorghiMarcheincantevoli/Conoscii19BorghipiùbellidItalia/tabid/224/C1/6/C2/58/Default.aspx 	64.017 (3,11%)	40.128 (2,70%)	00:01:13	25.547 (4,18%)
3. /Turismi/BorghiMarcheincantevoli.aspx 	44.620 (2,17%)	32.766 (2,21%)	00:01:10	12.411 (2,03%)
4. /Dovedormire.aspx 	37.679 (1,83%)	24.427 (1,65%)	00:00:40	3.853 (0,63%)
5. /Turismi/MareLeMarcheinblu/Spiaggedisabbia/tabid/190/C1/1/C2/2/Default.aspx 	27.722 (1,35%)	16.974 (1,14%)	00:01:01	6.725 (1,10%)
6. /Turismi/BorghiMarcheincantevoli/Conoscii19BorghipiùbellidItalia/tabid/224/page/2/C1/6/C2/58/Default.aspx 	25.250 (1,23%)	15.745 (1,06%)	00:00:54	619 (0,10%)
7. /Turismi/MareLeMarcheinblu.aspx 	24.125 (1,17%)	18.546 (1,25%)	00:00:58	1.744 (0,29%)
8. /Turismi.aspx 	21.933 (1,06%)	17.287 (1,16%)	00:00:58	1.278 (0,21%)
9. /Turismi/BorghiMarcheincantevoli/Conoscii22BorghipiùbellidItalia.aspx 	21.571 (1,05%)	14.039 (0,95%)	00:01:19	13.337 (2,18%)
10. /Turismi/BorghiMarcheincantevoli/Visitale19bandiereArancioni delleMarche/tabid/223/C1/6/C2/57/Default.aspx 	20.869 (1,01%)	12.148 (0,82%)	00:00:50	1.424 (0,23%)

Traffico TOTALE BLOG DESTINAZIONE MARCHE



Sessioni
117.830

Utenti
89.082

Visualizzazioni di pagina
177.641

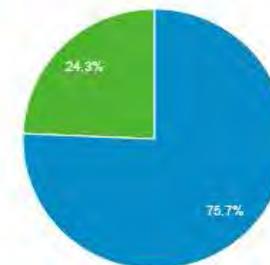
Pagine/sessione
1,51

Durata sessione media
00:01:22

Frequenza di rimbalzo
71,80%

% nuove sessioni
75,60%

■ New Visitor ■ Returning Visitor

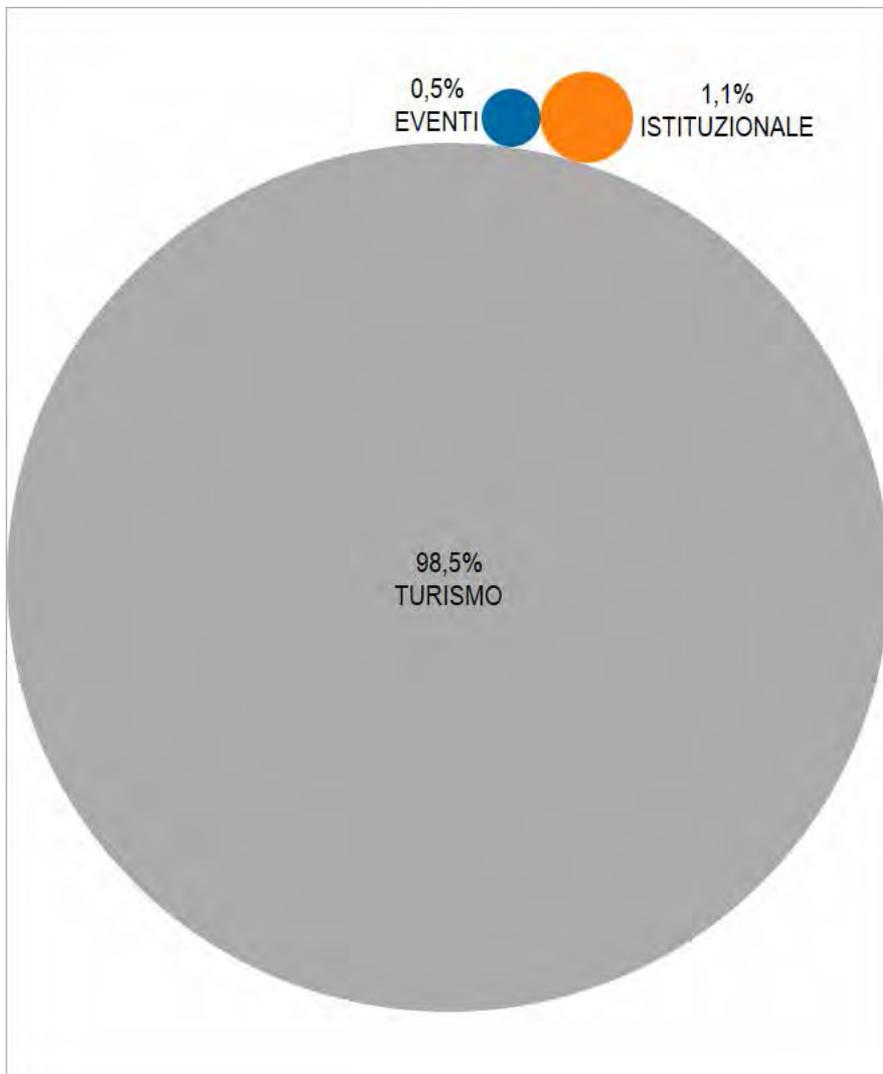


TOP 10 Pagine Viste

Pagina ?	Visualizzazioni di pagina ? ↓	Visualizzazioni di pagina uniche ?	Tempo medio sulla pagina ?	Accessi ?
	177.641 % del totale: 100,00% (177.641)	142.495 % del totale: 100,00% (142.495)	00:02:40 Media per vista: 00:02:40 (0,00%)	117.231 % del totale: 100,00% (117.231)
1. / 	12.112 (6,82%)	8.214 (5,76%)	00:01:36	6.882 (5,87%)
2. /la-colazione-di-pasqua-nelle-marche/ 	10.682 (6,01%)	7.914 (5,55%)	00:04:00	7.705 (6,57%)
3. /i-ponti-del-25-aprile-e-1-maggio-nelle-marche/ 	10.530 (5,93%)	8.464 (5,94%)	00:03:03	8.275 (7,06%)
4. /weekend-san-benedetto-tronto-vedere-mangiare/ 	9.025 (5,08%)	7.877 (5,53%)	00:03:44	7.683 (6,55%)
5. /il-meteo-del-2015-secondo-il-barometro-delle-cipolle/ 	8.503 (4,79%)	7.837 (5,50%)	00:03:07	7.465 (6,37%)
6. /dolci-di-carnavale-nelle-marche/ 	7.511 (4,23%)	5.055 (3,55%)	00:03:36	4.957 (4,23%)
7. /le-giornate-fai-di-primavera-i-luoghi-da-visitare-nelle-marche/ 	7.272 (4,09%)	5.682 (3,99%)	00:05:00	5.498 (4,69%)
8. /presepi-viventi-piu-belli-delle-marche/ 	5.769 (3,25%)	4.656 (3,27%)	00:04:05	4.491 (3,83%)
9. /le-ricette-di-natale-nelle-marche/ 	3.659 (2,06%)	2.476 (1,74%)	00:02:58	2.359 (2,01%)
10. /5-mostre-da-non-perdere-nelle-marche/ 	3.199 (1,80%)	2.856 (2,00%)	00:03:41	2.733 (2,33%)

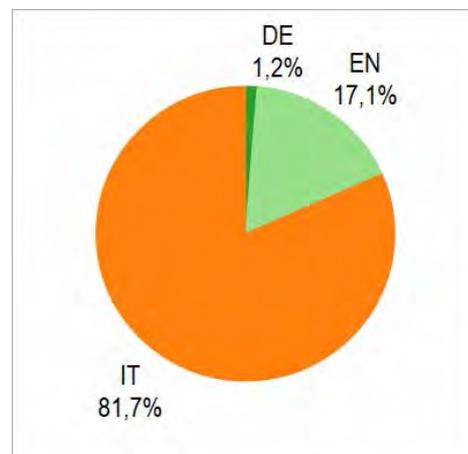
TOP 10 Pagine Viste MARCHE ADVISOR

Titolo pagina [?]	Visualizzazioni di pagina [?] ↓	Visualizzazioni di pagina uniche [?]	Tempo medio sulla pagina [?]	Accessi [?]
	7.694 % del totale: 100,00% (7.694)	5.690 % del totale: 100,00% (5.690)	00:01:12 Media per vista: 00:01:12 (0,00%)	2.599 % del totale: 100,00% (2.599)
1. Home Page - Marche Advisor	2.022 (26,28%)	1.383 (24,31%)	00:01:14	1.213 (46,67%)
2. Proposte - Marche Advisor	1.812 (23,55%)	1.080 (18,98%)	00:00:39	49 (1,89%)
3. Home page	714 (9,28%)	714 (12,55%)	00:00:00	540 (20,78%)
4. Home Page	305 (3,96%)	305 (5,36%)	00:03:12	305 (11,74%)
5. Bandiere Arancioni - Marche Advisor	288 (3,74%)	223 (3,92%)	00:02:19	14 (0,54%)
6. Grand Tour leopardiano - Marche Advisor	275 (3,57%)	231 (4,06%)	00:01:23	146 (5,62%)
7. I borghi più belli d'Italia - Marche Advisor	205 (2,66%)	157 (2,76%)	00:02:40	16 (0,62%)
8. Itinerario del gusto - Marche Advisor	147 (1,91%)	109 (1,92%)	00:01:12	6 (0,23%)
9. MADE IN MARCHE - Marche Advisor	135 (1,75%)	104 (1,83%)	00:00:43	3 (0,12%)
10. Crea il tuo itinerario - Marche Advisor	128 (1,66%)	107 (1,88%)	00:01:04	1 (0,04%)

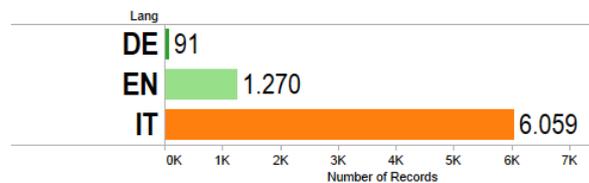


Periodo 1 Nov. 2014/ 20 Genn.2015
Campione analizzato: **7420** mention

Distribuzione mention/lingue



Lingue – valori assoluti



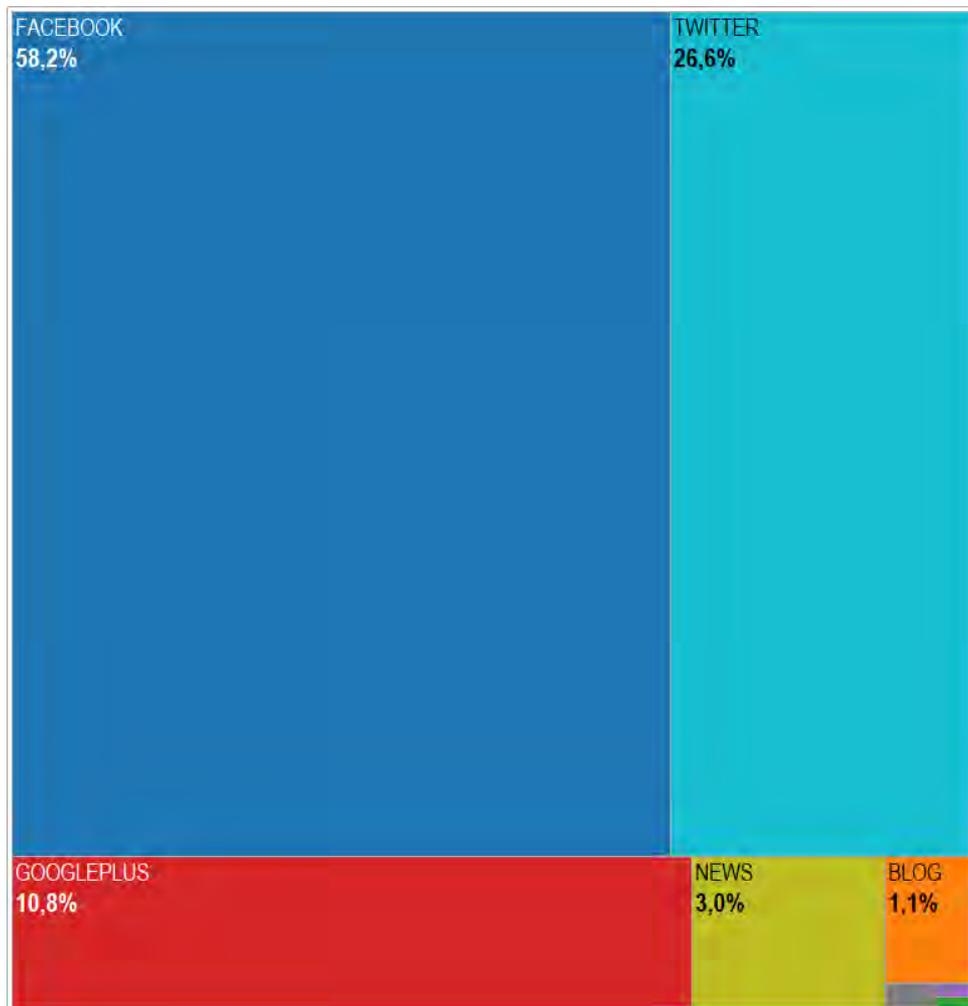
Top temi per valorizzazione

itinerari turistici	€ 3.332.452
enogastronomia	€ 607.768
iniziative natalizie	€ 524.523
marcheglass	€ 383.037
promo alloggi	€ 233.171
ristoranti	€ 227.944
il giovane favoloso	€ 195.907
progetto exploring marche	€ 149.808
blog on line	€ 144.082
urbino	€ 87.608
macerata	€ 73.688
giacomo leopardi	€ 65.848
serra de conti	€ 62.138
recanati	€ 60.887
mostra giotto-gentile	€ 57.594
cartoceto dop festival	€ 55.986
nordic walking	€ 55.285
ascoli piceno	€ 52.626
eventi	€ 46.694
Grand Total	€ 6.417.046

Top temi per engagement

itinerari turistici	★ 7.339
enogastronomia	★ 1.170
iniziative natalizie	★ 950
marcheglass	★ 356
promo alloggi	★ 228
giacomo leopardi	★ 201
cartoceto dop festival	★ 164
urbino	★ 164
loreto	★ 152
nordic walking	★ 115
itinerari archeologici	★ 92
osimo	★ 86
blog on line	★ 77
ancona	★ 73
ascoli piceno	★ 63
eventi	★ 61
senigallia	★ 53
il giovane favoloso	★ 51
roccafluvione	★ 48
promo ristoranti	★ 46
porto recanati	★ 45
endless river	★ 41

Distribuzione citazioni/fonti





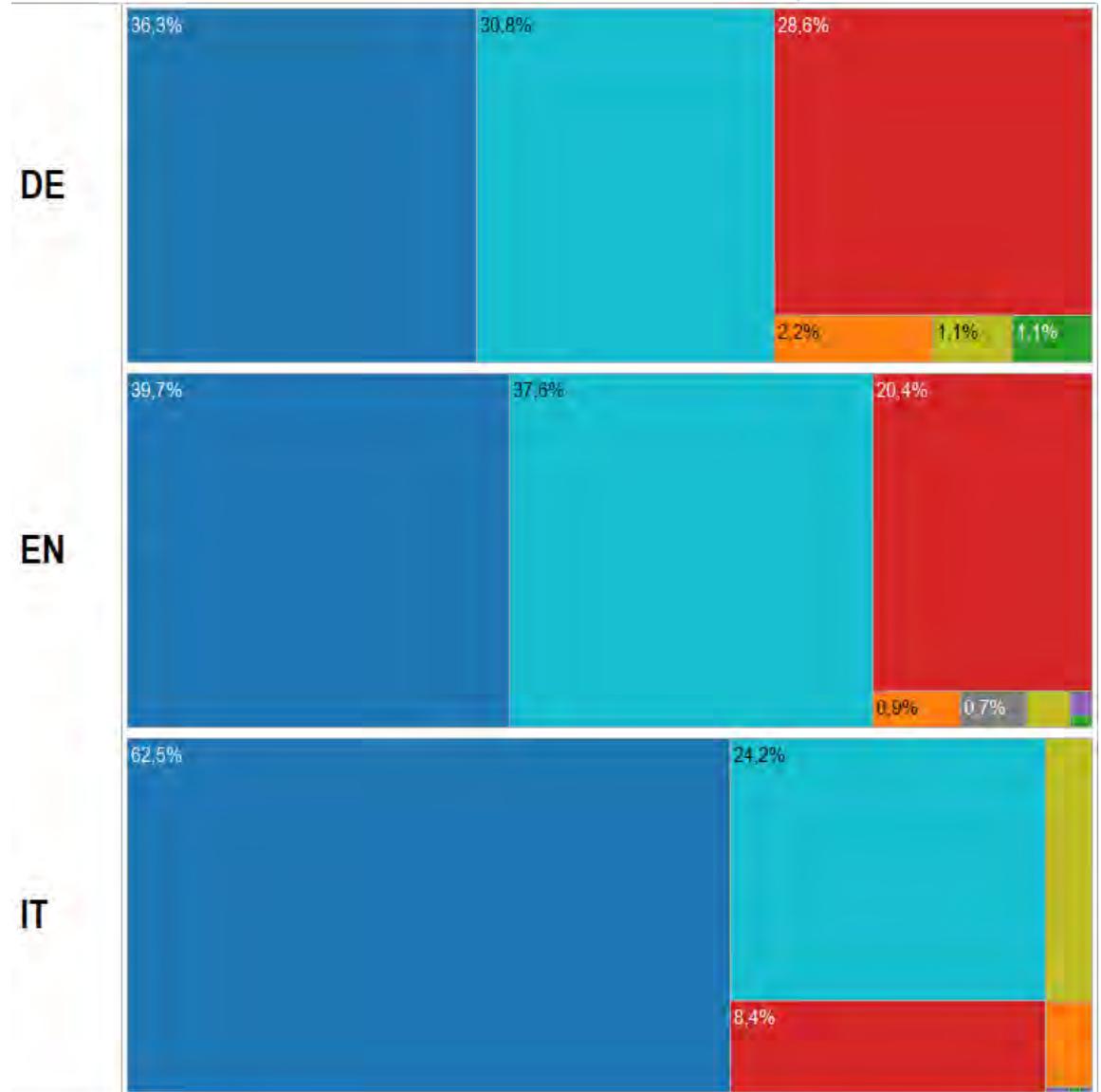
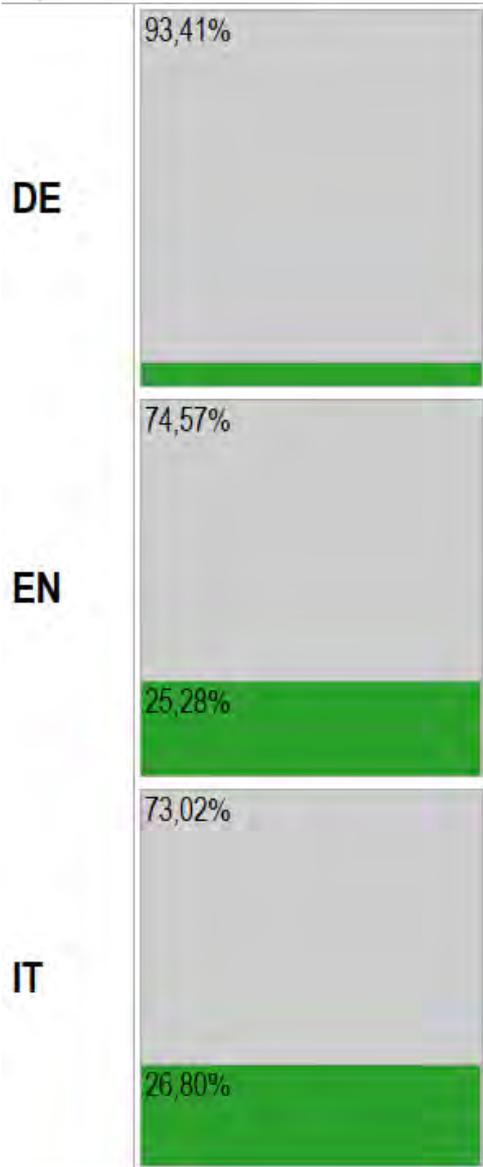
Mention per cluster

Valore per cluster

THE GENIUS OF MARCHE	€ 1.211.764
MADE IN MARCHE	€ 941.134
PARCHI E NATURA	€ 480.163
SPIRITUALITA E MEDITAZIONE	€ 282.860
REGIONE IN BLU	€ 224.456

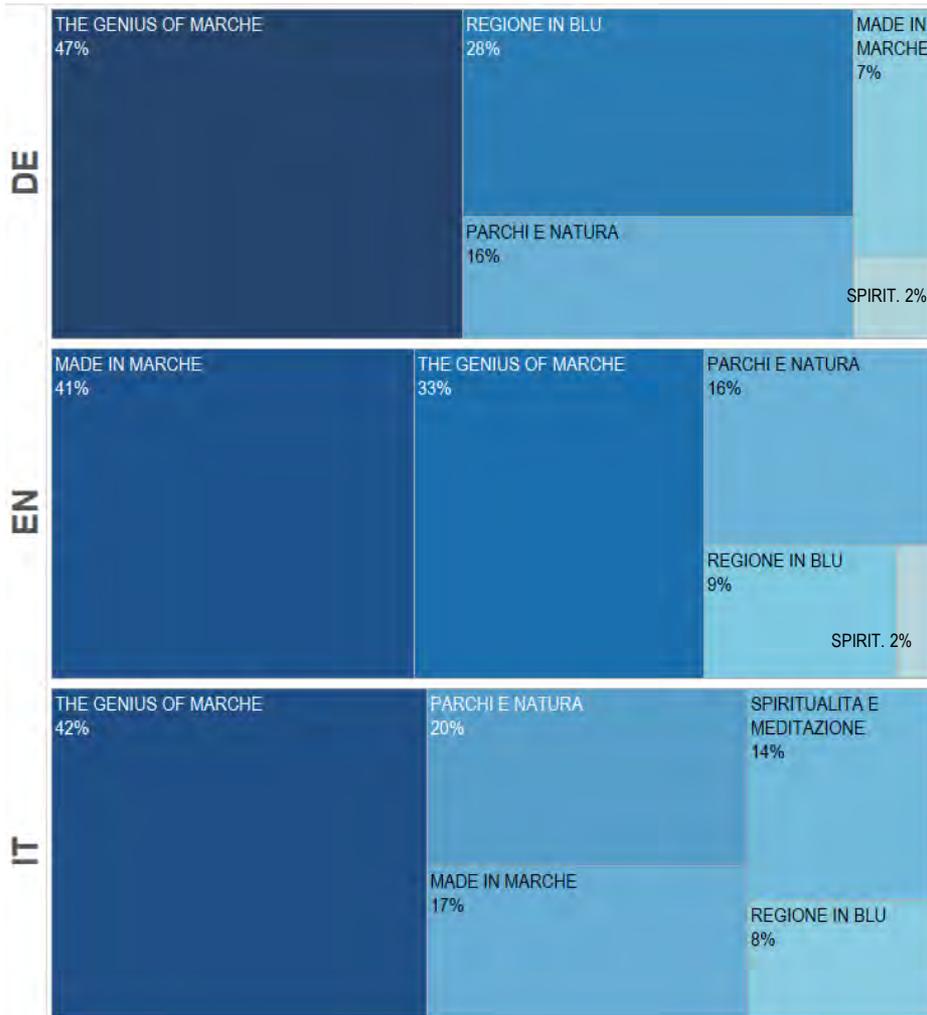
Sentiment per lingua

Fonti per lingua



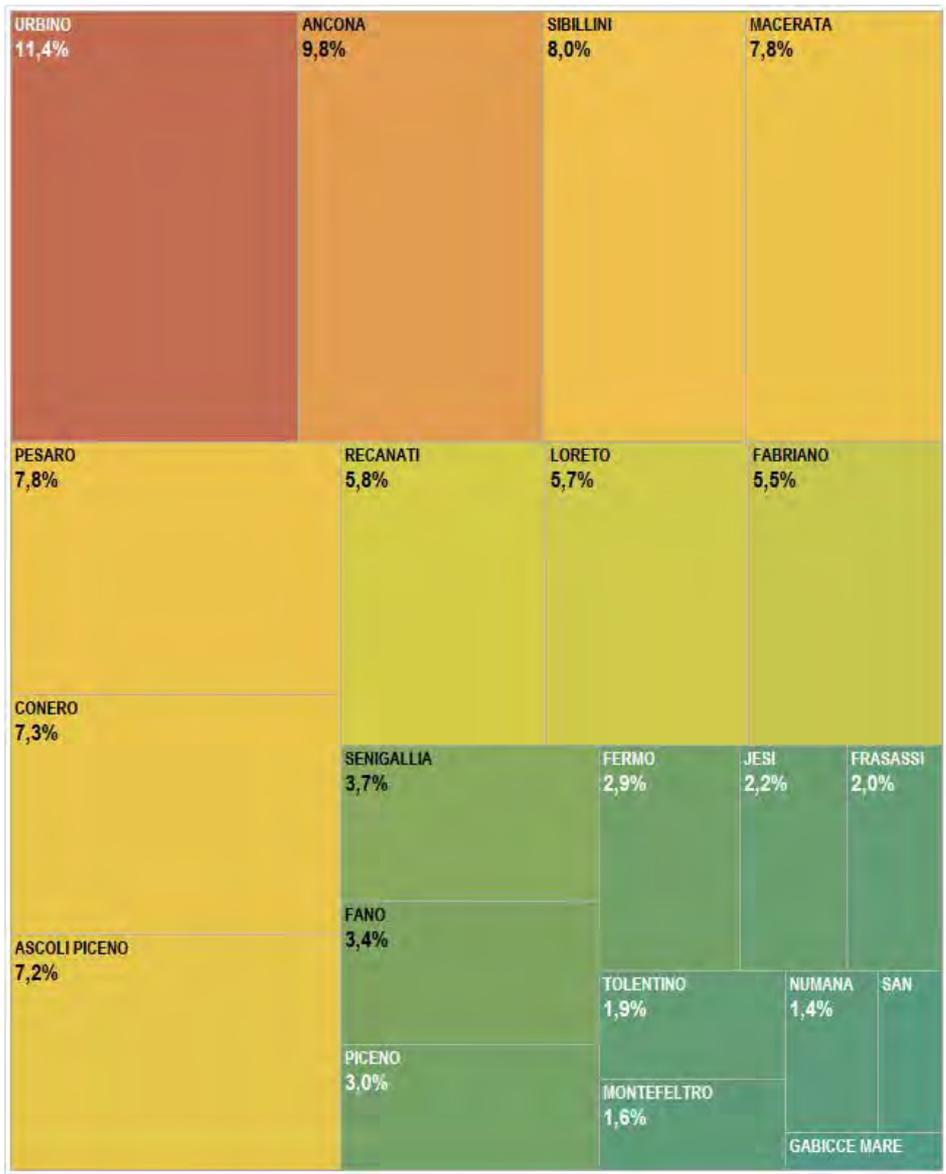
Distribuzione per cluster/lingua

Valorizzazione cluster/lingua



DE	THE GENIUS OF MARCHE	€ 14.111
	MADE IN MARCHE	€ 2.014
	PARCHI E NATURA	€ 6.124
	SPIRITUALITA E MEDITAZIONE	€ 449
	REGIONE IN BLU	€ 9.847
	Total	€ 32.545
EN	THE GENIUS OF MARCHE	€ 232.553
	MADE IN MARCHE	€ 272.870
	PARCHI E NATURA	€ 81.210
	SPIRITUALITA E MEDITAZIONE	€ 10.868
	REGIONE IN BLU	€ 58.791
	Total	€ 656.291
IT	THE GENIUS OF MARCHE	€ 965.101
	MADE IN MARCHE	€ 666.249
	PARCHI E NATURA	€ 392.830
	SPIRITUALITA E MEDITAZIONE	€ 271.543
	REGIONE IN BLU	€ 155.818
	Total	€ 2.451.541

Mention per Location



Classifica location (sentiment)

Migliori

URBINO	★
CONERO	★
SIBILLINI	★
ASCOLI PICENO	★
SENIGALLIA	★
LORETO	★
PESARO	★
RECANATI	★
FABRIANO	★
FRASASSI	★
ANCONA	★
FERMO	★
NUMANA	★
FANO	★
PICENO	★
MACERATA	★
SAN BENEDETTO DEL TRONTO	+
JESI	+
MONTEFELTRO	+
TOLENTINO	+

Top #hashtag

destinazionemarche 1.625	marcheglass 616	italy 249	urbino 215	lemarche 202	
	fabriano 178	marchetourism 120	pesaro 100	ancona 94	conero 89
	italia 134	ilikemarche 116	turismo 84	ilovemarche 79	loreto 78
	sibillini 130	macerata 115	ilikeitaly 81	ascolipiceno 77	fermo 70
marche 1.005	igersmarche 129	natale 108	osimo 81	senigallia 75	

PERCHÈ VENIRE NELLE MARCHE

UN TERRITORIO DOVE
PUOI ANDARE AL MARE,
IN MONTAGNA O VIVERE
IL MARCHE LIFESTYLE
NELLE COLLINE
DI BORGO IN BORGO!

1 MARCHE IN BLU

2 THE GENIUS OF MARCHE

3 DOLCI COLLINE ANTICHI BORGHI

4 PARCHI E NATURA ATTIVA

5 MADE IN MARCHE

6 SPIRITUALITÀ E MEDITAZIONE

LE MARCHE DI QUALITÀ

LE DESTINAZIONI CERTIFICATE CON MARCHI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

17 BANDIERE BLU

Certificano la qualità ambientale del mare e della costa e la cultura dell'accoglienza marchigiana.

22 BORGHI PIÙ BELLI D'ITALIA

I borghi più belli d'Italia è un club che raccoglie piccoli centri italiani di spiccato interesse artistico e storico.

19 BANDIERE ARANCI

Il marchio di qualità turistico-ambientale conferito dal Touring Club Italiano ai piccoli comuni dell'entroterra che si distinguono per un'offerta di eccellenza e un'accoglienza di qualità.

PARCHI E RISERVE

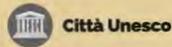
3 Parchi Nazionali sono i pilastri dell'offerta naturalistica marchigiana.

4 Parchi Regionali che assieme alle riserve naturali, alle aree floristiche e alle foreste demaniali, costituiscono l'ossatura del patrimonio naturalistico marchigiano.

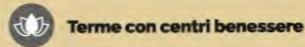
6 riserve naturali che toccano territori diversi sia per contesto ambientale (il mare, l'entroterra) che per storia locale.



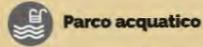
Porto turistico



Città Unesco



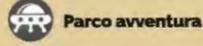
Terme con centri benessere



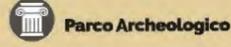
Parco acquatico



Terme



Parco avventura



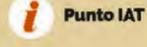
Parco Archeologico



Centro IAT



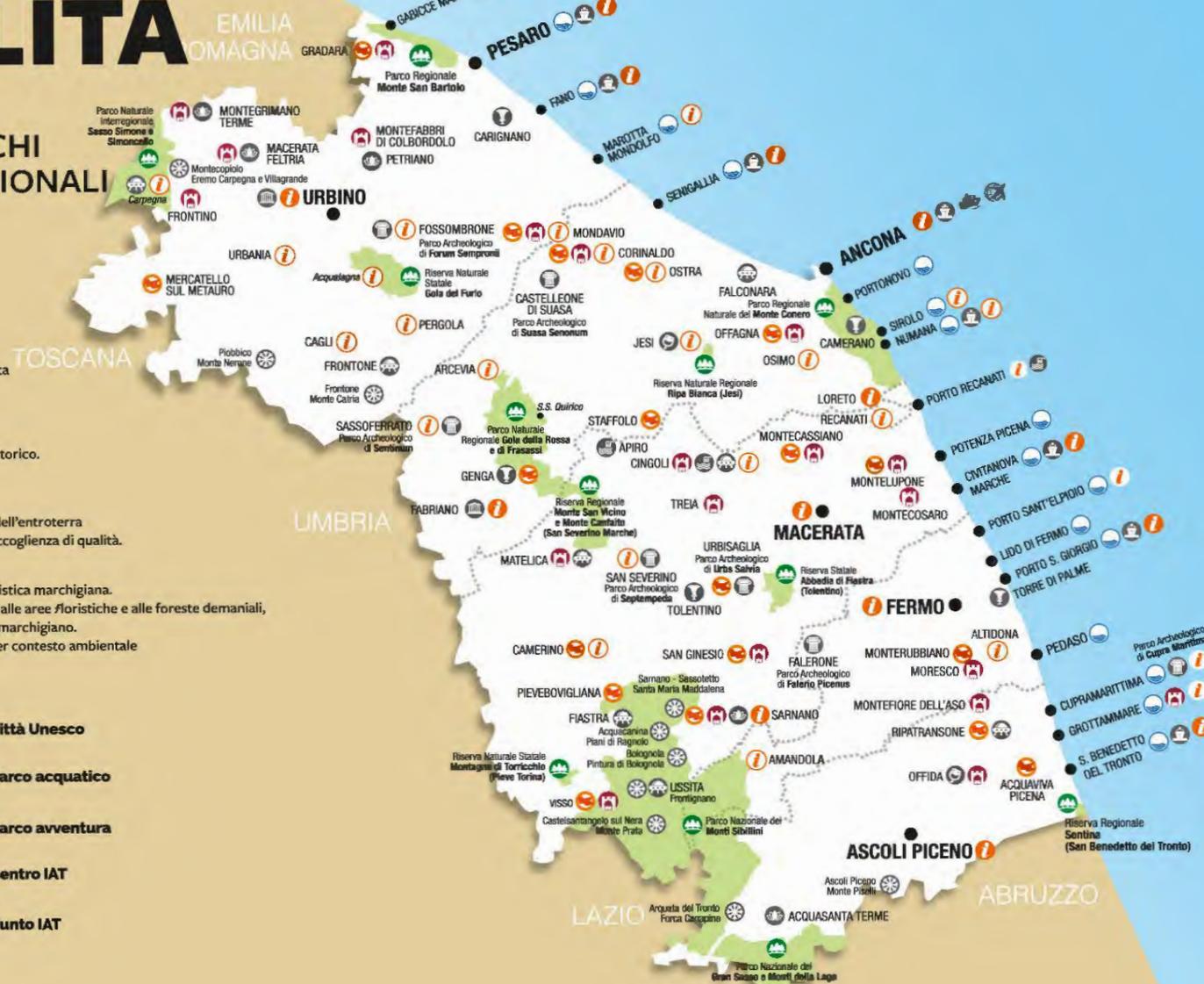
Enoteca



Punto IAT



Impianti sciistici



Nel 2014 la Regione ha stabilito gli «**ingredienti**» (risorse turistiche + servizi turistici) che compongono ciascuno dei 6 prodotti turistici, in maniera da proporli al mercato attraverso i propri strumenti di comunicazione

Esempio: il prodotto **Cultura. The Genius of Marche**

Tema principale della vacanza: la cultura delle Marche

RISORSE TURISTICHE

Città d'arte, borghi medievali, castelli e ville, teatri storici
Luoghi della spiritualità e della meditazione
Aree archeologiche
Mostre e Musei
Eventi artistici (musica, cinema, teatro, danza, arti figurative, ecc.) e folcloristici
Itinerari culturali tematici
Itinerari di esplorazione bike e trekking

SERVIZI TURISTICI

Strutture alberghiere ed extralberghiere
Ristoranti e trattorie con proposte di piatti tradizionali e vini locali
Locali storici
Guide per escursioni a piedi / bici
Guide culturali
Laboratori didattici
Punti-vendita diretti dei prodotti agro-alimentari ed artigianali tradizionali
Stabilimenti termali/spa
Sale e centri convegni
Agenzie / t.o. locali incoming

I prodotti turistici sono dunque le «scatole» (ognuna corrispondente ad un tema di vacanza) che la Regione **comunica** al mercato turistico allo scopo di intercettare con efficacia i turisti potenziali ed **incuriosirli/orientarli nella scelta**.

Una volta che la Regione – attraverso il Piano - ha deciso quali categorie di risorse turistiche e di servizi turistici inserire in un prodotto, quel prodotto conterrà **TUTTI** gli operatori marchigiani che rientrano nelle categorie di servizi individuate.

Esempio. Il prodotto «Mare. Le Marche in blu» (Comuni litoranei):

- Sul fronte **risorse turistiche** comprenderà le spiagge, i porti turistici, i parchi divertimento, ecc., presenti nei Comuni litoranei (limite territoriale del prodotto)
- Sul fronte **servizi turistici** comprenderà tutte le strutture ricettive, tutti gli stabilimenti balneari, tutti i servizi sportivi in spiaggia, ecc. presenti in quei Comuni

Esempio. Il prodotto «Spiritualità e meditazione» (intero territorio regionale):

- Sul fronte **risorse turistiche** comprenderà le abbazie, i santuari, i monasteri, ecc., presenti in tutto il territorio regionale
- Sul fronte **servizi turistici** comprenderà tutte le strutture ricettive, tutti i ristoranti di qualità, ecc. presenti sul territorio regionale

MARE.
LE MARCHE IN BLU



CULTURA.
THE GENIUS OF MARCHE



MADE IN MARCHE.
GUSTO A KM ZERO
E SHOPPING DI QUALITÀ



DOLCI COLLINE
E ANTICHI BORGHI



PARCHI E NATURA ATTIVA



SPIRITUALITÀ
E MEDITAZIONE



#destinazionemarche

Il **prodotto turistico/cluster** è un insieme composto da **risorse turistiche** (spiagge, borghi, musei) + **servizi turistici** (hotel, ristoranti), presentato al mercato in maniera unitaria ed omogenea secondo uno specifico **tema di vacanza**.

2014: l'offerta turistica marchigiana si presenta al mercato con i **sei prodotti turistici/cluster** che rappresentano al meglio la Destinazione Marche e le sue eccellenze.

(approvati con D.g.r. 370 del 01/04/2014)

A large, ornate theater with a full audience at night. The theater has multiple tiers of seating and a stage area. The architecture is classical, with many columns and arches. The lighting is warm and focused on the stage and audience.

una grande regione di cultura

THE GENIUS OF MARCHE

**UN LIBRO DI STORIA DELL'ARTE
ITALIANA ED EUROPEA APERTA AL PUBBLICO**



UN LIBRO DI STORIA DELL'ARTE ITALIANA ED EUROPEA

Chi ti aspetta nelle Marche? Raffaello a Urbino (città Unesco); Terre di Piero; Terre del Duca; Carlo Crivelli ad Ascoli Piceno; Rubens a Fermo; Tiziano a Ancona; Leopardi a Recanati; Lorenzo Lotto a Jesi; il Marchese Buonaccorsi a Macerata; Rossini a Pesaro; Spontini a Maiolati.

Grandi musei: due Musei Nazionali: il Museo Nazionale Archeologico di Ancona e la Galleria Nazionale di Urbino; a Gradara la Rocca cantata da Dante nell'Inferno della Divina Commedia con Paolo e Francesca; a Senigallia la Rocca Roveresca.

Musei Certificati I Musei GOLD sono i musei certificati dalla Regione. Tutto a portata di click su musei.marche.it

Itinerari per tutti i gusti: Gotico; Gotico Internazionale e le Signorie; Giovanni Santi e Raffaello; le Terre del Duca a Senigallia, Pesaro e Urbino; le città di Lorenzo Lotto, di Carlo e Vittore Crivelli, Piero della Francesca; i dipinti e i balconi di Piero; le rocche di Francesco di Giorgio Martini...

70 teatri storici: festival, rassegne, eventi. Stagioni e festival lirici in inverno e in estate a Pesaro, Jesi, Macerata, Ancona, Fano e Fermo.



marche lifestyle di borgo in borgo



DOLCI COLLINE E ANTICHI BORGHI

**UNA PAUSA RIGENERANTE LONTANO
DALLO STRESS NEI RITMI DI UN TEMPO**



LA CORNICE DI UNO STILE DI VITA

Marche life style Le dolci colline marchigiane sono la cornice di uno stile di vita fatto di piccoli borghi medievali, sapori tradizionali, antichi mestieri, persone semplici ed accoglienti: una pausa rigenerante lontano dallo stress, alla ricerca dei veri piaceri della vita.

22 i Borghi più belli d'Italia

19 le Bandiere arancioni

Borghi medievali e città d'arte, teatri storici, architettura sacra e spiritualità.

La cultura del lavoro e della creatività marchigiana: botteghe e prodotti dell'artigianato tradizionale, musei ed eventi dedicati all'artigianato, i prodotti della manifattura marchigiana e gli outlet dei grandi marchi riconosciuti nel mondo.

Locali storici

4

un imponente patrimonio naturalistico

PARCHI E NATURA ATTIVA

**LA NATURA HA DISEGNATO UNA
GEOGRAFIA MILLENARIA**



#destinazione**marche**

**PARCHI E
NATURA**
attiva

UN IMPONENTE PATRIMONIO NATURALISTICO

Marche Verdi

oltre 90.000 ettari di territorio, per la quasi totalità, di aree montane.

2 Parchi Nazionali

Monti Sibillini; Gran Sasso e Monti della Laga.

4 Parchi Regionali

Monte Conero, Sasso Simone e Simoncello, Monte San Bartolo, Gola della Rossa e di Frasassi.

6 Riserve Naturali

Abbadia di Fiastra, Montagna di Torricchio, Ripa Bianca, Sentina, Gola del Furlo e Monte San Vicino e Monte Canfaieto.

Marchio di Qualità Il Parco Nazionale dei Monti Sibillini e i 4 Parchi regionali si distinguono per essere certificati con la Carta Europea del Turismo Sostenibile.

L'eccellenza Grotte di Frasassi.



gusto a km zero e shopping di qualità

**MADE IN
MARCHE**

**NELLA REGIONE PIÙ MANIFATTURIERA D'ITALIA
SCOPRI I PRODOTTI DELLA TERRA E DELL'UOMO**



#destinazione**marche**

MADE *in*
MARCHE

GRANDI GRIFFES TRA PAESAGGI E CITTÀ D'ARTE

Le Marche offrono interessantissime opportunità di **shopping** e la possibilità di percorrere veri e propri itinerari attraverso i rinomati **outlet** della moda e dell'abbigliamento.

La **tipicità** si incontra con lo shopping, in un'esperienza piacevole e vantaggiosa: un modo nuovo per esplorare il territorio e **riscoprire le eccellenze** delle migliori realtà produttive locali.

Nella zona di Macerata, Fermo, Porto S. Elpidio, Civitanova Marche tutto l'anno è possibile fare **shopping in outlet e show room** di brand della moda e delle calzature.



#destinazionemarche

MADE *in*
MARCHE

GUSTO. I PIACERI DELLA TAVOLA

20 vini DOC-DOCG prodotti in 17.453 ettari

Verdicchio il vino bianco più amato e premiato dalle guide italiane 2014, che si conferma l'ambasciatore delle Marche nel mondo.

8 prodotti DOP e IGP

5 Presidi Slow Food

Ristorazione di eccellenza 66 strutture citate nelle Guide Michelin, Gambero rosso, L'Espresso. Senigallia, la città stellata

Outlet diffuso Tutto l'anno è possibile fare shopping in outlet e show room di brand della moda e delle calzature

Festival appuntamenti annuali dedicati ai prodotti enogastronomici delle Marche

Punti Vendita e Soste del Gusto

per la vendita e l'assaggio dei prodotti tipici marchigiani

6

terra di santi e beati che hanno segnato la storia



SPIRITUALITÀ E MEDITAZIONE

I LUOGHI DELLA FEDE



TANTI PERCORSI NEL SEGNO DELLA FEDE

Loreto

Il santuario mariano più visitato in Europa, meta ogni anno di 5 milioni di visitatori, il punto di arrivo dell'itinerario della Via Lauretana.

Da Loreto ai grandi santuari

Basilica di S. Nicola da Tolentino, Santuario di S. Maria Goretti a Corinaldo e santuari diffusi in grotte.

Marche terra di santità

Oltre a S. Nicola da Tolentino e S. Maria Goretti, il francescano S. Giacomo della Marca con il Santuario a Monteprandone; la santa francescana Camilla Battista Varano, vissuta a Urbino e Camerino.

Marche Amate da S. Francesco d'Assisi

Dalla vicina Umbria, S. Francesco più volte visitò le Marche. Oggi le Marche sono una regione francescana con decine di chiese e musei appartenuti all'Ordine visitabili e aperte al pubblico.

Marche del monachesimo

Scopri le Abbazie lungo le valli delle Marche.

2014: QUALITA' E INNOVAZIONE DI PRODOTTO

Nel 2014 la Regione non si è fermata alla definizione dei 6 prodotti turistici regionali, ma intende compiere un passo ulteriore proponendosi come il **motore d'avvio di un processo di qualità ed innovazione dei servizi turistici**, coinvolgendo gli operatori turistici regionali (i singoli gestori dei servizi turistici).

PERCHE'?

Per aumentare i flussi turistici (e quindi il reddito generato) grazie ad un'offerta di servizi turistici **più specializzata** e più rispondente ai **bisogni del target**

COME?

Attivando i **network di specializzazione trasversali** ai 6 prodotti turistici.

Ad ogni network di specializzazione corrisponde il relativo **disciplinare** a cui potranno volontariamente **aderire** gli operatori turistici più attenti alla qualità dei servizi erogati.

ATTENZIONE: le amministrazioni comunali possono e devono supportare tutto questo agevolando la comunicazione, organizzando incontri sul territorio, favorendo la partecipazione dei privati



FAMILY



CULTURA



BIKE E TREKKING



BENESSERE



BUSINESS
E MEETING

DESTINATION MARKETING

la Regione Marche ha approvato
NETWORK DI SPECIALIZZAZIONE
TRASVERSALI AI 6 PRODOTTI TURISTICI
DGR n. 994 8/09/2014

Scegli e costruisci la tua vacanza



CENTRO
BENESSERE



BUSINESS



GIOVANI



SHOPPING



ENOGASTRONOMIA



LEISURE



TAILORED

I disciplinari riguarderanno i requisiti delle strutture specializzate su alcuni **target strategici trasversali** ai 6 prodotti turistici regionali:

- **Family** → strutture ricettive, strutture ristorative, stabilimenti balneari (specializzati nell'accoglienza di famiglie con bambini)
- **Cultura** → strutture ricettive (specializzate nell'accoglienza del turista culturale e che si pongono come punti di promozione delle risorse culturali del territorio che le circonda)
- **Trekking** → strutture ricettive (specializzate nell'accoglienza di appassionati di trekking, di pellegrini e di turisti «slow» che affrontano il viaggio a piedi)
- **Bike** → strutture ricettive (specializzate nell'accoglienza di ciclisti e di turisti «slow» che affrontano il viaggio in bicicletta)
- **Benessere** → terme/spa e strutture ricettive con spa (specializzate nell'accoglienza di turisti che ricercano il relax e il benessere del corpo e della mente)
- **Business** → strutture ricettive (specializzate nell'accoglienza di chi viaggia per lavoro)
- **Meeting** → teatri storici/centri congressi e strutture ricettive con sale convegni (specializzati nell'accoglienza di meeting)



#destinazionemarche
**OPERATORI
INCOMING MARCHE**

Le due nuove banche dati della Regione Marche
OTIM - Tour Operator e agenzie di viaggio
CATIM - Consorzi e associazioni turistiche



VIENI IN VACANZA NELLE MARCHE

marche tourism

un unico sistema informativo per il turista



WEB

www.turismo.marche.it
eventi.turismo.marche.it
marcheadvisor.turismo.marche.it

BLOG

www.destinazionemarche.it

SOCIAL NETWORK



APP

scopri le nostre applicazioni



TELEFONA O SCRIVI

DMO - Destination Management Organization - Marche Tourism
Via Gentile da Fabriano 9 - 61025 Ancona - 071 8062431

NUMERO VERDE: 800 222 111

MAIL: numeroverde.turismo@regione.marche.it

Documento a cura di

Marta Paraventi

Regione Marche

Servizio Attività Produttive, Lavoro, Turismo, Cultura e Internazionalizzazione

PF Turismo Commercio e Tutela dei consumatori-Dirigente **Pietro Talarico**

Responsabile P.O.

Promozione turistica comunicazione e marketing

Musei e promozione della cultura

Tel. 0039 071 8062316

marta.paraventi@regione.marche.it

www.turismo.marche.it
www.destinazionemarche.it
eventi.turismo.marche.it

www.cultura.marche.it
www.musei.marche.it
www.beniculturali.marche.it