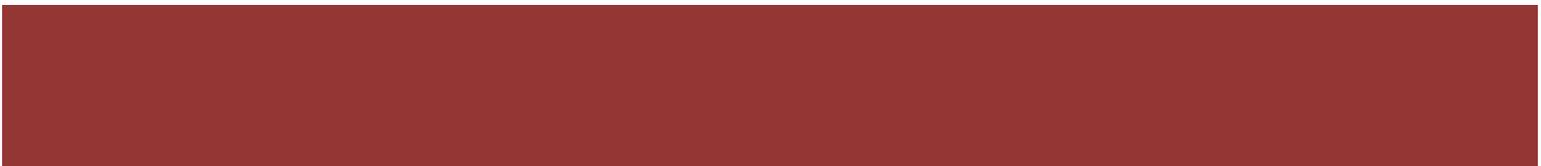




OSSERVATORIO TURISTICO DELLA REGIONE MARCHE

Studio sul turismo residenziale



Dicembre 2013

A cura di



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



Sommario

Premessa.....	3
I fenomeni, in sintesi	4
1. Il tessuto imprenditoriale della filiera produttiva e le presenze turistiche nelle strutture ricettive	6
2. Il patrimonio abitativo delle seconde case nelle Marche, le presenze e l'impatto economico sul territorio	10
3. I turisti delle abitazioni private.....	14
3.1 Identikit, motivazioni e canali di influenza.....	16
3.2 Il giudizio sull'esperienza e sui luoghi di vacanza.....	30
3.3 La spesa per la vacanza.....	33
4. Gli intermediari immobiliari	37
Nota metodologica	48

Premessa

Il turismo in Italia a seguito della crisi economica vede in questi ultimi anni un utilizzo sempre più diffuso e frequente delle abitazioni private proprio come alloggio per le vacanze degli italiani in questi anni di contrazione dei consumi interni.

Ma il turismo residenziale nelle abitazioni private è per molti territori anche una vera e propria scelta di vacanza dei turisti stranieri, che adottano questa modalità di soggiorno per motivazioni relazionali e di ordine pratico più che economico. Famiglie o gruppi di amici, o giovani coppie, il turismo residenziale è una modalità trasversale alle destinazioni, ai prodotti, ai segmenti ed ai mercati turistici.

Se dalle stime effettuate sul complesso del territorio nazionale il turismo delle abitazioni private genera, in media nazionale, 1,3 presenze per ogni presenza rilevata nelle strutture ricettive, in alcuni territori tale moltiplicatore giunge fino a 10 presenze in abitazioni private per ogni presenza censita nelle imprese del ricettivo. Si tratta quindi non solo di un fenomeno importante nei numeri ed in trend di crescita, ma altresì di una grossa opportunità economica.

Infatti, questa tipologia di turismo spende in Italia un totale consumi stimabile in almeno 30,3 miliardi di euro, rincorrendo quindi sempre più da vicino la spesa dei turisti che alloggiano nelle strutture ricettive (circa 42 miliardi di euro nel 2012).

Infine, il turismo tradizionale concentra il 61,7% dei consumi nella filiera primaria (alloggio e ristorazione) mentre il turismo residenziale apporta il 74,4% dei consumi complessivi sugli altri settori economici del territorio (agroalimentare, commercio, manifatturiero, ecc.).

Alla luce della rilevanza crescente di questo fenomeno turistico lo studio per la regione Marche permette di raggiungere contemporaneamente i seguenti obiettivi:

- delimitare il fenomeno del turismo residenziale, nelle sue dimensioni di offerta e di domanda: territori e imprese non possono oggi non conoscere e monitorare questi flussi, sia per cogliere queste opportunità a beneficio del territorio, della filiera turistica, delle economie locali;
- evidenziarne le caratteristiche qualitative di offerta e domanda: allo scopo di governare questo mercato fino ad oggi sommerso, occorre comprendere da un lato il livello qualitativo del patrimonio immobiliare, dall'altro le dinamiche di comportamento e di utilizzo della domanda turistica (proprietari vs affittuari).

I fenomeni, in sintesi

85 mila abitazioni, 6 milioni e 800 mila presenze turistiche e quasi 426 milioni di €. Sono questi i numeri che fotografano il turismo residenziale nella regione Marche.

Una tipologia di turismo che si rivela promettente da diversi punti di vista.

Per l'indotto che produce su altri settori cruciali per l'economia della regione, in primo luogo. Ogni turista spende in media 48 € al giorno, per acquistare beni o servizi durante la propria vacanza, in aggiunta ai costi sostenuti per il viaggio e per l'alloggio. Queste attività producono 326 milioni di €, ossia il 77% di tutta la spesa turistica generata dal turismo residenziale, che vanno ad alimentare soprattutto il comparto dell'agroalimentare, delle attività ricreative e culturali e quella componente del manifatturiero legata al settore dell'abbigliamento e delle calzature.

Perché rappresenta un segmento di turismo con dei connotati molto precisi, alimentato da motivazioni forti e raggiungibile attraverso canali di comunicazione e di promo – commercializzazione ben identificabili.

L'analisi del profilo dei turisti e delle motivazioni che li hanno portati ad acquistare o ad affittare un appartamento per trascorrere le vacanze in una località marchigiana, porta alla luce una componente relazionale molto più solida del tradizionale "passaparola" che spesso influenza le decisioni.

Una relazione che si basa sulle radici e sulla storia, proprie e della propria famiglia, particolarmente forte e sentita per chi è emigrato e vive all'estero, ma attiva anche per chi risiede in Italia.

È una nostalgia e un affetto per i luoghi di origine che si tramanda tra le generazioni ma che si estende anche alla propria rete di conoscenze. Non a caso, infatti, la metà dei proprietari ha acquistato la casa pur non essendo originari delle Marche, ma perché ha seguito l'esempio di amici e/o parenti che lo avevano fatto.

Tutto questo si amplifica e trova conferma nell'esperienza diretta dei luoghi e del tempo trascorso durante le vacanze. Nessuno degli aspetti vissuti ottiene un giudizio che non sia eccellente: dalla bellezza del paesaggio alla sua tutela, dal modo in cui i turisti si sentono accolti alla qualità della gastronomia, fino all'offerta artistica e culturale.

Le vacanze trascorse nelle abitazioni private sono molto più lunghe dei soggiorni nelle strutture ricettive classiche, lasciando ai turisti il tempo (e la necessità) di riempire il proprio tempo: attività sportive e culturali, eventi tradizionali e gastronomici, spettacoli, shopping.

Gli spazi di miglioramento ci sono e rientrano nella capacità del sistema di accoglienza di essere più vitale e organizzato, di non scadere nella banalità del souvenir, trovando al contrario un equilibrio dinamico tra tradizione e innovazione.

Ad esempio, individuando le diverse esigenze tra proprietari ed affittuari, che rappresentano due target piuttosto diversi (coppie i primi, famiglie i secondi) e che chiedono più occasioni di divertimento e di shopping da un lato, più servizi dedicati alle famiglie e maggiore organizzazione del territorio, dall'altro.

In questo modo, anche questa particolare fetta di turismo, riuscirebbe a contribuire a sostenere quella filiera turistica composta da oltre 10 mila imprese che, seppur più reattiva, sta risentendo, come tutti i comparti, degli effetti della crisi e della contrazione dei consumi.

1. Il tessuto imprenditoriale della filiera produttiva e le presenze turistiche nelle strutture ricettive

Il tessuto imprenditoriale della regione Marche è formato da oltre 176 mila imprese registrate al 2012¹.

Nel 2010 e nel 2011 le nuove imprese hanno superato quelle che hanno dovuto chiudere, determinando un saldo positivo di oltre 2.000 nuove aziende create nel 2010 e di 427 nel 2011. L'ultimo anno si è però dimostrato più problematico: ha causato la chiusura di 11.044 imprese a fronte di 10.429 nuove aperture, generando un saldo negativo di – 615 unità.

Con oltre 10.700 imprese, il turismo rappresenta il 6% del comparto produttivo regionale. Nel 2012 hanno aperto 449 nuove imprese turistiche mentre hanno chiuso i battenti 731 attività del settore, generando un saldo negativo di – 282 imprese.

A livello territoriale sono le province di Pesaro e Urbino e di Ancona a registrare il maggior numero di imprese turistiche (rispettivamente 2.841 e 2.802), dove si concentra più della metà delle attività turistiche della regione. A seguire, la provincia di Macerata (2.140 imprese turistiche), la provincia di Ascoli Piceno (1.765) e la provincia di Fermo (1.170).

Analizzando la natalità e la mortalità delle imprese della regione emerge che il settore turistico subisce la crisi in maniera più significativa rispetto alla media delle imprese della regione: sono infatti sempre più negativi i tassi di crescita degli ultimi tre anni e ammontano a -1,70% nel 2010, -2,61% nel 2011 e -2,69% nel 2012 a fronte di tassi di crescita registrati a livello regionale pari a +1,14% nel 2010, +0,24% nel 2011 e -0,35% nel 2012.

¹ Fonte: Unioncamere-Infocamere, Movimprese

Iscrizioni, cessazioni, saldi e stock delle imprese per anno nel periodo 2009-2012

Valori assoluti e percentuali

Anno	Registrate	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Tasso di crescita
Totale imprese					
2009	177.771	10.788	11.206	-418	-
2010	177.503	11.796	9.767	2.029	1,14%
2011	177.656	11.179	10.752	427	0,24%
2012	176.555	10.429	11.044	-615	-0,35%
di cui: Ramo I - attività dei servizi di alloggio e di ristorazione					
2009	9.914	460	686	-226	-
2010	10.159	437	606	-169	-1,70%
2011	10.464	419	684	-265	-2,61%
2012	10.718	449	731	-282	-2,69%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Nati mortalità delle imprese registrate per provincia - Anno 2012

Valori assoluti e percentuali

	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Stock al 31.12.2012	Tasso di crescita nel 2012	Tasso di crescita nel 2011	Tasso di crescita nel 2010
Totale imprese							
Ancona	2.904	3.092	-188	47.078	-0,40%	0,43%	1,49%
Ascoli Piceno	1.400	1.398	2	24.838	0,01%	0,91%	1,35%
Fermo	1.342	1.429	-87	22.718	-0,38%	0,14%	0,60%
Macerata	2.375	2.573	-198	39.795	-0,49%	-0,72%	1,93%
Pesaro e Urbino	2.408	2.552	-144	42.126	-0,34%	0,62%	0,23%
Marche	10.429	11.044	-615	176.555	-0,35%	0,24%	1,14%
di cui: Ramo I - attività dei servizi di alloggio e di ristorazione							
Ancona	102	187	-85	2.802	-3,10%	-2,92%	-0,98%
Ascoli Piceno	72	90	-18	1.765	-1,06%	-2,11%	-0,83%
Fermo	61	83	-22	1.170	-1,92%	-2,01%	-3,82%
Macerata	82	166	-84	2.140	-3,99%	-2,98%	-2,26%
Pesaro e Urbino	132	205	-73	2.841	-2,64%	-2,56%	-1,65%
Marche	449	731	-282	10.718	-2,69%	-2,61%	-1,70%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Nati mortalità delle imprese registrate per ramo di attività economica - Anno 2012

Valori assoluti e percentuali

	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Stock al 31.12.2012	Tasso di crescita nel 2012	Tasso di crescita nel 2011	Tasso di crescita nel 2010
Agricoltura, silvicoltura pesca	818	1.593	-775	31.507	-2,41%	-2,85%	-2,15%
Estrazione di minerali da cave e miniere	1	2	-1	120	-0,83%	-0,82%	-3,10%
Attività manifatturiere	911	1.406	-495	23.765	-2,06%	-1,86%	-1,04%
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore...	33	17	16	423	4,85%	11,68%	16,06%
Fornitura di acqua; reti fognarie...	5	7	-2	295	-0,70%	-0,36%	-2,20%
Costruzioni	1.152	1.769	-617	24.697	-2,45%	-1,59%	-0,46%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut..	1.792	2.864	-1.072	40.568	-2,63%	-1,83%	-0,82%
Trasporto e magazzinaggio	113	241	-128	4.694	-2,71%	-3,51%	-2,63%
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	449	731	-282	10.718	-2,69%	-2,61%	-1,70%
Servizi di informazione e comunicazione	183	169	14	2.811	0,51%	-0,45%	1,27%
Attività finanziarie e assicurative	172	230	-58	3.032	-1,90%	-1,83%	-0,94%
Attività immobiliari	121	234	-113	7.175	-1,61%	-1,60%	-0,75%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	340	390	-50	5.233	-0,98%	0,18%	1,64%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	241	243	-2	3.378	-0,06%	-0,25%	1,59%
Istruzione	20	36	-16	488	-3,29%	0,66%	4,28%
Sanità e assistenza sociale	23	25	-2	738	-0,29%	-2,07%	-0,61%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	103	136	-33	2.260	-1,49%	-2,43%	-0,53%
Altre attività di servizi	257	379	-122	6.945	-1,76%	-1,25%	-0,32%
Imprese non classificate	3.695	572	3.123	7.708	39,47%	47,05%	48,01%
Marche	10.429	11.044	-615	176.555	-0,35%	0,24%	1,14%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Nati mortalità delle imprese registrate del Ramo I - Anno 2012

Valori assoluti e percentuali

	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Stock al 31.12.2012	Tasso di crescita nel 2012	Tasso di crescita nel 2011	Tasso di crescita nel 2010
Alloggio	0	0	0	1	0,00%	0,00%	n.d.
Alberghi e strutture simili	12	44	-32	886	-3,55%	-1,11%	-0,56%
Alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni	0	0	0	30	0,00%	-5,71%	-7,50%
Villaggi turistici	0	1	-1	12	-7,69%	0,00%	0,00%
Ostelli della gioventù	1	2	-1	7	-12,50%	0,00%	0,00%
Rifugi di montagna	0	0	0	6	0,00%	0,00%	0,00%
Colonie marine e montane	0	0	0	3	0,00%	0,00%	0,00%
Affittacamere per brevi soggiorni, case ed appartamenti per vacanze, bed and breakfast, residence	6	18	-12	272	-4,62%	0,00%	2,36%
Attività di alloggio connesse alle aziende agricole	0	0	0	8	0,00%	33,33%	0,00%
Aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte	1	1	0	101	0,00%	-2,06%	-2,08%
Alloggi per studenti e lavoratori con servizi accessori di tipo alberghiero	0	0	0	1	0,00%	n.d.	n.d.
Totale servizi di alloggio	20	66	-46	1.327	-3,46%	-1,00%	-0,39%
Attività dei servizi di ristorazione	0	4	-4	88	-4,26%	-2,02%	-2,86%
Ristoranti e attività di ristorazione mobile	0	5	-5	60	-7,35%	-4,29%	-3,90%
Ristorazione con somministrazione	98	183	-85	3.105	-2,77%	-2,54%	-1,43%
Attività di ristorazione connesse alle aziende agricole	0	4	-4	139	-2,90%	-2,07%	-3,70%
Ristorazione senza somministrazione con preparazione di cibi da asporto	114	150	-36	1.396	-2,73%	-4,88%	-0,33%
Gelaterie e pasticcerie	12	37	-25	592	-4,25%	-1,25%	-2,55%
Ristorazione ambulante e gelaterie ambulanti	1	0	1	3	50,00%	100,00%	0,00%
Gelaterie e pasticcerie ambulanti	1	0	1	4	50,00%	100,00%	0,00%
Ristorazione ambulante	6	6	0	40	0,00%	4,55%	7,69%
Fornitura di pasti preparati (catering) e altri servizi di ristorazione	0	1	-1	0	100,00%	0,00%	0,00%
Fornitura di pasti preparati (catering per eventi)	2	0	2	14	16,67%	33,33%	0,00%
Mense	2	0	2	35	6,45%	-5,88%	-8,33%
Catering continuativo su base contrattuale	0	1	-1	16	-5,88%	-5,26%	-5,26%
Bar e altri esercizi simili senza cucina	193	274	-81	3.899	-2,15%	-2,71%	-2,49%
Totale servizi di ristorazione	429	665	-236	9.391	-2,58%	-2,84%	-1,90%
TOTALE Ramo I	449	731	-282	10.718	-2,69%	-2,61%	-1,70%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

2. Il patrimonio abitativo delle seconde case nelle Marche, le presenze e l'impatto economico sul territorio

Nelle Marche, si stima un patrimonio di 85 mila abitazioni non occupate che vengono destinate alle vacanze, che nel 2013 hanno permesso di generare oltre 6 milioni e 800 mila presenze turistiche, mantenendo un andamento sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente.

Quasi il 32% delle seconde case destinate a vacanza si trova nella provincia di Pesaro – Urbino, seguita da Macerata ed Ancona, entrambe con il 23,5% di questo patrimonio abitativo. La provincia con la quota inferiore è Fermo (6 mila appartamenti, pari al 7% del totale regionale).

La distribuzione delle presenze rispecchia quasi fedelmente questa graduatoria, ponendo al primo posto la provincia di Pesaro e Urbino, che con oltre 1 milione e 800 mila presenze ha un peso del 27%. Al secondo posto si trova la provincia di Ancona, con circa il 26% (1 milione e 736 mila), mentre la provincia di Macerata slitta al quarto posto con circa il 19% delle presenze, preceduta da quella di Ascoli Piceno con il 20%. Con 548 mila presenze (l'8%), la provincia di Fermo resta in fondo al confronto.

Ancona (46%) ed Ascoli Piceno (52%) sono le province con la quota maggiore di case di proprietà, mentre nell'area di Fermo l'87% degli appartamenti sono presi in affitto, come anche a Pesaro e Urbino (81%) e Macerata (78%).

L'andamento mensile dei flussi delle presenze segue quello della stagionalità turistica classica: un terzo delle presenze dell'intero anno (2 milioni 253 mila) sono realizzate nel solo mese di agosto, seguito da luglio, con il 27%. In termini di importanza segue il mese di giugno, quando si contano circa 950 mila presenze, il 14% del totale annuo, mentre settembre si ferma al 7%, con 510 mila presenze.

Il turismo legato alla presenza delle seconde case porta alla regione un beneficio economico importante, che sfiora i 426 milioni di €, generando un indotto significativo anche per altri settori cruciali dell'economia regionale.

Infatti, soltanto il 45,5% di questo valore (pari a circa 194 milioni di €) resta all'interno della componente primaria del settore turistico, ed, in particolare: quasi 100 milioni di € (oltre il 23% del totale) vengono

assorbiti per le spese legate all'alloggio e circa 94 milioni di € vanno alle imprese della ristorazione (ristoranti, pizzerie, bar, caffetterie).

La parte restante, che ammonta a 232 milioni di € e rappresenta il 55% della spesa turistica legata alle seconde case, va principalmente a beneficio di tre settori: l'agroalimentare (71,5 milioni di €, pari al 17% della spesa stimata), le attività ricreative, culturali e di intrattenimento (55,7 milioni di €) e il settore dell'abbigliamento e delle calzature che, con 55,5 milioni di €, beneficia del 13% della spesa turistica totale.

A livello provinciale questa distribuzione della spesa assume connotati diversi e, in particolare:

- il budget è assorbito maggiormente dai costi dell'alloggio nelle province di Fermo (46,3%) e Macerata (35%), a causa della quota elevata di affitti,
- l'incidenza sul settore delle calzature e dell'abbigliamento è particolarmente forte in provincia di Pesaro e Urbino, dove supera il 26% del totale (oltre 28 milioni €) e supera la media regionale anche nell'area di Ascoli Piceno (15%).

Stima della distribuzione per provincia delle "abitazioni non occupate destinate a vacanza" - 2013

	N.	%
Ascoli Piceno	12.000	14,1
Pesaro e Urbino	27.000	31,8
Macerata	20.000	23,5
Fermo	6.000	7,1
Ancona	20.000	23,5
Totale	85.000	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Stima della distribuzione mensile delle presenze nelle "abitazioni non occupate destinate a vacanza" - 2013

	numero	%
Gennaio	309.000	4,5
Febbraio	50.000	0,7
Marzo	122.000	1,8
Aprile	225.000	3,3
Maggio	219.000	3,2
Giugno	947.000	13,9
Luglio	1.861.000	27,3
Agosto	2.253.000	33,0
Settembre	510.000	7,5
Ottobre	77.000	1,1
Novembre	117.000	1,7
Dicembre	135.000	2,0
Totale	6.825.000	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Stima della distribuzione per provincia delle presenze nelle "abitazioni non occupate destinate a vacanza" - 2013

	numero	%
Pesaro e Urbino	1.880.000	27,5
Ancona	1.763.000	25,8
Ascoli Piceno	1.352.000	19,8
Macerata	1.282.000	18,8
Fermo	548.000	8,0
Totale	6.825.000	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Stima dell'andamento delle presenze nelle "abitazioni non occupate destinate a vacanza" - 2012/2013

anno	N
2012	6.758.600
2013	6.824.700
VAR% 2013/2012	1,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori - totale turisti seconde case (€)

	Pesaro e Urbino	Ancona	Macerata	Ascoli Piceno	Fermo	Totale
Spese di alloggio	18.059.000	15.103.000	35.329.000	7.053.000	24.389.000	99.933.000
Ristoranti, pizzerie	17.795.000	26.876.000	22.019.000	6.996.000	6.028.000	79.714.000
Bar, caffè, pasticcerie	3.247.000	4.357.000	3.660.000	1.760.000	1.252.000	14.276.000
Alloggio e ristorazione	39.101.000	46.336.000	61.008.000	15.809.000	31.669.000	193.923.000
Agroalimentare	17.880.000	19.476.000	15.397.000	12.428.000	6.370.000	71.551.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	12.207.000	17.555.000	15.253.000	5.044.000	5.636.000	55.695.000
Abbigliamento e calzature	28.091.000	12.603.000	3.827.000	7.278.000	3.707.000	55.506.000
Altre industrie manifatturiere	4.865.000	16.610.000	2.754.000	6.370.000	3.929.000	34.528.000
Giornali, guide editoria	3.863.000	4.036.000	3.322.000	1.120.000	1.187.000	13.528.000
Trasporti pubblici	578.000	103.000	187.000	154.000	209.000	1.231.000
TOTALE	106.585.000	116.719.000	101.748.000	48.203.000	52.707.000	425.962.000

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Impatto economico della spesa turistica sugli altri settori - totale turisti seconde case (%)

	Pesaro e Urbino	Ancona	Macerata	Ascoli Piceno	Fermo	Totale
Spese di alloggio	16,9	12,9	34,7	14,6	46,3	23,5
Ristoranti, pizzerie	16,7	23,0	21,6	14,5	11,4	18,7
Bar, caffè, pasticcerie	3,0	3,7	3,6	3,7	2,4	3,4
Alloggio e ristorazione	36,7	39,7	60,0	32,8	60,1	45,5
Agroalimentare	16,8	16,7	15,1	25,8	12,1	16,8
Giornali, guide editoria	3,6	3,5	3,3	2,3	2,3	3,2
Abbigliamento e calzature	26,4	10,8	3,8	15,1	7,0	13,0
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	11,5	15,0	15,0	10,5	10,7	13,1
Altre industrie manifatturiere	4,6	14,2	2,7	13,2	7,5	8,1
Trasporti pubblici	0,5	0,1	0,2	0,3	0,4	0,3
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

3. I turisti delle abitazioni private

Al fine di analizzare il fenomeno delle abitazioni private a fini turistici sarà utile definire le leve che intervengono nell'analisi e nell'interpretazione della presenza e dell'utilizzo di tali alloggi attraverso la valutazione numerica delle abitazioni private realmente impiegate per vacanza, la definizione del loro grado di utilizzo e, di conseguenza, le relative presenze turistiche.

Il 28,5% dei turisti intervistati soggiorna in un appartamento di proprietà mentre il 71,5% si trova in una casa di vacanza presa in affitto.

Il turismo residenziale è formato per l'88% da italiani, che provengono dalle Marche (23%), dalla Lombardia (16%), dall'Emilia Romagna (12%) e dall'Umbria (11%).

Mediamente, la quota di stranieri è inferiore al 12%, ma tra i proprietari degli appartamenti la percentuale di chi viene dall'estero è più elevata, circa il 16%. Complessivamente, gli stranieri vengono dalla Germania (23%), dai paesi di lingua francese - Francia (19%) e Belgio (15%) - e dai Paesi Bassi (12%).

Tipologia di alloggio (%)			
	Italiani	Stranieri	Totale
Di proprietà	27,0	39,4	28,5
<i>Casa di proprietà</i>	97,5	98,9	97,7
<i>Casa in multiproprietà</i>	2,5	1,1	2,3
In affitto	73,0	60,6	71,5
<i>Appartamento in affitto</i>	95,3	84,6	94,2
<i>Appartamento in affitto in residence</i>	4,7	15,4	5,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Nazionalità dei turisti per tipologia di alloggio (%)			
	Di proprietà	In affitto	Totale
Italiani	83,6	89,9	88,1
Stranieri	16,4	10,1	11,9
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Regione di provenienza dei turisti italiani per tipologia di alloggio (%)

	Di proprietà	In affitto	Totale
Marche	31,7	20,5	23,5
Lombardia	13,7	17,2	16,2
Emilia Romagna	8,2	13,0	11,7
Umbria	8,7	12,3	11,3
Lazio	15,4	8,0	10,0
Veneto	3,8	6,8	6,0
Toscana	2,1	6,6	5,4
Abruzzo	5,3	4,6	4,8
Piemonte	3,4	4,7	4,3
Campania	0,8	1,9	1,6
Puglia	1,9	1,5	1,6
Altre regioni	4,9	2,9	3,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Paese di provenienza dei turisti stranieri per tipologia di alloggio (%)

	Di proprietà	In affitto	Totale
Germania	23,7	21,8	22,6
Francia	19,4	19,0	19,1
Belgio	30,1	5,6	15,3
Paesi Bassi/Olanda	1,1	19,7	12,3
Svizzera	5,4	9,2	7,7
Regno Unito	10,8	4,2	6,8
Altri Paesi	9,7	20,4	16,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

3.1 Identikit, motivazioni e canali di influenza

Proprietari. In media i turisti stranieri sono proprietari degli appartamenti da oltre 24 anni. Si tratta, evidentemente, di persone originarie delle Marche e residenti all'estero e di case di famiglia, dal momento che, nel 59% dei casi, il possesso della casa risale ad oltre 20 anni fa. A conferma di ciò, il 66% degli stranieri afferma di essere originario di quelle zone e di farvi ritorno per le vacanze e il 29% indica che si tratta di una casa di famiglia o di un immobile ricevuto in eredità. Inoltre, il 32% dichiara di avere familiari originari delle zone interessate.

Si tratta di un aspetto particolarmente interessante, che ben lungi dal declassificare questo tipo di turismo, lo rende un segmento ben identificabile e raggiungibile, anche in termini di comunicazione e promo – commercializzazione.

L'analisi delle motivazioni che hanno spinto ad acquistare la casa offre altri importanti spunti di riflessione che si collegano a quanto appena detto.

In primo luogo, questa scelta si fonda su una componente relazionale e di passaparola, che alimenta un immaginario positivo: in oltre il 50% dei casi, infatti, gli stranieri hanno acquistato la casa pur non essendo originari di questi luoghi, ma perché avevano amici e parenti che vi abitavano o che già avevano una seconda casa lì.

In secondo luogo, la bellezza e la particolarità del territorio marchigiano, scoperto durante una vacanza che ha talmente colpito i turisti da spingerli ad acquistarvi casa. Circa il 13%, infatti, dichiara di aver acquistato una casa nelle Marche dopo avervi trascorso un soggiorno turistico.

Infine, elemento che concorre a favore della regione, la convenienza economica del prezzo degli immobili, rispetto ad altre destinazioni più conosciute (17%).

Rispetto agli stranieri, tra i proprietari italiani è più frequente l'averla ereditata (45%), l'averla acquistata per fare un investimento (14%) e, naturalmente, il fatto di essere residenti nelle vicinanze e di considerarla una meta turistica raggiungibile per una vacanza o anche per il fine settimana (oltre il 21% dei casi). Il 32%, infatti, abita nelle Marche, il 14% viene dalla Lombardia e il 15% dal Lazio.

Nell'86% dei casi la casa viene utilizzata dalle 2 alle 4 persone, per le vacanze estive (tra giugno ed agosto) e invernali (a gennaio). Complessivamente, meno del 23% delle case sono state acquisite nel corso degli ultimi 5 anni.

I proprietari degli appartamenti sono soprattutto uomini (57%), con un diploma di media superiore (56%) o laureati (27%), occupati (62% soprattutto come operai), che vivono in coppia, con o senza figli. Tra gli stranieri la quota di pensionati è rilevante (45%). A prescindere dalla nazionalità, la vicinanza al luogo di residenza permette di raggiungere la destinazione di vacanza in auto (94%).

La vacanza nella casa di proprietà si trascorre in coppia (41%) o con la famiglia (26%) e dura in media 22 notti. Una permanenza così protratta permette ai turisti di combinare relax e dinamismo, valorizzando l'offerta del territorio.

Giornate trascorse al mare (64%), attività sportive (60%, ciclismo, trekking ed equitazione, le più interessanti dal punto di vista turistico), escursioni naturalistiche (47%) e passeggiate nei centri storici (56%), si abbinano allo shopping (28%), alla ricerca e alla degustazione dei prodotti della cucina locale (33%), alla partecipazione agli eventi folcloristici e gastronomici e alle visite di mostre e musei (18%).

Affittuari. Contrariamente a quanto avviene per i proprietari, la scelta di prendere in affitto un appartamento nelle Marche per trascorrervi la vacanza, è recente e nel 72% dei casi non risale ad oltre 3 anni.

Il 41% dei turisti sceglie di prendere un appartamento in affitto per avere una maggiore autonomia rispetto alle soluzioni ricettive classiche, mentre il 27%, per poter risparmiare sui costi dell'alloggio.

Il 24% ha seguito il consiglio di amici o parenti e il 18% ha confermato una soluzione sperimentata in precedenza. Il 10% dei turisti ha colto un'offerta individuata su Internet.

Nella scelta della località di soggiorno, la presenza di amici e parenti che alloggiano o che affittano un'abitazione in queste zone, è determinante in oltre la metà dei casi.

Questi turisti vengono da un'altra zona della regione (20%), dalla Lombardia (17%), dall'Emilia Romagna (13%) e dall'Umbria (12%).

Tra le motivazioni che hanno spinto i turisti ad affittare un appartamento nelle Marche sono presenti diversi elementi con una valenza più turistica, rilevanti soprattutto tra gli stranieri.

In particolare, le Marche rappresentano un posto da scoprire (21% tra gli stranieri e 12% tra gli italiani), che affascina per la bellezza della natura e del paesaggio (27% tra gli stranieri e 10% tra gli italiani), per la sua gastronomia (16% tra gli stranieri e 6% tra gli italiani), per i divertimenti (11% tra gli stranieri e 3% tra gli italiani) e per l'arte e la cultura (9% tra gli stranieri, ma quasi ignorato dagli italiani).

Il soggiorno in un appartamento in affitto dura una (nel 47% dei casi) o due settimane (39%) e quindi permette di sperimentare in profondità l'offerta del territorio.

Chi è in affitto trascorre la vacanza con la famiglia e i bambini (37%) e questo influisce sul tipo di attività ricercate nel tempo libero. Le giornate si trascorrono più frequentemente al mare (81%) e, rispetto ai proprietari (per la maggior parte coppie senza figli), le altre attività (dallo sport allo shopping) sono presenti ma meno diffuse.

È la rete di conoscenti la fonte principale per acquisire informazioni sull'alloggio (56%), seguita dagli annunci on-line che si trovano su siti e blog specializzati (25%). Il 13% (soprattutto italiani) si affida alle agenzie immobiliari.

Per prenotare il soggiorno, gli italiani contattano direttamente il proprietario dell'appartamento (37%), mentre gli stranieri utilizzano Internet (47%). Accanto a queste modalità il 27% dei turisti ricorre all'intervento di amici e parenti mentre una piccola parte si affida agli intermediari tradizionali, soprattutto le agenzie immobiliari (circa il 7%).

La prenotazione avviene con almeno un mese di anticipo, ma circa il 30% preferisce assicurarsi la disponibilità dell'appartamento prescelto con tempi ancora più lunghi (tre mesi) o rinnovandolo di anno in anno.

Probabilmente, ciò avviene anche perché gli affittuari si trovano particolarmente bene, e testimoniano una piena soddisfazione per gli appartamenti. In una scala tra 1 (minimo) e 10 (massimo) il giudizio espresso, infatti, è di 7,4 e riguarda le condizioni interne ed esterne dell'immobile, come anche le sue dotazioni, gli arredi e gli impianti.

A prendere in affitto un appartamento sono soprattutto gli uomini (57%), con un diploma di media superiore (62%) o di una laurea (33%), occupati (76% come operai), che vivono in coppia con figli (52%).

Proprietari			
Da quanti anni è proprietario di questa seconda casa (%)			
	Italiani	Stranieri	Totale
1 anno	5,4	-	4,5
2-3 anni	8,9	5,5	8,3
4-5 anni	11,2	3,3	9,8
6-10 anni	28,6	11,0	25,6
11-15 anni	18,1	9,9	16,7
16-20 anni	11,6	11,0	11,5
Oltre 20 anni	16,3	59,3	23,6
Totale	100,0	100,0	100,0
n. medio di anni	13,1	24,4	15,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Proprietari			
Le motivazioni di acquisto della seconda casa			
possibili più risposte; % sul totale turisti proprietari			
	Italiani	Stranieri	Totale
Non l'ho comprata, l'ho eredita/appartiene alla mia famiglia	44,8	29,0	42,2
Sono originario di queste zone e vi faccio ritorno per le vacanze	12,5	65,6	21,2
Per investimento	13,7	9,7	13,1
Ho amici e parenti che vivono in queste zone (non luogo di nascita)	8,9	32,3	12,7
Perché anche alcuni amici/parenti hanno una seconda casa in queste zone	10,6	17,2	11,7
Vivo non molto lontano ed è una meta turistica comoda e vicina	12,5	0,0	10,4
Perché l'acquisto era un'occasione e/o è stato conveniente	8,0	17,2	9,5
Precedenti esperienze di vacanza che mi hanno convinto	8,2	12,9	9,0
Vivo non molto lontano ed è una meta turistica comoda per trascorrere il w.e.	8,9	0,0	7,4
La località è adatta alle famiglie	5,3	4,3	5,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Proprietari
Distribuzione del numero di persone con le quali si
condivide il soggiorno nell'alloggio di proprietà (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
1	3,2	0,0	2,6
2	31,2	51,6	34,7
3	16,3	16,1	16,2
4	36,3	28,0	34,9
5	5,0	3,2	4,7
6	6,3	1,1	5,4
oltre 7 persone	1,8	0,0	1,5
Totale	100,0	100,0	100,0
Media persone	3,4	2,9	3,3

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Proprietari
Mesi di utilizzo dell'alloggio di proprietà durante l'anno
possibili più risposte, % sul totale proprietari

	Italiani	Stranieri	Totale
Gennaio	22,6	55,9	28,1
Febbraio	2,1	-	1,8
Marzo	4,9	25,8	8,3
Aprile	17,8	14,0	17,1
Maggio	13,5	6,5	12,4
Giugno	27,7	64,5	33,7
Luglio	45,9	76,3	50,9
Agosto	95,6	93,5	95,2
Settembre	23,0	5,4	20,1
Ottobre	3,8	5,4	4,1
Novembre	3,2	4,3	3,4
Dicembre	45,2	77,4	50,5

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Affittuari
Da quanti anni vieni in vacanza in questa località scegliendo un'abitazione in affitto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
1 anno	45,6	48,9	46,0
2-3 anni	26,4	27,0	26,4
4-5 anni	13,9	7,8	13,3
6-10 anni	10,4	9,2	10,3
11-15 anni	1,9	1,4	1,8
Oltre 16 anni	1,8	5,7	2,2
Totale	100,0	100,0	100,0
n. medio di anni	3,3	3,7	3,4

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Affittuari
Motivazioni della scelta di alloggiare in un'abitazione in affitto
possibili più risposte, % sul totale affittuari

	Italiani	Stranieri	Totale
Una maggiore autonomia	41,1	39,2	40,9
La convenienza economica	26,2	30,1	26,6
Consiglio di amici e parenti	24,0	28,0	24,4
Precedenti esperienze	16,9	28,7	18,1
Offerte su Internet	9,7	14,7	10,2
L'accessibilità dell'appartamento	5,0	9,8	5,5

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Affittuari
Canali della comunicazione utilizzati per la ricerca di informazioni sull'alloggio
possibili più risposte; % sul totale affittuari

	Italiani	Stranieri	Totale
Passaparola fra conoscenti	56,3	53,1	56,0
Annunci on-line su siti/blog specializzati	24,5	33,6	25,4
Agenzie immobiliari/intermediari	13,0	9,1	12,6
Affissione di avvisi e/o cartelli	6,9	0,7	6,3
Annunci su riviste specializzate	4,1	5,6	4,2

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Le motivazioni di scelta della località del soggiorno
possibili più risposte; % sul totale turisti affittuari

	Italiani	Stranieri	Totale
Anche amici e parenti alloggiano in questa località	41,3	46,2	41,8
Siamo turisti abituali di questa località	23,1	21,0	22,9
Più conveniente rispetto ad altre province/regioni d'Italia	21,6	25,2	22,0
Posto ideale per riposarsi	20,6	17,5	20,3
Turismo di ritorno	18,7	18,2	18,7
Per la facilità di raggiungimento	16,8	16,1	16,7
Il desiderio di vedere un posto mai visto	12,5	21,0	13,3
Bellezze naturali del luogo /stare a contatto con la natura	9,7	27,3	11,5
Amici o parenti che affittano l'abitazione	9,6	23,8	11,0
Praticare sport	8,8	4,2	8,3
Per la vicinanza rispetto all'origine del viaggio	8,7	2,1	8,0
Posto adatto per bambini piccoli	7,9	5,6	7,7
Interessi enogastronomici	5,6	16,1	6,7
Per i divertimenti che offre	3,1	11,2	3,9
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	0,9	9,1	1,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Durata del soggiorno in affitto nell'appartamento/casa/residence (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Una settimana	47,3	43,3	46,9
Due settimane	38,1	49,6	39,2
Tre settimane	6,3	2,8	5,9
Un mese	7,8	2,8	7,3
Altro	0,6	1,4	0,6
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Affittuari Modalità di prenotazione del soggiorno nell'appartamento/casa/residence in affitto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Contattando direttamente il/la proprietario/a	36,9	11,5	34,6
Internet	26,2	46,9	28,1
Attraverso parenti e/o amici	26,8	29,2	27,0
Agenzia Immobiliare	6,7	5,3	6,6
Agenzia di Viaggi	2,4	3,5	2,5
Tour Operator	0,5	0,9	0,6
Enti di promozione turistica (APT, Pro-Loce)	0,4	2,7	0,6
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Affittuari Tempo di anticipo nella prenotazione del soggiorno nell'appartamento/casa/residence in affitto (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Meno di due settimane	3,4	7,1	3,8
Fino a due settimane	6,3	1,8	5,9
Fino a un mese di anticipo	30,3	31,0	30,3
Fino a tre mesi di anticipo	31,4	33,6	31,6
Da tre a sei mesi di anticipo	14,7	19,5	15,1
Di anno in anno	13,9	7,1	13,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Affittuari Giudizio sulla qualità dell'appartamento/casa/residence in affitto (dove 1 è il minimo e 10 il massimo)

	Italiani	Stranieri	Totale
Dotazioni dell'immobile	7,3	7,8	7,4
Condizioni degli arredi	7,3	7,7	7,3
Condizioni degli impianti (elettrici, idraulici, ecc.)	7,3	7,6	7,3
Condizioni interne dell'immobile	7,3	7,7	7,3
Condizioni esterne dell'immobile	7,1	7,4	7,2
Giudizio complessivo sull'abitazione per vacanza	7,3	7,8	7,4

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Identikit del vacanziero (%)

Sesso	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Maschio	59,0	47,3	57,1	58,2	51,0	57,5	58,4	49,6	57,4
Femmina	41,0	52,7	42,9	41,8	49,0	42,5	41,6	50,4	42,6
Totale	100,0								
Titolo di studio	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Licenza elementare	1,3	0,0	1,1	0,5	0,0	0,4	0,7	0,0	0,6
Scuola media inferiore	13,4	27,2	15,6	4,2	5,6	4,3	6,6	14,1	7,5
Diploma scuola media superiore	55,8	58,7	56,3	64,1	46,5	62,3	61,9	51,3	60,6
Laurea	29,5	14,1	27,0	31,3	47,9	33,0	30,8	34,6	31,3
Totale	100,0								
Professione	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Occupato	65,1	49,5	62,5	75,8	78,9	76,1	72,9	67,2	72,3
Ritirato	19,0	45,2	23,3	8,3	8,5	8,3	11,2	23,0	12,6
Disoccupato/inoccupato	2,5	0,0	2,1	3,6	0,7	3,3	3,3	0,4	3,0
Casalinga	11,0	3,2	9,7	6,9	7,0	6,9	8,0	5,5	7,7
Studente	2,3	2,2	2,3	5,3	4,9	5,3	4,5	3,8	4,4
Totale	100,0								
Stato civile	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Single	13,0	4,3	11,5	21,4	12,7	20,5	19,1	9,4	18,0
Sposato/convivente con figli	58,0	48,4	56,4	50,5	69,7	52,5	52,5	61,3	53,6
Sposato/convivente senza figli	28,0	47,3	31,2	27,7	16,9	26,7	27,8	28,9	28,0
Altro	1,1	0,0	0,9	0,3	0,7	0,4	0,5	0,4	0,5
Totale	100,0								

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Identikit del vacanziero (%)

	Italiani			Stranieri			Totale		
	Proprietari	Affittuari	Totale	Proprietari	Affittuari	Totale	Proprietari	Affittuari	Totale
Dirigenti d'azienda	1,8	2,2	1,9	1,0	2,9	1,2	1,2	2,6	1,4
Piccoli imprenditori	10,5	10,1	10,4	14,2	19,6	14,7	13,2	15,9	13,5
Professionisti e tecnici	12,3	14,6	12,7	13,7	25,4	14,9	13,3	21,1	14,3
Ritirati dal lavoro benestanti	5,5	20,2	8,0	4,0	5,1	4,1	4,4	11,0	5,2
Lavoratori autonomi	13,0	13,5	13,1	8,0	8,7	8,1	9,3	10,6	9,5
Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a elevata qualificazione	29,4	31,5	29,7	25,8	22,5	25,4	26,7	26,0	26,7
Operai e impiegati dell'industria e dei servizi a medio-bassa qualificazione	17,5	6,7	15,7	22,8	6,5	21,1	21,3	6,6	19,5
Lavoratori atipici	3,4	1,1	3,0	2,1	5,1	2,4	2,5	3,5	2,6
Altro	6,6	0,0	5,5	8,5	4,3	8,1	8,0	2,6	7,3
Totale	100,0								

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Da quanti anni viene in vacanza in questa località (%)

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Questo è il primo anno	4,8	2,2	4,4	45,6	44,1	45,4	34,8	27,8	33,9
1-2 anni	2,0	1,1	1,8	13,2	14,7	13,4	10,2	9,4	10,1
3-5 anni	17,2	6,6	15,4	26,8	25,2	26,6	24,2	17,9	23,5
6-10 anni	25,4	9,9	22,9	10,4	8,4	10,2	14,4	9,0	13,7
11-15 anni	18,3	7,7	16,5	2,3	2,1	2,3	6,5	4,3	6,2
16-20 anni	14,1	7,7	13,1	0,9	1,4	0,9	4,4	3,8	4,3
Oltre 20 anni	18,3	64,8	26,0	0,9	4,2	1,2	5,5	27,8	8,1
Totale	100,0								
n. medio di anni	14,3	28,4	16,7	5,3	6,1	5,4	8,8	17,8	10,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti che sono nati o hanno familiari nati nella località in cui è ubicata l'abitazione per vacanza (%)

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
No	39,3	18,3	35,9	69,5	75,4	70,1	61,3	52,8	60,3
Sì, nella stessa località	31,7	33,3	32,0	10,3	6,3	9,9	16,1	17,0	16,2
Sì, in un comune limitrofo	15,9	31,2	18,4	9,6	7,7	9,4	11,3	17,0	12,0
Sì, nella stessa provincia	13,1	17,2	13,8	10,7	10,6	10,7	11,3	13,2	11,5
Totale	100,0								

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti che hanno familiari che vivono stabilmente nella località in cui è ubicata l'abitazione per vacanza (%)

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Sì	45,2	64,5	48,4	14,7	19,6	15,2	22,9	37,3	24,6
No	54,8	35,5	51,6	85,3	80,4	84,8	77,1	62,7	75,4
Totale	100,0								

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Turisti che consiglierebbero ad un amico/parente di venire in vacanza nel Comune dove soggiorna (%)

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Sì	98,3	98,9	98,4	96,6	93,6	96,3	97,1	95,7	96,9
No	1,7	1,1	1,6	3,4	6,4	3,7	2,9	4,3	3,1
Totale	100,0								

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Notti trascorse (%)

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
3-4 notti	1,3	0,0	1,1	0,7	1,4	0,8	0,9	0,9	0,9
5-7 notti	5,1	1,1	4,5	22,9	25,0	23,1	18,1	15,5	17,8
8-14 notti	21,4	50,5	26,3	33,9	40,0	34,5	30,5	44,2	32,2
15-30 notti	58,0	48,4	56,4	37,5	32,9	37,1	43,1	39,1	42,6
31-60 notti	13,5	0,0	11,3	5,6	2,1	5,3	7,7	1,3	7,0
oltre 60 notti	1,9	0,0	1,6	0,1	0,0	0,1	0,6	0,0	0,5
Totale	100,0								
Media notti	23,1	15,8	21,9	15,0	13,7	14,8	17,2	14,5	16,9

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Compagnia della vacanza (%)

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Con la mia famiglia (con bambini)	27,7	20,4	26,5	35,7	46,2	36,7	33,5	36,0	33,8
In coppia (moglie/marito, fidanzati)	38,5	55,9	41,3	23,7	21,0	23,5	27,7	34,7	28,6
Sono con amici	5,9	1,1	5,1	14,5	6,3	13,7	12,2	4,2	11,2
In coppia più altre persone	7,2	3,2	6,5	8,7	3,5	8,2	8,3	3,4	7,7
Con la mia famiglia (senza bambini)	8,2	7,5	8,1	2,5	7,0	3,0	4,1	7,2	4,4
Con la mia famiglia più altri parenti	4,0	5,4	4,2	4,3	2,8	4,2	4,2	3,8	4,2
Con la mia famiglia più amici	1,5	4,3	1,9	3,9	7,0	4,2	3,3	5,9	3,6
Da solo/a	5,5	-	4,6	2,5	2,1	2,5	3,3	1,3	3,1
Altro	1,5	2,2	1,6	4,2	4,2	4,2	3,4	3,4	3,4
Totale	100,0								

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Mezzi di trasporto

possibili più risposte; % sul totale turisti

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Automobile	94,5	93,5	94,3	89,8	84,6	89,3	91,1	88,1	90,7
<i>Auto propria della famiglia</i>	94,2	18,4	81,8	88,7	52,9	85,3	90,2	38,5	84,2
<i>Auto amici/parenti</i>	4,5	56,3	12,9	10,5	19,8	11,4	8,8	35,1	11,8
<i>Auto a noleggio</i>	0,4	25,3	4,5	0,0	23,1	2,2	0,1	24,0	2,9
<i>Auto aziendale</i>	0,9	0,0	0,7	0,9	4,1	1,2	0,9	2,4	1,1
Aereo	0,6	80,6	13,8	0,9	44,1	5,2	0,8	58,5	7,7
Moto	1,3	0,0	1,1	4,8	0,7	4,4	3,8	0,4	3,4
Treno	3,4	1,1	3,0	4,4	4,2	4,4	4,1	3,0	4,0
Nave, barca, traghetto	0,4	0,0	0,4	0,2	0,7	0,3	0,3	0,4	0,3
Altro	1,1	0,0	0,9	1,4	2,1	1,5	1,3	1,3	1,3

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Attività svolte durante il soggiorno dai turisti

possibili più risposte; % sul totale turisti

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Andare al mare	59,0	89,2	64,0	80,7	86,7	81,3	74,8	87,7	76,3
Sport	64,5	39,8	60,4	43,5	42,7	43,4	49,1	41,5	48,2
Escursioni	47,4	46,2	47,2	44,9	64,3	46,8	45,5	57,2	46,9
Visita al centro storico	47,4	97,8	55,7	31,0	56,6	33,6	35,4	72,9	39,9
Degustazione di prodotti tipici locali	32,8	36,6	33,4	34,7	37,8	35,0	34,2	37,3	34,5
Shopping	31,1	11,8	27,9	32,0	23,1	31,1	31,8	18,6	30,2
Partecipazione ad eventi folkloristici	30,7	65,6	36,4	11,7	23,8	13,0	16,9	40,3	19,6
Partecipazione ad eventi enogastronomici	22,8	6,5	20,1	18,2	19,6	18,3	19,4	14,4	18,8
Visita di musei e/o mostre	21,1	6,5	18,7	9,2	14,0	9,6	12,4	11,0	12,2
Partecipazione a spettacoli musicali	13,3	8,6	12,5	9,6	5,6	9,2	10,6	6,8	10,1
Acquisto prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	15,2	4,3	13,4	6,5	8,4	6,7	8,9	6,8	8,6
Frequenzamento centri benessere (saune ecc.)	16,9	0,0	14,1	6,2	1,4	5,7	9,1	0,8	8,1
Gite in barca a noleggio	3,4	2,2	3,2	6,7	5,6	6,6	5,8	4,2	5,6

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Attività sportive svolte durante il soggiorno dai turisti

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

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Passeggiate	76,4	64,9	75,1	66,5	62,3	66,1	70,0	63,3	69,3
Nuoto	27,9	21,6	27,2	34,8	21,3	33,4	32,3	21,4	31,2
Tennis	18,7	5,4	17,3	22,3	23,0	22,4	21,0	16,3	20,6
Mountain bike, ciclismo	18,7	2,7	17,0	19,8	8,2	18,7	19,4	6,1	18,1
Trekking	12,8	18,9	13,5	5,0	8,2	5,4	7,8	12,2	8,2
Equitazione	7,2	10,8	7,6	4,1	14,8	5,2	5,2	13,3	6,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

3.2 Il giudizio sull'esperienza e sui luoghi di vacanza

Naturalmente, pregi e difetti della località vengono vissuti in base alle esigenze e allo stile della vacanza, portando a differenze interessanti tra chi è proprietario dell'immobile e chi lo prende in affitto.

In particolare, i proprietari esaltano gli aspetti naturalistici (il paesaggio, il mare, il clima), non soltanto per la loro bellezza ma anche per la qualità dell'ambiente e la tranquillità che permette un soggiorno in pieno relax. Gli stranieri apprezzano anche il patrimonio storico artistico. Tra i difetti, segnalano poche occasioni di divertimento e di fare shopping e la gestione del traffico che rende problematici gli spostamenti.

Gli affittuari considerano le spiagge e il mare i pregi più evidenti, apprezzano la vicinanza ai luoghi di interesse turistico e le occasioni di svago e divertimento. Viceversa, vorrebbero un mare più pulito, meno traffico e caos, e prezzi delle case e dei servizi più a portata delle famiglie.

Il giudizio che i turisti esprimono sulla vacanza manifesta una buona capacità di risposta da parte del territorio alle esigenze dei propri ospiti.

In una scala che oscilla da un valore minimo di 1 ad uno massimo di 10, il valore sintetico sull'offerta turistica nel suo complesso è, infatti, 7. Da rilevare che nessun elemento e aspetto della vacanza scende al di sotto di questo punteggio, che viene trainato in particolare, dalla qualità dell'esperienza gastronomica e dall'accoglienza aperta e cordiale degli abitanti. I turisti apprezzano la tutela riservata all'ambiente e l'organizzazione del territorio e sono soddisfatti dell'offerta culturale e di intrattenimento.

I pregi, da un punto di vista turistico, del Comune dove soggiorna possibili più risposte, % sul totale turisti

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Le spiagge	26,0	26,9	26,1	46,0	45,5	46,0	40,6	38,1	40,3
Mare pulito	32,3	41,9	33,9	32,5	28,0	32,0	32,5	33,5	32,6
La tranquillità / il poco affollamento	35,9	41,9	36,9	23,1	11,2	21,9	26,6	23,3	26,2
La natura incontaminata	37,2	55,9	40,3	15,6	18,9	15,9	21,4	33,5	22,9
La vicinanza a molti luoghi di interesse turistico	16,9	15,1	16,6	24,3	33,6	25,2	22,3	26,3	22,8
La possibilità di svago/divertimento	5,3	3,2	4,9	26,2	23,1	25,9	20,6	15,3	19,9
Il clima e l'aria pulita	32,1	12,9	29,0	16,1	17,5	16,2	20,4	15,7	19,8
La raggiungibilità	22,6	6,5	20,0	20,1	3,5	18,5	20,8	4,7	18,9
L'interesse per l'enogastronomia del luogo	9,7	17,2	11,0	16,0	32,2	17,6	14,3	26,3	15,7
L'interesse per le tradizioni del luogo	13,1	8,6	12,4	9,2	11,9	9,4	10,2	10,6	10,3
La comodità per le famiglie	5,9	5,4	5,8	11,4	9,1	11,2	9,9	7,6	9,7
La qualità dei servizi locali	5,9	1,1	5,1	11,7	5,6	11,1	10,2	3,8	9,4
Il patrimonio storico-artistico	9,5	34,4	13,6	3,7	15,4	4,9	5,3	22,9	7,4
L'accoglienza e la cordialità delle persone	11,8	10,8	11,7	4,6	7,7	4,9	6,6	8,9	6,8
L'organizzazione turistica	5,9	6,5	6,0	6,2	5,6	6,1	6,1	5,9	6,1
La movida	4,0	1,1	3,5	5,2	6,3	5,4	4,9	4,2	4,8

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

I difetti, da un punto di vista turistico, del Comune dove soggiorna possibili più risposte, % sul totale turisti

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
Mare sporco/poco limpido	3,6	2,2	3,4	31,9	32,2	32,0	24,3	20,3	23,8
Il traffico	16,7	11,8	15,9	26,4	31,5	26,9	23,8	23,7	23,8
L'affollamento, il caos	11,2	0,0	9,4	26,9	32,2	27,5	22,7	19,5	22,3
I prezzi elevati delle case	3,2	4,3	3,4	27,8	16,1	26,6	21,1	11,4	20,0
I prezzi elevati di beni e servizi	11,0	14,0	11,5	21,4	18,2	21,1	18,6	16,5	18,3
Poche occasioni di svago/divertimento	20,1	4,3	17,5	14,8	6,3	13,9	16,2	5,5	15,0
La mancata valorizzazione del territorio	11,0	7,5	10,4	15,6	14,7	15,5	14,3	11,9	14,0
Lontananza dal mare	28,1	5,4	24,4	7,1	7,0	7,1	12,8	6,4	12,0
La poca organizzazione turistica	10,8	7,5	10,2	12,1	8,4	11,7	11,7	8,1	11,3
Poca possibilità di fare shopping	22,0	8,6	19,8	6,8	5,6	6,7	10,9	6,8	10,4
Difficoltà di assistenza sanitaria per i turisti	5,3	5,4	5,3	2,1	6,3	2,5	3,0	5,9	3,3
Le spiagge sporche/scomode	1,5	0,0	1,2	3,7	5,6	3,9	3,1	3,4	3,1

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Il giudizio medio sulla vacanza nella località in cui è ubicata la seconda casa (dove 1 è il minimo e 10 il massimo)

	Proprietari			Affittuari			Totale		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
La qualità del mangiare e bere	8,0	9,5	8,2	7,5	8,3	7,5	7,6	8,7	7,7
La cortesia/ospitalità della gente	7,8	9,3	8,1	7,4	8,0	7,5	7,5	8,5	7,6
Accessibilità via terra/via mare	7,6	8,1	7,7	7,5	7,7	7,6	7,6	7,9	7,6
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,7	9,0	8,0	7,3	7,6	7,3	7,4	8,2	7,5
L'organizzazione del territorio	7,6	8,3	7,7	7,4	7,6	7,4	7,4	7,9	7,5
Il traffico	7,7	8,3	7,8	7,3	7,5	7,3	7,4	7,8	7,4
L'offerta culturale	7,6	7,9	7,6	7,3	7,4	7,3	7,4	7,6	7,4
La pulizia del luogo	7,6	7,8	7,6	7,3	7,4	7,3	7,4	7,5	7,4
L'offerta dei porti turistici	7,5	8,0	7,6	7,2	7,3	7,2	7,3	7,5	7,3
Informazioni turistiche	7,4	7,2	7,4	7,2	7,5	7,3	7,3	7,4	7,3
L'offerta di intrattenimento	7,4	7,9	7,5	7,2	7,5	7,2	7,3	7,6	7,3
L'accoglienza nei porti turistici	7,5	7,7	7,5	7,2	7,2	7,2	7,3	7,3	7,3
Il costo dei trasporti locali	7,4	7,6	7,5	7,2	7,2	7,2	7,3	7,4	7,3
Il costo della ristorazione	7,4	7,6	7,4	7,1	7,1	7,1	7,2	7,3	7,2
I prezzi nei porti turistici	7,3	6,8	7,2	7,1	7,0	7,1	7,2	7,0	7,1
Giudizio complessivo sull'offerta turistica	7,3	7,9	7,4	6,9	6,6	6,9	7,0	7,2	7,0

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

3.3 La spesa per la vacanza

Per raggiungere la località di vacanza gli stranieri spendono in media oltre 113 € a persona, mentre per gli italiani il costo del viaggio resta inferiore ai 40 € a persona.

Nelle spese affrontate giornalmente per acquistare beni e servizi, la differenza tra chi è proprietario di un appartamento e chi lo prende in affitto è rilevante, sia nell'entità che nella composizione del paniere di spesa.

I proprietari, infatti, spendono quasi 20 € in più al giorno rispetto agli affittuari. Questa differenza viene assorbita dal costo dell'alloggio, che si attesta in media sui 21 € al giorno a persona.

In particolare, i proprietari spendono circa 60 € pro – capite per ogni giorno di vacanza. Mediamente, sono gli italiani a spendere di più. Le voci di spesa più diffuse sono, classicamente, quelle per l'acquisto di pasti nei ristoranti e nelle pizzerie (82%) e nei bar/pasticcerie (78%). In aggiunta, questo importo viene speso:

- nell'acquisto di beni primari, quali cibo e bevande nei negozi e nei supermercati, prodotti di igiene personale, editoria e tabacchi,
- nello shopping, di abbigliamento, calzature, bigiotteria, ma anche di prodotti enogastronomici tipici (il 29% dei turisti vi spende oltre 8 € al giorno pro – capite) e di manufatti dell'artigianato (il 10% dei turisti vi spende quasi 20 € al giorno),
- per accedere agli stabilimenti balneari e ai servizi di spiaggia (il 29% dei turisti vi spende oltre 5 € al giorno pro – capite),
- nella fruizione di servizi culturali, quali biglietti per spettacoli teatrali e concerti (11 € al giorno da parte del 7% dei turisti) e ingressi alle mostre o nei musei (circa 8 € al giorno da parte del 6% dei turisti).

Una voce di spesa interessante è quella che riguarda l'acquisto dei servizi benessere: quasi l'11% dei turisti si concede il relax di un trattamento, spendendo in media oltre 38 € al giorno.

Gli affittuari spendono 44 € in media pro – capite al giorno per acquistare beni e servizi durante la vacanza. Anche in questo caso quasi tutti si concedono pranzi e cene nei ristoranti (86%) e colazioni nei bar o nelle pasticcerie (84%), con frequenza ancora maggiore rispetto ai proprietari. Tra le altre voci di spesa, si segnalano:

- cibi e bevande acquistate nei negozi e supermercati (72%),
- accesso e servizi negli stabilimenti balneari (56%),
- shopping, di abbigliamento (24%) e calzature (14%),
- tabacchi (23%) e giornali (25%),
- il 24% dei turisti acquista prodotti tipici dell'enogastronomia locale, spendendo circa 6 € al giorno pro – capite.

Spesa sostenuta per il viaggio e gli acquisti sul territorio

		Spesa media a persona in euro		
		Italiani	Stranieri	Totale
Proprietari	Viaggio A/R	40,07	110,66	51,28
	Altre spese (media giornaliera)	62,51	43,88	59,45
Affittuari	Viaggio A/R	39,24	114,99	45,83
	Altre spese (media giornaliera)	44,08	43,38	44,01
Totale	Viaggio A/R	39,47	113,14	47,41
	Altre spese (media giornaliera)	49,06	43,58	48,41

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Spesa sostenuta per l'alloggio dagli affittuari

	Spesa media a persona in euro		
	Italiani	Stranieri	Totale
Alloggio (media giornaliera)	21,04	21,50	21,09

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

TURISTI PROPRIETARI	Spesa media giornaliera a persona (Euro)			Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa (%)		
	Italiani	Stranieri euro	Totale	Italiani	Stranieri %	Totale
Publici esercizi						
Ristoranti, pizzerie	19,08	8,73	17,77	85,8	63,4	82,2
Bar, caffè, pasticcerie	2,95	1,79	2,74	76,3	86,0	77,9
Agroalimentari						
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	14,22	11,63	13,76	87,9	96,8	89,4
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	10,81	3,65	8,44	23,0	58,1	28,8
Abbigliamento						
Acquisti di Abbigliamento	24,63	14,86	21,14	17,1	48,4	22,3
Acquisti di calzature, accessori	22,79	9,23	16,25	9,3	44,1	15,0
Acquisto di abbigliamento per la pratica di sport	13,80	5,02	10,70	2,3	6,5	3,0
Acquisto di calzature, accessori per la pratica di sport	13,70	11,14	11,91	0,6	7,5	1,8
Attività ricreative						
Attività sportive (lezioni, scuole)	7,75	10,69	9,62	0,8	7,5	1,9
Attività sportive noleggio attrezzature	11,75	6,67	10,73	0,8	1,1	0,9
Attività sportive (impianti)	14,92	2,00	14,20	10,8	3,2	9,5
Spettacoli teatrali, concerti, ecc	13,03	2,64	11,00	7,0	8,6	7,2
Visite guidate	13,11	20,42	14,02	3,0	2,2	2,8
Biglietti/card, musei, monumenti, ecc	8,17	1,57	7,80	7,2	2,2	6,4
Bookshop nei musei	-	40,00	40,00	-	1,1	0,2
Audioguide nei musei	-	0,71	0,71	-	1,1	0,2
Altre attività culturali	7,88	-	7,88	0,6	-	0,5
Attività ricreative (cinema, discoteca, ecc)	9,30	7,27	8,98	8,0	7,5	8,0
Stabilimenti balneari	5,48	3,57	5,17	29,4	29,0	29,3
Fruizione servizi di noleggio barche	20,01	12,55	18,14	3,2	5,4	3,5
Ormeggio posto barca	11,67	-	11,67	0,4	-	0,4
Fruizione di altri servizi portuali	-	-	-	-	-	-
Servizi benessere	39,10	4,00	38,53	12,7	1,1	10,8
Servizi cure termali	12,00	-	12,00	5,3	-	4,4
Trasporti pubblici						
Trasporti pubblici/taxi	4,33	1,43	4,00	1,7	1,1	1,6
Parcheggi	1,13	0,84	1,08	5,1	5,4	5,1
Tabacchi editoria						
Tabacchi	4,29	4,30	4,29	32,3	8,6	28,4
Editoria giornali e guide	2,21	1,45	2,13	38,5	23,7	36,0
Altre industrie manifatturiere						
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	35,59	19,23	30,13	3,8	9,7	4,8
Acquisti di prodotti artigianali tipici	20,29	3,92	19,14	11,2	4,3	10,1
Souvenir	15,31	9,65	14,58	8,5	6,5	8,1
Altro shopping	21,04	11,79	18,03	6,6	16,1	8,1
Igiene personale e salute	5,36	1,77	4,32	14,6	30,1	17,1
Altre spese	14,59	17,94	15,48	2,3	4,3	2,7

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

TURISTI AFFITTUARI	Spesa media giornaliera a persona (Euro)			Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa (%)		
	Italiani	Stranieri euro	Totale	Italiani	Stranieri %	Totale
Pubblici esercizi						
Ristoranti, pizzerie	13,06	12,72	13,02	86,8	82,5	86,3
Bar, caffè, pasticcerie	2,66	2,92	2,69	84,1	80,4	83,7
Agroalimentari						
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	9,89	8,95	9,81	73,0	63,6	72,0
Acquisti di prodotti enogastronomici tipici	6,79	3,89	6,33	22,9	38,5	24,4
Abbigliamento						
Acquisti di Abbigliamento	20,26	23,62	20,67	23,2	28,7	23,7
Acquisti di calzature, accessori	18,10	22,41	18,67	13,8	18,9	14,3
Acquisto di abbigliamento per la pratica di sport	10,03	7,89	9,59	2,1	4,9	2,4
Acquisto di calzature, accessori per la pratica di sport	15,10	11,39	14,18	0,7	2,1	0,8
Attività ricreative						
Attività sportive (lezioni, scuole)	10,75	5,33	8,89	1,8	8,4	2,5
Attività sportive noleggio attrezzature	9,67	10,00	9,72	1,0	1,4	1,1
Attività sportive (impianti)	6,22	3,63	6,03	8,5	6,3	8,3
Spettacoli teatrali, concerti, ecc	12,16	12,76	12,26	4,2	7,0	4,4
Visite guidate	15,53	3,13	13,62	0,9	1,4	0,9
Biglietti/card, musei, monumenti, ecc	7,97	6,82	7,67	4,7	14,7	5,7
Bookshop nei musei	6,56	8,91	8,13	0,2	2,8	0,4
Audioguide nei musei	4,00	-	4,00	0,1	-	0,1
Altre attività culturali	-	-	-	-	-	-
Attività ricreative (cinema, discoteca, ecc)	10,87	9,98	10,81	15,9	10,5	15,4
Stabilimenti balneari	2,95	2,95	2,95	56,3	53,1	56,0
Fruizione servizi di noleggio barche	22,42	15,53	21,76	5,2	4,9	5,1
Ormeaggio posto barca	5,00	-	5,00	0,1	-	0,1
Fruizione di altri servizi portuali	-	-	-	-	-	-
Servizi benessere	34,65	25,00	34,46	3,9	0,7	3,6
Servizi cure termali	7,38	-	7,38	2,0	-	1,8
Trasporti pubblici						
Trasporti pubblici/taxi	6,37	1,69	5,99	1,8	1,4	1,8
Parcheggi	1,25	1,20	1,25	8,8	7,7	8,7
Tabacchi editoria						
Tabacchi	6,24	7,45	6,30	24,0	11,2	22,7
Editoria giornali e guide	2,20	2,68	2,23	26,2	14,0	24,9
Altre industrie manifatturiere						
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria e simili	17,46	22,06	18,25	2,3	4,2	2,5
Acquisti di prodotti artigianali tipici	12,62	6,49	11,91	8,3	9,8	8,5
Souvenir	11,40	6,53	10,63	7,4	12,6	8,0
Altro shopping	15,86	14,56	15,77	7,6	4,9	7,3
Igiene personale e salute	6,06	9,05	6,30	7,9	6,3	7,7
Altre spese	10,89	8,13	10,10	0,4	1,4	0,5

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

4. Gli intermediari immobiliari

Il movimento turistico delle abitazioni private che passa tramite il circuito degli intermediari immobiliari rappresenta una quota contenuta dei flussi complessivi. Infatti, sul totale degli affittuari (che costituiscono il 71,5% del totale di questi turisti) solo il 6,6% ricorre a questo canale per prenotare l'abitazione.

E', però, interessante analizzare il punto di vista sul mercato di questa categoria di operatori, sia per la loro visione dello scenario complessivo sul territorio, sia perché la necessità di anticipare le dinamiche di mercato li rende allenati a guardare nel futuro.

La distribuzione delle richieste di abitazioni per vacanza indica come il comune di Senigallia si confermi la destinazione con maggiore domanda turistica sia per gli affitti che per gli acquisti. A seguire San Benedetto del Tronto per chi affitta l'alloggio e Fano nelle compravendite.

E' vero che non tutte le agenzie immobiliari si occupano sia di affitti turistici che di vendite, solo il 43,4%, mentre il 45,3% è specializzato in vendite di abitazioni per vacanza e l'11,3% tratta solo gli affitti.

In merito agli affitti turistici, l'opinione degli operatori è che per il turismo regionale si tratti di un mercato in difficoltà: il 69% ne indica il calo, mentre il 27,6% ne sostiene la stabilità e solo il 3,4% lo valuta in crescita.

Con riferimento alla propria impresa, poi, l'84,2% segnala una diminuzione di trattative e solo il restante 15,8% indica stabilità.

Parte delle cause di questi andamenti sono attribuibili al fatto che molta parte di questo mercato è in mano ai privati e, a detta degli operatori, il 46% delle trattative resta nel mercato sommerso.

Quello delle abitazioni private in affitto si conferma un movimento con una altissima concentrazione nei mesi di luglio e agosto, e comunque nel periodo estivo tra giugno e settembre, con un vuoto totale di trattative di affitto da ottobre a marzo.

Da parte loro per incentivare gli affitti nei momenti di bassa stagione il 60,9% dichiara di abbassare i prezzi, il 4,3% fa pubblicità, mentre il 34,8% non attiva iniziative specifiche.

La gestione degli immobili è prevalentemente mensile (42,7%), semmai settimanale (24,2%) o bisettimanale (14,5%), mentre solo nel 18,6% dei casi si tratta di gestione annuale. Peraltro il 20,7% dei proprietari degli immobili non risiede nel comune dove questo è situato.

Le condizioni degli immobili sono piuttosto criticabili: se tra quelli in vendita 4 su 10 sono in buono stato, sia in termini di sicurezza che di qualità e per le condizioni strutturali, tra gli immobili in affitto si scende sotto i 2 ogni 10. Un rapporto qualità-prezzo non adeguato secondo un terzo degli operatori, uno squilibrio che soprattutto in alta stagione vede corrispondere a prezzi elevati abitazioni poco servite e curate.

Inoltre, nell'86,2% dei casi i servizi erogati agli affittuari sono nulli, nel 6,9% si limitano alle pulizie, nel 3,4% alla disponibilità della lavanderia o del posto auto.

Eppure si tratta nella maggior parte dei casi di immobili anche grandi, perché tra le richieste degli affittuari prevalgono le villette familiari (62,1%), i trilocali (37,9%) o bilocali (34,5%), mentre solo nel 10,3% si tratta di monolocali. Inoltre, questi turisti richiedono dotazioni particolari, come i terrazzi (48,3%) o il giardino (41,4%), mentre tra le altre richieste è più diffuso il posto auto (34,5%) o il lettino per bambini (31%).

La localizzazione degli immobili trattati dagli intermediari è concentrata nelle località turistiche (62,1%), sebbene poi si lavori comunque in tutta la regione.

Per queste trattative i turisti richiedono prevalentemente la possibilità di pagare con assegno (65,5%), solo il 10,3% con carta di credito, il 6,9% con bonifico.

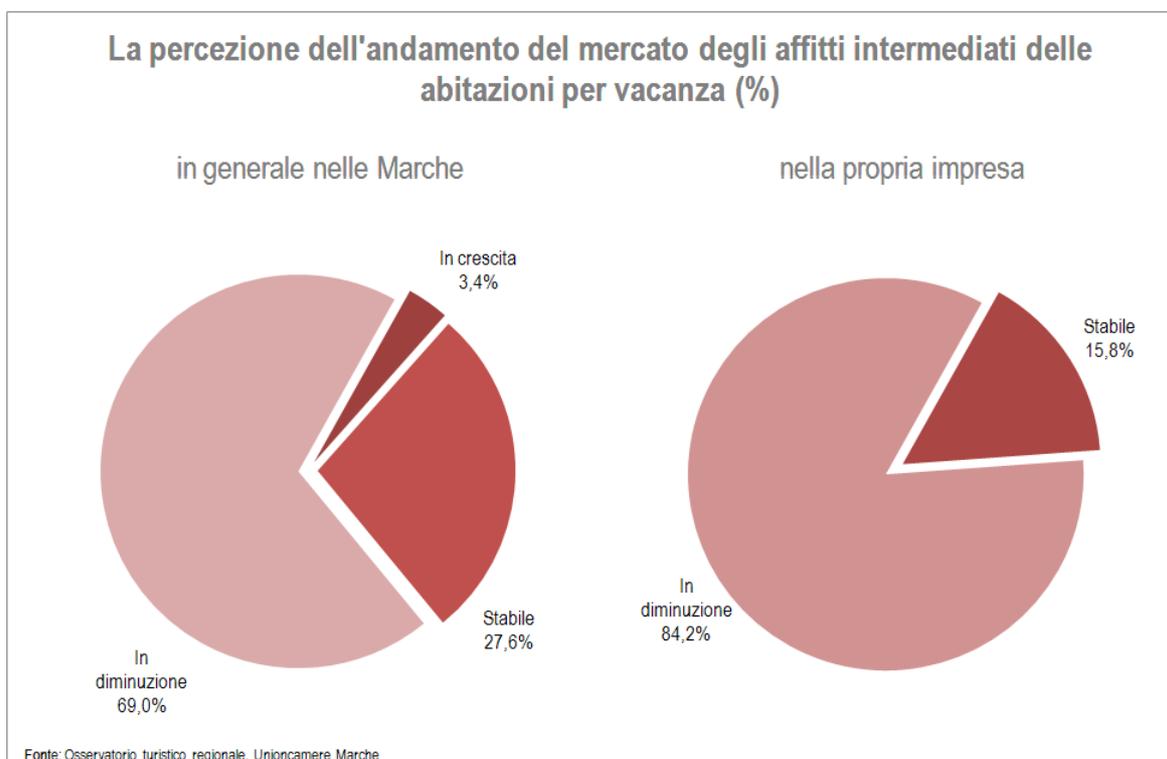
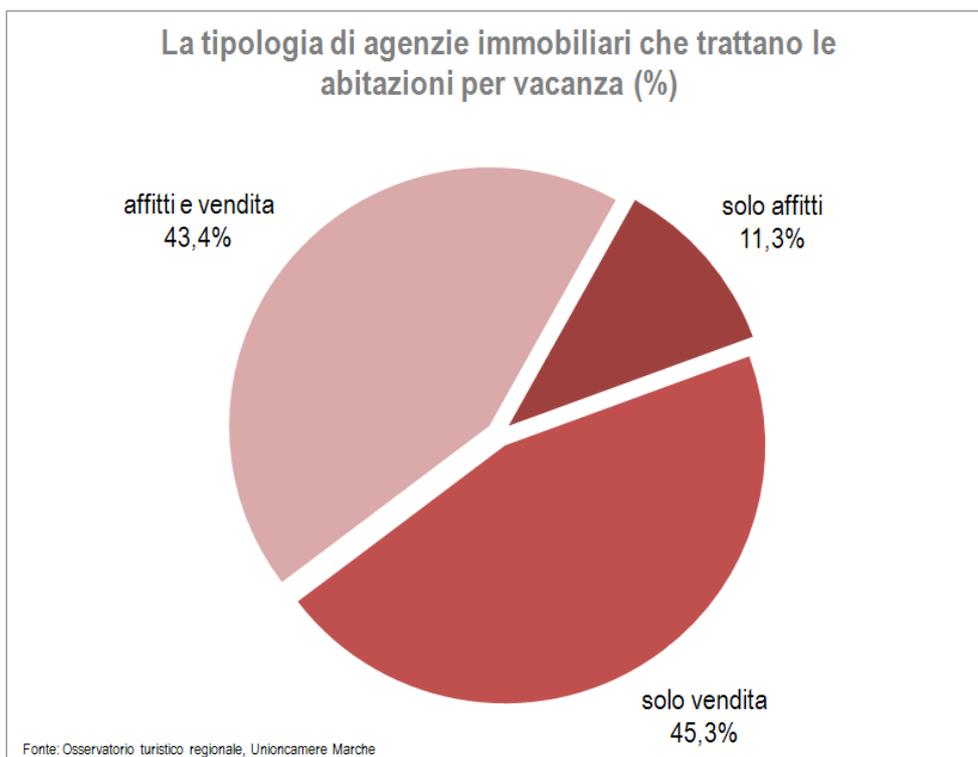
Il 6,9% chiede di poter prenotare un immobile per periodi brevi.

E' anche in questa direzione che gli operatori immobiliari vedono la necessità di rivedere la normativa di settore (47,8%), rendendo cioè i contratti più flessibili e più semplici. Una strada possibile è quella che passa per i circuiti ed i marchi di qualità del mercato degli affitti, che a detta del 34,6% degli operatori potrebbero migliorare la situazione del comparto.

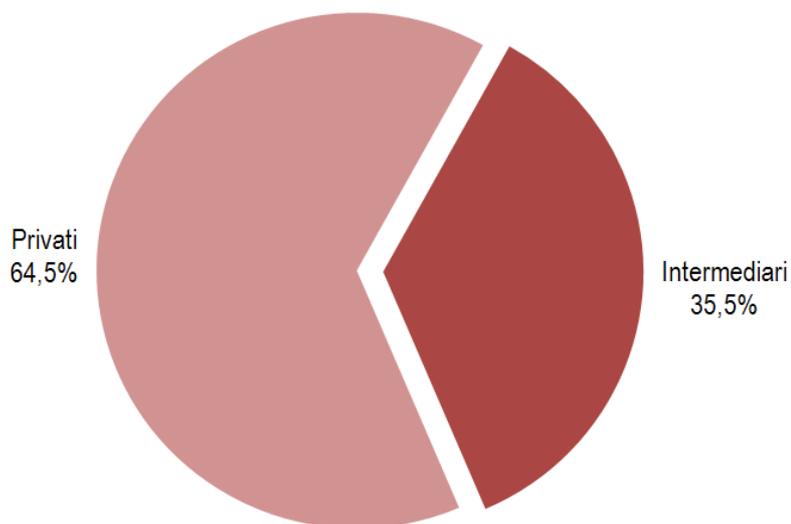
I comuni con maggiore domanda di abitazioni per vacanza

	1°	2°	3°
abitazioni di vacanza in affitto	Senigallia	San Benedetto del Tronto	Fano
abitazioni di vacanza in vendita	Senigallia	Fano	San Benedetto del Tronto

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

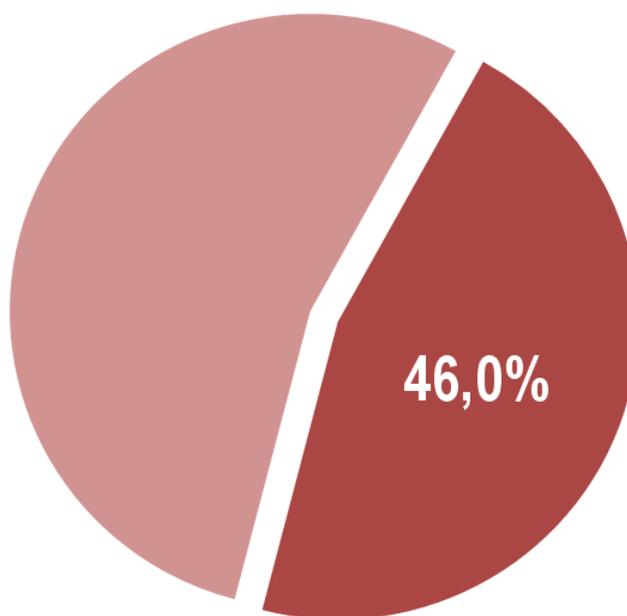


La gestione delle abitazioni per vacanza secondo gli intermediari immobiliari (%)

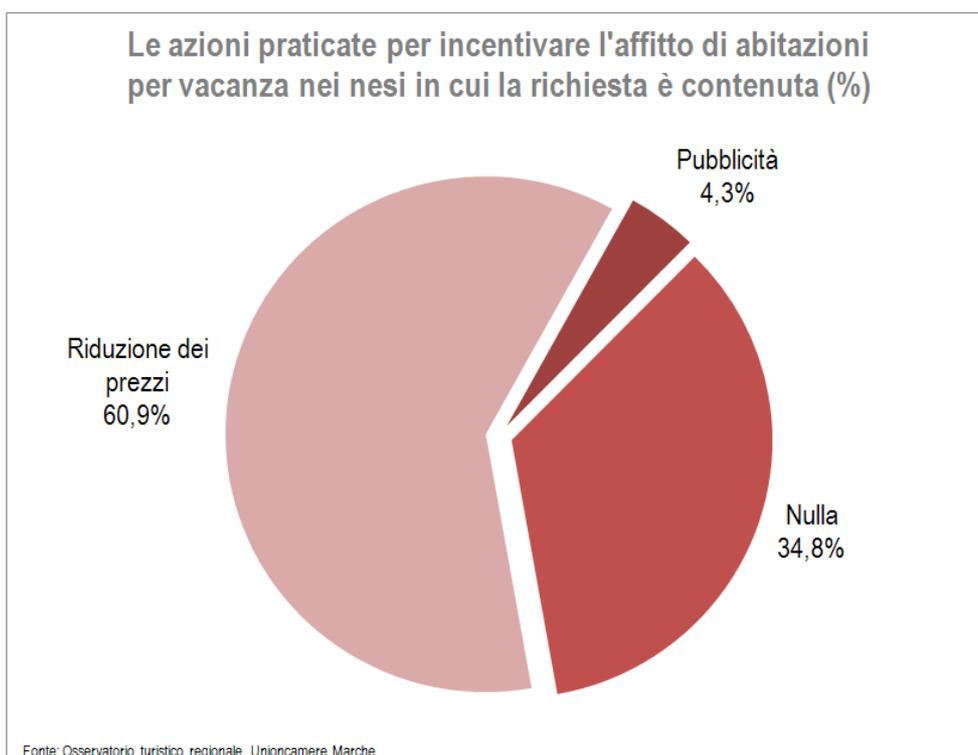
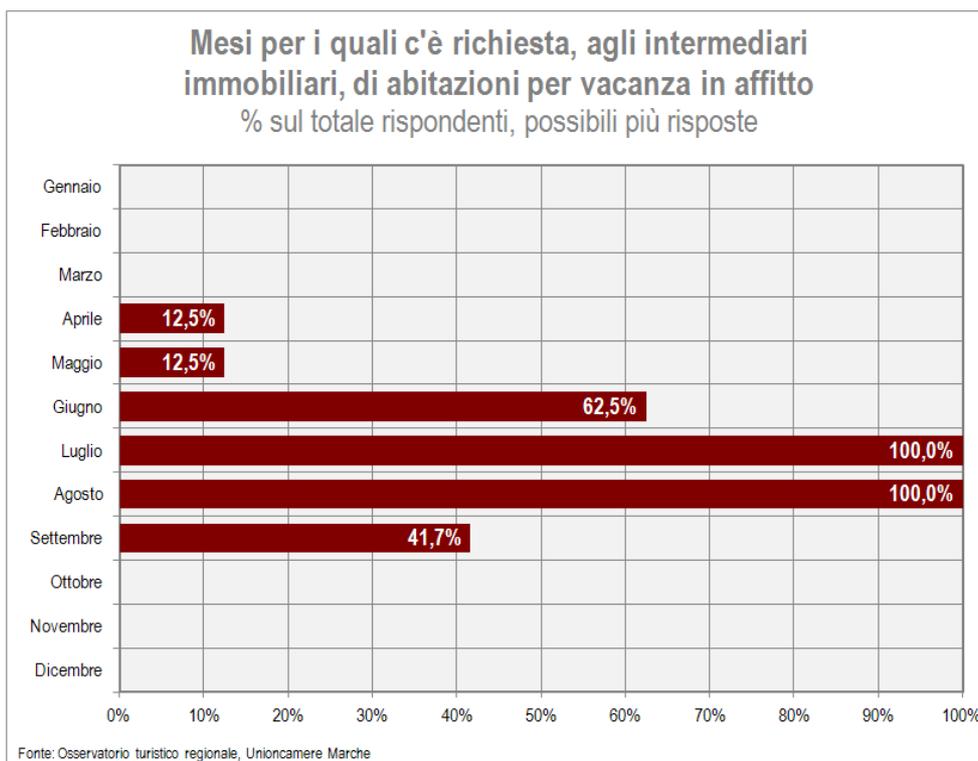


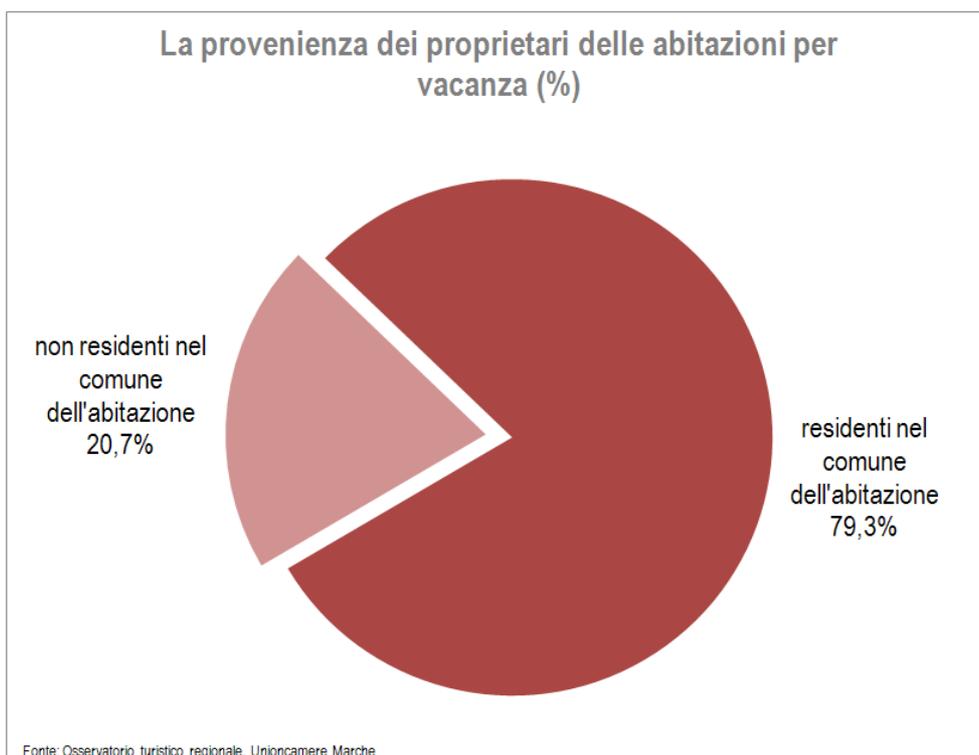
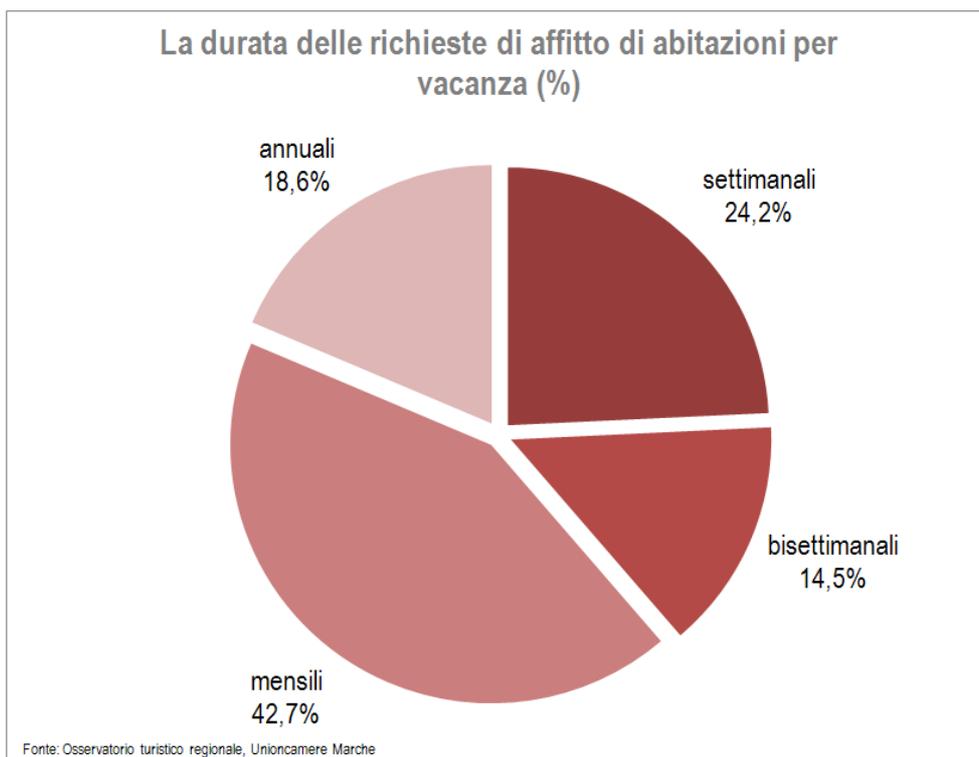
Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

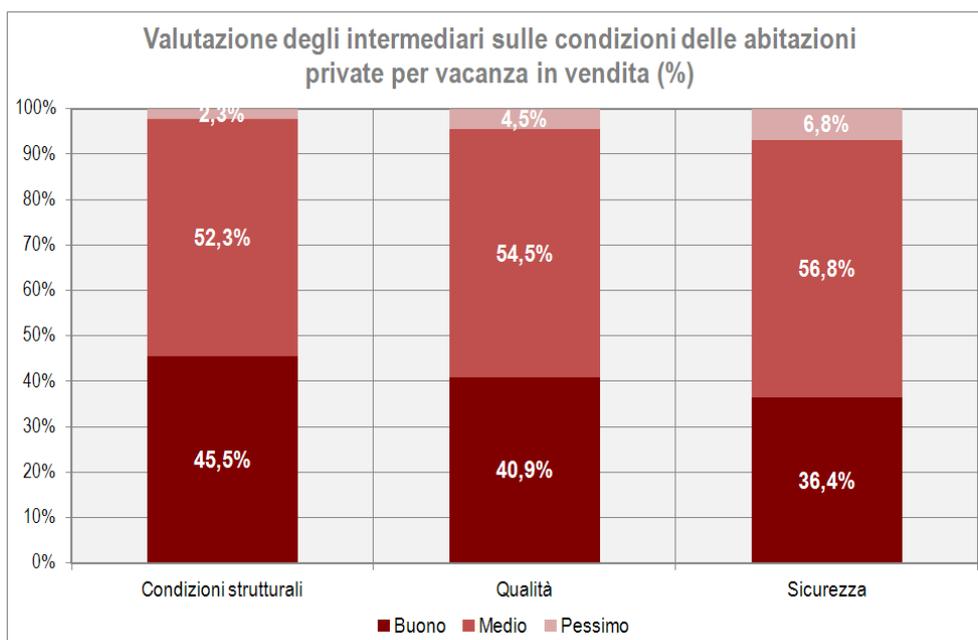
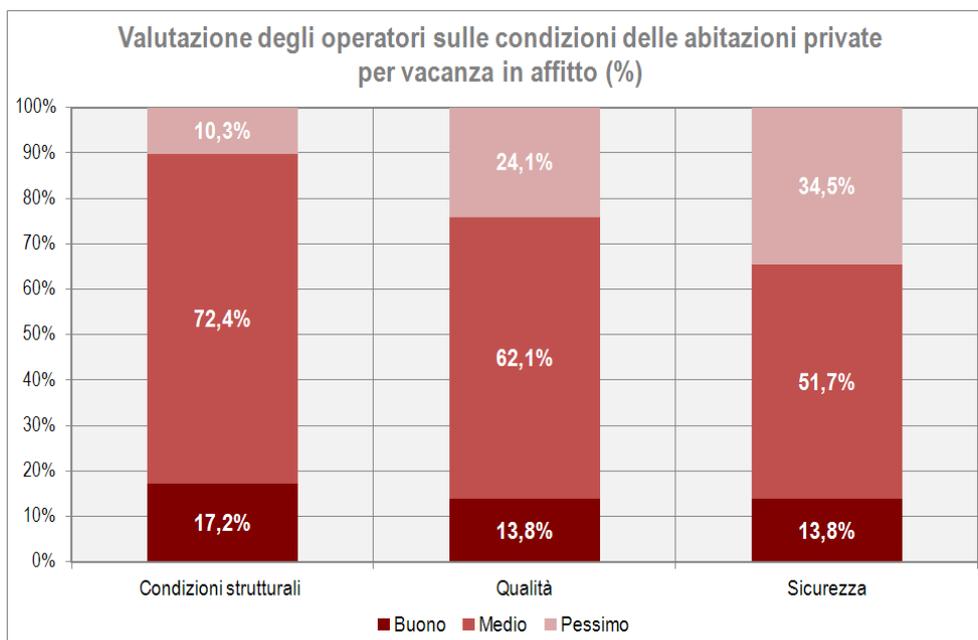
Stima della quota sommersa degli affitti di abitazioni per vacanza secondo gli intermediari immobiliari (%)

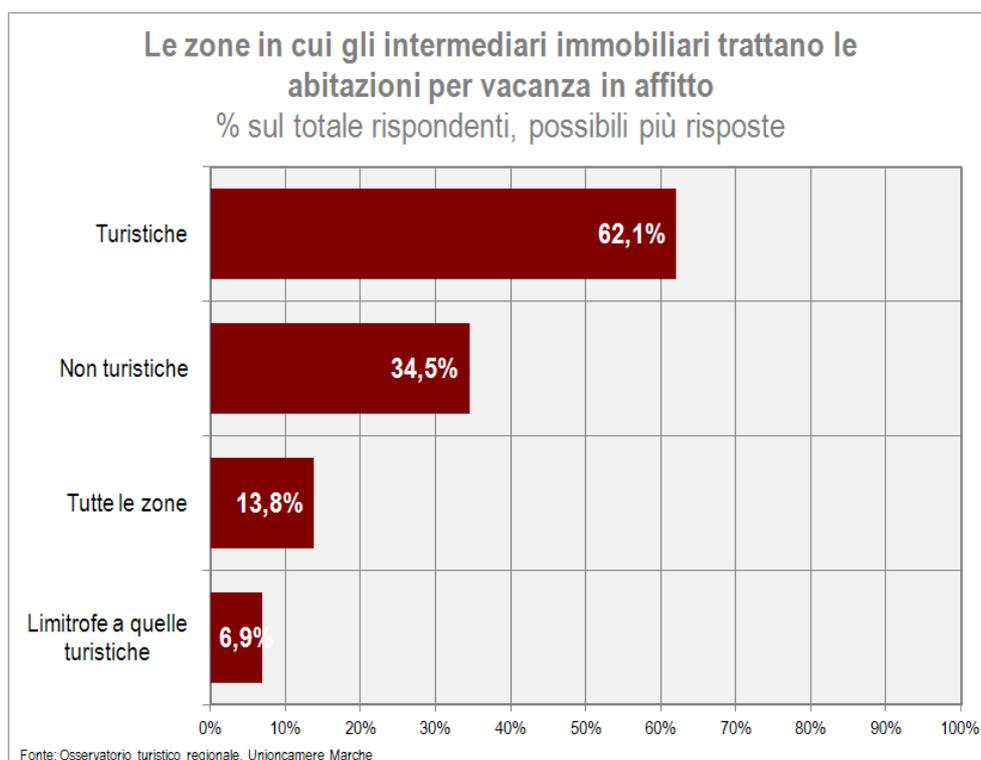
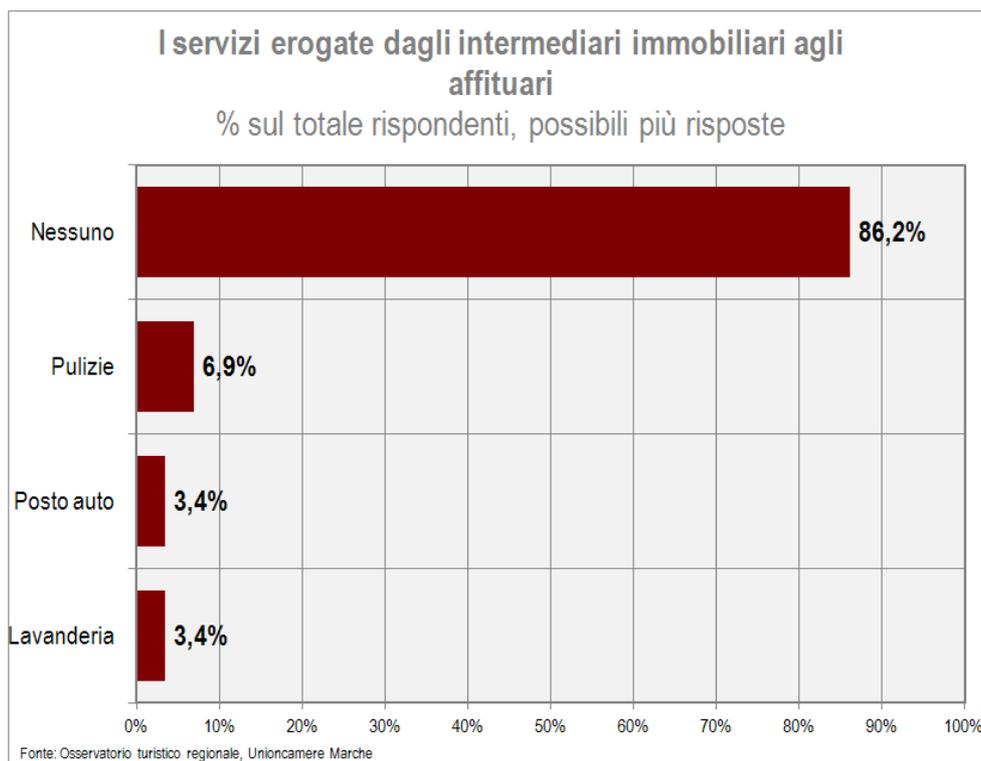


Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche



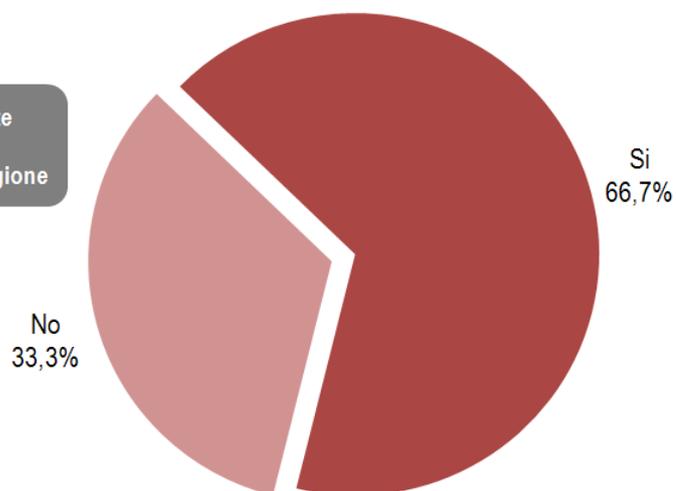






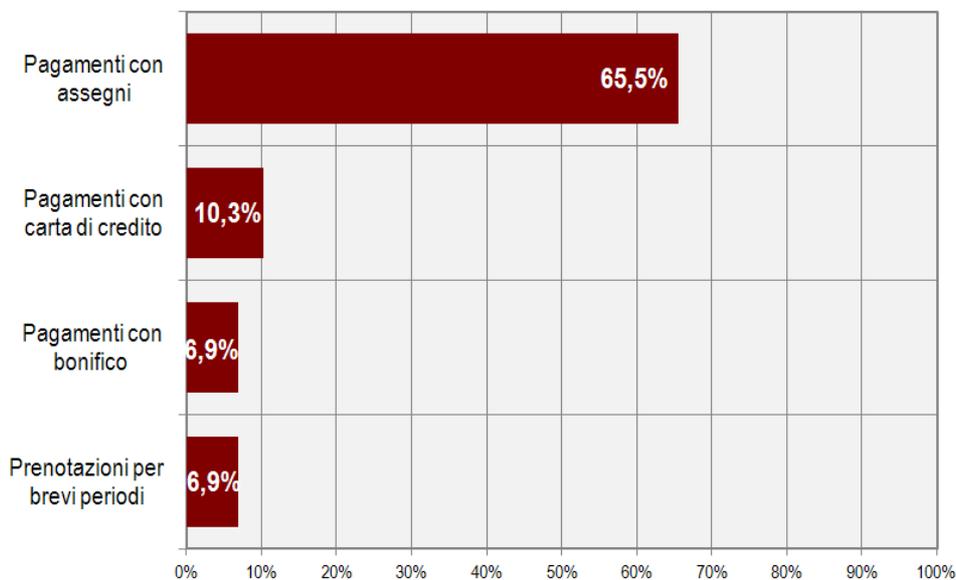
Intermediari immobiliari che ritengono adeguato il rapporto qualità-prezzo delle abitazioni per vacanza in affitto trattate (%)

- abitazioni poco curate
- prezzi troppo elevati,
soprattutto in alta stagione

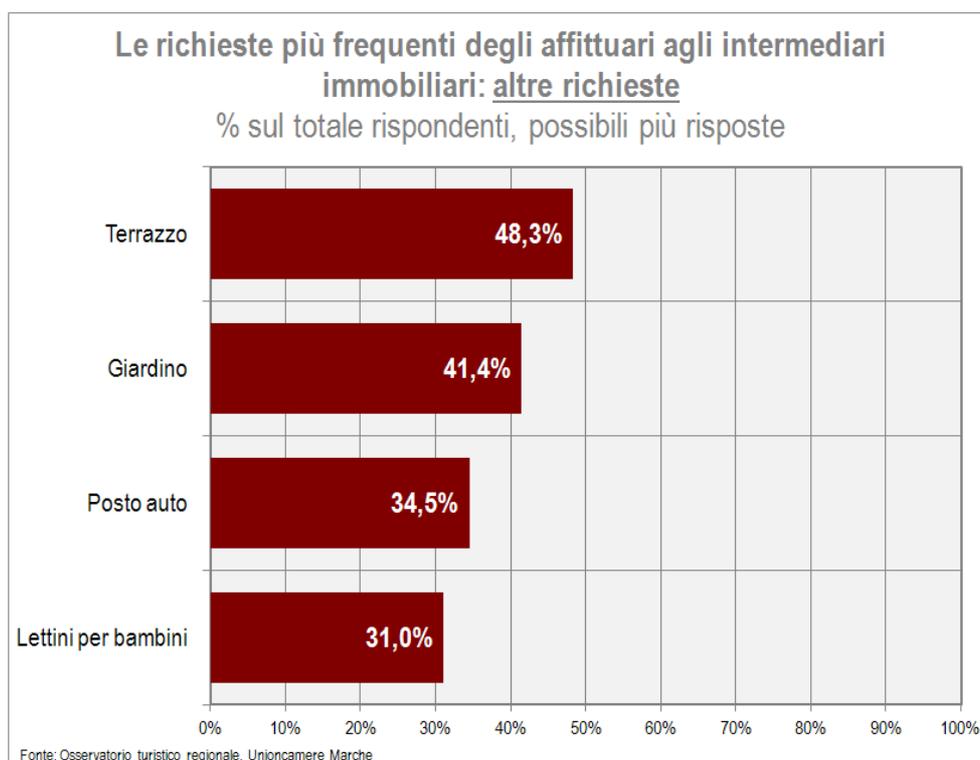
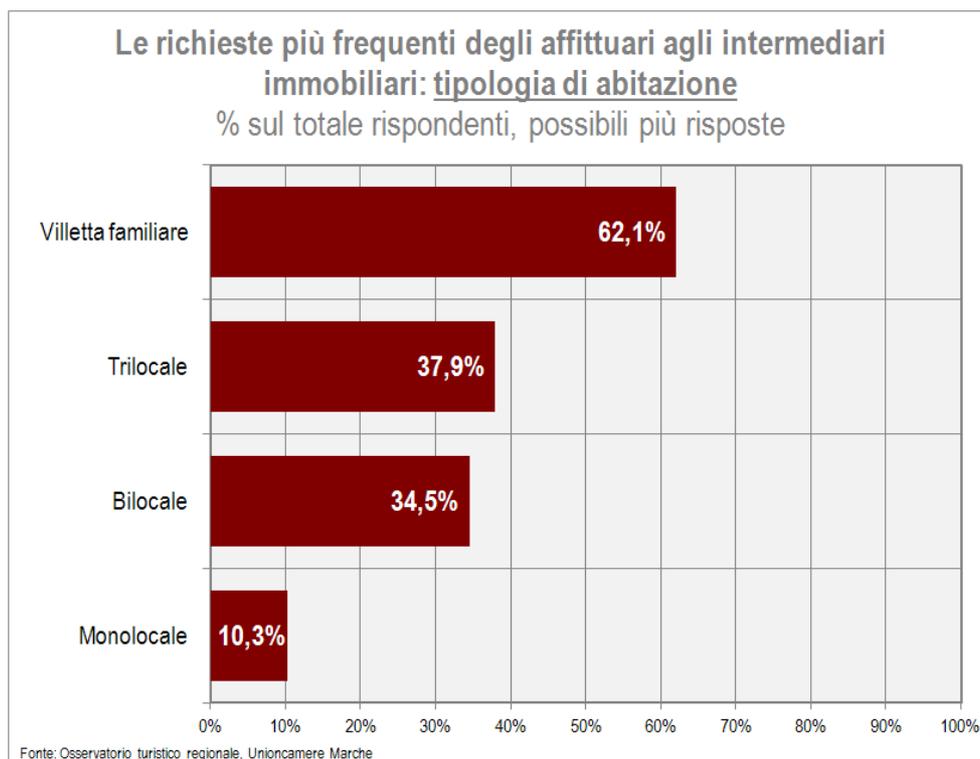


Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

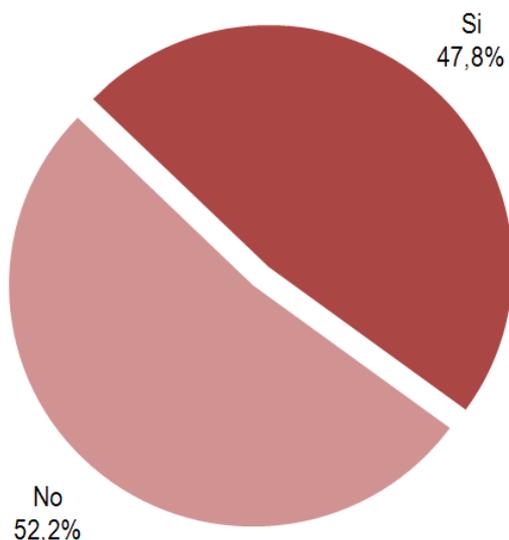
Le richieste più frequenti degli affittuari agli intermediari immobiliari: pagamenti e prenotazioni % sul totale rispondenti, possibili più risposte



Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche



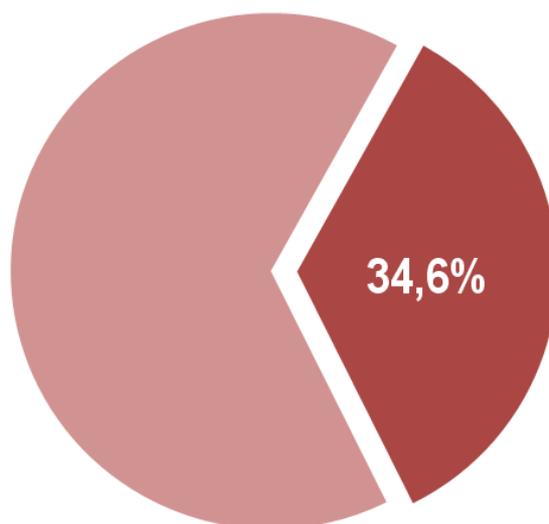
Intermediari immobiliari che ritengono che la normativa sul settore delle abitazioni per vacanza andrebbe rivista (%)



- Rendere i contratti più flessibili e semplici
- Possibilità di affitto anche per brevi periodi

Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Intermediari immobiliari che ritengono che la costituzione di circuiti o marchi di qualità possa migliorare lo stato degli affitti delle abitazioni per vacanza (%)



Fonte: Osservatorio turistico regionale, Unioncamere Marche

Nota metodologica

Analisi desk

Per conoscere il trend del tessuto imprenditoriale della regione è stato analizzato attraverso il registro delle imprese il trend dal 2009 al 2012 delle imprese registrate, iscritte e cancellazioni non d'ufficio, sia nel complesso che nel settore strettamente turistico.

Analisi della domanda turistica nelle abitazioni private

L'indagine, realizzata attraverso questionario realizzato ad hoc, si è rivolta a circa 2.000 turisti italiani e stranieri che svolgevano una vacanza in seconda casa (di proprietà o in affitto) nella regione Marche.

L'indagine è stata svolta in circa 20 località ritenute significative per il fenomeno del turismo nelle seconde case e mirava a conoscere le caratteristiche strutturali e comportamentali di questi turisti e le modalità di consumo. Il periodo di svolgimento è agosto-settembre 2013.

La stima del numero di abitazioni

La stima del numero di "abitazioni non occupate" ed il numero di "abitazioni non occupate utilizzate per vacanza" proviene dall'elaborazioni combinata dei dati del Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni del 1991, dello stesso Censimento del 2001 e della specifica indagine ai Comuni realizzata dall'Osservatorio Turistico Regionale delle Marche nel 2013 (mirante ad ottenere direttamente dagli uffici delle amministrazioni comunali il numero delle abitazioni non principali).

La stima delle presenze

La stima delle presenze nelle seconde case ("abitazioni non occupate utilizzate per vacanza") deriva dall'elaborazione combinata tra la stima del numero di abitazioni ed i risultati dell'indagine "Analisi della domanda turistica nelle abitazioni private" in cui si indagano i comportamenti dei turisti, proprietari ed affittuari, che alloggiano in seconda casa (sono stati presi in considerazione i parametri relativi al numero di giorni in cui i proprietari di seconde case utilizzano le abitazioni per vacanza, al numero di giorni in cui solitamente le seconde case sono disponibili per l'affitto a fini turistici ed al numero di persone con le quali mediamente viene trascorsa la vacanza in seconda casa)

Analisi degli intermediari turistici

Per l'individuazione delle agenzie immobiliari da intervistare, si è utilizzato un elenco composto di circa 700 nominativi: tra questi, i contatti andati a buon fine sono stati 52 (nel campione finale rientrano solo le agenzie che rispondono al requisito di operare nel settore degli affitti ad uso turistico).