

## Il turismo delle Marche fa gol con Mancini «Un boom di arrivi grazie agli spot del ct»

Scortichini (Confindustria): «L'aumento è stato del 25%. Milioni di visualizzazioni e poi il trionfo agli Europei, volani formidabili»  
La grande risorsa sono stati gli italiani. «I flussi dall'estero hanno subito un crollo, la pandemia ha spinto la gente in Grecia e Spagna»

di **Maurizio Gennari**

ANCONA

«**Rispetto** allo scorso anno diciamo che i dati sono migliorati di circa il 25 per cento e quindi la stagione, ma parliamo soprattutto di agosto, nel complesso è andata molto bene», dice Ludovico Scortichini responsabile del settore turismo di Confindustria.

**Cosa ha pesato nell'andamento dei flussi?**

«Ha pesato non poco lo spot con Roberto Mancini che ha fatto conoscere una regione piccola come la nostra ad un pubblico molto vasto. Il passaggio da una vittoria all'altra, fino alla finale di Wimbledon, ha avuto un grande eco. Mi dicono che è stato uno spot che ha avuto decine e decine di milioni di visualizzazioni. Credo che un inglese, prima della finalissima, non sapesse nemmeno dove stavano le Marche».

**La pubblicità fuori dai confini nazionali ha avuto poi effetti?**

«No perché il turismo estero ha subito un crollo. Se hanno inciso i voli dall'aeroporto di Falconara? Non credo proprio. Ed anche se così fosse, stiamo parlando di qualche decina di visitatori».

**Perché?**

«Perché per i problemi legati alla pandemia e quindi alle restrizioni tutti i flussi provenienti dal nord Europa, sono andati a finire soprattutto su Grecia e Spa-

gna. E la cosa non è di poco conto perché un americano in vacanza, per fare un esempio, spende mediamente il doppio di un italiano».

**Bene però il turismo interno.**

«Assolutamente sì, perché quello che è stato sempre un limite delle strutture ricettive sulla costa, e cioè gli alberghi di piccole dimensioni, alla fine si sono rivelati una risorsa vincente».

**E sarebbe?**

«I grandi alberghi e cioè quelli con centinaia di camere, con i grandi saloni, la fila anche per fare colazione, in queste condizioni sanitarie sono stati penalizzati. I villeggianti italiani hanno preferito invece i piccoli alberghi e le piccole strutture e allo stesso tempo anche le piccole città. E questo per una struttura alberghiera come quella marchigiana è diventata da un'arma perdente, un'arma vincente».

**Un pieno di turisti italiani.**

«Certamente e soprattutto abbiamo avuto i flussi più importanti dal nord Italia, e soprattutto dalle città che hanno avuto le conseguenze peggiori con il Covid».

**E il turismo umbro che ha sempre pesato?**

«Quello direi che ha inciso meno perché si tratta di un turismo mordi e fuggi e cioè del sabato e della domenica. La famiglia che viene in vacanza sulla costa marchigiana, ma anche nelle strutture dell'interno, e che ci sta per una settimana, è stata formata soprattutto da nuclei



che arrivavano dai grandi centri del nord Italia».

**Quanto hanno inciso le grandi navi da crociera che hanno fatto scalo ad Ancona con migliaia di passeggeri.**

«Hanno aiutato. Soprattutto sotto un profilo: hanno dato visibilità a questa regione e alla sue bellezze, attraverso il passa parola. Un spot in piccolo di quello che ha invece rappresentato in grande stile la pubblicità che ha fatto Mancini alle Marche».

**Il lato negativo?**

«I tour operator che hanno avuto crolli, sia in uscita che in entrata, del 90 per cento. Ne abbiamo parlato con il presidente della regione Francesco Acquaroli per cui se non arriveranno aiuti credo che ad ottobre inizieranno i licenziamenti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**DAL MARE**

**«Un aiuto importante è arrivato anche dalle navi da crociera che hanno fatto scalo ad Ancona»**



Uno degli spot realizzati da Roberto Mancini, testimonial delle Marche. L'afflusso dei turisti è aumentato del 25%

