REGIONE MARCHE

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 BORGI

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 omogena 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)

UN'ESTATE AL MARE

#destinazionemarche

MARCHE in BLU

## UNA VACANZA DI RELAX MA RICCA DI CONTENUTI!

**17 Bandiere Blu** dalla sabbia vellutata alla roccia a picco sul mare.
**200 km di costa** da Gabicce a S. Benedetto del Tronto!

**500 alberghi** sulla costa di cui 3 ***** stelle e 70 ****
**100 agriturismi** a picco sul mare
**458 Bed & Breakfast**
**70 campeggi** distribuiti lungo tutta la costa marchigiana

**835 stabilimenti balneari**
mare per famiglie di giorno, movida notturna per i giovani negli chalet.

**Shopping negli outlet** tra Civitanova Porto S. Elpidio e Fermo.

**Visite ai musei e città d'arte**
concerti, lirica, teatro, la sera nei borghi alti sul mare.

**Ristorazione di qualità** con chef stellati

una grande regione di cultura

# THE GENIUS OF MARCHE

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

#destinazionemarche

THE GENIUS of MARCHE

## 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.

3

marche lifestyle di borgo in borgo

# DOLCI COLLINE E ANTICHI BORGHI

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

#destinazionemarche

dolci COLLINE E ANTICHI BORGHI

## 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**

un imponente patrimonio naturalistico

# PARCHI E NATURA ATTIVA

**LA NATURA HA DISEGNATO UNA GEOGRAFIA MILLENARIA**

#destinazionemarche

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 Canfaito.

**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**

#destinazionemarche

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

#destinazionemarche

SPIRITUALITÀ e MEDITAZIONE

# 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.

#destinazionemarche

# OPERATORI INCOMING MARCHE

Le due nuove banche dati della Regione Marche

**OTIM - Tour Operator e agenzie di viaggio**

**CATIM - Consorzi e associazioni turistiche**

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

Ad oggi gli **operatori INCOMING Marche** inscritti nella banca dati sono
**35** OTIM **29** CATIM
Partecipano gratuitamente a fiere (BIT, TTI, NO FRILLS, WTM), workshop, progetti interregionali della Regione Marche come «Terre di Piero»
**L'offerta per cluster e network è centrale nel Piano Triennale del Turismo**
I pacchetti sono oggetto di comunicati per stampa trade e consumer e descritti nei post del blog www.destinazionemarche.it
oggetto di comunicazione via social network

Oggi **133** i pacchetti tematizzati per cluster inseriti sul sito del turismo dagli operatori incoming Marche accreditati (OTIM)

**Piano media 2016**

spinge con azioni di web e social media marketing pacchetti e offerte

REGIONE MARCHE

www.turismo.marche.it

EVENTI

BLOG

MARCHEADVISOR

Ti trovi qui: Dettaglio

- **Marche in Blu**
- **Made in Marche**
- **The Genius of Marche**
- **Spiritualità e Meditazione**
- **Parchi e Natura Attiva**
-
- **Dolci Colline e Antichi Borghi**

Attenzione: la posizione potrebbe essere approssimativa

Clicca per ingrandire

## Marche Punti di interesse

Tipologia:
-- Seleziona --

Turismo:
-- Seleziona --

Comune:
-- Seleziona --

Target:
-- Seleziona --

Ricerca libera:

## Scoprire Pesaro seguendo le orme di Rossini

**Esatour Opera & Music Travels srl**

THE GENIUS of MARCHE

ESATOUR OPERA & MUSIC TRAVELS

Vivi una intera giornata in compagnia di Gioachino Rossini e la sua musica, i suoi luoghi e le sue specialità culinarie! In mattinata, visita guidata nella lingua prescelta alla Casa Natale del compositore e al backstage del Teatro Rossini di Pesaro: un viaggio dietro le quinte del teatro per scoprire, in una maniera nuova ed inusuale, i segreti e le zone nascoste di questo posto affascinante, accompagnati da una esperta guida interna al teatro. Lo scopo è quello di fornire allo spettatore un punto di vista diverso: il Teatro Rossini non è solo un palco dove gli artisti portano in scena una rappresentazione ma è anche esso stesso "spettacolo". Le emozioni si fanno sentire in maniera viva e forte in ciascun spettatore quando i segreti di questo meccanismo teatrale vengono rivelati, aumentando lo charme di questi posti. Al termine del tour, presso il "ridotto" del teatro (Sala della Repubblica), avrà luogo una performance musicale privata a cura di artisti professionisti, seguita da un brunch con prodotti tipici locali. Nel pomeriggio, visita guidata nella lingua prescelta del Conservatorio Musicale fondato da G. Rossini come omaggio alla sua tanto amata città natale. E' prevista anche la visita della prima sala ambisonica in perfonia sferica(in piccoli gruppi di max 14 persone) creata sul territorio italiano e denominata "SPACE": uno spazio d'ascolto e di ricerca e composizione sonora in grado di ricreare e manipolare un ambiente di audio 3D con tecnologie all'avanguardia nel campo della spazializzazione 3D dei suoni.
La proposta include:

- 1 pernottamento con prima colazione presso Hotel Rossini 4****Pesaro centro città/mare
- Visita guidata nella lingua prescelta (Italiano, tedesco, inglese, francese. Altre lingue su richiesta) alla Casa natale di G. Rossini, al backstage del Teatro Rossini e al Conservatorio Musicale Rossini.
- Biglietto d'ingresso alla Casa natale di Rossini
- Lettura introduttiva alle performances nella lingua prescelta presso il "ridotto" del Teatro Rossini
- Utilizzo del "ridotto" del teatro Rossini ad uso esclusivo
- Performance musicale privata presso il "ridotto" del Teatro Rossini di Pesaro
- Brunch con prodotti tipici locali presso il "ridotto" del Teatro Rossini di Pesaro
- Visita della sala ambisonica in perfonia sferica presso il Conservatorio Musicale Rossini (max 14 persone ogni 15 minuti)
- Omaggio a ricordo della giornata
- 24/7 assistenza telefonica

# 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

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

**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)

REGIONE MARCHE

turismo.marche.it

#destinazionemarche

LE MARCHE | COME ARRIVARE | GUIDA | OFFERTE | PACCHETTI | EVENTI | MULTIMEDIA

SERVIZI

COSTRUISCI LA TUA VACANZA

Family | Cultura | Trekking | Bike | Benessere | Business

MARCHE FAMILY
#destinazionemarche

Le Marche sono amiche dei bambini e delle famiglie!
Scegli la struttura specializzata nell'accoglienza **FAMILY** e confronta le offerte: sotto troverai hotel country house, agriturismi e tanto altro che potranno soddisfarti.
Cliccando nell'icona **FAMILY** puoi scoprire quali benefici sono previsti per te la tua famiglia.

PRENO

Località
Arrivo
Partenza
Adulti

MARCHE BY BIKE
#destinazionemarche
www.turismo.marche.it

STRUTTURA CHE ADERISCE A

MARCHE BENESSERE
#destinazionemarche
www.turismo.marche.it

STRUTTURA CHE ADERISCE A

MARCHE CULTURA
#destinazionemarche
www.turismo.marche.it

DOVE DORMIRE

ALBERGHI (16)
ALLOGGI IN AFFITTO (4)
BED & BREAKFAST (24)
COUNTRY HOUSE (9)

ATTRAZIONI E SERVIZI TURI

CATALOGHI (2)
LOCALITÀ (1)

QUESTA STRUTTURA ADERISCE A

MARCHE MEETING
#destinazionemarche
www.turismo.marche.it

STRUTTURA CHE ADERISCE A

MARCHE TREKKING
#destinazionemarche
www.turismo.marche.it

MARCHE BUSINESS
#destinazionemarche
www.turismo.marche.it

REGIONE MARCHE

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

Il percorso di accreditamento ai network è stato avviato nel 2015

Nel **Piano Triennale del Turismo** si prevedono azioni per progetti , comunicazione e marketing legati ai network turistici: obiettivo è la maggiore riconoscibilità on line dei prodotti

Si prevedono con fondi POR FESR fondi per riqualificare strutture ricettive anche in ottica dei network turistici e favorire la nascita di reti di imprese

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

## Network di specializzazione A: FAMILY

strutture specializzate nell'accoglienza di famiglie con bambini

Disciplinari per:

- ✓ A1. strutture ricettive
- ✓ A2. strutture ristorative
- ✓ A3. stabilimenti balneari

# B - CULTURA

strutture specializzate nell'accoglienza del turista culturale e che si pongono come punti di promozione delle risorse culturali del territorio che le circonda

- ✓ B. Disciplinare per strutture ricettive

# C - TREKKING

strutture specializzate nell'accoglienza di appassionati di trekking, di pellegrini e di turisti «slow» che affrontano il viaggio a piedi

- ✓ C. Disciplinare per strutture ricettive

# D - BIKE

strutture specializzate nell'accoglienza di ciclisti e di turisti «slow»
che affrontano il viaggio in bicicletta

- ✓ D. Disciplinare per strutture ricettive

# E - BENESSERE

strutture specializzate nell'accoglienza di turisti che ricercano
il relax e il benessere del corpo e della mente

Disciplinari per:

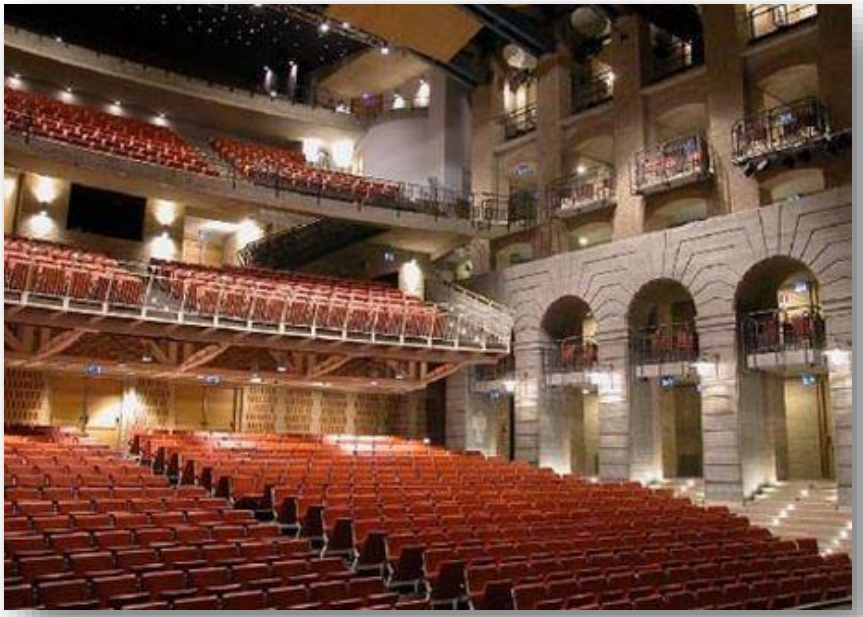
- ✓ E1. stabilimenti termali e spa (che utilizzano acque termali, così come definite dalla legge 323/2000)
- ✓ E2. strutture ricettive dotate di terme/spa (che utilizzano acque termali l. 323/2000)
- ✓ E3. centri benessere (non terme/spa)
- ✓ E4. strutture ricettive dotate di centro benessere (non terme/spa)

**Nota**: la legge 323/200 «Riordino del sistema termale» identifica come terme/spa le strutture che utilizzano acque termali o derivati, con riconosciuta efficacia terapeutica

# G - MEETING

strutture specializzate nell'accoglienza di meeting e convegni

- ✓ G. Disciplinare per centri convegni / strutture ricettive con sale convegni / teatri



# F - BUSINESS

strutture specializzate nell'accoglienza di chi viaggia per lavoro

- ✓ F. Disciplinare per strutture ricettive

## Il nuovo modello del turismo

# The Reputation Machine

- 40% viaggiatori condivide esperienze sul web
- 46% viaggiatori business condivide esperienze sul web
- 92% viaggiatori guarda le recensioni degli amici
- 87% viaggiatori sono influenzati dalle recensioni degli amici
- 49% viaggiatori non prenoterebbe mai un hotel privo di recensioni
- 52% viaggiatori ha cambiato idea grazie o per colpa dei social network
- Viaggiatori prenotato più facilmente gli hotel che seguono su FB o TW

# Il ciclo di vita dell'esperienza turistica

*Prima del viaggio*

**Raccolta informazioni, pianificazione, acquisto**

- Nascita idea / necessità di viaggio
- Raccolta informazioni
- Pianificazione e organizzazione "pacchetti"
- Prenotazione

- Posizionamento/brand
- Vedita di esperienze
- Storytelling

*Durante il viaggio*

**Fruizione dell'esperienza di viaggio**

- Consumo del prodotto turistico
- Raccolta informazioni in loco
- Prenotazioni in loco
- Spostamenti

- Esperienza vissuta
- Comunicazione in-loco
- Accessibiulità
- Collaborazione tra gli attori sul territorio

*Dopo il viaggio*

**Elaborazione e condivisione di ricordi e informazioni**

- Ricordo personale
- Racconto e condivisione con amici e conoscenti
- Valutazione dell'esperienza di viaggio

- Racconto dell'esperienza
- Condivisione della storia
- Fidelizzazione e "tourist ambassador"

# 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

marche social media team

## APP

**scopri le nostre applicazioni**

## TELEFONA O SCRIVI

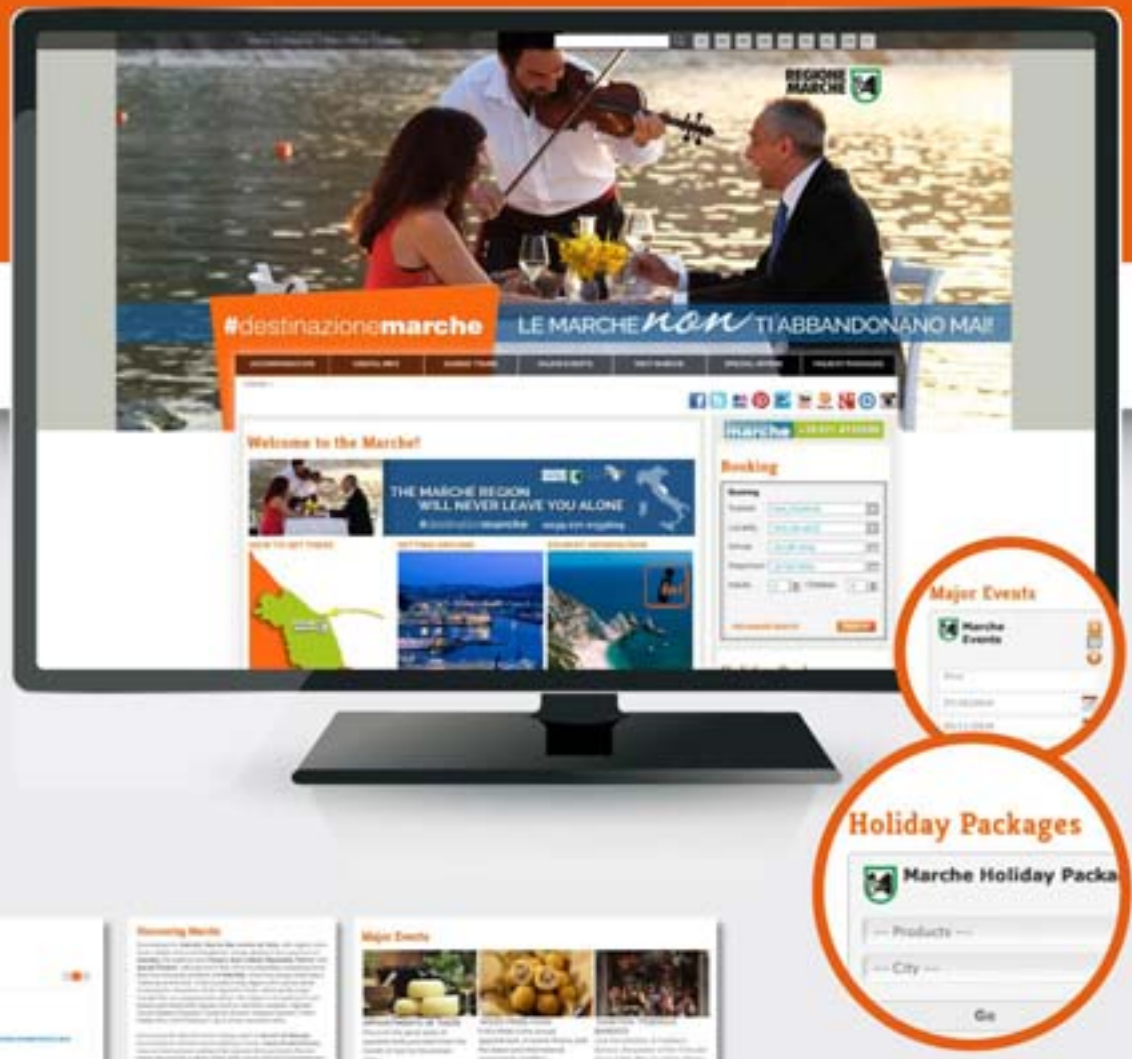
**DMO - Destination Management Organization - Marche Tourism**
**Via Gentile da Fabriano 9 - 61025 Ancona - 071 8062431**

**NUMERO VERDE: 800 222 111**
**MAIL: numeroverde.turismo@regione.marche.it**

# www.turismo.marche.it

# MARCHE TOURISM

**en.turismo.marche.it**



# Sistema Digitale Integrato Regione Marche

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

## Sito del www.turismo.marche.it

Porta di accesso all'offerta Marche

Porta Multilingue

Presenta le Marche: guida, aree turistiche informazioni diffuse e capillari georeferenziate

Suggerisce: area press room con articoli e blog

Agevola: Booking on line in home page dove l'utente TROVA solo le strutture che hanno aderito al DMS

Il turista cerca le informazioni x cluster

Il turista cerca le informazioni Ricerca x network

Ricerca x eventi

Ricerca libera: Macerata Opera, Urbino…cerco le strutture e le offerte

Ricerca x pacchetti vacanza Ricerca pacchetto x città con indicazione di quella limitrofa (cerco Cagli mi arriva comunque Acqualagna)

Ricerca x offerte

Ricerca x dove dormire

Ricerca x luoghi da visitare

Ricerca x aree turistiche

## Come il sito può essere utile PER TUTTI

- **Video**
- **Fotogallery**
- **Accesso ai social network**
- **Info utili: parchi pubblici, spiagge x cani, itinerari, cantine con punti vendita, punti vendita QM Marche, botteghe del gusto, birrifici, musei, itinerari culturali , locali storici, eccellenze dell'arte, mercati pubblici, cineturismo, parchi divertimento, ristoranti certificati, servizi x il turista sportivo**
- **Download brochure multilingue**
- **Info turistiche centri e punti IAT**
- **Operatori INCOMING CATIM e OTIM**
- **Puoi inserire il tuo booking on line**

**Se sei nel DMS puoi**

- **Richiedere pagine e banner pubblicitari per il tuo sito e le tue comunicazioni**
- **Utilizza i materiali promo regionali e diventa anche tu testimonial di**
- **#destinazionemarche**

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

## Parchi e Natura attiva

Se sei nel DMS puoi utilizzare i loghi dei cluster regionali nel tuo sito nella tua comunicazione

Puoi aderire ai  network Bike o Trekking

Puoi promuoverti attraverso questo cluster. Le Marche verdi dei parchi tutto l'anno

Puoi fare offerte in questo cluster

Puoi creare con altre strutture come la tua un network per favorire percorsi di più giorni

Puoi dare informazioni dirette sui percorsi

## Made in Marche

Essere esperti di tutti i punti vendita del territorio

Verificare su siti del turismo i punti QM, i punti  biologici, le cantine, le botteghe del gusto anche  a distanza perché il turista può girare e ha bisogno di informazioni

Conoscere gli eventi non solo limitrofi

Posizionare il widget degli eventi  nel sito della struttura

## Cultura. The Genius of Marche

Puoi aderire al network cultura

Puoi dare informazioni  sugli itinerari culturali de territorio, sui musei vicini,, sulle città d'arte

Non dare x scontato che il cliente conosca tutto

Valorizzare sempre gli eventi più importanti anche una stagione teatrale in un teatro storico ha un suo aspetto romantico

Unire sempre l'offerta alla comunicazione di outlet nella zona

## Dolci colline e antichi borghi

Unire all'offerta la comunicazione di più borghi da visitare spesso  a pochi chilometri di distanza

Mappa della qualità può essere utile, brochure e sito

Abbinare esperienze legate a questo cluster: piacere di stare nei caffè storici, apprezzare artigianato artistico, visita di fabbriche  o botteghe storiche

In autunno vedere le stagioni teatrali; dopo la visita al museo indicare un caffè o il ristorante tipico dove andare a mangiare, possibilità di co-marketing (sconti)

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

## Newsletter

La Regione Marche invia periodicamente informative :

- Iscritti newsletter
- Giornalisti italiani
- Giornalisti stranieri divisi x mercati e interessi
- Agenzie di viaggio e TO italiani
- Agenzie e TO stranieri divisi x mercati e interessi

Per eventi, segnalare partecipazione  a fiere, segnalare nuove strutture ricettive, pacchetti vacanza

## Video

•Arabo n. 1 - Infinito Marche
•Cinese n. 1 - Infinito Marche
•Francese n. 2 + Infinito Marche
•Giapponese n. 1 Infinito Marche
•Inglese n. 2 + Infinito Marche
•Italiano n 24 + Infinito Marche
•Russo n. 4 + Infinito Marche
•Spagnolo - Infinito Marche
•Tedesco n. 1 -Infinito Marche

## Area press

Nel sito del turismo è disponibile la rassegna stampa dei principali articoli che escono sulle Marche. Solo nel 2014 sono stati 600.

La Regione dispone di cartella stampa 2015 dedicata alle principali attività dell'anno, declinate in forma di eventi, pacchetti vacanza. Sono disponibili anche cartelle stampa e press texts multilingua

Abbinata alla cartella stampa è la banca dati  fotografica

## Promocommercializzazione

La Regione partecipa a Fiere in Italia e all'estero per  vendere il prodotto  Marche

Porta con sé gli operatori OTIM e CATIM non le singole strutture

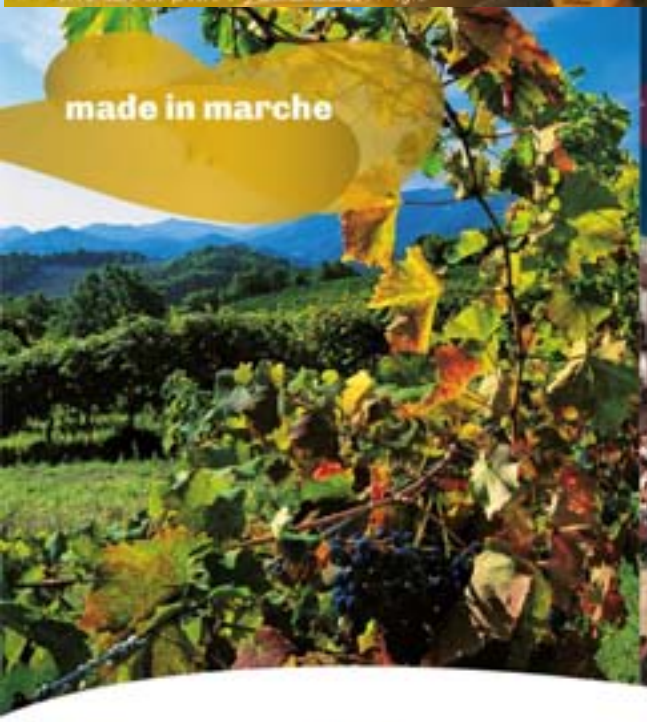
Invito ad associarsi o a far parte di Consorzi e associazioni già esistenti

O farsi conoscere dagli OTIM operativi nelle Marche (elenco aggiornato su sito Turismo)

Le offerte sono visibili anche in altre lingue

REGIONE MARCHE

www.turismo.marche.it



REGIONE MARCHE

#destinazionemarche
#destinationmarche

#destinazionemarche
the ideal place for a better life
REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it
spiritualità e meditazione
spirituality and meditation
parchi e natura attiva
parks and active nature
dolci colline e antichi borghi
rolling hills and ancient villages
REGIONE MARCHE
#destinazionemarche
#destinationmarche

theguardian

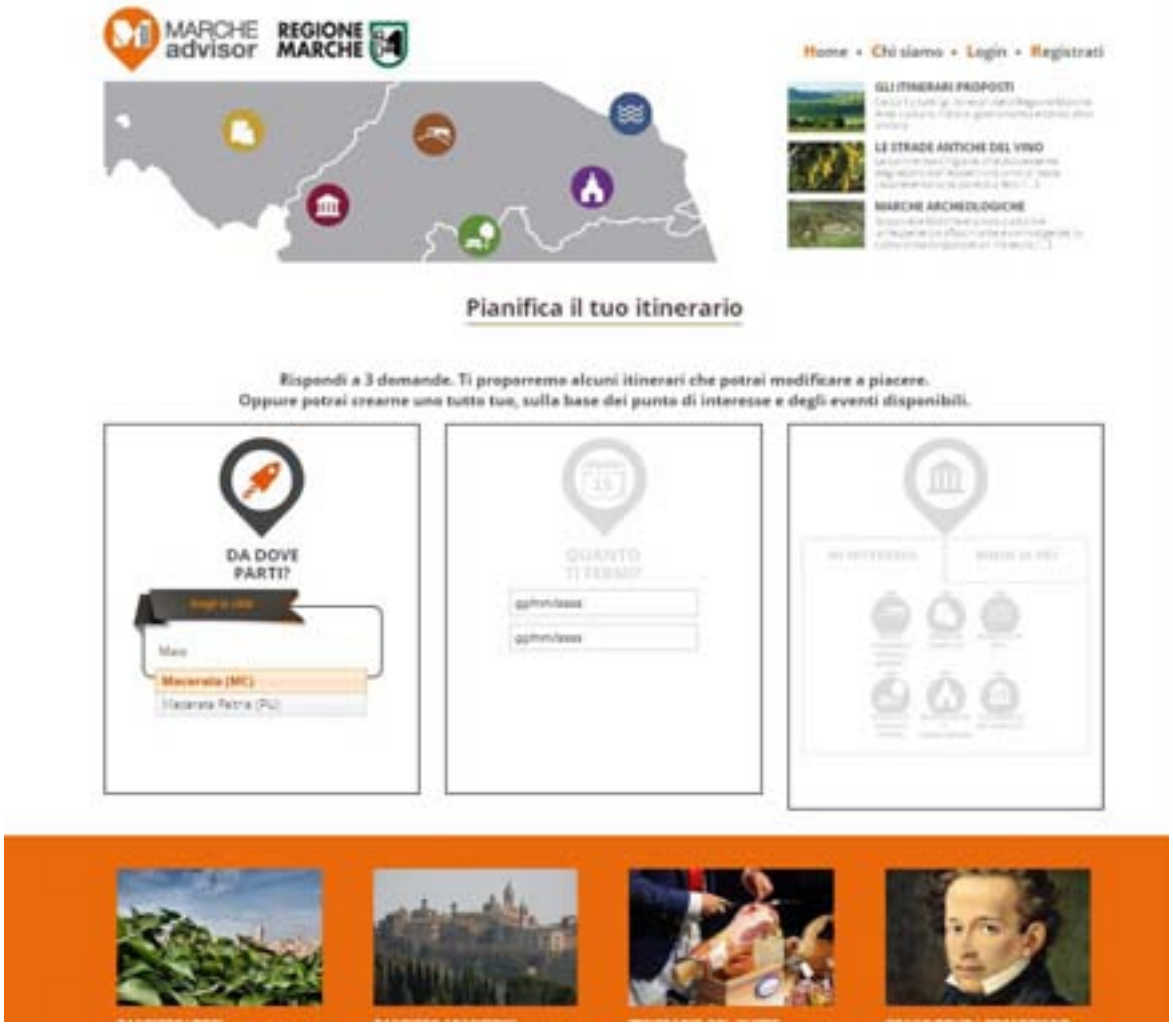
HUFFPOST LIFESTYLE

The Daily Telegraph THE ITALIA! HUFFINGTON POST

# THE BRITISH PRESS ALWAYS GIVES A LOT OF ATTENTION TO OUR REGION

# Blog #destinazione**marche** – Idee di Viaggio

# MARCHE TOURISM
## social network


MARCHE advisor
REGIONE MARCHE
Home • Chi siamo • Login • Registrati
GLI ITINERARI PROPOSTI
LE STRADE ANTICHE DEL VINO
MARCHE ARCHEOLOGICHE
Pianifica il tuo itinerario
Rispondi a 3 domande. Ti proporremo alcuni itinerari che potrai modificare a piacere.
Oppure potrai crearne uno tutto tuo, sulla base dei punto di interesse e degli eventi disponibili.
DA DOVE PARTI?
Macerata (MC)
QUANTO TI FERMI?

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

Carlo Crivelli

RIEPILOGO RICERCA

PIANIFICA

PER SAPERNE DI PIÙ

BENESSERE

brochure

MARCHE IN BLU

brochure video pagina

ITINERARI CONSIGLIATI

MADE IN MARCHE

ITINERARIO INFO MAPPA

Ordina secondo la successione temporale che immagini

scegli una data — Eccellenze — Ancona - Madonna col Bambino - Carlo Crivelli — Ancona

scegli una data — Chiese — Ascoli Piceno - Cattedrale di Sant'Emidio — Ascoli Piceno

scegli una data — Musei PDI — Pinacoteca Civica "Vittore Crivelli"

scegli una data — Opere d'arte — Corridonia - Madonna di Corridonia — Corridonia

scegli una data — Opere d'arte — Monte San Martino - Polittico Chiesa di Monte San Martino — Monte San Martino

scegli una data — Chiese — Massa Fermana - Chiesa dei Ss. Lorenzo, Silvestro e Ruffino

scegli una data — Eccellenze — Montefiore dell'Aso - Carlo Crivelli - Polittico, Polo Museale di San Francesco

scegli una data — Eventi — Percorsi cicloturistici a Cupra Marittima — Cupra Marittima

STAMPA ITINERARIO | AGGIUNGI PUNTO DI INTERESSE/EVENTO | SALVA ITINERARIO

**Gli itinerari proposti: trova tra gli itinerari proposti da #destinazionemarche il più adatto a te**

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

RIEPILOGO RICERCA

← PIANIFICA

PER SAPERNE DI PIÙ

BENESSERE
brochure

MARCHE IN BLU
brochure video pagina

ITINERARI CONSIGLIATI

EVENTI/PUNTI DI INTERESSE

## EVENTI

- **asds**
  Ancona | 25/10/13
- **XXV edizione del Fano International Film Festival**
  Fano | 24/10/13 - 26/10/13
- **International Self Publishing Festival**
  Senigallia | 19/10/13 - 20/10/13
- **DriveInMarche - Tutti in Vespa e RAM 946**
  Senigallia | 19/10/13 - 20/10/13
- **Biosalus - Festival Nazionale del biologico e del benessere olistico**
  Urbino | 05/10/13 - 06/10/13
- **Giro d'Italia - 8ª Tappa a Carpegna**

## PUNTI DI INTERESSE

- Porti
  **Marina di Porto San Giorgio**
  Porto San Giorgio
- Porti
  **Porto turistico di Numana**
  Numana
- Porti
  **Porto turistico di Ancona**
  Ancona
- Terme/Spa
  **Montegrimano Thermae**
  Monte Grimano Terme
- Terme/Spa
  **Macerata Feltria - Pitinum Thermae**
  Macerata Feltria

**Aggiungere all'itinerario proposto i luoghi, le attrazioni turistiche, gli eventi che vuoi aggiungere al tuo itinerario**

# SCOPRI LE NOSTRE APPLICAZIONI

# #destinazionemarcheapp

# #destinazionemarcheapp

## spirituality and meditation

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

## N. Download 1 Giugno 2015

| | Android | iOS |
|---|---|---|
| Marche in Blu | 2499 | 867 |
| Made in Marche | 795 | 883 |
| The Genius of Marche | 944 | 507 |
| Spiritualità e meditazione | 358 | 263 |
| Parchi e natura attiva | 1108 | 445 |
| Dolci colline e antichi borghi | 322 | 154 |

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

## N. Download 26 Settembre 2015

| | Android | iOS |
|---|---|---|
| Marche in Blu | 2496 | 1140 |
| Made in Marche | 1035 | 1040 |
| The Genius of Marche | 1175 | 607 |
| Spiritualità e meditazione | 556 | 389 |
| Parchi e natura attiva | 1538 | 564 |
| Dolci colline e antichi borghi | 805 | 343 |

# 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 Arancioni**
I 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**
2 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.

**Legenda**

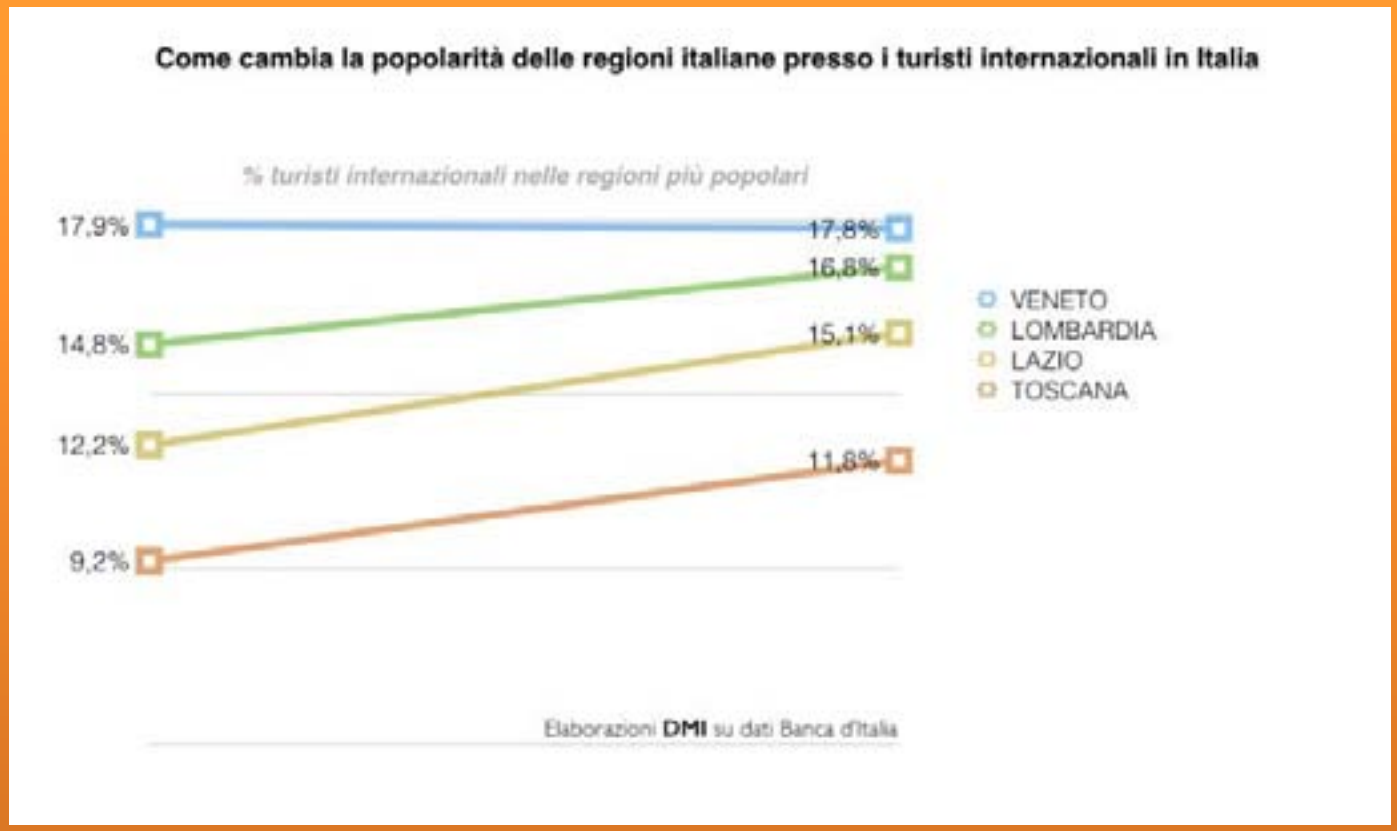
- Borghi Autentici d'Italia
- Parco Archeologico
- Terme con Centro Benessere
- Terme
- Porto Turistico
- Enoteca
- Parco Acquatico
- Parco Avventura Divertimento
- Bike Park
- Impianti Sciistici
- Città Unesco
- Centro Iat
- Punto Iat

## QUALI SONO LE REGIONI ITALIANE PIU' POPOLARI PER I TURISTI INTERNAZIONALI?

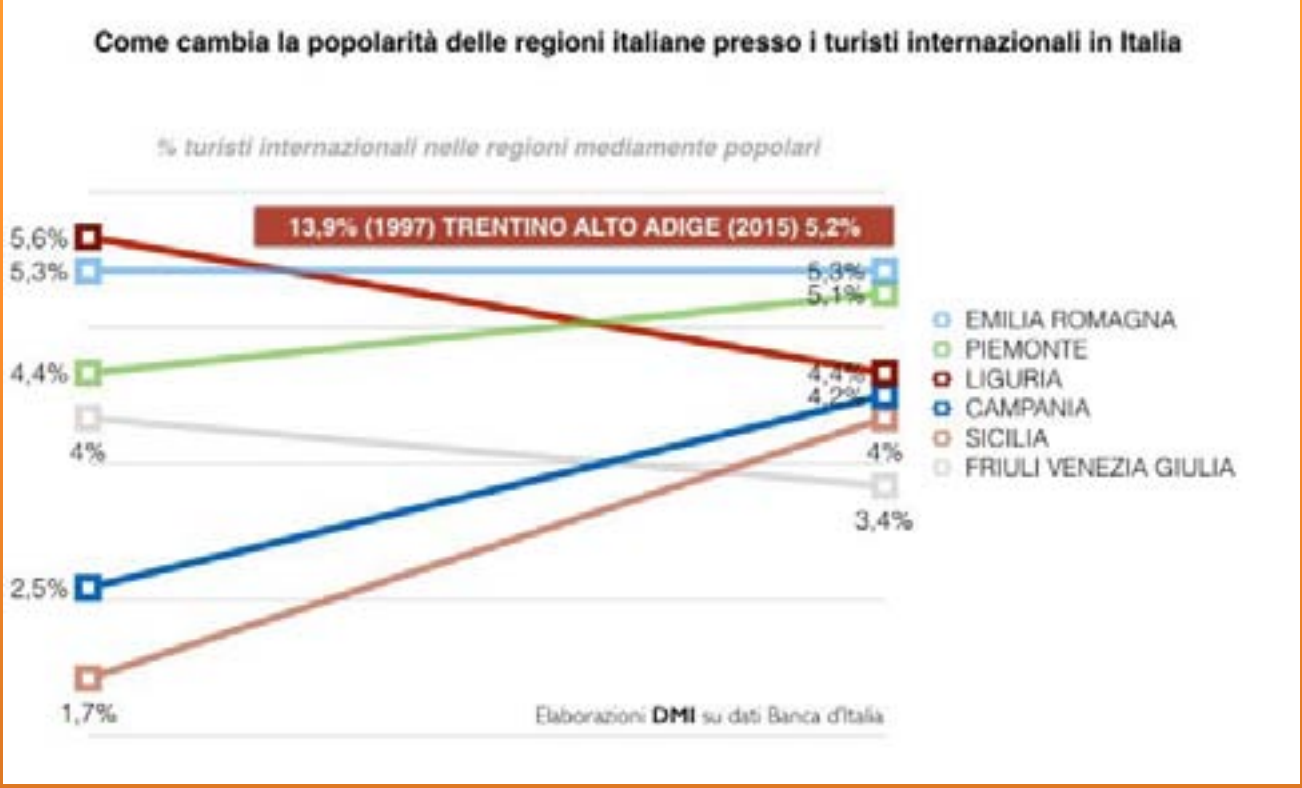
Come cambia la popolarità delle regioni italiane presso i turisti internazionali in Italia

| *Trend dal 1997 al 2015* | **Molto popolari** *2015* | **Mediamente popolari** *2015* | **Poco popolari** *2015* |
|---|---|---|---|
| **in crescita di popolarità** | Lombardia<br>Lazio<br>Toscana | Piemonte<br>Campania<br>Sicilia | Sardegna<br>Valle d' Aosta |
| **popolarità stabile** | Veneto | Emilia-Romagna | Basilicata<br>Molise |
| **in diminuzione di popolarità** | | Liguria<br>FVG | Puglia<br>Marche<br>Umbria<br>Abruzzi<br>Calabria |
| **in crisi di popolarità** | | TAA | |

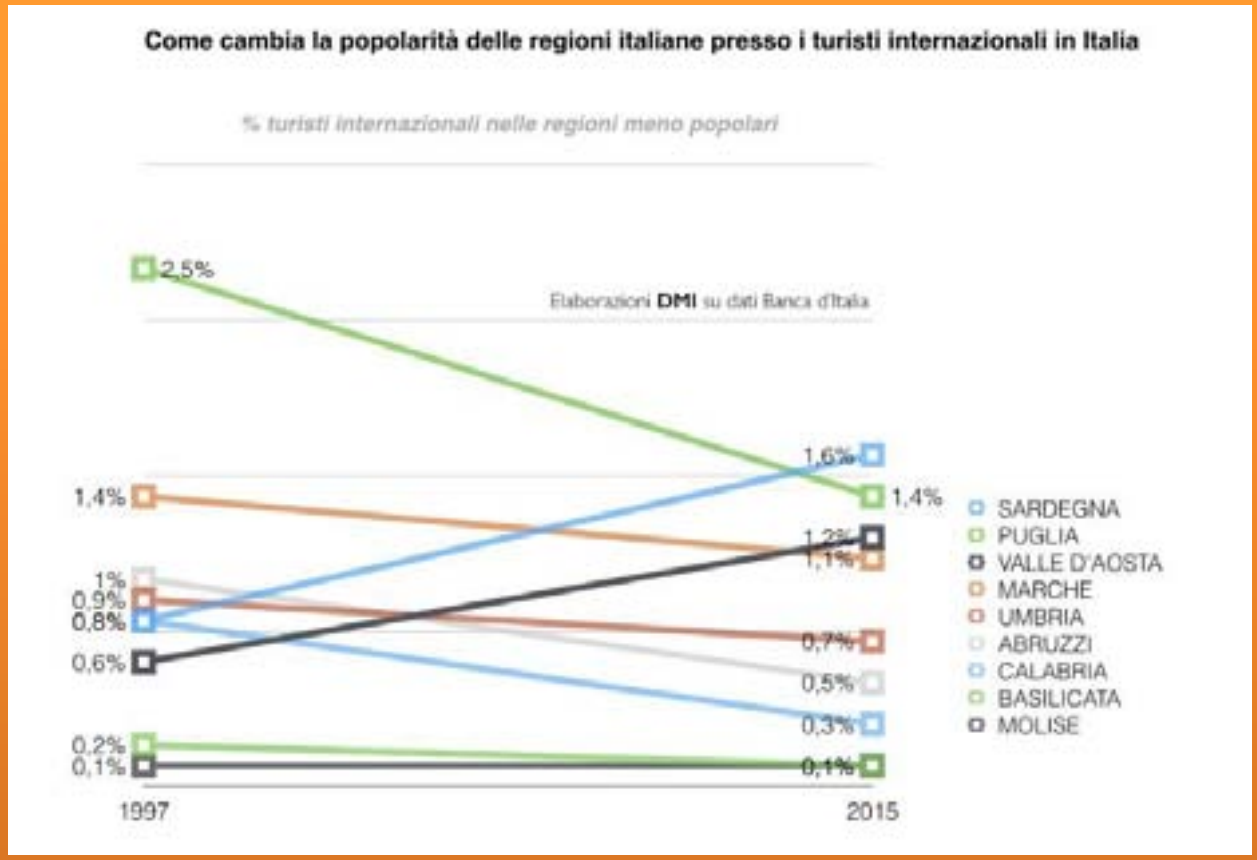
## QUALI SONO LE REGIONI ITALIANE PIU' POPOLARI PER I TURISTI INTERNAZIONALI?



## QUALI SONO LE REGIONI ITALIANE PIU' POPOLARI PER I TURISTI INTERNAZIONALI?



## QUALI SONO LE REGIONI ITALIANE PIU' POPOLARI PER I TURISTI INTERNAZIONALI?



## Confronto Arrivi  e presenze 2015

| Territorio | Arrivi 2015 | Presenze 2015 | Variazione % arrivi rispetto al 2014 | Variazione % Presenze rispetto al 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Marche | 2.382.579 | 12.715.990 | + 22 % | + 26% |
| Provincia Ascoli Piceno | 381.683 | 2.106.742 | + 10,16% | + 9,18% |
| Ascoli Piceno | 47.748 | 183.767 | + 1,2% | + 19,3% |

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

# CAPACITA' RICETTIVA DI ASCOLI PICENO

| Tipo di strutture ricettive | Numero | Posti letto |
|---|---|---|
| | | |
| Alberghi 4 stelle | 3 | 132 |
| Alberghi 3 stelle | 3 | 157 |
| Alberghi 2 stelle | 3 | 154 |
| Residenze turistiche alberghiere | 1 | 17 |
| Agriturismi e Country House | 9 | 132 |
| Bed & Breakfast | 89 | 384 |
| Ostelli | 2 | 70 |
| Rifugi Escursionistico | 1 | 15 |
| Affittacamere e Case e appartamenti per vacanze | 5 | 73 |
| Case per Ferie | 6 | 306 |
| Appartamenti Ammobiliati | 10 | 33 |
| | 132 | 1.473 |

**TOTALE STRUTTURE RICETTIVE : 132**

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

## Analisi flussi per Ascoli Piceno

- Si rileva che i principali paesi di provenienza dei turisti stranieri sono Germania, Regno Unito, Stati Uniti e Francia.
- Si rileva inoltre che le principali regioni di provenienza dei turisti italiani sono Lombardia, Umbria, Emilia Romagna.

### Estero

| Paesi esteri | ARRIVI 2015 | PRESENZE 2015 |
|---|---|---|
| Germania | 1015 | 7523 |
| Regno Unito | 716 | 8153 |
| Stati Uniti D'America | 688 | 17214 |
| Francia | 648 | 4242 |

### Italia

| Regione | Arrivi | Presenze |
|---|---|---|
| Lombardia | 4955 | 10354 |
| Umbria | 4266 | 18883 |
| Emilia Romagna | 3465 | 6697 |

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

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

**STRUMENTI NORMATIVI e OPERATIVI X IL FUTURO**

Piano Strategico Triennale del Turismo

**DA n. 13/2015**

Programma Operativo annuale del Turismo 2016

**DGR n. 1211 del 30/ 12/2015**

**FONDI**

Fondi statali per **sistema informativo del turista**

Nuovi fondi statali da economie nazionali **Progetti di eccellenza**

Fondi regionali: Bilancio di previsione 2016 (in approvazione dalla Giunta)

Fondi europei: Fondi POR FESR 2014-2020

Fondi POR FEASR 2014-2020 in piccola parte x il turismo

Altri fondi europei: progetti IPA

Fondi Europei POR FESR 2007 2013

*In corso progetto unitario dei 6 GAL delle Marche con la Regione di PROMOZIONE del brand #ruralmarche*

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

**Fondi europei: POR FESR 2014 2020 – Gestione diretta Servizio Turismo**

**DGR 1143 del 21/12/2015**

*Riqualificazione strutture ricettive nell'ottica destination marketing regionale*
*Promozione dei cluster e dei network*

*Promocommercializzazione con operatori OTIM CATIM e strutture aderenti DMS*
*Interventi per Eventi, cicloturismo, Terme,Cammini lauretani, francescani e del Monachesimo*
*Focus Aree interne*

**Fondi europei POR FEASR 2014/2020-Gestione diretta Servizio Agricoltura**

*diverse misure sono destinate al Turismo: agriturismi, qualificazione centri rurali, promocommercializzazione*
*Tavolo tecnico intersettoriale regionale per sinergie in fase programmatoria*
*cultura/ turismo/ agricoltura*

**Fondi Europei POR FEASR 2014 2020 Gestione diretta**

**SEI GAL delle Marche-Misura 19**

GAL Colli Esini San Vicino, GAL Fermano, GAL Flaminia Cesano, GAL Montefeltro Sviluppo

GAL Piceno, GAL Sibilla

*Lavoreranno per bandi sui territori e la programmazione sarà in linea con il Piano Triennale del Turismo*

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

# INTERVENTI POR FESR 2014-2020 - SETTORE TURISMO

| Asse | Importo totale per asse | Azione | Intervento | Importo al 23/11/15 | Note |
|---|---|---|---|---|---|
| Asse 3 - Promuovere la competitività delle piccole e medie imprese | € 67.812.424,00 | 8.2 - Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell'offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica ed organizzativa | **Sostegno imprese turistiche** "Finanziamento delle piccole e medie imprese per il miglioramento della qualità e sostenibilità, efficienza energetica e innovazione tecnologica delle strutture ricettive" | 3.523.912,41 | **Bando in uscita entro estate 2016 x strutture ricettive: tutte tranne agriturismi ( bandi POR FEASR – PSR 201472020) e B& B.** |
| Asse 6 - Tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse | € 32.624.964,00 | 17.1 - Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche | **#destinazionemarche - The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing**<br>Azione n. 1 Analisi dei mercati e dei flussi turistici Azione n.2 Comunicazione off line<br>Azione n.3 Sistema digitale integrato #destinazionemarche<br>Azione n. 4 #destinazionemarche: la promozione del brand con eventi e itinerari | 6.184.728,73 | **Fondi destinati alla promozione della destinazione e delle strutture che aderiscono a DMS e fanno offerte, network turistici, e pacchetti vacanza dei TO Marche** |

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

| Asse | Importo totale per asse | Azione | Intervento | | Importo al 23/11/15 | Note |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Segue Asse 6 | | | **#destinazionemarche – Cineturismo** | | 3.800.000,00 | **Sostegno a produzioni e attività promozionali. I comuni possono interagire con Regione per costruire un percorso** |
| | | | **“Valorizzazione turistica dei cluster attraverso interventi ed eventi di qualificazione dei prodotti e dei territori”** | “Cluster parchi e Natura attiva – Reti ed itinerari sul territorio" | 2.152.749,00 | **Parco Nazionale dei Monti Sibillini e Parco Nazionale dei Monti della Laga** |
| | | | | “Cluster Spiritualità e Meditazione –Il turismo religioso nelle Marche: reti ed itinerari sul territorio” | 1.933.826,24 | |
| | | | | “Network turistico della Regione Marche Terme e Benessere - Valorizzazione delle risorse termali e rilancio del settore nella Regione Marche” | 802.720,33 | **Acquasanta Terme** |
| | | | | “ La qualità delle strutture e | 839.207,61 | **Fondi per le** |

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

# FONDI POR – FEASR 2014 - 2020

| Misura | Azione | Comuni e aree interessate |
|---|---|---|
| 6.4 - Sostegno a investimenti nella creazione e nello sviluppo di attività extra-agricole<br>**OPERAZIONE A)**<br>**Previsti circa 20 mln di euro** | ***Azione 1 – Agriturismo*** sviluppo di attività non agricole nel settore dell'agriturismo | **Si applica ai comuni ricompresi nelle aree D, C3, C2, C1. Bando scaduto il 29 aprile 2016. € 1.500.000, 00. Sono compresi tra i comuni area D: Acquasanta Terme, Arquata del Tronto, Comunanza, Montegallo, Montemonaco, Roccafluvione.**<br>**Area C3: Appignano del Tronto, Castignano, Force, Montedinove, Palmiano, Rotella, Venarotta.**<br>**Area C2: Acquaviva Picena, Carassai, Castorano, Cossignano, Cupra Marittima, Massignano, Montalto delle Marche, Montefiore dell'Aso, Offida, Ripatransone.**<br>**Area C1: Castel di Lama, Colli del Tronto, Folignano, Grottammare, Maltignano, Monsampolo del Tronto, Monteprandone, San Benedetto del Tronto, Spinetoli.** |
| WWW.turismo.marche.it | AREA TRADE e BANDI<br><br>AREA COMMUNITY PER ISCRIVERSI a DMS | |

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

# FONDI POR – FESR e FONDI POR –FSE 2014 – 2020
# STRATEGIE INTEGRATE DI SVILUPPO URBANO (ITI URBANI)

| Interventi | Azioni | Comune |
|---|---|---|
| I comuni dovranno selezionare specifici ambiti di intervento orientati a incentivare reti comunali e di tipo funzionale, in linea con le potenzialità/i problemi della propria città, individuando azioni integrate afferenti a due o più dei seguenti driver di sviluppo previsti dall'Agenda Urbana nazionale. | 1. Ridisegno e la modernizzazione dei servizi urbani per i residenti e gli utilizzatori delle città attraverso azioni di mobilità e logistica sostenibile e interventi sul risparmio energetico e fonti rinnovabili; | **Ascoli Piceno** |
| | 2. Rafforzamento della capacità delle città di potenziare segmenti locali pregiati di filiere produttive globali attraverso azioni volte ad attrarre l'insediamento di nuove imprese in particolare ad alta intensità di conoscenza; | |
| | 3. Tutela dell'ambiente e la valorizzazione delle risorse culturali e ambientali con azioni volte a recuperare, valorizzare e rifunzionalizzare il patrimonio storico e architettonico e rafforzare il ruolo delle città marchigiane come destinazioni turistiche. | |

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

## Criticità:

- **Frammentazione dell'offerta turistica che risulta disaggregata**
- **Mancanza di un brand forte e riconosciuto**
- **Frequente sovrapposizione di ruoli**
- **Episodicità di eventi**
- **Scarsa qualificazione della ricettività alberghiera e dei Servizi al turista**

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

## Punti di Forza:

- **Stile di vita**
- **Dimensione urbana: Ascoli salotto buono delle Marche e del Centro Italia**
- **Completezza dell'offerta:**

a) **TURISMO CULTURALE – Civiltà picena (Centro Studi Piceni) e vocazione archeologica, Crivelli e i Crivelleschi, Giostra della Quintana**

b) **TURISMO AMBIENTALE – I percorsi della Salaria, I Monti Sibillini (la Provenza d'Italia: Sibilla, Guerrin Meschino, i Fraticelli, Lago di Pilato, ecc….), i Parchi Nazionali (Monti Sibillini e Monti della Laga)**

c) **TURISMO RELIGIOSO E DI MEDITAZIONE – Le terre di Farfa (Benedettini), I cammini francescani**

d) **TURISMO ENOGASTRONOMICO – Olive ascolane, vino, cucina tradizionale**

e) **TURISMO BLU – San Benedetto, Grottammare, Riviera delle Palme**

f) **TURISMO DEI BORGHI – Offida, Grottammare**

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

## PROMOZIONE

- **Necessità di costruire un BRAND PICENO, inteso come prodotto, che abbia in Ascoli e San Benedetto del Tronto i capisaldi dell'offerta;**
- **Inserimento del BRAND PICENO come asset nell'offerta complessiva del brand Marche;**
- **Elaborazione di un piano di marketing mirato per l'estero;**
- **Destagionalizzazione attraverso la costruzione di un prodotto di pochi giorni che faccia riferimento ad un'offerta turistica di medio-alto livello.**

## ACCOGLIENZA

- **Riqualificare i servizi di accoglienza in modo integrato (ospitalità, trasferimenti, informativa, organizzazione di eventi ecc.).**

## DIMENSIONE INTERNAZIONALE DELLA CITTA'

**Riconoscimento Unesco «Ascoli. Città del Travertino». Come Urbino rappresenta la culla del Rinascimento, così Ascoli può candidarsi a diventare culla del Medioevo attraverso il riconoscimento Unesco.**

**Urbino già città Unesco rappresenta la Porta di Accesso Nord delle Marche, mentre Ascoli Piceno potrebbe essere a tutti gli effetti, la Porta di Accesso Sud.**

**Club Esclusivo «Ascoli» della Messe di Francoforte.**

# SI PUO' DARE DI PIU'!!

*Ma se afferri un'idea*
*che ti apre la via*
*e la tieni con te*
*o ne segui la scia*
*risalendo vedrai*
*quanti cadono giù*
*e per loro tu puoi*
*dare di più.*

REGIONE MARCHE
www.turismo.marche.it

**Regione Marche**

*Servizio Attività Produttive, Lavoro, Turismo, Cultura e Internazionalizzazione*

*Dirigente: Raimondo Orsetti*

PF Turismo Commercio e Tutela dei consumatori

Dirigente: Pietro Talarico

*www.turismo.marche.it*

*www.destinazionemarche.it*

*eventi.turismo.marche.it*

*marcheadvisor.marche.it*