

Vitruvio, Polacco (Confcommercio): “È la nostra Grande Bellezza, sulla Basilica dobbiamo costruire un brand internazionale”

“Dopo la scoperta della Basilica dobbiamo anche noi essere bravi ‘architetti’ e costruire un brand internazionale. Fano, la città di Vitruvio, è un racconto potente”. Sono le parole di Massimiliano Polacco, direttore di Confcommercio Marche, intervenuto a nome di Federalberghi Confcommercio, la più grande rete di imprese del turismo italiano, ma anche di tutte le attività che possono avere ricadute dal movimento turistico: pubblici esercizi, commercio, servizi. L’occasione è stata data da “Itinerario della bellezza e Vitruvio, il turismo in rete”, incontro organizzato da Confcommercio Pesaro Urbino, ieri pomeriggio a Fano, e dedicato proprio alle strategie turistiche da adottare dopo il ritrovamento archeologico di portata mondiale. “Straordinario non solo per archeologi e studiosi – aggiunge il Direttore - ma un evento che può cambiare il posizionamento turistico di questo territorio. Il turismo contemporaneo, infatti, vuole destinazioni che hanno storie forti da raccontare e qui noi abbiamo l’unicità dell’opera realizzata dall’architetto che con le sue idee ha influenzato il Rinascimento italiano, prima, e l’architettura mondiale, poi”.

Il ragionamento poggia sui dati del rapporto Dataur di marzo 2026, elaborato da Federalberghi: nel 2025 le presenze turistiche negli esercizi ricettivi italiani sono cresciute del 2,3%, soprattutto grazie alla componente internazionale: pressoché stabili le presenze dei turisti italiani, +4,3% quelle degli stranieri, mentre oltre il 52% delle presenze negli alberghi italiani è rappresentato da turisti stranieri. “Il futuro delle destinazioni turistiche italiane dipenderà sempre di più dalla capacità di attrarre visitatori internazionali – evidenzia Polacco - e Vitruvio è esattamente il tipo di storia che parla a questo pubblico. Non un personaggio locale, ma la figura centrale della cultura occidentale con opere studiate nelle facoltà di architettura di tutto il mondo. Oggi Fano possiede qualcosa di rarissimo nel turismo culturale: un nome universale associato a un luogo reale”.

Secondo Confcommercio si tratta, dunque, un’occasione da non perdere anche per destagionalizzare e trasformare Fano da destinazione balneare di qualità a meta culturale riconosciuta a livello internazionale, capace di attrarre turismo culturale, accademico e archeologico. “Tuttavia non basta una scoperta da sola a generare turismo – aggiunge Polacco – si crea un potenziale, certo, ma tutto ciò deve essere organizzato attraverso una strategia, una visione e un sistema di imprese preparato ad accogliere nuovi flussi di visitatori. Siamo di fronte a un turismo esigente e noi oggi abbiamo la nostra “Grande Bellezza”. In questo contesto diventa strategico il ruolo di Federalberghi per supportare le imprese con formazione, innovazione, strumenti digitali e accesso alle politiche turistiche, aiutandole ad affrontare le rapide trasformazioni del mercato, segnato dalla digitalizzazione e dalle nuove modalità di prenotazione”.