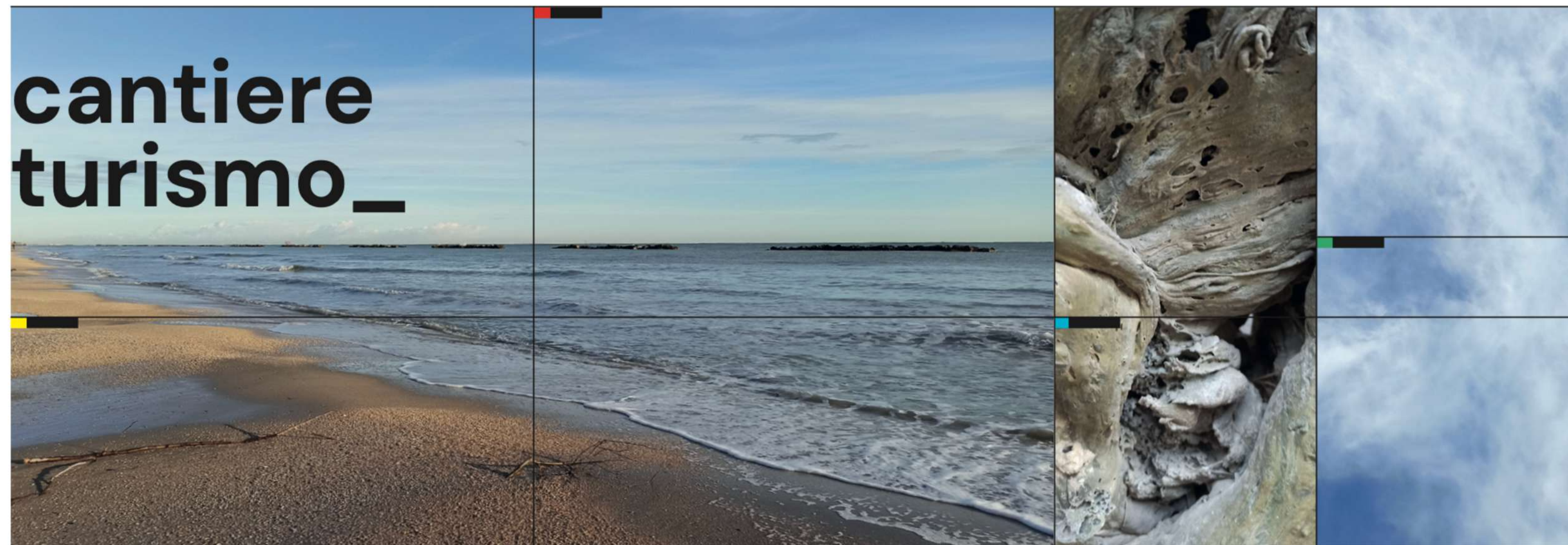


## > Restituzione interviste empatiche

>>>

UN FUTURO DA SCRIVERE INSIEME



>>>>



## 01. Identità

### > Interviste empatiche

Le interviste empatiche hanno rappresentato un passaggio chiave del processo di analisi del territorio, consentendo di approfondire le dinamiche territoriali attraverso un confronto diretto con gli attori locali più rappresentativi. Questo ha permesso di raccogliere non solo informazioni fattuali, ma anche percezioni, emozioni e prospettive legate allo sviluppo turistico futuro del territorio.



## Metodologia

Le interviste **condotte il 19, 20 e 21 novembre 2024** hanno coinvolto i **rappresentanti dei sei Comuni della costa fermana, insieme ai principali stakeholder ed enti di categoria**, per un totale di 16 partecipanti. La selezione degli intervistati è stata svolta assicurando il coinvolgimento di soggetti con un ruolo attivo nella governance turistica, nella promozione del territorio e nella gestione dell'offerta locale.

Gli incontri si sono svolti in modalità individuale, favorendo un confronto diretto e approfondito. Ogni intervista è stata condotta sulla base di una traccia strutturata, con domande mirate ad approfondire aspetti chiave quali il posizionamento del brand territoriale, l'integrazione tra costa ed entroterra, le strategie di governance e le necessità di collaborazione tra operatori e istituzioni.

L'**approccio empatico** adottato ha consentito di far emergere elementi difficilmente rilevabili con strumenti di ricerca più tradizionali. Questa metodologia ha permesso di individuare esigenze concrete, analizzare criticità e raccogliere visioni strategiche utili alla definizione di un'identità turistica chiara e condivisa per la destinazione.

## Stakeholder intervistati

Guliana Porrà - **Comune di Altidona**

Sandro Ciotti - **Comune di Altidona**

Marco Morgera - **Comune di Altidona**

Sara Galosi - **Comune di Altidona**

Mirko Poggi - **Comune di Campofilone**

Annalisa Cerretani - **Comune di Fermo**

Giuseppe Galasso - **Comune di Pedaso**

Giampiero Marcattili - **Comune di Porto San  
Giorgio**

Elisa Torresi - **Comune Porto Sant'Elpidio**

Francesco Giuseppe Pacini - **Comune Porto  
Sant'Elpidio**

Davis Alesi - **Associazione B&B del fermano**

Gianluca Vecchi - **ATAF**

Luca Pezzani - **Marca Fermana**

Giamaica Brilli **Marca Fermana**

Romano Montagnoli - **SIB-FIPE Confcommercio**

Daniele Gatti - **Villaggi Marche**



## Temi rilevanti

Profilazione domanda

Identità territoriale e posizionamento

Mobilità e infrastrutture

Governance e cooperazione

Valorizzazione risorse locali

Distribuzione e gestione dei flussi

## Profilazione domanda

### Turismo prevalente

- La domanda turistica è composta principalmente da **famiglie con bambini**, pendolari del weekend e utenti stagionali proprietari di seconde case. **Prevalgono le famiglie italiane provenienti dal Nord Italia** (Lombardia, Veneto, Trentino-Alto Adige). La **componente straniera**, seppur **minoritaria**, include principalmente olandesi, tedeschi, belgi e polacchi.
- Il Centro Internazionale del Cammino Neocatecumenale di Porto San Giorgio rappresenta una risorsa distintiva per la domanda turistica.

### Tipologia di soggiorno

- **Elevata occupazione per i villaggi turistici e crescente ricorso agli appartamenti ad uso turistico.**
- Specie gli stranieri, come olandesi e tedeschi, soggiornano in campeggi o seconde case e **interagiscono poco con il territorio.**
- **I turisti si orientano soprattutto verso la classica vacanza balneare** e, per coloro che soggiornano in villaggi turistici o campeggi, la maggior parte delle attività si svolge all'interno delle strutture.

### Tempo e periodo di permanenza

- Le famiglie soggiornano in destinazione soprattutto nei mesi estivi, **in concomitanza con la chiusura delle scuole.** La durata media dei loro soggiorni è di 14 notti. Le coppie e i pensionati, invece, rappresentano una quota significativa di visitatori anche durante la bassa stagione, in particolare a giugno, settembre e ottobre, con soggiorni di durata più breve, mediamente tra i 3 e i 5 giorni.
- **I neocatecumeni pernottano in destinazione anche durante i periodi di bassa stagione**, soggiornando sul territorio in relazione alle attività organizzate dal Centro Neocatecumenale.

## Identità territoriale e posizionamento

### Aspetti positivi

- Varietà dell'offerta: **combinazione di mare, borghi, centri storici, collina e montagna, con distanze facilmente percorribili** (50 minuti dalla costa alla montagna).
- **Ospitalità e qualità della vita elevate**, con costi più contenuti rispetto a destinazioni concorrenti.

### Criticità rilevate

- **Assenza di un brand unificante per la costa fermana, che risulta frammentata sia a livello promozionale che di sviluppo territoriale.**
- **Concorrenza** con due brand consolidati e noti (**Riviera del Conero e Riviera delle Palme**), che relegano i comuni costieri del fermano in una posizione di minor visibilità.
- Mancanza di strategie di comunicazione integrate, con **iniziative spesso sconnesse e disorganiche.**
- **Scarsa attrattività per i mercati internazionali** anche a causa di strategie di marketing limitate.

### Proposte

- Ideare un'identità territoriale forte e condivisa **che integri le eccellenze balneari con quelle culturali ed enogastronomiche dell'entroterra.**
- Sviluppare una narrazione che evidenzii qualità della vita, genuinità del territorio e varietà paesaggistica (ad esempio valorizzando la vicinanza ai Monti Sibillini).
- Superare frammentazione e campanilismo con un modello organizzativo di posizionamento ispirato alle esperienze di successo nei tratti di costa limitrofi (Riviera del Conero e Riviera delle Palme).
- Promuovere il patrimonio enogastronomico e culturale con eventi mirati e iniziative promozionali, anche a livello internazionale.

## Mobilità e infrastrutture

### Aspetti positivi

- Investimenti in infrastrutture per la **fruizione del territorio in bicicletta**, come la presenza della ciclabile lungo la costa.
- Riqualficazioni infrastrutturali delle opere pubbliche in corso.
- Collaborazioni attive con campeggi per migliorare l'accesso e l'utilizzo delle piste ciclabili.

### Criticità rilevate

- **Mobilità interna ed esterna insufficiente:** trasporti pubblici carenti, strade inadeguate e mancanza di collegamenti diretti con aeroporti vicini (Pescara e Ancona).
- Disponibilità di posti letto non adeguata a garantire una copertura continuativa durante tutto l'anno.
- Strutture ricettive in gran parte realizzate tra gli anni '70 e '90, caratterizzate da un livello di ammodernamento limitato.
- Disomogeneità territoriale tra i comuni della costa, con differenze significative a livello strutturale.
- Disconnessione di alcuni tratti della ciclabile della costa, che non consente il collegamento tra tutti i comuni costieri.

### Proposte

- Promuovere convenzioni tra le compagnie ferroviarie e gli stabilimenti balneari o altri operatori del territorio, incentivando i viaggiatori a fermarsi nella destinazione (valorizzando la peculiarità della linea ferroviaria che corre in prossimità delle spiagge).
- Rafforzare i collegamenti con gli aeroporti regionali.
- Attivare servizi di bus navetta gratuiti per eventi principali e migliorare i collegamenti tra i comuni.
- Attrarre investitori per ammodernare le strutture ricettive e diversificare i servizi offerti.
- Ampliare e valorizzare la rete ciclabile, anche attraverso il collegamento dei tratti sconnessi, rendendo il territorio più fruibile per i turisti outdoor.
- Riqualficare spazi obsoleti o sottoutilizzati, valorizzandoli per diventare aree dedicate a eventi o spazi fruibili dalla comunità e dai turisti.



## Governance e cooperazione

### Aspetti positivi

- Protocollo d'intesa siglato tra i sei Comuni della costa per migliorare la sinergia e promuovere progetti comuni.
- Iniziative di collaborazione e progettualità con la Valle dell'Aso, a cui appartengono tre dei sei Comuni della costa fermana.
- **Visione futura condivisa di superare i confini amministrativi e creare una continuità territoriale nella strutturazione del prodotto turistico e nelle iniziative di promozione.**

### Criticità rilevate

- **La frammentazione territoriale, le logiche campanilistiche e la divergenza di interessi tra la componente pubblica e privata ostacolano lo sviluppo di una strategia turistica integrata.**
- Applicazione e gestione disomogenea della tassa di soggiorno.
- **Tentativi precedenti** di creare una governance unitaria tra i Comuni del Fermano risultati **poco efficaci.**

### Proposte

- Creare un modello di governance simile a quello della Riviera del Conero, capace di generare valore per tutte le realtà locali.
- **Rafforzare il coordinamento tra i comuni per sviluppare una visione unitaria e superare la frammentazione attuale.**
- Istituire una **DMC** (Destination Management Company) per gestire e promuovere in maniera integrata l'offerta turistica dell'intero territorio.
- **Promuovere la cooperazione tra costa ed entroterra, per sviluppare prodotti turistici integrati.**
- Sensibilizzare e coinvolgere gli operatori turistici e le associazioni locali per la creazione di nuovi prodotti e attrattive.
- Investire in formazione per gli operatori turistici, al fine di migliorare la qualità dell'accoglienza.
- Uniformare la tassa di soggiorno tra i comuni e promuovere una governance territoriale più coesa e trasparente.

## Valorizzazione risorse locali

### Aspetti positivi

- Cinque comuni su sei della costa fermana vantano la Bandiera Blu. Campofilone ha avviato l'iter per ottenerla.
- **L'offerta turistica risulta adeguata per le famiglie, con la presenza di villaggi organizzati e acque basse ideali per i bambini.**
- Organizzazione di eventi che promuovono l'enogastronomia locale e le tradizioni storiche.
- Punti di interesse culturali di pregio impiegati anche come location eventi.
- **Forte presenza di teatri e palinsesti teatrali in tutti i comuni della costa fermana.**
- **Paesaggi vari e suggestivi che spaziano dal mare alle colline fino alla montagna.**
- Presenza di aziende agricole attive nella valorizzazione dei prodotti locali.

### Criticità rilevate

- Limitata specializzazione dell'offerta per rispondere alle esigenze di target con bisogni specifici come viaggiatori che richiedono servizi pet friendly o con disabilità motorie.
- **Mancanza di una cornice strategica che integri e valorizzi l'intero sistema turistico del territorio.**
- Limitata capacità di promuovere il turismo lento e sostenibile in maniera strutturata, nonostante le risorse disponibili e gli investimenti effettuati.

### Proposte

- **Promuovere il turismo lento e sostenibile, con focus su esperienze enogastronomiche, naturalistiche e outdoor.**
- Incentivare le collaborazioni con le aziende agricole per sviluppare progetti che combinino la valorizzazione dei prodotti locali con la promozione del territorio.

## Distribuzione e gestione dei flussi

### Aspetti positivi

- Presenza del **Centro Internazionale del Cammino Neocatecumenale di Porto San Giorgio** che, con i suoi fedeli, rappresenta una risorsa per generare flussi turistici consistenti anche durante i periodi di bassa stagione.
- Prossimità al **distretto manifatturiero di calzature e abbigliamento e agli outlet di Sant'Elpidio al Mare**.
- Introduzione di applicazioni mobile per la condivisione di ombrelloni e lettini.

### Criticità rilevate

- **Flusso turistico concentrato nei mesi estivi.**
- **Assenza di una rete di accoglienza strutturata che garantisca esperienze di visita fruibili durante tutto l'anno.**

### Proposte

- Estendere la durata della stagione balneare con aperture anticipate e chiusure posticipate degli stabilimenti balneari e dei villaggi turistici agevolando l'iniziativa attraverso politiche normative favorevoli per gli operatori.
- Sviluppare un sistema di collaborazione tra comuni, agenzie di incoming e strutture ricettive affinché siano creati e promossi pacchetti esperienziali che integrino l'offerta costiera con quella dell'entroterra.
- **Sfruttare la connessione tra il mare e l'entroterra con itinerari che attraggano un pubblico diversificato.**
- Creare eventi ricorrenti con un richiamo nazionale o internazionale per generare flussi turistici anche nei periodi di bassa stagione.
- Lavorare allo sviluppo e all'integrazione di nuovi segmenti di offerta quali il turismo dello shopping, outdoor/naturalistico, culturale.

# I PROSSIMI PASSI.

## FOCUS GROUP



14-15 Gennaio

## INCONTRI DI CO-PROGETTAZIONE



### LABORATORIO 1

Mappatura partecipata delle risorse

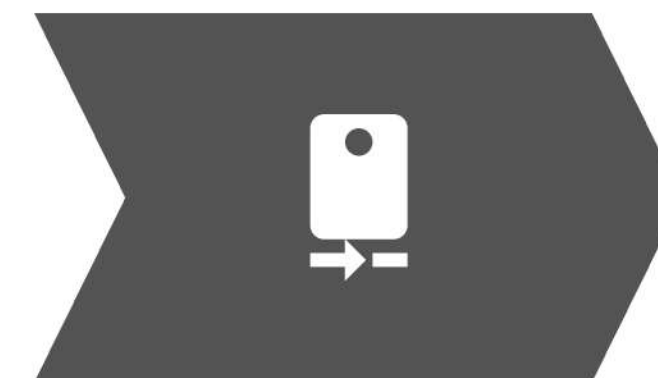
17 Febbraio



### LABORATORIO 2

Scenari futuri per il territorio

25 Febbraio



### LABORATORIO 3

Creazione della visione condivisa

13 Marzo