

Piano di Marketing Urbano per il Centro storico di ASCOLI PICENO



L'OFFERTA E LE ABITUDINI DI ACQUISTO

Luglio 2002

Schema del percorso del Piano di Marketing Urbano





Quadro socio-demografico (ambito provinciale)

Il turismo: Dati statistici e Ascoli città d'arte



L'offerta del centro storico: analisi quantitativa e qualitativa



Comportamenti e abitudini di acquisto: interviste ai frequentatori e ai residenti

Il turismo



Le risorse:
Fisionomia architettonica particolare (Travertino)

Storia locale

Organizzazione della cultura

Gastronomia tipica, artigianato, gli eventi
(Giostra della Quintana)





Gli obiettivi di valorizzazione

Aumentare le performance legate al settore
Standard di qualità degli spazi urbani e del
sistema dell'offerta

Trasformazione dell'escursionista in turista

Eventi (opportunità e comunicazione)

Programmazione e comunicazione delle iniziative

Sinergie negli eventi (offerta turistica,
ristorazione, offerta commerciale, dotazione
recettiva)



L'offerta del centro storico



All'interno del centro storico: circa **600** esercizi commerciali: **il 52%** del comune; la concentrazione elevata soprattutto per il settore non alimentare (**59%**); per l'alimentare è limitata al 30%. Il dato che si riferisce ai pubblici esercizi è del **38%**.

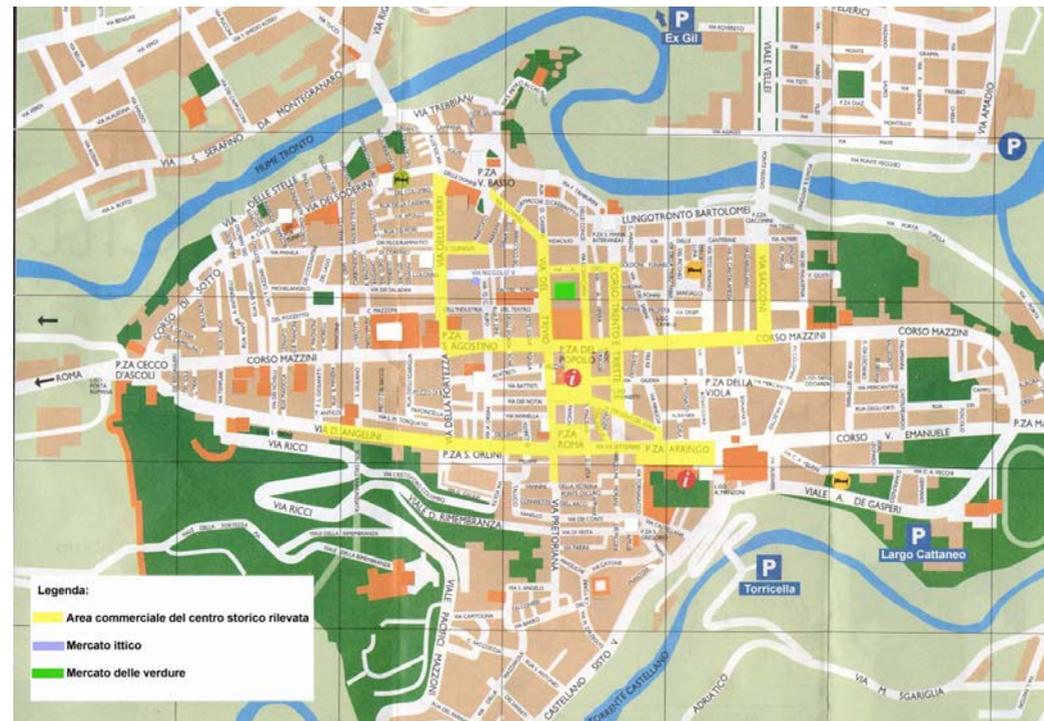
<i>Concentrazione rete centro storico su totale comune - confronti</i>						
	<i>Brescia</i>	<i>Mantova</i>	<i>Parma</i>	<i>L'Aquila</i>	<i>Bassano</i>	<i>Ascoli</i>
Esercizi commerciali	39%	59%	40%	52%	49%	52%
Pubblici esercizi	34%	62%	-	-	33%	38%
Popolazione	11%	31%	13%	20%	13%	14%

Il quadro quantitativo è completato dalla presenza del **mercato su aree pubbliche** che si svolge il mercoledì e il sabato e dal mercato giornaliero alimentare nel Chostro San Francesco + mercato ittico

L'area a vocazione commerciale



L'area centrale comprende oltre **350 attività** di cui: il 66% sono attività commerciali, 15% artigianato artistico o di servizio, 10% pubblici esercizi



Caratteristiche di sistema dove è chiara la specializzazione commerciale

Le caratteristiche dell'offerta



Sistema commerciale fondato sullo shopping di beni per la persona (il 36% degli esercizi commerciali è di abbigliamento/calzature): target medio



Le caratteristiche dell'offerta



L'area shopping si sviluppa su diversi assi commerciali (Corso Mazzini, Corso Trento Trieste, Via del Trivio, Via XX Settembre-Piazza Roma) collegati in gran parte alla Piazza del Popolo dove vi è anche l'epicentro dell'area a vocazione turistica



Le caratteristiche dell'offerta



Via D'Ancaria presenta una specializzazione nel settore alimentare in sinergia con i banchi collocati nel Chiostro San Francesco



Le caratteristiche dell'offerta



Alcune vie presentano una vocazione alle attività artigiane: Via Pretoriana e Via Delle Torri



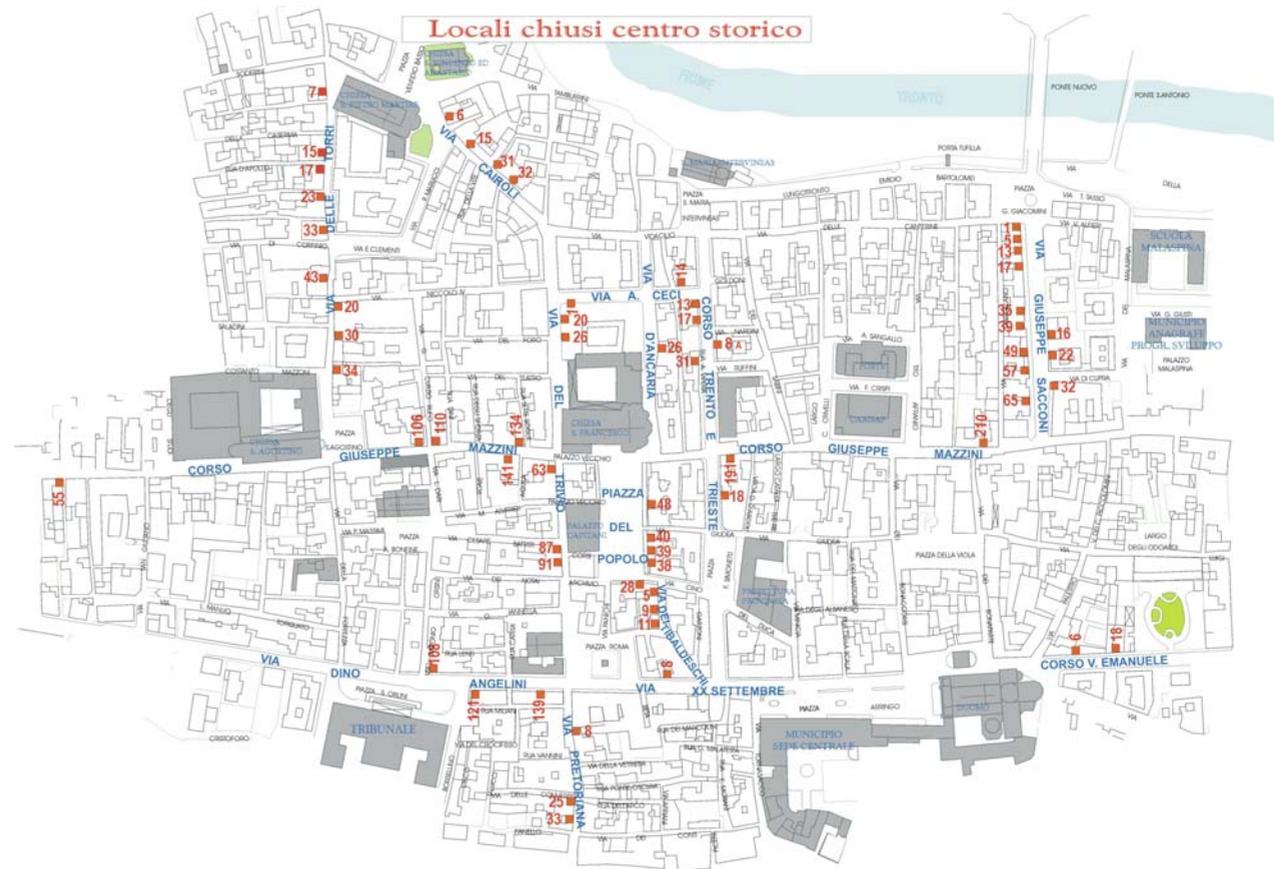
Le criticità dell'offerta



La presenza di molti locali "chiusi" (rilevati 63) indica crisi del commercio e turn over delle attività in centro

In particolare in
Via Sacconi e Via
Delle Torri

Ma anche nell'area
centrale



Le criticità dell'offerta



Negozi chiusi



Le criticità dell'offerta



Alcune vie "soffrono" del traffico di attraversamento del centro



Le criticità dell'offerta



Alcune vie sono lontane dai percorsi commerciali principali



Le criticità dell'offerta



Disomogeneità in termini di immagine dell'offerta commerciale, (carenze nella comunicazione di insieme)



Le criticità dell'offerta



Presenza accentuata di serrande del tipo "cieco" che costituiscono interruzioni per i frequentatori durante l'orario di chiusura dei negozi



Le criticità dell'offerta



Alcuni punti di degrado negli elementi di comunicazione esterna delle attività
(tendaggi, insegne)



Le criticità dell'offerta



Alcuni punti di degrado negli elementi costitutivi dell'ambiente urbano



Le criticità dell'offerta



Carenza nella comunicazione di insieme di esercizi legati a "prodotti tipici" nonostante alcune insegne artistiche "isolate"



Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Complessivamente risultano **396 interviste** valide effettuate dal 3 all'8 maggio (venerdì, sabato e mercoledì mattina) 2002

Piano d'indagine

	mercoledì	venerdì	Sabato mattina	Sabato pomeriggio	Totale
Via del Trivio	6,6%	4,5%	6,3%	7,6%	32,3%
C.Mazzini/C.Trento e Trieste	6,1%	4,5%	6,3%	7,3%	16,9%
P.zza del Popolo	6,6%	7,1%	5,6%	6,3%	25,5%
V. XX settembre	6,3%	8,8%	6,3%	3,8%	25,3%
Totale	25,5%	25,0%	24,5%	25,0%	100,0%

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Il mercato potenziale

Le attività del centro storico si rivolgono principalmente a coloro che abitano nella periferia e nelle frazioni di Ascoli che costituiscono quasi sempre la maggioranza degli intervistati (mediamente il **56%**).

Abbastanza consistente è anche l'attrazione da fuori comune, che risulta piuttosto costante nei diversi momenti di rilevazione.

Provenienza degli intervistati

	Mercato	Feriale	Sabato mattina	Sabato pomeriggio	Totale
nel centro storico	28,7%	26,3%	34,0%	24,2%	28,3%
altre zone del comune	56,4%	57,6%	48,5%	59,6%	55,6%
altro comune	14,9%	16,2%	17,5%	16,2%	16,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

L'area geografica che si riferisce ad Ascoli comprende
circa 146.000 abitanti (residenti)

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Motivi di presenza in centro

Motivi di presenza in centro (più risposte)

	Mercato	Feriale	Sabato mattina	Sabato pomeriggio	Totale
acquisti nei negozi	19,8%	29,3%	19,6%	14,1%	20,7%
acquisti al mercato	16,8%	3,0%	19,6%	0,0%	9,8%
andare nelle banche/uffici	9,9%	12,1%	9,3%	1,0%	8,1%
per lavoro/studio	24,8%	16,2%	10,3%	8,1%	14,9%
abita qui vicino	13,9%	12,1%	14,4%	19,2%	14,9%
bar/ristorante	7,9%	5,1%	5,2%	5,1%	5,8%
vedere le vetrine	3,0%	20,2%	8,2%	11,1%	10,6%
fare un giro	18,8%	21,2%	25,8%	50,5%	29,0%
per turismo	2,0%	3,0%	5,2%	4,0%	3,5%
altri motivi	7,9%	7,1%	8,2%	7,1%	7,6%
N.d.	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,3%

Il centro storico è vissuto per diverse funzioni: acquisti, **tempo libero**, lavoro

SISTEMA

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Esigenze di permanenza

Quanto durerà la sua permanenza in centro

	mercoledì	venerdì	Sabato mattina	Sabato pomeriggio	Totale
fino 1/2 h	5,9%	11,1%	3,1%	5,1%	6,3%
da 1/2 a 1 h	20,8%	30,3%	21,6%	11,1%	21,0%
da 1 a 2 h	38,6%	35,4%	51,5%	37,4%	40,7%
da 2 a 4 h	23,8%	14,1%	16,5%	36,4%	22,7%
oltre 4 h	5,9%	8,1%	6,2%	8,1%	7,1%
non so		1,0%		1,0%	0,5%
N.d	5,0%		1,0%	1,0%	1,8%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Diverse esigenze; prevalenza di permanenza da 1 a 2 ore

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Le modalità di arrivo

Mezzo utilizzato in base alla residenza

	nel centro storico	altre zone del comune	altro comune	Totale
a piedi	82,1%	21,4%	6,3%	36,1%
bicicletta o moto	10,7%	22,7%	4,7%	16,4%
automobile	6,3%	39,5%	71,9%	35,4%
autobus	0,9%	16,4%	10,9%	11,1%
auto+autobus			4,7%	0,8%
altro mezzo			1,6%	0,3%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dove ha parcheggiato

	Mercato	Feriale	Sabato	Totale
Parcheggio	18,8%	22,2%	24,0%	22,2%
Lungo la via	10,9%	14,1%	14,8%	13,6%
Totale	29,7%	36,4%	38,8%	35,9%

Quale parcheggio ha utilizzato

	Mercato	Feriale	Sabato	Totale
Torricella	9,9%	9,1%	11,7%	10,6%
Piazza Viola	3,0%	8,1%	5,6%	5,6%
Via D. Angelini	3,0%	3,0%	2,6%	2,8%
Del Vescovo	2,0%	0,0%	2,6%	1,8%
P.za S. Orlini	0,0%	2,0%	2,6%	1,8%
Sotto I Mulini	1,0%	2,0%	2,0%	1,8%

Dall'esterno si utilizza l'auto ma vi è la ricerca di mezzi alternativi
Percorso prevalente da sud, sud-est

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Il comportamento durante la giornata di intervista

- **In centro per acquisti** **23%**
- **In centro per altri motivi ma acquista** **17%**
- **Forse acquistano** **28%**
- **Escludono a priori l'acquisto** **41%**

La vitalità del centro storico è l'integrazione di più funzioni; prevale l'acquisto "suggerito": Il 45% non è in centro per acquisti ma non lo esclude a priori

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Gli acquisti rivolti al centro storico (abitudini)

Periodicità di presenza per acquisti nel centro di Ascoli (esclusi i turisti)

	%
ogni giorno	28,8%
2-3 volte la settimana	24,5%
1 volta la settimana	11,9%
2-3 volte al mese	5,6%
almeno 1 volta al mese	8,6%
più raramente	8,6%
prima volta	0,3%
mai	8,3%
N.d.	0,8%

Cosa acquista abitualmente in centro (per provenienza)

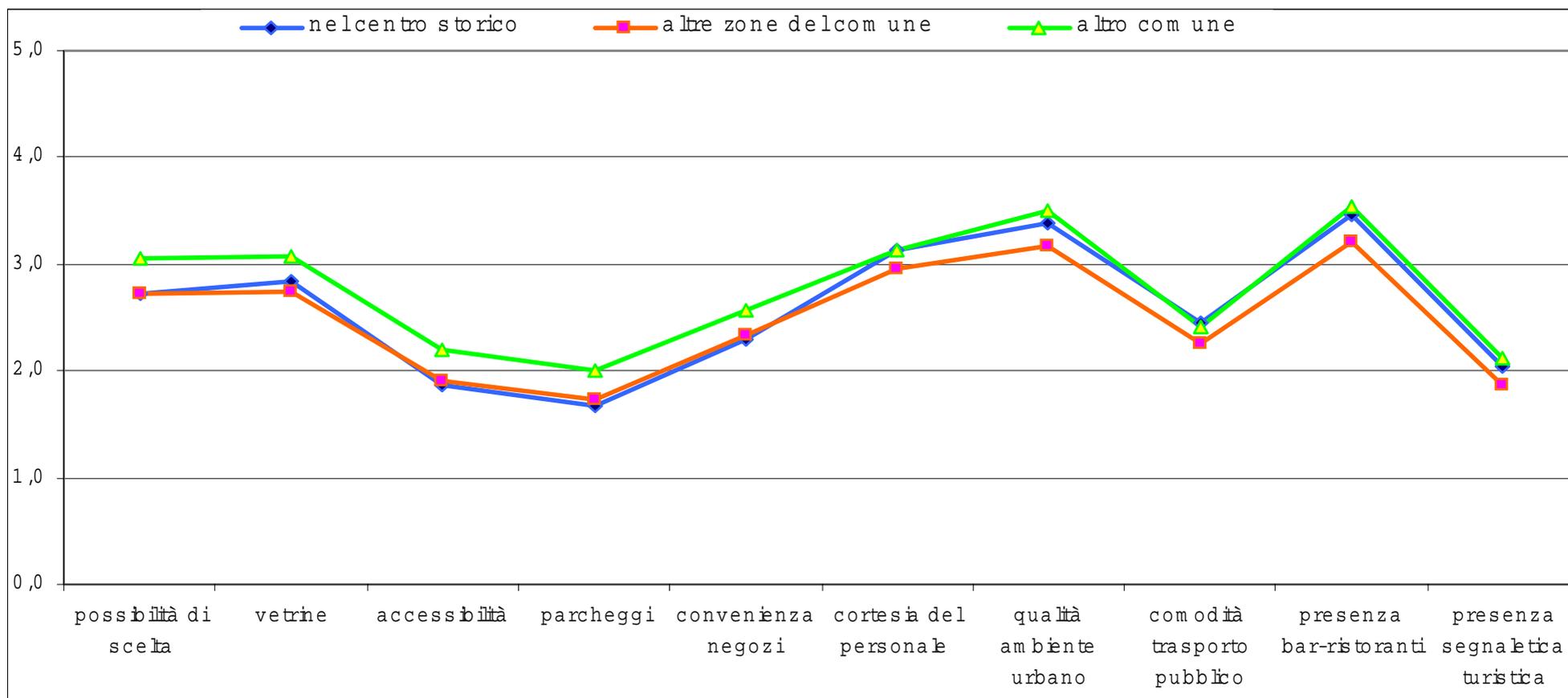
	nel centro storico	altre zone del comune	altro comune	Totale
abbigliamento	48,2%	61,4%	50,0%	55,8%
alimentari	58,0%	25,9%	17,2%	33,6%
libri/giornali/riviste	28,6%	15,9%	6,3%	17,9%
calzature	17,0%	19,1%	14,1%	17,7%
profumeria	13,4%	22,3%	6,3%	17,2%
intimo	9,8%	17,7%	10,9%	14,4%
non acquista	3,6%	9,5%	15,6%	8,8%
articoli sportivi	2,7%	5,5%	7,8%	5,1%
piante	3,6%	3,6%	4,7%	3,8%
foto/ottica	0,9%	3,2%	4,7%	2,8%
pelletteria	1,8%	2,7%	3,1%	2,5%
tessuti	0,9%	2,3%	1,6%	1,8%
casalinghi/elettrodomestici	2,7%	0,9%	3,1%	1,8%
cartoleria/giocattoli	2,7%	1,8%	0,0%	1,8%
gioielli/oro/orologi	0,9%	1,4%	1,6%	1,3%
altro	21,4%	13,6%	4,7%	14,4%

Il 52% si reca in centro per acquisti ogni 2/3 volte la settimana; risulta evidente l'attaccamento dei frequentatori al centro storico di Ascoli. In centro si acquistano soprattutto capi di abbigliamento

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Le percezioni e i problemi del centro



Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



I problemi e gli interventi

Principale problema del centro storico (Totale)

	1° posto	2° posto	3° posto	Totale
parcheggi/sosta	31,1%	12,6%	3,3%	47,0%
viabilità/accessibilità	17,4%	13,4%	3,5%	34,3%
pochi servizi per i giovani	12,1%	8,8%	3,0%	24,0%
negozi troppo cari	2,8%	3,8%	4,3%	10,9%
segnaletica turistica	3,3%	2,0%	3,8%	9,1%
scarsa qualità/scelta negozi	2,0%	2,5%	3,3%	7,8%
scarsa illuminazione	1,5%	1,3%	3,3%	6,1%
altro	5,3%	2,3%	3,5%	11,1%
nessun problema	7,1%	0,0%	0,3%	7,3%
non sa	17,9%	0,0%	1,8%	19,7%

Negli interventi sono dettagliati i problemi riferiti all'accessibilità e ai parcheggi (dotazioni e tariffe)

Elenco interventi (totale)

Parcheggi

diminuire i prezzi dei parcheggi	9,8%
aumentare i parcheggi	4,5%
parcheggi meglio situati e non a pagamento	0,5%
Totale	14,9%

Viabilità/accessibilità

chiudere il centro alle auto	7,1%
diminuire il traffico	2,3%
migliorare la viabilità in centro	1,3%
potenziare il trasporto pubblico	0,5%
più attenzione dei vigili	0,5%
rispetto di isole pedonali	0,3%
Totale	11,9%

Qualità urbana

migliorare qualità urbana e stato degli edifici	4,8%
più aree verdi	0,8%
rivalorizzare il centro	0,8%
maggior pulizia	0,5%
maggior illuminazione	0,5%
manutenzione delle strade in particolare C.so T.Trieste	0,3%
Totale	7,6%

Offerta commerciale

maggior offerta commerciale	2,3%
aprire nuovi locali	0,8%
libero orario apertura e chiusura negozi	0,5%
più ristoranti	0,3%
migliorare qualità dei negozi	0,3%
centro informazioni	0,3%
Totale	4,3%

Animazione/iniziative promozionali

più attrazioni per i turisti	1,8%
creare spazi ricreativi	1,8%
organizzare spettacoli gratuiti	1,3%
maggior animazione serale	1,3%
Totale	6,1%
Totale	44,7%

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Altri poli commerciali

Ogni quanto tempo si reca in un centro commerciale

	nel centro storico	altre zone del comune	altro comune	Totale
almeno 1 volta la settimana	16,1%	32,7%	18,8%	25,8%
2-3 volte al mese	19,6%	15,5%	17,2%	16,9%
1 volta al mese	18,8%	20,0%	18,8%	19,4%
più raramente	25,0%	20,5%	29,7%	23,2%
mai stato	20,5%	10,9%	15,6%	14,4%
N.d.		0,5%		0,3%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Il centro commerciale è diffuso nelle abitudini della popolazione che frequenta il centro storico di Ascoli circa il 60% vi si reca almeno una volta al mese e circa il 26% vi si reca almeno una volta la settimana

Il 78% ha citato il cc "Al Battente"

Indagine rivolta ai frequentatori del centro storico



Altri poli commerciali

Si reca anche in altri centri storici per fare acquisti

	nel centro storico	altre zone del com	altre zone del com	Totale
Sì	30,4%	40,0%	48,4%	38,6%
No	69,6%	60,0%	51,6%	61,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

In quali centri storici ed ogni quanto, si reca per fare acquisti – Totale - (più risposte)

	almeno 1 volta la settimana	2-3 volte al mese	1 volta al mese	più raramente	N.d.	Totale
San Benedetto del Tronto	4,0%	7,1%	7,8%	1,8%	1,0%	21,7%
Roma	0,3%	1,0%	1,0%	1,8%	0,0%	4,0%
Pescara	0,0%	0,5%	2,0%	0,8%	0,0%	3,3%

Complessivamente il grado di fedeltà al centro storico di Ascoli appare elevato; l'ambito concorrenziale è riconducibile all'area commerciale di San Benedetto.

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Nel complesso risultano valide n° 280 interviste così suddivise:

- n° 104 residenti nella città di Ascoli
- n° 176 residenti nei Comuni limitrofi alla città di Ascoli

Piano d'indagine

	%
Ascoli	37,1%
Altro	62,9%
Totale	100,0%

Elenco comuni

	N° abitanti	N° interviste	%
Acquasanta terme	3.425	7	2,5%
Appignano del Tronto	1.979	7	2,5%
Castel di lama	7.244	12	4,3%
Castorano	2.061	5	1,8%
Colli del tronto	3.069	7	2,5%
Folignano	9.034	13	4,6%
Maltignano	2.400	9	3,2%
Monsampolo del Tronto	3.963	8	2,9%
Affida	5.292	8	2,9%
Roccafluvione	2.243	7	2,5%
San benedetto del Tronto	45.435	67	23,9%
Spinetoli	5.718	11	3,9%
Venarotta	2.282	15	5,4%
Totale	94.145	176	62,9%

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Composizione del campione

Il campione è formato prevalentemente da donne (68%) che sono evidentemente le maggiori conoscitrici delle abitudini di acquisto della famiglia.

Genere degli intervistati

	Ascoli	Altro	Totale
uomo	31,7%	31,3%	31,4%
donna	68,3%	68,8%	68,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Età degli intervistati

	Ascoli	Altro	Totale
da 15 a 19 anni	3,8%	6,8%	5,7%
da 20 a 24 anni	1,9%	2,3%	2,1%
da 25 a 34 anni	8,7%	6,8%	7,5%
da 35 a 44 anni	22,1%	16,5%	18,6%
da 45 a 54 anni	19,2%	21,6%	20,7%
da 55 a 64 anni	19,2%	15,9%	17,1%
oltre 64 anni	25,0%	30,1%	28,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Professione degli intervistati

	Ascoli	Altro	Totale
Casalinga	4,8%	2,8%	3,6%
Pensionato/a	40,4%	39,2%	39,6%
Disoccupato	1,0%		0,4%
Dirigente/quadro/Prof.Univ/medico osp	3,8%	1,7%	2,5%
Impiegato/insegnante	25,0%	19,9%	21,8%
Operaio/comMESSO/autista/infermiere	14,4%	14,8%	14,6%
Agricoltore	1,0%	3,4%	2,5%
Artigiano,commerciantE	1,9%	8,5%	6,1%
Imprenditore	1,0%	2,3%	1,8%
Libero professionista/albo/medico prof	4,8%	4,0%	4,3%
Lav.autonomo/agente	1,9%	3,4%	2,9%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Le abitudini di acquisto: la spesa alimentare

La spesa alimentare viene effettuata totalmente nella città per i residenti in Ascoli; l'evasione dagli altri comuni (16%) si indirizza quasi interamente alla rete alimentare del capoluogo (14%).

Dove effettua la spesa alimentare

	Ascoli	Altro	Totale
Ascoli	100,0%	13,6%	45,4%
altri Comuni		2,8%	1,8%
Nel comune di residenza		81,8%	51,8%
N.d.		1,7%	1,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

In quale ipermercato si reca per la spesa alimentare

	Ascoli	Altro	Totale
Battente	8,7%	8,5%	8,6%
Cityper		1,7%	1,1%
Fontana		1,1%	0,7%
Mega		1,1%	0,7%
Orologio		1,1%	0,7%
Porto Grande		1,7%	1,1%
N.d.		1,1%	0,7%
Totale	8,7%	16,5%	13,6%

Tipologia di esercizio scelto per la spesa alimentare

	Ascoli	Altro	Totale
Negozi di centro storico di città	9,6%	3,4%	5,7%
Negozi vicino casa/del comune	58,7%	23,3%	36,4%
Negozi di centro commerciale		8,5%	5,4%
Negozi di altre zone del comune	1,0%		0,4%
Mercato ambulante		0,6%	0,4%
Mercato coperto	1,0%	0,6%	0,7%
Supermercato	21,2%	43,8%	35,4%
Ipermercato	8,7%	16,5%	13,6%
N.d.		3,4%	2,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Le abitudini di acquisto: gli acquisti di beni per la persona

Dove acquista i beni persona

	Ascoli	Altro	Totale
Ascoli	93,3%	28,4%	52,5%
altri Comuni	6,7%	13,1%	10,7%
Nel comune di residenza		49,4%	31,1%
Non acquista		8,0%	5,0%
N.d.		1,1%	0,7%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Altri comuni in cui acquista beni persona

	Ascoli	Altro	Totale
San Benedetto del Tronto	5,8%	5,1%	5,4%
Pagliare		2,3%	1,4%
Castel di Lama		1,7%	1,1%
S.Egidio		1,7%	1,1%
S. Giuliano	1,0%		0,4%
Roma		0,6%	0,4%
Sant'Erpidio		0,6%	0,4%
Teramo		0,6%	0,4%
N.d.		0,6%	0,4%
Totale	6,7%	13,1%	10,7%

Tipologia di esercizio scelta per l'acquisto di beni persona

	Ascoli	Altro	Totale
Negozi di centro storico di città	51,0%	32,4%	39,3%
Negozi vicino casa/del comune	22,1%	14,8%	17,5%
Negozi di centro commerciale		20,5%	12,9%
Negozi di altre zone del comune	1,0%	1,7%	1,4%
Mercato ambulante	17,3%	14,2%	15,4%
Grande superficie	5,8%	1,1%	2,9%
Supermercato		0,6%	0,4%
Ipermercato	2,9%	1,7%	2,1%
Extrarete		1,7%	1,1%
Non acquista		8,0%	5,0%
N.d.		3,4%	2,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Le abitudini di acquisto: gli acquisti di beni per la casa

Tipologia di esercizi in cui acquista beni casa

	Ascoli	Altro	Totale
Negozi di centro storico di città	5,8%	4,5%	5,0%
Negozi vicino casa/del comune	14,4%	11,9%	12,9%
Negozi di centro commerciale		31,8%	20,0%
Negozi di altre zone del comune	12,5%	1,1%	5,4%
Grande superficie	19,2%	14,2%	16,1%
Ipermercato	12,5%	5,1%	7,9%
Non acquista	35,6%	28,4%	31,1%
N.d.		2,8%	1,8%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Grandi superfici specializzate in cui acquista beni casa

	Ascoli	Altro	Totale
Mercatone	4,8%	3,4%	3,9%
Vissani	4,8%	2,8%	3,6%
Euronics	5,8%	0,0%	2,1%
Media World	1,0%	1,7%	1,4%
Ecoitalia	1,0%	0,6%	0,7%
Edo	0,0%	0,6%	0,4%
Ferri	1,0%	0,0%	0,4%
Orologio	0,0%	0,6%	0,4%
Piccione arredamento	1,0%	0,0%	0,4%
N.d.	0,0%	4,5%	2,9%
Totale	19,2%	14,2%	16,1%

Centro commerciale in cui acquista beni casa

	Ascoli	Altro	Totale
Battente	10,6%	1,1%	4,6%
Cityper	0,0%	1,1%	0,7%
Colonnella	1,9%	0,0%	0,7%
Orologio	0,0%	1,1%	0,7%
Valvibrata	0,0%	1,1%	0,7%
Porto Grande	0,0%	0,6%	0,4%
Totale	12,5%	5,1%	7,9%

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Periodicità di acquisti nel centro storico di Ascoli

Ogni quanto si reca al centro di Ascoli per acquisti

	Ascoli	Altro	Totale
almeno una volta alla settimana	56,7%	8,0%	26,1%
2-3 volte al mese	13,5%	11,4%	12,1%
1 volta al mese	11,5%	11,4%	11,4%
più raramente	13,5%	21,6%	18,6%
mai	4,8%	47,7%	31,8%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Gli ascolani fruiscono del centro con assiduità: più del 56% vi si reca almeno una volta alla settimana e l'82% almeno una volta al mese; questo conferma quanto rilevato nelle interviste ai frequentatori dove si evidenziava il legame fra gli ascolani e il centro storico per lo shopping.

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Le percezioni ed i problemi del centro storico e valutazioni delle iniziative promozionali

I problemi del centro storico (sintesi)

	1° posto	2° posto	3° posto	Totale
carenza di parcheggi	36,8%	6,8%	0,4%	43,9%
parcheggi costosi	3,9%	10,0%	0,7%	14,6%
traffico	11,4%	1,8%	0,4%	13,6%
viabilità/accessibilità	4,6%	5,7%	0,0%	10,4%
scarsa qualità dei negozi	2,5%	2,5%	1,1%	6,1%
negozi troppo cari	0,4%	2,9%	1,1%	4,3%
pulizia	0,7%	1,4%	1,1%	3,2%
pochi servizi per giovani	1,1%	0,7%	0,4%	2,1%
degrado ambiente urbano	1,1%	0,7%	0,0%	1,8%
segnaletica turistica	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%
altro	4,6%	3,2%	1,1%	8,9%
Nessuno	3,9%	0,0%	0,0%	3,9%
Non sa	29,6%	1,1%	0,0%	30,7%

I problemi del centro per chi risiede ad Ascoli

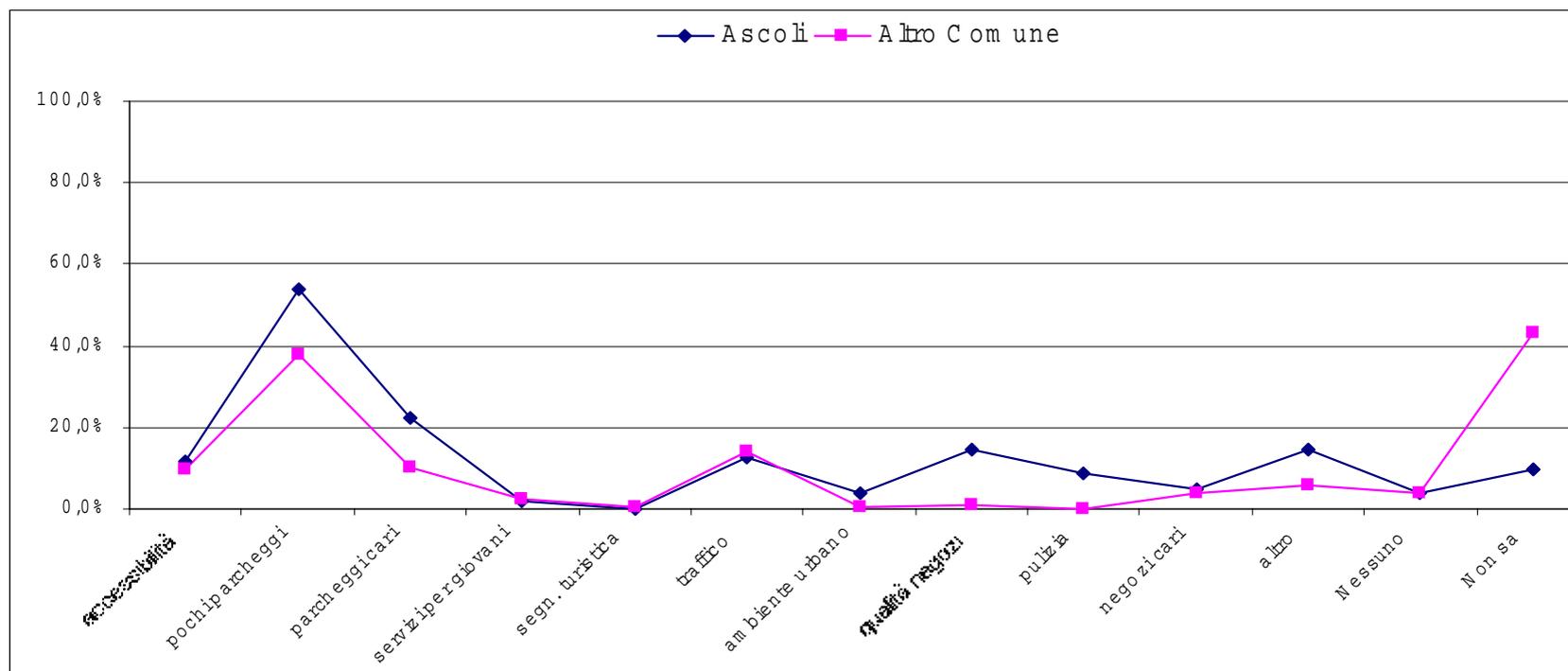
	1° posto	2° posto	3° posto	Totale
carenza di parcheggi	47,1%	5,8%	1,0%	53,8%
parcheggi costosi	3,8%	17,3%	1,0%	22,1%
scarsa qualità dei negozi	5,8%	5,8%	2,9%	14,4%
traffico	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%
viabilità/accessibilità	5,8%	5,8%	0,0%	11,5%
pulizia	1,9%	3,8%	2,9%	8,7%
negozi troppo cari	1,0%	1,0%	2,9%	4,8%
degrado ambiente urbano	1,9%	1,9%	0,0%	3,8%
pochi servizi per giovani	0,0%	1,0%	1,0%	1,9%
segnaletica turistica	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
altro	6,7%	5,8%	1,9%	14,4%
Nessuno	3,8%	0,0%	0,0%	3,8%
Non sa	9,6%	0,0%	0,0%	9,6%

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Le percezioni ed i problemi del centro storico e valutazioni delle iniziative promozionali

I principali problemi del centro storico di Ascoli



Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



Valutazioni delle iniziative promozionali

Valutazione all'iniziativa "Quintana"

	Ascoli	Altro	Totale
Scarso	1,9%	3,4%	2,9%
Sufficiente	2,9%	5,1%	4,3%
Discreto	15,4%	6,3%	9,6%
Buono	32,7%	39,8%	37,1%
Ottimo	41,3%	17,6%	26,4%
Non conosco	5,8%	27,8%	19,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Valutazioni iniziativa "Mercatino dell' Antiquariato"

	Ascoli	Altro	Totale
Scarso	8,7%	6,3%	7,1%
Sufficiente	1,9%	9,7%	6,8%
Discreto	7,7%	13,1%	11,1%
Buono	40,4%	21,6%	28,6%
Ottimo	30,8%	7,4%	16,1%
Non conosco	10,6%	42,0%	30,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Valutazioni medie totali

	Ascoli	Altro	Totale	Non conosco
Quintana	4,2	3,9	4	19,6%
Mercatino Antiquariato	3,9	3,2	3,6	30,4%

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



L'evasione per acquisti

Si reca anche in altri centri storici per acquisti

	Ascoli	Altro	Totale
Sì	29,8%	30,7%	30,4%
No	70,2%	69,3%	69,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Ogni quanto si reca a San Benedetto del Tronto per acquisti (esclusi i residenti di San Benedetto)

	Altro Comune
almeno una volta alla settimana	3,4%
2-3 volte al mese	6,2%
1 volta al mese	4,0%
più raramente	9,1%
mai	39,2%
Totale	100,0%

Ogni quanto si reca a San Benedetto del Tronto per acquisti

	Ascoli	Altro	Totale
almeno una volta alla settimana		19,3%	12,1%
2-3 volte al mese	11,5%	8,5%	9,6%
1 volta al mese	3,8%	7,4%	6,1%
più raramente	12,5%	23,3%	19,3%
mai	72,1%	41,5%	52,9%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

In quale altri centri storici si reca per acquisti (Ascoli)

	2-3 volte al	1 volta al mese	più raramente	Totale
Ancona		1,0%	1,0%	1,9%
Bologna			1,0%	1,0%
Civitanova			1,0%	1,0%
Pescara			1,0%	1,0%
Roma	1,9%		1,0%	2,9%
Totale	1,9%	1,0%	4,8%	7,7%

Indagine rivolta ai residenti nell'area di gravitazione



L'evasione per acquisti

Ogni quanto si reca in un centro commerciale

	Ascoli	Altro Comune	Totale
almeno una volta alla settimana	37,5%	30,7%	33,2%
2-3 volte al mese	14,4%	23,3%	20,0%
1 volta al mese	9,6%	13,1%	11,8%
più raramente	22,1%	9,1%	13,9%
mai stato	16,3%	23,9%	21,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

In quale centro commerciale si reca

	Ascoli	Altro Comune	Totale
Battente	78,8%	33,0%	50,0%
Porto Grande (Porto D'Ascoli)	1,0%	11,9%	7,9%
Orologio (Grottamare)	0,0%	10,8%	6,8%
Valvibrata (Colonnella)	3,8%	6,8%	5,7%
Fontana	0,0%	5,1%	3,2%
N.d.	0,0%	5,1%	3,2%
Cityper (Grottamare)	0,0%	3,4%	2,1%
Non ricorda	0,0%	0,6%	0,4%
Totale	83,7%	76,7%	79,3%

Frequenza al centro commerciale "Al Battente"

	Ascoli	Altro Comune	Totale
almeno una volta alla settimana	35,6%	11,9%	20,7%
2-3 volte al mese	14,4%	13,6%	13,9%
1 volta al mese	8,7%	4,5%	6,1%
più raramente	20,2%	2,8%	9,3%
Totale	78,8%	33,0%	50,0%

Le linee di valorizzazione

1. Traffico/accessibilità/parcheggi

(sosta, viabilità, piano traffico, segnaletica, percorsi pedonali..)

2. Comunicazione/valorizzazione turistica

(segnaletica turistica e directory, comunicazione interattiva, pianificazione e valorizzazione degli eventi, cura ambiente urbano..)

3. Riqualificazione offerta commerciale

(formazione, incentivi, rinnovo ...)