



COMUNE
DI FANO



DEMOSKOPIKA
when they ask you

FOCUS FANO

Indagine sui comportamenti di acquisto dei fanesi e dei target group locali.

Modulo 1 - Analisi congiunturale e driver strategici
per rilanciare il sistema economico e la capacità
attrattiva del centro storico.

Maggio 2023





Nota metodologica

Soggetto che ha realizzato il sondaggio
Demoskopika.

Soggetto Committente/Aquirente
Comune di Fano.

Temi e fenomeni oggetto del sondaggio
Rilevare consumi, tendenze, abitudini e comportamenti di acquisto dei fanesi e dei residenti in altri comuni limitrofi al territorio comunale di Fano (*Colli al Metauro, San Costanzo, Cartoceto, Terre Roveresche, Fossombrone, Pergola, Pesaro*).

Data e periodo in cui è stato realizzato il sondaggio
Dal 7/03/2023 al 4/04/2023.

Popolazione di riferimento e campione
È stato utilizzato un campione rappresentativo della popolazione o universo di riferimento, ossia del totale dei cittadini maggiorenni residenti nel comune di Fano e nei comuni target forniti dal Committente secondo gli ultimi dati ISTAT 2022.

L'indagine è stata rivolta, nello specifico, ad un campione di 1.500 individui suddivisi nel modo seguente:

- a) 700 individui rappresentativo, per i caratteri socio-demografici e per la distribuzione territoriale, della popolazione maggiorenne residente nel comune di Fano. Il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio sul totale dei casi, al livello di significatività del 95%, è compreso fra +/- 3,7%;
- b) 800 individui rappresentativo, per i caratteri socio-demografici e per la distribuzione territoriale, della popolazione maggiorenne residente nei comuni target che saranno forniti dal Committente. Il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio sul totale dei casi, al livello di significatività del 95%, è compreso fra +/- 3,7%.

Somministrazione del sondaggio

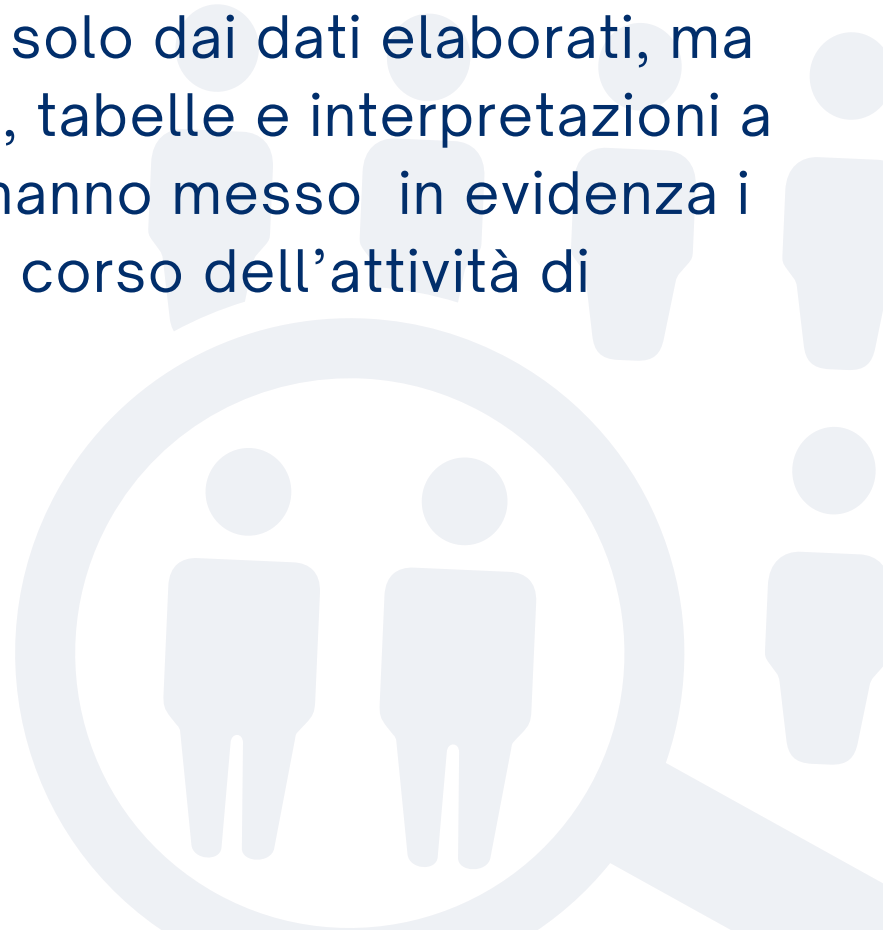
La somministrazione del questionario è stata effettuata con metodologia CATI (*Computer Assisted Telephone Interviews*) che consiste in un'intervista effettuata al telefono, in cui il flusso delle domande del questionario viene gestito automaticamente dal terminale o dal PC dell'intervistatore.

Elaborazione, interpretazione e analisi dei risultati

L'elaborazione, l'analisi e l'interpretazione dei risultati, costituisce la fase culminante e finale della ricerca. I dati raccolti attraverso la somministrazione del questionario, sono stati elaborati per mezzo del package SPSS, un software per la ricerca sociale che consente di effettuare elaborazioni molto complesse. In questa fase i ricercatori hanno analizzato i risultati più rilevanti emersi nel corso dell'attività di rilevazione.

Output del sondaggio

Redazione del **report "Focus Fano. Indagine sui comportamenti di acquisto dei fanesi e dei target group locali"** corredato non solo dai dati elaborati, ma anche da una serie di grafici, tabelle e interpretazioni a sostegno dei "numeri" che hanno messo in evidenza i principali risultati emersi nel corso dell'attività di ricerca.



Contenuto

01

Obiettivi e campione



Caratteristiche demografiche e quote della rilevazione.

03

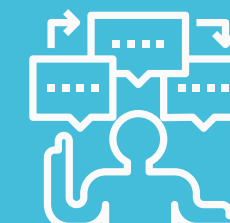
Abitudini di acquisto



Il borsino dei consumi, analisi delle zone e dei luoghi di acquisto.

05

Cittadini e Centro storico



Driver identitari, analisi del vissuto, livello di appeal e soddisfazione.

02

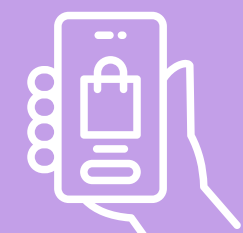
Condizioni economiche



Analisi del reddito, difficoltà economiche e previsioni per il futuro.

04

Consumi online



Propensione all'acquisto nel post-pandemia e profilo dell'e-consumer.

06

Agenda delle proposte



Miglioramento dei servizi e dell'offerta commerciale.

01

**Obiettivi
dell'indagine
e disegno
campionario.**



Obiettivi dell'indagine

01

Analizzare i comportamenti e le abitudini di acquisto dei fanesi e dei residenti in altri comuni limitrofi all'area comunale della città di Fano.



02

Misurare il livello di attrattività del Centro storico presso i target di riferimento (consumatori fanesi e non residenti a Fano).



03

Rilevare proposte e suggerimenti dei cittadini al fine di un più consapevole miglioramento dell'offerta commerciale del centro storico.



Disegno campionario

SESSO

Maschi	724	48,3%
Femmine	776	51,7%
Totale	1.500	100,0%

ETÀ

18-35 anni	313	20,9%
36-64 anni	748	49,9%
65 anni e oltre	439	29,3%
Totale	1.500	100,0%

ISTRUZIONE

Basso	364	24,3%
Medio	681	45,4%
Alto	455	30,3%
Totale	1.500	100,0%

COMUNE DI RESIDENZA

Fano	700	46,7%
Centro storico	279	39,9%
Altri quartieri	421	60,1%
Comuni target	800	53,3%
Colli al Metauro	52	6,5%
San Costanzo	103	12,9%
Cartoceto	155	19,4%
Terre Roveresche	47	5,9%
Fossombrone	125	15,6%
Pergola	117	14,6%
Pesaro	201	25,1%
Totale	1.500	100,0%

OCCUPAZIONE

Lavoro dipendente	541	36,1%
Lavoro autonomo	384	25,6%
Non lavora	575	38,3%
Totale	1.500	100,0%

Caratteristiche famiglie

Disegno campionario

TIPOLOGIA

Single	304	20,3%
Coppia senza figli	403	26,9%
Coppia con figli	705	46,9%
Famiglia monoparentale	88	5,9%
Totale	1.500	100,0%

COMPOSIZIONE

1 componente	304	20,3%
2 componenti	477	31,7%
3 componenti	351	23,4%
4 componenti	268	17,9%
5 e più componenti	100	6,7%
Totale	1.500	100,0%



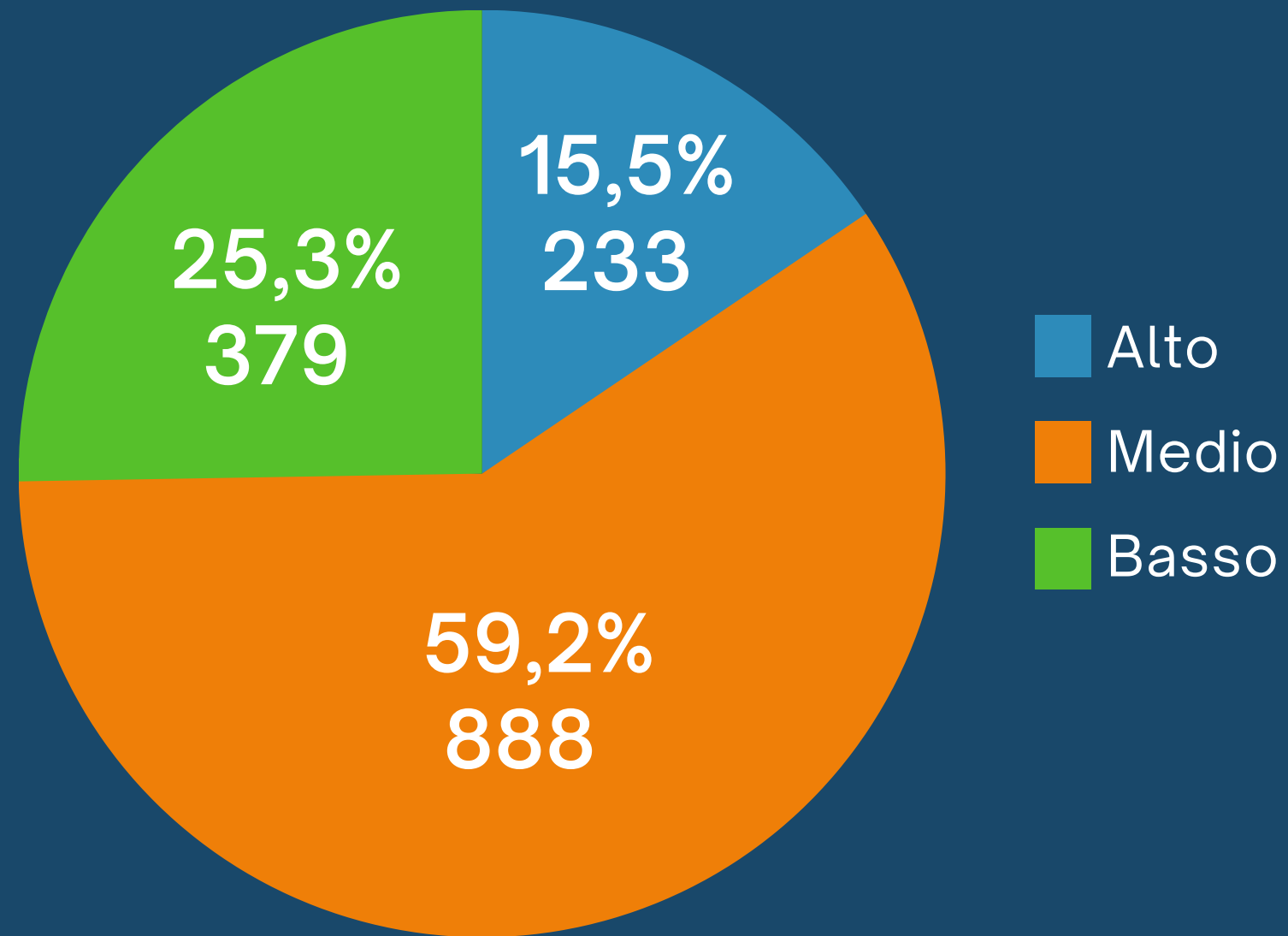
COMUNE
DI FANO



DEMOSKOPIKA
when they ask you

Reddito mensile famiglie

Disegno campionario



Oltre 6.000€	56	3,7%
Da 2.500€ a 5.000€	588	39,2%
Da 1.400€ a 2.000€	608	40,5%
Da 800€ a 1.200€	223	14,9%
Fino a 600€	25	1,7%
Totale	1.500	100,0%



Fano

Disegno campionario

SESSO

Maschi	333	47,6%
Femmine	367	52,4%
Totale	700	100,0%

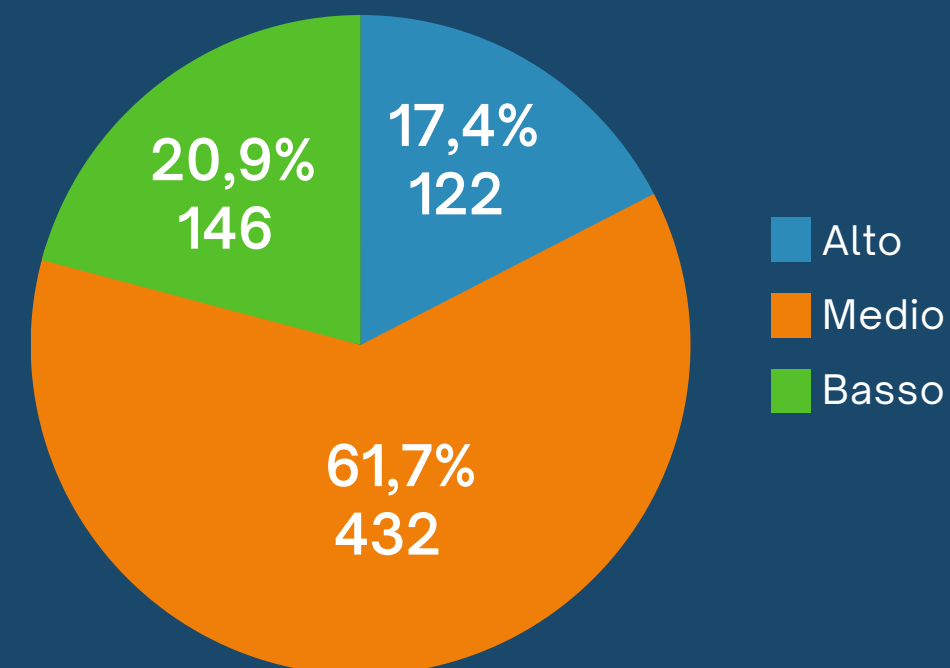
ETÀ

18-35 anni	141	20,1%
36-64 anni	353	50,4%
65 anni e oltre	206	29,4%
Totale	700	100,0%

ISTRUZIONE

Basso	161	23,0%
Medio	302	43,1%
Alto	237	33,9%
Totale	700	100,0%

LIVELLO REDDITO



COMPOSIZIONE

1 componente	143	20,4%
2 componenti	215	30,7%
3 componenti	163	23,3%
4 componenti	137	19,6%
5 e più componenti	42	6,0%
Totale	700	100,0%

OCCUPAZIONE

Lavoro dipendente	262	37,4%
Lavoro autonomo	182	26,0%
Non lavora	256	36,6%
Totale	700	100,0%

Altri comuni

Disegno campionario

SESSO

Maschi	391	48,9%
Femmine	409	51,1%
Totale	800	100,0%

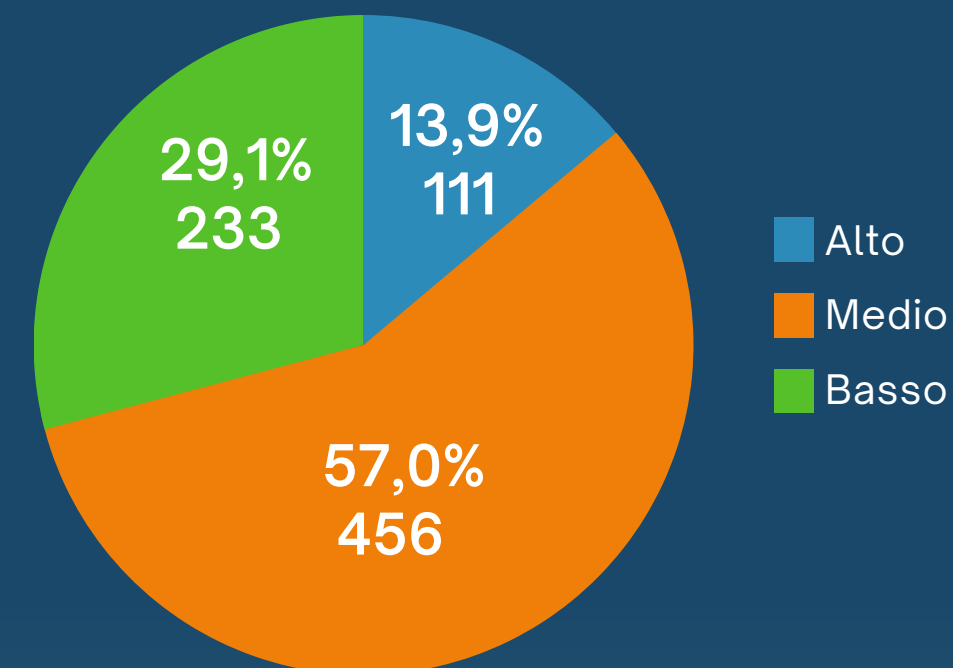
ETÀ

18-35 anni	172	20,5%
36-64 anni	395	49,4%
65 anni e oltre	233	29,1%
Totale	800	100,0%

ISTRUZIONE

Basso	203	25,4%
Medio	379	47,4%
Alto	218	27,3%
Totale	800	100,0%

LIVELLO REDDITO



COMPOSIZIONE

1 componente	161	20,1%
2 componenti	262	32,8%
3 componenti	188	23,5%
4 componenti	131	16,4%
5 e più componenti	58	7,2%
Totale	800	100,0%

OCCUPAZIONE

Lavoro dipendente	279	34,9%
Lavoro autonomo	202	25,3%
Non lavora	319	39,9%
Totale	800	100,0%

The background features a blue-tinted collage of financial data. On the left, there are several line graphs with fluctuating lines. On the right, a larger line graph is visible with the word "Economic" at the top. In the bottom right corner, a silver and black pen is positioned diagonally over a chart labeled "WIG20".

02

**Condizioni
economiche
delle famiglie
fanesi.**

Condizioni economiche delle famiglie fanesi

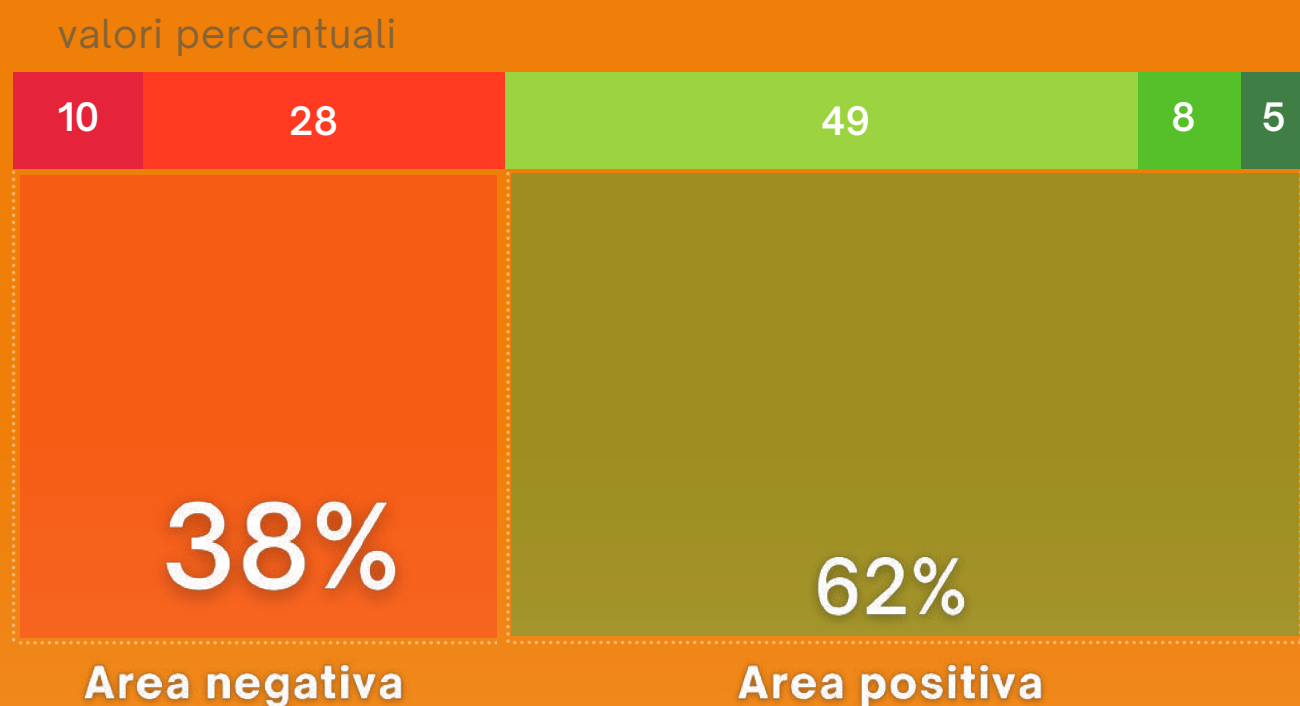
Per 6 fanesi su 10 la situazione economica del proprio nucleo familiare non ha subito peggioramenti (45,9%) rispetto allo scorso anno e, nel 16% dei casi addirittura ha fatto registrare un miglioramento. Sul versante opposto, più che significativa la quota (38,4%) che ha dichiarato un abbassamento delle condizioni economiche.





Una tendenza, quest'ultima, che trova conferma anche nella quasi metà dei fanesi (47,3%) che utilizza l'intero reddito nel corso dell'anno per pagare, non senza difficoltà, principalmente bollette di luce e gas, mutui, acquisti alimentari, medicinali e scuola per i figli. Uno scenario che condiziona le aspettative per il futuro: soltanto l'8% manifesta ottimismo, mentre per ben il 74% degli individui interpellati lo scenario economico familiare resterà immutato.

La situazione economica della sua famiglia rispetto all'anno precedente è...



TOTALE CAMPIONE

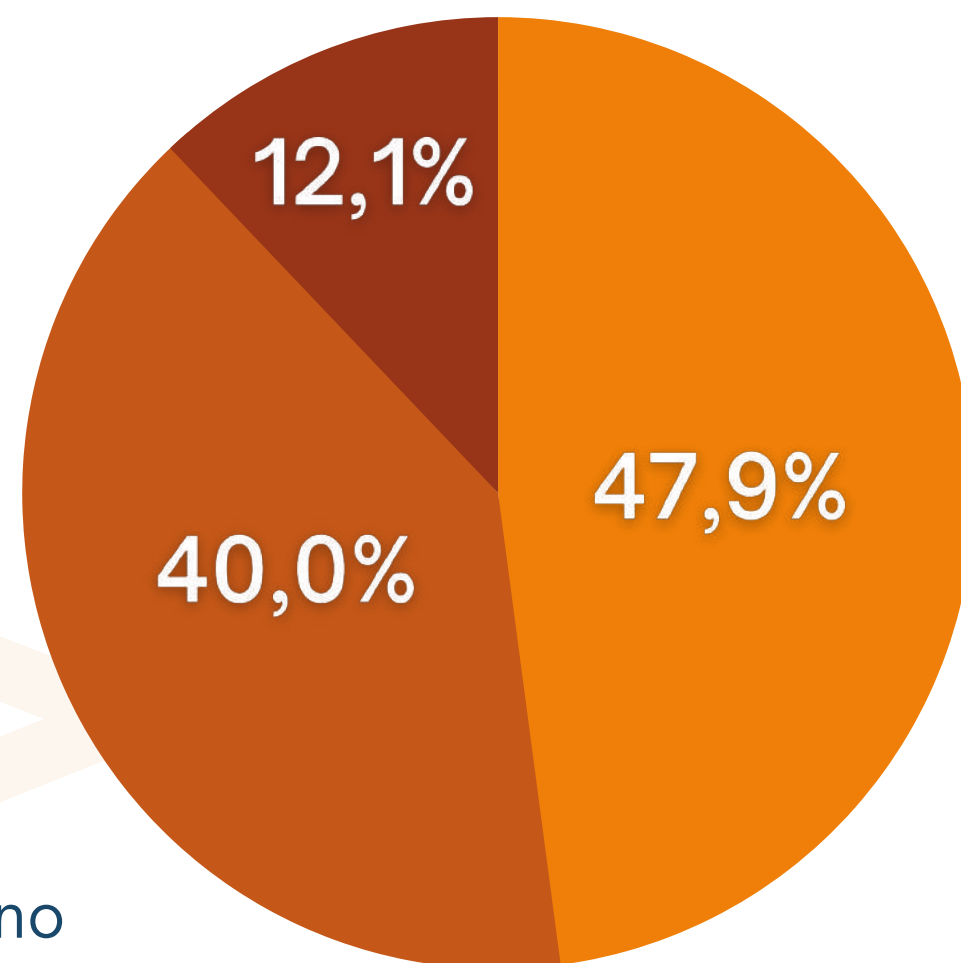


	Fano	Altri comuni
Molto migliorata	6,7%	3,5%
Poco migliorata	9,0%	7,1%
Rimasta invariata	45,9%	51,7%
Area positiva	61,6%	62,3%
Poco peggiorata	26,7%	29,1%
Molto peggiorata	11,7%	8,6%
Area negativa	38,4%	37,7%

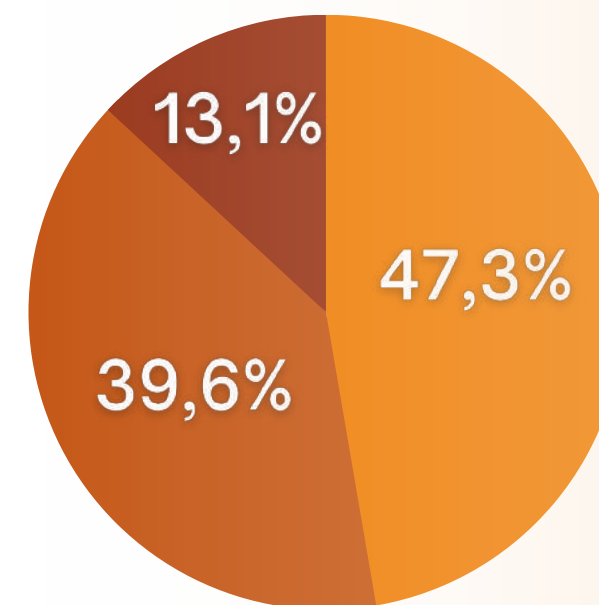
Analisi del reddito disponibile

Come utilizza il suo reddito e/o quello della sua famiglia?

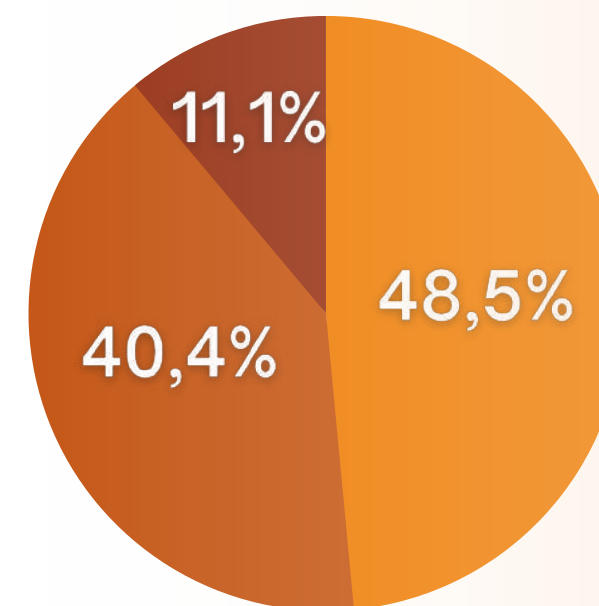
- Lo spendo tutto nel corso dell'anno
- Riesco a risparmiare una parte
- Non sa/Non risponde



Totale campione



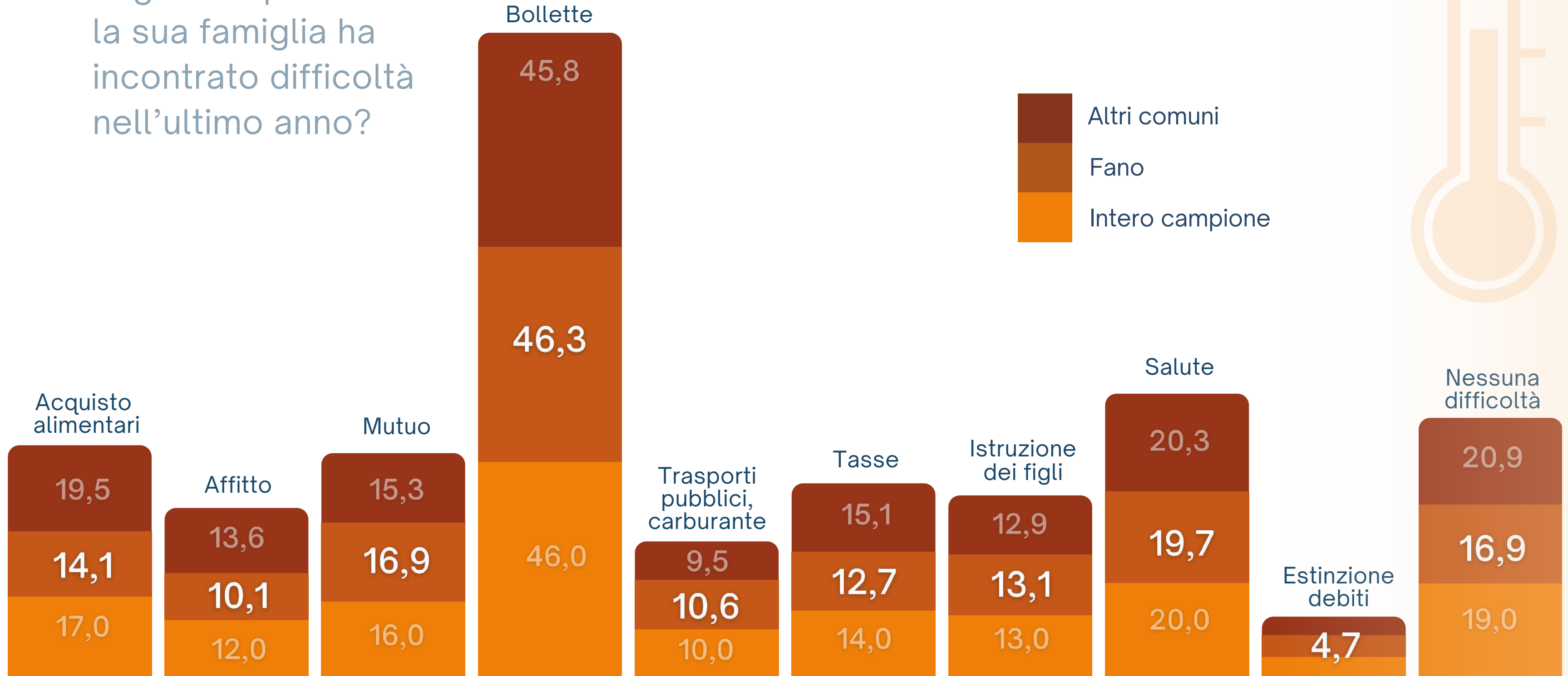
Fano



Altri comuni

Difficoltà economiche

Per quali delle seguenti spese la sua famiglia ha incontrato difficoltà nell'ultimo anno?






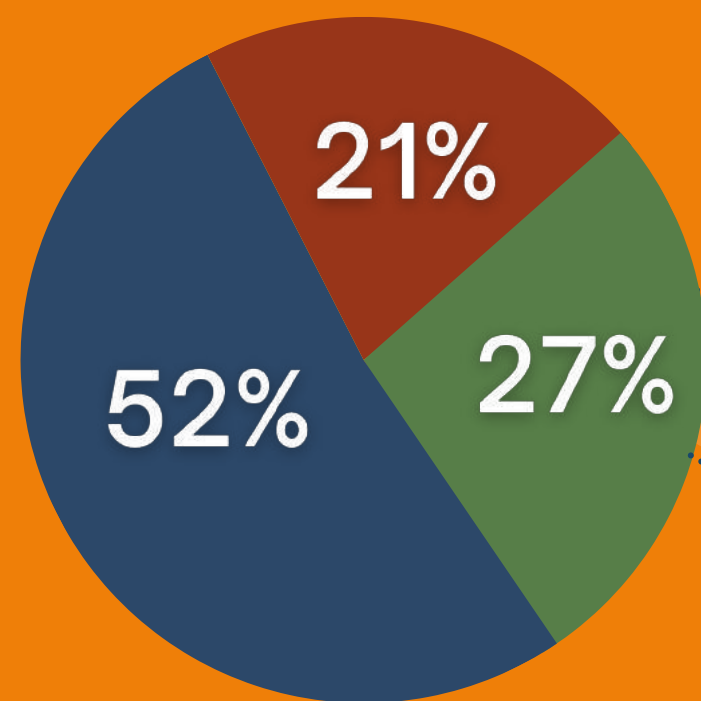
valori percentuali



Forme di pagamento

Lei e la sua famiglia quali strumenti di pagamento utilizzate spesso o maggiormente?

-  Pagamento in contanti
-  Pagamento in altre forme
-  Entrambe in eguale misura, senza una netta prevalenza



base: chi ha indicato soltanto pagamento in altre forme.

Totale campione 27%

Carta di credito o carta prepagata su POS fisici **99,1%**

Pagamento su Internet (bonifici on-line, etc.) anche con dispositivi portatili **61,2%**

Bonifici allo sportello, assegni o altri strumenti di pagamento **51,4%**

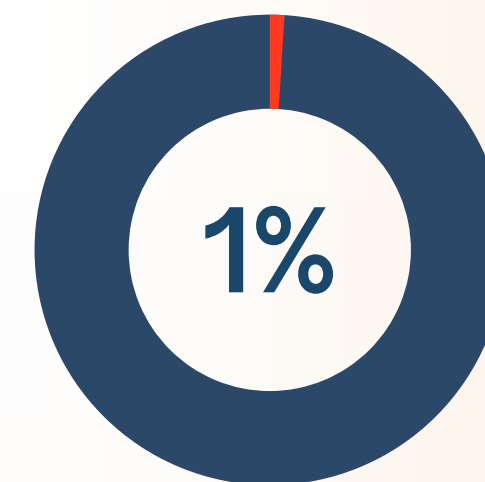
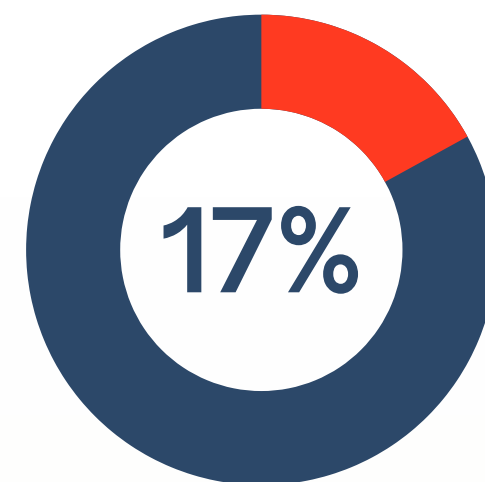
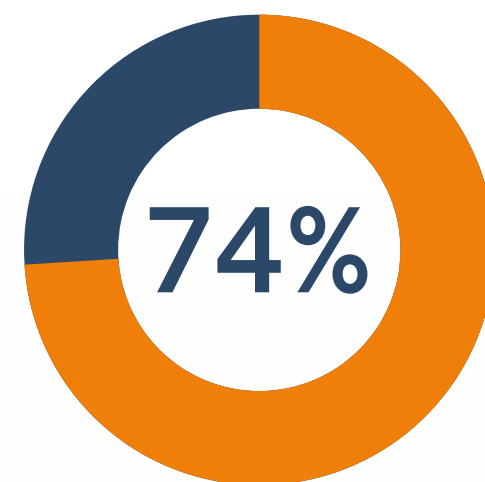
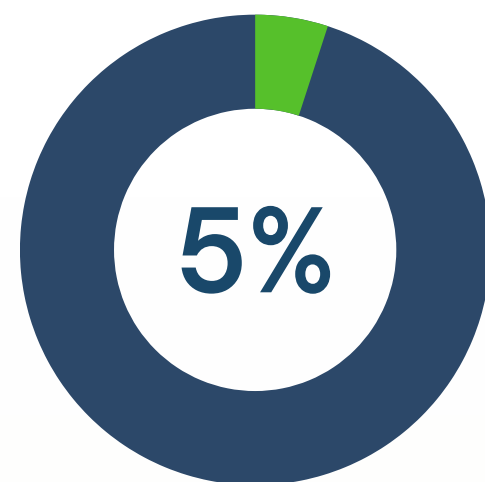
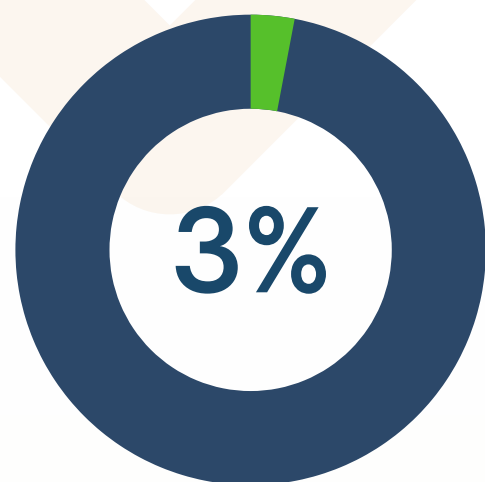
	Fano	Altri comuni
Pagamento in contanti	19,0%	22,8%
Pagamento in altre forme	27,7%	26,4%
Entrambe in eguale misura	53,3%	50,8%

Previsioni per il futuro

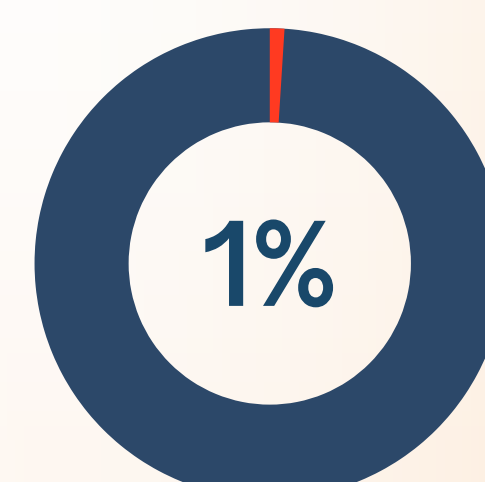
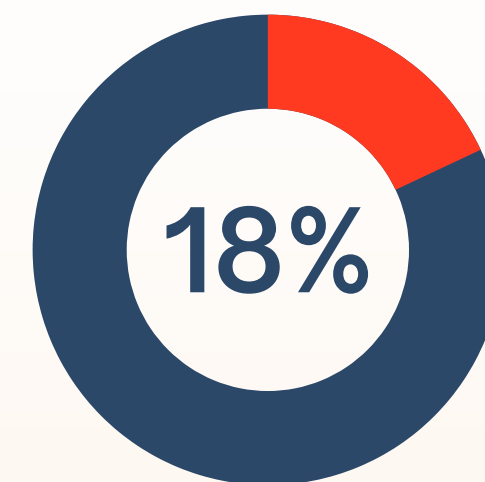
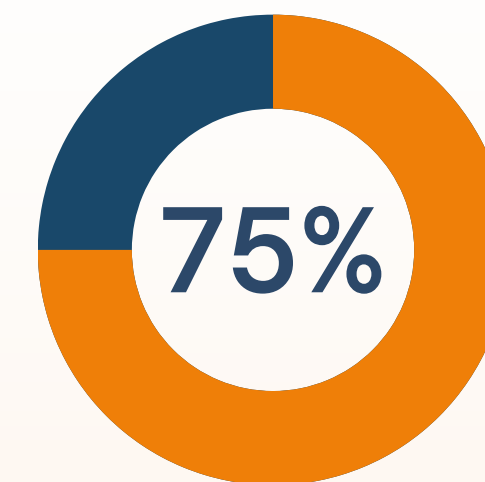
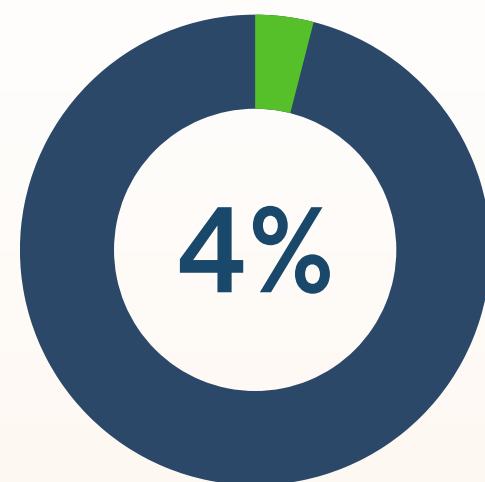
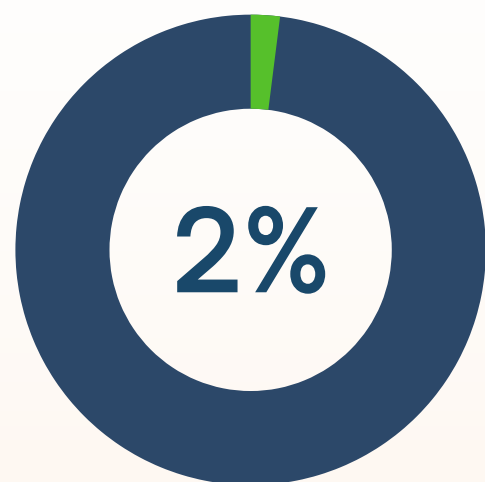
Base: totale casi al netto dei "non sa/non risponde".

Nei prossimi anni la situazione economica della sua famiglia...

Fano



Altri comuni



Migliorerà sensibilmente

Migliorerà

Resterà invariata

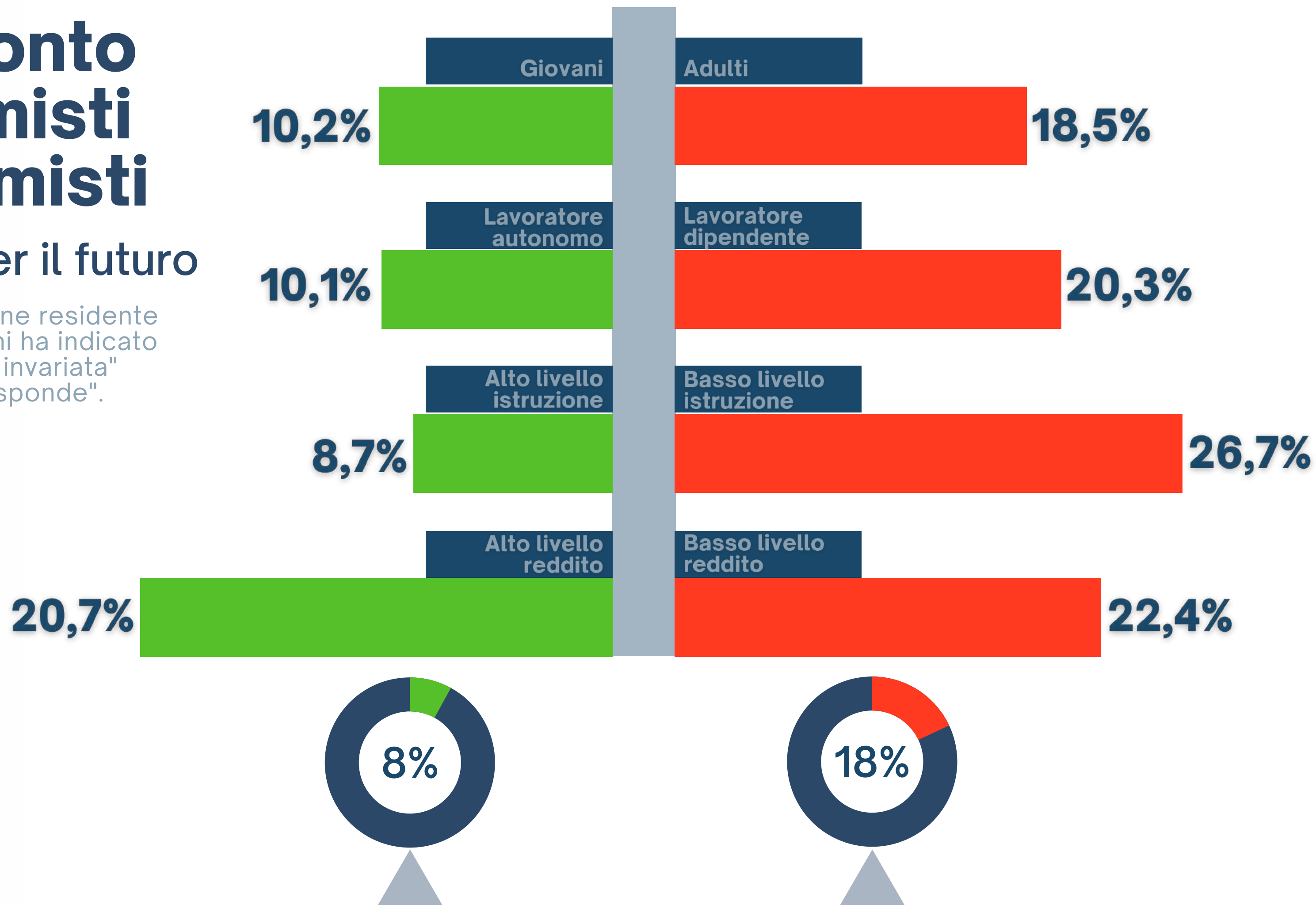
Peggiorerà

Peggiorerà sensibilmente

Il confronto tra ottimisti e pessimisti

Previsioni per il futuro

Base: totale campione residente a Fano al netto di chi ha indicato la modalità "resterà invariata" e dei "non sa/non risponde".



03

**Abitudini e
comportamenti
di acquisto.**



Abitudini e comportamenti di acquisto

Rispetto al 2022, la spesa delle famiglie fanesi ha subito una contrazione generale delle voci del bilancio domestico. Abbigliamento e calzature, viaggi e vacanze, locali pubblici. E, ancora, cura e igiene personale, spettacoli e cultura. Sono queste le categorie a registrare la maggiore sforbiciata. A segnare un saldo positivo





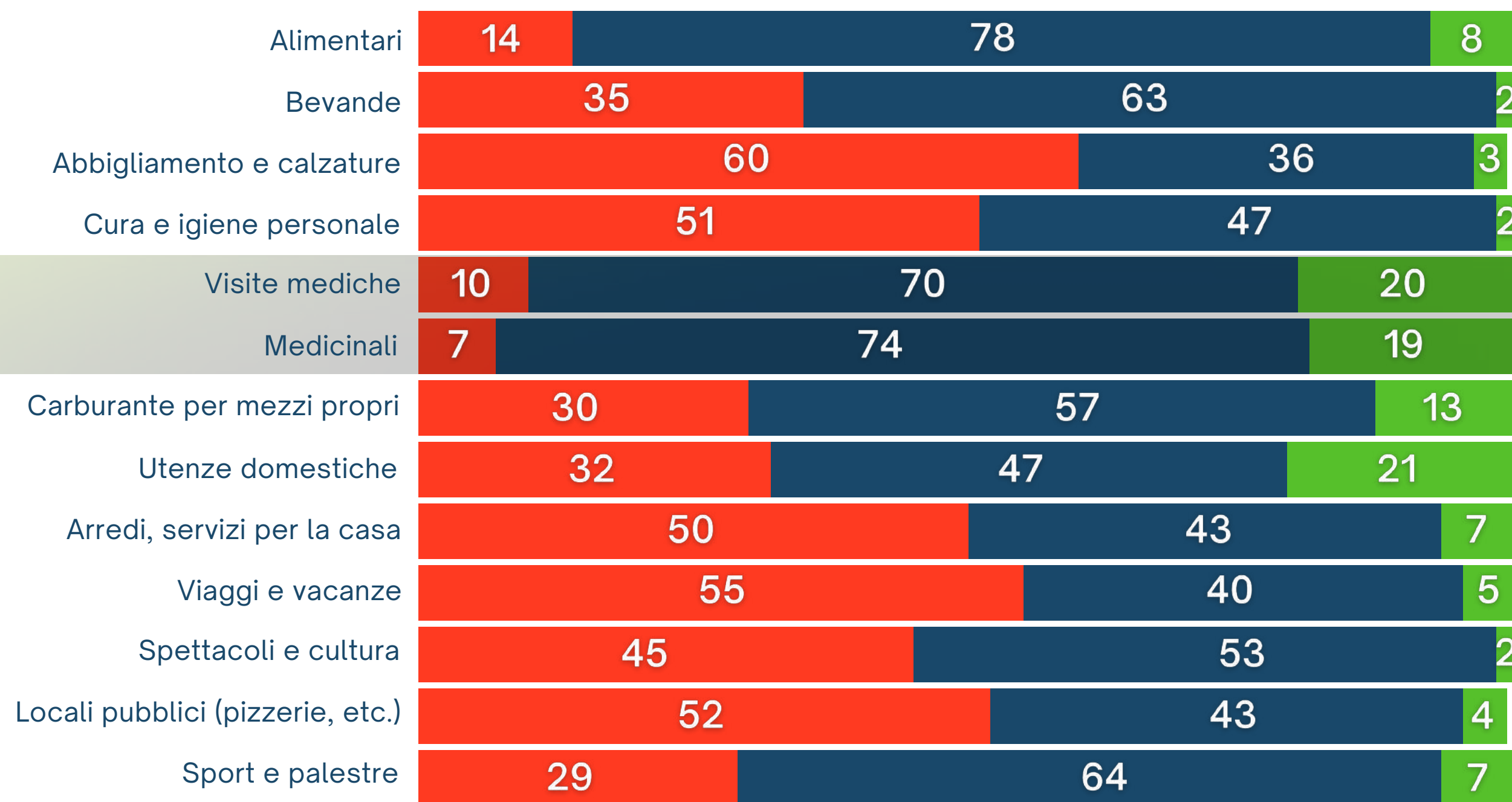
soltanto le spese legate alla salute: visite mediche (+20%) e acquisto di farmaci (+19%). Ma quali sono i luoghi di acquisto in ordine di preferenza? A prevalere per i prodotti alimentari, gli acquisti sia ricorrenti che sporadici prevalgono i quartieri di Fano che non comprendono aree periferiche e Centro Storico anche se a individuare l'area storica della Città è stato mediamente un fanese su quattro (26,4%).

Borsino dei consumi

Rispetto allo scorso anno come si è modificata la spesa della sua famiglia riguardo i seguenti prodotti e servizi?

Base: totale casi al netto di chi ha risposto "Non li acquistavo e continuo a non acquistarli".
Valori %

■ Diminuita ■ Invariata ■ Aumentata



Saldo
(aumentata - diminuita)

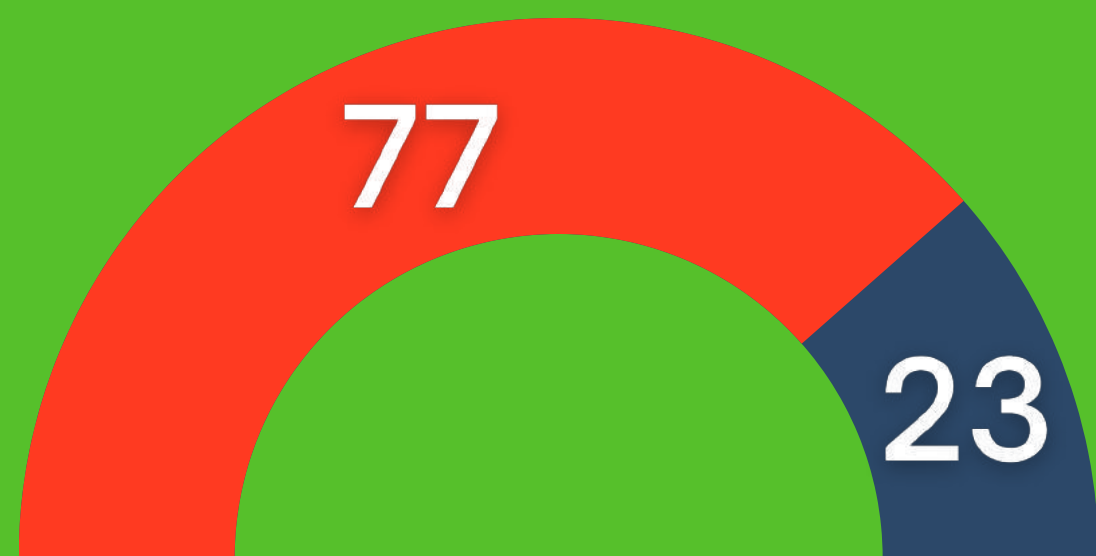


Scenario delle famiglie fanesi

Borsino dei consumi

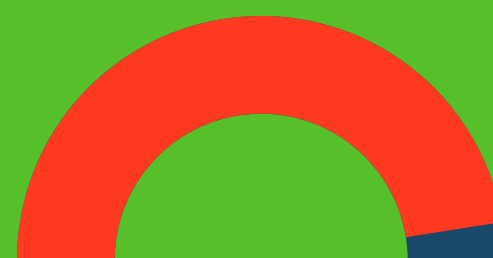
Base: totale casi residenti a Fano al netto di chi ha risposto "Non li acquistavo e continuo a non acquistarli" e della "spesa invariata".
Valori %

■ Diminuita ■ Aumentata



Andamento medio complessivo della spesa per consumi alimentari e non alimentari rispetto all'anno precedente

Chi scende di più



Cura e igiene personale



Spettacoli e cultura



Abbigliamento e calzature



Bevande



Locali pubblici



Viaggi e vacanze

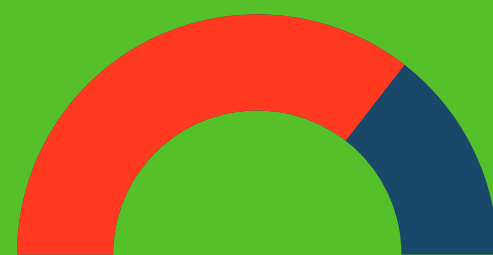


Servizi per la casa



Sport e palestre

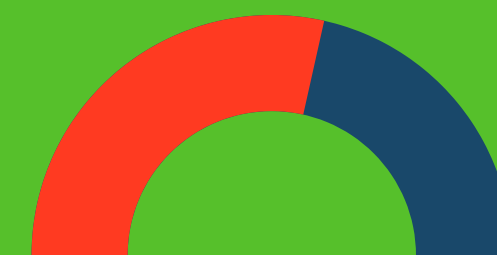
Chi sale di più



Carburante



Utenze domestiche



Alimentari



Visite mediche



Medicinali

Zone di acquisto

Dove acquista solitamente i seguenti prodotti?

Base: totale campione residente a Fano. Valori percentuali

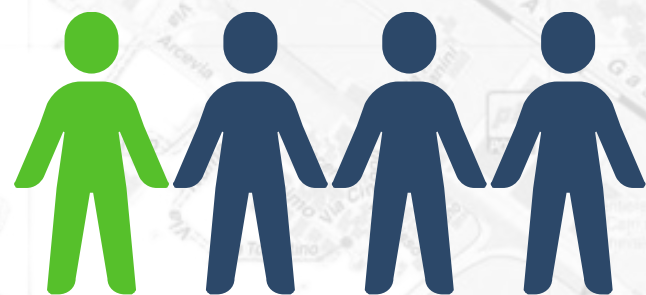
Prodotti alimentari, prodotti per la pulizia della casa e della persona

Articoli di acquisto ricorrente
(casalinghi, cartoleria, giocattoli, etc.)

Articoli di acquisto sporadico (telefonia, elettrodomestici, mobili, computers, etc.)

Abbigliamento e calzature

	Centro storico	Altri quartieri	Periferia urbana	Fuori dal comune
Prodotti alimentari, prodotti per la pulizia della casa e della persona	26,3	59,0	13,9	0,9
Articoli di acquisto ricorrente (casalinghi, cartoleria, giocattoli, etc.)	26,7	61,1	11,3	0,9
Articoli di acquisto sporadico (telefonia, elettrodomestici, mobili, computers, etc.)	12,3	49,1	28,7	9,9
Abbigliamento e calzature	40,1	47,3	10,7	1,9



26%

1 fanese su 4

dichiara mediamente di fare acquisti nel Centro storico



COMUNE DI FANO



DEMOSKOPIKA
when they ask you

Gli acquisti dei fanesi nel Centro storico

Zone di acquisto

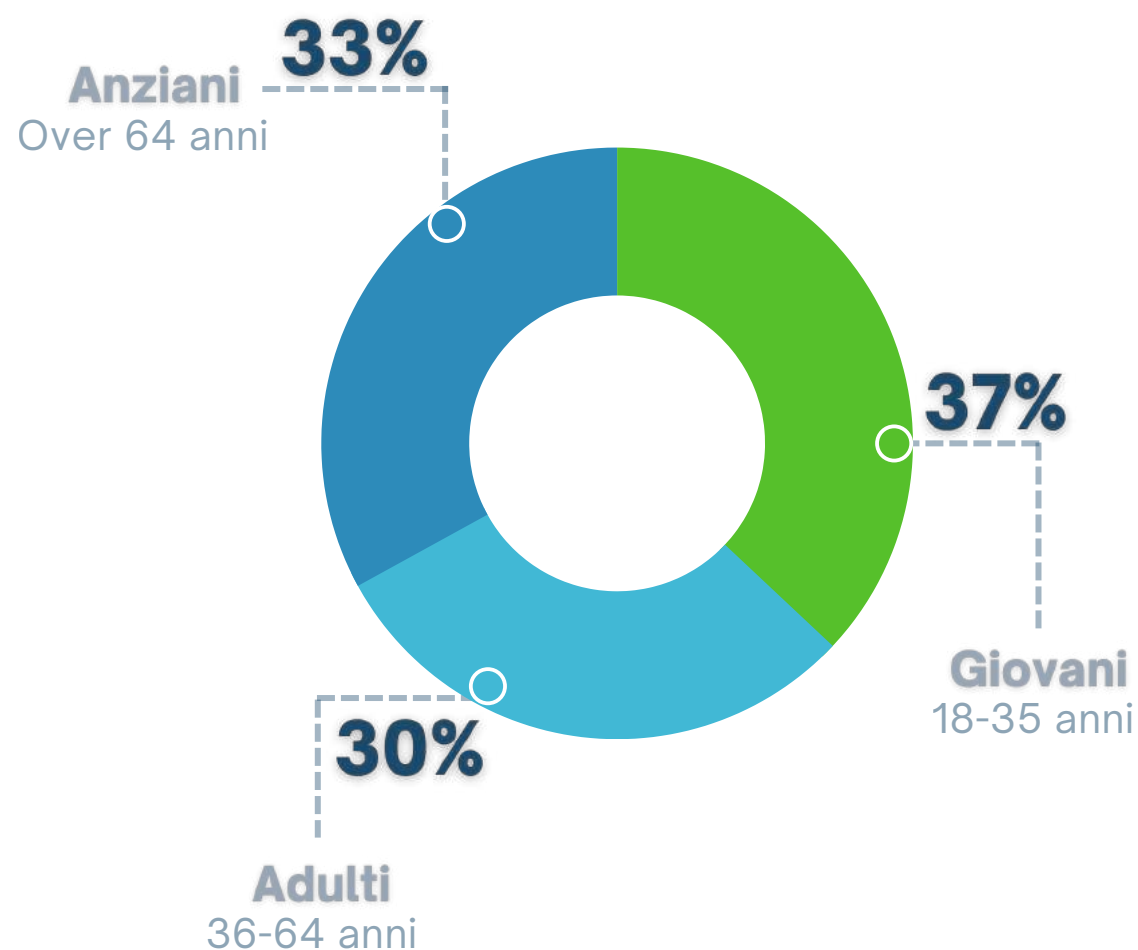
Base: totale campione residente a Fano che ha dichiarato di acquistare prodotti alimentari e non alimentari al Centro storico.



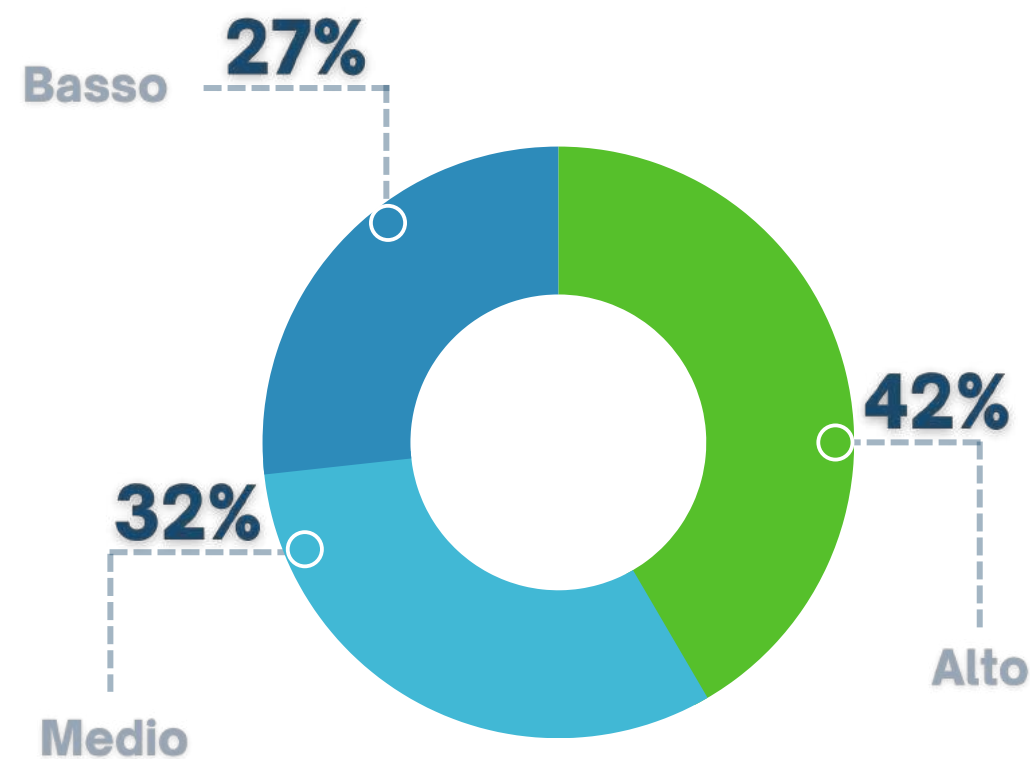
Maschi
52%



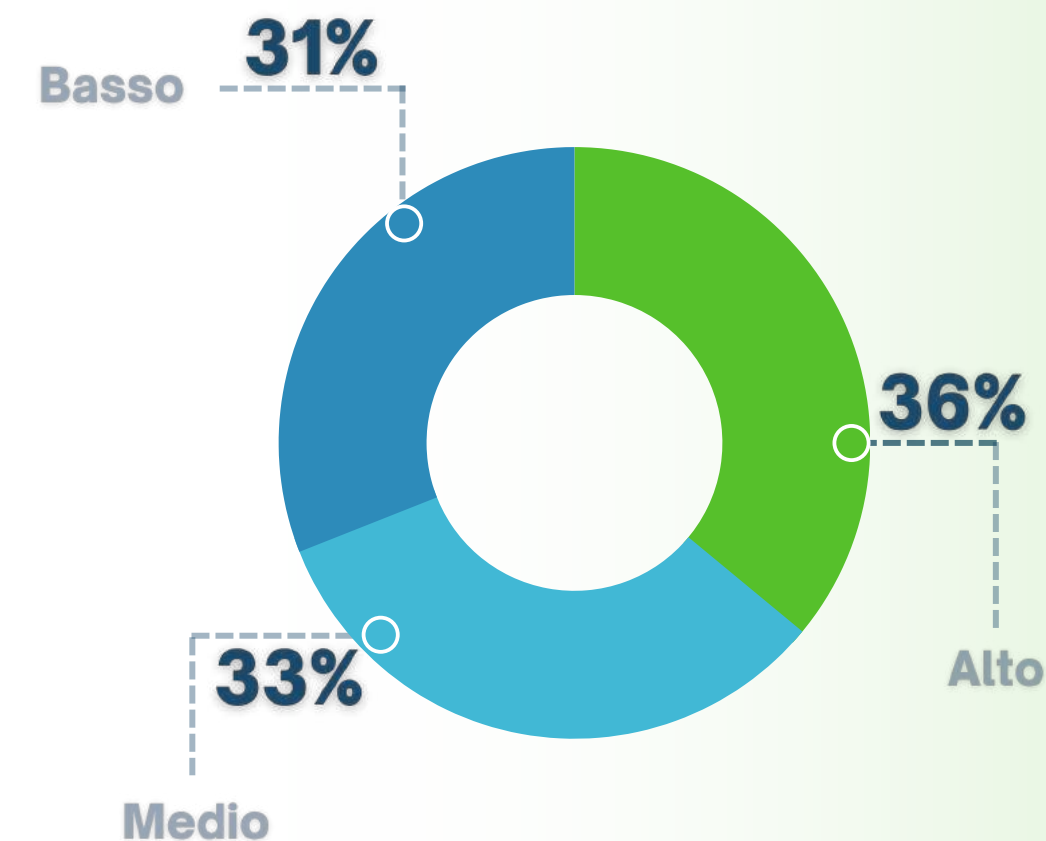
Femmine
48%



ETÀ



LIVELLO ISTRUZIONE



LIVELLO REDDITO

Luoghi di acquisto

La sua famiglia
dove acquista
solitamente i
seguenti beni?

Base: totale campione
al netto di chi dichiara
di non acquistare.
Valori %

Prodotti alimentari



Articolo di acquisto ricorrenti



Articoli di acquisto sporadici



Abbigliamento e calzature



An aerial photograph of a coastal town and harbor. The town is built on a hillside overlooking the sea. A large harbor area is visible, with many boats and a breakwater. The text '04' is overlaid on the left side of the image, and a purple box contains the text 'Propensione al consumo online.'

04

**Propensione
al consumo
online.**



Propensione al consumo online dei cittadini

Oltre la metà del campione interpellato (53%) ha dichiarato di aver iniziato e aumentato gli acquisti online dopo la fase pandemica. Ecco l'identikit dell'e-consumer fanese: giovane (18-35 anni), principalmente donna, con un alto livello di istruzione (laurea/formazione post universitaria) e di reddito.

Consumi online nel post Covid

Lei negli ultimi 3 anni ha continuato a comprare nei negozi tradizionali o ha aumentato i suoi acquisti online?

Base: totale campione.

Ho continuato a comprare solo nei negozi tradizionali e mai on-line	47%
Ho iniziato e/o aumentato di poco gli acquisti online	33%
Ho aumentato abbastanza i miei acquisti online	18%
Ho aumentato molto i miei acquisti online	2%



53%
La metà dei cittadini dichiara di aver iniziato e aumentato gli acquisti online dopo la pandemia

Almeno una volta al mese
(ABITUALI)

56

Una volta ogni tre mesi o meno
(SPORADICI)

34

Almeno una volta a settimana
(INTENSIVI)

10

Frequenza

Base: totale casi al netto di chi non compra online.
Valori %

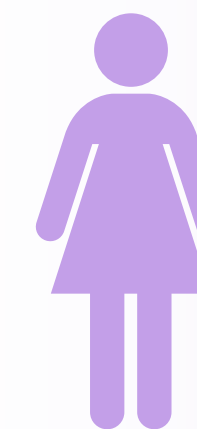
Gli acquisti sulla rete dei fanesi. Il profilo dell'e-consumer

Consumi online nel post Covid

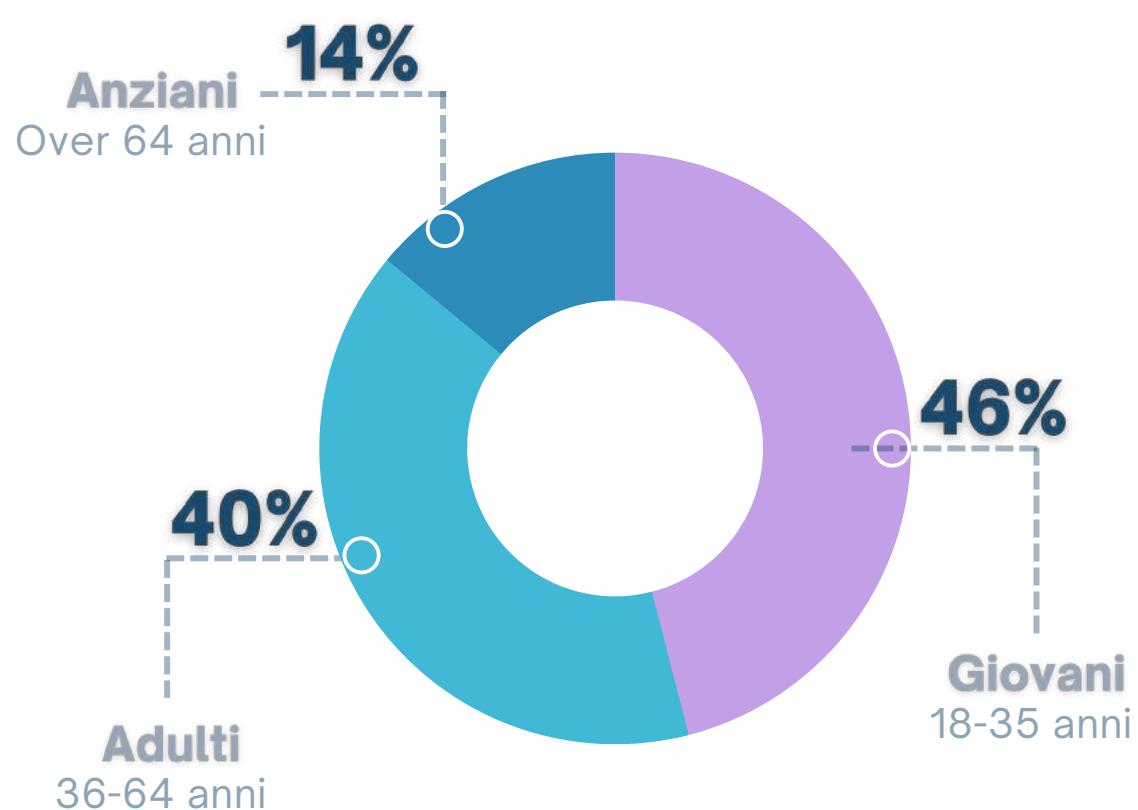
Base: totale campione residente a Fano che ha dichiarato di avere aumentato gli acquisti online "molto+abbastanza".



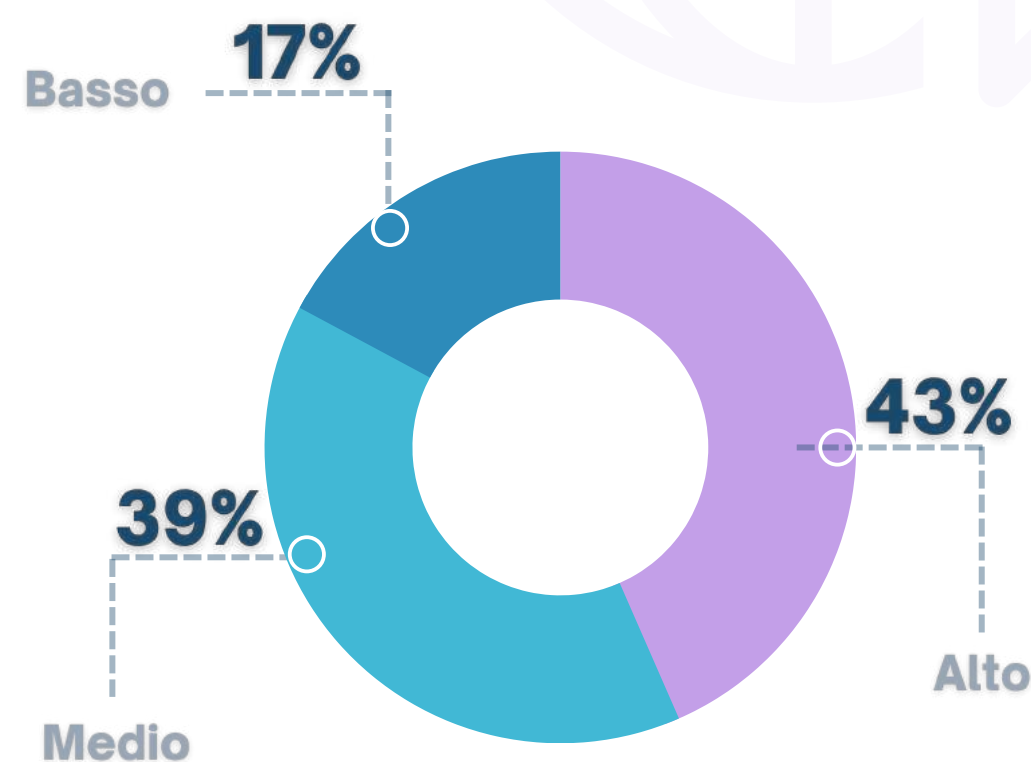
Maschi
45%



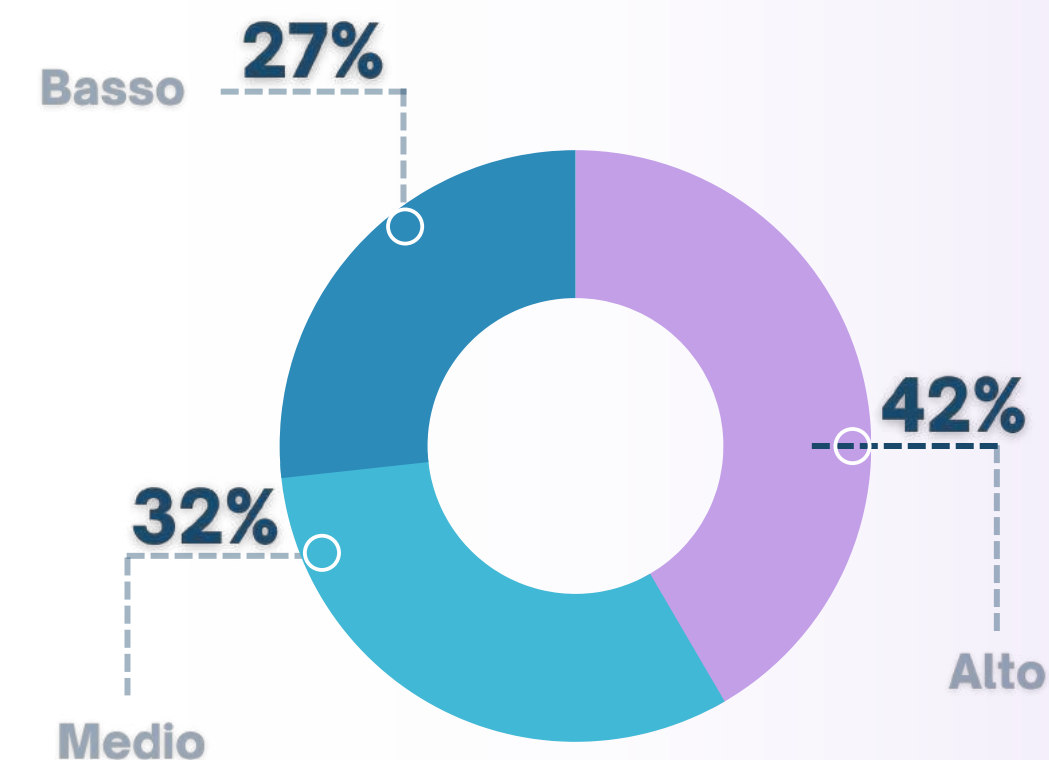
Femmine
55%



ETÀ



LIVELLO ISTRUZIONE



LIVELLO REDDITO

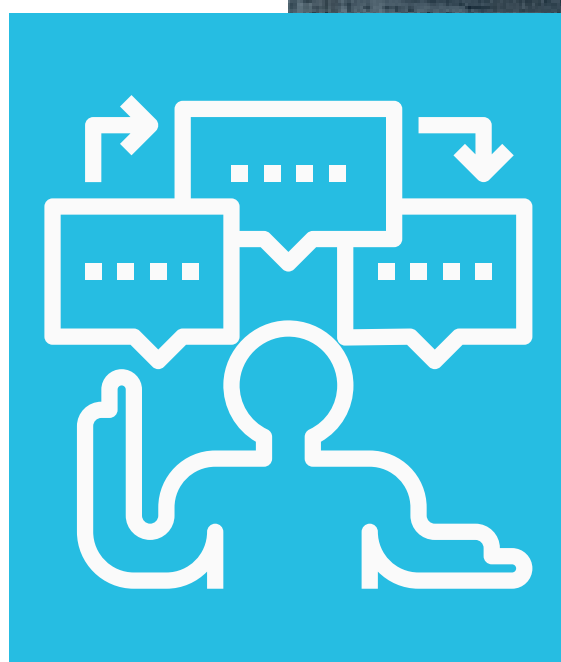
05

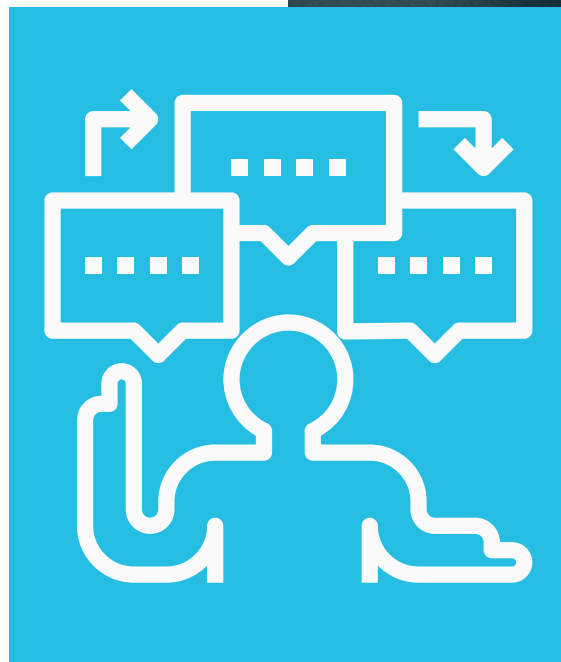
**Vissuto e
sentiment del
centro storico.**



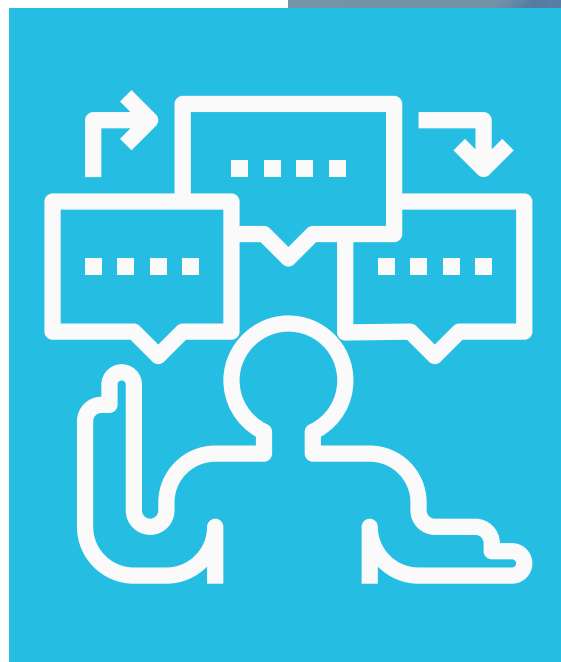
Abitudini e comportamenti di acquisto

Centro storico marcatore identitario per l'intera comunità fanese: per la maggior parte dei residenti (79%), la "Città vecchia" è considerata parte vitale del senso di appartenenza dei cittadini. Sono, inoltre quasi 2 cittadini su 10 a frequentarlo più assiduamente recandosi principalmente in auto (68%) o, eventualmente, a piedi (19%).

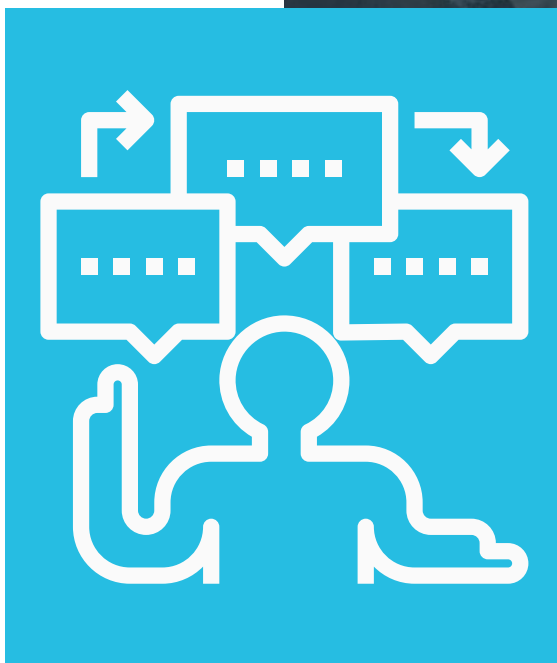




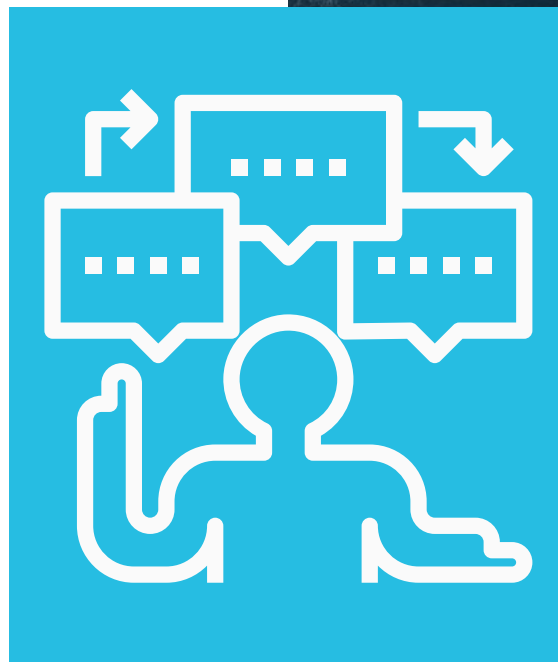
A spingere i cittadini, non solo gli autoctoni ma anche gli individui provenienti dai comuni limitrofi, a frequentare il Centro storico prevalgono alcune motivazioni: passeggiare (59,3%), fare acquisti (32,8%) e incontrare amici (27,9%). Sul versante opposto, lo scarso interesse (43,7%), motivi di salute o età (37,8%) prevalgono tra i fattori disincentivanti. Più che buono il livello di soddisfazione complessivo registrato per gli aspetti del



Centro storico: il 62% del campione ha alzato il pollice, manifestando prevalenza prioritariamente per la "conservazione e valorizzazione patrimonio storico e culturale" (92%), "vivibilità e sicurezza" (90%), "decoro urbano" e "aree pedonali" rispettivamente con l'80% e il 79%. Di segnale opposto, le indicazioni del livello di in-soddisfazione riguardanti "la disponibilità di parcheggio" (17%), il "traffico e la viabilità" (30%) e, infine, una inadeguata presenza di attività commerciali (46%).



Spostando l'analisi sull'offerta commerciale del Centro storico, dalla ricerca sul campo sono emerse alcune informazioni rilevanti al fine di una profilazione delle abitudini di acquisto. In primo luogo, il cluster dei fanesi "assidui" rappresenta oltre il 60% del campione che indica, per l'appunto il Centro storico, quale area per acquistare preferibilmente abbigliamento e accessori (54,3%), alimentari (36,2%) e prodotti artigianali (22,2%).



Welcome

Infine, abbiamo chiesto ai cittadini di indicare "cosa incide maggiormente sulle preferenze di acquisto nel Centro storico di Fano". Le risposte ottenute, non lasciano spazio a dubbio alcuno. Nello specifico i fattori "condizionanti" riguardano: qualità dei prodotti (32%), cortesia, professionalità e competenza degli operatori economici (29%), Comodità o vicinanza a residenza o a lavoro (26,9%) e offerte promozionali (20%).

Legame con il Centro storico

Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni riguardanti il suo legame con il Centro storico?

Base: totale campione residente a Fano. Confronto tra residenti nel Centro storico e residenti in altri quartieri. Il valore si riferisce alla somma delle modalità di risposta "abbastanza+molto". Valori %

Il Centro storico è il mio luogo preferito



Fano

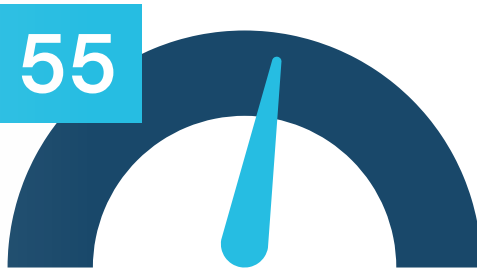
72

Quando mi trovo nel Centro storico sto bene



87

Sento la mancanza del Centro storico quando non ci vado/o non ci sto (per coloro che ci abitano) per molto tempo



46

Il Centro storico è parte della mia identità fanese



79

Stare e frequentare il Centro storico mi fa sentire a casa



69



COMUNE DI FANO



DEMOSKOPIKA when they ask you

Frequenza del Centro storico

Con quale frequenza si è recato nell'ultimo anno nel centro storico di Fano?

Base: totale campione.

Ci abito	18,4%
Più volte a settimana	8,1%
Almeno una volta a settimana	10,1%
Una volta al mese	13,6%
Ogni tre mesi	8,9%
Una volta o due volte l'anno	18,1%
Area frequenza	77,2%
Non lo frequento più da tempo	14,8%
Non ci sono mai stato	8,0%
Area non frequenza	22,8%

18,2% Sono quasi 2 cittadini su 10 a frequentare più assiduamente il Centro Storico.



68%
Auto



19%
A piedi



7%
Autobus



6%
Moto

Come vado...

Composizione dei frequentatori "più assidui"

Frequenza del Centro storico

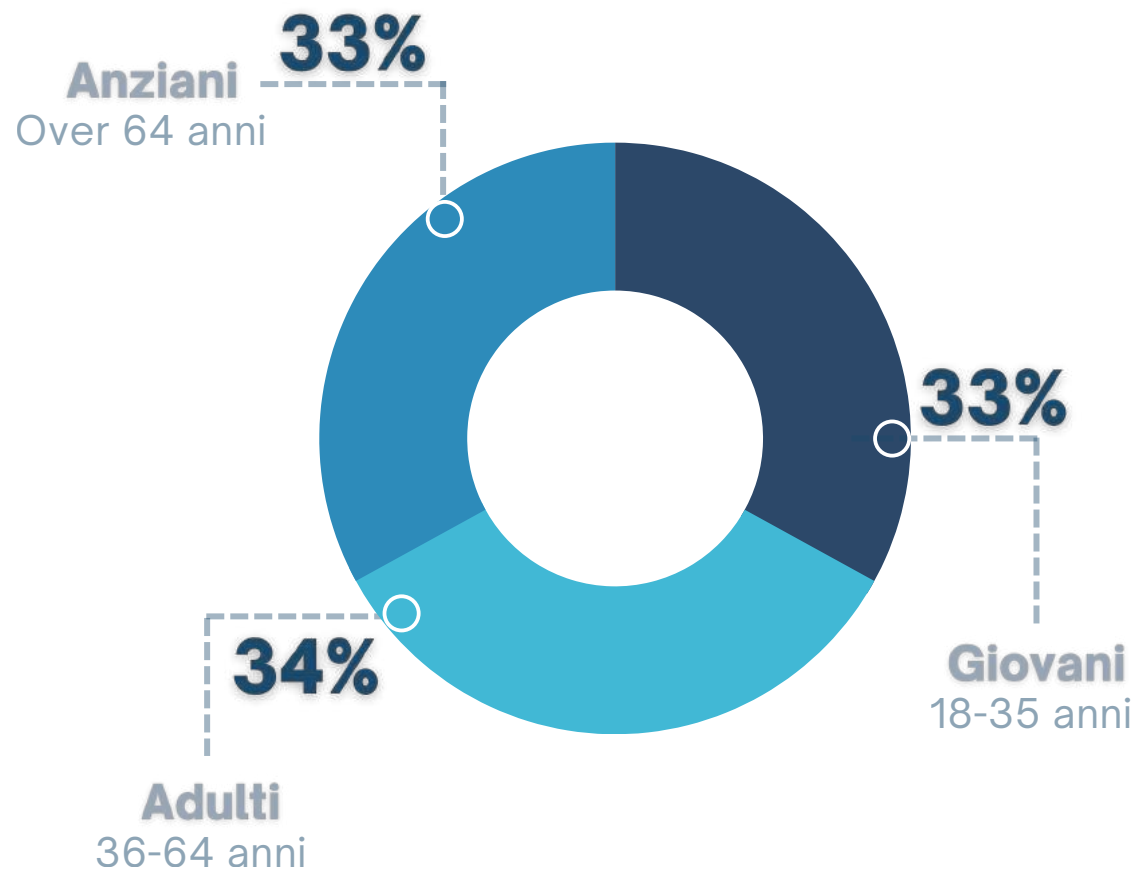
Base: campione residente a Fano che ha dichiarato di essersi recato nell'ultimo anno nel Centro storico "più volte a settimana" e "almeno una volta a settimana".



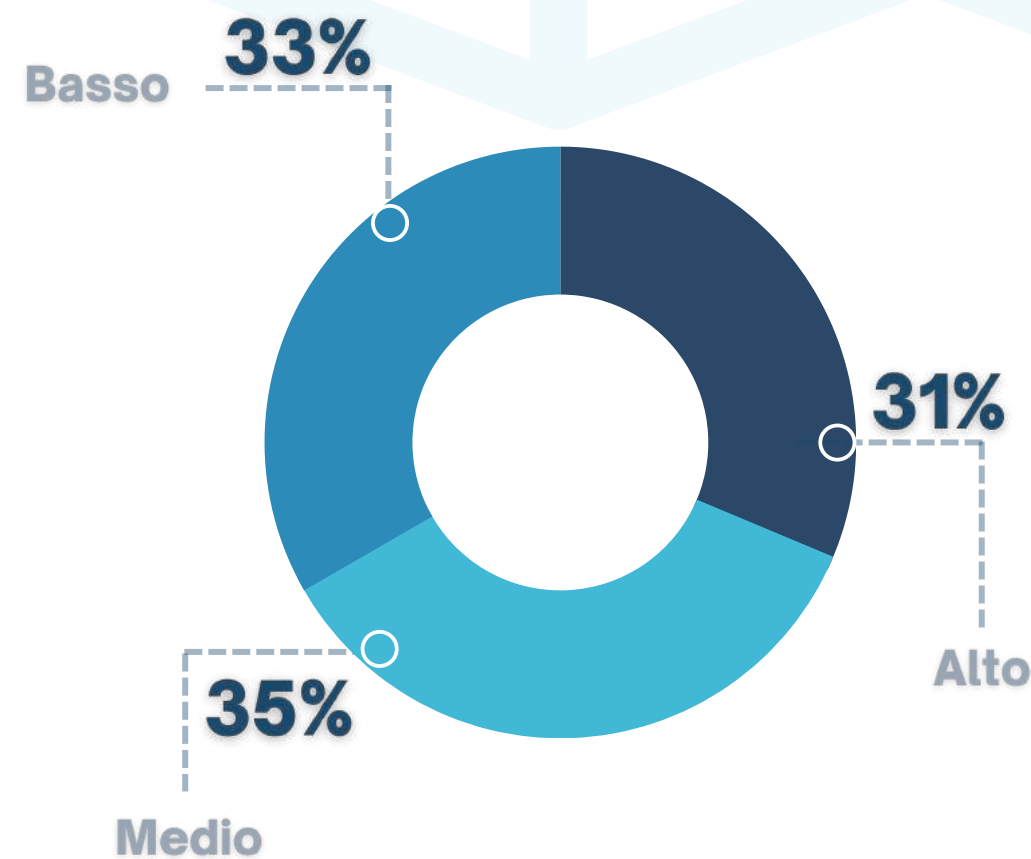
Maschi
57%



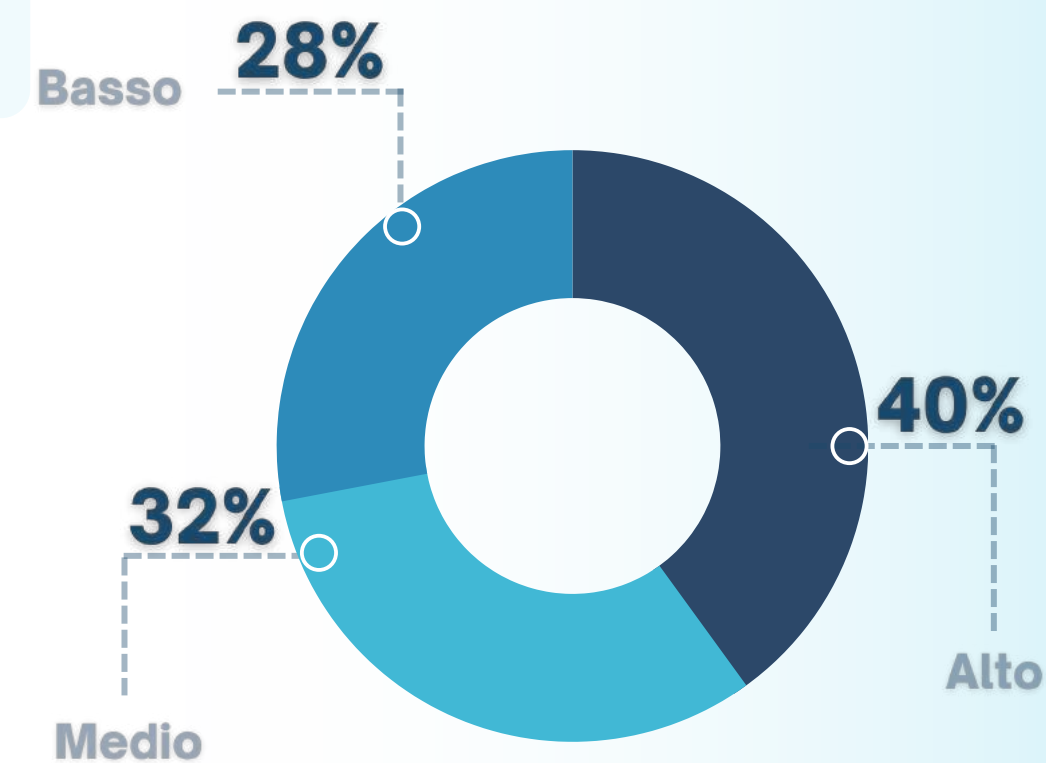
Femmine
43%



ETÀ



LIVELLO ISTRUZIONE

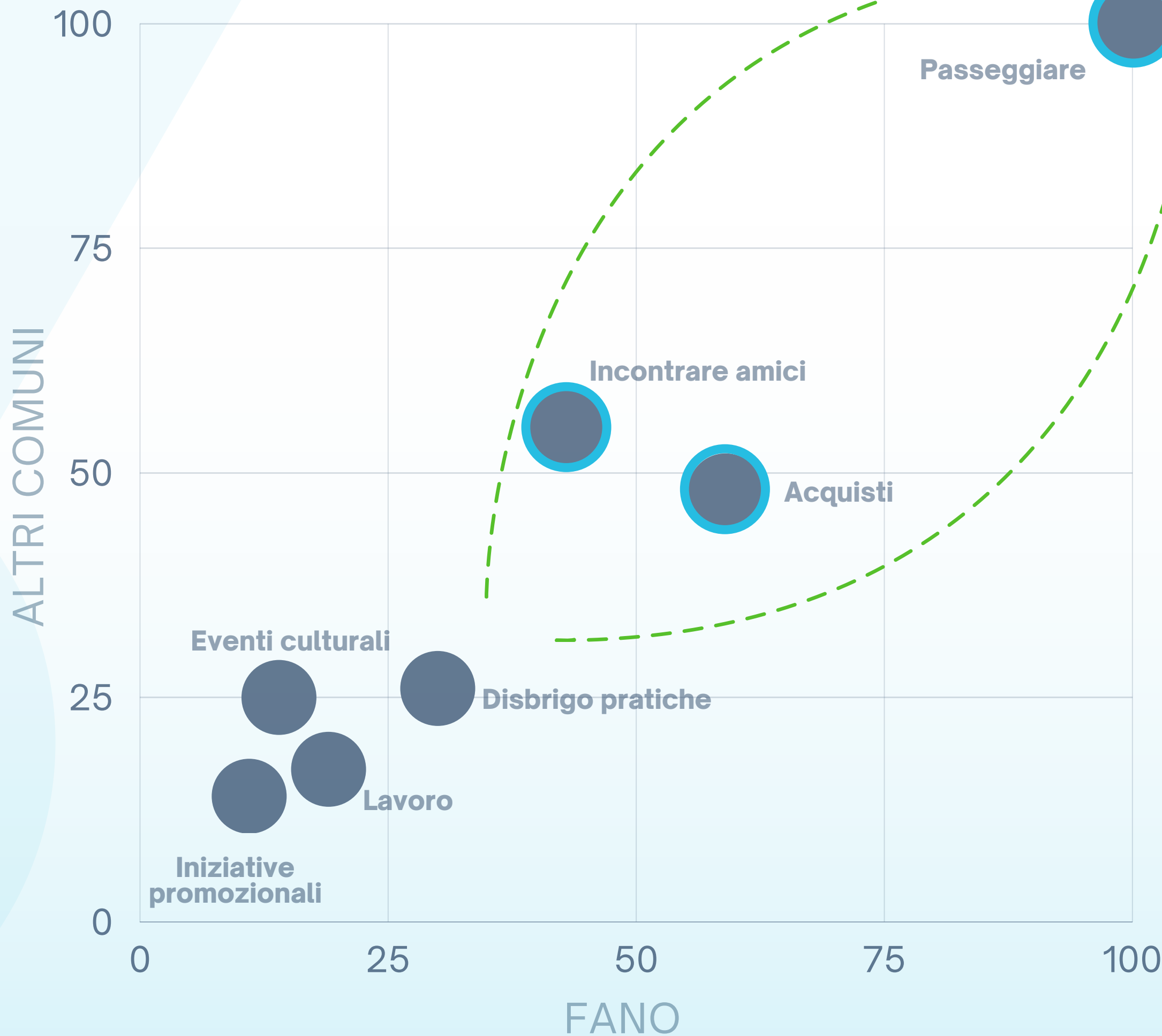


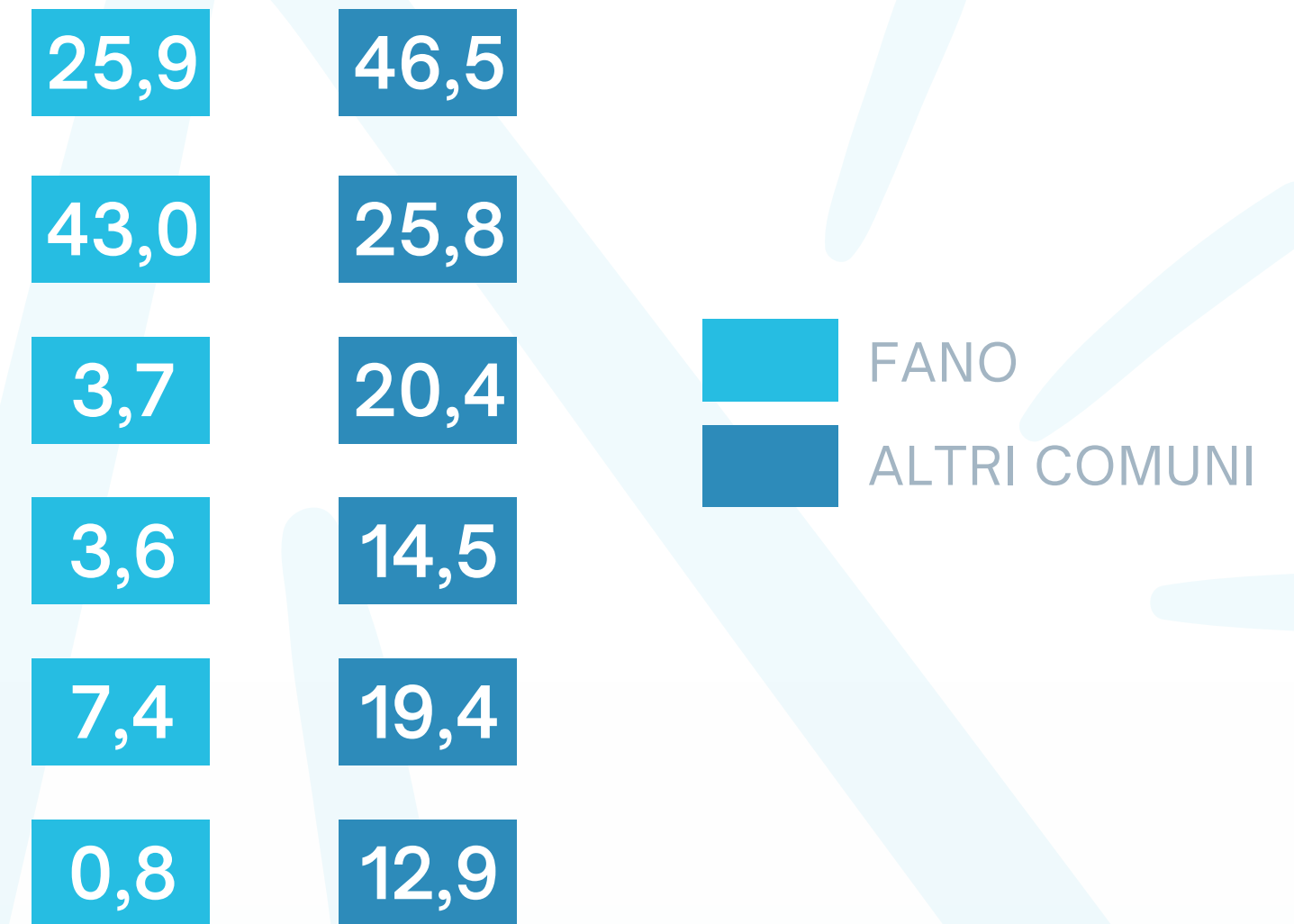
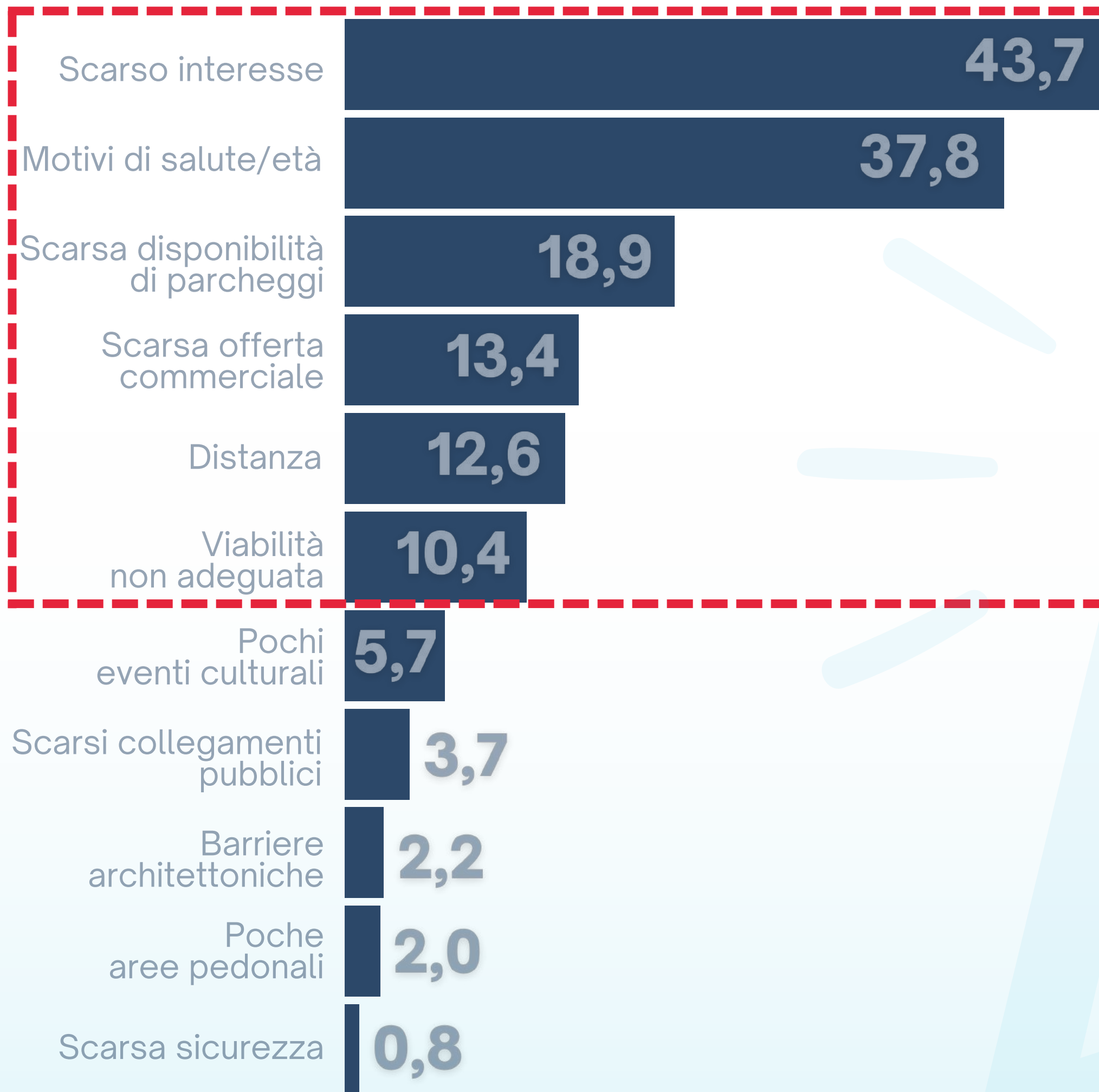
LIVELLO REDDITO

Appeal del Centro storico

Per quale motivo si reca nel Centro storico?

Base: totale campione.
Confronto Fano - Altri comuni.
Valori %





Base: totale campione.
Confronto Fano - Altri comuni.
Valori %

Per quali motivi principali, non si reca mai o si è recato poco nel Centro storico?

Driver critici

Conservazione e valorizzazione patrimonio storico e culturale
92

Vivibilità e sicurezza
90

Decoro urbano
80

Aree pedonali
79

Collegamenti con mezzi pubblici
61

Attività commerciali
46

Traffico e viabilità
30

Disponibilità di parcheggio
17

Citizen satisfaction

Per ciascuno degli aspetti del Centro storico di Fano che le verranno proposti, dica quanto è soddisfatto ...

Base: totale campione di chi ha indicato le modalità di risposta "molto+abbastanza" soddisfatto.
Valori %



Soddisfazione media

62



ETÀ

Giovani (18-35 anni)	61
Adulti (36-64 anni)	58
Anziani (over 64 anni)	60

LIVELLO REDDITO

Alto	61
Medio	59
Basso	58

LIVELLO ISTRUZIONE

Alto	60
Medio	59
Basso	58

GENERE

Maschi	61
Femmine	58

A Fano...

Analisi dell'offerta commerciale

Negli ultimi anni a suo parere come è cambiata l'offerta dei negozi del Centro storico di Fano?

Base: totale campione.
Confronto Fano - Altri comuni.
Valori %

Totale campione



Altri comuni



Fano



ETÀ		
Giovani (18-35 anni)	59	7
Adulti (36-64 anni)	65	4
Anziani (over 64 anni)	67	2
LIVELLO REDDITO		
Alto	65	4
Medio	64	4
Basso	62	5
LIVELLO ISTRUZIONE		
Alto	65	4
Medio	64	4
Basso	62	5
GENERE		
Maschi	62	5
Femmine	66	4

■ Peggiorata
 ■ Invariata
 ■ Migliorata

Acquisti. Il profilo dei frequentatori "più assidui"

Analisi dell'offerta commerciale

Con quale frequenza fa acquisti nel Centro storico di Fano? E, inoltre. I suoi acquisti hanno riguardato o riguardano quali prodotti?

Base: totale campione. Valori %

	Fano	Altri comuni	Totale
Almeno una volta alla settimana	29	10	29
Almeno una volta al mese	32	34	32
Almeno una volta ogni 3 mesi	23	33	23
Mai negli ultimi 3 mesi	16	23	16



Abbigliamento e accessori

54,3



Prodotti alimentari

36,2



Prodotti artigianali

22,2



Cartoleria e libri

21,2



Prodotti per bambini

21,1



Profumi e cosmesi

11,6



Elettronica

4,8



Gioielleria

4,5

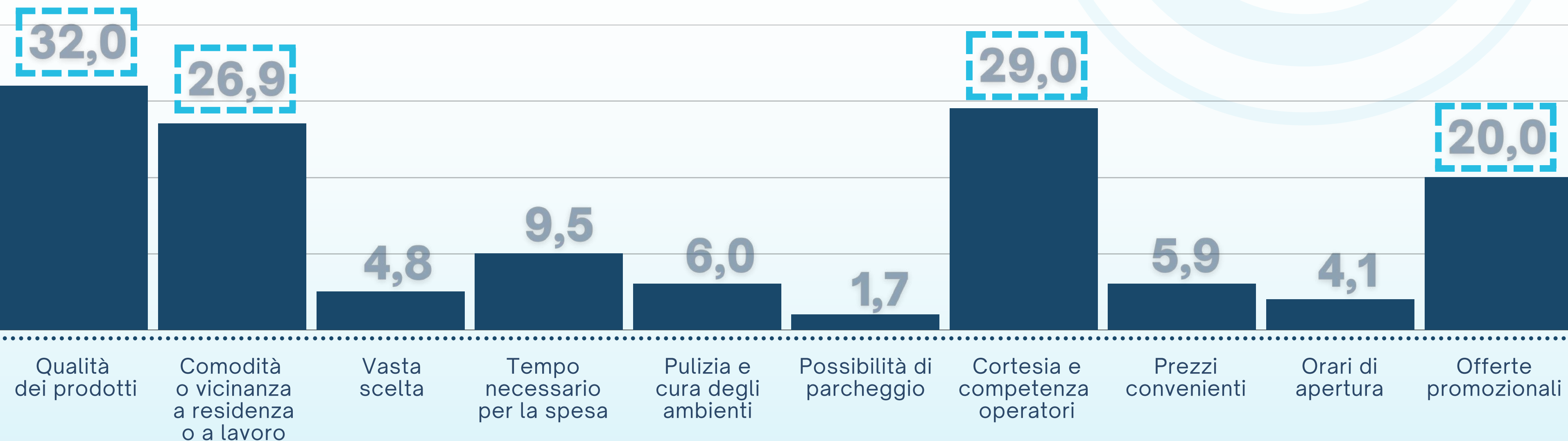


Rilevazione dei fattori "condizionanti"

Analisi dell'offerta commerciale

Cosa incide maggiormente sulle sue preferenze di acquisto nel centro storico di Fano?

Base: totale campione. Valori %



Visit Centro storico

Durante la visita al centro storico (o quando si trova al centro storico per chi ci abita) solitamente usufruisce dei servizi pubblici?

Base: totale campione. Valori %

	Fano	Altri comuni	Totale
Consumo qualcosa al bar	64	65	64
Vado al ristorante o pizzeria	25	26	25
Vado in trattoria	12	7	11
Vado in altri locali	22	16	20
Solitamente non vado nei locali	10	15	12



COMUNE
DI FANO



06

**Centro storico.
Le proposte di
miglioramento
dei cittadini.**



Centro storico. Le proposte di miglioramento dei cittadini

Cosa potrebbe rendere più attraente e più vivibile il Centro storico di Fano? Dai cittadini emerge un'agenda di suggerimenti per i decision maker locali molto interessante e differenziata. In testa, la proposta di aumentare la disponibilità dei parcheggi è avvertita come prioritaria per quasi 1 cittadino su 3 (28,1%). A seguire, aumentare il





calendario degli eventi estivi (21,2%) e invernali (17,2%). E, ancora, indicazioni significative riguardano anche la costruzione di iniziative promozionali più incisive (19,2%) e il miglioramento della viabilità (15,3%). Ma un maggiore appeal del Centro storico passa anche da un rilancio migliorativo dell'offerta commerciale. In questa direzione, in testa si posiziona, in assoluto, l'incentivo a far nascere più negozi (62,7%), seguito da prezzi più convenienti e maggiori offerte commerciali (27,7%) e una maggiore varietà merceologica (24,8%)

Potenziare l'attrattività

Che cosa potrebbe rendere più attraente e più vivibile il Centro storico di Fano?

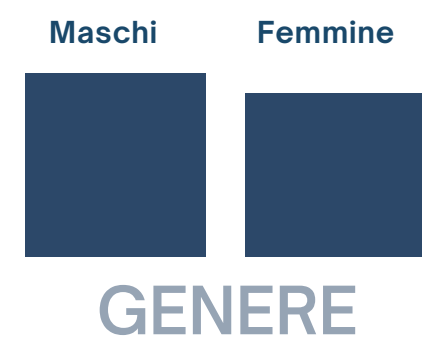
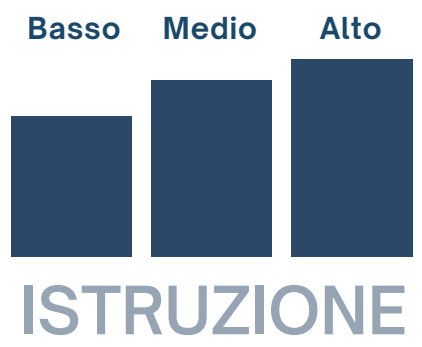
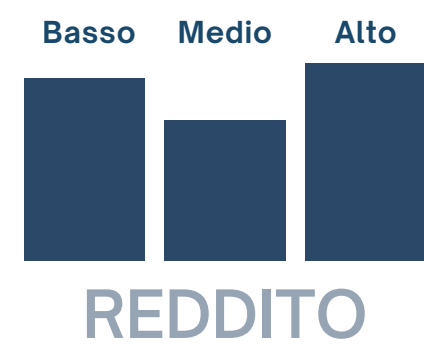
Base: totale campione al netto di chi ha indicato "Non sa/non risponde" e "Nulla, va bene così".
Valori %





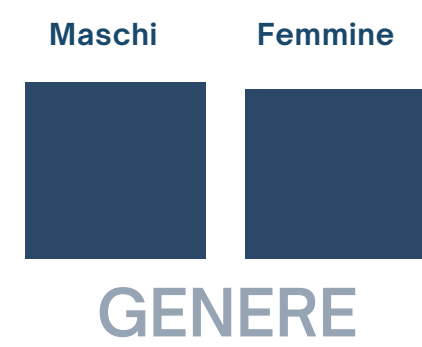
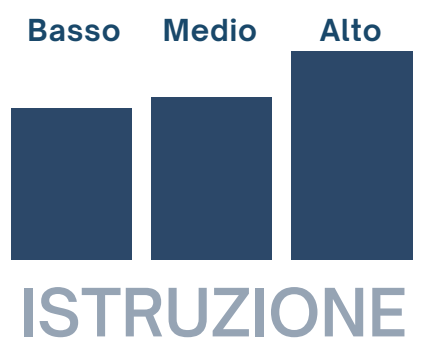
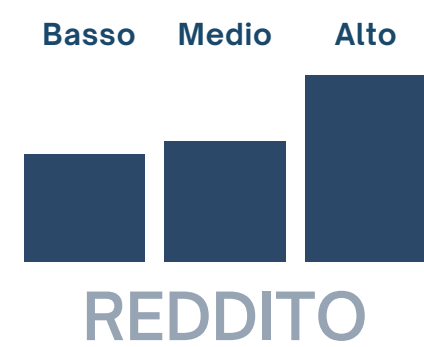
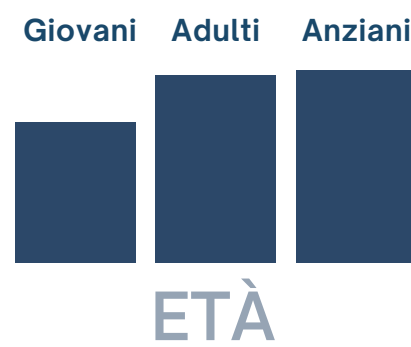

Aumentare la disponibilità di parcheggi

28,1



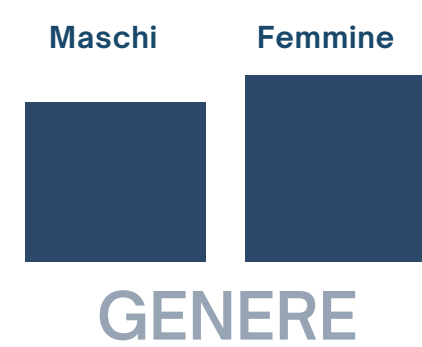
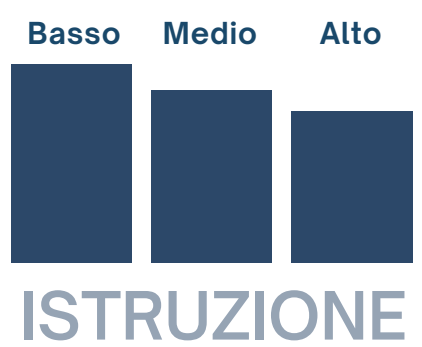
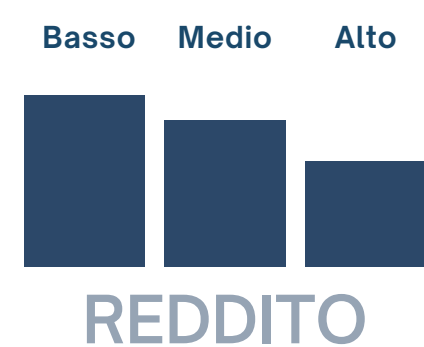
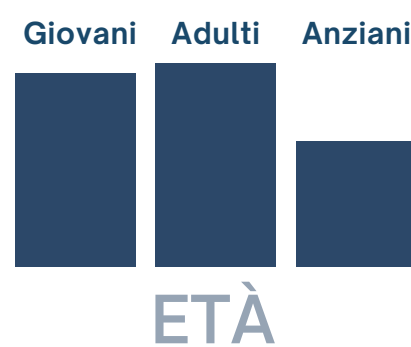

Aumentare gli eventi estivi

22,9

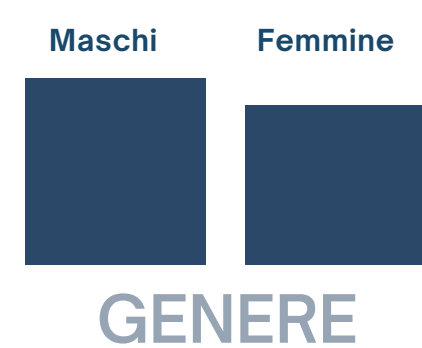
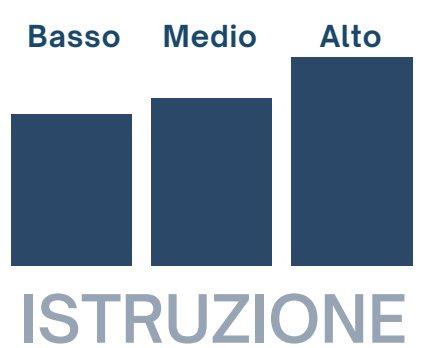
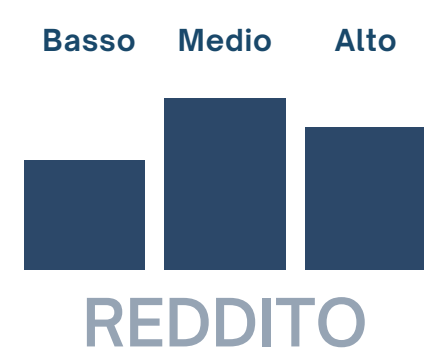
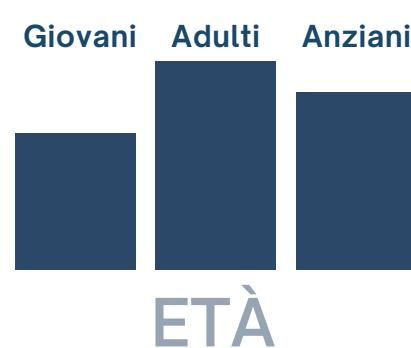
Iniziative promozionali più incisive

19,2



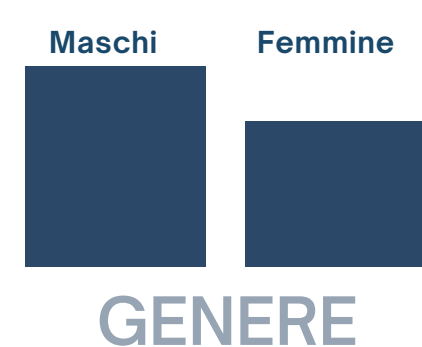
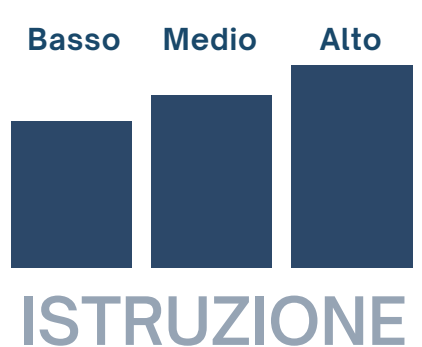
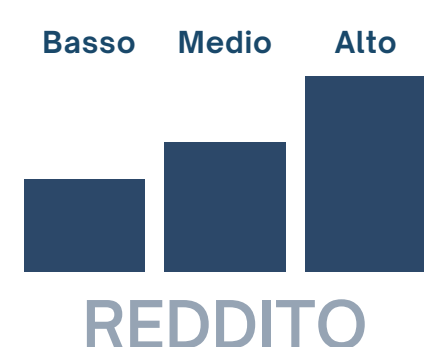

Aumentare gli eventi invernali

17,6




Migliorare accessibilità e viabilità

15,2



Le proposte dei fanesi #1

Potenziare l'attrattività del Centro storico

Base: totale campione residenti a Fano al netto di chi ha indicato "Non sa/non risponde" e "Nulla, va bene così".
Valori %

Le proposte dei fanesi #2

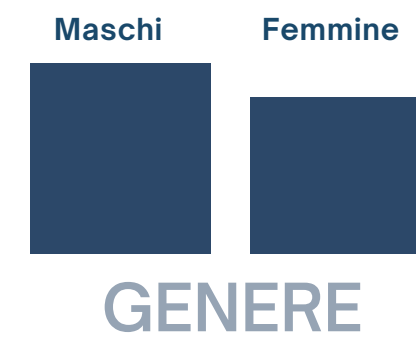
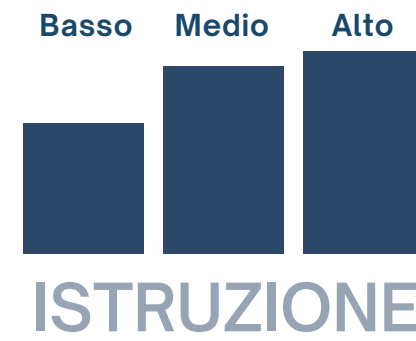
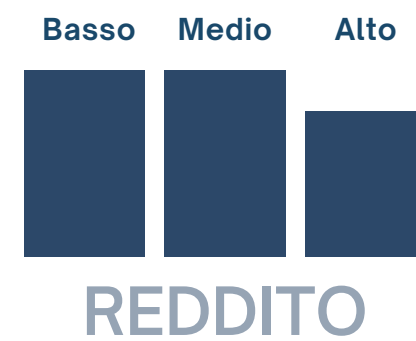
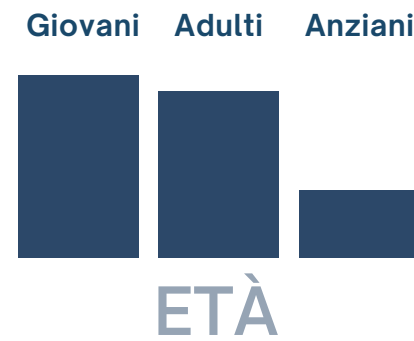
Potenziare l'attrattività del Centro storico

Base: totale campione residenti a Fano al netto di chi ha indicato "Non sa/non risponde" e "Nulla, va bene così".
Valori %



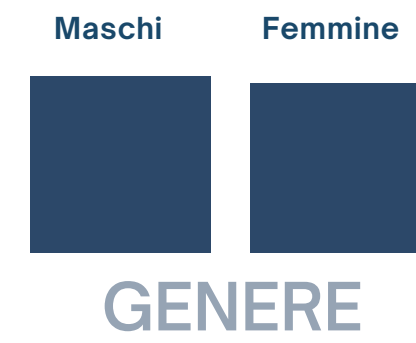
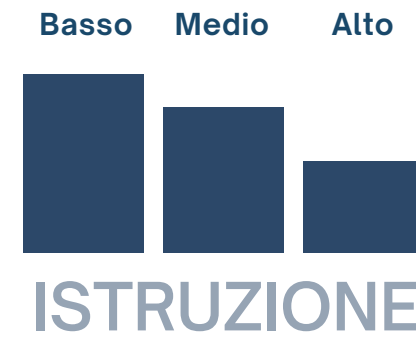
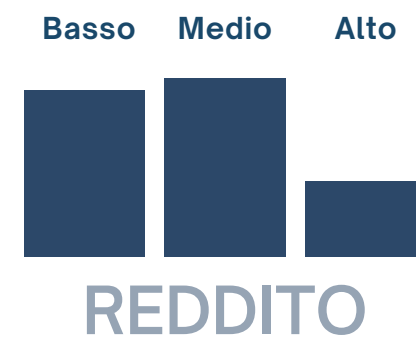
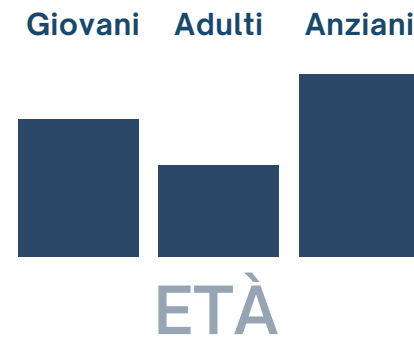
Maggiore info sugli eventi

9,3



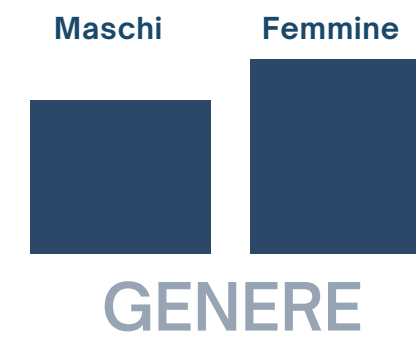
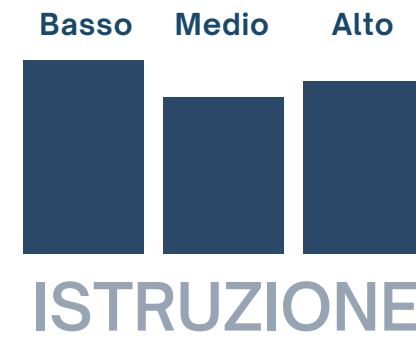
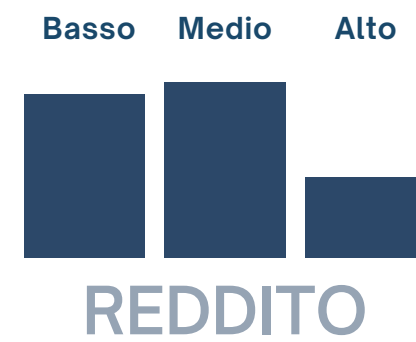
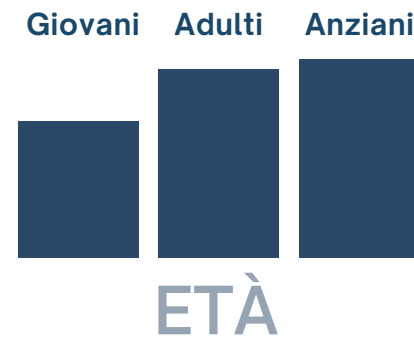
Manutenzione e cura arredo urbano

8,6



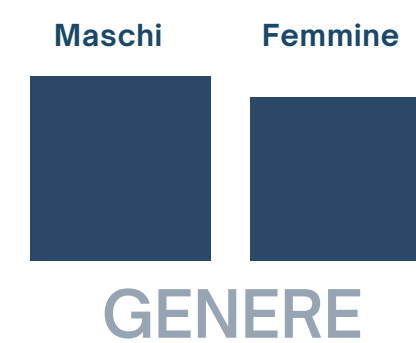
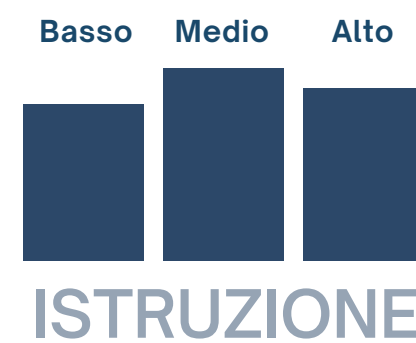
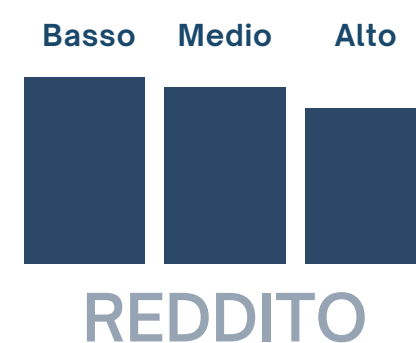
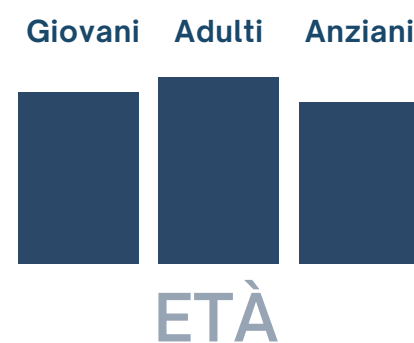
Più piste ciclabili

6,6



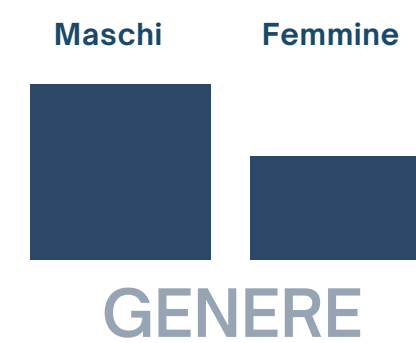
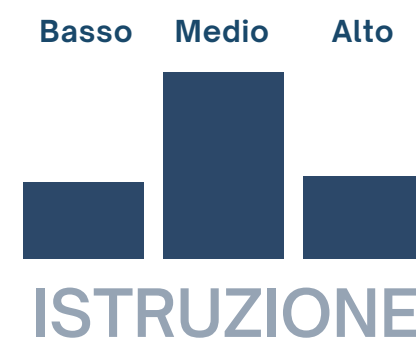
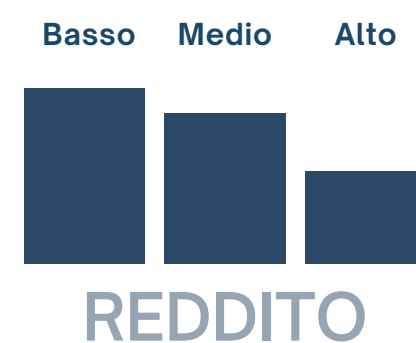
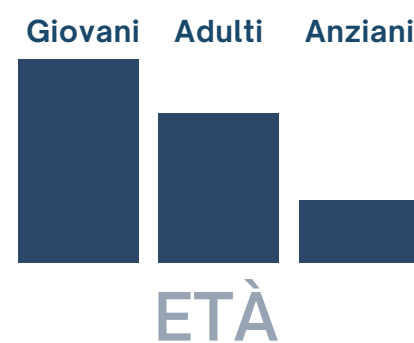
Maggiore pedonalizzazione

6,4



Più collegamenti pubblici

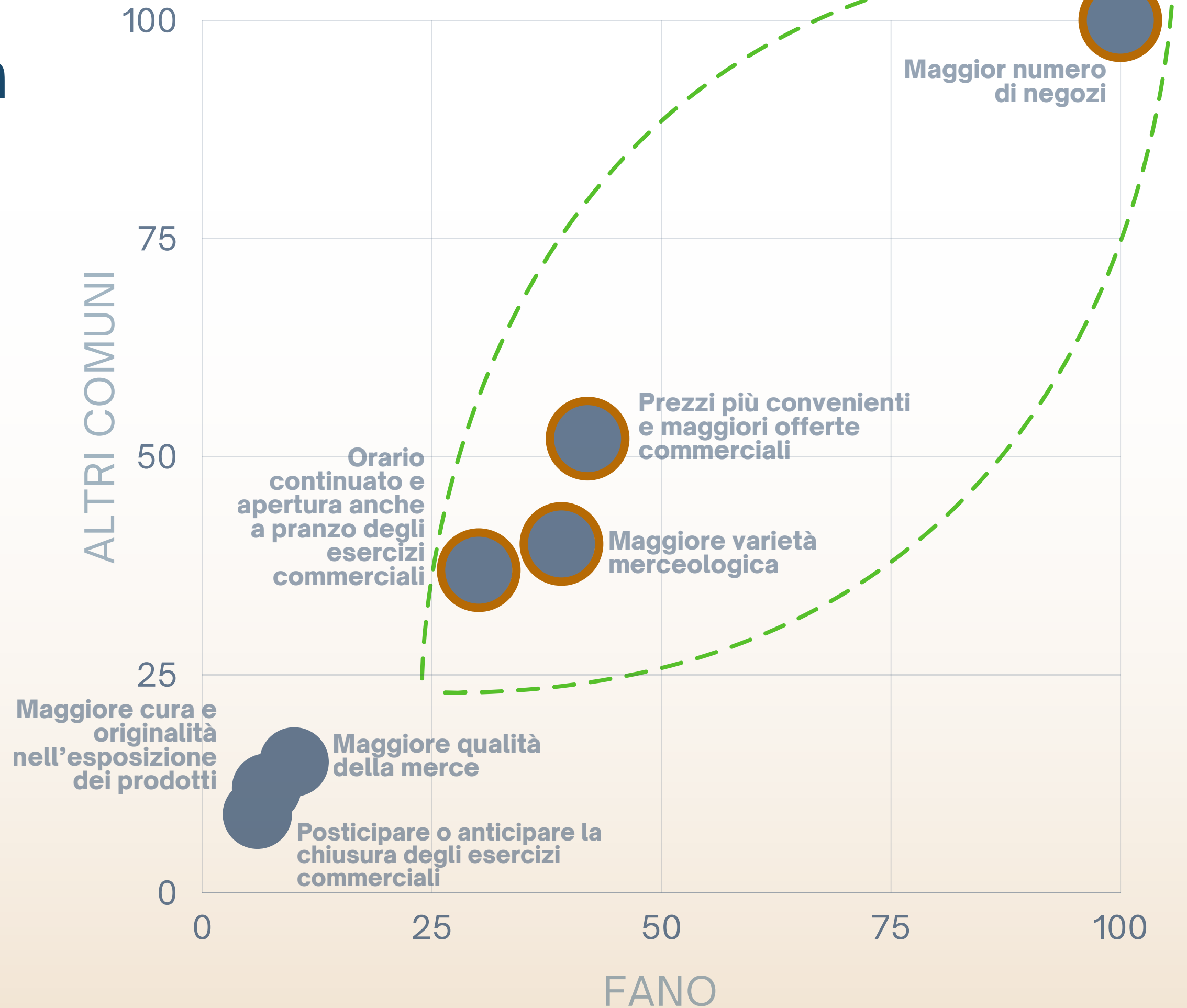
5,2



Migliorare l'offerta commerciale

Come si potrebbe migliorare l'offerta commerciale del Centro storico?

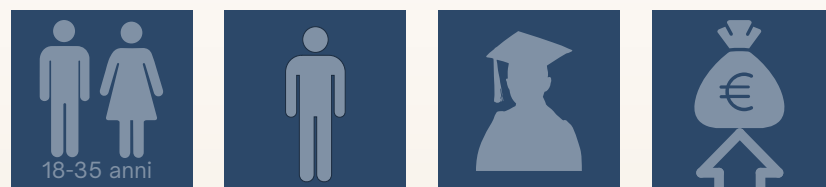
Base: totale campione.
Confronto Fano - Altri comuni.
Valori %



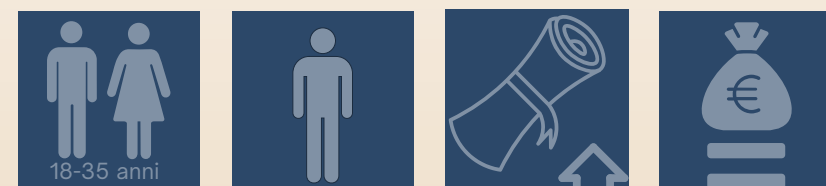
**Prezzi più
convenienti e
maggiori offerte
commerciali**



**Maggiore varietà
merceologica**



**Orario continuato
e apertura anche a pranzo
degli esercizi commerciali**

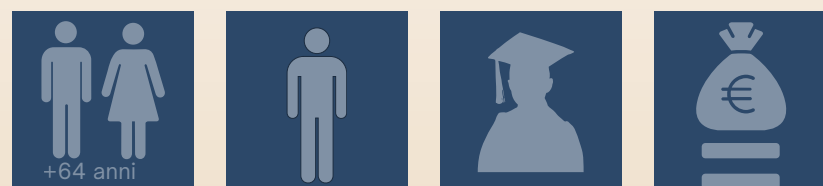


Migliorare l'offerta commerciale. Il sentiment dei fanesi

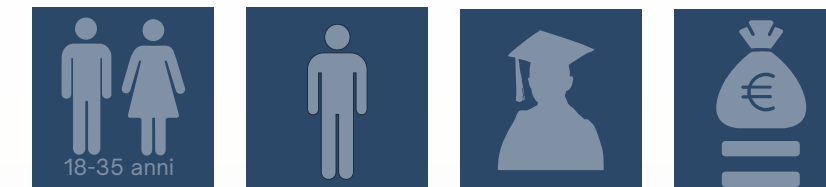
Come si potrebbe migliorare
l'offerta commerciale del
Centro storico?

Base: totale campione residenti
a Fano. Valori %

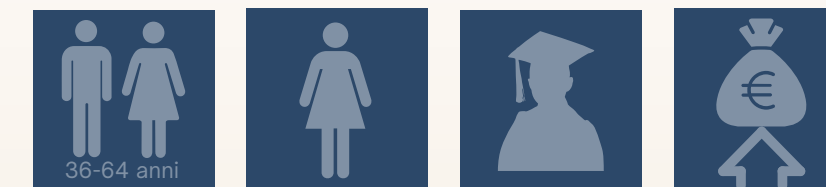
**Maggior numero
di negozi**



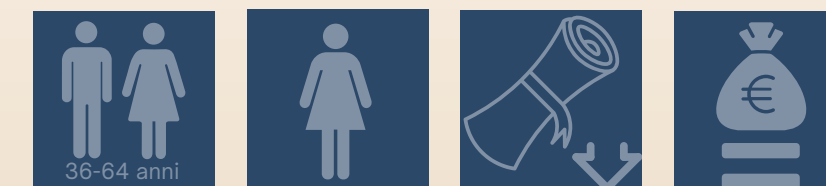
**Maggiore qualità
della merce**



**Maggiore cura e
originalità
nell'esposizione
dei prodotti**



**Posticipare o anticipare
la chiusura degli
esercizi commerciali**





DEMOSKOPIKA
when they ask you

SEGUICI SU



ROMA

VIA SAVOIA, 78
+39 06 8523 74028
INFO@DEMOSKOPIKA.EU

RENDE

VIA PAPA GIOVANNI XXIII, 24/C
+39 0984 458423
INFO@DEMOSKOPIKA.EU

WWW.DEMOSKOPIKA.IT