

Analisi Territoriale

Abbadia di Fiastra

PRESENTAZIONE – 2023

CLASSE 5AT





Fondazione Giustiniani Bandini
**RISERVA NATURALE
ABBADIA DI FIASTRA**

LEGENDA	
	Area di protezione
	Riserva antropologica
	Riserva integrale
	Viabilità primaria
	Viabilità secondaria
	Tratto panoramico
	Sentiero natura
	Centro visite
	Parcheggio
	Ristoro
	Servizi igienici
	Area pic-nic
	Camper service
	Maneggio
	Abbazia di S. Maria di Chiaravalle di Fiastra
	Case coloniche di interesse storico
	Castello della Rancia
	Rocca di Urbisaglia
	Scavi archeologici Urbs Salvia



Analisi del Territorio

Il centro abitato Abbazia di Fiastra lega il suo nome all'Abbazia di Chiaravalle di Fiastra, la quale rappresenta una delle abbazie cistercensi meglio conservate in Italia.

L'ideale benedettino di lavoro e preghiera, ha avuto un ruolo fondamentale dal momento in cui ha segnato profondamente la storia del territorio, arricchendola di preziose ed interessanti testimonianze.

Il patrimonio artistico, culturale e storico di questo territorio, doveva essere conservato e protetto quanto meglio possibile, motivo per cui nel 1984 è nata la Fondazione Giustiniani Bandini, la quale incorpora all'interno anche la Riserva Naturale Abbazia di Fiastra di cui è Ente Gestore.

La Riserva comprende 1800 ettari di campi coltivati, vegetazione e fauna protetta, due corsi d'acqua e un lago, che circondano l'Abbazia di Chiaravalle di Fiastra un territorio che ancora mostra le tracce evidenti della lunga presenza dei monaci e del loro lavoro.





Il compito della Fondazione Giustiniani Bandini si traduce nella protezione del territorio e le sue risorse, nella promozione della ricerca scientifica, nell'attività di educazione ambientale, nello sviluppo dell'attività agricola in accordo con le attività culturali e turistiche, nella salvaguardia dell'antica Abbazia Cistercense, il palazzo principesco e tutte le altre preziose testimonianze storico-architettoniche del passato.

Nelle vicinanze, all'interno del comune di Urbisaglia, gli appassionati di archeologia possono visitare il Parco Archeologico di Urbs Salvia, che rappresenta una fondamentale testimonianza dell'epoca romana nell'ambito regionale, tra cui il suggestivo anfiteatro romano, in cui durante l'estate si svolgono rappresentazioni di teatro antico.



Strengths (Forza)

- Musei aperti tutto l'anno
- Rete stradale ben collegata
- Bandiera arancione per Urbisaglia
- Paesaggio collinare
- Numerosi agriturismi
- Sentiero sensoriale per disabili



Weaknesses (Debolezza)

- Monostagionalità
- Poca conoscenza della località
- Mancanza di strutture ricettive
- Mancanza di finanziamenti pubblici



Opportunities (Opportunità)

- Organizzazione progetti turistici integrati
- Destagionalizzazione
- Attività di co-marketing
- Vicinanza impianti sciistici
- Marketing con i social media
- Partnership con località turistiche vicine



Threats (Minacce)

- Riduzioni finanziamenti pubblici
- Concorrenza con regioni italiane confinanti
- Sismicità dell'area

Profilo vocazionale dell'area



"Riserva Naturale Orientale", comprende la "Selva" ultimo residuo di un bosco planiziario ormai divenuto raro in tutta Italia;

"Riserva Antropologica" comprende l'antica Abbazia Cistercense di Chiaravalle di Fiastra del 1142, preziose testimonianze archeologiche e storico architettoniche, il fiume di Fiastra ed il torrente Entogge;

"Riserva di protezione" comprende il paesaggio agrario ed è caratterizzata da risorse paesaggistiche d'insieme aventi estremo rilievo per l'armonia e l'esistenza delle riserve stesse.



La qualità dell'ambiente marchigiano trova la sua massima espressione nelle aree protette in un viaggio itinerante fra paesaggi incontaminati ed attività all'aria aperta.

La secolare tradizione monastica unita a contesti ambientali da contemplare regalano al visitatore un'occasione per ricaricare lo spirito, lontano dalla massa e dallo stress della vita quotidiana una pausa alla ricerca dell'equilibrio interiore e delle testimonianze di una tradizione secolare.

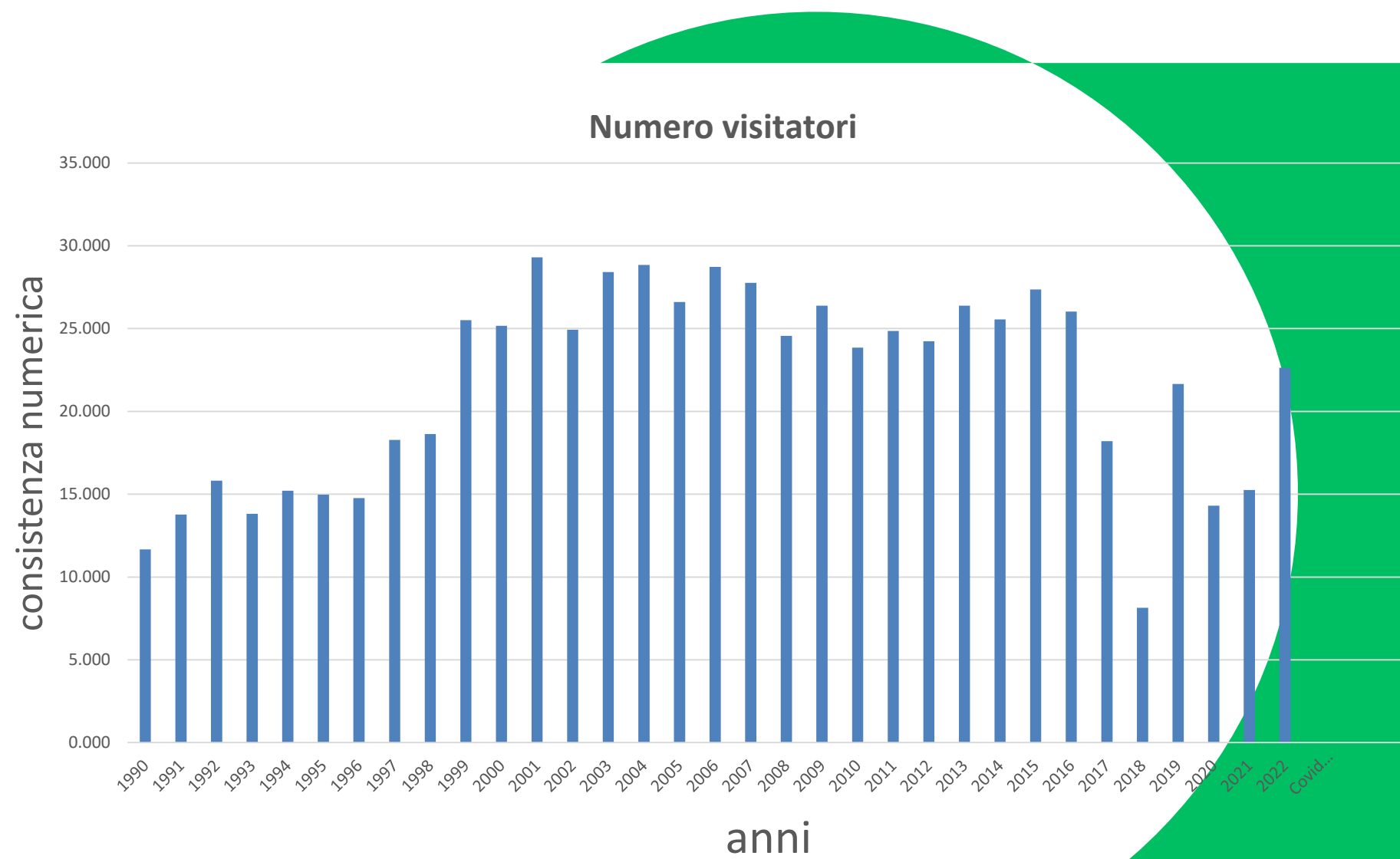
Partiamo dalla situazione regionale

Sono Le Marche, la Regione capofila del centro Italia per il proprio appeal social E' questo quanto emerge da "Turismo digitale: la web reputation delle Regioni Italiane/Destinazioni e nuove forme informative del turista" elaborata da Reputation Manager – società leader in Italiane nell'analisi della reputazione on line e ingegneria reputazionale

Uno tra gli elementi determinanti per l'engagement turistico italiano, è indubbiamente l'aspetto naturalistico che scandisce un paesaggio sicuramente alla portata di diversi target di riferimento. Chi sceglie di trascorrere le vacanze nelle Marche è mosso dalla voglia di immergersi nella natura, di vivere, anche attraverso i sapori, le tradizioni che ci contraddistinguono e sono positivamente soddisfatti dall'ospitalità e dall'accoglienza trovata



I dati turistici dell'Abbadia di Fiastra



I problemi

Sempre di più si sente la necessità di proporre attività turistiche differenti all'interno del territorio della riserva.

Mananza di Promozione

Attività poco differenziate

Monostagionalità

Sovraffollamento

Accessibilità poco efficiente

Le possibili soluzioni



Parcheggio a pagamento

Mettere il parcheggio a pagamento o eventuale numero chiuso diminuirebbe il flusso di turisti soprattutto per quanto riguarda il periodo tra aprile e giugno.



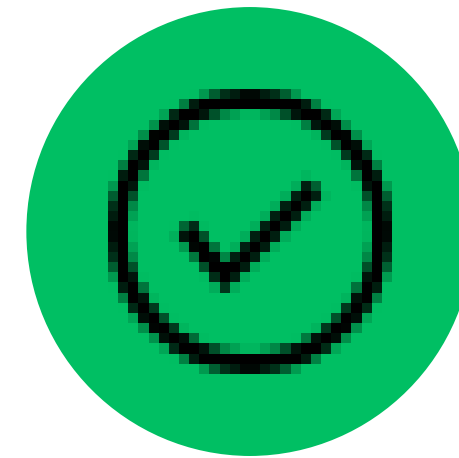
Località sciistiche

Intercettare i turisti attratti dalle località sciistiche invernali presenti nelle vicinanze proponendo ad esempio proponendo sconti su ristoranti, musei, pernottamento.. a coloro che hanno acquistato lo skipass



Turismo Balneare

Si possono intercettare i turisti italiani e stranieri che durante la stagione estiva affollano le nostre coste dandogli una "nuova" offerta turistica



Migliorare l'accessibilità

Migliorando l'accessibilità in altre attrazioni turistiche vicino all'Abbadia di Fiastra (come già è stato fatto per il percorso archeologico di Urbisaglia) porterà nuovi flussi turistici



Percorsi turistici differenziati

Promuovere percorsi turistici ciclo pedonali differenziati per livello di difficoltà così da poter soddisfare l'esigenza di tutti i turisti.

La proposta

Obiettivo strategico

Proporre pacchetti turistico di 2-3 giorni per trasformare l'attuale turista "mordi e fuggi" in un turista di più ampio respiro che scopra in una esperienza che raccolga i luoghi della spiritualità, della cultura, della natura e dell'enogastronomia

Il Concept

Nella terra culla del monachesimo, una pausa dallo stress quotidiano alla ricerca dell'equilibrio interiore e delle testimonianze di tradizioni secolari.

L'immagine da trasmettere

Le vacanze nelle Marche per chi ha voglia di immergersi nella natura, di vivere, anche attraverso i sapori, la cultura e le tradizioni

I benefici ricercati

- staccare dallo stress e dalla banalizzazione del quotidiano
- l'equilibrio interiore, con o senza implicazioni religiose
- informalità, libertà di esplorazione, vivere "lentamente"
- la scoperta del territorio attraverso la conoscenza delle risorse storiche ed artistiche collegate ai luoghi dello spirito

Un turismo esperienziale

Tra mare e montagna
la collina.



La proposta

Target

Turismo domestico e internazionale:
Famiglie con bambini/ragazzi
Coppie
Gruppi di amici
Scuole
Camperisti

Comunicazione

Piano media cartaceo e on line; radio; media relations per articoli su riviste di settore, tempo libero, settimanali, Web e social Media marketing; e-mail marketing; newsletter.

Materiali promozionali

Brochure Discovery Marche – Parchi e natura attiva in italiano inglese e tedesco; Guida al cicloturismo; pagine web dedicate nel sito del turismo con indicazioni su sport e servizi connessi; brochure to consumer Marche Geographic; app per smartphone multilingue per Apple e Android; video tematico.

Un turismo esperienziale

Tra mare e montagna
la collina.