

# RETROGUSTO.

Sviluppo delle potenzialità di uno stabilimento balneare tramite un processo di costruzione delle relazioni con la piccola pesca e i produttori agricoli locali.



**Veronica Ciavatta**

Relatore: Prof. Paolo Tamborrini  
Correlatore: Prof. Luca Davico

Politecnico di Torino  
Corso di Laurea Magistrale in Design Sistemico  
Dipartimento di Architettura e Design  
A.A. 2018-2019

# RETROGUSTO.

Sviluppo delle potenzialità di uno stabilimento balneare tramite un processo di costruzione delle relazioni con la piccola pesca e i produttori agricoli locali.



**Veronica Ciavatta**

Relatore: Prof. Paolo Tamborrini  
Correlatore: Prof. Luca Davico

Politecnico di Torino  
Corso di Laurea Magistrale in Design Sistemico  
Dipartimento di Architettura e Design  
A.A. 2018-2019

*“Those who live by the sea can hardly  
form a single thought of which the sea  
would not be part”*

*“Quelli che vivono vicino al mare difficilmente possono formare  
un solo pensiero di cui il mare non faccia parte”*

Herman Broch, 1976, The Spell

## RINGRAZIAMENTI

Desidero innanzitutto ringraziare il relatore di tesi, il Prof. Tamborrini, per la sua sapiente guida: ogni revisione è stata illuminante, ha sempre sciolto i miei dubbi e riportatomi sui passi sistemici quelle volte in cui sono inciampata in direzioni lineari.

Ringrazio il correlatore Prof. Davico che mi ha seguita nella fase di ricerca, aiutandomi in particolar modo con la lunga codifica dei questionari e fornendo suggerimenti per scendere sempre più in profondità nello studio di un contesto. Vorrei anche esprimere la mia gratitudine nei confronti del Prof. Pedone, che sebbene non coinvolto formalmente e burocraticamente con la tesi, è stato di grande aiuto nella fase di analisi economica.

Ringrazio di cuore i titolari del lido, Alessandra, Domenico e i loro famigliari, che a partire da giugno 2018 mi hanno dato l'opportunità di fare ricerca nella loro struttura. Persone disponibili e sempre pronte a chiarire ogni mio dubbio. Senza di loro non avrei potuto sviluppare una tesi sugli stabilimenti balneari. Come non ringraziare tutti i pescatori che con apertura, loquacità e allegria mi hanno raccontato per ore del loro amore per il mare e di tutti segreti, belli e brutti, della loro professione. Senza il loro supporto, il progetto avrebbe avuto un carattere ben più generico. E infine un grazie alle imprese agricole che hanno messo a disposizione parte del loro tempo per rispondere alle mie domande.

Intendo poi ringraziare il Comune di Vasto, il FLAG e il GAL Costa dei Trabocchi, la Società Cooperativa Excalibur, e in particolar modo la Coldiretti sezione vastese; la CIA; l'Ufficio Circondariale Marittimo di Vasto e il veterinario che si occupa del controllo sanitario degli animali destinati al consumo umano. Un grazie anche ad Adriano che in qualità di agronomo è riuscito a suggerirmi contatti e fornito informazioni.

Vorrei a questo punto rivolgere un pensiero sincero alla mia famiglia, che mi ha accompagnato in questo lungo percorso torinese. In particolare ringrazio i miei genitori e mia sorella. Si sono sempre fatti in quattro per aiutarmi in qualsiasi situazione; per aver fornito critiche e suggerimenti durante tutti questi mesi; per avermi incoraggiato nei momenti difficili, per aver goduto con me di quelli felici e per avermi mostrato tutto l'affetto possibile anche a chilometri di

distanza. Se sono arrivata a questo traguardo è anche grazie al loro supporto.

Un ringraziamento di cuore anche alle mie nonne, alle mie zie, e a tutti i parenti, compresi i nonni che non ci sono più. Con modalità diverse, nell'arco di tanti anni, mi hanno sostenuto e incoraggiato.

Un ringraziamento davvero particolare e unico va ai miei amici, che per mesi e mesi mi hanno visto sparire nel nulla o hanno sopportato con pazienza e ilarità le mie incessanti domande su tutto, mettendosi a disposizione con le loro risorse e spendendo anche diverso del loro tempo solo per chiarire un qualche mio dubbio. Un grazie anche ai miei storici colleghi del Mirage, per aver saputo colmare quelle particolarità mancanti a cui non avevo mai fatto attenzione lavorando proprio come cameriera in un lido.

Infine un grande e fondamentale riconoscimento a Massimo, per aver prestato particolare attenzione alle mie necessità nei momenti più difficili, ma soprattutto per aver sempre e con grande costanza creduto in me.

## ABSTRACT

A cavallo degli anni 50 e 70 del XX secolo cominciò a diffondersi in Italia un turismo balneare di massa caratterizzato da una vera e propria invasione delle coste. La domanda ha interessato anche la costa vastese ma con una risposta che ha sempre viaggiato con qualche passo indietro rispetto alle aspettative. Infatti in un tale contesto anche la cultura del luogo e il paesaggio stesso sono stati per lungo tempo aspetti di secondo ordine. Nel frattempo il turismo è cambiato e anche la sua relazione con lo spazio e le persone della comunità ospite. Una località balneare sarà tanto più in grado di superare la logica della massa relegata solo alla fruizione della spiaggia, quanto più sarà elevata la capacità relazionale tra turista e residente.

Lo studio è stato effettuato su un tratto di costa del demanio di un comune del sud dell'Abruzzo, contraddistinto da un turismo stagionale e ancora prevalentemente di massa, sebbene nel tempo si siano sviluppate forme alternative e ultimamente si stia puntando molto sull'ecoturismo.

Il litorale è caratterizzata da due aree nettamente diverse: quella prettamente turistica che esercita una forte pressione antropica sull'ambiente, densa di stabilimenti balneari, hotel, residence e locali commerciali e quella "naturale" ancora selvaggia, pressoché incontaminata e quasi sconosciuta.

Poiché su quest'ultimo fronte sono già in atto delle politiche di tutela che le vede rientranti in siti di Interesse Comunitario e/o zone marine protette si è deciso di focalizzarsi sulla zona al più alto tasso di pressione.

Nello specifico la tesi si è incentrata sugli stabilimenti balneari, il simbolo per eccellenza del turismo delle 3 S "Sun, sea and sand", dove i ritmi sono velocissimi e l'imperativo comune è puntare alla quantità a discapito della qualità. L'obiettivo del progetto è stato capire se tramite un approccio sistemico alla questione, fosse possibile fare leva su un qualche aspetto dell'attività per aggiungere valore al settore, compatibilmente con il resto del territorio e della popolazione residente.

La parte più impegnativa in termini di tempo è stata occupata dal rilievo olistico. Si è partiti prima di tutto dalla ricerca dei dati esistenti per ottenere una panoramica generale. Queste informazioni sono state poi completate

raccogliendo ulteriori dati quantitativi tramite il questionario somministrato in spiaggia e affiancato da settimane di osservazione qualitativa sul campo. In questa fase con attenzione si è cercato di capire quale tipo di utenza frequentasse il lido, quale fosse l'atteggiamento con il problema delle scarsità idriche ricorrenti, come venisse gestita la raccolta dei rifiuti, se si usufruisse o meno e quando del servizio bar e della ristorazione. Sono state annotate azioni, atteggiamenti e affermazioni. Successivamente sono state sviluppate due Analisi Swot, una per la città e una per gli stabilimenti balneari allo scopo di qualificare gli aspetti sociali, economici, ambientali e comprendere come questi fossero relazionati tra loro. Si è poi proceduto con diverse mappature per cogliere ed evidenziare meglio le relazioni. Infatti fondamentale è stato capire come i lidi, situati all'interno del territorio di Vasto, fossero influenzati dai fattori della città e come la città fosse a sua volta influenzata dalla presenza di un servizio turistico di quel tipo.

L'elaborazione di piccoli spunti progettuali contestualizzati nel territorio è stata di aiuto per l'individuazione del tema da approfondire: un focus sulla filiera alimentare della ristorazione dei lidi.

Si è aperta a questo punto una nuova fase di ricerca, composta da numerose interviste qualitative sia a testimoni privilegiati che non. È stata operata un'ulteriore Analisi Swot focalizzata questa volta sulle figure del coltivatore diretto e del pescatore artigianale. L'analisi delle dinamiche sociali esistenti nel contesto territoriale tra questi produttori primari e lo stabilimento, è stato il punto di partenza per la direzione finale del progetto.

A questo punto si è giunti alla piena consapevolezza che solamente tramite la sinergia tra i tre settori, balneazione/ristorazione, agricoltura e pesca (ma poi estesa anche alle attività di trasformazione e altre strutture terziarie) e la combinazione delle conoscenze e condivisione degli investimenti è possibile ottenere un'offerta gastronomica in cui viene enfatizzato l'aspetto qualitativo della produzione e soprattutto il "fattore umano".

Quindi è stato progettato un sistema di relazioni tra gli attori, formalizzato tramite contratto di rete, al fine di ottenere un'innovazione del processo di approvvigionamento alimentare

da parte del lido e di distribuzione da parte dei produttori primari. Le unità si muovono singolarmente nella loro quotidianità ma con la logica di un sistema, quindi co-evolvendosi e co-producendo, senza perdita della propria identità. Significativa la frase in tale contesto:

*“Il tutto è maggiore della somma delle sue parti”.*

Con Retrogusto, ovvero tramite il network, emergono nuove proprietà che non sono riscontrabili nelle singole imprese, dove la creazione di valore è data dal riconoscimento delle conoscenze e competenze reciproche per arrivare ad ottenere un “prodotto”, poi condiviso con il consumatore finale.

## INTRODUZIONE

La tematica trattata dalla tesi punta a sviluppare alcune potenzialità di uno stabilimento balneare, il quale diventa il nodo finale della valorizzazione del patrimonio immateriale locale e delle specificità gastronomiche locali. Durante la fase di analisi e ricerca iniziale è risultato evidente che l'unico modo per arrivare a tale sviluppo fosse quello della creazione di un network, tessendo delle relazioni con i produttori primari del territorio, che nella realtà non sono né strutturate, né scontate e automatiche, neanche come semplice filiera. Infatti il loro ruolo è soppiantato dai rivenditori locali e dalla grande distribuzione. L'assenza di relazioni tra le parti è dovuta ad un atteggiamento culturale prevalentemente chiuso e diffidente. Infatti la sfida più grande è stata trovare un punto di incontro tra bisogni e atteggiamenti completamente diversi, ovvero quelli tra i piccoli produttori e gli attori del settore turistico.

Nel sistema progettato, tra i nodi, avviene uno scambio di informazioni che porta ad una co-evoluzione e co-produzione che non è riscontrabile nella semplice filiera alimentare. La rete è ciò che rende possibile la valorizzazione dei prodotti di qualità.

Con il progetto si è giunti alla trasformazione di una fruizione turistica superficiale e ambientalmente insostenibile del luogo, dove la cultura locale e le persone sono solo uno sfondo (anche per i residenti stessi), in una fruizione della città autentica e di qualità. Al cibo viene restituita la sua identità e riconosciuto il valore del lavoro e della fatica quotidiana di coloro che con passione l'alimento lo producono e lo trasformano, nel rispetto dei cicli stagionali.

Non essendo compreso nelle finalità della tesi, si specifica che non si è entrato nel merito degli strumenti informativi degli altri retisti dei quali c'è stato il solo accenno, ma solo in quelli dello stabilimento balneare.

# INDICE

<b>01 \ La costa: un delicato equilibrio</b>	<b>017</b>
01.1 \ Ecosistemi costieri	019
01.2 \ Turismo balneare	023
01.3 \ Fruizione sostenibile	027
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	028
<b>02 \ Contesto territoriale: Vasto</b>	<b>033</b>
02.1 \ Geografia fisica	035
02.2 \ Ambiente	043
02.3 \ Storia	049
02.4 \ Economia	066
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	070
<b>03 \ Databook - Datadesk</b>	<b>075</b>
03.1 \ Demografia	077
03.2 \ Lavoro e istruzione	080
03.3 \ Integrazione degli stranieri	081
03.4 \ Immobili	084
03.5 \ Vulnerabilità materiale e sociale	085
03.6 \ Agricoltura, allevamento e pesca	088
03.7 \ Industria, artigianato, commercio, alloggio e ristorazione	089
03.8 \ Turismo	092
03.9 \ Stabilimenti balneari	093
03.10 \ Gestione rifiuti	100
03.11 \ Servizio idrico e sistema fognario	101
03.12 \ Mobilità urbana e mobilità extraurbana	105
03.13 \ Associazioni, promozione del territorio ed eventi	108
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	112
<b>04 \ Databook - Ricerca sul campo</b>	<b>119</b>
04.1 \ Metodologia	121
04.2 \ Osservazione qualitativa	122
04.3 \ Sondaggio	129
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	148
<b>05 \ Data report</b>	<b>151</b>
05.1 \ Analisi Swot: Città	153
05.2 \ Analisi Swot: Stabilimenti balneari	160
05.3 \ Data correlation: Vasto e gli stabilimenti balneari	163
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	180
<b>06 \ Pesca</b>	<b>185</b>
06.1 \ Evoluzione della pesca	187
06.2 \ Politica Comune della Pesca	189
06.3 \ Politica nazionale della pesca	190
06.4 \ La Piccola Pesca	192
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	194
<b>07 \ Concept</b>	<b>197</b>
07.1 \ Focus cibo	199
07.2 \ Casi studio	202
07.3 \ Interviste qualitative	204
07.4 \ Catena di fornitura del ristorante	216
07.5 \ Analisi Swot: Piccola Pesca	218
07.6 \ Analisi Swot: Coltivatori diretti	220

07.7 \ Personas	221
07.8 \ Concept Design Canvas	239
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	242
<b>08 \ Progetto</b>	<b>245</b>
08.1 \ Evoluzione del concept e Obiettivi	247
08.2 \ Il sistema: analisi delle relazioni	249
08.3 \ Identità visiva	255
08.4 \ Strategie di comunicazione	258
08.5 \ Svolgimento cronologico	290
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	292
<b>09 \ Fattibilità economica</b>	<b>297</b>
09.1 \ Descrizione della rete	299
09.2 \ Trend di settore	303
09.3 \ Pacchetti attività	308
09.4 \ Piano di gestione dei retisti	311
09.5 \ Flusso di cassa economico	316
09.6 \ Analisi Swot finale del lido	325
Riferimenti bibliografici, sitografici, immagini	326
<b>10 \ Prospettive future</b>	<b>331</b>
<b>11 \ Conclusioni</b>	<b>333</b>
<b>A. 01 \ Questionario in lingua italiana</b>	<b>335</b>
<b>A. 02 \ Costi per Pacchetti Attività</b>	<b>342</b>
<b>A. 03 \ Analisi del flusso economico</b>	<b>346</b>



**01 \**

**La costa:  
un delicato equilibrio**

## 01.1 \ ECOSISTEMI MARINI E COSTIERI

L'**ecosistema** è una comunità formata da specie differenti che dialogano all'interno di una zona precisa, la quale è costituita da elementi biotici (cioè altri membri viventi della comunità) e abiotici (aria, acqua, sole). Gli ecosistemi non sono isolati ma **interconnessi** con altri con cui produce scambi di energia, materia e informazioni (ovvero un sistema aperto).<sup>1</sup>

Gli ecosistemi possono essere di tipo naturale o artificiale e nella prima categoria rientrano gli **ecosistemi marini**.

Sono diverse le classificazioni adoperate per identificare una zona del mare; ci si può per esempio basare sulla superficie (cioè la distanza dalla costa) o sulla profondità delle acque.

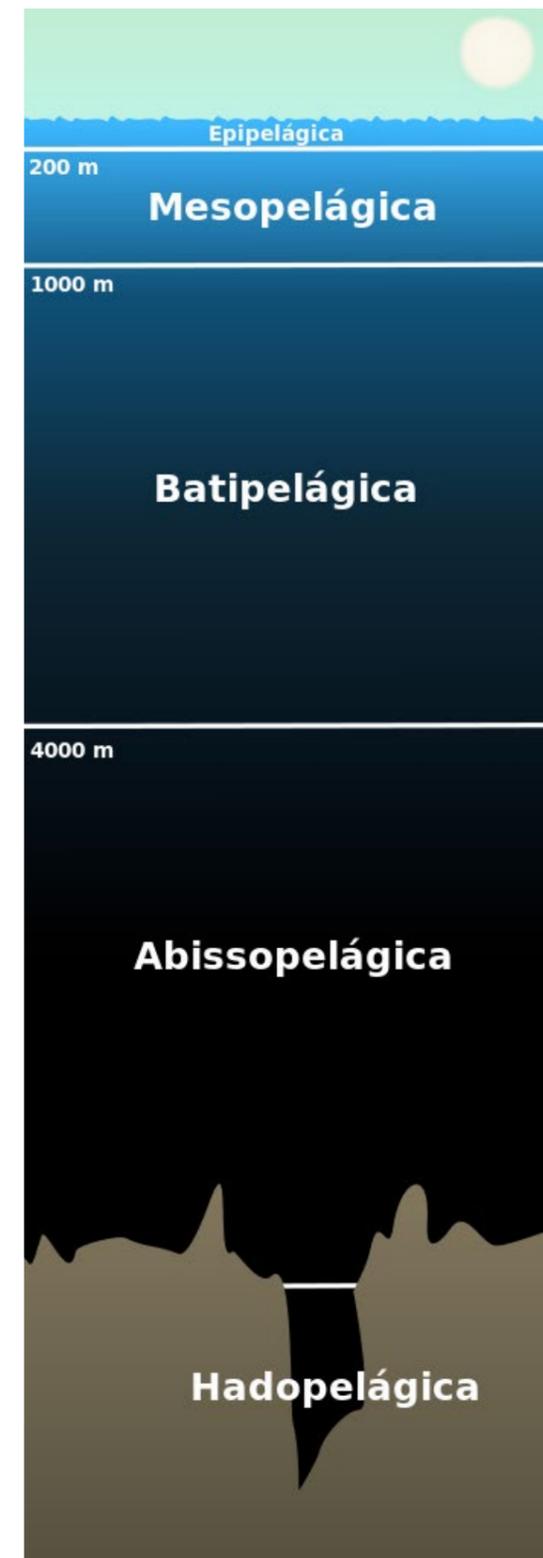
La prima categoria è suddivisa in tre livelli:

- Zona litoranea o bentonica che individua l'area tra la bassa e l'alta marea
- Zona della piattaforma continentale
- Zona di mare aperto

La seconda è costituita da (Cfr. IMG. 1):

- Regione fotica o pelagica: arriva fino a 200 mt ed è abitata da diversi organismi eterotrofi e autotrofi.
- Zona crepuscolare o mesopelagica: tra 200 e 1.000 mt è abitata solo da eterotrofi.
- Zona batipelagica: dai 1.000 ai 4.000 mt dove non sono più presenti le specie vegetali a causa dell'assenza quasi perenne di luce. Gli abitanti di questa zona hanno un tasso metabolico rallentato per conservare l'energia.
- Zona abissopelagica dai 4.000 mt in giù. È perennemente avvolta nell'oscurità poiché non vi raggiunge la luce<sup>2</sup>.
- Zona adipelagica dai 6.000 mt in giù. È costituita dalle depressioni oceaniche, come quello delle Marianne, dove le condizioni di vita sono estremamente ostili<sup>3</sup>.

Gli organismi marini possono essere divisi invece in tre gruppi: plancton, necton e benthos. I primi indicano una categoria di organismi autotrofi ed eterotrofi galleggianti che non sono dotati di movimento proprio. Ad esempio le alghe, che sono tra l'altro degli ottimi indicatori della buona salute del mare. I necton sono gli



1 Capra F., Luisi P. L., 2014,  
 2 Wikipedia. L'Enciclopedia libera, [https://it.wikipedia.org/wiki/Zona\\_abissopelagica](https://it.wikipedia.org/wiki/Zona_abissopelagica)  
 3 Wikipedia. L'Enciclopedia libera, [https://it.wikipedia.org/wiki/Zona\\_adopelagica](https://it.wikipedia.org/wiki/Zona_adopelagica)

IMG. 1  
Suddivisione della profondità dell'ecosistema marino



IMG. 2  
Due abitanti della zona Batipelagica

animali dotati di movimento proprio ed includono pesci, molluschi, crostacei, rettili e mammiferi. Infine i benthos sono quegli animali o vegetali che vivono a stretto contatto con il fondo.<sup>4</sup> Tendenzialmente i mari freddi e poco profondi sono più pescosi.

L'ambiente marino è fortemente **sensibile ai cambiamenti climatici**, poiché con l'innalzamento delle temperature si assiste ad una progressiva migrazione di specie esotiche, per esempio dal basso Mediterraneo verso l'Adriatico, e le specie che non sono in grado di spostarsi e non sufficientemente resilienti sono destinati all'estinzione locale. Per esempio alcuni pesci non riescono a reggere i cambi di temperatura e salinità dell'acqua.

La risposta della popolazione marina ai cambiamenti del clima non è in realtà automatica, ma è influenzata da altri fattori, come ad esempio la presenza o meno di barriere naturali oppure l'interesse dell'uomo ad uno sfruttamento commerciale di una determinata specie introdotta.<sup>5</sup>

L'**attività biologica** dei mari è molto complessa ed è il risultato dell'interazione tra i membri di una stessa specie, tra membri di specie diverse, tra questi e l'ambiente e le fonti di nutrimento, che variano a loro volta in base alle correnti.<sup>6</sup>

## AMBIENTE COSTIERO

L'**ambiente costiero**, complesso e dinamico, è rappresentato da quella fascia di transizione, che connette l'ecosistema marino con quello terrestre e antropico. In questa situazione avvengono numerosi scambi di materia e organismi. A causa però di questo brusco passaggio, l'equilibrio di tale ambiente è altamente delicato, soprattutto se il litorale è di tipo sabbioso e la pressione antropica esercitata è elevata. Così può succedere che se i flussi di sostanze organiche e inorganiche prodotti dall'uomo, superano la capacità dell'ambiente di operare da filtro, si assiste allo sviluppo di effetti negativi nelle acque marine, come la fioritura di microalghe invasive e/o tossiche che comportano una ricaduta diretta sulla popolazione locale e soprattutto nelle attività di pesca.

Tra le aree ancora più delicate vi sono le **zone dunali**. Si tratta di agglomerati di sabbia e detriti organici trasportati dal moto ondoso che non hanno una forma fissa ma si modificano in base alle mareggiate e all'azione eolica. Anche in questi sistemi molto dinamici la vita riesce a prendere piede e si sviluppano così diverse fasce, parallele alla linea di costa, caratterizzate da vegetazione specifica. Questa viene definita "psammofila" ed è responsabile della stabilizzazione o meno del sistema dunale. A partire dall'acqua verso l'interno, le fasce sono definite come:

- Spiaggia emersa
- Duna embrionale
- Duna mobile
- Interduna
- Duna fissa
- Retroduna

La vegetazione delle ultime tre fasce varia in base alla zona geografica di riferimento e la retroduna costituisce la cosiddetta "macchia mediterranea" formata da sistemi arbustivi-arborei fissi (Cfr. IMG. 3). Nelle zone più interne della macchia si presenta un vero e proprio bosco (Cfr. IMG. 4). Perlomeno queste sono le fasce di un tipico litorale dunale incontaminato, dove la presenza dell'uomo è ridotta. Purtroppo in tutti i Paesi costieri mediterranei è in atto la **perdita di questo paesaggio** e in alcune zone è già completamente scomparso. A causare enormi danni è stata la **costruzione indiscriminata di edifici** per lo sfruttamento turistico dell'area, peggiorata ancor di più perché trattasi di turismo tipicamente di massa con **un'alta concentrazione antropica in pochissimo tempo**. A ciò si sono poi aggiunti anche i fenomeni di **erosione costiera**. I vari

4 Cavalli C., 2011, cap. 03

5 Tagliapietra D. et al, 2014

6 Treccani, <http://www.treccani.it/enciclopedia/pesca>



IMG. 3  
Passerella pedonale per il rispetto delle dune, Petacciato Marina, Molise

fattori combinati hanno comportato nel tempo la scomparsa graduale sia di habitat vegetali che animali.<sup>7</sup>

La costa italiana si snoda per una lunghezza di circa 8.300 km e si calcola che gran parte della popolazione viva in prossimità di questa piuttosto che nell'entroterra, senza contare gli aumenti esponenziali del periodo estivo per via dei flussi turistici. Negli ultimi decenni la costa è stata soggetta a **forti fenomeni erosivi**, tant'è che si calcola che dal 1950 al 1999 il 46 % della linea di riva delle coste basse ha manifestato un accorciamento superiore ai 25 mt, mentre tra il 2000 e il 2007 il 37 % della zona di riva si è accorciata di misure superiori ai 10 mt. I motivi sono diversi e nella penisola italiana dipendono fortemente da una diminuzione di sedimenti trasportati dai fiumi per via di opere di sbarramento e di regimazione dei corsi d'acqua; dalle potenti mareggiate; dal trasporto eolico; da fenomeni tettonici del settore costiero; dall'innalzamento costante del livello del mare infine dall'incessante urbanizzazione della linea di costa.



IMG. 4  
Bosco retrodunale sullo sfondo, Petacciato Marina, Molise

7 Gasbarro S., <https://digilander.libero.it/gasbarrostefano/ambiente.html>

Per la tutela e il monitoraggio dell'ambiente costiero viene richiesto un **approccio integrato di coordinamento tra più settori** che devono lavorare all'unisono per ottenere uno **sviluppo sostenibile delle zone di costa**. La pianificazione strategica prevede la coordinazione e la coerenza delle politiche riguardanti i trasporti, la pesca, il turismo e le infrastrutture.<sup>8</sup>



IMG. 5  
Fratino con uova recintati per la sua protezione. Il fratino è un uccello che frequenta e nidifica sulle spiagge dunali italiane. È al momento a rischio di estinzione a causa della pulizia delle spiagge, dei cani lasciati liberi sugli arenili e della presenza dell'uomo che inavvertitamente schiaccia le uova mimetizzate nella sabbia.

IMG. 6  
Sistema dunale con piante psammofile



## 01.2 \ TURISMO BALNEARE

Il termine "turismo" proviene dall'inglese "to tour" che significa "andare in giro" e dal francese "tourner" che nella traduzione sta per "girare intorno". Nel corso del tempo il significato dell'accezione si è evoluto e la definizione data oggi è:

*"Il turismo è l'insieme delle attività delle persone che viaggiano e alloggiano in luoghi diversi dall'ambiente abituale, per non più di un anno consecutivo e per motivi di vacanze, affari ed altro."*

ONT, 2005/2006

Il termine si è evoluto di significato perché lo stesso fenomeno si è alterato nel corso del tempo. Le suddivisioni elaborate dagli studiosi sono diverse e sottolineano aspetti differenti. Nella FIG. 1 ne è stata riportata una.

Per avere turismo è necessario che si verifichino le seguenti condizioni<sup>9</sup>:

- la **domanda**, che sorge da un bisogno ed è influenzata dalla situazione economica del Paese; da fattori di carattere sociale come l'estrazione culturale e la professione, o il desiderio di praticare ecoturismo.
- l'**offerta** è il bene che soddisfa la domanda. L'offerta turistica è più o meno accettata sulla base di tre categorie: le risorse o le attrazioni del luogo, l'accessibilità spaziale a tale luogo e le strutture ricettive.
- i **tramiti** che permettono l'incontro tra domanda e offerta. Il tramite è sia materiale (come la struttura dell'organizzazione turistica) che immateriale (dati e informazioni).

9 Memoli M., 2015, <http://people.unica.it/mauriziomemoli/files/2015/11/T1-geo-turismo-alfa-%E2%88%9A.pdf>

10 Giovanna P., 2003

FIG. 1<sup>9</sup>  
EVOLUZIONE  
DEL TURISMO:

### PROTOTURISMO

dall'antichità alla Rivoluzione Industriale.

#### TIPOLOGIA DI "TURISTI":

Aristocratici, classi elitarie, religiosi

### TURISMO MODERNO

dalla Rivoluzione Industriale alla Seconda Guerra Mondiale.

#### TIPOLOGIA DI "TURISTI":

Classi elitarie, parte del ceto medio

### TURISMO DI MASSA

dal dopoguerra ai primi anni dell'epoca neo-industriale.

#### TIPOLOGIA DI "TURISTI":

Tutti i ceti sociali

### TURISMO POSTMODERNO BASATO SULL'ESPERIENZA

anni '80/2000

#### TIPOLOGIA DI "TURISTI":

Tutti i ceti sociali

### TURISMO POSTMODERNO BASATO SULLE RELAZIONI

anni 2000 ad oggi

#### TIPOLOGIA DI "TURISTI":

Tutti i ceti sociali

## TURISMO BALNEARE

Fino al 700/800 il mare ha sempre incusso paura e timore, e intorno a quel periodo si è cominciato a sviluppare, nell'immaginario europeo, l'idea del mare come strumento benefico per la salute. Tale passaggio si è sviluppato soprattutto grazie all'azione dei medici, che iniziarono a prescrivere immersioni in acqua salmastra per guarire i problemi di salute dei clienti aristocratici. Gradualmente si è cominciata a diffondere la pratica della balneoterapia e talassoterapia. Il litorale assume anche una forte valenza simbolica, ed essendo un luogo di scambio tra mare e terraferma è anche "terra di nessuno".

Le prime vere e proprie strutture per la balneazione in Italia si fanno risalire al XIX secolo, il cui sviluppo è dovuto principalmente ad una questione di morale e buon costume. Si rendevano cioè necessarie delle cabine in cui spogliarsi, e zone in acqua divise e recintate per i due sessi, mentre fino ad allora i bagnanti si servivano di semplici tende e senza aree riservate. La pratica dei bagni ha visto diverse successioni di usanze che sono variate in base ai periodi. Per esempio inizialmente si utilizzavano delle carrozze per entrare in acqua e tramite dei paravanti si faceva il bagno nudi.



IMG. 7  
Bathing machine che entrano in acqua, Llandudno, Galles 1880

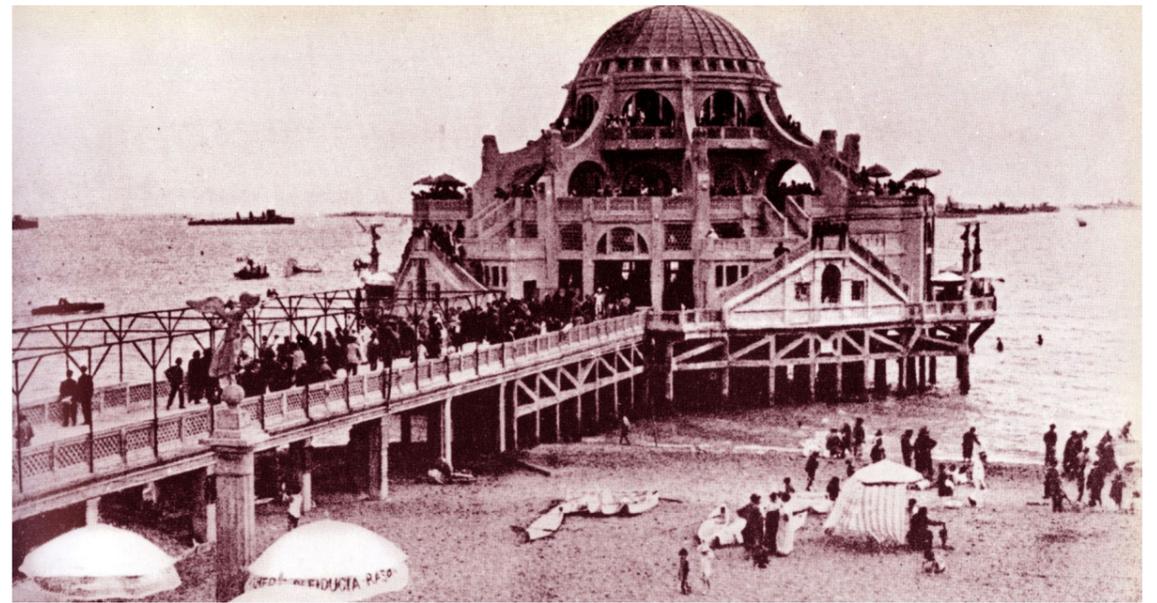
In ogni caso **una località per poter essere definita "balneare" doveva necessariamente offrire dei servizi** di questo genere, ovviamente su pagamento. Inoltre poiché inizialmente il mare era frequentato da persone abbienti (su prescrizione del medico) si cominciò anche ad esigere che la località offrisse ulteriori servizi e

strutture per lo svago. È così che le zone costiere cominciarono ad assumere la forma che oggi conosciamo.

Il **turismo balneare**, quindi, ha come meta le località di mare, dove la principale attività consiste nel bagno e nell'elioterapia. In Italia questo turismo non si è sviluppato nello stesso periodo in tutte le zone costiere; per esempio l'Adriatico ha cominciato a suscitare interesse solo a partire dai primi periodi del Novecento quando le coste acquitrinose cominciarono ad essere bonificate. A partire da allora, anche queste hanno visto sorgere i primi nuclei a vocazione turistica. Come sostiene Savelli A. in *Sociologia del Turismo balneare* il significato che si attribuisce alla vacanza al mare è nel tempo mutato e il suo decorso può essere suddiviso in tre parti.

La prima corrisponde al periodo della società industriale classica dove la fabbrica veniva considerata un'entità a parte e distinta dalla realtà. La vacanza al mare rappresentava un **segno di distinzione** dai modelli imposti dalla società borghese. Ciò che attraeva della costa era l'immagine di una "terra di nessuno", aspra, selvaggia e opposta alla gerarchia razionalizzata

dell'industria. Infatti i primi lidi che sorsero lungo le coste adriatiche erano costituite proprio da strutture **impiantate sul mare**, ovvero palafitte da cui ci si calava per immergersi in acqua. A livello allegorico rappresentavano un tentativo di riprendersi quel contatto con la natura che l'industria stava togliendo all'uomo.



IMG. 8  
Stabilimento tipo palafitta, Ostia, Italia, 1928

Se questa prima fase assume delle caratteristiche quasi romantiche e di **opposizione ai processi di industrializzazione**, lo stesso non si può dire della seconda evoluzione. Il periodo è quello tra gli anni Trenta e Settanta del Novecento e vede l'industria essere la protagonista del tempo dell'individuo sia come lavoratore ma anche come consumatore. Corrisponde ovvero al periodo in cui l'uomo si sente in grado e **vuole dominare la natura**. Questo sentimento di potenza spinge ad asfaltare il litorale seguendo il profilo costiero e a costruire a dismisura su entrambi i lati di questa linea. Dunque da un lato si trovano le spiagge attrezzate e dall'altro i villaggi turistici. A livello del singolo individuo, non c'è più il desiderio di "distinguersi" dalla massa, come avveniva in precedenza, ma c'è il **bisogno di un senso di appartenenza**. Avvenne ovvero un **appiattimento delle scale sociali**: tutti svestiti nella stessa spiaggia a frequentare gli stessi bar e locali, sia le classi più ricche che quelle operaie. È in questo periodo che comincia ad impiantarsi il modello turistico di massa di stampo americano, caratterizzato dalle 3S: "sea, sun, and sand".

Nell'ultima fase si assiste ad una **destrutturazione del territorio turistico**, ovvero non c'è più la fascia litoranea separata dal resto del contesto e delle città come se fosse un tratto chiuso e recintato. Ovvero non esiste più un "dentro" e un "fuori" e nel periodo di soggiorno si può fruire sia della spiaggia in sé che dell'entroterra. Ciò che in questa fase il turista ricerca sono le **informazioni** e le **esperienze** e non si accontenta più di quello che gli imprenditori turistici della zona gli propongono, ma è alla ricerca di altro. Una località per attrarre flussi internazio-

nali di turisti, non può più limitarsi a proporre solo la spiaggia, e neanche più porre solo in "vetrina" le bellezze che possiede è sufficiente. È necessario che il paesaggio in sé sia integrato con tutta una serie di servizi connessi. Se una zona costiera non si rivela capace di offrire informazioni e relazioni ma solo pacchetti chiusi preconfezionati, rischia di restare per sempre un **semplice quartiere urbano decentrato per il soggiorno stagionale**, che continua a portare "ricchezza" solo ad una parte della popolazione, tralasciando tutto il resto del territorio che quindi continuerà a subire i flussi senza trarne vantaggio. Con questa nuova prospettiva a fare davvero il **cambiamento** sarà appunto la **popolazione locale**, che fino ad ora era rimasta ai margini senza possibilità di operare e ora si ritrova con un ruolo in mano e la possibilità di agire: agricoltori, pescatori, artigiani, artisti...<sup>11</sup>

Oggigiorno **gli stabilimenti balneari** sono gestiti da privati, associazioni o altri enti, e mettono a disposizione il servizio ombreggio con sdraio e/o lettini, un servizio di salvamento e spesso anche un servizio bar o ristorante. **La situazione che si presenta in Italia** è molto diversa da quella delle altre nazioni, anzi è un **caso quasi isolato**. Il litorale italiano infatti è occupato in parte da queste strutture tramite concessioni demaniali. Molte sono vere e proprie edificazioni che non possono essere rimosse a fine stagione, sono diventate quindi parte del paesaggio.<sup>12</sup>

11 Asterio S., 2009

12 Wikipedia. L'Enciclopedia libera, [https://it.wikipedia.org/wiki/Stabilimento\\_balneare](https://it.wikipedia.org/wiki/Stabilimento_balneare)

## TURISMO BALNEARE DI MASSA

Con turismo di massa si intende un'attività che vede un alto numero di turisti, concentrati in uno spazio determinato e in un lasso di tempo breve. Tendenzialmente si commette l'errore di demonizzarlo, ma in realtà ha portato diversi benefici, come quelli di ripresa dell'economia italiana ed europea dopo la Seconda Guerra Mondiale e ha permesso anche alle classi popolari di godere dei viaggi grazie ai prezzi più bassi.

Chiarito questo si analizzeranno gli aspetti negativi relativi alla litorizzazione, avvenuta come risposta ad una richiesta in massa. Questa tipologia di turismo comincia a svilupparsi con la **democratizzazione del viaggio**, e come anticipato ciò avviene tra gli anni 50 e 70 del XX secolo. Corrisponde in particolar modo all'introduzione delle ferie retribuite, che estese la vacanza e il relax alla classe operaia. Si sviluppa quindi il turismo delle tre S che non ha niente a che fare con le spinte balneoterapiche dell'epoca precedente. Lo scopo è la fruizione della costa, ma dove il paesaggio e la popolazione locale sono solo uno sfondo. Ovvero qualsiasi spiaggia è uguale in qualsiasi posto e l'unico obiettivo è la cura del proprio corpo.

*“La spiaggia non si presenta più come una natura incontaminata, bensì come un prodotto artificiale. Nel corso di un graduale processo sono stati rimossi tutti gli aspetti della vita quotidiana del luogo, nonché ogni impurità naturale. [...] Le tracce delle concrete condizioni locali di vita e di lavoro, tra cui anche le barche e le reti dei pescatori, sono scomparse dai tratti di spiaggia adoperati ad uso turistico [...] Pescatori e bagnanti, che all'inizio si incontravano presso la riva del mare, hanno poi cercato zone separate per dedicarsi alle loro rispettive attività. Si è creata così l'immagine della spiaggia ideale quella tuttora diffusa dalla pubblicità turistica: una superficie lunga chilometri di spiaggia bianca, pulita e omogenea ”*

Asterio Savelli, 2009, p. 160



IMG. 9  
Un esempio di Med Wall

Ad una domanda di fruizione superficiale degli spazi da parte dei turisti c'è stata la risposta degli imprenditori locali il cui spirito di iniziativa ha comportato un'edificazione selvaggia delle coste senza che ci fosse un piano di sviluppo strategico. Questo fenomeno è osservabile in generale in tutte le aree mediterranee, e passa sotto il nome di “Med Wall”, ovvero un'urbanizzazione costiera che segue il litorale ed è a carattere prevalentemente residenziale-turistico, tanto che solitamente queste aree sono poco abitate durante l'inverno. Quindi il carattere impattante del turismo di massa, al di là di un'omogeneizzazione tra tutte le zone bagnate dal mare, è dato proprio dal consumo del paesaggio. A tal riguardo si introduce brevemente il concetto di **capacità di carico turistica**:

*“ La capacità di carico di una località turistica è costituita dal numero massimo di persone che visitano, nello stesso periodo, la località senza compromettere le sue caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socio-culturali e senza ridurre la soddisfazione dei turisti.”*

World Tourism Organization, 2000

In sostanza con questo modello si misura il livello di utilizzo sostenibile di una risorsa dal punto di vista ambientale, economico e sociale. Ad esempio nel momento in cui una località non è più in grado di fornire servizi idrici adeguati e sufficienti vuol dire che si è superato la capacità di carico ambientale.

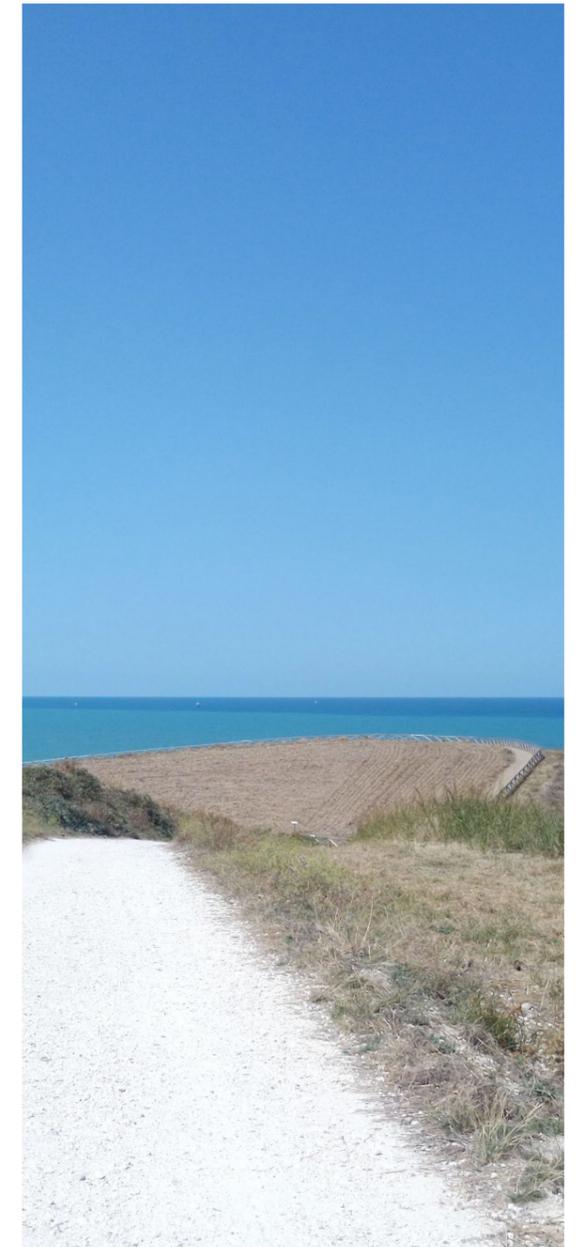
## 01.3 \ FRUIZIONE SOSTENIBILE

La preservazione della costa dal consumo antropico vede diversi approcci al problema, tra cui quello di puntare molto sulla preservazione delle zone con il più alto valore ambientale dagli intensi flussi turistici, tramite un depotenziamento di queste e il potenziamento di aree già con la costa soggetta a forte antropizzazione. Per esempio dei tratti di litorale vedono in maniera molto semplice l'arretramento della zona parcheggio rispetto alla spiaggia, che diventa raggiungibile solo a piedi o in bici tramite un percorso ciclopedonale. Va da sé che camminare sotto il sole di agosto per 1 km non è da tutti (Cfr. IMG. 10). Alternativa utilizzata è il “numero chiuso” o l'ingresso dietro pagamento <sup>13</sup>

Per la valorizzazione invece del territorio altre strade sono possibili, ma vanno progettate e richiedono una visione di medio-lungo periodo. L'approccio al turismo è sicuramente cambiato rispetto al passato, non esiste più la sola iniziativa dell'imprenditore privato o delle agenzie di viaggio, lo sviluppo turistico è invece strategicamente pianificato mediante una sinergia tra attori locali.

Nel tempo, come si è visto, il fare turismo si è evoluto in qualcosa di più destrutturizzato, differenziato e flessibile, infatti il periodo attuale corrisponde al “**postmoderno basato sulle relazioni**”. Generalmente le zone costiere non hanno visto un cambiamento netto proprio per la loro natura. Accanto a coloro che continuano a vivere la vacanza balneare come se la spiaggia fosse uno strumento (si tratta solitamente del turismo delle seconde case), la costa ha cominciato ad attrarre prima persone desiderose di provare nuove esperienze tramite un'economia basata sui servizi; mentre ora si sta diffondendo un tipo di turismo basato sulla conoscenza. Le comunità locali assumono un ruolo centrale nel creare un'offerta integrata con il territorio e relazionata con il turista. La connessione alla rete internet e ai social network diventa fondamentale per mantenere i villeggianti affezionati e trovarne di nuovi. Il **turismo relazionale** comporta **conoscere un luogo con gli occhi di una persona del posto** e tramite una persona del posto, scoprirne i lati curiosi e insoliti (e non si parla di folklore). <sup>14</sup> A questo tipo di turismo si associa ad esempio lo **Slow Tourism**, ovvero un approccio che

punta a far interagire comunità locale e visitatori; a esaltare le specificità di un luogo che lo rendono unico e diverso da tutti gli altri; sostenibile secondo le tre sfere economico, sociale ed ambientale; emozionale e appunto lento per assaporare e conoscere il luogo e i suoi valori culturali. <sup>15</sup>



IMG. 10  
Percorso ciclopedonale per raggiungere la spiaggia di Punta Aderci, Vasto

<sup>13</sup> Salizzoni E., 2012

<sup>14</sup> Battilani P, [www.treccani.it/enciclopedia/dal-turismo-di-massa-al-turismo-relazionale-la-riviera-romagnola\\_%28L%27Italia-e-le-sue-Regioni%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/dal-turismo-di-massa-al-turismo-relazionale-la-riviera-romagnola_%28L%27Italia-e-le-sue-Regioni%29/)

<sup>15</sup> Nuovi Turismi, 2017, <https://www.nuovi-turismi.com/slow-tourism-cosa-e-il-turismo-lento/>

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

**A**

Asterio S., 2009, *Sociologia del turismo balneare*, Franco Angeli, Milano

**C**

Capra F., Luisi P. L., 2014, *Vita e Natura, Una visione sistemica*, Aboca, Sansepolcro (AR)

Cavalli C., 2011, *Ecologia e pedologia*, Ulrico Hoepli Editore S.p.A.

**G**

Giovanna P., 2003, *Pianificare il turismo sostenibile : individuazione del ciclo di vita di una località turistica e analisi comportamentale dei turisti*, tesi di Laurea, Politecnico di Torino

**I**

ISPRA, 2012, *Mare e ambiente costiero*, [http://www.isprambiente.gov.it/files/pubblicazioni/statoambiente/tematiche-2012/Cap.5\\_Mare\\_ambiente\\_costiero.pdf](http://www.isprambiente.gov.it/files/pubblicazioni/statoambiente/tematiche-2012/Cap.5_Mare_ambiente_costiero.pdf)

**M**

Memoli M., 2015, *Geoturismo*, presentazione, Università di Cagliari, <http://people.unica.it/mauriziomemoli/files/2015/11/T1-geo-turismo-alfa-%E2%88%9A.pdf>

**S**

Salizzoni E., 2012, *Turismo lungo le aree costiere euro-mediterranee: dalla scoperta, al consumo, al progetto del paesaggio*, Dottorato di Ricerca, Università degli Studi di Firenze

**R**

Romei P., 2016, *Territorio e Turismo: un lungo dialogo. Il modello di specializzazione turistica di Montecatini Terme*, Firenze University Press, Firenze

Romei P. et al., 2008, *Turismo sostenibile e sviluppo locale*, Cedam, Padova

**T**

Tagliapietra D. et al., 2014, *Ecosistemi costieri di transizione: trasformazioni recenti, pressioni antropiche dirette e possibili impatti del cambiamento climatico*, [https://www.researchgate.net/publication/264561392\\_Ecosistemi\\_costieri\\_di\\_transizione\\_trasformazioni\\_recenti\\_pressioni\\_antropiche\\_dirette\\_e\\_possibili\\_impatti\\_del\\_cambiamento\\_climatico](https://www.researchgate.net/publication/264561392_Ecosistemi_costieri_di_transizione_trasformazioni_recenti_pressioni_antropiche_dirette_e_possibili_impatti_del_cambiamento_climatico)

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

**B**

Battilani P., 2015, *Dal turismo di massa al turismo relazionale: la Riviera romagnola*, "Treccani", [www.treccani.it/enciclopedia/dal-turismo-di-massa-al-turismo-relazionale-la-riviera-romagnola\\_%28L%27Italia-e-le-sue-Regioni%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/dal-turismo-di-massa-al-turismo-relazionale-la-riviera-romagnola_%28L%27Italia-e-le-sue-Regioni%29/), ultima consultazione 16/05/2018

**G**

Gasbarro S., *L'ambiente costiero*, <https://digilander.libero.it/gasbarrostefano/ambiente.html>, ultima consultazione 4/11/2018

**M**

Memoli M., 2015, *Geoturismo*, presentazione, Università di Cagliari, <http://people.unica.it/mauriziomemoli/files/2015/11/T1-geo-turismo-alfa-%E2%88%9A.pdf>, ultima consultazione 16/05/2018

**N**

Nuovi Turismi, 2017, *Cosa è il Turismo Lento? Il progetto Slow tourism Ita-Slo*, "Nuovi Turismi. Perché il turismo è cambiato", <https://www.nuovi-turismi.com/slow-tourism-cosa-e-il-turismo-lento/>, ultima consultazione 16/05/2018

**O**

ONT, 2005/2006, *Glossario del Turismo*, [www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/glossario/glossario.html?lettera=T](http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/glossario/glossario.html?lettera=T), ultima consultazione 16/05/2018

**T**

Treccani, *Pesca*, <http://www.treccani.it/enciclopedia/pesca>, ultima consultazione 4/11/2018

**W**

Wikipedia. L'Enciclopedia libera, *Stabilimento balneare*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Stabilimento\\_balneare](https://it.wikipedia.org/wiki/Stabilimento_balneare), ultima consultazione 16/05/2018

Wikipedia. L'Enciclopedia libera, *Zona abissopelagica*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Zona\\_abissopelagica](https://it.wikipedia.org/wiki/Zona_abissopelagica), ultima consultazione 4/11/2018

Wikipedia. L'Enciclopedia libera, *Zona adeopelagica*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Zona\\_adopelagica](https://it.wikipedia.org/wiki/Zona_adopelagica), ultima consultazione 4/11/2018

## IMMAGINI

IMG. 1  
Capmo, 2013, *Layers of the pelagic zone*, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pelagiczone\\_pt.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pelagiczone_pt.svg)

IMG. 2  
Costa F., 2006, *Argyropelecus hemigymnus*, pesce di grande profondità (abissale) riscontrabile anche in superficie nello Stretto di Messina, [https://it.wikipedia.org/wiki/File:Messina\\_Straits\\_Argyropelecus\\_hemigymnus.jpg](https://it.wikipedia.org/wiki/File:Messina_Straits_Argyropelecus_hemigymnus.jpg)

IMG. 3  
Fotografia propria

IMG. 4  
Fotografia propria

IMG. 5  
Di Biase Renzo, 2011, "Histonium.net", <http://www.histonium.net/notizie/attualita/17091/in-posa-sulle-dune-alla-marina-il-fratino-sempre-piu-mascotte-degli-ambientalisti>

IMG. 6  
Life of Pix, Grass, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/wind-grass-beach-sea-7763/>

FIG. 1  
Koppens Y., Beige analog gauge, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/beige-analog-gauge-697662/>

IMG. 7  
Bedford Francis, 1880, *Llandudno, the Beach and Ormes Head*, "National Science and Media Museum", <https://www.flickr.com/photos/nationalmediamuseum/10575303706>

IMG. 8  
Anon., 1928, *Stabilimento Roma ad Ostia*, [https://it.wikipedia.org/wiki/File:Stabilimento\\_Roma.jpg](https://it.wikipedia.org/wiki/File:Stabilimento_Roma.jpg)

IMG. 9  
Sorenson J., *Skycraper near ocean under sunset*, <https://www.pexels.com/photo/skycraper-near-ocean-under-sunset-1025345/>

IMG. 10  
Fotografia propria

**02 \**

**Contesto territoriale:  
Vasto**

## 02.1 \ GEOGRAFIA FISICA

**Vasto** è un comune dell'Abruzzo, facente parte della provincia di Chieti. È la 7ª cittadina della regione per numero di abitanti (41.283<sup>1</sup>), ma la sua densità non è molto elevata poiché il territorio è molto esteso, infatti è il 3° nella graduatoria provinciale per estensione. (Cfr. FIG. 1)

La città è delimitata a nord dal fiume Sinello, a sud dal torrente Buonanotte (confine naturale con San Salvo, ultimo comune costiero a sud dell'Abruzzo), ad ovest con altri 3 comuni ed a est con il mare Adriatico. Il territorio ha una conformazione ad altipiano che cambia in collinare procedendo a sud, in avvallamenti verso ovest e in degradamento verso nord. Sul fronte orientale invece si è in presenza di una varietà morfologica del territorio che è quella che caratterizza la costa in maniera pressoché univoca sull'Adriatico presentando alternativamente zone piatte e sabbiose ad altre scoscese, con scogliere, ghiaia e ciottoli e questo lungo i suoi 20km.

Generalmente la si suddivide in "**Vasto città**" e in "**Vasto Marina**". Nella prima si trova anche il nucleo più antico, oltre il quale si estende la nuova edificazione. Il centro storico sorge proprio sul promontorio, a 144 m sopra il livello del mare, dalle cui balconate si può godere di una visuale panoramica sul litorale avente una caratteristica conformazione a golfo. Nella parte bassa urbanizzata del comune, nel cosiddetto Golfo di Vasto, si sviluppa Vasto Marina con parte delle ampie spiagge del territorio. Mentre il Golfo di Vasto è chiamato anche Golfo d'Oro<sup>2</sup>, la costa a nord-est è chiamata Costa dei Trabocchi e si è in presenza di scogliere e spiagge con ghiaia. Vasto è l'ultimo comune a sud dell'Abruzzo ad avere lungo la sua costa, i famosi trabocchi.

FIG. 1<sup>3</sup>

### COLLOCAZIONE GEOGRAFICA DI VASTO



1 TUTTITALIA.IT, 2017, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/indici-demografici-struttura-popolazione/>

2 Wikipedia, L'Enciclopedia libera, <https://it.wikipedia.org/wiki/Vasto>

3 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "TUTTITALIA.IT"

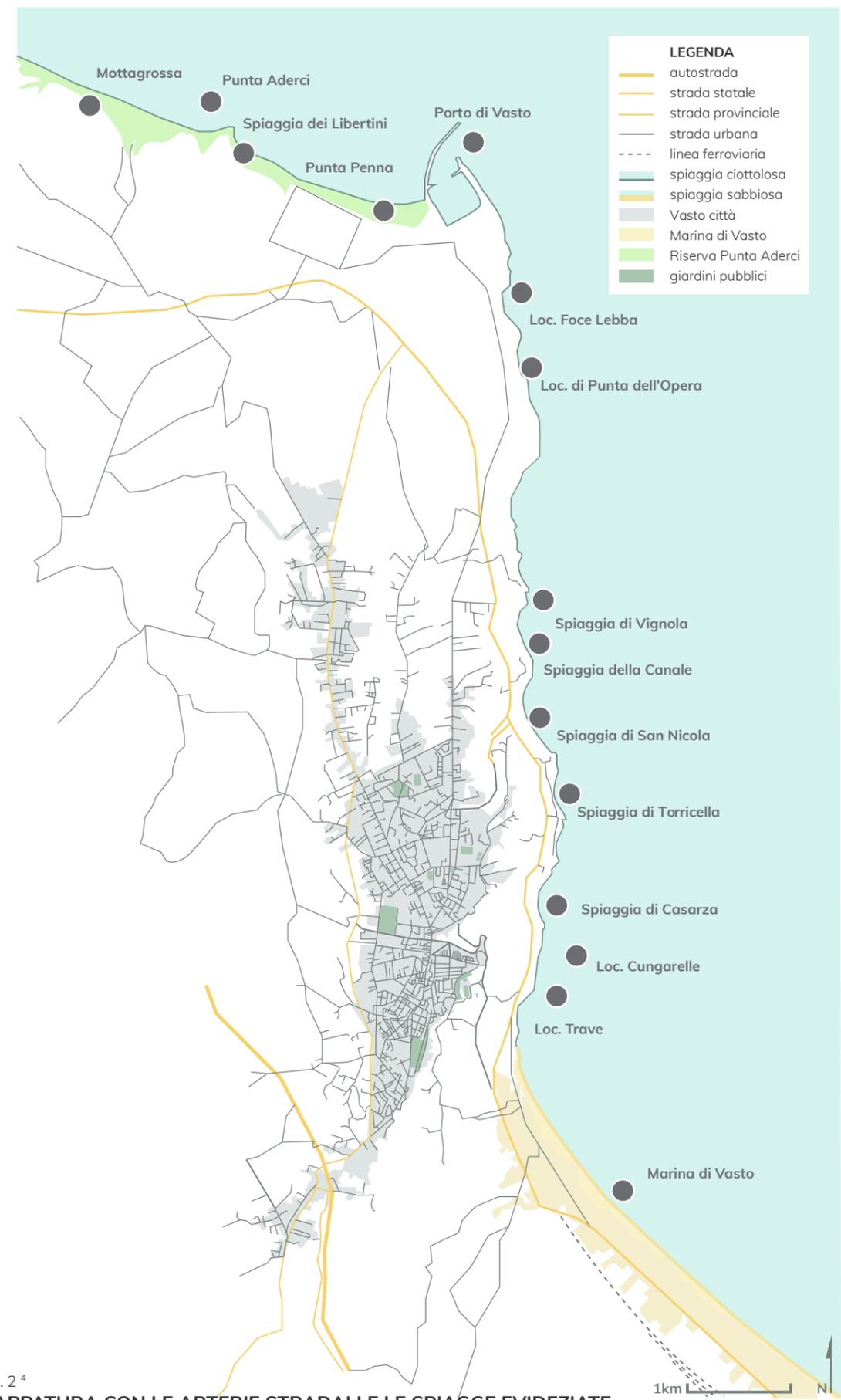
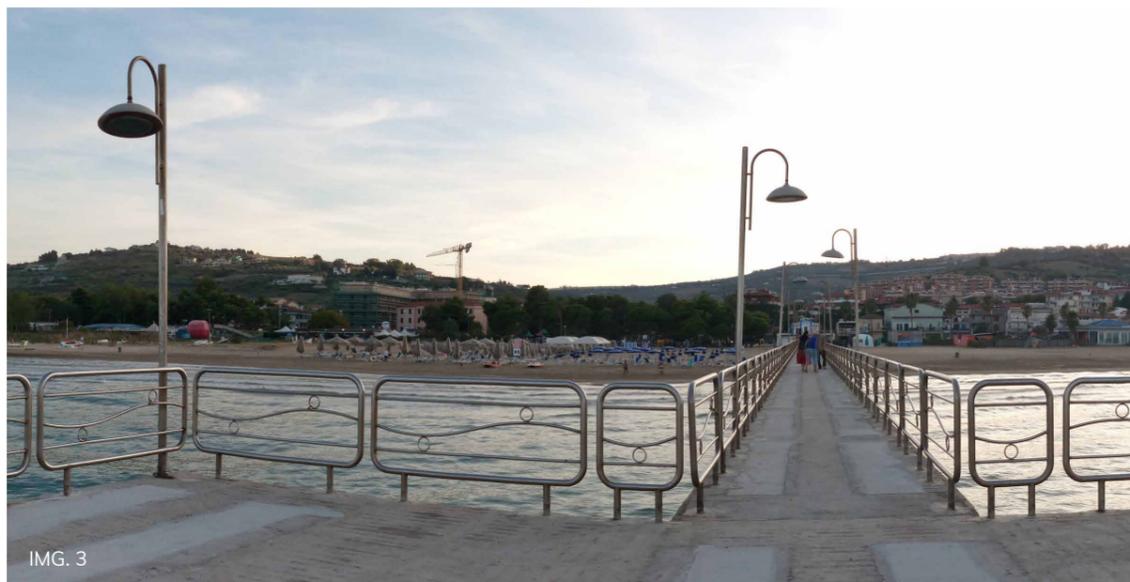


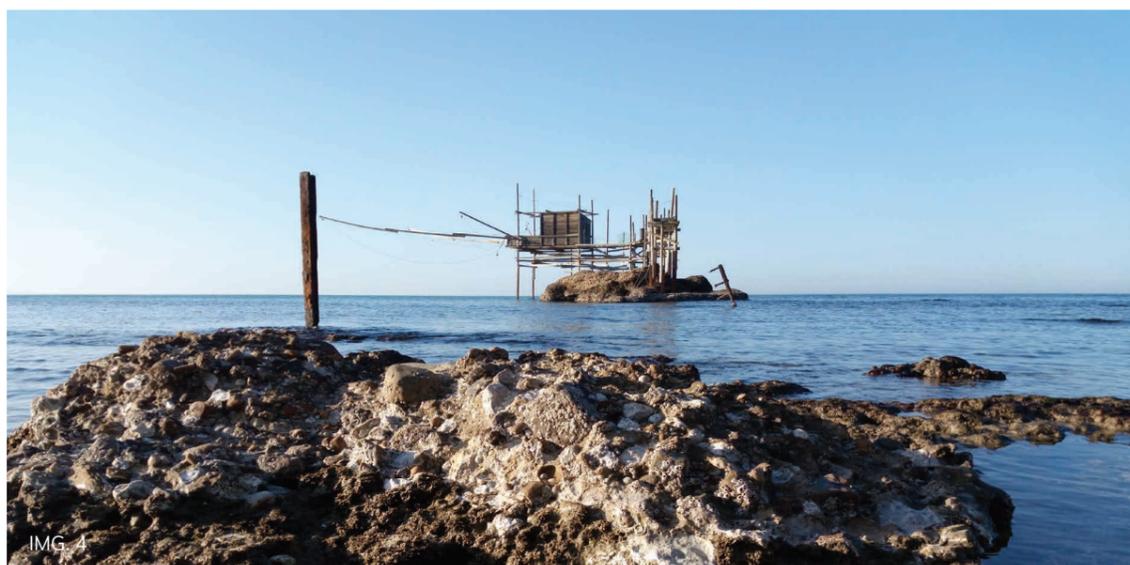
FIG. 2<sup>4</sup>  
MAPPATURA CON LE ARTERIE STRADALI E LE SPIAGGE EVIDEZZATE



IMG. 2



IMG. 3



IMG. 4



IMG. 2  
Panorama di Vasto alta e del Golfo



IMG. 3  
Vista sul promontorio di Vasto dal pontile della Marina

IMG. 4  
Trabocco di Punta Aderci, con il collegamento a terra distrutto da una mareggiata

IMG. 5  
Scorcio da un vicolo del centro storico di Vasto sulle colline

4 Propria elaborazione su dati 2017, fonte "Google Earth Pro"



IMG. 5

Il **litorale vastese** è molto disomogeneo, ci sono tratti costituiti da rocce e scogliere, tratti con spiagge di ciottoli e altre zone con sabbia fine e dorata. Quest'ultima è proprio quella che delimita la forma a falce del Golfo D'Oro. L'arenile sabbioso è costellato di numerosi alberghi, ristoranti, bar e stabilimenti balneari. L'area è quella più **antropizzata** e dove maggiormente si concentra il turismo estivo (Cfr. IMG. 6). Le zone invece a nord di questo arenile, sono quelle meno frequentate, sono quelle più **selvagge** e **incontaminate** (Cfr. IMG 7 e 8), con la quasi totale assenza di servizi e anche di segnaletica. Sono frequentate infatti soprattutto da locali e di meno da turisti. Qui si incontrano anche due falesie (Punta Aderci e Punta Penna) e i conglomerati che li costituiscono sono poco cementati e per questo soggetti a continua **erosione** da parte del mare, non a caso le zone sottostanti, in particolare a Punta Aderci, sono spesso transennate per il rischio di caduta dei massi. Nell'arco di una decina di anni l'aspetto è cambiato molto. Nel 2017 Vasto aveva ottenuto un finanziamento dall'Abruzzo di 50.000 € proprio per interventi in difesa della costa <sup>5</sup>.

Le spiagge in totale sono 15 (Cfr. FIG. 2) su 20 km di costa (di cui 7 composti da arenile e 13 da scogliera). La spiaggia di Mottagrossa (ultima prima del territorio del paese confinante) nel 2017 è stata classificata da Skyscanner al tredicesimo posto tra le 15 spiagge più belle d'Italia <sup>6</sup>.



IMG. 6  
Vista sul Golfo D'oro, arenile sabbioso e zona antropizzata

Nel 2018 Vasto è rientrata al diciottesimo posto su 19 delle spiagge più belle secondo il quotidiano Telegraph <sup>8</sup> e nel 2014 Punta Aderci ha ricevuto il riconoscimento da un sondaggio effettuato da Legambiente sulle preferenze dei turisti incrociate con il parere di una giuria di esperti <sup>9</sup>. I terreni dell'entroterra sono fondamentalmente coltivati, con rarissime zone boschive. Due sono i corsi d'acqua principali della città che sfociano in mare e delimitano il Comune a nord e a sud. Vasto è soggetta a **forte rischio idrogeologico**; in particolare il nucleo del centro storico è instabile, con delle grandi crepe su terreno decisamente evidenti. <sup>10</sup> Infatti nel 2017 la città aveva ottenuto un finanziamento di 800.000 € per il completamento del consolidamento del costone orientale di una parte del centro storico, corrispondente al Belvedere <sup>11</sup> (Cfr. IMG. 19 per vedere la via che affaccia sul promontorio). Ma i costoni da consolidare sarebbero addirittura cinque. Non solo questi sono pericolosi, ma anche altre zone della città poiché il sottosuolo è ricco di ruscelli naturali. Inoltre la zona di Vasto Marina e di Punta Aderci sono potenzialmente **liquefacibili** (ovvero un evento che si verifica con la saturazione d'acqua in sedimenti sabbiosi, che si comportano come liquido e possono

<sup>5</sup> Histonium.net, 2017, [www.histonium.net/notizie/attualita/42465/erosione-costiera-fondi-dalla-regione-abruzzo-a-vasto-e-casalbordino](http://www.histonium.net/notizie/attualita/42465/erosione-costiera-fondi-dalla-regione-abruzzo-a-vasto-e-casalbordino)

<sup>6</sup> Grifoni C., 2017, <https://www.skyscanner.it/notizie/spiagge-piu-belle-ditalia-2017>

<sup>7</sup> Propria elaborazione su dati 2017, fonte "Google Earth Pro"

<sup>8</sup> Telegraph, 2018, <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/italy/galleries/italy-best-beaches/vasto/>

<sup>9</sup> ChietiToday, 2014, <http://www.chietitoday.it/cronaca/punta-aderci-legambiente-spiaggia-bella.html>

<sup>10</sup> Comune del Vasto, 2013, <http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/PRG-NTA-VAS-rapporto-ambientale-integrato.pdf>

<sup>11</sup> Marcatilli V., 2017, <https://www.quotidianolacitta.it/abruzzo-rischio-idrogeologico-ed-erosione-costiera-stanzianti-20-mln-di-euro/>



IMG. 7  
Tratto di spiaggia "selvaggio": località Punta Vignola



IMG. 8  
Tratto di spiaggia "selvaggio": località Casarza

compromettere l'integrità degli edifici) in caso di scosse di terremoto con un certo rapporto Magnitudo/Distanza dell'epicentro <sup>12</sup>. Il territorio nazionale è suddiviso per zone di **pericolosità sismica** e Vasto rientra nella zona 3, ovvero area che può essere soggetta a forti terremoti ma rari, con il solo 10% di possibilità che possa essere sfiorata <sup>13</sup>.

In accordo con Köppen e Geiger il clima vastese è stato classificato come Cfa <sup>14</sup>, ovvero "**clima temperato con estate umida e temperatura media del mese più caldo superiore a 22 °C**" <sup>15</sup>. Al di là della classificazione, si tratta di un clima mediterraneo, che permette la coltivazio-

ne di uliveti, vigneti e seminativi. A Vasto sono presenti due centraline di monitoraggio meteorologico: una in centro e una presso la zona industriale in località Punta Penna <sup>16</sup>. Secondo le statistiche di Meteoblue, calcolate sui dati orari di 30 anni a partire dal 1985 al 2015, la media minima annuale registrata a Vasto è stata di 10,41 °C, quella massima di 20,41. Invece la massima media mensile è stata di 31°C, registrata a luglio e ad agosto, mentre la minima di 3 °C segnata a febbraio. Il mese più asciutto è stato luglio, mentre quello più piovoso aprile. <sup>17</sup>

<sup>12</sup> Comune del Vasto, a cura di Di Totto L., 2013, [www.spazioftp.it/vasto/MZS/Relazione%20Microzonazione%20Sismica.pdf](http://www.spazioftp.it/vasto/MZS/Relazione%20Microzonazione%20Sismica.pdf)

<sup>13</sup> Regione Abruzzo, 2003, [http://www.regione.abruzzo.it/zonesismiche/File\\_pdf/classificazione%20sismica%20comuni%20abruzzesi.pdf](http://www.regione.abruzzo.it/zonesismiche/File_pdf/classificazione%20sismica%20comuni%20abruzzesi.pdf)

<sup>14</sup> Climate-Data, <https://it.climate-data.org/europa/italia/abruzzo/vasto-14381/>

<sup>15</sup> Wikipedia, L'Enciclopedia Libera, [https://it.wikipedia.org/wiki/Classificazione\\_dei\\_climi\\_di\\_K%C3%B6ppen](https://it.wikipedia.org/wiki/Classificazione_dei_climi_di_K%C3%B6ppen)

<sup>16</sup> Wikipedia, L'Enciclopedia Libera, <https://it.wikipedia.org/wiki/Vasto#Clima>

<sup>17</sup> Meteoblue, [https://www.meteoblue.com/it/tempo/previsioni/modelclimate/vasto\\_italia\\_3164672](https://www.meteoblue.com/it/tempo/previsioni/modelclimate/vasto_italia_3164672)

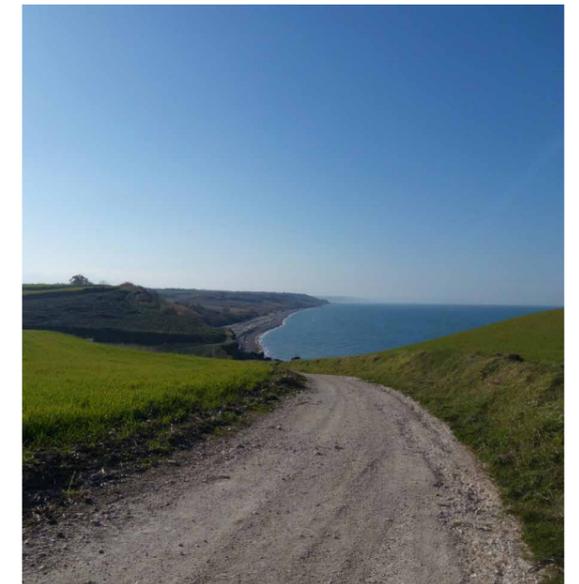


IMG. 9

## 02.2 \ AMBIENTE

### RISERVE E SITI SIC

Vasto ha due **riserve**: una naturale controllata sita alla Marina di Vasto e una naturale guidata sita a Punta Aderci. La prima ha 57 ha ed è stata istituita nel 2007 con il provvedimento esecutivo L.R. n. 5; mentre la seconda risale al 1998, istituita con la legge regionale n. 9 e ha un'estensione di 285 ha.<sup>18</sup> Quest'ultima è stata il primo ente sorto con l'intento di coniugare gli interessi turistici con gli aspetti naturalistici, e, ad oggi vi si fa anche ricerca scientifica. L'area si estende dalla spiaggia di Punta Penna, attigua al porto vastese, fino al confine con il comune a nord. Le spiagge incluse sono quelle che vanno dall'arenile sabbioso di Punta Penna a quello acciottolato di Mottagrossa (Cfr. IMG. 11), una delle zone più difficili e selvagge da raggiungere (Cfr. FIG. 2 e IMG. 11 dove l'area di Mottagrossa è il litorale che si perde a vista d'occhio sullo sfondo). La zona di maggiore interesse naturalistico è la spiaggia sabbiosa dove sono presenti le tipiche dune mediterranee. Si tratta di strutture collinari formate dal deposito di sedimenti fini ed altri detriti portati dal moto ondoso, la cui forma si evolve di continuo per mezzo dell'azione del vento finché non vengono bloccate dalla vegetazione. Invece il tratto più "scenico", dove è anche presente un trabocco (Cfr. IMG. 9), è il promontorio di Punta Aderci, già in precedenza citato, che è accessibile solo a piedi, con la bicicletta o con una navetta a partire dalla strada di accesso.<sup>19</sup>



IMG. 11  
Promontorio di Punta Aderci con vista su Mottagrossa

L'altra riserva si estende invece dall'inizio della pineta nella Marina di Vasto e termina con il Giardino Botanico Mediterraneo del paese confinante a sud. Comprende 3 km di costa caratterizzata da vegetazione dunale e specie a rischio di estinzione. In alcuni tratti le dune raggiungono anche i 5 mt e sono completamente ricoperte da vegetazione.<sup>20</sup> Entrambe le riserve corrispondono anche a dei **Siti di Interesse Comunitario (SIC)**, ovvero



IMG. 10  
Ambiente dunale in località Punta Penna

- 18 Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri-Sud, 2011, [https://www.researchgate.net/publication/312134248\\_Rapporto\\_sullo\\_Stato\\_dell'Ambiente\\_del\\_Trigno\\_Sinello?esc=publication-CoverPdf&el=1\\_x\\_2&enrichId=rgreq-eb997c8cc-2002cf0a6fc236a65ac7cfb-XXX&enrichSource=Y292ZzXjQYwldlOzMxMjEzNDI0ODtBUzo0NDc5MTEyMzU0NjExMjBAMTQ4MzgwMTc2ODc5NA%3D%3D](https://www.researchgate.net/publication/312134248_Rapporto_sullo_Stato_dell'Ambiente_del_Trigno_Sinello?esc=publication-CoverPdf&el=1_x_2&enrichId=rgreq-eb997c8cc-2002cf0a6fc236a65ac7cfb-XXX&enrichSource=Y292ZzXjQYwldlOzMxMjEzNDI0ODtBUzo0NDc5MTEyMzU0NjExMjBAMTQ4MzgwMTc2ODc5NA%3D%3D)
- 19 Riserva Naturale Regionale Punta Aderci, [http://www.puntaderci.it/la\\_riserva.html](http://www.puntaderci.it/la_riserva.html)

- 20 Marina di Vasto, Località San Tommaso Riserva Naturale Regionale, [http://www.vastospa.it/html/la\\_citta/li\\_marina\\_vasto.htm](http://www.vastospa.it/html/la_citta/li_marina_vasto.htm)

aree che fanno parte della Rete Natura 2000. Si tratta di una rete creata dall'Unione Europea per la conservazione della biodiversità. È diffusa su tutto il territorio dell'Unione, istituita ai sensi della Direttiva 92/43/CEE "Habitat" per garantire il mantenimento a lungo termine degli habitat naturali e delle specie di flora e fauna minacciati o rari a livello comunitario. In contemporanea cerca di garantire la protezione della natura "tenendo anche conto delle esigenze economiche, sociali e culturali, nonché delle particolarità regionali e locali" (Art. 2)<sup>21</sup>

Quindi nel territorio di Vasto sono presenti 2 siti SIC: l'IT140108 del 1995, con 317 ha che abbraccia la Riserva di Punta Aderci e un tratto di costa che va dal porto di Vasto in giù<sup>22</sup>; e il sito IT140109 istituito nel 1999 di 57 ettari che corrisponde perfettamente alla Riserva della Marina<sup>23</sup>. Purtroppo il Piano di Gestione è stato approvato solo in estate 2018, prevedendo un'azione strategica per la salvaguardia dell'ambiente in contemporanea al soddisfacimento dell'esigenza di fruibilità della zona<sup>24</sup>. Elaborare un buon compromesso risulta spesso difficile, essendo gli ecosistemi marini altamente vulnerabili, soggetti alla forza erosiva del vento e del mare, che rendono difficile la crescita di vegetazione. Infatti le uniche specie che riescono ad insediarsi sono le cosiddette "psammofile". Queste zone, umide e salmastre, risultano molto complesse dal punto di vista delle interazioni tra organismi e ambiente, con un'equilibrio termodinamico interno elevato e con un minimo di entropia. Queste aree quindi, sono fortemente minacciate, e così la flora e la fauna.<sup>25 26</sup> I principali fattori che potrebbero comportare il rischio di estinzione sono l'edilizia; la viabilità; l'industria; l'uso di fitofarmaci in agricoltura; la diffusione della monocoltura; il turismo ed escursionismo; le linee elettriche aree; l'attività venatoria; l'itticoltura o pesca; l'abbandono dei pascoli; lo sradicamento delle siepi e le mietiture; la scorretta gestione forestale; la scorretta gestione dei corsi d'acqua e l'introduzione di specie esotiche<sup>27</sup>.

- 21 Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, 2018, <http://www.minambiente.it/pagina/rete-natura-2000>
- 22 Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri-Sud, 2011
- 23 ISPRA, s.d., <http://www.isprambiente.gov.it/files/ecosistemi-marini/7a-abruzzo-rinaturazione-dune-vasto.pdf>
- 24 Zonlocale, 2018, <http://www.zonlocale.it/2018/08/10/-sic-di-vasto-marina-il-piano-di-gestione-e-il-primo-in-abruzzo-/34927?e=vasto>
- 25 Riserva Naturale Regionale Punta Aderci
- 26 Marina di Vasto, Località San Tommaso Riserva Naturale Regionale
- 27 Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri-Sud, 2011



IMG. 12  
Ambiente dunale area SIC/Riserva controllata presso la Marina di Vasto

## QUALITÀ ARIA

Le emissioni più preponderanti a Vasto sono dovute al traffico veicolare e alle industrie. Gli unici monitoraggi sono effettuati occasionalmente dall'ARTA con postazioni mobili (l'ultimo risale al 2012) poichè l'unica centralina fissa presente nelle vicinanze (presso il comune di San Salvo), non è più in funzione dal 2008<sup>28</sup>.

Il **PM10** indica il particolato presente nell'atmosfera sotto forma di polveri sottili, il cui diametro è uguale o inferiore a 10µm. Le principali fonti sono le sorgenti legate all'attività dell'uomo come i processi di combustione, l'usura di pneumatici, dei freni e dell'asfalto. Invece le sorgenti naturali sono l'erosione del suolo, gli incendi boschivi, le eruzioni vulcaniche, la dispersione di pollini e il sale marino. A livello regionale nell'intero anno 2012 le emissioni sono state dovute per il 78,5% agli impianti di combustione non industriale, per il 7% al settore dell'agricoltura, per il 6% ai processi industriali senza combustione, per il 4% ai trasporti.

Il **monossido di carbonio** è l'inquinante gassoso più presente in atmosfera. Le principali sorgenti sono il traffico veicolare, gli impianti di riscaldamento e le attività produttive. A livello regionale nell'intero anno 2012 le emissioni sono state dovute per il 71% agli impianti di combustione non industriale e per il 22% ai trasporti stradali.<sup>29</sup>

Il **biossido di azoto** è uno degli inquinanti atmosferici più pericolosi. Le principali sorgenti sono il traffico veicolare, gli impianti di riscaldamento, le centrali termoelettriche e le attività produttive.

L'**ozono** stratosferico si concentra ad un'altezza tra i 30 e i 50 km dal suolo e protegge la vita terrestre dai raggi ultravioletti emessi dal sole. L'ozono presente invece in prossimità della superficie della Terra, è un componente dello smog fotochimico che si origina in particolare modo nei mesi estivi, a causa dell'elevato irraggiamento solare e della temperatura. L'ozono non ha sorgenti dirette ma si forma in seguito alle reazioni chimiche che riguardano i COV e gli ossidi di Azoto.

Gli **IPA** sono gli idrocarburi policiclici aromatici che si trovano in atmosfera come residui di

- 28 Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri-Sud, 2011
- 29 Dipartimento opere pubbliche, Governo del territorio e politiche ambientali, 2016, [www.regione.abruzzo.it/xAmbiente/docs/autUnica/RABPA15RF-PianoAria-A1InventarioEmissioni.pdf](http://www.regione.abruzzo.it/xAmbiente/docs/autUnica/RABPA15RF-PianoAria-A1InventarioEmissioni.pdf)

combustione incomplete in impianti industriali, di riscaldamento e delle emissioni di autotrazionone. La situazione peggiora nelle aree urbane rispetto a quelle extra-urbane. I valori dipendono molto dal traffico veicolare, in particolar modo nei mesi invernali. L'IPA presente in concentrazioni maggiori è il benzo(a)pirene, tra l'altro anche il più dannoso.<sup>30</sup>

Il **benzene** è un idrocarburo aromatico incolore, liquido ed infiammabile. Viene emesso nell'atmosfera in seguito alle attività umane, in particolare all'uso del petrolio, degli oli minerali e dei loro derivati. A livello regionale nell'intero anno 2012 le emissioni sono state dovute per l'88% agli impianti di combustione non industriale a causa della combustione della legna e per il 9% ai trasporti stradali<sup>31</sup>.

Le concentrazioni di inquinanti monitorati (Cfr. FIG. 3), con riferimenti ai limiti previsti dal Decreto Legislativo 13 agosto 2010 n. 155, rientrano nei limiti per tutto il periodo della rilevazione, eccezion fatta per i PM10 e gli IPA, che mostrano **valori elevati** dovuti principalmente all'alto traffico veicolare presente nella determinata zona. Infatti il sito del campionamento era stato posto in prossimità di uno svincolo stradale in un'area densa di stabilimenti industriali e del Porto di Vasto.

Essendoci più inquinanti rilevabili di quelli monitorati, le analisi sopracitate non offrono una visione completa della situazione, così sull'area in esame viene effettuato anche il **biomonitoraggio**. Questa tecnica fa uso di un bioindicatore, ovvero un organismo vivente capace di immagazzinare un dato inquinante. In questo caso si tratta di licheni e il loro stato di salute indica direttamente le concentrazioni degli inquinanti presenti nella zona. I risultati del biomonitoraggio vengono interpretati in termini di "naturalità" (zone prive di attività antropiche e lontane da rilevanti fenomeni di dispersione di gas tossici) e di deviazione dalla condizione di naturalità, ovvero di "alterazione" ambientale. Le scale sono 7 e il comune di Vasto, così come gli altri paesi limitrofi abruzzesi, ha registrato un'alterazione alta (penultima classe tra i valori di alterazione elevata) nel periodo di biomonitoraggio che va dal 2005 al 2010.<sup>32</sup> Quindi la qualità dell'aria non risulta ottimale.

- 30 Agenzia Regionale per la Tutela dell'Ambiente, 2012, [https://www.artaabruzzo.it/download/aree/aria/20121207\\_qa\\_all\\_03.pdf](https://www.artaabruzzo.it/download/aree/aria/20121207_qa_all_03.pdf)
- 31 Dipartimento opere pubbliche, Governo del territorio e politiche ambientali, 2016
- 32 Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri-Sud, 2011

## QUALITÀ ACQUE

La disciplina per la gestione della **qualità delle acque di balneazione** è il D.Lgs. 116/08. La costa viene suddivisa in tratti e per ognuno di questi viene individuato un punto di campionamento rappresentativo. Prima della stagione balneare la Regione analizza i dati dei precedenti quattro anni per qualificare la situazione e così le acque idonee alla balneazione e quelle no. Ogni zona è classificata secondo quattro livelli di qualità più una Non Classificata, sulla base dei risultati analitici dei parametri microbiologici (escherichia coli ed enterococchi intestinali, i cui valori limite sono definiti dal D.M. 30/3) relativi all'anno preso in esame. La Non Classificata è per le acque di nuova individuazione derivanti da acque precedentemente classificate come "scarse" e "sufficienti". Il campionamento viene condotto dall'ARTA ogni mese a partire da aprile fino a settembre. La frequenza cambia nel caso di acque classificate come "scarse" e temporaneamente vietate alla balneazione e nel caso di acque N.C. con divieto temporaneo, dove l'intervallo si accorcia a 15 giorni. Per osservare l'andamento della qualità dal 2013 al 2017 per ogni punto di prelievo, è possibile confrontare la FIG. 4 delle pagine seguenti. Se durante i prelievi vengono rilevati inquinanti elevati si prosegue con il divieto temporaneo della balneazione e con un campionamento straordinario. Se le criticità persistono si può dichiarare il divieto permanente.<sup>33 34</sup>

A seguito delle varie classificazioni, solo due spiagge di Vasto sono state insignite della **Bandiera Blu**, ovvero Punta Penna e Località Vignola<sup>35</sup>. Si tratta di un riconoscimento internazionale assegnato alle località turistiche balneari che soddisfano criteri di qualità relativi alla pulizia delle spiagge, delle acque di balneazione ed ai servizi offerti.

La Marina di Vasto ha però ottenuto la **Bandiera Verde**, ovvero un vessillo assegnato dai pediatri alle località balneari che soddisfano caratteristiche adatte ai bambini. Tale bandiera dovrebbe aiutare le famiglie a scegliere la spiaggia più adatta ai piccoli.<sup>36</sup>

È necessario specificare che le analisi sopra riportate non fanno riferimento alla salute

ambientale del mare, bensì a quella sanitaria. Quindi valori positivi non indicano per forza che i bacini costieri stiano bene dal punto di vista ecologico.<sup>37</sup>

Lo stato di **qualità delle acque marino costiere** viene definito valutando lo "stato chimico" e quello "ecologico". Il primo si determina in base alla presenza di sostanze chimiche pericolose nei sedimenti e negli organismi bioaccumulatori (molluschi bivalvi). Il secondo attraverso l'indice di stato trofico Trix, combina i valori di quattro variabili (ossigeno disciolto, clorofilla "a", fosforo totale e azoto inorganico disciolto) consentendo di avere informazioni sui nutrienti e sulla biomassa fitoplanctonica.

Nella stazione di Punta Aderci sono presenti due stazioni di campionamento a diverse profondità e a diversa distanza dalla costa. Gli ultimi report sono relativi alle analisi effettuate nel 2015.

Per l'indice di Trix i giudizi sono "elevato", "buono", "mediocre" e "scadente". In entrambe le stazioni di Vasto, la qualità risultante è "buona", in linea con il resto della Regione.

Sia gli inquinanti chimici organici che quelli inorganici sono risultati inferiori al limite di quantificazione.

La comunità fitoplanctonica presenta valori elevati a settembre e a febbraio, ma non sono risultate alghe potenzialmente tossiche. Il test con il batterio luminescente non ha evidenziato tossicità.

I risultati relativi allo studio delle comunità macrozoobentonica evidenziano una "buona" qualità dell'ecosistema marino-costiero vastese.<sup>38</sup>

FIG. 3<sup>39</sup>

37 ARTA, s.d.

38 ARTA, 2016, [https://www.artaabruzzo.it/download/pubblicazioni/20170714\\_monitoraggio\\_mare\\_2015.pdf](https://www.artaabruzzo.it/download/pubblicazioni/20170714_monitoraggio_mare_2015.pdf)

39 Propria rielaborazione su dati 2012, fonte "ARTA"

## VALORI MEDI DELLA QUALITÀ DELL'ARIA, VASTO, FEBBRAIO 2012

INQUINANTE PER MEDIA GIORNALIERA	Valore medio rilevato	Valore massimo rilevato	Valore minimo rilevato	Valore Limite per la Protezione della Salute Umana
PM 10 (µg/m)	38	78	9	50 Media giornaliera da non superare più di 35 volte l'anno

INQUINANTE PER MEDIA ORARIA	Valore medio rilevato	Valore massimo rilevato	Valore minimo rilevato	Valore Limite per la Protezione della Salute Umana
Monossido di Carbonio (mg/m)	0,5	2,4	0,2	10 Media massima giornaliera calcolata su 8 ore
Biossido di Azoto (µg/m)	11	93	1	200 Valore orario da non superare più di 18 volte per anno
Ozono (µg/m)	61	95	4	120 Media massima giornaliera calcolata su 8 ore
Benzene (µg/m)	0,5	2	0,1	5 Valore massimo della media annuale
IPA (ng/m)	36	708	2	*

\*Il benzo(a)pirene ha come Valore Obiettivo (VO) medio annuale 1,0 ng/m<sup>3</sup>. Tale valore viene usato come marker per il rischio cancerogeno degli idrocarburi policiclici aromatici<sup>40</sup>

### Unità di misura della concentrazione

La concentrazione dell'inquinante può essere espressa in µg/m<sup>3</sup> o in mg/m<sup>3</sup>.

µg/m<sup>3</sup>= microgrammo (millesimo di un grammo) per metro cubo d'aria analizzata

mg/m<sup>3</sup>= milligrammo (millesimo di un grammo) per metro cubo d'aria analizzata

NELLA PAGINA SEGUENTE, FIG. 4<sup>41</sup>

### MAPPA DEI PUNTI DI PRELIEVO CON QUALITÀ DELLE RELATIVE ACQUE DI BALNEAZIONE NEL PERIODO 2013/2017

40 ARPA, 2010, [https://www.arpae.it/cms3/documenti/\\_cerca\\_doc/aria/ra/ra2010/cap1\\_normativa\\_2010.pdf](https://www.arpae.it/cms3/documenti/_cerca_doc/aria/ra/ra2010/cap1_normativa_2010.pdf)

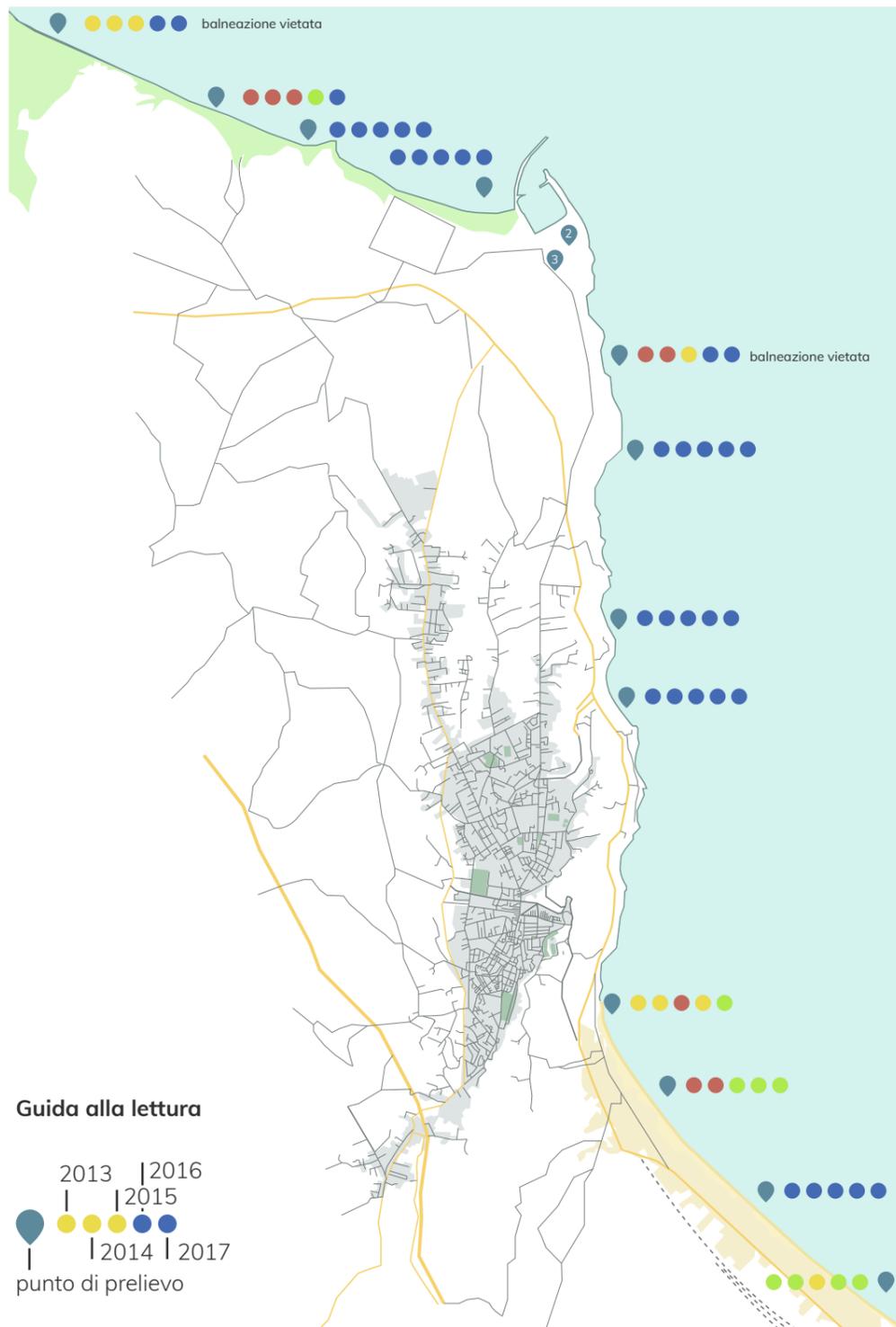
41 Propria rielaborazione su dati 2018, fonte "Giunta Regionale, Regione Abruzzo"

33 DGR 169/2018, [https://www.regione.abruzzo.it/system/files/urbanistica-territorio/acque-balneazione/DGR169\\_2018.pdf](https://www.regione.abruzzo.it/system/files/urbanistica-territorio/acque-balneazione/DGR169_2018.pdf)

34 ARTA, s.d., <https://www.artaabruzzo.it/balneazione.php>

35 FEE, 2018, <https://www.tuttitalia.it/bandiera-blu/2018-spiagge/>

36 Chieti Today, 2018, <http://www.chietitoday.it/cronaca/vasto-bandiera-verde-localita-marina-adatta-bambini.html>



#### Guida alla lettura



- qualità eccellente
- qualità buona
- qualità sufficiente
- qualità scarsa
- N.C.

## 02.3 \ STORIA

Il nome originario di Vasto era **Histon**, attribuitogli, secondo leggenda, da un personaggio della mitologia greca; Diomede. Re dell'Etolia, dopo l'assalto di Troia si sarebbe rifugiato in queste zone, e la storia narra che chiamò Histon la località perché Punta Aderci gli ricordava un monte delle sue terre avente quel nome.

Il territorio è ricco di ritrovamenti archeologici: sono venuti alla luce una serie di insediamenti stanziali sparsi intorno al XIV secolo a.C. e reperti più significativi intorno al VI-III secolo a.C. Di certo è che vissero in queste terre i Frentani stabilendosi nelle zone di Punta Penna e dando il via a numerosi traffici marittimi e stabilendo stretti contatti con i Sanniti e la Sicilia.

Intorno a questa località aleggia anche la leggenda di un'ipotetica città scomparsa sotto le acque del mare, con il rinvenimento di relitti di una certa entità datati IV-III secolo a.C.<sup>42</sup>

La decadenza di Punta Penna, cominciò in seguito alla Guerra Sociale (91-88 a.C.) che vide opposti Roma e i municipia dell'Italia, facendo per contrasto emergere il nucleo di Vasto. La città venne infatti anche elevata a rango di municipio trasformandosi da Histon in **Histonium**: "Municipium Histoniensium".

Grande espansione e benessere si ebbe poi in età imperiale, raggiunta soprattutto nel III secolo d. C.: il centro abitato aveva il campidoglio (luogo centrale del Foro antico), le cisterne per l'acqua, le terme ed un anfiteatro per le naumachie. È anche documentata l'esistenza di un tempio per il culto, probabilmente di Cerere (divinità della terra e della fertilità), situato dove poi venne edificata la chiesa di San Pietro, dove sono ancora visibili dei tratti murari dell'antico tempio. L'economia della città era basata soprattutto sull'agricoltura ma anche sull'attività mercantile, sia locale che di importazione ed esportazione.

Un periodo di decadenza iniziò nel tardo Impero, non solo per motivi politici ma anche per catastrofi naturali come i terremoti.

Sul finire del V secolo d.C. Vasto era già diventata sede di un vescovado paleocristiano. A questi si aggiungono saccheggi e distruzioni per mano prima di Ostrogoti e poi di Bizantini. Questi apportarono del resto ad una elevata fortificazione della città e ad un popolamento delle periferie.

La città venne occupata anche dai Longobardi

e annessa al Ducato di Benevento. Nell'802 d.C. la città fu distrutta dai Franchi che portò ad un processo di rioccupazione dell'antica civitas romana. Vasto cominciò ad essere chiamata **Stonio** e in seguito **Castellum Aymonis**. Nei primi secoli dopo il Mille (la città fu legata prima al Regno di Napoli e poi a quello delle Due Sicilie), Vasto incontra una nuova fase di espansione del centro urbano grazie ad una crescita demografica dovuta allo sviluppo economico. Si incrementano le attività mercantili via mare e i facili collegamenti con le zone interne favorisce anche i traffici via terra, permettendo di sviluppare attività artigianali. Dello stesso non si può dire dei dintorni, che erano invece frammentati in casali, castelli e chiese, attorno ai quali gli abitanti si aggregavano in unità civili. L'attuale terreno della città proviene proprio dalla loro scomparsa.

Nel 1.200 circa, il nuovo toponimo diventa **Guasto Aimone**. In età angioina (XIV secolo) il paese fu infeudato ai Caldora, una casata nobiliare spagnola, a cui si deve la costruzione di diversi edifici di interesse, soprattutto a carattere difensivo.

Nel 1494 e fino al 1798 circa, Vasto passò anche in mano ai D'Avalos, un'ulteriore casata spagnola che pesò particolarmente sui bilanci economici del comune. Inoltre, nonostante la precarietà finanziaria dello stesso casato, questi cercarono di trasferire a Vasto i fasti della corte spagnola (ad es. tra fine 1.500 ed inizi 1.600 vennero edificati numerosi edifici). Nel corso del Cinquecento, lo splendore di Vasto sembra sempre accrescere di più, nonostante le continue incursioni via mare dei Turchi e Saraceni, infatti un proverbio di un tempo recitava:

**"Questo paese essere come una cuccagna, in cui sempre si beve e si magna"**  
(Felice C., p. 56)

Se non altro questo è riferito alle famiglie ricche, mentre tutti coloro che rientravano come "comuni cittadini" pativano la fame, e ogni tanto la rabbia popolare scoppiava in tumulti.

Nel 1.700 Vasto venne definita da Carlo III d'Austria, l'"**Atene degli Abruzzi**" grazie ad elementi culturali ed artistici rilevanti. Nel 1799, sulle orme di altre situazioni analoghe nella Penisola, vennero dichiarati decaduti gli impieghi regi e baronali e poi proclamata la **Repubblica Vastese**, esistita per un breve periodo e annientata dai sanfedisti. Nel 1806 tornarono i francesi a dominare la città.

42 Liberatore F., 2016, <http://www.zonlocale.it/2016/04/08/alla-scoperta-della-citta-dimenticata-all-ombra-del-faro/20099?e=vasto>

Vasto è stata la prima città in Abruzzo a ribellarsi durante il Risorgimento e nel 1861 Vasto entrò a far parte dell'Italia.

Durante il ventennio la città vide un'incremento demografico e conobbe un nuovo stile urbanistico. Nel periodo fascista Vasto tornò ad essere chiamata Istonio, in ricordo dei fasti dell'epoca romana. Venne edificato un campo di concentramento per antifascisti e slavi. La liberazione della città avvenne nel 1943 con gli inglesi, tramite la "battaglia del Trigno" che si combatté nelle campagne. Nel 1944 il comune tornò a chiamarsi Vasto.

Nel secondo dopoguerra la città assistette nuovamente ad un aumento della popolazione. Nel 1956 ci fu una **grossa frana** che portò al crollo di una delle zone più antiche della città, tra cui la **Chiesa di San Pietro** (punto n. 12 nella mappa) che venne demolita definitivamente per la sua pericolosità nel 1960 e di cui rimane solamente una facciata, e numerose abitazioni civili.

Anche Vasto fu inglobata dal boom economico degli anni '60 e fu una delle prime città abruzzesi a beneficiare del turismo balneare.<sup>43 44 45</sup>



IMG. 13  
Particolare della facciata "superstite" di San Pietro

43 Felice C., 2001

44 TurismoVasto, s.d., <http://www.turismovasto.it/>

45 Wikipedia, L'Enciclopedia Libera, s.d., [https://it.wikipedia.org/wiki/Storia\\_di\\_Vasto](https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_di_Vasto)

## SVILUPPO DEL TURISMO BALNEARE

La prima struttura per la balneazione fu costruita a Vasto nel 1890 ed era una **palafitta** posta sul mare dal quale si accedeva tramite passerella. Sulla piattaforma c'erano un tot. di cabine che servivano alle persone per cambiarsi d'abito e indossare il costume. Queste camere potevano essere affittate giornalmente o stagionalmente. Lo spazio in acqua era poi diviso in zone in base al sesso e i due confini non potevano essere superati.<sup>46</sup>

Nel 1930 cominciarono ad apparire i primi "**casotti**", ovvero cabine ma su terraferma. Anche queste avevano lo scopo di permettere il cambio di indumenti, ma cominciarono ad essere utilizzati anche come base per i pranzi. Si riporta la testimonianza di un vastese:

*"Nei "casotti" era anche possibile consumare i pasti ed a mezzogiorno, quando si aprivano le "mappatelle" la spiaggia si riempiva degli odori di "muligname aripiene, pammadore arracana-te, saggiccie sott'ujje e pillastre a lu forne" <sup>47</sup>*

Pietrocola L.

*"Nei "casotti" era anche possibile consumare i pasti e a mezzogiorno, quando si apriva il porta pranzo la spiaggia si riempiva degli odori di melanzane ripiene, pomodori conditi con origano, salsiccia sott'olio <sup>48</sup> e pollo arrostito al forno"*

Queste parole dimostrano che i tempi stavano cambiando, la balneazione non aveva più solo regole rigide per il buon costume e praticata solo per motivi di salute, ma cominciava ad assumere la forma di un **luogo per la convivialità** dove finalmente uomini e donne potevano passare del tempo insieme. In ogni caso fino ad allora, la costa era frequentata perlopiù dagli abitanti del posto e del circondario; non esisteva ancora una forma di turismo. Si cominciò a parlare di sviluppo turistico solo dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale quando iniziarono a sorgere i primi alberghi, case per vacanze e infrastrutture per migliorare l'accoglienza. In questo periodo **nacquero i primi stabilimenti balneari** che offrivano un posto per piantare l'ombrellone e davano a disposizione delle sedie. L'atteggiamento dei bagnanti nel frattempo era completamente cambiato: **la costa era diventata sinonimo di divertimento e**

46 Spadaccini L., 2012, <https://noivastesi.blogspot.com/2012/07/vita-balneare-agli-inizi-del-900-quando.html?m=1&fbclid=IwAR31xs7RWS26R3-6YBPdZ-3mOSgmRXLBrCFmy61k0DiU3I84qsQNIFnlGbY>

47 Spadaccini L., 2012, <https://noivastesi.blogspot.com/2012/07/vita-balneare-agli-inizi-900-2-quando.html?m=1>

48 Prodotto tipico abruzzese e laziale



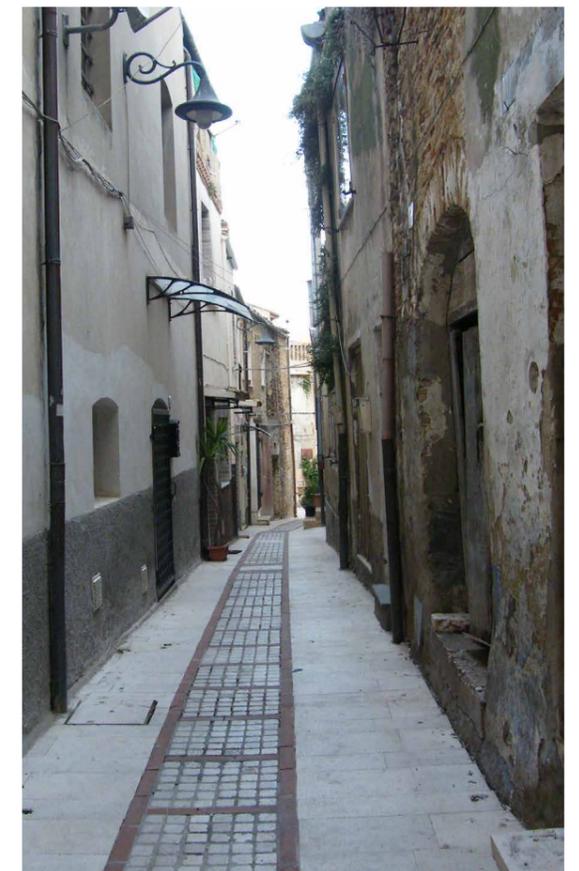
IMG. 14  
Esempio di stabilimento balneare di recente costruzione

sorsero anche le prime sale da ballo in spiaggia. I "casotti" sono tutt'ora presenti di minor dimensione, sebbene alcuni lidi li hanno nel tempo trasformati in piccoli magazzini.<sup>49</sup>

Il tratto di arenile sabbioso, come più volte evidenziato, è ormai costellato da stabilimenti balneari, sia a struttura fissa che non. Di giorno offrono ombreggio e alcuni anche il punto ristoro; di notte invece molti si animano diventando teatro di eventi musicali e mutando in discoteche su spiaggia.

## MONUMENTI E LUOGHI DI INTERESSE

Come si può vedere dalla mappa della pagina seguente, i luoghi di interesse sono numerosi e in particolar modo concentrati nel centro della città. Si tratta soprattutto di architetture religiose ma anche civili e altri d'uso militare appartenenti a epoche diverse. Al di là dei punti segnalati, il centro storico è ricco di vicoli, scorci, piccole abitazioni di una volta, scalinate dipinte e piccole botteghe. Vale la pena visitarlo con calma e perdersi tra le rue strette.



IMG. 15  
Rua del centro storico

49 Spadaccini L., 2012, <https://noivastesi.blogspot.com/2012/07/vita-balneare-vasto-nel-dopoguerra.html?m=1>

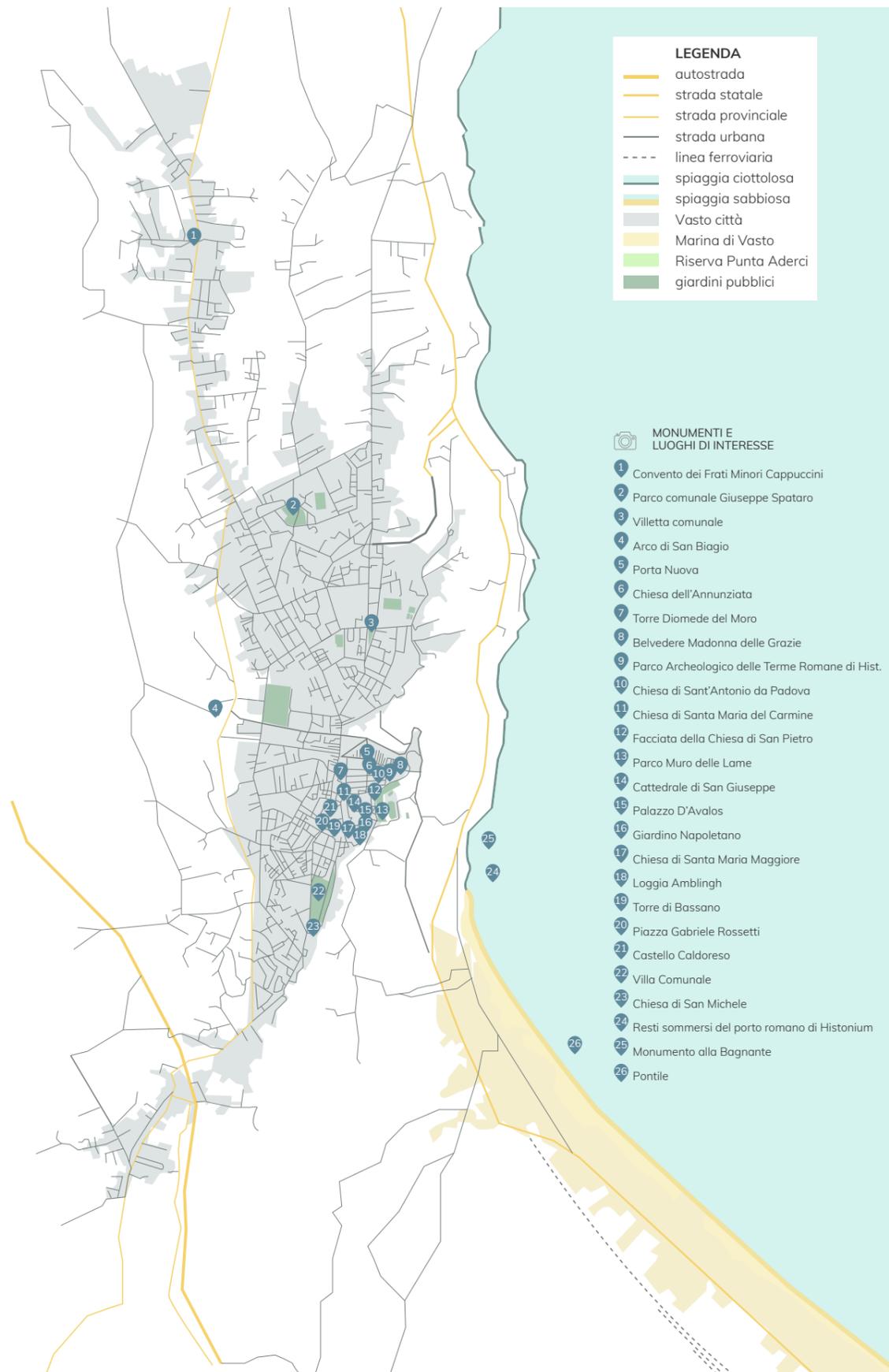


FIG. 5  
MAPPA DI VASTO CON COLLOCAZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



IMG. 16  
Vicolo del centro storico su vista mare



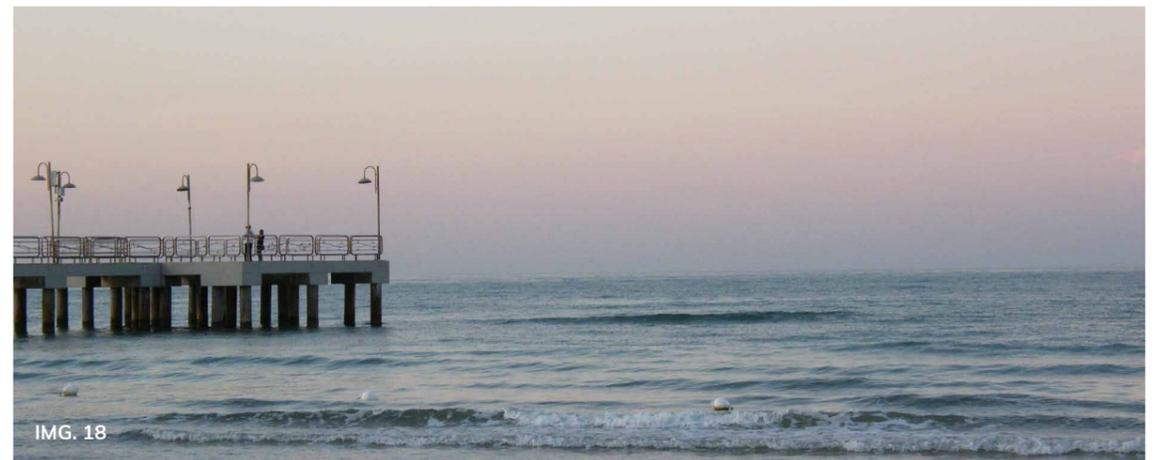
IMG. 17  
Inizio del Belvedere

Da segnalare per la sua straordinaria bellezza è la Loggia Ambligh (Cfr. IMG. 17 e 19), ovvero il belvedere della città che affaccia direttamente sulla costa. Assume questo nome perché diverse abitazioni lungo la passeggiata divennero di proprietà di un comandante (Ambligh) delle truppe dei D'Avalos.<sup>50</sup>

Il punto 25 indica una scultura, Il Monumento alla Bagnante alta 3,60 mt e realizzata nel 1979 è ormai un simbolo della città ed è dedicata appunto alla Bagnante.<sup>51</sup>

Il punto 24 indica invece i resti sommersi del porto romano di Histonium. Questi non sono molto distanti dalla costa e sono facilmente visitabili con lo snorkel. Vi sono reperti di absidi, nicchie, colonne, muri ecc.<sup>52</sup>

Il 26 indica invece il Pontile di Vasto (Cfr. IMG. 18), una struttura panoramica che collega spiaggia e mare. In passato la sua funzione era differente, fu costruito negli anni '50 per favorire lo scarico dei prodotti ittici dai pescherecci fino a quando man mano cadde in disuso e per via della forte corrosione a cui era stato sottoposto, fu abbattuto e costruito uno nuovo come mera attrazione turistica.<sup>53</sup>



IMG. 18

50 Yes Abruzzo, <https://www.yesabruzzo.com/il-belvedere-di-vasto-si-chiama-loggia-di-ambligh>

51 Spadaccini L., 2012, <http://www.histonium.net/notizie/tradizioni/24458/storia-della-nostra-spiaggia-il-monumento-alla-bagnante-di-vasto-marina>

52 De Cinque L., 2018, <http://www.zonlocale.it/2018/08/12/a-vasto-marina-alla-scoperta-dei-resti-sommersi-del-porto-romano-di-histonium/349437e=vasto>

53 D'Adamo N., 2012, <http://noivastesi.blogspot.com/2012/08/storia-della-nostra-spiaggia-il-pontile.html>



IMG. 19

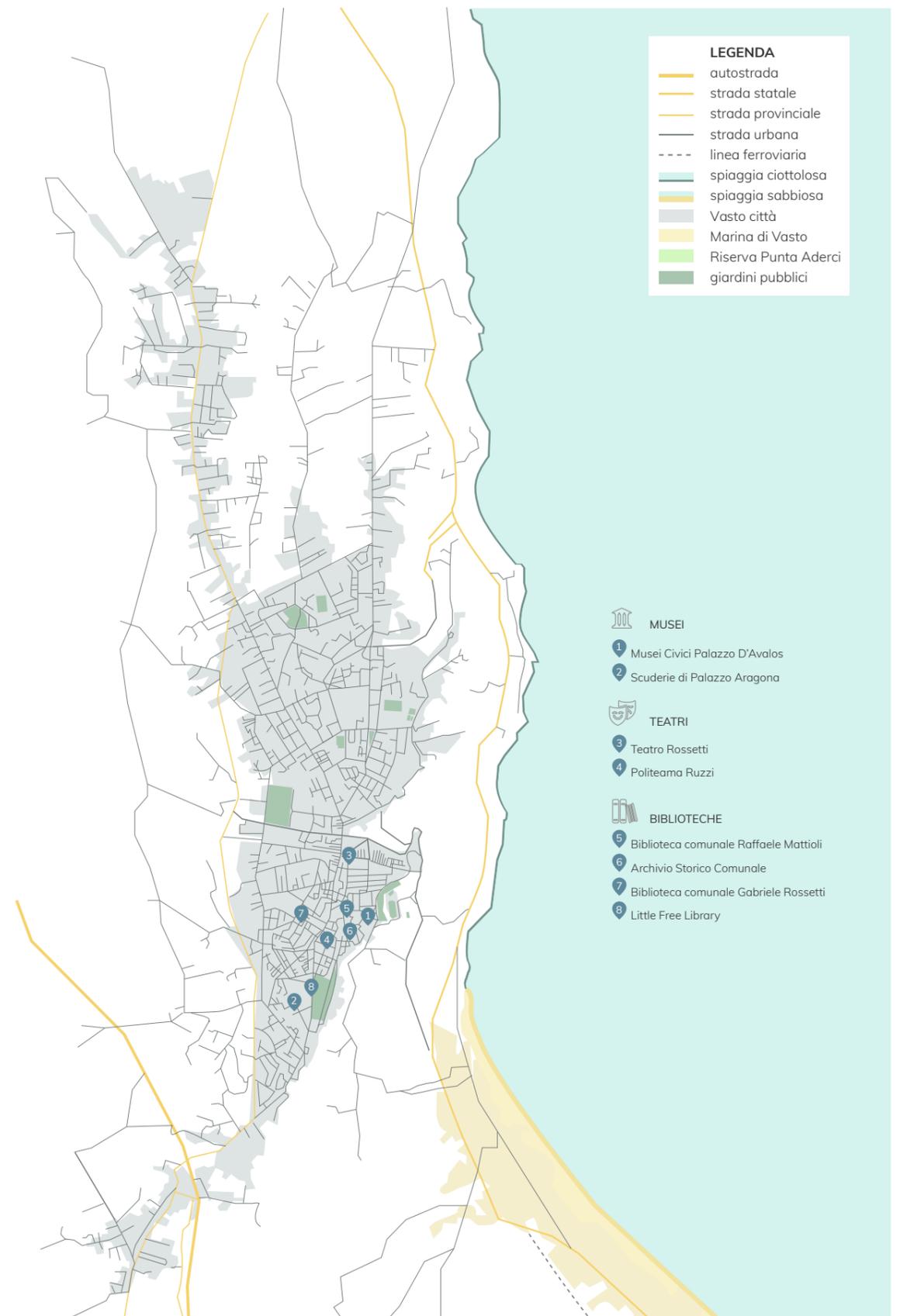


FIG. 6  
MAPPA DI VASTO CON COLLOCAZIONE DEI MUSEI, TEATRI E BIBLIOTECHE

## MUSEI & TEATRI

Come si nota dalla FIG. 6 i musei non sono numerosi, sebbene quello civico di Palazzo D'Avalos (Cfr. IMG. 20) presenta diverse sottosezioni. Si tratta infatti di un circuito che comprende il Museo Archeologico, il museo del Costume, la Pinacoteca, la Galleria d'Arte Contemporanea e il meraviglioso Giardino Napoletano (Cfr. IMG. 21 e 22) che affaccia sul mare. Il Palazzo è un esempio di architettura rinascimentale abruzzese sorta dai resti di strutture romane evoluta in sede conventuale per domenicani, poi ingrandita dai Caldora per raggiungere lo stato attuale con i D'Avalos fino al 1798.<sup>54</sup>

Da segnalare anche il teatro comunale Rossetti (n. 3) costruito nel 1820 circa, tra i primi in Abruzzo dopo quello di Chieti. Venne chiamato "Real Teatro Borbonico", il cui prestigio puntava a raggiungere i livelli più alti dell'architettura meridionale, soprattutto napoletana. Il nome invece attuale fa riferimento al poeta e pittore Gabriele Rossetti che nacque a Vasto nel 1783 e si trasferì in giovane età a Napoli dove ricoprì importanti cariche pubbliche. Per sfuggire alla condanna a morte per la partecipazione attiva ai moti costituzionali del 1820-21, scappò in esilio a Londra.<sup>55</sup>



IMG. 21  
Giardino Napoletano



IMG. 20  
Particolare del Palazzo D'Avalos



IMG. 22  
Giardino Napoletano, portale sul Golfo

<sup>54</sup> Musei Palazzo D'Avalos, <http://www.museipalazzodavalos.it/wordpress/>

<sup>55</sup> Felice C., 2001

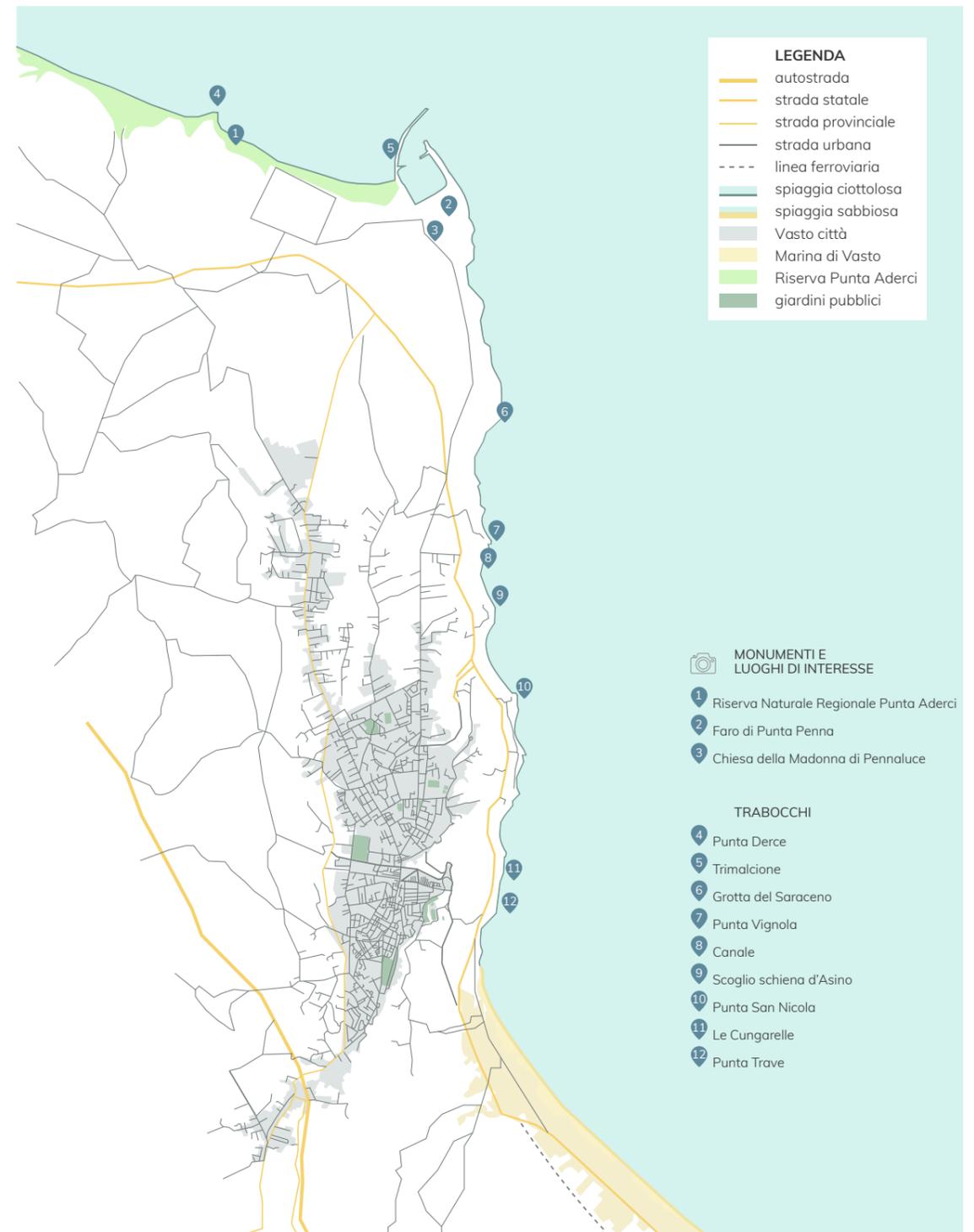


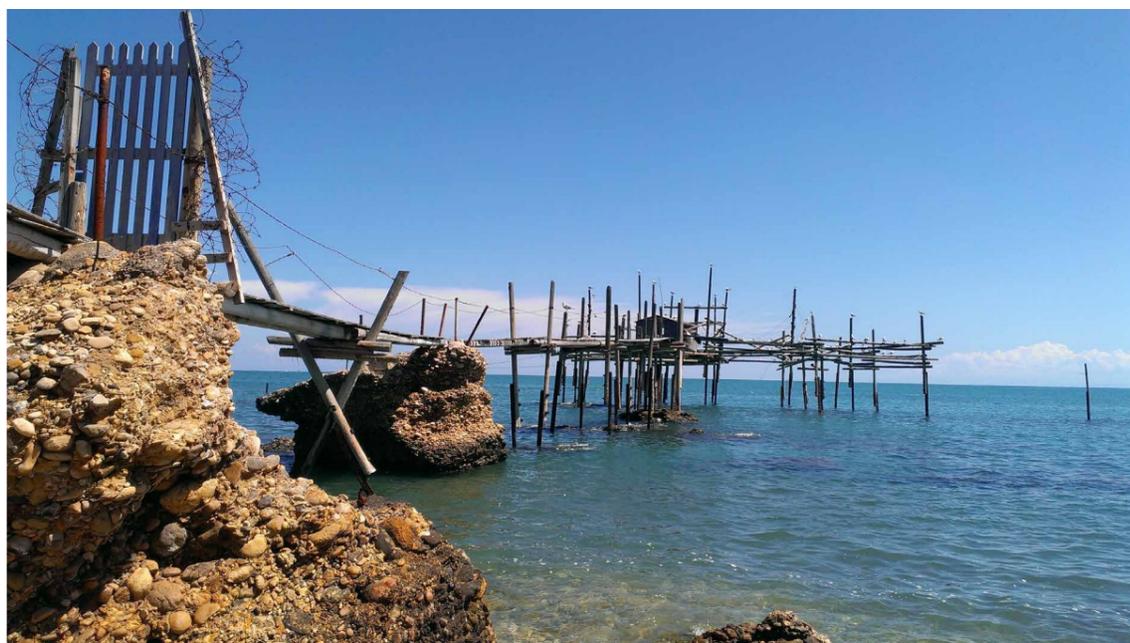
FIG. 7  
MAPPA DI VASTO CON COLLOCAZIONE DEI TRABOCCHI E ALTRI LUOGHI DI INTERESSE

## TRABOCCHI E MONUMENTI DI INTERESSE

Gli affascinanti trabocchi hanno una storia misteriosa e un'etimologia incerta. Sono infatti numerose le leggende sul perché, quando e da chi furono costruite per la prima volta. Ciò che è certo è che ad un certo punto cominciarono ad essere utilizzate come alternativa alle uscite in barca, molto più rischiose. Costituirono quindi una sorta di pesca da terraferma. I trabocchi appartenevano alle famiglie di pescatori, che vi alloggiavano quotidianamente e generalmente possedevano anche gli orticelli dei dintorni. Oggigiorno hanno una forte attrattiva turistica, infatti molti sono stati convertiti in ristoranti (Cfr. IMG. 24) dove è possibile mangiare il pesce appena pescato. Alcuni vengono ancora usati esclusivamente come strumenti di pesca.

*“La grande macchina pescatoria composta di tronchi intrecciati, di assi e di gomene biancheggiava simile allo scheletro colossale di un anfibio antidiluviano. Pareva vivere di una vita propria avere un'aria e un'effigie di corpo animato.”*

Gabriele D'Annunzio, 1894,  
*Il Trionfo della Morte*



IMG. 23  
Trabocco Punta Vignola

I trabocchi sono in legno e costituiti da una piattaforma protesa sul mare e sostenuta da dei pali molto sottili e ricurvi, per lo più di pino d'aleppo, aggrappati a montanti in ferro incastriati e cementati tra gli scogli, che danno una forte percezione di fragilità. La piattaforma regge le antenne che tengono una “bilancia”, ovvero una rete da pesca dalle maglie molto strette. Il sistema è cosiddetto “a vista”, poiché consiste nell'intercettare i branchi di pesci per azionare la trappola.

Come si nota dalla FIG. 7 i trabocchi del Comune di Vasto sono veramente tanti, una volta ne esistevano ben altri 6, ma sono andati distrutti dalle mareggiate e mai più ricostruiti. Sono presenti sporadicamente in altre regioni ma con caratteristiche differenti. Quelle abruzzesi hanno il corpo disposto trasversalmente rispetto alla costa.<sup>56 57</sup>

56 Parco Costa dei Trabocchi, <https://www.parcocostadeitrabocchi.it/amp/>

57 Pacini J., <http://www.tesoridabruzzo.com/la-lunga-vita-dei-trabocchi/#sthash.k2obQ9SM.dpbs>



IMG. 24

## EVENTI DELLA TRADIZIONE

Per via della sua vocazione turistica, nel periodo estivo Vasto presenta eventi con cadenza quasi giornaliera. A confronto con il periodo invernale, questi però sono quasi dimezzati<sup>58</sup>. In ogni caso si tratta di eventi il cui scopo è quello di aumentare i flussi turistici e offrire intrattenimenti ai villeggianti stagionali e sono completamente distinti dalle classiche tradizioni popolari che hanno uno stretto legame soprattutto con la religione.

Nella figura sottostante sono elencati gli eventi (sia di intrattenimento che religiosi) fissi che si ripetono tutti gli anni. Unica eccezione è il "Mese del Brodetto" che nell'estate passata (2018) non è stato organizzato.



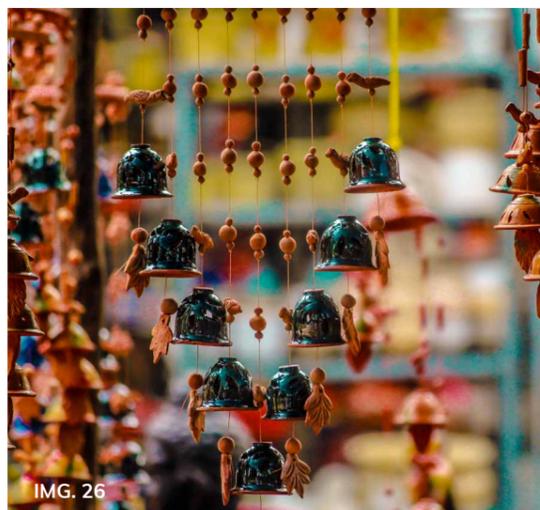
IMG. 25  
Rievocazione storica Toson D'Oro



Tra gli eventi più interessanti si segnala la tradizionale rievocazione storica (non a carattere religioso) del Toson d'Oro che prevede una sfilata di un corteo di marchesi accompagnato da figuranti in costume d'epoca, sbandieratori, giullari, trampolieri, artisti di strada e altri personaggi. Ciò che si rievoca è il conferimento della collana dell'Ordine cavalleresco Toson D'Oro, nel 1723, dal marchese D'Avalos al Principe Colonna, capo delle armate del Regno di Napoli.<sup>59</sup>

Le tradizioni popolari sono generalmente legate alla religione.

Altro evento da segnalare è la Sagra delle Campanelle o di San Rocco, ovvero una manifestazione che commemora il Santo nel giorno della sua morte. Il personaggio è divenuto celebre nel periodo di un'epidemia di peste che colpì l'Europa tra il 1367/68. Si occupò molto dei malati viaggiando come pellegrino e annunciando la sua presenza con il tintinnio di una campanella legata al suo bastone. Nella realtà vastese assurde al compito di protettore dei turisti. Quindi la sagra consiste in una fiera



IMG. 26

di artigianato di campanelle sia locale che con stand provenienti da altre regioni.<sup>60</sup> La festa patronale è quella di San Michele, molto sentita dalla popolazione, che si celebra nel mese di settembre. Prevede la classica celebrazione eucaristica preceduta da processione. Nel frattempo, come in qualsiasi altra città, i festeggiamenti sono arricchiti con concerti musicali, altri spettacoli e luna park.

## CUCINA

La cucina abruzzese è caratterizzata da una grande varietà di pietanze, dovuta principalmente ai tanti ambienti che si incontrano nella regione. Si passa infatti dai monti Appennini, dove il consumo alimentare è fortemente basato sui piatti a base di carne, alle colline e poi alla costa, tipicamente costituita da una cucina marinara caratterizzata però dal connubio dei frutti del mare con quelli della terra, che crescono sulle colline a ridosso del litorale.<sup>61</sup>

Allo stesso modo la tradizione culinaria vastese è caratterizzata sia da **piatti poveri della cucina agro-pastorale delle aree pedemontane, che da piatti a base di carne e pesce**. Questo perché in passato, in seguito allo spopolamento dell'entroterra, la popolazione si riversò nella città, che rappresentava uno dei punti strategici e ricchi della zona (per via soprattutto dei traffici marittimi). Ecco quindi che Vasto può vantare una grande varietà di pietanze. La commistione tra ortaggi e prodotti ittici è invece dovuta al fatto che a Vasto non esistevano pescatori che praticavano unicamente tale mestiere, ma erano generalmente dei contadini che di giorno si occupavano della campagna e di notte pescavano. Come conseguenza diretta, la cucina è stata influenzata da entrambe le parti. Particolarmente forte era l'associazione di pesce e pomodoro che si ritrova ancora oggi in quasi tutti i piatti della tradizione ittica.<sup>62</sup>

La cucina vastese era anche sistemica, niente veniva gettato e si creavano ricette per il recupero di qualsiasi cosa. Ad esempio chi impastava in casa preparava anche "li frascarill": ammassando la pasta sul tipico banco in legno, si crea sempre un sottile strato di farina umida che resta attaccata sulla tavola. Il recupero consisteva nell'aggiungergli dell'acqua tiepida, ottenendo così dei grumoletti raschiati dal tavolo tramite un attrezzo chiamato "frasca". Questi grumi venivano poi cotti in poco tempo in acqua salata e conditi o con filetto di pesce o con guanciale, diventando così un piatto di un certo valore.<sup>63</sup>

Affermare che i piatti della tradizione appartengono al passato sarebbe un errore. Certo è vero che alcuni sapori e usanze sono quasi scomparsi, come ad esempio la preparazione del sanguinaccio, ma è altrettanto vero che i piatti meno elaborati continuano ad essere cucinati anche nella quotidianità (ad esempio le "pal-

lotte cac e ov"<sup>64</sup>), piuttosto sono gli ingredienti che possono non essere locali. Mentre appunto i piatti più lavorati o più "pregiati" come lasagne, paste fatte in casa, arrosti di carne, brodetti di pesce, sono diventati appannaggio della domenica e delle festività. Al contrario sul finire dell'Ottocento il brodetto di pesce era il piatto quotidiano della famiglia del pescatore e la frittura di pesciolini un piatto pregiato con cui le persone potevano addirittura arrivare ad indebitarsi.<sup>65</sup>



IMG. 27  
"Pallotte cac e ov"



IMG. 28  
Preparazione della pasta alla "chitarra"

<sup>58</sup> Per ulteriori dettagli Cfr. il sottocapitolo 03.13

<sup>59</sup> AA. VV., 2018, <http://mattei.scuolalocale.it/2018/03/31/dal-mito-del-vello-doro-allordine-del-toson-doro-/1894?e=mattei>

<sup>60</sup> Ceramiche liberati, 2017, <https://www.liberati.net/campanelle-in-ceramica-artigianale/>

<sup>61</sup> Abruzzo Promozione Turismo, 2007

<sup>62</sup> Murolo L., 2007

<sup>63</sup> Jubatti P., 2018

<sup>64</sup> "Polpette cacio e uovo"

<sup>65</sup> Murolo L., 2007



IMG. 29  
Pasta alla chitarra con pomodorini

Oltre alla preparazione dei piatti in sè, le famiglie vastesi che hanno proprietà di terreno continuano a portare avanti le **produzioni artigianali di diversi trasformati** per il consumo familiare: conserve di pomodoro (Cfr. IMG. 36), olio, vino, insaccati ottenuti dal maiale. Sono momenti di lavoro ma vissuti con molta convivialità, anche dai più giovani. Sicuramente i sapori si sono evoluti e i pasti quotidiani subiscono l'influenza delle ovvie e naturali contaminazioni con prodotti di altre regioni e anche di altri stati.



IMG. 30  
Cicerchiata, dolce tipico di carnevale

In generale le pietanze delle produzioni regionali, quindi anche a Vasto, sono molto legate alla stagione e nello specifico alle festività religiose. Queste periodicità vengono rigorosamente rispettate e non si vedrà mai un piatto tipico natalizio (ad esempio brodo di gallina con cardo) nel periodo di Pasqua. Lo stesso vale anche per i dolci.



IMG. 31  
Catterrette: dolce tipico abruzzese. Vengono cotte con un ferro in ghisa (visibile nella parte alta della foto)

## ACCENNO ALLE TIPICITÀ VASTESI

Il piatto tipico di Vasto è il **Brodetto di pesce alla Vastese**, in dialetto "Lu Vrudatte" ed è protetto da un disciplinare che ne regola la cottura e l'uso dei pesci. Come già accennato si trattava di una pietanza preparata dalla famiglia del pescatore quando riportava a casa il pescato invenduto del giorno, solitamente pesci piccoli. Queste specie venivano poi cotte in un tegame di creta rossa insieme al pomodoro Mezzotempo. Tutt'oggi il brodetto va cucinato nel tegame di coccio, che è diventato di conseguenza una produzione artigianale tipica (Cfr. IMG. 32). Per un mese all'anno, solitamente tra giugno e luglio, viene indetto il "Mese del Brodetto" dove tale pietanza viene venduta ad un prezzo fisso in tutti i ristoranti aderenti. Oltre a ciò, l'iniziativa comprende varie manifestazioni di accompagnamento.

Un ecotipo antico del territorio protetto per le sue proprietà nutraceutiche è proprio il **pomodoro Mezzotempo di Vasto** (Cfr. IMG. 33), in dialetto "mizzatimba", utilizzato per la preparazione del brodetto. Si chiama in questo modo perché matura tardivamente rispetto agli altri pomodori.

Immaneabile nelle tavole è la **Ventricina del Vastese**, diventata presidio Slow Food (Cfr. IMG. 34). È un salume che venne importato nella città dalle colline dell'Alto e Medio Vastese, di cui è appunto originario. Si produce quindi in quell'area e nelle zone confinanti molisane. Per la sua produzione si utilizzano solo le parti nobili del maiale (una volta si usavano quelli neri o rossi, oggi il comune bianco) che vengono insaporite con peperone dolce trito anch'esso presidio Slow Food, e in alcuni casi con finocchietto selvatico e pepe. Si mangia cruda affettata grossolatamente con il coltello. Poiché la sua produzione era, ed è, costosa, veniva utilizzato solo nelle occasioni importanti.<sup>66</sup> Il **peperone dolce** è molto utilizzato nel basso Abruzzo come spezia; ha la forma di corno e viene fatto essiccare al sole estivo (Cfr. IMG. 35). Un certo numero di questi vengono legati tra di loro tramite spago, in modo da formare una collana. Una volta secchi sono poi macinati e utilizzati per insaporire diverse pietanze, pasta, pane e insaccati vari, oppure soffritti in padella e mangiati per interi.<sup>67</sup>

<sup>66</sup> Slow Food Abruzzo - Molise, <http://www.slowfoodabruzzo.it/>

<sup>67</sup> Abruzzo Turismo, <http://conoscere.abruzzoturismo.it/index.php/it/peperone-dolce-di-altino-presidio-slow-food>



IMG. 36  
Lavorazione in famiglia delle conserve di pomodoro

## 02.4 \ ECONOMIA

La posizione strategica della città, cioè tra mare e collina, ha fatto sì che il principale settore economico, fino a qualche decennio fa, fosse l'agricoltura, a seguire la pesca e l'artigianato. L'allevamento non è mai stato così preponderante, sebbene quasi tutti i vastesi avessero dei propri ovini dai quali ricavano sia latte che carne. Da sottolineare una pratica pressoché scomparsa, quella della transumanza, quando i pastori tra settembre ed ottobre scendevano dalle montagne verso il mare, lungo la via dei tratturi, alla ricerca di climi più miti dove far pascolare il proprio gregge. Vasto era una delle città che veniva attraversata proprio da questi, tra l'altro ancora presenti.<sup>68 69</sup>

Oggi la situazione è senza dubbio cambiata, il settore economico si fonda soprattutto sull'industria e sul turismo d'estate.

Fino agli anni '60 Vasto era una città che si fondava sull'agricoltura, sulla pesca e sull'artigianato.<sup>70</sup> La situazione cominciò a cambiare in seguito alla scoperta di giacimenti metaniferi, nella zona di una paese confinante, e al loro sfruttamento. Fu così che venne creata la Società Italiana Vetro (attuale Pilkington), attorno alla quale sorsero altre aziende tra cui uno stabilimento della Magneti Marelli (ora Denso). Venne di conseguenza istituita una scuola tecnica industriale per la formazione dei ragazzi. Insieme poi alla "modernizzazione" dell'agricoltura, si assistette ad una rapida crescita della città, che diventò anche polo di attrazione per i paesi rurali confinanti.<sup>71 72</sup> Vasto passa da 20.919 abitanti nel 1951 a più del doppio di oggi.

Al momento il settore agricolo è costituito da un ingente numero di **piccoli produttori** con pochi ettari di terreno, e quasi tutte le imprese sono a conduzione familiare. Secondo i dati dell'Assessorato all'Agricoltura Regionale ci sono proprietà che scendono fino a 0,3/0,5 ha, ma in questi casi la coltivazione non è il lavoro principale del nucleo che possiede il terreno. La manodopera è prevalentemente familiare e solo le aziende più grandi fanno ricorso a quella esterna, ma esclusivamente per operazioni

come la potatura e la raccolta. I canali di vendita più utilizzati<sup>73</sup> dipendono dal tipo di prodotto: uva e olive vengono vendute a cantine, cooperative e frantoi privati, per poi essere trasformati. A Vasto i produttori di vino sono diversi, tra cui una cantina sociale, che aggregano in forma cooperativistica numerosi agricoltori. Per gli ortofrutticoli diversi fanno vendita diretta in azienda e pochi ai mercati zionali, molti vendono alle cooperative (che entrano poi nel circuito della GDO), altri a ditte commercianti come grossisti e fruttivendoli. Per i seminativi (grano, orzo, ecc) si fa riferimento a grandi commercianti all'ingrosso.

Il settore della pesca fa invece ancora più fatica ad andare avanti, soprattutto quella piccola. In linea con la tendenza italiana, i **piccoli pescatori** sono più numerosi degli altri sistemi, ma tra di loro non si è instaurata nessuna forma di associazione o cooperazione. Restano fondamentali delle attività "solitarie", in barca si è in massimo in due e della commercializzazione è il proprietario della barca ad occuparsene, raramente la moglie se la ditta ha un punto vendita. I canali di vendita sono diversi: pescherie, mercato ittico, centro di smistamento e qualcuno fa anche vendita diretta al consumatore finale (con questa vendita non è necessaria la marcatura di identificazione). La cessione diretta è possibile fino ad un massimo di 50 € per persona. Il pescatore può anche scegliere la modalità di vendita (è necessario presentare la S.C.I.A.), se sul peschereccio o su aree pubbliche in forma non itinerante o in un locale aperto al pubblico.<sup>74</sup> I requisiti richiesti cambiano di conseguenza. Ovviamente deve applicare tutte le norme igienico-sanitarie previste e avere un Manuale di Buone Prassi operative in materia di igiene per l'autocontrollo e garantire la rintracciabilità del prodotto. In questo senso ci sono comunque delle informazioni obbligatorie da registrare.

Con le altre tipologie di pesca, ci sono più operai che lavorano a bordo e restano in mare anche per diversi giorni prima di rientrare. I pescherecci (soprattutto quelli che praticano la pesca a strascico) attraccano ogni mattina al Porto di Vasto con i loro prodotti, che dopo essere stati sottoposti ai vari controlli, prendono strade diverse. Parte confluisce direttamente

<sup>68</sup> Strever N., 2013, <http://www.ilnuovoonline.it/2013/01/27/agricoltura-pesca-e-artigianato-attività-trainanti-delleconomia-vastese/>

<sup>69</sup> Sacchetti L., 2007

<sup>70</sup> Per le statistiche, consultare il capitolo 06

<sup>71</sup> Felice C., 2001

<sup>72</sup> Wikipedia, L'enciclopedia libera, <https://it.wikipedia.org/wiki/Vasto#Economia>

<sup>73</sup> Interviste a CIA e COLDIRETTI

<sup>74</sup> 195/CSR, 5 novembre 2015, Linee Guida in materia di igiene dei prodotti della pesca professionale e dell'acquacoltura



IMG. 37

alle pescherie (ad eccezione dei molluschi bivalvi che devono passare necessariamente per un centro di spedizione molluschi o per un centro di depurazione); parte viene venduto nel **mercato ittico** tramite il sistema dell'asta al ribasso (il cosiddetto metodo olandese). Ovviamenti i prezzi sono all'ingrosso, base per quelli di vendita da elevare al dettaglio sui mercati rionali, nelle pescherie e nei centri commerciali (pesche di fatto resta nella comunità locale). L'altra parte del pescato viene invece avviato ai **centri di smistamento**.<sup>75 76</sup> Uno è presente anche a Vasto e in questo confluiscono prodotti nazionali, europei ed extra-europei (come Thailandia, Malesia, USA, Singapore, Sud Africa) e i suoi principali mercati di sbocco sono ovviamente l'Abruzzo e altre regioni meridionali ed esteri (Germania, Spagna, Austria e Grecia)<sup>77</sup>. Per quanto riguarda l'associazionismo invece, alcuni di loro si sono impegnati per realizzare una piattaforma nazionale che fungesse da motore di ricerca per il consumatore finale. Con questo strumento si possono ricercare le pescherie e i ristoranti che hanno, nella loro offerta, soprattutto prodotti ittici italiani, certificati di conseguenza con il loro marchio (non registrato).<sup>78</sup>

Una buona fetta dell'economia di Vasto è data dal turismo.

Il turismo vastese è molto **stagionale**, strettamente legato all'estate per via del mare, in particolare al mese di luglio ed agosto. Il **turismo balneare** che vi si trova è di massa, omologato e indifferenziato nei servizi che offre anche a paragone<sup>79</sup> di altre località costiere abruzzesi. Recentissima è per esempio la notizia della chiusura di un ennesimo famoso hotel, a causa dell'insostenibilità economica del periodo invernale<sup>80</sup>. Il periodo estivo è anche il più concentrato di eventi, qualcosa di simile si riscontra solamente nel periodo di Natale e durante la settimana della festa patronale.

Attualmente il GAL Costa dei Trabocchi (gruppo formato da soggetti pubblici e privati che gestisce i contributi finanziari erogati dall'Unione Europea e dal FEAMP) per sostenere le zone

rurali, ha deciso di concentrare i suoi ambiti di intervento anche sullo sviluppo di un turismo sostenibile, ritenendolo un catalizzatore inter-settoriale. Per ottenere questo, sta cercando di cogliere l'opportunità data dalla costruzione della Via Verde, (attrattore per il cicloturismo) e del diffondersi del brand "Costa dei Trabocchi", tramite una serie di bandi di finanziamento (alcuni già scaduti, altri ancora attivi) per progetti innovativi in tal senso<sup>81</sup>. In maniera analoga il Flag<sup>82</sup> ha cercato e sta cercando di fare la stessa cosa ma sul fronte della valorizzazione della pesca locale. Ad esempio ha puntato ai finanziamenti per il diffondersi dell'ittiturismo e del pescaturismo<sup>83</sup>.

Strettamente legato al turismo balneare, ci sono ovviamente i lidi; anzi si può affermare che è grazie al loro diffondersi che la città è diventata nel tempo sempre più meta turistica per non autoctoni. Infatti a partire dagli anni 60, Vasto è iniziata ad essere una delle prime città abruzzesi a beneficiare del turismo balneare, con la conseguente costruzione di strutture adeguate nella frazione di Vasto Marina<sup>84</sup>. Oggigiorno il demanio marittimo della città è regolamentato dalle Norme Tecniche di Attuazione del Piano Spiaggia, redatte dal comune sulla base del PDM regionale. Inoltre ogni anno un'ordinanza balneare dell'Abruzzo stabilisce l'inizio e la fine della stagione estiva. L'estate del 2018 l'ha vista compresa tra il 4 marzo e il 14 ottobre.<sup>85</sup>

Al momento gli stabilimenti balneari possono avere una **concessione stagionale** oppure **fissa**. Il primo ad ogni fine stagione deve rimuovere tutto dalla spiaggia, l'unico manufatto che resta permanente sono i servizi igienici. Inoltre non hanno la licenza per lavorare al di fuori della stagione estiva, mentre ai fissi è consentita l'apertura al pubblico per l'elioterapia anche mediante idonea attrezzatura balneare.<sup>86</sup> Inoltre la normativa prevede che ogni anno, tramite gara pubblica, il posteggio degli stagionali sia messo a bando. Secondo l'attuale legislazione, l'Art. 37 del Codice della Navigazione dice che nel dare il posteggio bisogna preferire il concessionario uscente<sup>87</sup>. Di fatto quindi, è come se il

75 Vastonotizie.it, 2012, <http://www.piazzarossetti.it/it-it/notizie/5156b918d19970900500afef/il-mercato-ittico-di-vasto-ed-il-faro-di-punta-penna-sugli-schermi-rai>

76 Ritucci G., 2013, <http://www.zonalocale.it/2013/12/24/dal-mare-alla-tavola-il-percorso-del-pesce-nella-vigliata-di-natale/80347e=vasto>

77 Vasto Pesca s.r.l., [www.vastopesca.it/index.php/logistica](http://www.vastopesca.it/index.php/logistica)

78 Pescatori a tavola, <http://pescatoriatavola.com/>

79 CRESA, 2014, <http://www.cresa.it/site/il-turismo-in-abruzzo-2/>, p. 162

80 Calvano P., 2018, [http://www.noixvoi24.it/it-it/notizie/5bdbf6a0d19970640d004862/chiudono-gli-alberghi-cessano-le-attivita-su-vasto-si-spen-gono-le-luci?fbclid=IwAR1altS9ubbkHi\\_wHCVO-APj28t4NjLsIHVuM1zNo2znhRHDD1awtbPyy2U](http://www.noixvoi24.it/it-it/notizie/5bdbf6a0d19970640d004862/chiudono-gli-alberghi-cessano-le-attivita-su-vasto-si-spen-gono-le-luci?fbclid=IwAR1altS9ubbkHi_wHCVO-APj28t4NjLsIHVuM1zNo2znhRHDD1awtbPyy2U)

81 GAL Costa dei Trabocchi, 2014/2020, [https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL\\_co-sta\\_trabocchi.pdf](https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL_co-sta_trabocchi.pdf)

82 I FLAG sono dei gruppi di azione locale costituiti per la promozione strategica del territorio e cofinanziato dall'Unione Europea

83 FLAG Costa dei Trabocchi, 2014/2020, [https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione\\_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf](https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf)

84 Wikipedia, L'Enciclopedia libera

85 Regione Abruzzo, 2018, <https://www.regione.abruzzo.it/content/qualita%C3%A0-acque-di-balneazione>

86 Regione Abruzzo, 2018

87 R.D., 327/1942

rinnovo fosse automatico. Invece le concessioni fisse si rinnovano ogni quattro anni in maniera automatica, e a meno che non venga ceduto, esso resta di "proprietà" della famiglia. Questa certezza è stata minata a partire dal 2006, quando l'Europa con la **direttiva Bolkestein** ha chiesto ai suoi Paesi Membri di liberalizzare il mercato dei servizi evitando discriminazioni sulla nazionalità. Questa direttiva si applicherebbe anche agli stabilimenti balneari perché considerati dei "servizi" e non dei beni<sup>88</sup>. Il problema attuale nasce dal fatto che questa è stata recepita solo nel 2010, ma le concessioni sono state prorogate dai vari governi fino al 2020<sup>89</sup>. In conclusione molti balneari hanno smesso di fare investimenti, o di farli solo con la certezza di riuscire ad ammortizzarli in poco tempo, non sapendo se la loro impresa, prima o poi, verrebbe messa all'asta. Negli ultimi anni, avvicinandosi la nuova scadenza, gli esercenti sono finiti di nuovo sotto pressione, fino a dicembre 2018, quando è stata fatta una nuova proposta di legge. Anch'essa prevede però un'ulteriore proroga delle concessioni e fino al 2035, al momento senza un tentativo di "soluzione" definitivo del problema.

88 Redazione Bruxelles., 2018, <https://europa.today.it/lavoro/balneari-italia-bolkestein-direttiva-ue.html>

89 Patanè V., 2018, <https://it.businessinsider.com/perche-il-rinvio-della-direttiva-bolkestein-e-una-pesti-ma-notizia-per-roma/>

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

## A

Abruzzo Promozione Turismo, 2007, *Enogastronomia*, CARSA spa

Agenzia Regionale per la Tutela dell'Ambiente, 2012, *Monitoraggio della qualità dell'aria*, [https://www.artaabruzzo.it/download/aree/aria/20121207\\_qa\\_all\\_03.pdf](https://www.artaabruzzo.it/download/aree/aria/20121207_qa_all_03.pdf)

ARTA, 2016, *Monitoraggio dell'ambiente marino-costiero Regione Abruzzo*, [https://www.artaabruzzo.it/download/pubblicazioni/20170714\\_monitoraggio\\_mare\\_2015.pdf](https://www.artaabruzzo.it/download/pubblicazioni/20170714_monitoraggio_mare_2015.pdf)

## C

Comune Del Vasto, 2017, *Piano del Demanio Marittimo Comunale. Norme Tecniche di Attuazione - Tabelle*, [http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE\\_Generale\\_APPROVAZIONE-Tabelle.pdf](http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE_Generale_APPROVAZIONE-Tabelle.pdf)

Comune del Vasto, 2013, *VAS Rapporto ambientale integrato*, <http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/PRG-NTA-VAS-rapporto-ambientale-integrato.pdf>

Comune del Vasto, a cura di Di Totto L., 2013, *Microzonazione sismica*, [www.spazioftp.it/vasto/MZS/Relazione%20Microzonazione%20Sismica.pdf](http://www.spazioftp.it/vasto/MZS/Relazione%20Microzonazione%20Sismica.pdf)

Conferenza Stato-Regioni, 5 novembre 2015, Atto n. 195, *Linee Guida in materia di igiene dei prodotti della pesca professionale e dell'acquacoltura*

## D

Deliberazione di Giunta Regionale n. 169 del 21 marzo 2018, in materia di Acque per la balneazione, [https://www.regione.abruzzo.it/system/files/urbanistica-territorio/acque-balneazione/DGR169\\_2018.pdf](https://www.regione.abruzzo.it/system/files/urbanistica-territorio/acque-balneazione/DGR169_2018.pdf)

Dipartimento opere pubbliche, Governo del territorio e Politiche ambientali, 2016, *Piano regionale per la qualità dell'aria*, [www.regione.abruzzo.it/xAmbiente/docs/autUnica/RABPA15RF-PianoAriaA1InventarioEmissioni.pdf](http://www.regione.abruzzo.it/xAmbiente/docs/autUnica/RABPA15RF-PianoAriaA1InventarioEmissioni.pdf)

## F

Felice C., 2001, *Vasto. Un profilo storico. Economia, Società, Politica, Cultura*, La Ginestra Editrice, L'Aquila

FLAG Costa dei Trabocchi S.C.A.R.L., 2014/2020, *Piano di azione definitivo*, [https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione\\_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf](https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf)

## G

GAL Costa dei Trabocchi, 2014/2020, *Piano di Sviluppo Locale Definitivo*, Costa dei Trabocchi, [https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL\\_costa\\_trabocchi.pdf](https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL_costa_trabocchi.pdf)

## I

ISPRA, s.d., *Repertorio nazionale degli interventi di ripristino*, <http://www.isprambiente.gov.it/files/ecosistemi-marini/7a-abruzzo-rinaturazione-dune-vasto.pdf>

## R

R.D., 30 marzo 1942, n. 327, norme in materia di "Dei beni pubblici destinati alla navigazione", <http://www.fog.it/legislaz/cn-0028-0061.htm#37>

Regione Abruzzo, 2018, *Ordinanza Balneare 2018*, <https://www.regione.abruzzo.it/content/qualit%C3%A0-acque-di-balneazione>

## S

Sacchetti L., 2007, *Transumanza e Tratturi*, "Vasto domani", n. 12

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

## A

AA.VV., 2018, "Dal mito del Vello d'Oro all'Ordine del Toson d'Oro", <http://mattei.scuolocale.it/2018/03/31/dal-mito-del-vello-doro-allordine-del-toson-doro-/1894?e=mattei>, ultima consultazione 30/01/2019

Abruzzo Turismo, *Peperone dolce di Altino (Presidio Slow Food)*, <http://conoscere.abruzzoturismo.it/index.php/it/peperone-dolce-di-altino-presidio-slow-food>, ultima consultazione 11/11/2018

ARTA, s.d., *Balneazione*, <https://www.artaabruzzo.it/balneazione.php>, ultima consultazione 5/07/2018

## C

Calvano P., 2018, *La città invoca la rinascita*, "noixvoi24.it", [http://www.noixvoi24.it/it-it/notizie/5b-dbf6a0d19970640d004862/chiodono-gli-alberghi-cessano-le-attivit%C3%A0-su-vasto-si-spengono-le-luci?fbclid=IwAR1altS9ubkHi\\_wHCVOAPj28t4NjLsIHVuM1zNo2znhRHDD1awtbPyy2U](http://www.noixvoi24.it/it-it/notizie/5b-dbf6a0d19970640d004862/chiodono-gli-alberghi-cessano-le-attivit%C3%A0-su-vasto-si-spengono-le-luci?fbclid=IwAR1altS9ubkHi_wHCVOAPj28t4NjLsIHVuM1zNo2znhRHDD1awtbPyy2U), ultima consultazione 5/11/2018

Chieti Today, 2018, *Chieti Today*, 2018, "ChietiToday", <http://www.chietitoday.it/cronaca/vasto-bandiera-verde-localita-marina-adatta-bambini.html>, ultima consultazione 5/07/2018

ChietiToday, 2014, *Punta Aderci terza spiaggia in Italia: è lei la più bella d'Abruzzo*, "ChietiToday", <http://www.chietitoday.it/cronaca/punta-aderci-legambiente-spiaggia-bella.html>, ultima consultazione 11/11/2018

Ceramiche Liberati, 2017, *Campanelle in ceramica tra tradizione e innovazione*, <https://www.liberati.net/campanelle-in-ceramica-artigianale/>, ultima consultazione 3/11/2018

CRESA, 2014, *Il turismo in Abruzzo*, <http://www.cresa.it/site/il-turismo-in-abruzzo-2/>

## D

D'Adamo N., 2012, *Storia della nostra spiaggia: il Pontile (la Bbanghéine)*, <http://noivastesi.blogspot.com/2012/08/storia-della-nostra-spiaggia-il-pontile.html>, ultima consultazione 30/01/2019

De Cinque L., 2018, *A Vasto marina scoperta dei resti sommersi del porto romano di Histonium*, "Zonlocale", <http://www.zonlocale.it/2018/08/12/a-vasto-marina-alla-scoperta-dei-resti-sommersi-del-porto-romano-di-histonium/34943?e=vasto>, ultima consultazione 30/01/2019

## F

FEE, 2018, *Bandiera Blu 2018 - Spiagge*, "TUTTITALIA.IT", <https://www.tuttitalia.it/bandiera-blu/2018-spiagge/>, ultima consultazione 5/07/2018

## G

Grifoni C., 2017, *Le 15 Spiagge più belle d'Italia del 2017*, "skyscanner", <https://www.skyscanner.it/notizie/spiagge-piu-belle-ditalia-2017>, ultima consultazione 11/11/2018

## H

Histonium.net, 2017, *Erosione costiera: fondi dalla Regione assegnati a Vasto e Casalbordino*, "Histonium.net", [www.histonium.net/notizie/attualita/42465/erosione-costiera-fondi-dalla-regione-abruzzo-a-vasto-e-casalbordino](http://www.histonium.net/notizie/attualita/42465/erosione-costiera-fondi-dalla-regione-abruzzo-a-vasto-e-casalbordino), ultima consultazione 11/11/2018

## J

Jubatti P., 2018, «LI FRASCARILLE»? GOLOSA RISPOSTA DELLA NOSTRA CUCINA RUSTICA, <https://www.mercatosantachiara.it/li-frascarille-golosa-risposta-della-nostra-cucina-rustica/>, ultima consultazione 11/11/2018

## L

Liberatore F., 2016, *Alla scoperta della città dimenticata all'ombra del Faro*, "Zonlocale", <http://www.zonlocale.it/2016/04/08/alla-scoperta-della-citta-dimenticata-all-ombra-del-faro/20099?e=vasto>, ultima consultazione 11/01/2019

## M

Marcattilli V., 2017, *Abruzzo. Rischio idrogeologico ed erosione costiera: stanziati 20 mln di euro*, "La Città", <https://www.quotidianolocitta.it/abruzzo-rischio-idrogeologico-ed-erosione-costiera-stanziati-20-mln-di-euro/>, ultima consultazione 11/11/2018

Meteoblue, *Clima Vasto*, [https://www.meteoblue.com/it/tempo/previsioni/modelclimate/vasto\\_italia\\_3164672](https://www.meteoblue.com/it/tempo/previsioni/modelclimate/vasto_italia_3164672), ultima consultazione 1/10/2018

Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, 2018, *Rete Natura 2000*, <http://www.minambiente.it/pagina/rete-natura-2000>, ultima consultazione 13/12/2018

Murolo L., 2007, *Il libro del brodetto*, Editrice Il Nuovo, Vasto

Musei Palazzo D'Avalos, <http://www.museipalazzodavalos.it/wordpress/>, ultima consultazione 30/01/2019

## P

Pacini J., *La lunga vita dei trabocchi*, "Tesori D'Abruzzo", <http://www.tesoridabruzzo.com/la-lunga-vita-dei-trabocchi/#sthash.k2obQ9SM.dpbs>, ultima consultazione 30/01/2019

Parco Costa dei Trabocchi, <https://www.parcocostadeitrabocchi.it/amp/>, ultima consultazione 30/01/2019

Patanè V., 2018, *Perché il rinvio della direttiva Bolkenstein è una pessima notizia per Roma*, "Business Insider Italia", <https://it.businessinsider.com/perche-il-rinvio-della-direttiva-bolkenstein-e-una-pessima-notizia-per-roma/>, ultima consultazione 15/06/2018

Pescatori a tavola, <http://pescatoriatavola.com/>, ultima consultazione 3/12/2018

## R

Redazione Bruxelles., 2018, *Sui balneari doccia fredda dell'Ue: "Non sono esclusi dalla Bolkestein"*, "EuropaToday", <https://europa.today.it/lavoro/balneari-italia-bolkestein-direttiva-ue.html>, ultima consultazione 1/10/2018

Riserva Naturale Regionale Punta Aderci, [http://www.puntaderci.it/la\\_riserva.html](http://www.puntaderci.it/la_riserva.html), ultima consultazione 3/12/2018

Ritucci G., 2013, *Dal mare alla tavola: il percorso del pesce nella vigilia di Natale*, "Zonalocale", <http://www.zonalocale.it/2013/12/24/dal-mare-alla-tavola-il-percorso-del-pesce-nella-vigilia-di-natale/8034?e=vasto>, ultima consultazione 7/11/2018

## S

Slow Food Abruzzo - Molise, <http://www.slowfoodabruzzo.it/>, ultima consultazione 7/11/2018

Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri Sud, 2011, *Rapporto sullo stato dell'ambiente del Trigno Sinello*, [https://www.researchgate.net/publication/312134248\\_Rapporto\\_sullo\\_Stato\\_dell'Ambiente\\_del\\_Trigno\\_Sinello?esc=publicationCoverPdf&el=1\\_x\\_2&enrichId=rgreq-eb997c8cc2002cf0a6fc236a65ac7cfb-XXX&enrichSource=Y292ZXJYUW-dIOzMxMjEzNDI0ODtBUzo0NDc5MTEyMzU0NjExMjBAMTQ4MzgwMTc2ODc5NA%3D%3D](https://www.researchgate.net/publication/312134248_Rapporto_sullo_Stato_dell'Ambiente_del_Trigno_Sinello?esc=publicationCoverPdf&el=1_x_2&enrichId=rgreq-eb997c8cc2002cf0a6fc236a65ac7cfb-XXX&enrichSource=Y292ZXJYUW-dIOzMxMjEzNDI0ODtBUzo0NDc5MTEyMzU0NjExMjBAMTQ4MzgwMTc2ODc5NA%3D%3D)

Spadaccini L., 2012, *Vita balneare agli inizi del '900: quando le nostre nonne facevano i bagni alla Sirena con i "mutandoni lunghi fino alle caviglie" !*, <https://noivastesi.blogspot.com/2012/07/vita-balneare-agli-inizi-del-900-quando.html?m=1&fbclid=IwAR31xs7RWS26R3-6YBPdZ3mOSgmRXLBrcFmy61k0DiU3I84qsQNIgnGby>, ultima consultazione 20/01/2019

Spadaccini L., 2012, *Vita balneare agli inizi '900 (2): quando le nostre nonne scendevano al mare per la "pesca ...del marito" !!!*, <https://noivastesi.blogspot.com/2012/07/vita-balneare-agli-inizi-900-2-quando.html?m=1>, ultima consultazione 20/01/2019

Spadaccini L., 2012, *Vita Balneare a Vasto: nel dopoguerra "bulli pupe e marinai". Ed inizia l'era del Turismo*, <https://noivastesi.blogspot.com/2012/07/vita-balneare-vasto-nel-dopoguerra.html?m=1>, ultima consultazione 20/01/2019

Spadaccini L., 2012, *Storia della nostra spiaggia: il Monumento alla Bagnante di Vasto Marina*, "Historium.net" <http://www.historium.net/notizie/tradizioni/24458/storia-della-nostra-spiaggia-il-monumento-alla-bagnante-di-vasto-marina>, ultima consultazione 20/01/2019

Strever N., 2013, *Agricoltura, pesca e artigianato attività trainanti dell'economia vastese*, "ilnuovoonline.it", <http://www.ilnuovoonline.it/2013/01/27/agricoltura-pesca-e-artigianato-attivita-trainanti-delleconomia-vastese/>, ultima consultazione 15/10/2018

## T

Telegraph, 2018, *Italy's 19 most beautiful beaches – according to our experts*, "The Telegraph", <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/italy/galleries/italy-best-beaches/vasto/>, ultima consultazione 11/11/2018

TurismoVasto, s.d., *Vasto, la storia di un "fascino Adriatico"*, "TurismoVasto", <http://www.turismovasto.it/>, ultima consultazione 11/01/2019

TUTTITALIA.IT, 2017, *Indici demografici e Struttura Abruzzo*, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/indici-demografici-struttura-popolazione/>, ultima consultazione 15/06/2018

## V

Vasto Pesca s.r.l., Logistica, [www.vastopesca.it/index.php/logistica](http://www.vastopesca.it/index.php/logistica), ultima consultazione 7/11/2018

Vastonotizie.it, 2012, *Il Mercato ittico di Vasto ed il Faro di Punta Penna sugli schermi Rai*, "Piazza Rossetti Notizie Vasto", <http://www.piazzarossetti.it/it-it/notizie/5156b918d19970900500afeb/il-mercato-ittico-di-vasto-ed-il-faro-di-punta-penna-sugli-schermi-rai>, ultima consultazione 7/11/2018

## W

Wikipedia, L'enciclopedia libera, Vasto, <https://it.wikipedia.org/wiki/Vasto>, ultima consultazione 1/10/2018

Wikipedia, L'Enciclopedia Libera, *Classificazione dei climi di Köppen*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Classificazione\\_dei\\_climi\\_di\\_K%C3%B6ppen](https://it.wikipedia.org/wiki/Classificazione_dei_climi_di_K%C3%B6ppen), ultima consultazione 1/10/2018

Wikipedia, L'Enciclopedia Libera, s.d., *Storia di Vasto*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Storia\\_di\\_Vasto](https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_di_Vasto), ultima consultazione 11/01/2019

## Z

Zonalocale, 2018, *"SIC di Vasto Marina, il Piano di Gestione è il primo in Abruzzo"*, "Zonalocale", <http://www.zonalocale.it/2018/08/10/-sic-di-vasto-marina-il-piano-di-gestione-e-il-primo-in-abruzzo-/34927?e=vasto>, ultima consultazione 13/12/2018

## IMMAGINI

IMG 1.  
Google Earth Pro, 2017, dati mappa "SIO, NOAA, U.S. Navy, NGA, GEBCO"

IMG. da 2 a 9  
Fotografia propria

IMG. 10  
Mauray3001, 2009, *Vasto-Riserva Naturale di Punta Aderci*, [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/73/Vasto-Riserva\\_Naturale\\_di\\_Punta\\_Aderci\\_-\\_panoramio.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/73/Vasto-Riserva_Naturale_di_Punta_Aderci_-_panoramio.jpg)

IMG. da 11 a 22  
Fotografia propria

IMG. 23  
Ciavatta Nicola

IMG. 24  
Fotografia propria

IMG. 25  
Di Paolo Tiziana

IMG. 26  
subbu nur, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/wind-chimes-hanging-for-sale-in-market-318238/>

IMG. 27  
Fotografia propria

IMG. 28  
fughzu, 2009, *Spaghetti alla chitarra*, "Flickr", <https://www.flickr.com/photos/70253321@N00/3455703456>

IMG. 29  
brando, 2016, *Primo*, "Flickr", <https://www.flickr.com/photos/bprprice/27552227125/in/photolist-HYGndH-hQAqLV-9NAxKC-4FDYbo-96Qyji-9nHz9g-27ZHrq-9nHz9V-ejQ11m-9ChiK4-DRUCs6-9Ckde1-9QTnUM-brcRvX-bj8IMP-9D2xus-6oX-5si-dJPzmy-mmSUe-6SxD8Y-9NAyfe-eeZsCn-bZnLzE-5EPnzF-shkLuL-5oEtsQ-47MtVf-fxk7Sd-9A8eCV-axs6mH-aHn-TUx-r95NWs-27L6Bt-q1KSBQ-mhhqV-8MkiUL-7VLYzQ-9jLVUx9-9jLVAY-aYZ3Xi-9jLVgu-dmPftw-9RR49E-dmPjvy-a-7ku3c-pfHbTP-pTX4QZ-9RR3sG-pzbTyY-9NAxk9/>

IMG. 30  
Aggiato Natalia, *Struffoli dolce tipico*, "Pixabay", <https://pixabay.com/it/dolce-struffoli-dolce-tipico-647312/>

IMG. 31  
Mary, 2017, *Ferratelle abruzzesi croccanti*, "Un'americanatragliorsi", <https://www.unamericanatragliorsi.com/2017/09/ferratelle-abruzzesi-croccanti.html>

IMG. 32  
Ciavatta Nicola

IMG. 33  
Gross Bernd, 2012, *Pomodoro costoluto genovese*, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pomodoro\\_Costoluto\\_Genovese.JPG](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pomodoro_Costoluto_Genovese.JPG)

IMG. 34  
Terre dei Trabocchi, 2010, *Ventricina*, <https://www.flickr.com/photos/terredeitrabocchi/9159293001/in/photostream/>

IMG. 35  
Roberto, 2011, *Peperoni appesi*, <https://www.flickr.com/photos/71775616@N08/6479091839/>

IMG. 36  
Ciavatta Nicola

IMG. 37  
Samueles, 2017, *Pesce, frutti di mare*, "Pexels", <https://pixabay.com/it/pesce-frutti-di-mare-nessuna-persona-3022506/>

**03 \**  
**Databook -**  
**Datadesk**

## 03.1 \ DEMOGRAFIA

Al primo gennaio 2017 la **popolazione residente** a Vasto è di 41.283 abitanti <sup>1</sup> (Cfr. FIG. 1), il 14,3% in più rispetto al 2001 <sup>2</sup>. È il settimo comune più popolato della regione e il secondo della provincia. Il sesso maschile è leggermente inferiore a quello femminile <sup>3</sup> (Cfr. FIG 2) e l'**età media** è di 44 anni <sup>4</sup>, pressoché in linea con quella italiana <sup>5</sup>.

Il **saldo naturale**, cioè la differenza tra numero di nati vivi e morti al 2017 è negativo, ovvero decessi superiori alle nascite. Questo comporta non molto dinamismo e vitalità del territorio. Il **saldo migratorio totale**, rilevato dall'anagrafe comunale (come nel precedente caso), è dato dalla variazione del numero dei trasferimenti di residenza da e verso il comune di Vasto nell'anno 2017, ed è pari a +207. Da specificare che il numero degli immigrati è composto soprattutto dai trasferiti da altro comune italiano (+721), piuttosto che da Paesi esteri (+267). Ciononostante il **saldo migratorio con l'estero** (+162) è maggiore di quello italiano (+44). <sup>6</sup>

L'**indice di dipendenza strutturale** rappresenta il carico sociale ed economico della popolazione non attiva (ovvero quella compresa tra 0-14 e gli over 65 anni) su quella attiva. A Vasto 54,3 persone su 100 non sono in età attiva. In altre parole, ci sono più persone che non hanno l'età giusta per lavorare, rispetto a quelle che lo sono. Inoltre queste ultime sono anche molto anziane, poiché l'**indice di ricambio della popolazione attiva** è pari a 130. Tale indice rappresenta infatti il rapporto percentuale tra la fascia di popolazione che sta per andare in pensione (60-64 anni) e quella che sta per entrare nel mondo del lavoro (15-19 anni). Se al momento tale fattore rende la città poco innovativa e dinamica, in un futuro prossimo potrebbe essere sinonimo di maggiori opportunità

lavorative per i giovani. L'anzianità della popolazione attiva, trova conferma anche nell'**indice di vecchiaia** dell'intera popolazione residente, che risulta di fatto molto elevato. Inoltre l'**indice di natalità** (numero medio di nascite in un anno ogni mille abitanti) che è pari a 7,5, molto basso dunque, mentre quello di **mortalità**, pari a 8,9 (quindi più elevato delle nascite medie). <sup>7</sup> Il tasso di natalità è uguale a quello medio italiano <sup>8</sup>, non a caso la nazione è tra gli stati con i valori più bassi al mondo (ossia quelli compresi tra 6 e 10 nascite ogni mille abitanti) <sup>9</sup>. (Cfr. FIG. 3)

Il 6,3% della popolazione residente a Vasto al primo gennaio 2017 è di origine straniera. La **comunità straniera** più numerosa è quella proveniente dalla Romania, seguita dal Marocco e dalla Repubblica Popolare Cinese. Le altre nazionalità sono inferiori al 5% (Cfr. FIG 4). I residenti di origine europea rappresentano il 71%; quelle di origine africana il 14; a seguire l'Asia con il 9%; l'America con il 5 e infine l'Oceania con il solo 0,3%. La popolazione straniera è a maggioranza femminile (Cfr. FIG 5). <sup>10</sup>

Al primo gennaio 2017, 225 cittadini stranieri residenti a Vasto, hanno acquisito la **cittadinanza italiana** <sup>11</sup>.

Rispetto al 2011, la popolazione straniera è **aumentata** del 40% <sup>12</sup>, ma al 31 dicembre del 2017 gli stranieri erano 2.555, cioè 61 in meno rispetto al 1° gennaio dello stesso anno <sup>13</sup>.

1 TUTTITALIA.IT, 2017, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/indici-demografici-struttura-popolazione/>  
 2 Rielaborazione su dati 31 dicembre 2001 e 1 gennaio 2017, TUTTITALIA.IT, fonte "ISTAT", <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>  
 3 TUTTITALIA.IT, 2017, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/popolazione-eta-sesso-stato-civile-2017/>  
 4 TUTTITALIA.IT, 2017, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/indici-demografici-struttura-popolazione/>  
 5 ISTAT, 2017, [http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS\\_INDEMOG1](http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_INDEMOG1)  
 6 TUTTITALIA.IT, 2017, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>

7 TUTTITALIA.IT, 2017  
 8 ISTAT, 2017  
 9 Wikipedia, L'enciclopedia libera, 2017, [https://it.wikipedia.org/wiki/Tasso\\_di\\_natalit%C3%A0#/media/File:Countries\\_by\\_Birth\\_Rate\\_in\\_2017.svg](https://it.wikipedia.org/wiki/Tasso_di_natalit%C3%A0#/media/File:Countries_by_Birth_Rate_in_2017.svg)  
 10 TUTTITALIA.IT, 2017, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/cittadini-stranieri-2017/>  
 11 ISTAT, 2017, [http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS\\_INDEMOG1#](http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_INDEMOG1#)  
 12 Propria rielaborazione su dati 2011 e 2017, fonte "ISTAT"  
 13 ISTAT, 2017

FIG. 1<sup>14</sup>  
DISTRIBUZIONE PER ETÀ DELLA POPOLAZIONE VASTESE, 1° GENNAIO 2017

44 anni età media  
44,9 media italiana

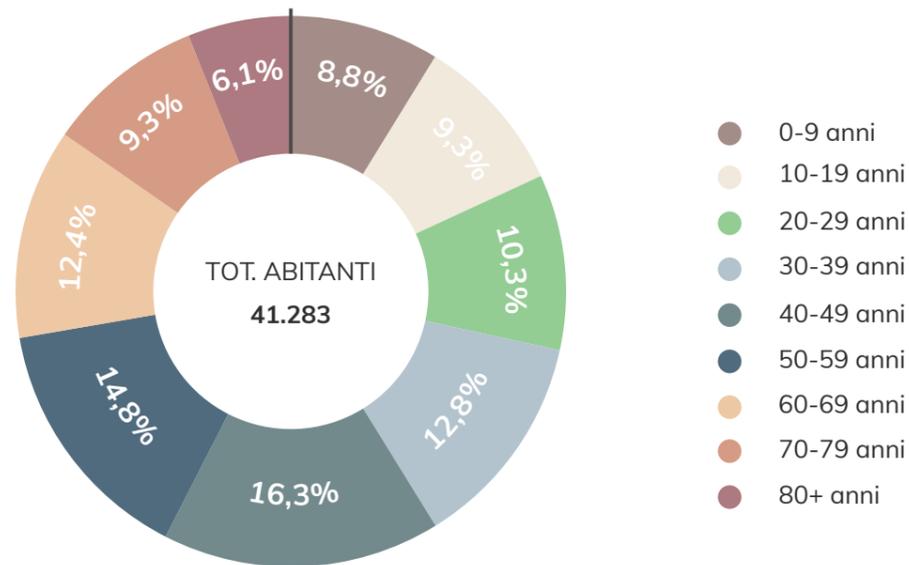


FIG. 2<sup>15</sup>  
DISTRIBUZIONE SESSO DELLA POPOLAZIONE VASTESE, 1° GENNAIO 2017



FIG. 3<sup>16</sup>  
BILANCIO DEMOGRAFICO IN ITALIA E A VASTO, 1° GENNAIO 2017

	ITALIA	VASTO	
/	-57		saldo naturale
/	207		saldo migratorio totale
	55,8	54,3	indice di dipendenza strutturale
/	130		indice di ricambio della popolazione attiva
	165,3	160	indice di vecchiaia
	7,6	7,5	indice di natalità
	10,7	8,9	indice di mortalità

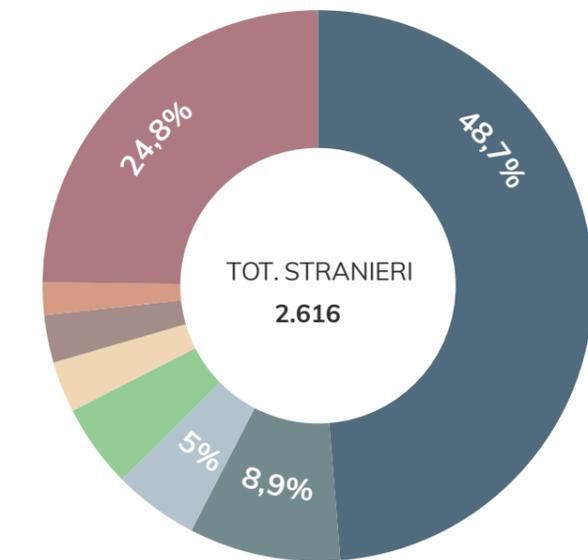
14 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "TUTTITALIA.IT"

15 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "TUTTITALIA.IT"

16 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "TUTTITALIA.IT" e "ISTAT"

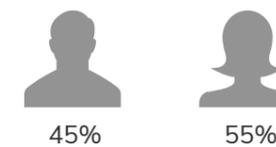
FIG. 4<sup>17</sup>  
NAZIONALITÀ MAGGIORI A VASTO,  
1° GENNAIO 2017

Italiani 93,7%  
Stranieri 6,3%



Romania  
Marocco  
Rep. Pop. cinese  
Albania  
Polonia  
Rep. di Macedonia  
Ucraina  
Altri Paesi

FIG. 5<sup>18</sup>  
DISTRIBUZIONE SESSO DELLA POPOLAZIONE  
STRANIERA, 1° GENNAIO 2017



17 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "TUTTITALIA.IT"

18 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "TUTTITALIA.IT"

19 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "TUTTITALIA.IT"

FIG. 6<sup>19</sup>  
RELAZIONI E FAMIGLIE,  
VASTO, 2017



16.759  
celibi/nubili



20.663  
coniugati/e



18.827 famiglie  
2,2 n. medio  
di componenti



1.065  
divorziati

## 03.2 \ LAVORO E ISTRUZIONE

Gli ultimi dati utili sul mercato del lavoro, risalgono all'ultimo censimento ISTAT del 2011. Il numero dei residenti di quell'anno era di 38.747, di cui 16.757 era la **forza lavoro** e la restante parte di 21.990 di **forza non lavoro**. Lo squilibrio tra popolazione attiva e non, era già evidente tanti anni fa. A gravare particolarmente sulla parte dei non attivi vi erano i pensionati con il 34%, a seguire con il 24% gli studenti di età inferiore ai 15 anni. Il 5,5% del totale dei residenti era disoccupato (12,7% invece sul totale della forza lavoro).<sup>20</sup> (Cfr. FIG. 7) Il **settore economico** che vanta più i suoi addetti è quello dell'industria (32%); a seguire il settore del commercio e del ristoro/alberghiero (19%); poi il settore terziario con l'11% (comprende attività finanziarie e assicurative, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche, noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese); il settore dei trasporti, i servizi di informazione e comunicazione con il 4% e infine con solo il 2% della forza lavoro vi è il settore dell'agricoltura e della pesca.<sup>21</sup> Sempre nel 2011, il numero di **imprese** con sede a Vasto era di 2.886 con 7.521 **addetti**.<sup>22</sup> (Cfr. FIG. 8) Il **tasso di disoccupazione giovanile** al 2011 (cioè il rapporto percentuale tra la popolazione residente di 15-24 anni in cerca di occupazione e la popolazione residente della stessa età che ha già un lavoro) è del 39%, un valore abbastanza alto, anche rispetto alla media nazionale. Questo mostra sicuramente una certa difficoltà riscontrata dalla popolazione giovane nel trovare impiego. Altro valore elevato rispetto alla media nazionale è il **tasso di disoccupazione femminile** (rapporto percentuale tra la popolazione residente femminile di 15 anni e più in cerca di occupazione e la popolazione residente femminile di 15 anni e più che è già attiva) pari al 16,9%; invece quella **maschile** risulta leggermente inferiore alla media italiana.<sup>23</sup> (Cfr. FIG. 9)

Nel 2011 il numero degli abitanti a Vasto di +6 anni era di 37.947. Di questi solo l'1,6% era analfabeta.<sup>24</sup> (Cfr. FIG. 10) L'indicatore dell'**incidenza di analfabeti**, costituisce una delle misure utilizzate per valutare il livello educativo e scolastico della popolazione, e a Vasto è pari allo 0,9%, inferiore alla media italiana (1,1%). Il 10,7% di giovani tra i 15 e i 24 anni, è **uscito in maniera precoce dal sistema scolastico** senza aver conseguito un diploma e il 30,3% è l'incidenza di giovani con istruzione universitaria. Quest'ultimo valore fornisce una misura sulle potenzialità di sviluppo in termini socio-economici della popolazione di riferimento e se confrontato con l'Italia, si può ammettere che l'istruzione nella città sia decisamente discreta.<sup>25</sup> (Cfr. FIG. 11)

20 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT", <http://dati-censimentopopolazione.istat.it/Index.aspx>

21 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

22 ISTAT, 2011, [dati-censimentoindustriaeservizi.istat.it/Index.aspx?lang=it](http://dati-censimentoindustriaeservizi.istat.it/Index.aspx?lang=it)

23 ISTAT, 2011

24 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT", <http://dati-censimentopopolazione.istat.it/Index.aspx?lang=it>

25 ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/9/>

## 03.3 \ INTEGRAZIONE DEGLI STRANIERI

I dati più recenti sull'integrazione dei cittadini stranieri a Vasto risalgono al 2011. Il **tasso di occupazione** è uguale al 49,6% e indica che a Vasto i disoccupati stranieri sono quasi uguali agli occupati stranieri della stessa età. È un valore negativo poiché significa che ci sono più persone in cerca di lavoro, rispetto a quelle che hanno già occupazione.

Il valore del **rapporto occupazione italiana/straniera** (ovvero il rapporto percentuale tra il tasso di occupazione degli italiani e quello degli stranieri) è pari a 87,6%, nel mercato del lavoro locale si predilige la manodopera immigrata rispetto a quella italiana. Il **rapporto di disoccupazione italiana/straniera**, dice che posto uguale a 100 il tasso di disoccupazione degli stranieri, valori inferiori a 100 esprimono una maggiore offerta di lavoro della componente straniera rispetto a quella italiana, ed essendo a Vasto pari a 55,5% significa che ci sono più stranieri in cerca di lavoro rispetto agli italiani. Il **rapporto lavoro indipendente** esprime il rapporto percentuale tra l'incidenza degli occupati che svolgono un lavoro indipendente negli italiani e quella negli stranieri. Essendo il valore del 120%, allora si evidenzia una maggiore quota di lavoratori indipendenti nella popolazione italiana che in quella straniera. Confrontando i valori con l'Italia che sono pari al 159 %, si potrebbe affermare che a Vasto ci sia una maggiore integrazione, nel senso che i lavoratori indipendenti stranieri riescono ad aprire attività quasi quanto gli italiani.

L'**indice di frequenza scolastica straniera** esprime la quota percentuale di stranieri residenti di età compresa tra 15 e 24 anni iscritti ad un corso regolare di studi (scuola secondaria superiore o Università) rispetto al totale degli stranieri residenti di quella classe di età. Poiché la frequenza scolastica è la premessa necessaria all'integrazione ed al superamento di alcune forme di discriminazione, e poiché il valore della città è piuttosto basso (36,3%, più alto del 1991 quando era del 20%) si può affermare che bisognerebbe implementare il loro inserimento sociale.<sup>26</sup> (Cfr. FIG. 12)

26 ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/>

FIG. 7<sup>27</sup>  
FORZA LAVORO/FORZA NON LAVORO A VASTO, 2011

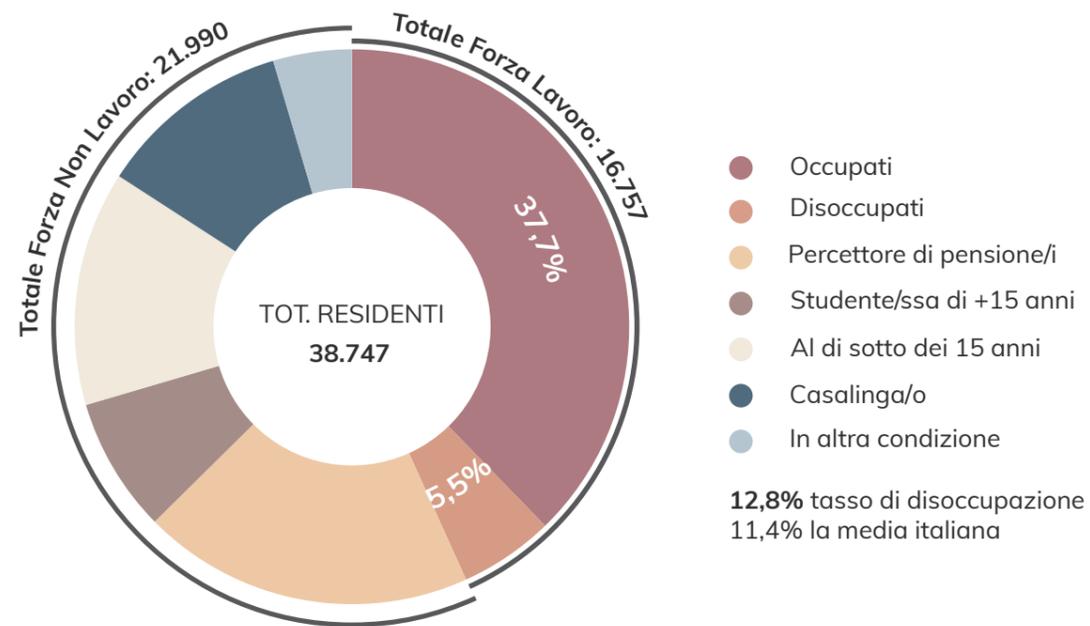


FIG. 8<sup>28</sup>  
OCCUPATI RESIDENTI PER SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA, 2011

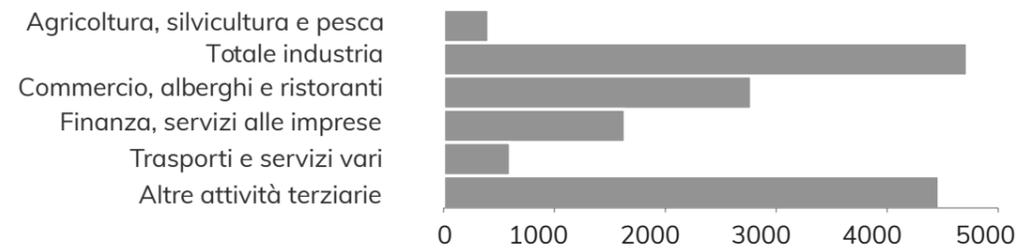
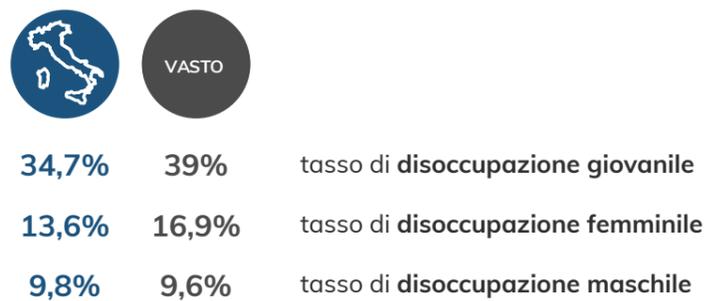


FIG. 9<sup>29</sup>  
TASSI DI DISOCCUPAZIONE IN ITALIA E A VASTO, 2011



27 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"  
28 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"  
29 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

FIG. 10<sup>30</sup>  
STATISTICHE SULL'ISTRUZIONE (+6 ANNI) A VASTO, 2011

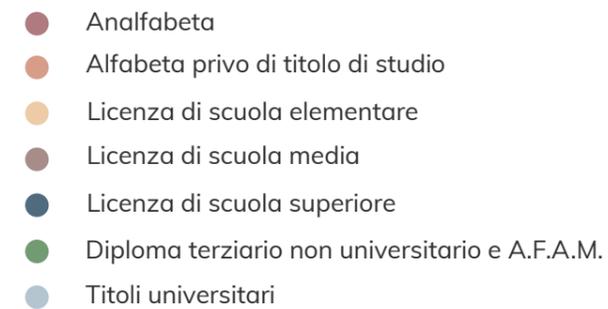
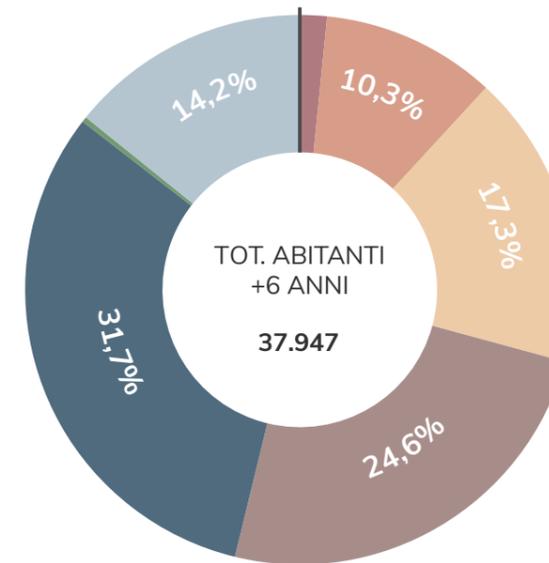


FIG. 11<sup>31</sup>  
INDICATORI SULL'ISTRUZIONE IN ITALIA E A VASTO, 2011



30 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"  
31 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"  
32 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

FIG. 12<sup>32</sup>  
INTEGRAZIONE DEGLI STRANIERI A VASTO, 2011

49,6% tasso di occupazione straniera

87,6% rapporto di occupazione italiana/straniera

55,5% rapporto di disoccupazione italiana/straniera

120% rapporto lavoro indipendente italiano/straniero

36,3% indice di frequenza scolastica straniera

## 03.4 \ IMMOBILI

Tra i vari indicatori che possono essere consultati nella pagina seguente (FIG 13 e 14), quello che ha davvero un certo impatto è l'**indice di espansione edilizia**. L'indicatore calcola la quantità, in termini percentuali, di abitazioni costruite nell'ultimo decennio, rispetto al 2011, nei centri e nuclei abitati. In Italia tale valore è pari al 7,8%, mentre a Vasto è più del doppio. Ciò mostra l'alto grado di espansione edilizia della città, in particolar modo nella Marina di Vasto. Un'indicatore invece curioso, è quello rappresentato dalla **potenzialità d'uso abitativo nei nuclei e case sparse**, che indica la percentuale delle abitazioni non occupate (da persone dimoranti abitualmente) nei nuclei abitati e nelle case sparse rispetto al totale delle abitazioni nelle località abitate della stessa tipologia. In altre parole fornisce una misura dell'incidenza della disponibilità di abitazioni potenzialmente a disposizione per fini abitativi nelle zone citate e il valore è inaspettatamente basso, pari al 9,2%, anche rispetto all'Italia (37,5%)<sup>33</sup>, nonostante l'intera costa sia quasi disabitata nei periodi freddi.

Per quanto riguarda il **mercato immobiliare**, risulta evidente (Cfr. FIG. 17) l'alto valore dato agli appartamenti che si trovano lungo la costa, il cui prezzo medio si attesta a 1.875 euro al mq, valore superiore anche al centro storico il cui mq si aggira sui 1.300 euro.<sup>34</sup> Inoltre le case-vacanze affittate, sono esageratamente costose nel periodo estivo; ad esempio ad agosto, per un appartamento di 60 mq nel centro della Marina si arriva a chiedere 1.700/1.800 euro per sole due settimane<sup>35</sup>.

<sup>33</sup> ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/7/>

<sup>34</sup> Agenzia delle Entrate, 2017

<sup>35</sup> Bontempo A., 2018

## 03.5 \ VULNERABILITÀ MATERIALE E SOCIALE

Al 2011, l'**incidenza di famiglie in disagio di assistenza** è del 3,2%, valore sicuramente molto basso (di poco più alto dell'Italia), ma che è aumentato rispetto al 1991 che era dell'1,7%. L'indicatore misura l'incidenza di famiglie composte solo da anziani e, quindi, potenzialmente a rischio di incontrare difficoltà nel fornire assistenza in caso di bisogno agli altri componenti ultraottantenni. L'aumento è molto probabilmente dovuto all'innalzarsi dell'età della popolazione italiana.

L'**incidenza di giovani fuori dal mercato del lavoro** è il rapporto percentuale tra la popolazione residente di 15-29 anni in condizione non professionale (diversa da studente) e la popolazione residente di 15-29 anni. L'indicatore individua la quota di popolazione che risulta non occupata, non in cerca di occupazione e nemmeno inserita in un percorso regolare di istruzione/formazione. A Vasto è pari al 10%, situazione quindi migliore rispetto alla media nazionale dove l'indice si attesta al 12,3%. Per vulnerabilità sociale e materiale si intende l'esposizione di alcune fasce della popolazione a situazioni di rischio ma che non necessariamente si traducono in un'effettiva situazione di disagio materiale e sociale. L'indice di Vasto al 2011 è di 98,7 che lo porta nella posizione n. 3.820 nella **graduatoria dei comuni italiani dell'indice di vulnerabilità**. Questa è ordinata in modo decrescente rispetto al valore comunale dell'indice quindi quelli che si trovano nella parte alta della lista (valori bassi del rango) presentano un indice di vulnerabilità sociale e materiale elevato.<sup>36</sup> Vasto rientra nelle città a "medio-basso rischio" sebbene la situazione sia peggiorata rispetto al 1991.<sup>37</sup>

<sup>36</sup> ISTAT, 2011

<sup>37</sup> ISTAT, [http://ottomilacensus.istat.it/fileadmin/download/Indice\\_di\\_vulnerabilit%C3%A0\\_sociale\\_e\\_materiale.pdf](http://ottomilacensus.istat.it/fileadmin/download/Indice_di_vulnerabilit%C3%A0_sociale_e_materiale.pdf)

FIG. 13<sup>38</sup>  
ABITAZIONI ED EDIFICI A VASTO, 2011

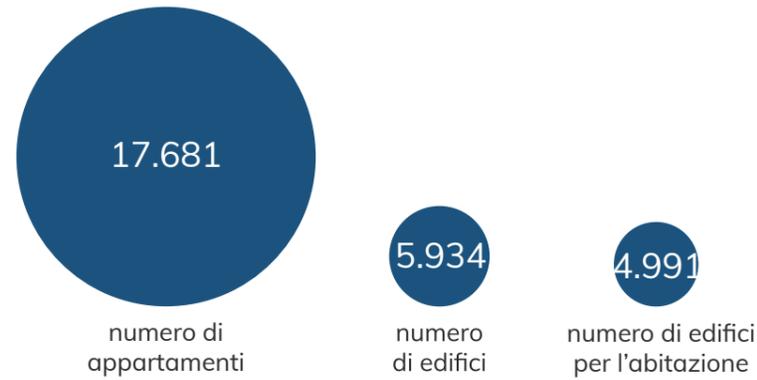
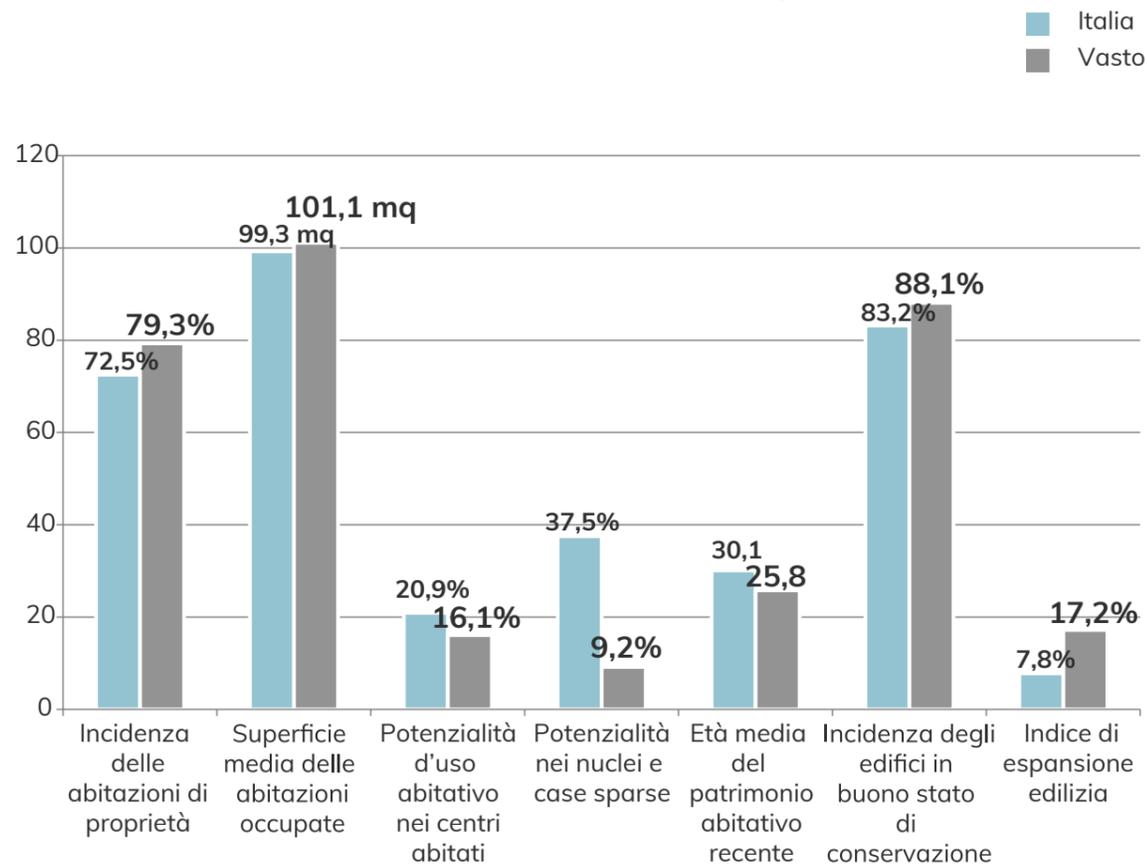


FIG. 14<sup>39</sup>  
CONDIZIONI ABITATIVE ED INSEDIAMENTI IN ITALIA E A VASTO, 2011



38 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

39 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

FIG. 15<sup>40</sup>  
POTENZIALI DIFFICOLTÀ MATERIALI E SOCIALI A VASTO, 2011



FIG. 16<sup>41</sup>  
REDDITO MEDIO DELLA POPOLAZIONE A VASTO, 2016



**19.067** reddito medio dei **dichiaranti vastesi**, vicino alla **media italiana pari a 20.918**

40 Propria rielaborazione su dati del 2011, fonte "ISTAT"

41 Propria rielaborazione su dati del 2011, fonte "ISTAT"

42 Propria rielaborazione su dati del 2017, fonte "Agenzia delle Entrate"

FIG. 17<sup>42</sup>  
QUOTAZIONI IMMOBILIARI €/mq DELLE ABITAZIONI, 2017



## 03.6 \ AGRICOLTURA, ALLEVAMENTO E PESCA

I **terreni vastesi** nel 2010 occupavano una superficie di 4.408 ha, di cui il 93% è la **superficie agraria utilizzata**. Di questa, solo il 3,9% era a **coltivazione biologica** <sup>43</sup>. Invece al 2018, secondo informazioni dell'Assessorato all'Agricoltura Regionale, le aziende bio dovrebbero essere al massimo una decina, con 50/60 ha complessivi di area utilizzata, a prevalenza di vite e olivo. Dal grafico della figura 18 si nota come i pascoli e prati permanenti siano praticamente scomparsi, costituendo solo lo 0,2% della SAU.

Le maggiori coltivazioni sono dati da quelle **legnose agrarie** (soprattutto alberi di olivo, vite, frutta tra cui il pesce è il più preponderante, per ultimo agrumi) e dai **seminativi** (in particolare il grano duro, in minima parte da foraggiere, leguminose, ortive e piante industriali). <sup>44</sup> (Cfr. FIG. 19) Come anche dimostra il numero delle imprese di coltivazione (Cfr. FIG. 22), i terreni di Vasto sono molto parcellizzati; non esistono grandi lotti (la dimensione media è di 1,5 ha), ma tanti **piccoli produttori**.

Secondo i dati dell'Assessorato all'Agricoltura Regionale, nel comune di Vasto dovrebbero esserci circa una decina di aziende che trasformano. Si tratta di aziende con **cantina o frantoio** e diverse piccole realtà dove si fanno conserve di frutta e pomodori o carni per salumi, per la vendita diretta in azienda.

A Vasto ci sono diverse associazioni che forniscono servizi alle aziende agricole esclusivamente per lo svolgimento dei diversi adempimenti burocratici, come la Coldiretti, la Confederazione italiana agricoltori (CIA), la Copagri e la Confagricoltura.

Secondo il Registro delle Imprese, le attività registrate attive che praticano **allevamento** a Vasto, nel 2017 sono solo 4 (ad esclusione di quelle miste) tra cui 1 si occupa di allevare animali da compagnia. <sup>45</sup>

Secondo Infocamere al 2017 a Vasto ci sono 1 allevamento di mitili (a cui probabilmente si aggiungerà un allevamento di ostriche piatte, tipiche dell'Adriatico e in fase terminale di

sperimentazione<sup>46</sup>), ben 547 imprese di coltivazione, 2 attività miste, 3 attività di raccolta e confezionamento, 4 allevamenti come già detto e 3 attività di trasformazione animali come caseifici e salumifici. <sup>47</sup> (Cfr. FIG. 22) Tra le imprese di coltivazione, 12 fanno anche attività agrituristica con ristorazione e/o servizio alloggio e/o vendita prodotti <sup>48</sup>.

Per quanto riguarda la pesca, i dati sono stati forniti dall'Ufficio Circondariale Marittimo del Comune di Vasto e fanno riferimento all'anno 2018. La flotta peschereccia è costituita da **64 navi minori e galleggianti** e da **4 navi maggiori** iscritte nei registri di Vasto e operanti nella giurisdizione del Comune. Alle navi non corrispondono esattamente le imprese, che sono in realtà **62**. Inoltre non tutte sono registrate alla Camera di Commercio, evidentemente perché il loro volume di produzione è al di sotto della soglia richiesta.

Delle 64 navi minori, 48 sono di tipo PCL (pesca costiera locale) e possono operare entro le 3 miglia; 6 sono di tipo PCL (pesca costiera litoranea) e possono operare entro le 6 miglia; 5 sono di tipo PCR (pesca costiera ravvicinata) e possono operare entro le 40 miglia e 4 sono sempre PCR ma con autolimitazione a 20 miglia. Invece delle 4 imbarcazioni maggiori, 1 è una PCL entro le 3 miglia e le altre entro le 40. Ogni natante poi può utilizzare solo il sistema di pesca di cui ha licenza. Per cui 47 natanti (di cui 24 sono le imprese registrate alla Camera di Commercio al 2017) hanno la licenza per attrezzi da posta, 3 natanti per diversi sistemi di tipologia passiva (1 sola è registrata), 4 per diversi sistemi di tipologia attiva, 5 per la pesca a strascico e 8 pescherecci con con diverse licenze miste tra condizioni attive e passive (Cfr. FIG. 21). <sup>49</sup>

Al momento non ci sono associazioni di categoria come per l'agricoltura, e i pescatori si rivolgono al compartimento di Ortona o di Termoli per l'adempimento di pratiche burocratiche.

<sup>43</sup> Propria rielaborazione su dati 2010, fonte "Statistica Regione Abruzzo", <http://statistica.regione.abruzzo.it/portale/it/coltivazioni-biologiche-e-dop-igp-2010>

<sup>44</sup> Propria rielaborazione su dati 2010, fonte "Statistica Regione Abruzzo", <http://statistica.regione.abruzzo.it/portale/it/utilizzo-dei-terreni-e-coltivazioni-%E2%80%93-2010>

<sup>45</sup> Registro Imprese, 2017, <http://www.registroimprese.it/web/guest/home>

<sup>46</sup> Bontempo A., 2018, <http://www.ilcentro.it/chieti/allevamento-pilota-di-ostrica-piatta-al-largo-di-vasto-1.1929157>

<sup>47</sup> Infocamere, 2017, <http://statistica.regione.abruzzo.it/portale/it/sedi-di-impresa-dettaglio-atéco>

<sup>48</sup> Dati forniti direttamente dal Comune di Vasto, 2018

<sup>49</sup> Registro Imprese, 2017

## 03.7 \ INDUSTRIA, ARTIGIANATO, COMMERCIO, ALLOGGIO E RISTORAZIONE

Nel 1951 gli occupati nell'**industria** erano il 30,6% e quelli in **agricoltura** il 38,9%, nel 1971 le due percentuali divennero rispettivamente del 41% e del 13%. <sup>50</sup> Per arrivare fino al 2011 quando l'agricoltura (insieme alla pesca) arriva al 3% degli impiegati. Anche il settore industriale subisce un calo degli addetti registrando un 32% (per le percentuali di lavoratori residenti divisi nei settori economici fare riferimento alla FIG. 8).

Le industrie odierne sono in particolare collocate nell'area di Punta Penna (in prossimità della riserva naturale di Punta Aderci) zona facilmente raggiungibile grazie alla prossimità del casello autostradale A14 e della strada statale SS.16. Inoltre l'agglomerato si situa anche vicino al porto di Vasto. I **settori produttivi** maggiormente diffusi al 2017 sono: il manifatturiero (20%), le industrie alimentari con 50 attività (18%), la fabbricazione di macchinari (7%), la confezione di articoli d'abbigliamento (4%) e infine l'industria del legno e la fabbricazione di articoli in paglia (stessa percentuale del settore precedente). Tutti gli altri settori sono inferiori alle 10 attività registrate. <sup>51</sup>

A Vasto nel Settecento e Ottocento, la categoria degli artigiani era molto estesa, seconda solo a quella dei contadini e pari a quella dei pescatori. Vi erano calzolari, fabbri, fornai, "funari", giardinieri, barbieri, conciatori di pelle, macellai <sup>52</sup>, ceramisti, falegnami, organari, vetrai e artigiani della cera <sup>53</sup>.

Fino a qualche anno fa erano ancora presenti delle botteghe di falegnami <sup>54 55</sup> e di fabbri, ma ora l'unica attività ad essere sopravvissuta è quella della ceramica, che ha ancora tre laboratori <sup>56</sup>. Questa si contraddistingue anche per la lavorazione di campanelle, infatti a Vasto il 16 di agosto si tiene una grande fiera di artigianato abruzzese e italiano <sup>57</sup>.

<sup>50</sup> Felice C., 2001

<sup>51</sup> Infocamere, 2017

<sup>52</sup> Felice C., 2001

<sup>53</sup> Provincia di Chieti, <http://www.provincia.chieti.it/artigianatoartistico>

<sup>54</sup> AA. VV., Mestieri Antichi di Vasto: Lu Fàlegname (Il Falegname), [http://www.vastospa.it/html/tradizione/me\\_falegname.htm](http://www.vastospa.it/html/tradizione/me_falegname.htm)

<sup>55</sup> Anon., 2016, <https://tgvasto.blogspot.com/2016/04/antichi-mestieri-il-falegname.html>

<sup>56</sup> Provincia di Chieti, <http://www.provincia.chieti.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1141>

<sup>57</sup> Ceramiche liberati, 2017, <https://www.liberati.net/campanelle-in-ceramica-artigianale/>

Un settore molto rilevante, come visto in FIG. 7 è quello del **commercio** (che dal 1991 al 2011 si è mantenuto abbastanza costante <sup>58</sup>) e del settore alberghiero e della ristorazione. A Vasto ci sono ben 131 attività di commercio all'ingrosso e al dettaglio di ciò che riguarda il mondo dell'autoveicolo, 284 imprese commerciali all'ingrosso (escluso quindi il settore precedente) e addirittura 696 attività di commercio al dettaglio (escluso sempre i veicoli).

Invece i servizi che offrono **alloggio** sono 47 e ci sono ben 323 attività di **ristorazione**. A questi è strettamente legato il turismo. <sup>59</sup>

<sup>58</sup> ISTAT, 1991/2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/13/>

<sup>59</sup> Infocamere, 2017

FIG. 18<sup>60</sup>  
UTILIZZO DEI TERRENI E COLTIVAZIONI A VASTO, 2010

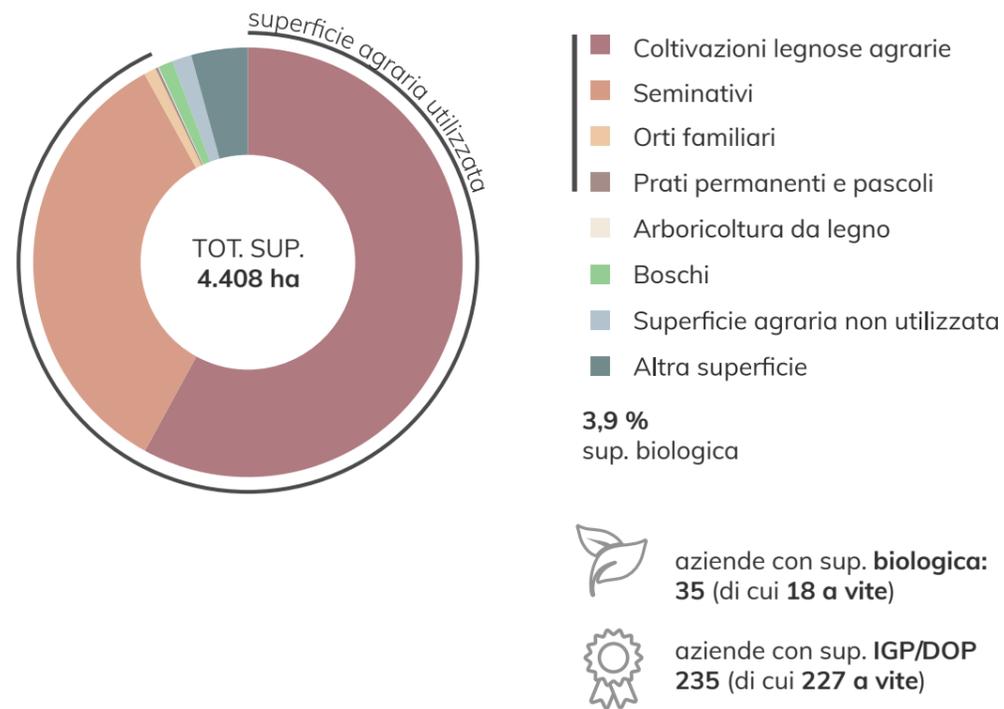
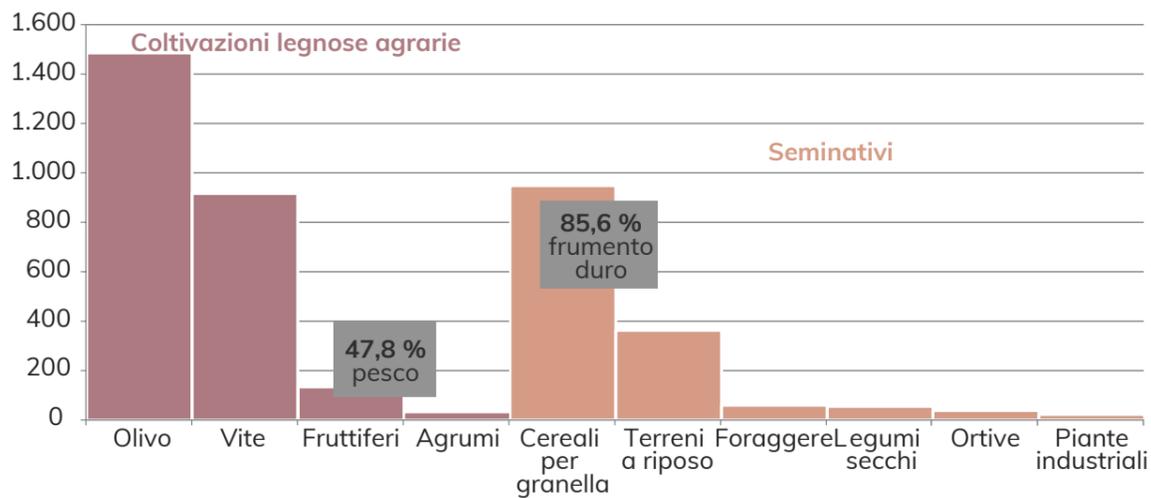


FIG. 19<sup>61</sup>  
COLTIVAZIONI MAGGIORI A VASTO, 2010



60 Propria rielaborazione su dati 2010, fonte "Statistica Regione Abruzzo"  
61 Propria rielaborazione su dati 2010, fonte "Statistica Regione Abruzzo"

FIG. 20<sup>62 63</sup>  
SPECIE ITTICHE DELLA COSTA DEI TRABOCCHI

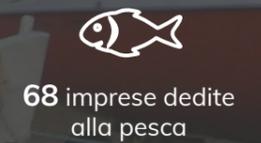


FIG. 21<sup>64</sup>  
SISTEMI DI PESCA DELLA NAVI MAGGIORI E MINORI ISCRITTE AI REGISTRI DI VASTO, 2018



62 Flag Costa dei Trabocchi S.C.A.R.L., <https://www.lestagioni-delmare.it/pesci/>  
63 Flag Costa dei Trabocchi S.C.A.R.L., 2017, <https://www.flagcostadeitrabocchi.it/gli-abitanti-delladriatico/>  
64 Propria rielaborazione su dati 2018, fonte "Ufficio Circondariale Marittimo"  
65 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "Infocamere"

FIG. 22<sup>64</sup>  
IMPRESE REGistrate AL 2017



## 03.8 \ TURISMO

Come già detto nel capitolo precedente, il turismo vastese è molto legato alla stagione estiva balneare, sostenuto peraltro da un elevato numero di esercizi ricettivi e di case per vacanze (che d'inverno sono praticamente vuoti) (Cfr. FIG. 27 e 28).

Prima di tutto è necessario introdurre un paio di nozioni. Per arrivi turistici si intende il numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari) in un determinato periodo. Per presenze turistiche si intende invece il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari). Secondo i dati riportati dagli esercizi ricettivi, a luglio pare che ci siano più arrivi rispetto ad agosto, ma ad agosto sono più elevate le presenze turistiche<sup>66</sup>.

La permanenza media è il rapporto tra presenze turistiche e arrivi turistici.

Secondo i dati del 2016, gli **arrivi** e le **presenze** italiane, sono risultate maggiori di quelle straniere e non è mai avvenuto il contrario. La **permanenza media** tra i due gruppi è molto simile: 3,7 giorni per gli italiani e 3,5 per gli internazionali<sup>67</sup>. (Cfr. FIG. 23)

474.309 è invece la stima del numero di **presenze nelle seconde case**. La metodologia utilizzata ha visto come prima cosa la stima del numero di seconde case (3.249); questo valore è stato moltiplicato per il numero medio di componenti per famiglia (supponendo che per ogni appartamento ci sia una famiglia) e per il n. medio di soggiorno (circa 50/70 giorni)<sup>68</sup>. (Cfr. FIG. 24)

A partire dal 1998, secondo i dati forniti dagli esercizi ricettivi (sono quindi escluse le seconde case), il trend del turismo ha subito alti e bassi ma un cambiamento che sembra non essere temporaneo si ha dal 2015, quando sia la presenza che la permanenza media dei turisti italiani negli esercizi ricettivi è **nettamente diminuita**. Al contrario, pare che i turisti stranieri siano **leggermente aumentati** al 2016 in arrivi e presenze. I primi sono passati dalle quasi 6.000 unità nel 2015 a 7.000 nel 2016 e le presenze sono passate da 23.702 a 24.763.<sup>69</sup> (Cfr. FIG. 25)

66 Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017

67 Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017

68 CRESA, 2014, <http://www.cresa.it/site/il-turismo-in-abruzzo-2/>, p. 261

69 Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017

Oltre ai dati su arrivi e presenze negli esercizi ricettivi al 2016 forniti dal Comune, si aggiungono quelli relativi proprio all'estate 2018, registrati dagli infopoint presenti a Vasto.

Tali informazioni vengono ottenuti mediante la compilazione di un sondaggio da parte di coloro che si rivolgono allo sportello. Come i dati comunali, anche questi offrono una visione parziale della situazione generale.

La maggior parte dei turisti che si informano sulla città, provengono dalle regioni centrali e meridionali d'Italia, a seguire quelle settentrionali, poi i locali (cioè provenienti da altre città abruzzesi e molisani). Tra i maggiori stati europei troviamo Belgio, Francia, Inghilterra e Germania. Tra quelli extra-europei argentini e australiani.<sup>70</sup> (Cfr. FIG. 26)

70 Società cooperativa Excalibur Vasto, 2018

## 03.9 \ STABILIMENTI BALNEARI

La Marina di Vasto ha **63 concessioni marittime**, alcune di queste dislocate anche nell'area SIC. (Cfr. FIG. 29) Secondo il nuovo Piano Spiaggia, sono ben 7 le nuove concessioni approvate: 5 stabilimenti balneari (di cui una per le Associazioni Nautiche) e 2 ombreggi riservati agli esercizi ricettivi.<sup>71</sup> Al momento però non ci sono gare pubbliche attive per la loro aggiudicazione<sup>72</sup>. Dell'area della Marina di Vasto, il 54,6% sullo spazio totale è occupato da aree in concessione e solo il 5,9% è spiaggia libera.<sup>73</sup> Su 63 concessioni attuali, 17 hanno una struttura fissa (sono anche le strutture più datate), 9 hanno solo i servizi igienici fissi, 14 possono dare in concessione solo l'ombreggio (tutti nell'area SIC, dove cioè non è più possibile costruire) e 9 sono le spiagge libere<sup>74</sup>. (Per altri Cfr. FIG. 30)

Secondo l'indagine eseguita dal CRESA, i **prezzi** degli stabilimenti balneari sono generalmente allineati con altri competitors regionali.<sup>75</sup> Al 2013 il 21% degli stabilimenti balneari in Abruzzo non fa alcun uso di **canali di comunicazione** (neanche standard come le agenzie di viaggio tradizionali o i tour operator). Un 52,6% usa mass media ma senza andare al di fuori della regione, un 58% ha un proprio sito e un 47% usa il sito promozionale turistico regionale<sup>76</sup>. Anche a Vasto sono davvero pochi i lidi che hanno una loro vetrina sul mondo, che non sia Facebook. Inoltre ben 6 lidi non hanno nè sito, nè Fb, nè pagina Instagram ed è molto difficile reperire delle informazioni che li riguardano (per ulteriori dettagli consulta FIG. 32).

I lidi, fino al 2014, non risultano in possesso di **certificazioni volontarie** di qualità o di rispetto del codice etico<sup>77</sup>. L'unico ad averne una è un hotel (ha una spiaggia in aggiunta ai servizi dell'albergo) con il marchio *Ospitalità Italiana*, una certificazione di qualità la cui verifica è eseguita in modo oggettivo da un Ente terzo<sup>78</sup>.

71 Comune Del Vasto, 2014, [http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE\\_Generale\\_APPROVAZIONE-Tabelle.pdf](http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE_Generale_APPROVAZIONE-Tabelle.pdf)

72 Bontempo A., 2018, <http://www.ilnuovoonline.it/2018/03/09/vasto-per-il-piano-spiaggia-e-ancora-tutto-fermo/>

73 Comune Del Vasto, 2017

74 Propria elaborazione, 2018, analisi sul campo

75 CRESA, 2014, pp. 201/202

76 CRESA, 2014, p. 209

77 CRESA, 2014, p. 67

78 Ospitalità Italiana, [http://www.10q.it/strutture\\_scheda.php?id=4923&parametri=&totrec=6509&starRec=1536&lang=it](http://www.10q.it/strutture_scheda.php?id=4923&parametri=&totrec=6509&starRec=1536&lang=it)

Il comune di Vasto promuove la **gestione ecosostenibile** degli stabilimenti balneari, soprattutto se si prevedono ristrutturazioni o nuove concessioni. L'art. 4 del PDM punta al risparmio delle risorse idriche ed energetiche, all'impiego di tecnologie sostenibili per il riutilizzo dell'acqua e la produzione di energia da fonti rinnovabili; la raccolta differenziata dei rifiuti e la sensibilizzazione degli operatori e della clientela verso i temi ambientali.<sup>79</sup>

79 Comune Del Vasto, 2015, [http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-PianoSpiaggia\\_NTA\\_APPROVAZIONE.pdf](http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-PianoSpiaggia_NTA_APPROVAZIONE.pdf)

FIG. 23<sup>80</sup>  
ARRIVI E PRESENZE A VASTO NEGLI  
ESERCIZI RICETTIVI, 2016

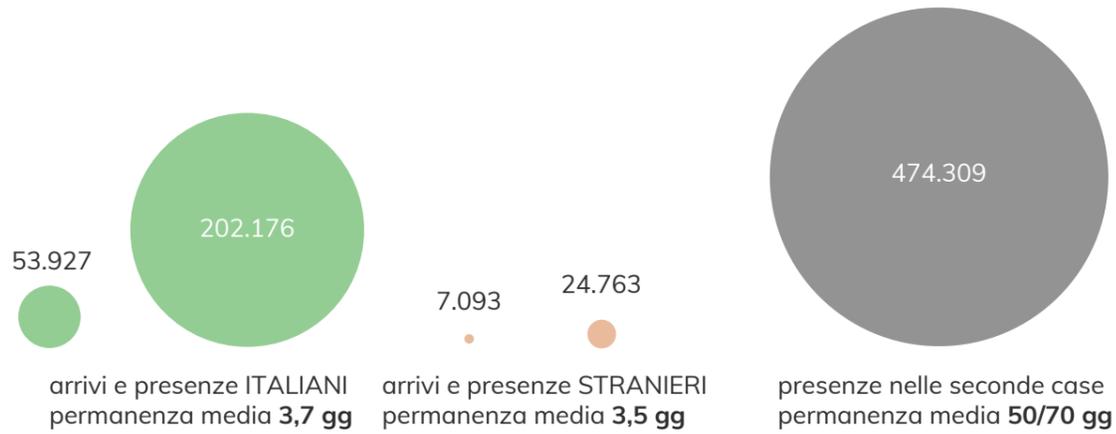
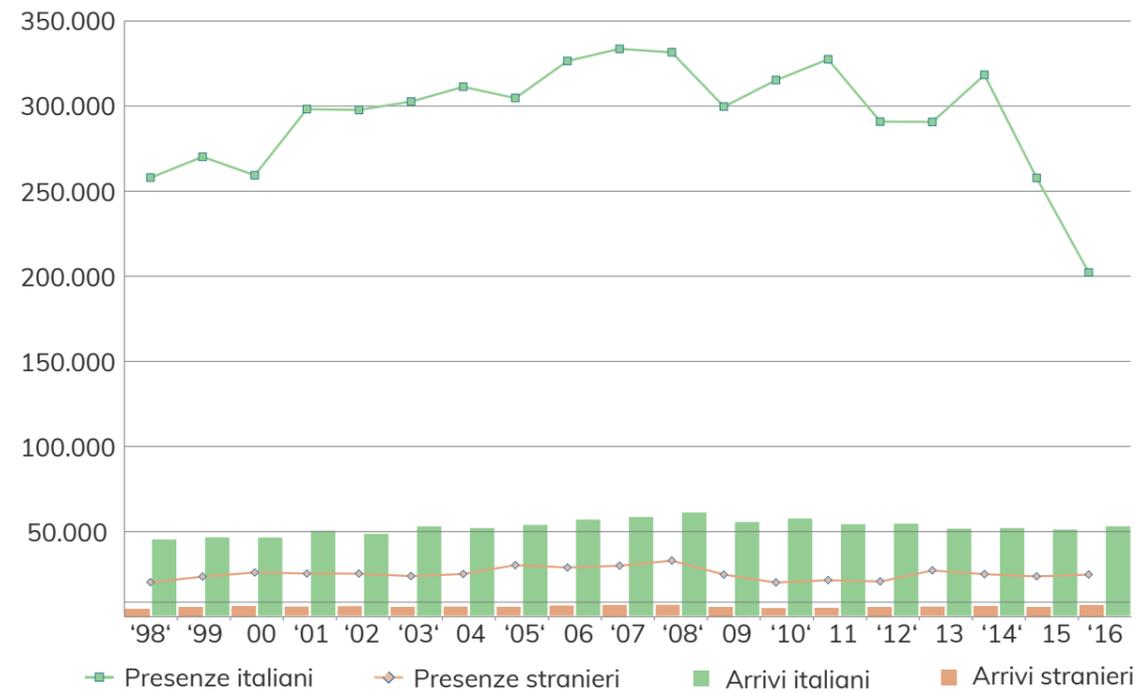


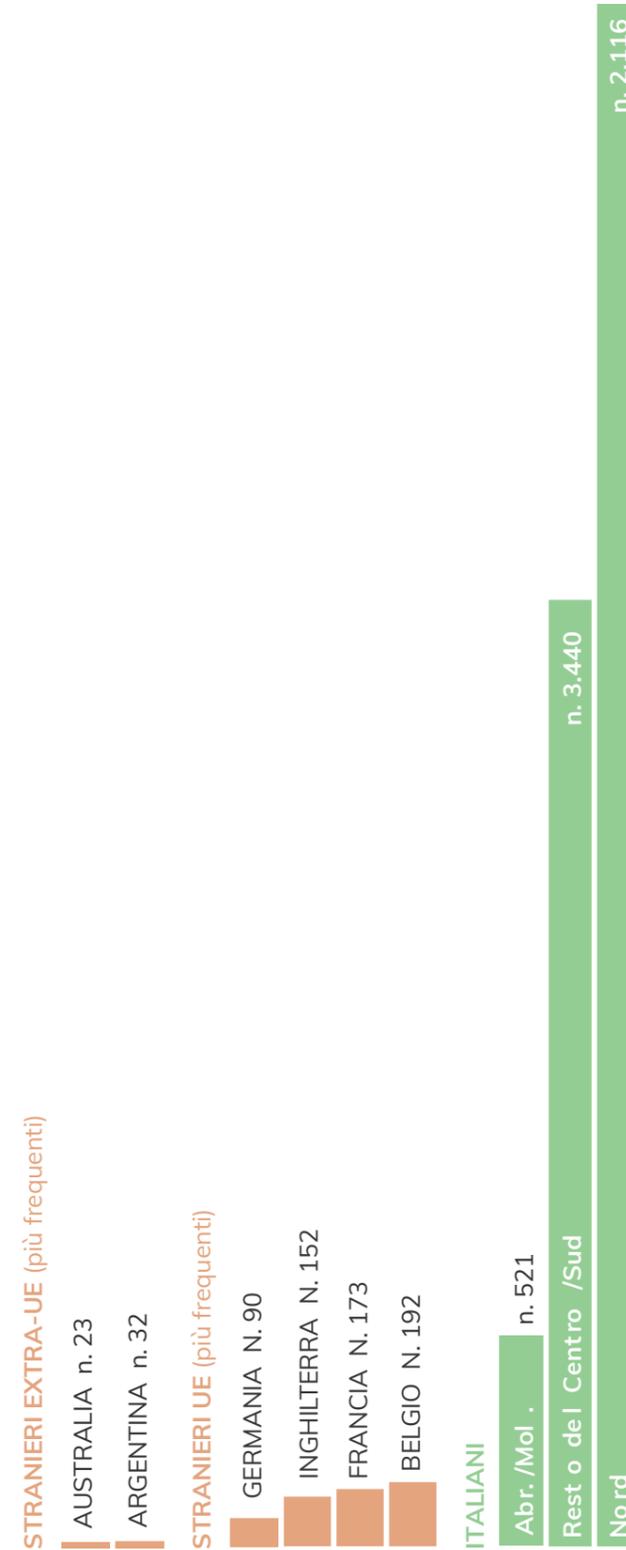
FIG. 24<sup>77</sup>  
PRESENZE E PERMANENZA NELLE  
SECONDE CASE A VASTO, 2012

FIG. 25<sup>82</sup>  
TREND NEGLI ESERCIZI RICETTIVI A VASTO, 1998/2016



80 Propria rielaborazione su dati 2016, fonte "Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio"  
81 Propria rielaborazione su dati 2012, fonte "CRESA"  
82 Propria rielaborazione su dati 2016, fonte "Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio"

FIG. 26<sup>83</sup>  
DATI INFOPOINT GIUGNO / SETTEMBRE 2018



83 Propria rielaborazione su dati 2018, fonte "Società cooperativa Excalibur Vasto"  
84 Propria rielaborazione su dati 2016, fonte "ISTAT"  
85 Propria rielaborazione su dati 2012, fonte "CRESA"

FIG. 27<sup>83</sup>  
SERVIZI TURISTICI A  
VASTO, 2016:

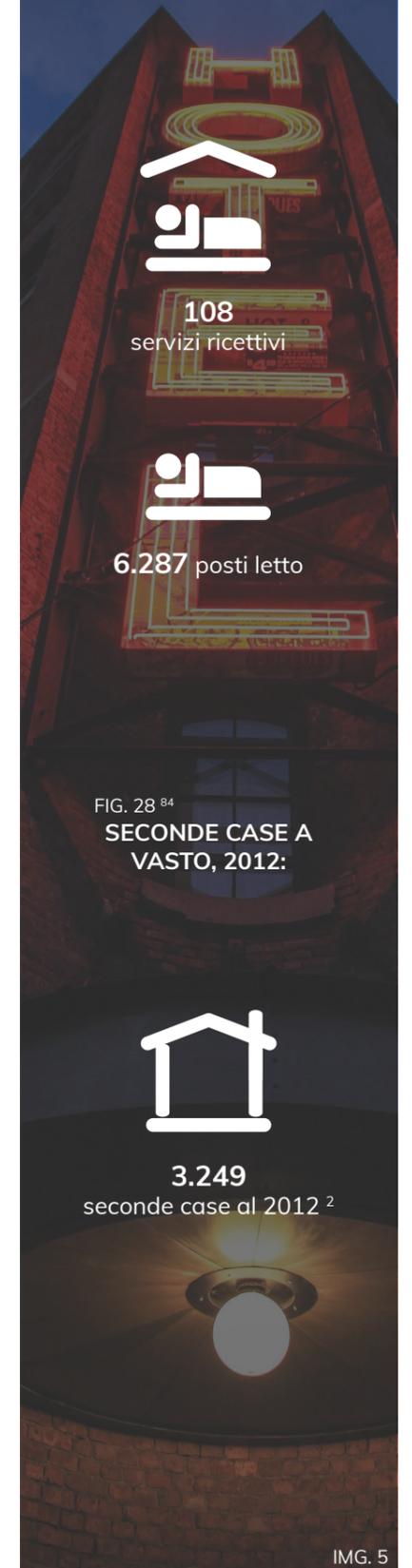
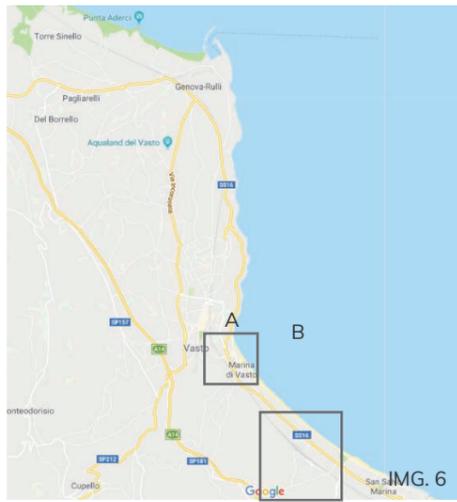


FIG. 28<sup>84</sup>  
SECONDE CASE A  
VASTO, 2012:



**CONCESSIONI ALLA MARINA DI VASTO, 2018**<sup>86</sup>

- |                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| 1 spiaggia libera     | 33 Hotel San Giorgio   |
| 2 Camping Europa      | 34 Hotel Twins         |
| 3 Hotel Excelsior     | 35 Hotel Caravel       |
| 4 not found           | 36 Hotel Principe      |
| 5 spiaggia libera     | 37 spiaggia libera     |
| 6 Hotel Perrozzi      | 38 Hotel d'Italia      |
| 7 Hotel Dakar         | 39 Lido Acapulco       |
| 8 Hotel Acquario      | 40 Hotel Bristol       |
| 9 Hotel Sporting      | 41 Lido Maremajè       |
| 10 Palace Hotel       | 42 Deposito barche     |
| 11 spiaggia libera    | 43 Luna Park           |
| 12 Hotel Holiday      | 44 spiaggia libera     |
| 13 spiaggia libera    | 45 Il Pontile          |
| 14 Hotel Lido         | 46 Circolo nautico     |
| 15 Fond. P. A. Mileno | 47 spiaggia libera     |
| 16 Hotel Vittoria     | 48 Lido Il Delfino     |
| 17 Lido Miramare      | 49 Lido Sirenella      |
| 18 La vispa Teresa    | 50 Lido Zio Fiore      |
| 19 Hotel Rio          | 51 Bagni 51            |
| 20 Hotel Sabrina      | 52 Lido la             |
| 21 spiaggia libera    | Prora/Romagnoli        |
| 22 Lido Il Corsaro    | 53 Lido Sabbia d'Oro   |
| 23 Lido Il Gabbiano   | 54 Lido da Mimì        |
| 24 La Piramide Beach  | 55 Lido La Ciucculella |
| 25 Park Hotel Resort  | 56 Lido La Bussola     |
| 26 Oasi dell'anziano  | 57 Hotel Cristallo     |
| 27 a.immobiliare      | 58 Lido Aurora         |
| 28 Lido il Trabocco   | 59 Lido la Scogliera   |
| 29 Lido Fernando      | 60 Lido La Luccioletta |
| 30 Hotel Adriatico    | 61 Lido La Lucciola    |
| 31 Baiocco Beach      | 62 spiaggia libera     |
| 32 Hotel President    | 63 La Lucciola         |

A DESTRA, FIG. 29<sup>87</sup>

**MAPPATURA DELLE CONCESSIONI, 2018**

<sup>86</sup> Comune del Vasto, 2014, [www.comune.vasto.ch.it/index.php/avvisi-pubblici/187-avvisi-pubblici](http://www.comune.vasto.ch.it/index.php/avvisi-pubblici/187-avvisi-pubblici)  
<sup>87</sup> Propria rielaborazione su dati 2017, fonte mappa "Google Earth Pro"



FIG. 29 A



FIG. 29 B

FIG. 30<sup>88</sup>  
**TIPOLOGIE DI CONCESSIONI, ANALISI SUL CAMPO CON DATI DEL 2014**

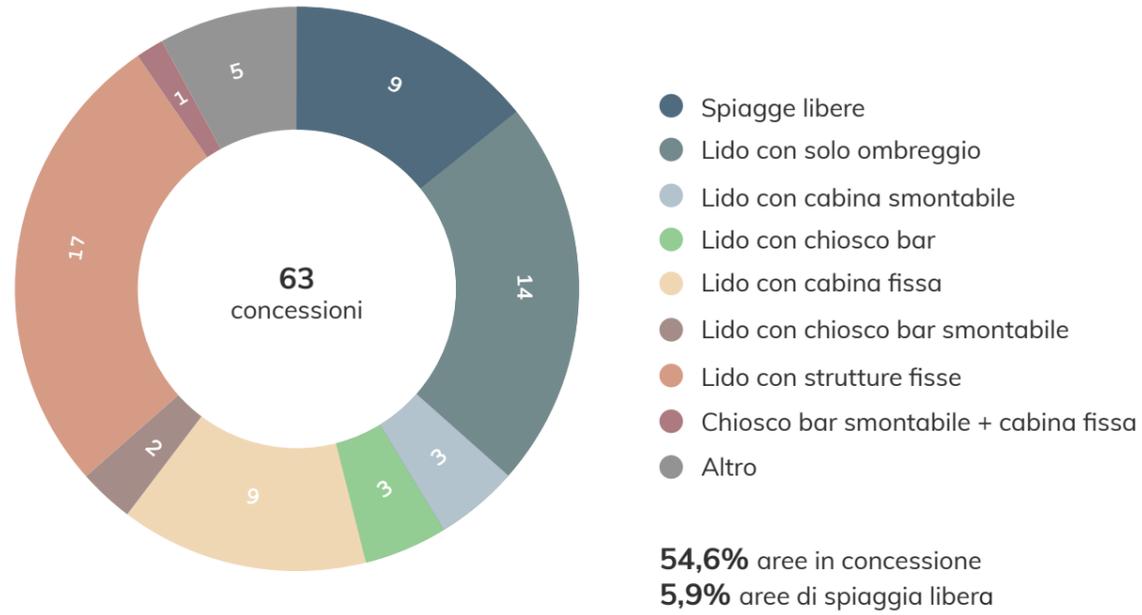
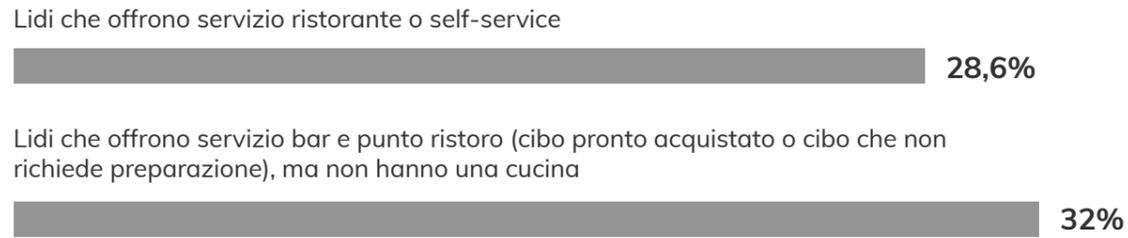
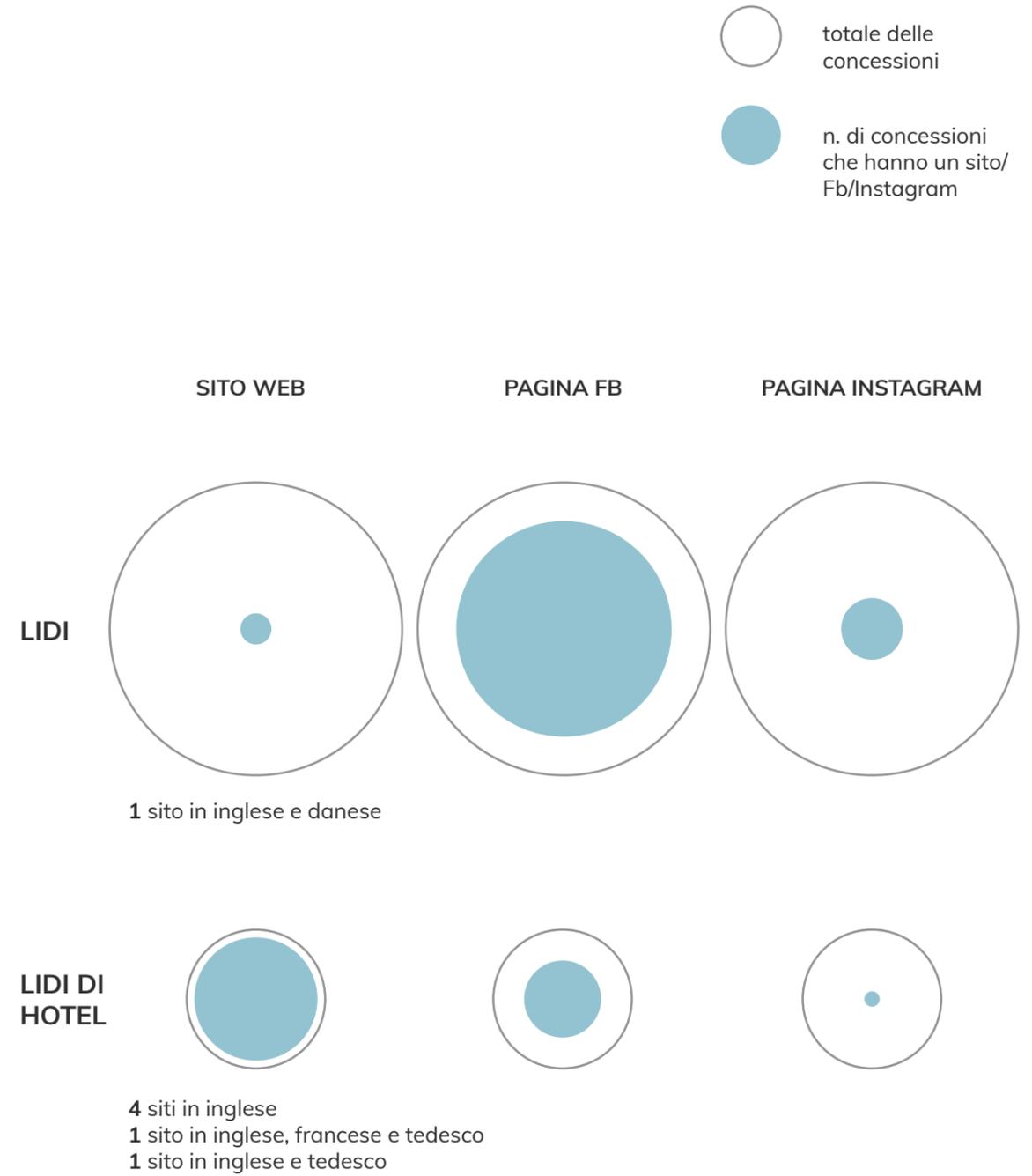


FIG. 31<sup>89</sup>  
**SERVIZI DEI LIDI DELLA MARINA DI VASTO (ESCLUSA AREA SIC), 2018**



88 Propria elaborazione, 2018, analisi sul campo  
 89 Propria elaborazione, 2018, analisi sul campo

FIG. 32<sup>90</sup>  
**VISIBILITÀ DEI LIDI DELLA MARINA DI VASTO (ESCLUSA AREA SIC) SUL WEB, 2018**



90 Propria elaborazione, 2018, analisi sul web

## 03.10 \ GESTIONE RIFIUTI

Sia a Vasto che alla Marina e sia per privati che per esercizi commerciali, è presente il sistema di **raccolta differenziata porta a porta**. Nella prima zona è stata introdotta nel 2009<sup>91</sup>, nella seconda solamente nel 2016. Questa organizzazione del servizio ha portato ad un aumento decisivo dei rifiuti differenziati. Infatti fino al 2016 questi non crescevano proporzionalmente con l'aumento di turisti, e quindi di rifiuti. In altre parole alla Marina nessuno differenziava. La situazione è cambiata proprio con l'introduzione del porta a porta anche in quell'area.<sup>92</sup> Inoltre dal 2012 al 2017 la differenziazione è aumentata del 22%<sup>93</sup> e nell'ultimo anno è stata raggiunta la percentuale del 62,7% di rifiuti differenziati<sup>94</sup>. (Cfr. FIG. 35)

Come si può notare con la figura 35 della pagina seguente, durante il periodo estivo il quantitativo di rifiuti aumenta vertiginosamente in seguito all'arrivo di turisti, con il picco ad agosto. Per questo motivo, se d'inverno il servizio passa raramente alla Marina di Vasto, d'estate è molto più frequente, proprio allo scopo di coprire la domanda più alta. (Cfr. FIG. 38)

La società che si occupa della raccolta è di tipo mista: parte delle quote sono proprio del Comune di Vasto e parte sono di una società privata specializzata nel settore dell'ecologia. Le frazioni raccolte con la modalità porta a porta sono l'organico, il secco residuo, la plastica e l'alluminio, la carta, il vetro, gli ingombranti e i rifiuti Raee. Lo stesso servizio si occupa anche dello spazzamento delle strade e la pulizia dell'arenile sabbioso nel periodo estivo.<sup>95</sup>

I rifiuti organici vengono solitamente conferiti presso un impianto di compostaggio di tipo pubblico, che copre quasi tutto il territorio chietino e si trova nelle vicinanze. È stato analizzato che durante il triennio 2013/2015 la produzione di compost è stata molto ridotta, ovvero pari solo al 2-4% del totale trattato. La materia recuperata è stata quindi davvero irrisoria. L'am-

mendante, con marchio di qualità CIC/Compost Abruzzo, viene utilizzato al 100% nel territorio regionale (dato del 2015).<sup>96</sup> Allo stesso consorzio Vasto conferisce i rifiuti indifferenziati, mentre negli ultimi anni plastica, vetro e carta sono passati a ditte private.<sup>97</sup>

91 Bontempo A., 2017, <http://www.histonium.net/notizie/attualita/44364/raccolta-differenziata-a-vasto-e-limpegno-a-raggiungere-il-fatidico-65-per-cento>

92 Pulchra Ambiente S.p.A., <https://www.pulchrambiente.it/report-materiali-raccolti/>

93 Propria rielaborazione su dati 2012, fonte "Pulchra Ambiente S.p.A.", <https://www.pulchrambiente.it/report-2012/>

94 Pulchra Ambiente S.p.A.

95 Pulchra Ambiente S.p.A., 2016, <http://www.pulchrambiente.it/wp-content/uploads/2017/07/Carta-dei-Servizi.pdf>

96 Regione Abruzzo, 2017, pp. 154-155

97 Bontempo A., 2018, <http://www.ilcentro.it/chieti/rifiuti-urbani-soltanto-pollutri-usa-il-civeta-1.1821785>

## 03.11 \ SERVIZIO IDRICO E SISTEMA FOGNARIO

Vasto rientra nel 6° ambito territoriale della regione, quello Chietino, e il servizio idrico integrato (captazione, adduzione, e distribuzione di acqua a uso civile; fognatura e depurazione delle acque reflue) è affidato ad un unico ente gestore. Secondo il 1° Rapporto sullo Stato dell'Ambiente, in tale territorio, ai fini potabili viene utilizzato il 33% delle risorse idriche sorgenti, mentre a fini irrigui il 33% delle risorse idriche superficiali<sup>98</sup>.

Nel 2015 l'**acqua immessa** in rete nel Comune di Vasto è stata di 5.000 migliaia di m<sup>3</sup>, quella **erogata** invece di 2.600 migliaia di m<sup>3</sup>.<sup>99</sup> Quest'ultimo è il quantitativo effettivamente usufruito dalle utenze. La differenza esistente tra i due (2.400) è dovuta a vari motivi: acqua destinata ad usi pubblici ma che non viene contabilizzata tra quella erogata (per es. quella delle fontane); gli sfiori di serbatoi che si verificano laddove l'acqua disponibile supera la capacità di contenimento in particolari periodi dell'anno o in particolari momenti della giornata; furti e prelievi abusivi dalla rete e le perdite delle condotte.<sup>100</sup> Secondo un recente rapporto dell'ente gestore, sono necessari 40/50 milioni di euro per intervenire e risistemare l'intera rete idrica della città, che risulta vecchia e con numerose falle<sup>101</sup>.

La **carenza di acqua** si registra soprattutto nei comuni costieri, in seguito all'ondata di turisti che vi sopraggiunge in estate, a causa delle ridotte precipitazioni rispetto al periodo invernale e al ridotto innevamento che causano un abbassamento dei livelli piezometrici delle falde acquifere. A ciò si aggiungono le comuni perdite degli acquedotti<sup>102</sup>. Infatti nel periodo estivo trascorso (2018) l'acqua a Vasto è stata erogata con orari specifici: in alcune zone dalle 6 del mattino alle 15, in altre dalle 6 alle 17, in altre più periferiche dalle 6 alle 21. Invece alla Marina la fornitura è stata garantita per 24 ore, con un abbassamento del pompaggio nelle ore notturne.<sup>103</sup> L'anno precedente, la crisi idrica è

stata senza uguali, anche a causa delle temperature molto più elevate registrate.

Da sottolineare che gran parte della Marina di Vasto è servita da **acqua potabilizzata** presso un consorzio industriale e proveniente dalla diga di Chiauci (in Molise) che svolge un ruolo di regolazione della portata del fiume Trigno. La diga viene "riempita" in inverno e gradatamente rilasciata nel fiume ad agosto, quando la siccità è più grave. Tuttavia l'acqua viene usata soprattutto per scopi irrigui. Vasto alta è invece servita dall'**acquedotto del Verde**, la cui sorgente spicca per l'elevata qualità delle sue acque.<sup>104</sup>

A Vasto sono presenti due sistemi separati di **fognatura**: quella che raccoglie le **acque bianche** e quella per le **acque nere**. La prima include quelle meteoriche, la seconda i reflui domestici e industriali. Lo stesso ente che si occupa di fornire acqua ai comuni, è anche responsabile del sistema fognario. Ecco che, le acque nere vengono convogliate presso gli impianti di trattamento per la loro depurazione<sup>105</sup>. In passato sono stati scoperti diversi allacciamenti abusivi di residence della Marina di Vasto al sistema delle fogne bianche invece che a quelle nere. Queste riversandosi in mare ne hanno pregiudicato la qualità e la loro balneabilità per diversi km, causando danni anche al turismo.<sup>106</sup>

98 Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri Sud, 2011

99 ISTAT, 2015, <http://siqua.istat.it/SIQual/visualizza.do?id=8888921&refresh=true&language=IT>

100 E-R Statistica, 2013, <https://statistica.regione.emilia-romagna.it/metadati/glossario/a/acqua-erogata>

101 Pompei L., 2018, <http://www.rete8.it/cronaca/123rischio-emergenza-idrica-sindaco-vasto-interrogala-sasi/>

102 Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri Sud, 2011

103 Zonalocale.it, 2018, <http://www.zonalocale.it/2018/07/13/acqua-ecco-gli-orari-dell-erogazione-in-tutte-le-zone-di-vasto/34398?e=vasto>

104 Pompei L., 2018

105 SASI s.p.a., <https://www.sasispa.it/fognatura/>

106 Bontempo A., 2013, <http://www.ilcentro.it/chieti/le-fogne-di-un-condominio-scaricano-in-mare-1.1225437>

FIG. 33 <sup>107</sup>  
ANDAMENTO ANNUO RIFIUTI A VASTO, 2017

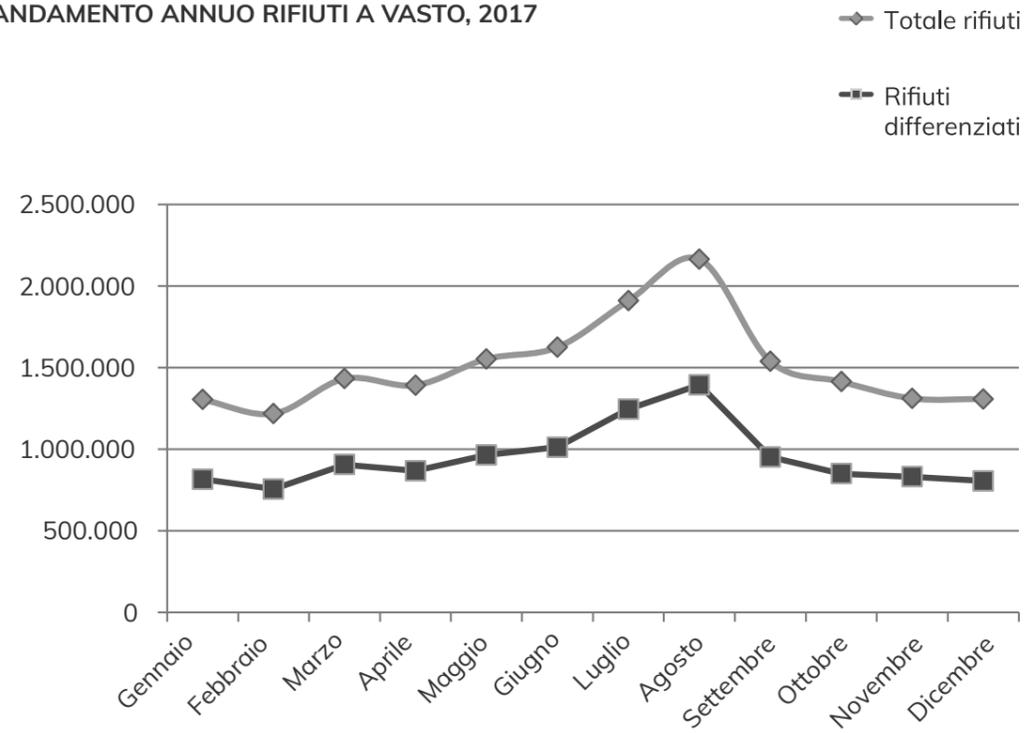
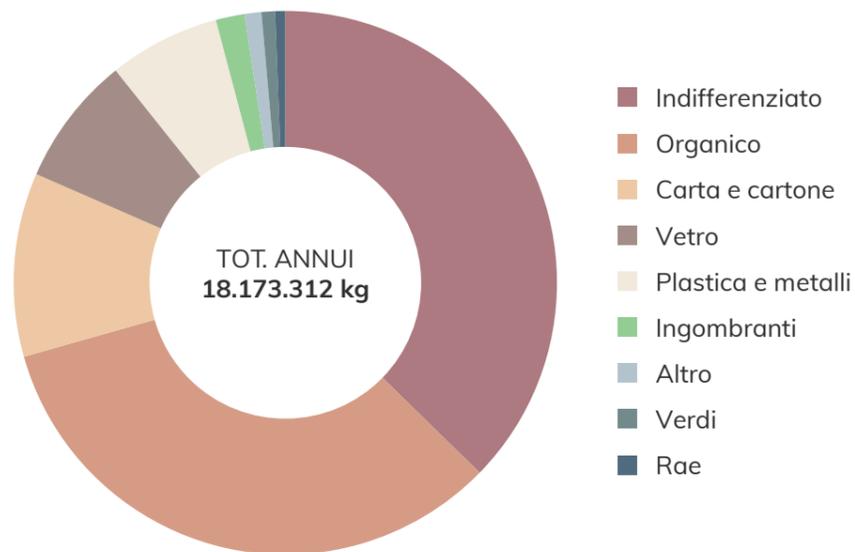


FIG. 34 <sup>108</sup>  
RIPARTIZIONE DELLA RACCOLTA RIFIUTI A VASTO, 2017



107 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "Pulchra Ambiente S.p.A.", <https://www.pulchrambiente.it/report-2017/#>

108 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "Pulchra Ambiente S.p.A.", <https://www.pulchrambiente.it/report-2017/#>

FIG. 35 <sup>109</sup>  
CALENDARIO DI RACCOLTA PER TIPOLOGIA DI RIFIUTO

		Vasto e Marina	Marina 1/06-15/09
Organico	UD	3/7	4/7
	UC	7/7	7/7
Carta e cartone	UD	1/7	1/7
	UC	1/7, 5/7*	5/7
Plastica e alluminio	UD	1/7	1/7
	UC	2/7	7/7
Vetro	UD	1/7	1/7
	UC	2/7	7/7
Secco residuo	UD	2/7	2/7
	UC	2/7	4/7

\* Frequenza presso la Marina di Vasto nel periodo invernale

FIG. 36 <sup>110</sup>  
IMPIANTI DI COMPOSTAGGIO, RICICLO E DISCARICHE NEL TERRITORIO DI VASTO



5 attività di gestione e recupero dei rifiuti al 2017

109 Propria rielaborazione su dati 2016, fonte "Pulchra Ambiente S.p.A."

110 Propria rielaborazione su dati 2017, fonte "Infocamere"

111 Propria rielaborazione su dati 2012 e 2017, fonte "Pulchra Ambiente S.p.A."

112 D. Lgs., 152/2006, [http://www.bossettiegatti.eu/info/norme/statali/2006\\_0152.htm](http://www.bossettiegatti.eu/info/norme/statali/2006_0152.htm)

FIG. 37 <sup>110</sup>  
DATI SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA A VASTO:



62,7%  
di rifiuti differenziati al 2017



+22,7%  
di rifiuti differenziati rispetto al 2012

FIG. 38 <sup>111</sup>  
OBIETTIVI NAZIONALI:



65% entro il 2012



IMG. 8

## 03.12 \ MOBILITÀ URBANA ED EXTRAURBANA

Nel 2011 il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato a Vasto è stato senza dubbio il veicolo a motore privato; a seguire, ma con valori decisamente più bassi, la mobilità lenta (bici e spostamenti a piedi) e infine il mezzo di trasporto pubblico (treno o autobus). (Cfr. FIG. 39)

Per la geografia del territorio, ovvero il dislivello tra la Marina di Vasto e Vasto città, non risulta conveniente la costruzione di una pista ciclabile che funga da collegamento tra i due punti. Però a settembre 2016 è stato inaugurato un servizio di bike sharing elettrico, che al momento conta 4 stazioni alla Marina di Vasto e una nel centro storico della città.<sup>113</sup>

Relativamente agli autobus urbani, d'estate molte lamentele provengono dai turisti, poiché i tratti di costa con le spiagge acciottolate non sono collegate da mezzi pubblici o mal collegate (ovvero tragitti dalla durata anche di un'ora e con pochissime corse al giorno).

Secondo dati ISTAT, nel 2011 l'88,7% della popolazione residente impiegava fino a 30 minuti per spostarsi giornalmente per motivi di lavoro o di studio. La percentuale fornisce quindi una misura dei movimenti quotidiani di **breve durata**. Il 2,6% della popolazione residente si spostava effettuando tragitti più **lunghi**, impiegandoci più di 60 minuti. (Cfr. FIG. 40)

La **mobilità giornaliera per motivi di studio o lavoro** misura i flussi giornalieri di coloro (fino a 64 anni di età) che si recano nel luogo di lavoro o di studio nella città della loro dimora. A Vasto è pari al 58% (la restante parte è costituita da coloro che non si spostano per quelle ragioni dal loro alloggio). Invece il 15,6% della popolazione residente (fino a 64 anni) **si sposta da Vasto**. Quindi quest'ultimo valore fornisce una misura dei flussi di pendolarismo giornalieri in uscita dal territorio comunale.

La **mobilità occupazionale** è del 56,5% ed è il rapporto percentuale tra la popolazione residente che si sposta quotidianamente per motivi di lavoro fuori da Vasto e coloro che invece si spostano al suo interno. Questa percentuale indica che il territorio è in grado di offrire una buona offerta di lavoro rispetto alla domanda. La **mobilità studentesca** è del 9% e indica il rapporto tra coloro che si spostano dalla città per recarsi al luogo di studio e coloro che invece su muovono all'interno della città. Questo 9% probabilmente è rappresentato solo dagli studenti universitari (a Vasto c'è solo una sede distaccata di Scienze Infermieristiche della

Gabriele D'Annunzio) e dai ragazzi che scelgono l'istituto alberghiero o nautico per gli studi superiori, poiché sono le uniche tipologie non presenti nella città. Essendo il valore percentuale piuttosto basso, si può affermare che il comune è in grado di soddisfare la domanda di istruzione e formazione.<sup>114</sup> (Cfr. FIG. 41)

Vasto in linea generale, è ben collegata. L'**aeroporto** più vicino è quello di Pescara, purtroppo però non c'è un collegamento pubblico diretto<sup>115</sup>: si può arrivare alla stazione della provincia e poi spostarsi con la navetta, oppure con una combinazione di vari autobus. I secondi aeroporti per vicinanza sono Fiumicino e Ciampino, con collegamento diretto per il primo. Il **porto** di Punta Penna del territorio di Vasto, è ormai utilizzato solo come scambio merci e deposito. Fino al 2016 invece, vi partivano collegamenti per le Isole Tremiti<sup>116</sup>.

La **stazione** di Vasto-San Salvo è l'unica della città e si trova nella Marina di Vasto. Non c'è l'alta velocità e non ci sono collegamenti verso l'entroterra.

Per quanto riguarda gli **autobus** extraurbani ci sono diverse compagnie che effettuano viaggi diretti e non; tutti i giorni o non, a precisa cadenza settimanale, verso le principali città italiane. A questi si aggiungono gli autobus che si recano nei paesi circostanti e che sono abbastanza intensi durante il periodo scolastico. Vasto è allacciata a due importanti **reti autostradali**, che collegano le località sull'Adriatico e quelle sul Tirreno come Roma: A14 e A24. C'è una **pista ciclabile** che costeggia il lungomare della Marina di Vasto collegandola con la Marina di San Salvo. Inoltre, è in costruzione una ciclovia di grande valore che collega tutta la Costa Teatina, la cosiddetta Via Verde che passa sull'ex tracciato ferroviario<sup>117</sup>. Tale pista potrebbe portare all'aumento dei turisti, attirando per esempio gli amanti del cicloturismo.

<sup>114</sup> ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/14/>

<sup>115</sup> Abruzzo Airport, <http://www.abruzzoairport.com/faq.aspx?lnk=Qeju9wFf1kU=&lang=it>

<sup>116</sup> Wikipedia L'Enciclopedia Libera, [https://it.wikipedia.org/wiki/Porto\\_di\\_Vasto](https://it.wikipedia.org/wiki/Porto_di_Vasto)

<sup>117</sup> Via verde dei Trabocchi, <https://viaverdedeitrabocchi.info/#home>

<sup>113</sup> iBikeAbruzzo, <https://bikeabruzzo.com>

FIG. 39 <sup>118</sup>  
MEZZO UTILIZZATO NEGLI SPOSTAMENTI IN ITALIA E A VASTO PER MOTIVI DI LAVORO O STUDIO, 2011

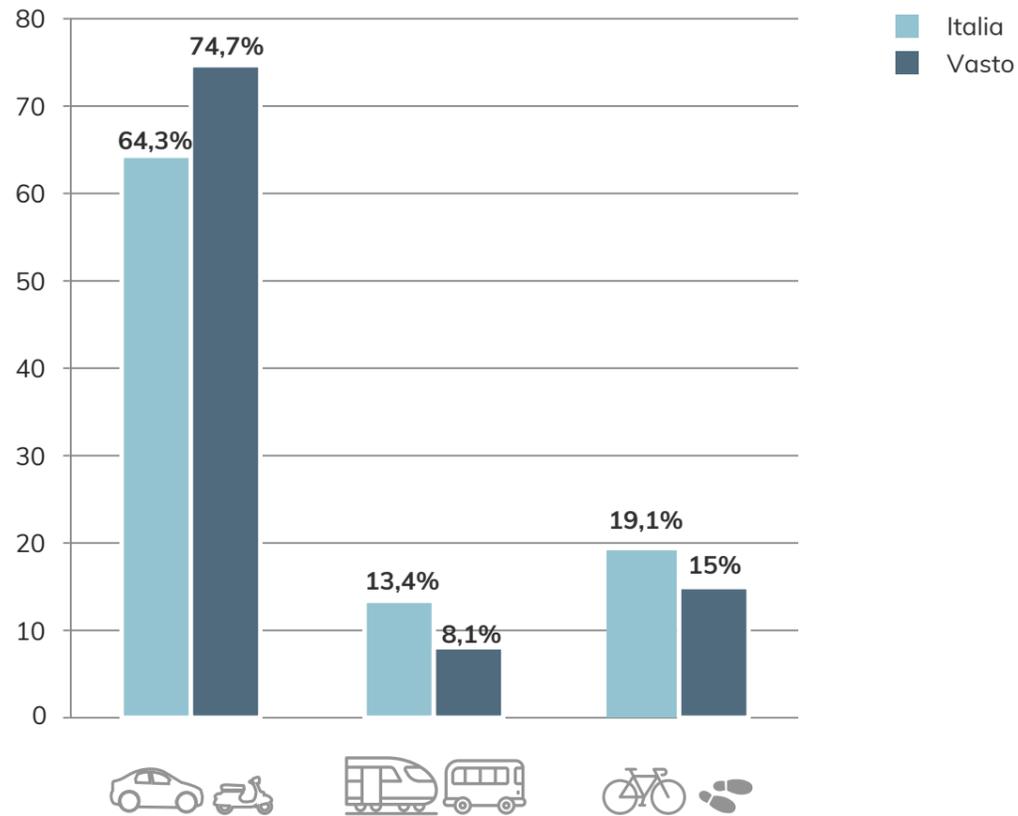
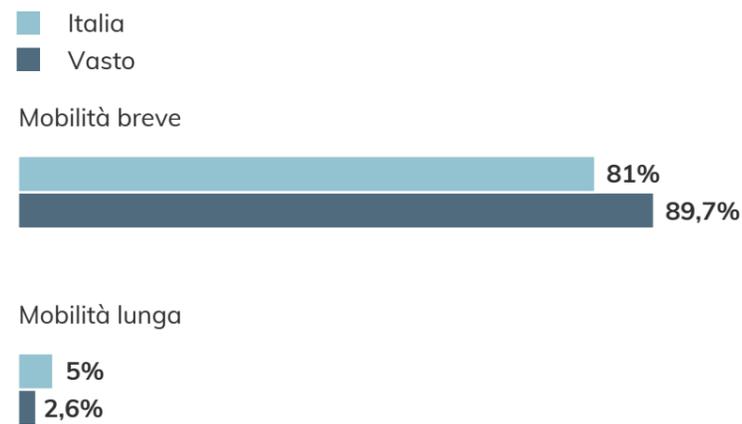


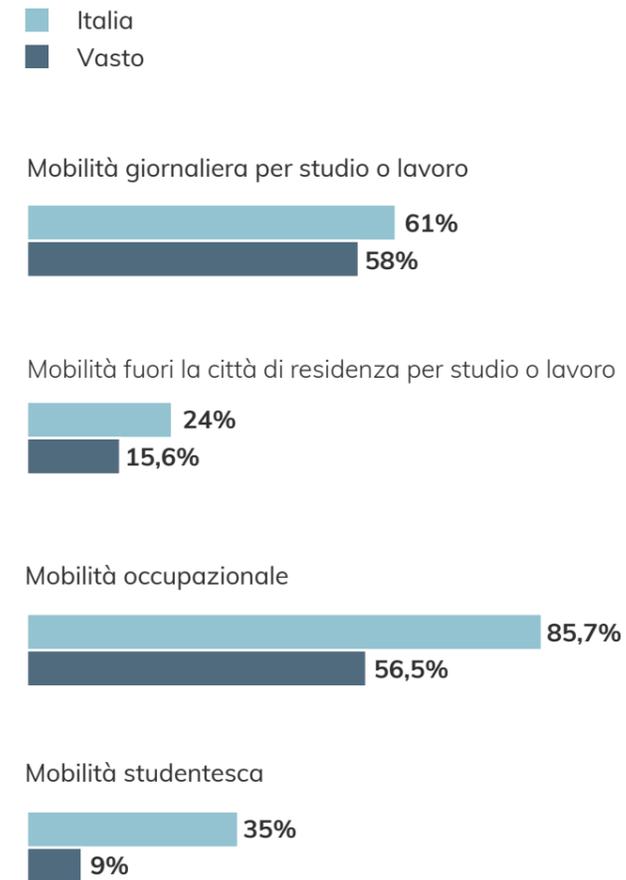
FIG. 40 <sup>119</sup>  
TEMPISTICHE DEGLI SPOSTAMENTI QUOTIDIANI IN ITALIA E A VASTO PER MOTIVI DI LAVORO O STUDIO, 2011



118 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

119 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

FIG. 41 <sup>120</sup>  
SPOSTAMENTI QUOTIDIANI IN ITALIA E A VASTO PER MOTIVI DI LAVORO O STUDIO, 2011



120 Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

121 Registreazioni Pra, 2017, <http://www.comuni-italiani.it/069/099/statistiche/veicoli.html>, ultima consultazione 7/10/20184

FIG. 42 <sup>120</sup>  
PARCO VEICOLARE A VASTO NEL 2016:

34.738  
tot. tutti veicoli  
a motore



618  
auto ogni  
1.000 abitanti



13  
motocicli ogni  
1.000 abitanti



313  
autobus,  
12 linee

### 03.13 \ ASSOCIAZIONI, PROMOZIONE DEL TERRITORIO ED EVENTI

Al 2018 le associazioni presenti a Vasto sono numerose. La categoria maggiore è quella delle "associazioni artistiche culturali e ricreative". Da poco più di un anno si è costituita la **Pro Loco** della città. Questa riunisce una serie di volontari attivi nella promozione e nella valorizzazione del proprio territorio e del proprio paese.<sup>122</sup> (Cfr. FIG. 43)

Oltre alla Pro Loco, sono numerosi gli enti che si occupano di promuovere la città. Tra questi vi è l'**I.A.T.**, ovvero l'ufficio Informazioni e di Accoglienza Turistica, un ente italiano che ha autonomia amministrativa e gestionale. Tra le sue attività vi è la promozione e la propaganda delle risorse turistiche locali, e un servizio informativo e di accoglienza rivolto ai turisti.<sup>123</sup> Balneatori e altre attività commerciali presenti alla Marina di Vasto si sono uniti in un **consorzio** a partire dal 2002. Ben 40 sono le figure coinvolte, che si impegnano ogni anno a proporre eventi al Comune durante la stagione balneare e nel proporre servizi nuovi sul litorale.<sup>124</sup> Un altro **consorzio** di operatori turistici del territorio è quello che nasce da un gruppo di albergatori della città. Nel tempo si sono occupati di promuovere Vasto, cercando di rafforzare i suoi aspetti naturalistici, strutturali e gastronomici. A differenza dell'altro, hanno anche un sito web dedicato.<sup>125</sup> Inoltre il territorio vanta diversi partenariati pubblico/privati che hanno sempre l'obiettivo di valorizzare il comprensorio sul quale operano. Una di queste è una **DMC** (Destination Management Company), "una governance locale e project management aperta all'accesso ed alla partecipazione di operatori pubblici o privati, che elabora e gestisce lo sviluppo turistico riferito ad una o più destinazioni attraverso la partecipazione finanziaria degli attori interessati."<sup>126</sup> La DMC "Costiera dei Trabocchi" agisce su 39 comuni della costa sud dell'Abruzzo. I suoi obiettivi sono quelli di organizzazione, progettazione e gestione di attività ed interventi

per lo sviluppo del turismo sul comprensorio sopracitato.<sup>127</sup>

In Abruzzo sono presenti 13 DMC e 1 **PMC**. Quest'ultima si differenzia dalla prima perché "elabora e gestisce lo sviluppo turistico riferito, invece, ad uno o più prodotti regionali"<sup>128</sup>. La PMC Abruzzo Innovazione Turismo ha individuato 4 linee di prodotto su cui sviluppare la promozione: Borghi, Enogastronomico, Artistico, Culturale e Religioso; Congressuale, Business e Grandi Eventi; Mare; Monti, Parchi ed Ecoturismo.<sup>129</sup> Vasto sarebbe compresa in tre prodotti (Cfr. FIG. 45)

Il **FLAG** (Fisheries Local Action Group) è uno strumento per lo sviluppo di strategie locali per l'implementazione della pesca, acquacoltura e affari marittimi, promosso all'interno del quadro FEAMP 2014/2020. In Abruzzo ce ne sono tre<sup>130</sup> e quello che interessa Vasto è la "Costa dei Trabocchi". Agisce su un comprensorio di 9 comuni della costa sud abruzzese. I suoi obiettivi sono rafforzare la competitività delle zone di pesca e favorire lo sviluppo integrato e sostenibile per mezzo di una progettazione partecipata.<sup>131</sup>

Il **GAL** è un gruppo composto da soggetti pubblici e privati allo scopo di favorire lo sviluppo locale di un'area rurale. Questi come i FLAG gestiscono i contributi finanziari erogati dall'Unione europea.

Il GAL a sua volta fa riferimento ai fondi nell'ambito del programma d'iniziativa comunitaria LEADER+. Vasto fa parte del GAL Costa dei Trabocchi che ingloba 17 comuni della provincia di Chieti. Fornisce supporto alla creazione d'impresa; mira alla riqualificazione del territorio; alla qualificazione della Via Verde; alla valorizzazione dei prodotti agricoli; e alla creazione di reti di produzione e di produttori.<sup>132</sup>

122 Pro Loco Città del Vasto, [https://www.facebook.com/pg/Pro-Loce-Citt%C3%A0-del-Vasto-285813348489618/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Pro-Loce-Citt%C3%A0-del-Vasto-285813348489618/about/?ref=page_internal)

123 Wikipedia, L'Enciclopedia Libera, [https://it.wikipedia.org/wiki/Azienda\\_di\\_promozione\\_turistica](https://it.wikipedia.org/wiki/Azienda_di_promozione_turistica)

124 Cittanet, 2016, [https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus\\_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U](https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U)

125 Golfo D'Oro Vasto, <http://www.vastogolfodoro.it/il-consorzio-2/>

126 Abruzzo Sviluppo s.p.a., 2015, <http://www.abruzzo-sviluppo.it/2015/09/18/turismo-ecco-la-mappa-della-nuova-governance-regionale/>

127 Costiera dei Trabocchi, <http://www.costieradeitrabocchi.it/>

128 Abruzzo Sviluppo s.p.a., 2015, <http://www.abruzzo-sviluppo.it/2015/09/18/turismo-ecco-la-mappa-della-nuova-governance-regionale/>

129 Abruzzo Innovazione turismo, <https://abruzzoinnovatur.it/index.php/pmc-abruzzo/>

130 Finocchiaro S., 2017, <http://www.sentieridigitali.it/impresehascono-flag-italiani-strumenti-sviluppo-locale-partecipativo-zone-costiere-1780>

131 FLAG Costa dei Trabocchi, 2014/2020, [https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione\\_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf](https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf)

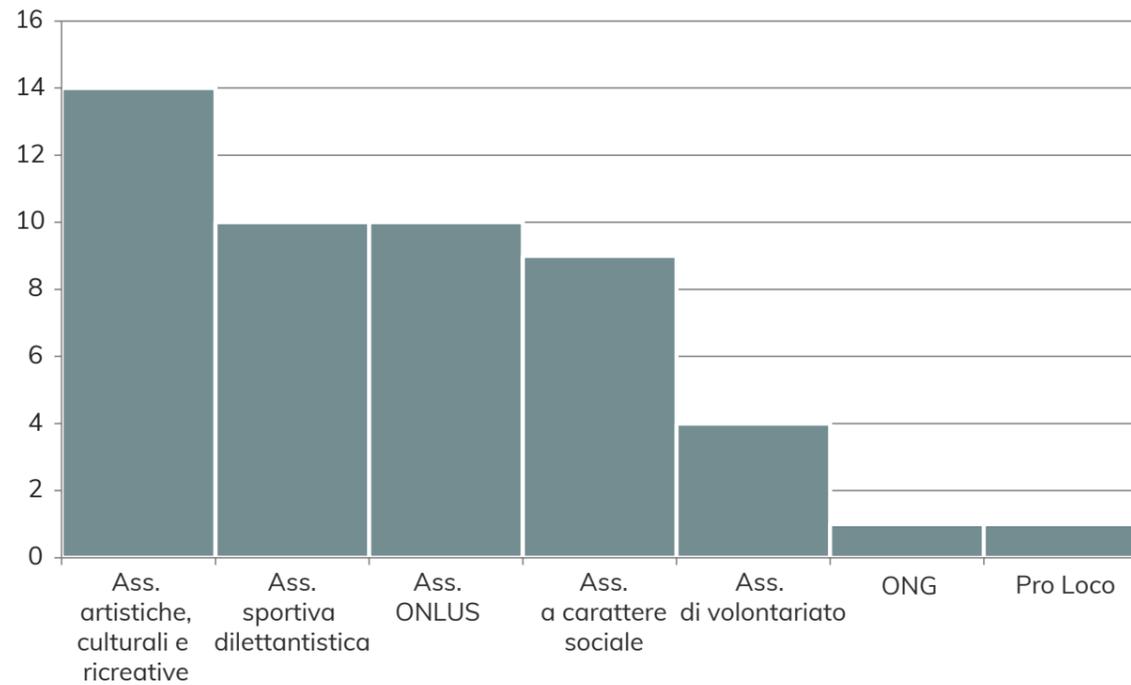
132 GAL Costa dei Trabocchi, 2014/2020, [https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL\\_costa\\_trabocchi.pdf](https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL_costa_trabocchi.pdf)

Molte delle associazioni sopracitate si occupano di organizzare **attività e intrattenimenti**, che devono poi essere approvate dal Comune. È nella stagione estiva che si concentrano la maggior parte degli **eventi**, in particolare tra luglio e agosto. A titolo esemplificativo nel 2018: tra maggio e giugno ci sono stati 11 eventi, a luglio 53 e ad agosto 64, a settembre invece 10<sup>133</sup>. Per le temperature afose sono organizzate per la maggior parte di sera. Alcune hanno la durata di una sola serata, altre investono diversi giorni.

Nel periodo invernale invece le attività sono pressoché legate a tradizioni religiose, come già descritto in precedenza. (Cfr. FIG. 44)

133 Del Vecchio S., 2018, <https://www.vastoweb.com/news/politica/752172/calendario-estivo-della-penna-parlare-di-estate-nera-per-vasto-e-unoffesa>

FIG. 43<sup>134</sup>  
ASSOCIAZIONI A VASTO PER SCOPI, 2018



#### BRAND DEI PARTENARIATI PUBBLICO/PRIVATI PER LO SVILUPPO LOCALE E DEL TURISMO

FLAG



GAL



DMC



NELLA PAGINA SEGUENTE FIG. 44<sup>135</sup>  
TIPOLOGIE DI EVENTI A VASTO, 2018

<sup>134</sup> Propria rielaborazione su dati 2011, fonte "ISTAT"

<sup>135</sup> Propria rielaborazione su dati 2018, varie fonti.

N.B: Non essendoci un sito unico in cui consultare eventi, tale lista quasi sicuramente è incompleta; ha il solo scopo di dare un'idea generale di ciò che offre la città.

Estate Altre stagioni



<sup>136</sup> Propria rielaborazione su dati 2018, fonte "Abruzzo, made in nature, made in Italy", <http://conoscere.abruzzoturismo.it/it/scopri-labruzzo-0>

FIG. 45<sup>135</sup>  
VASTO RIENTRA IN  
3 LINEE DI PRODOTTO  
SECONDO LA PMC:



## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

## C

Comune Del Vasto, 2017, Piano del Demanio Marittimo Comunale. Norme Tecniche di Attuazione - Tabelle, [http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE\\_Generale\\_APPROVAZIONE-Tabelle.pdf](http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE_Generale_APPROVAZIONE-Tabelle.pdf)

Comune Del Vasto, 2015, Piano del Demanio Marittimo Comunale. Norme Tecniche di Attuazione, [http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-PianoSpiaggia\\_NTA\\_APPROVAZIONE.pdf](http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-PianoSpiaggia_NTA_APPROVAZIONE.pdf)

## F

Felice C., 2001, Vasto. *Un profilo storico. Economia, Società, Politica, Cultura*, La Ginestra Editrice, L'Aquila

FLAG Costa dei Trabocchi S.C.A.R.L., 2014/2020, Piano di azione definitivo, [https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione\\_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf](https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf)

## G

GAC Costa dei Trabocchi S.C.A.R.L., 2007, GAC Costa dei Trabocchi. Piano di sviluppo locale, [https://dl-web.dropbox.com/get/PSL\\_GAC\\_COSTADEITRABOCCHI.pdf?w=ea80ce73](https://dl-web.dropbox.com/get/PSL_GAC_COSTADEITRABOCCHI.pdf?w=ea80ce73)

GAL Costa dei Trabocchi, 2014/2020, Piano di Sviluppo Locale Definitivo, Costa dei Trabocchi, [https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL\\_costa\\_trabocchi.pdf](https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL_costa_trabocchi.pdf)

## R

Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017, Movimento clienti nelle strutture ricettive registrato nel comune di Vasto

Regione Abruzzo, 2017, Adeguamento del piano regionale di gestione dei rifiuti

## S

Società cooperativa Excalibur Vasto, 2018, Prospetto riassuntivo delle presenze. Punto informativo - Stella Maris. Estate 2018, Resoconto presenze. Punto informativo - Stella Maris. Venerdì 15 giugno 2018, Sabato 30 giugno 2018, Resoconto presenze. Punto informativo - Stella Maris. Domenica 1 luglio 2018, Domenica 15 luglio 2018, Resoconto presenze. Punto informativo - Stella Maris. Lunedì 16 luglio 2018, Martedì 31 luglio 2018, Resoconto presenze. Punto informativo - Stella Maris. Mercoledì 1 agosto 2018, Mercoledì 15 agosto 2018, Resoconto presenze. Punto informativo - Stella Maris. Giovedì 16 agosto 2018, Venerdì 31 agosto 2018, Resoconto presenze. Punto informativo - Stella Maris. Sabato 1 settembre 2018, Sabato 15 settembre 2018

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

## A

AA. VV., Mestieri Antichi di Vasto: Lu Fàlegname (Il Falegname), [http://www.vastospa.it/html/tradizione/me\\_falegname.htm](http://www.vastospa.it/html/tradizione/me_falegname.htm), ultima consultazione 8/10/2018

Abruzzo Airport, <http://www.abruzzoairport.com/faq.aspx?Ink=Qeju9wFf1kU=&lang=it>, ultima consultazione 1/10/2018

Abruzzo Innovazione turismo, <https://abruzzoinnovatur.it/index.php/pmc-abruzzo/>, ultima consultazione 6/10/2018

Abruzzo, made in nature, made in Italy, Scopri l'Abruzzo, <http://conoscere.abruzzoturismo.it/it/scopri-labruzzo-0>, ultima consultazione 6/10/2018

Abruzzo Sviluppo s.p.a., 2015, Turismo, ecco la mappa della nuova governance regionale, <http://www.abruzzosviluppo.it/2015/09/18/turismo-ecco-la-mappa-della-nuova-governance-regionale/>

Anon., 2016, ANTICHI MESTIERI - Il Falegname, "TG Vasto mixNews", <https://tgvasto.blogspot.com/2016/04/antichi-mestieri-il-falegname.html>, ultima consultazione 8/10/2018

Agenzia delle Entrate, 2017, Banca dati delle quotazioni immobiliari - Risultato, <https://www.wt.agenziaentrate.gov.it/servizi/Consultazione/risultato.php>, ultima consultazione 8/10/2018

ARPA, 2010, Elaborazione dati della qualità dell'aria - Provincia di Ravenna - Rapporto 2010, [https://www.arpae.it/cms3/documenti/\\_cerca\\_doc/aria/ra/ra2010/cap1\\_normativa\\_2010.pdf](https://www.arpae.it/cms3/documenti/_cerca_doc/aria/ra/ra2010/cap1_normativa_2010.pdf)

## B

Bontempo A., 2018, Turismo, per gli operatori estate negativa, "Il Centro", <http://www.ilcentro.it/chieti/turismo-per-gli-operatori-estate-negativa-1.2023142>, ultima consultazione 30/10/2018

Bontempo A., 2018, Allevamento-pilota di ostrica piatta al largo di Vasto, "Il Centro", <http://www.ilcentro.it/chieti/allevamento-pilota-di-ostrica-piatta-al-largo-di-vasto-1.1929157>, ultima consultazione 30/10/2018

Bontempo A., 2018, Vasto, per il piano spiaggia è ancora tutto fermo, "ilnuovo online.it", <http://www.ilnuovoonline.it/2018/03/09/vasto-per-il-piano-spiaggia-e-ancora-tutto-fermo/>, ultima consultazione 5/11/2018

Bontempo A., 2018, Rifiuti urbani, soltanto Pollutri usa il Civeta, "Il Centro", <http://www.ilcentro.it/chieti/rifiuti-urbani-soltanto-pollutri-usa-il-civeta-1.1821785>, ultima consultazione 30/10/2018

Bontempo A., 2017, Raccolta differenziata a Vasto e l'impegno a raggiungere il 'fatidico' 65 per cento, "Histonium.net", <http://www.histonium.net/notizie/attualita/44364/raccolta-differenziata-a-vasto-e-limpegno-a-raggiungere-il-fatidico-65-per-cento>, ultima consultazione 3/10/2018

Bontempo A., 2013, Le fogne di un condominio scaricano in mare, "Il Centro", <http://www.ilcentro.it/chieti/le-fogne-di-un-condominio-scaricano-in-mare-1.1225437>, ultima consultazione 3/11/2018

## C

Ceramiche Liberati, 2017, Campanelle in ceramica tra tradizione e innovazione, <https://www.liberati.net/campanelle-in-ceramica-artigianale/>, ultima consultazione 3/11/2018

Cittanet, 2016, AMMINISTRATIVE VASTO 2016 // Parla il consorzio "Vivere Vasto Marina", [https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus\\_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U](https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U), ultima consultazione 15/10/2018

CRESA, 2014, Il turismo in Abruzzo, <http://www.cresa.it/site/il-turismo-in-abruzzo-2/>

Comune del Vasto, 2014, Lista concessioni, [www.comune.vasto.ch.it/index.php/avvisi-pubblici/187-avvisi-pubblici](http://www.comune.vasto.ch.it/index.php/avvisi-pubblici/187-avvisi-pubblici), ultima consultazione 30/06/2018

## D

Del Vecchio S., 2018, Calendario estivo, "Vastoweb.com", <https://www.vastoweb.com/news/politica/752172/calendario-estivo-della-penna-parlare-di-estate-nera-per-vasto-e-unoffesa>, ultima consultazione 9/11/2018

D. Lgs. 3 aprile 2006, n. 152. Norme in materia ambientale, [http://www.bosettiegatti.eu/info/norme/statali/2006\\_0152.htm](http://www.bosettiegatti.eu/info/norme/statali/2006_0152.htm)

## E

E-R Statistica, 2013, Acqua erogata, <https://statistica.regione.emilia-romagna.it/metadati/glossario/a/acqua-erogata>, ultima consultazione 9/11/2018

## F

Finocchiaro S., 2017, Nascono i FLAG italiani. Strumenti per lo sviluppo locale e partecipativo delle zone costiere, "Sentieri Digitali", <http://www.sentieridigitali.it/impresenascono-flag-italiani-strumenti-sviluppo-locale-partecipativo-zone-costiere-1780>, ultima consultazione 3/10/2018

Flag Costa dei Trabocchi S.C.A.R.L., Le specie ittiche della costa dei trabocchi, <https://www.lestagionidelmare.it/pesci/>, ultima

consultazione 3/10/2018

Flag Costa dei Trabocchi S.C.A.R.L., 2017, *Gli abitanti dell'Adriatico*, <https://www.flagcostadeitrabocchi.it/gli-abitanti-della-driatico/>, ultima consultazione 3/10/2018

## G

Golfo D'Oro Vasto, <http://www.vastogolfodoro.it/il-consorzio-2/>, ultima consultazione 3/10/2018

## I

iBikeAbruzzo, <https://ibikeabruzzo.com>, ultima consultazione 15/09/2018

Infocamere, 2017, *Sedi di impresa per dettaglio ATECO*, <http://statistica.regione.abruzzo.it/portale/it/sedi-di-impresa-dettaglio-ateco>, ultima consultazione 3/10/2018

ISTAT, 2017, *Indicatori demografici, "I.Stat"*, [http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS\\_INDDMOG1](http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_INDDMOG1), ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2017, *Stranieri residenti - Bilancio: Abruzzo*, [http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS\\_INDDMOG1#](http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_INDDMOG1#), ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2015, *Censimento delle acque per uso civile*, <http://siqua.istat.it/SIQual/visualizza.do?id=8888921&refresh=true&language=IT>, ultima consultazione 9/11/2018

ISTAT, 2011, *Condizione professionale o non professionale della popolazione residente*, <http://dati-censimentopopolazione.istat.it/Index.aspx>, ultima consultazione 1/10/2018

ISTAT, 2011, *Occupati per sezioni di attività economica - Dati comunali*, <http://dati-censimentopopolazione.istat.it/Index.aspx>, ultima consultazione 1/10/2018

ISTAT, 2011, *Mercato del lavoro - Disoccupazione, "8milaCensus"*, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/>, ultima consultazione 1/10/2018

ISTAT, 2011, *Imprese e addetti: Abruzzo*, <http://dati-censimentoindustriaeservizi.istat.it/Index.aspx?lang=it>, ultima consultazione 1/10/2018

ISTAT, 2011, *Livello di istruzione, "8milaCensus"*, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/9/>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, *Grado di istruzione della popolazione residente di 6 anni e più*, <http://dati-censimentopopolazione.istat.it/Index.aspx?lang=it>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, *Abitazioni ed edifici per tipo di località abitata*, <http://dati.istat.it/#>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, *Patrimonio abitativo, "8milaCensus"*, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/7/>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, *Potenziali difficoltà materiali e sociali, "8milaCensus"*, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/15/>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, *L'indice di vulnerabilità sociale e materiale, "8milaCensus"*, [http://ottomilacensus.istat.it/fileadmin/download/Indice\\_di\\_vulnerabilit%C3%A0\\_sociale\\_e\\_materiale.pdf](http://ottomilacensus.istat.it/fileadmin/download/Indice_di_vulnerabilit%C3%A0_sociale_e_materiale.pdf)

ISTAT, 2011, *Occupazione, "8milacensus"*, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/13/>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, *MOBILITÀ | Spostamenti quotidiani, "8milacensus"*, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/14/>, ultima consultazione 7/10/2018

## P

Pompei L., 2018, *Rischio emergenza idrica: il sindaco di Vasto interroga la Sasi, "Rete8.it"*, <http://www.rete8.it/cronaca/123rischio-emergenza-idrica-sindaco-vasto-interroga-la-sasi/>, ultima consultazione 14/07/2018

Provincia di Chieti, *Artigianato Artistico della Provincia di Chieti*, <http://www.provincia.chieti.it/artigianatoartistico>, ultima consultazione 1/10/2018

Pulchra Ambiente S.p.A, <https://www.pulchrambiente.it/report-materiali-raccolti/>, ultima consultazione 3/10/2018

Pulchra Ambiente S.p.A., 2017, *Grafico anno 2017*, <https://www.pulchrambiente.it/report-2017/#>, ultima consultazione 3/10/2018

Pulchra Ambiente S.p.A., 2016, *Carta dei servizi. Servizio di igiene urbana nella città del Vasto*, <http://www.pulchrambiente.it/wp-content/uploads/2017/07/Carta-dei-Servizi.pdf>

Pulchra Ambiente S.p.A., 2012, *Grafico anno 2012*, <https://www.pulchrambiente.it/report-2012/>, ultima consultazione 3/10/2018

## R

Registrazioni Pra, 2017, *Parco veicolare a Vasto, "Comuni-Italiani.it"*, <http://www.comuni-italiani.it/069/099/statistiche/veicoli.html>, ultima consultazione 7/10/2018

Registro Imprese, <http://www.registroimprese.it/web/guest/home>, ultima consultazione 5/10/2018

## S

SASI s.p.a., *SERVIZIO FOGNATURA*, <https://www.sasispa.it/fognatura/>, ultima consultazione 4/10/2018

Statistica Regione Abruzzo, *Coltivazioni biologiche e DOP-IGP - 2010*, <http://statistica.regione.abruzzo.it/portale/it/coltivazioni-biologiche-e-dop-igp-2010>, ultima consultazione 4/10/2018

Statistica Regione Abruzzo, *Utilizzo dei terreni e coltivazioni - 2010*, <http://statistica.regione.abruzzo.it/portale/it/utilizzo-dei-terreni-e-coltivazioni-%E2%80%93-2010>, ultima consultazione 4/10/2018

## T

Terre dei Trabocchi, <http://www.visitterredeitrabocchi.it/?lang=it>, ultima consultazione 3/10/2018

TUTTITALIA.IT, 2017, *Indici demografici e Struttura Abruzzo*, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/indici-demografici-struttura-popolazione/>, ultima consultazione 15/06/2018

TUTTITALIA.IT, 2017, *Distribuzione della popolazione 2017 - Vasto*, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/popolazione-eta-sesso-stato-civile-2017/>, ultima consultazione 15/06/2018

TUTTITALIA.IT, 2017, *Popolazione Vasto 2001-2017*, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>, ultima consultazione 7/10/2018

TUTTITALIA.IT, 2017, *Movimento naturale della popolazione*, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>, ultima consultazione 7/10/2018

TUTTITALIA.IT, 2017, *Flusso migratorio della popolazione*, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>, ultima consultazione 7/10/2018

TUTTITALIA.IT, 2017, *Distribuzione per area geografica di cittadinanza*, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/cittadini-stranieri-2017/>, ultima consultazione 15/06/2018

## V

Via verde dei Trabocchi, <https://viaverdedeitrabocchi.info/#home>, ultima consultazione 7/10/2018

## W

Wikipedia L'Enciclopedia Libera, *Porto di Vasto*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Porto\\_di\\_Vasto](https://it.wikipedia.org/wiki/Porto_di_Vasto), ultima consultazione 1/10/2018

Wikipedia, L'Enciclopedia Libera, *Azienda di promozione turistica*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Azienda\\_di\\_promozione\\_turistica](https://it.wikipedia.org/wiki/Azienda_di_promozione_turistica), ultima consultazione 1/10/2018

## Z

Zonalocale.it, 2018, *Acqua, ecco gli orari dell'erogazione in tutte le zone di Vasto, "Zonalocale.it"*, <http://www.zonalocale.it/2018/07/13/acqua-ecco-gli-orari-dell-erogazione-in-tutte-le-zone-di-vasto/34398?e=vasto>, ultima consultazione 14/07/2018

**IMMAGINI**

IMG. 1.

Chain M., *Time lapse photography of people walking on pedestrian lane*, <https://www.pexels.com/photo/time-lapse-photography-of-people-walking-on-pedestrian-lane-842339/>

IMG. 2

rawpixel.com, *Yellow and green hard hat on rack*, <https://www.pexels.com/photo/yellow-and-green-hard-hat-on-rack-1329061/>

IMG. 3

Fotografia propria

IMG. 4

Fotografia propria

IMG. 5

Ungaro F., 2012, *Brown Hotel Signage*, <https://www.pexels.com/photo/light-night-hotel-lamp-96444/>

IMG. 6

Google Earth Pro, 2017, dati mappa "SIO, NOAA, U.S. Navy, NGA, GEBCO"

IMG. 7

Fotografia propria

IMG. 8

paulox\_net, Wikimedia Commons, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Visuale\\_da\\_Punta\\_Penna,\\_del\\_porto\\_di\\_Vasto\\_\(CH\)-\\_panoramio.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Visuale_da_Punta_Penna,_del_porto_di_Vasto_(CH)-_panoramio.jpg)

IMG. 9

Negative Space, 2015, *Bus Interior*, <https://www.pexels.com/photo/people-sitting-bus-seats-34171/>

IMG. 10

Fotografia propria

**04 \**  
**Databook -**  
**Ricerca sul campo**

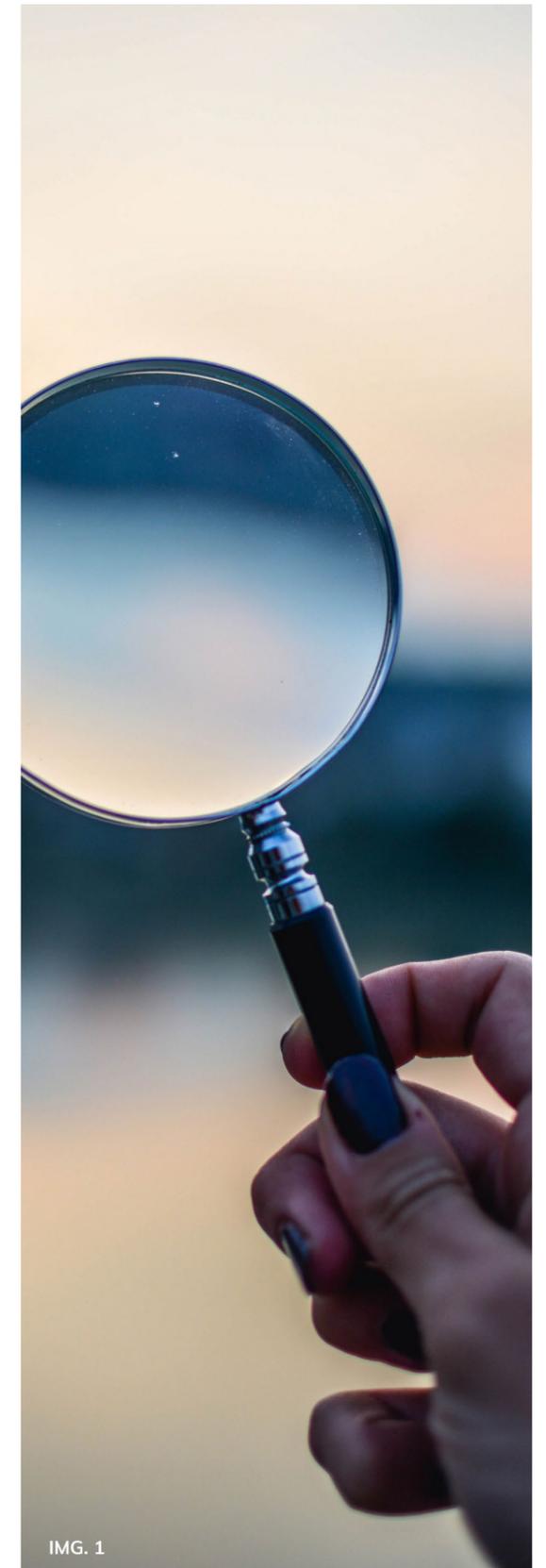
## 04.1 \ METODOLOGIA

Dopo la fase iniziale di ricerca desk, utile per la contestualizzazione della situazione e per la formazione di conoscenze prelieve sul tema della balneazione, è iniziata la seconda fase, quella di **ricerca sul campo**. Questa parte vede il passaggio dalla visione macro e generica del territorio ad una micro; si tratta sempre di una raccolta dati, di natura sia qualitativa che quantitativa, ma con la differenza dell'**esperienza diretta**.

Il primo passo dopo la mappatura degli stabilimenti balneari è stato prendere i **primi contatti con i gestori**, al fine di individuare un lido su cui effettuare l'analisi sistemica. Sin da subito ne sono stati esclusi alcuni, ovvero quelli che fornivano solo il servizio ombreggio. Suscitato l'interesse di 4 stabilimenti si è poi operata una seconda scrematura andando ad escludere i lidi che non avevano il servizio di ristorazione. Questo perché si voleva studiare una situazione quanto più completa possibile.

La ricerca sul campo si è divisa in due parti svolte anche in contemporanea: l'**osservazione qualitativa**, iniziata a luglio, e la **somministrazione di questionari cartacei** alla clientela dello stabilimento ad agosto al fine di avere anche un buon numero di dati quantitativi.

Il lido preso in esame, d'ora in poi sarà definito "Caso-Studio" per una questione di privacy.



IMG. 1

## 04.2 \ OSSERVAZIONE QUALITATIVA



FIG. 1  
VISTA AEREA DELLO STABILIMENTO BALNEARE CASO - STUDIO

Lo stabilimento balneare preso in esame è situato in una zona abbastanza centrale del lungomare. Si tratta di un locale storico risalente al 1952 e tramandato di padre in figli. Fu uno dei primi ad essere costruito a Vasto. Ha un'area di 3.398,25 mq e consta di una struttura fissa con servizio bar e ristorazione. Il lido è uno dei pochi ad avere sia sito web che pagina facebook. È aperto generalmente da aprile a fine settembre. Durante l'estate fa sia pranzi che cene, mentre per il restante periodo offre il servizio solo a pranzo. Di sera diventa uno dei locali "in" della marina, ospitando dj di fama nazionale.

L'osservazione qualitativa effettuata puntava ad indagare il **complesso sistema delle relazioni** all'interno dello stabilimento. I gestori del lido erano stati informati del percorso che sarebbe stato svolto e della presenza in campo anche piuttosto costante.

Si è prestata particolare attenzione ai flussi dei bagnanti, alla loro composizione in termini di età e relazioni parentali, alle loro abitudini, ai loro passatempi, all'utilizzo dell'acqua, e alla fruizione del servizio bar e ristoro. Sono state anche **annotate le azioni**, ad esempio gli

atteggiamenti diversi nei confronti dello smistamento dei rifiuti da parte dei bambini e degli adulti, **appuntate occasionali verbalizzazioni, opinioni e affermazioni** rilasciate dai clienti durante il periodo di permanenza. Dal punto di vista della struttura è stata analizzata: la **fruizione degli spazi** da parte dei bagnanti, la distribuzione dei secchi della **raccolta differenziata**, gli **orari** di punta, l'offerta di **cibo e bevande**, la presenza o meno di determinati servizi come spazi adibiti allo sport, la vicinanza dello stabilimento a parcheggi e fermate dell'autobus. Dal punto di vista dei gestori il loro rapporto con la clientela e il rapporto dei dipendenti con i bagnanti. Da sottolineare che in questa fase di ricerca non sono state effettuate indagini approfondite in un campo specifico, come l'analisi dei flussi del cibo o dell'acqua, perché l'obiettivo era quello di partire da zero, senza preconcetti su un possibile sviluppo della tesi. Lo scopo quindi era di capire se ci fossero dei **punti di debolezza su cui agire** per trasformarli in punti di forza, oppure delle **potenzialità da far maturare**. Per operare con metodologia è stato effettuato un **programma** che prevedeva la copertura dell'osservazione in vari momenti della giornata

e in diversi giorni della settimana e il confronto con l'aumentare e poi diminuire degli afflussi turistici nei mesi di luglio e agosto. L'osservazione è terminata definitivamente nella seconda settimana di settembre.

### PERSONE

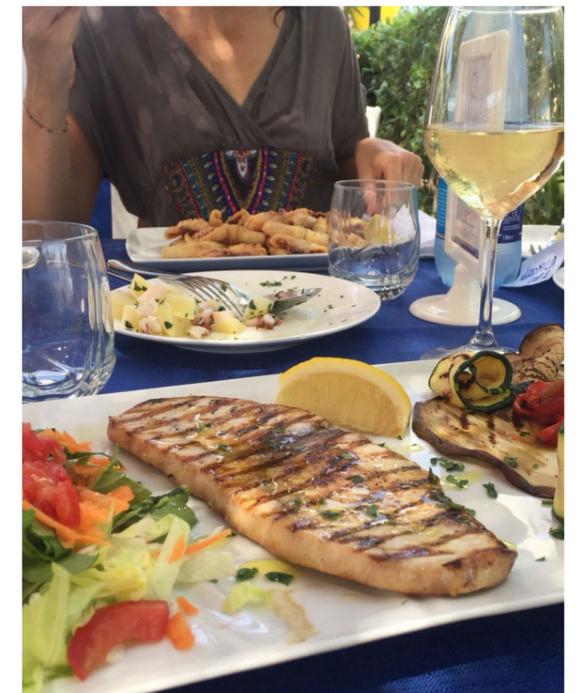
Il lido è frequentato soprattutto da famiglie con bambini e anziani. I giovani sono davvero pochi, e spesso hanno solo l'affitto giornaliero. Si vedono molto anche nonni con nipoti e gruppi anche di tre generazioni. Lo stabilimento è frequentato più da turisti che da locali, ma quasi tutti sono storici clienti. Infatti interagiscono molto tra di loro e le persone si ritrovano a "fare gruppo". Non a caso i genitori si sentono liberi di lasciar scorazzare i figli per spiaggia senza doverli tenere sotto controllo, a dimostrazione di un'atmosfera di fiducia reciproca, compresa quella con i titolari sempre presenti sul posto. Il lido ospita spesso gruppi di persone, ad esempio tramite contatti con agenzie di viaggio oppure scolaresche nel periodo di settembre o squadre di giocatori in trasferta. Purtroppo sia l'assenza di campi sportivi che il volume molto basso della musica (contrariamente a quanto accade negli altri lidi, dove spesso è assordante e invadente) fungono da barriera per i gruppi di ragazzi. Diversamente avviene di sera, quando ci sono molti giovani e soprattutto in occasione di serate musicali si trasforma nel locale alla moda dove tutti si recano.



IMG. 2  
Serata disco presso il lido Casò-Studio

### CIBO

Per quanto riguarda il flusso dei cibi, sono state effettuate interviste apposite al titolare per capire la generale provenienza dei prodotti. Il pescato viene acquistato all'ingrosso (e non da un intermediario del mercato ittico), principalmente si scelgono specie locali con l'aggiunta di altre importate come il salmone, l'orata (proveniente da allevamenti che in zona non ci sono) e, nei flussi più intensi, per coprire la mancanza dei quantitativi di pesce della zona, gamberi e calamari. I molluschi bivalvi provengono da un'allevamento di mitili situato nelle acque del demanio di Vasto. Il pesce viene acquistato dal pescivendolo solo quando ci sono ordinazioni del Brodetto alla Vastese.



IMG. 3  
Piatto con trancio di pesce spada

Risulta curioso, ma questo avviene un po' generalmente ovunque, che, per mangiare un piatto della tradizione e con pescato esclusivamente del posto (che sia da strascico o da piccola pesca) il cliente debba operare una prenotazione, seguita dall'approvvigionamento del pesce dalla pescheria. Ciò non significa che i pesci richiesti per la zuppa siano rari, ma l'esatto opposto, sono proprio le specie più pescate ma essendo poco richieste non vengono proprio proposte. Il consumatore infatti sceglie carni più famose o più semplici da mangiare (ad esempio con poche spine). Olio, vino, pasta e latticini sono tutti abruzzesi. Ortaggi, verdura e frutta vengono acquistati dal fruttivendolo. La carne è invece importata da

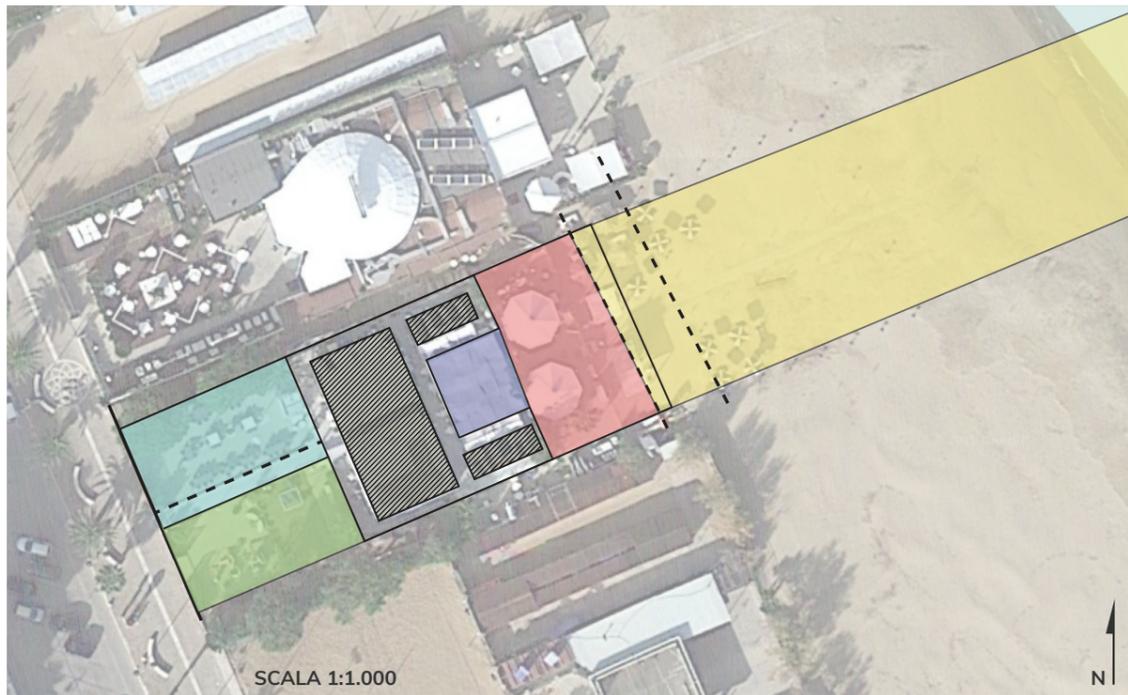


FIG. 2  
VISTA AEREA DELLO STABILIMENTO BALNEARE CASO - STUDIO, ZONE EVIDENZIATE

altre regioni, così come i dolci. Anche in questo caso vengono proposte tipicità di altre regioni d'Italia come babà e cannoli siciliani ma non quelli locali. Da questo punto di vista è comunque lodevole il fatto che si evitino i classici croissant della grande distribuzione, preferendo invece cornetti da panificio locale. Cibo non impegnativo e finger food non è presente, se non le pizze che loro stessi preparano al mattino. Ad esempio non ci sono proposte di panini e tramezzini. I gelati sono solo confezionati sebbene abbiano i pozzetti per quelli artigianali. La clientela ha abitudini abbastanza distinte per fasce di età: al di fuori dei pasti principali i bambini fanno colazione e merenda con i gelati. Al contrario gli adulti si concedono giornalmente il caffè dopo pranzo; colazione solo nei weekend e aperitivi con birre e snack quasi tutti i giorni, con un'impennata nel periodo di agosto dove sembra che le persone siano più predisposte a consumare. Una buona percentuale di bagnanti non resta in spiaggia anche durante l'ora di pranzo, rientra in casa e poi vi torna nel pomeriggio. Altri invece si fermano anche per i pasti, non necessariamente mangiando al ristorante, ma anche accontentandosi di qualche pizza o con del cibo pronto acquistato o preparato da casa.

Il ristorante è comunque molto più frequentato a pranzo che di sera. Inoltre nei weekend di agosto viene usata come "sala" anche l'area antistante la spiaggia.



IMG. 4  
Ingresso allo stabilimento balneare

## FRUIZIONE SPAZI

Le zone evidenziate in verde e azzurro sono quelle che affacciano sulla strada. Le due aree sono molto ampie e divise da una passerella (Cfr. IMG. 4). Nella parte verde c'è un'area gioco per bambini (Cfr. IMG. 5) e nell'altra tavolini e divanetti (Cfr. IMG. 6). Entrambe sono pressoché inutilizzate nel periodo estivo (tranne che dai bambini, che pur di giocare sfidano il calore) perché sempre esposte al sole e senza ripari. I clienti approfittano di questo spazio inutilizzato per parcheggiare bici e moto. Sono infatti assenti rastrelliere e parcheggi gratuiti nelle immediate vicinanze. Nel periodo serale, la fruizione delle due zone dipende principalmente da eventi esterni che possono distogliere l'attenzione dal lido. Al contrario, nel periodo primaverile quell'ampia area è sempre sfruttata perché intercetta i flussi di persone che passeggiano sul lungomare e sostano per drink e aperitivi. La zona in magenta (Cfr. IMG. 7) evidenzia invece gli spazi che affacciano direttamente sulla spiaggia e quella in viola (Cfr. IMG. 8) indica l'area dedicata alla ristorazione, che quindi se ne può usufruire solo lontano dai pranzi e dalle cene. La prima è poco sfruttata di mattina e nel pomeriggio per via del calore che la sabbia emana, ma è ricca di vita verso il tramonto quando i bagnanti si accingono a fare aperitivi. Tale spazio è anche sfruttato per feste private e banchetti.

In più c'è da dire che durante le serate con ospiti dj, tutto il mobilio cambia disposizione, compresi gli ombrelloni, per creare più spazio per area dance.



IMG. 7  
Area magenta



IMG. 5  
Area verde



IMG. 6  
Area azzurra



IMG. 8  
Area viola

Poi c'è la struttura fisica vera e propria. Gli spazi interni sono poco frequentati: l'area bar (Cfr. IMG. 9) funge solo da passaggio e per la pausa caffè al bancone. La sala (Cfr. IMG. 10) è ovviamente utilizzata solamente nei pasti e presenta un ritaglio di spazio come "ufficio" amministrativo del lido. L'afflusso di questa zona, e di quella esterna adibita alla ristorazione, varia in base a vari fattori. Ad esempio, nei weekend e nel periodo che va da fine luglio ad agosto, ai pranzi c'è sempre il pienone. Invece di sera e negli infrasettimanali di giugno e nel primo periodo di luglio non sono al completo neanche per la metà.

La spiaggia (Cfr. IMG. 11) ha 105 ombrelloni ed è caratterizzata da baldacchini in legno nella parte più lontana della battigia e poi ombrelloni di due tipi, hawaiani e classici.

Da segnalare come siano davvero poco strategici i servizi igienici, unici sia per la spiaggia che per il ristorante, ciò fa sì che si crei all'ora di pranzo l'ingorgo tra clienti della sala e i bagnanti che vanno via, che si fermano per cambiarsi e sistemarsi.

## RIFIUTI

I rifiuti da smaltire rappresentano un problema per il lido nella misura in cui vengono bene o male differenziati. Spesso accade che i dipendenti debbano redistribuire gli scarti per non rischiare sovvenzioni da parte del servizio di raccolta. In ogni caso i cestini per la differenziata sono pochi e posti solamente tra la spiaggia e lo stabilimento (Cfr. IMG. 12). Tutti gli altri sono di tipo misto e ne sono davvero tanti (tranne che sulla sabbia dove sono proprio assenti).

È stato evidenziato che il bidone che si riempie più facilmente è quello della carta, quando all'ora di pranzo finiscono per confluire diversi cartoni della pizza. È presente anche il secchio dell'umido ma con busta non idonea perché le classiche compostabili non sopporterebbero il peso del contenuto (Cfr. IMG. 13). Per la cucina e il bar ci sono invece i bidoni appositi (Cfr. IMG. 14), a cui la clientela non ha accesso.

Come anticipato, è stato notato un diverso atteggiamento tra adulti e bambini. Questi ultimi molto attenti alla corretta differenziazione, probabilmente perché insegnata a scuola, mentre gli adulti poco diligenti. Aprendo un secchio a caso tra plastica, carta e vetro si riscontrano rifiuti misti.



IMG. 9  
Area bar



IMG. 10  
Sala ristorante



IMG. 11  
Spiaggia

## ACQUA

Il lido non possiede un'infrastruttura per il riutilizzo dell'acqua interna.

La gestione idrica si è presentata come problema sin da subito. Capita spesso infatti che l'acqua si esaurisca all'ora di pranzo e nel tardo pomeriggio nei periodi con i flussi più intensi di turisti e gli stessi clienti della sala si ritrovano impossibilitati anche a lavarsi le mani. Questo disagio è molto sentito dalla clientela, che esige giustamente acqua a tutte le ore. Essendo un problema perenne i gestori avevano aggiunto un ulteriore serbatoio a quello già presente, ma anch'esso si è rivelato insufficiente. Certo la fontanella lavapiedi gratuita e la doccia fredda a soli 0,20 € potrebbe spingere i bagnanti a farsi più docce di quante necessarie.

## ENERGIA RINNOVABILE

Il lido non fa uso di pannelli fotovoltaici e solari, sebbene in passato siano stati montati per iniziativa della regione (e poi tolti).

## INTERVISTE AI GESTORI

Durante la ricerca sul campo sono state effettuate anche delle interviste mirate ai titolari dello stabilimento, volte a chiarire alcune situazioni non direttamente osservabili come la tipologia di affitti dell'ombreggio, l'uso o meno di materiali ecocompatibili, le modalità di prenotazione dell'ombrellone o del ristorante, se avessero notato o meno delle lamentele ricorrenti da parte dei clienti e se avevano degli appunti da fare a proposito della gestione Comune del Vasto.



IMG. 12  
Secchi della raccolta differenziata posti prima della spiaggia



IMG. 13  
Secchio dell'umido con busta non compostabile



IMG. 14  
Secchi per i dipendenti

## CONFRONTO

Per capire se le situazioni evidenziate, in particolare composizione della clientela, acqua, rifiuti, energia e cibo fossero valide per tutti, sono stati effettuati dei **brevi sopralluoghi anche negli altri stabilimenti**. Poiché determinate analisi non potevano essere effettuate con osservazione qualitativa, alcuni gestori sono stati **contattati telefonicamente** a chiusura della stagione per delle domande dirette e per avere un bilancio complessivo della situazione.

È risultato per esempio che il problema di gestione dell'acqua fosse particolarmente grave nel Caso-Studio ma non negli altri, dove questa era risultata meglio organizzata, almeno per l'anno 2018 (diversamente era avvenuto negli anni precedenti). Ciò comunque non toglie che nell'intera città la gestione idrica estiva sia un grave problema non ancora risolto, soprattutto causato dall'aumento esponenziale dei flussi turistici.

Per quanto riguarda la composizione della clientela questa è piuttosto varia e dipende dal format che assume il lido. Stabilimenti con campi sportivi e musica ad alto volume sono generalmente preferiti dalla fascia di età che va dai 15 ai 40-45 anni. Viceversa, anziani e famiglie prediligono bagni più silenziosi. Questa è ovviamente una tendenza generale, poi tutti presentano una composizione mista.

Per la filiera del cibo è risultato che un buon numero di stabilimenti, non avendo la cucina e la licenza per cucinare, proponesse comunque dei piatti alla clientela. Ciò tramite un servizio di preparazione esterno ed interno, si preparano piatti che non richiedono il cucinare, come insalate, panini ma anche basi di pizze surgelate a cui basta aggiungere solo il condimento. Tenzialmente questa preparazione veloce fa abbassare di gran lunga la qualità dei piatti proposti. Ad esclusione magari dell'insalata che può essere acquistata dal contadino, il resto è tutto confezionato e proveniente da grande distribuzione. Si perde totalmente il fattore delle tipicità di zona che non risultano affatto proposte o al massimo provenienti da filiere industriali che non hanno nulla a che vedere con le lavorazioni artigianali (esempio i salumi che vengono spacciati per ventricina). Proporre prodotti locali di bassa qualità per risparmio, ritenendo il turista non in grado di notare la differenza, provoca un grave danno alla visibilità delle vere eccellenze, il cui valore ai suoi occhi si abbassa.

In realtà la situazione non si discosta di molto nemmeno nei lidi con ristorazione, dove non c'è

un particolare interesse nella ricerca di materie prime di qualità e si punta generalmente al risparmio.

Un problema comune è risultato quella della raccolta differenziata; addirittura in un lido c'è un dipendente che si occupa giornalmente del controllo per evitare sanzioni o il mancato ritiro dei rifiuti. È stata riscontrata da una parte una lacuna nella capacità dei bagnanti di effettuare lo smistamento e dall'altra un eccesso di pigrizia e disinteresse che sfocia non nello gettare tutto nel secco residuo, quanto di gettare tutto in tutta la differenziata. Quindi si ritrovano cartoni della pizza dentro la raccolta del vetro o bottiglie di pastica dentro quella della carta.

Per quanto riguarda l'energia, dei titolari intervistati solo due lidi hanno i pannelli solari per il riscaldamento dell'acqua e nessuno quello fotovoltaico.

## 04.3 \ SONDAGGIO

Durante la fase di rilievo olistico è emersa la necessità di conoscere e avere opinioni dirette dai bagnanti. È stato così elaborato e redatto un questionario su misura per il caso-studio.

L'obiettivo era quello di:

- individuare le preferenze dei clienti di quel lido, per poi estrapolarne delle informazioni comuni a tutti i bagni della Marina di Vasto;
- individuare le criticità del lido;
- più in generale, informarsi sulla sensibilità della clientela riguardo le problematiche ambientali.

Il sondaggio è stato distribuito sulla spiaggia in due date: sabato 4 agosto e venerdì 24 agosto, su approvazione della Capitaneria di Porto di Vasto e dei titolari dello stabilimento. I clienti erano stati informati un giorno prima, tramite avvisi cartacei apposti presso le vetrine del locale, in posizioni strategiche. I questionari compilati sono stati in totale 113 su 122 distribuiti (da precisare che il lido ha 105 ombrelloni).

Si annota che i bagnanti sono stati particolarmente collaborativi e incuriositi dal progetto di tesi e hanno fornito di loro spontanea volontà ulteriori pensieri e opinioni su diverse tematiche.

I 113 questionari sono stati codificati e tramite la codifica, sono state calcolate le distribuzioni di frequenza ed effettuati tutti gli incroci tra varie variabili tra cui: "sesso", "under 40/over 40", "tipologia di partecipante" (ovvero turista/residente), e "provenienza nord-sud-locali". Nelle pagine successive sono stati riportati solo i casi in cui le differenze tra variabili o fattori sono risultati potenzialmente di interesse ai fini degli ambiti di progetto.

Una copia del sondaggio, nella versione italiana (è stata anche redatta una copia in inglese), è apparsa come allegato alla fine della tesi.

## UTENTE LIDO CASO-STUDIO

### SESSO CAMPIONE & ETÀ FIG. 1,2

Come immediatamente percepibile dal grafico FIG. 1, il campione è formato maggiormente da donne, mentre gli uomini sono un po' di più della loro metà. Gli over 40 sono più degli under 40 e c'è una piccola parte (6%) che non ha specificato i propri anni.

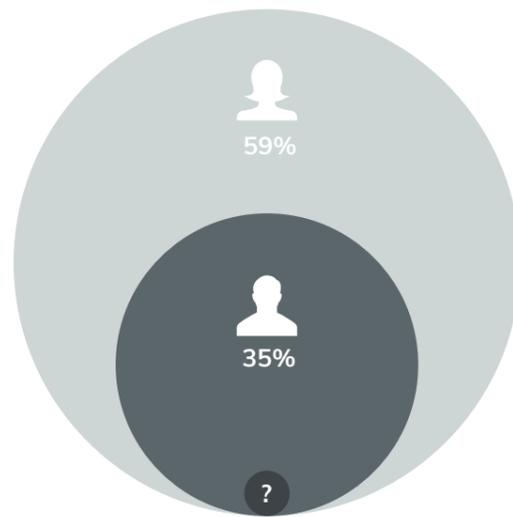


FIG. 1

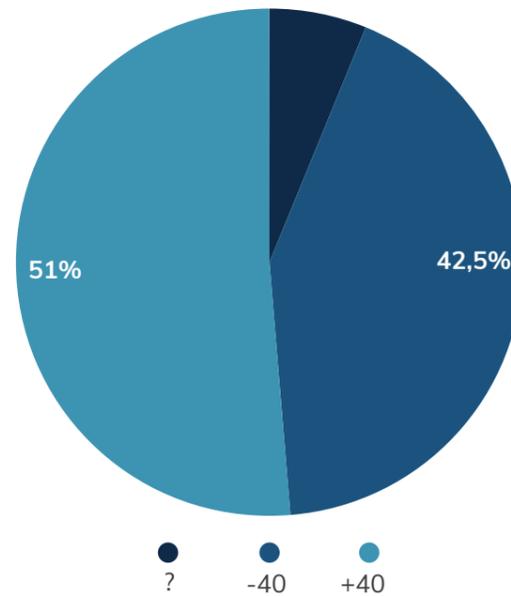


FIG. 2

### TIPOLOGIA & PROVENIENZA DEL CAMPIONE

FIG. 3

Il lido è frequentato quasi esclusivamente da italiani, in particolar modo da turisti. Una sola persona del campione è inglese. In entrambe le giornate di sondaggio, non si ha avuto la fortuna di sottoporre il questionario ad altri villeggianti stranieri. In ogni caso, come rilevato nelle occasioni di osservazione qualitativa, questi non sono mai stati più di una decina in totale. Secondo i titolari le provenienze più frequenti sono state dagli Stati Uniti, Russia, appunto Inghilterra e molto raramente da Paesi Bassi, Svizzera e Germania.

Tornando invece al turista italiano, questo si compone in larga parte da persone provenienti

- ?
- Residenti
- Turisti
- Resto del Centro/Sud
- Nord
- Abruzzo/Molise
- Inghilterra
- Provenienza non specificata

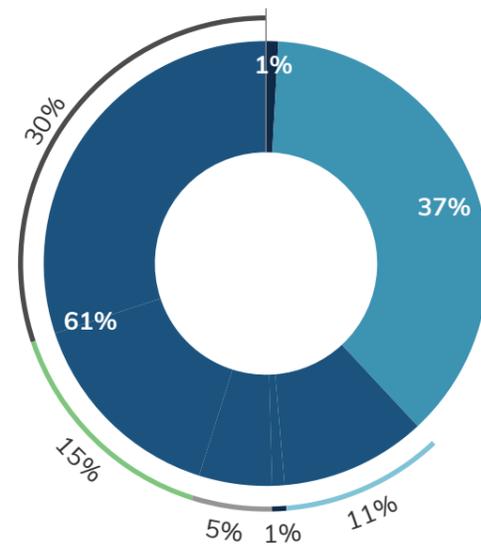


FIG. 3

dal Centro/Sud (a parità Lazio e Campania, secondariamente Puglia), poi da quelli originari del Nord (in ordine decrescente: Lombardia, Emilia Romagna, Liguria e a parità Piemonte, Toscana e Veneto), da altri abruzzesi e in minimissima parte da molisani. Purtroppo c'è una percentuale piuttosto rilevante di non identificati (11%).

### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER ETÀ SECONDO IL LIVELLO DI ISTRUZIONE FIG. 4

Fondamentalmente c'è una debole correlazione tra età e livello di istruzione (ovvero: sia ad età elevate che tra i giovani, c'è un'alta percentuale di rispondenti in possesso di Laurea), e il titolo maggiormente distribuito è il diploma superiore (53,5% dei rispondenti totali) sia per gli under 40 che per gli over 40<sup>1</sup>.

### FREQUENZA CON CUI IL PARTECIPANTE SI RECA PRESSO IL LIDO

Il 70% dei clienti trascorre del tempo al lido tutti i giorni o quasi, il 12% una/due volte a settimana e l'8,8% molto raramente. Sebbene non di molto, la fascia di età influenza coloro che vi si recano solo "Molto raramente" pari al 70% degli under 40 contro il 20% degli over 40.

### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO LA FREQUENZA DI PRESENZA PRESSO IL LIDO FIG. 5

Il 62% dei residenti scende in spiaggia "Tutti i giorni o quasi", in secondo luogo "Qualche volta a settimana", successivamente "Un paio di volte al mese" e con la stessa percentuale del 4,8% i residenti hanno segnato "Una volta a settimana" e di andarci molto di rado. Le abitudini dei turisti mostrano che il 75% di loro si reca presso il lido quotidianamente; l'11,6% "Molto raramente", in seguito "Qualche volta a settimana", il 3% in un paio di circostanze al mese e come ultima frequenza solamente una volta a settimana.

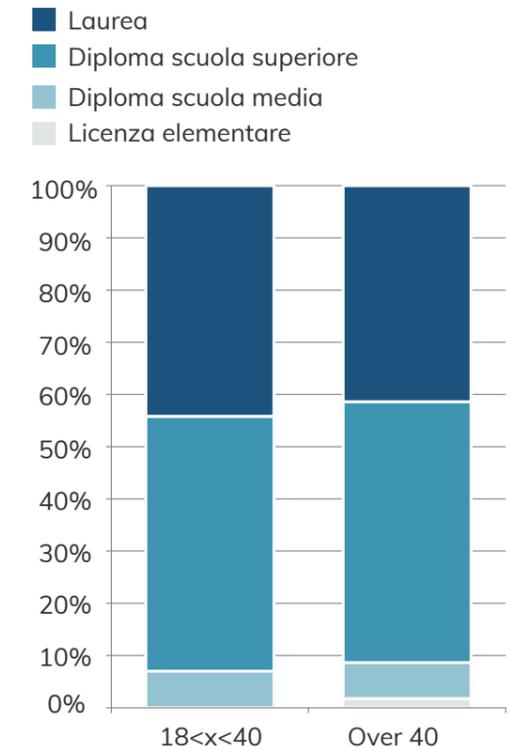


FIG. 4

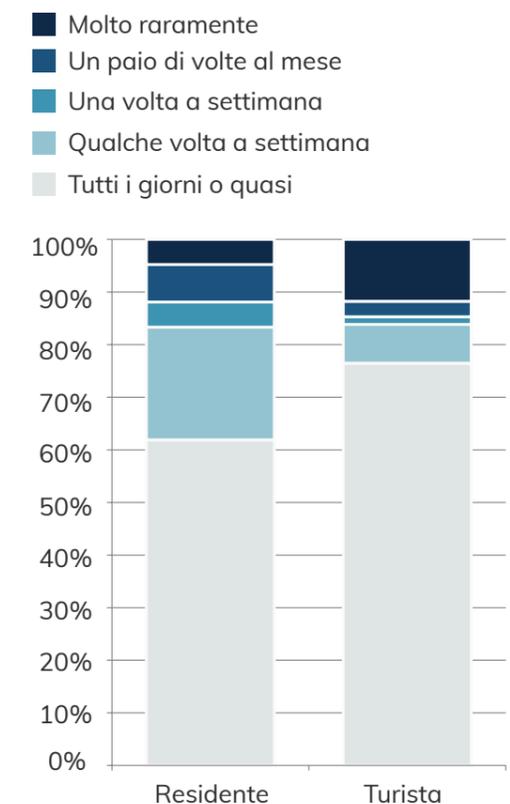


FIG. 5

<sup>1</sup> N.B.: sono stati esclusi da questo conteggio i minori di 18 anni

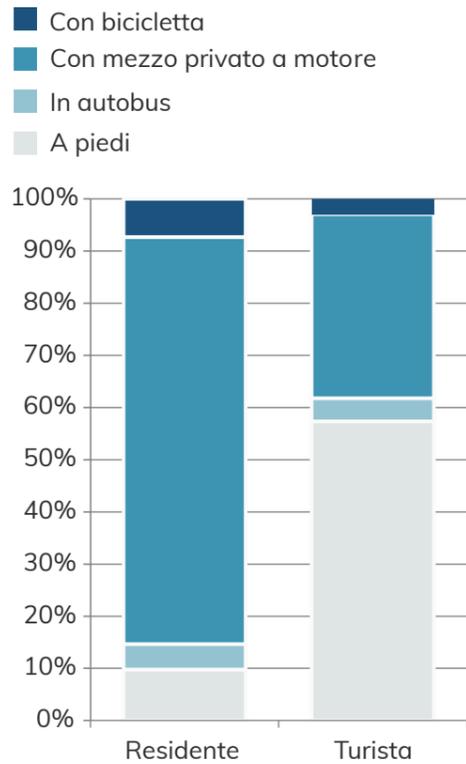


FIG. 6

#### DISTRIBUZIONE DI FREQUENZE SECONDO IL MEZZO DI TRASPORTO PER LA SPIAGGIA

Il mezzo di trasporto maggiormente usato per recarsi in spiaggia è il veicolo privato a motore (50%), in secondo luogo ci si sposta a piedi (38,9%); a parità di percentuale in bicicletta e con autobus.

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER ETÀ SECONDO IL MEZZO DI TRASPORTO PER LA SPIAGGIA

Gli over 40 usano più frequentemente il mezzo privato a motore (55,2%) e il 34,5% si reca in spiaggia a piedi. Mentre gli under 40 in misura simile si spostano a piedi e usano un veicolo privato (rispettivamente 45,8% e 43,8%).

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO IL MEZZO DI TRASPORTO PER LA SPIAGGIA

Come si evince dal grafico, residenti e turisti hanno abitudini completamente diverse. Il primo usa quasi unicamente il mezzo privato a motore mentre il villeggiante si sposta prevalentemente a piedi (56,5%) e secondariamente con un mezzo privato (34,8%).

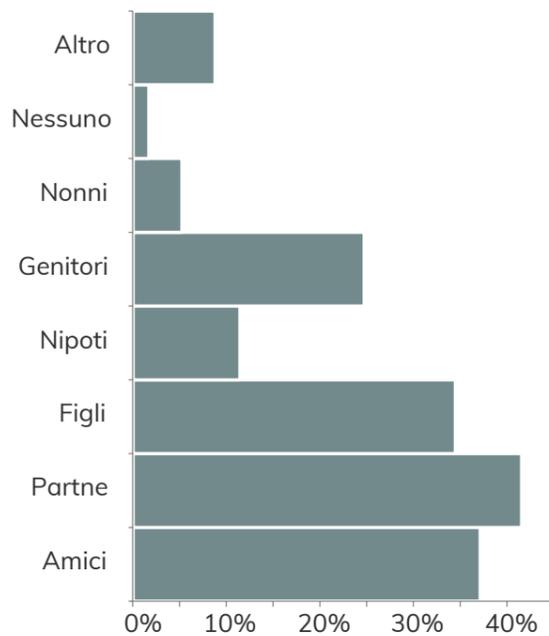


FIG. 7

#### CONDIVISIONE OMBRELLONE

I rispondenti condividono l'ombrellone in particolare con il coniuge o partner (41,6%); in secondo luogo con gli amici (37%); in terzo luogo con i figli (34,5%); il 24,8% con i genitori e a seguire tutti gli altri con valori molto più bassi. Con "Altro" il campione ha manualmente appuntato ulteriori parenti come cugini, zii e cognati.

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO LA CONDIVISIONE DI OMBRELLONE

I residenti condividono l'ombrellone maggiormente con gli amici; in secondo luogo con il partner o il coniuge; poi con i figli; i genitori e infine al medesimo posto con nonni e nipoti. Leggermente differente è la situazione per i turisti che, come ci si immagina, hanno in comune l'ombrellone prima di tutto con il/la compagno/a; quasi con lo stesso valore figli (36%) e amici (34,8%), successivamente con i genitori, nipoti e allo stesso posto nonni e "Nessuno".

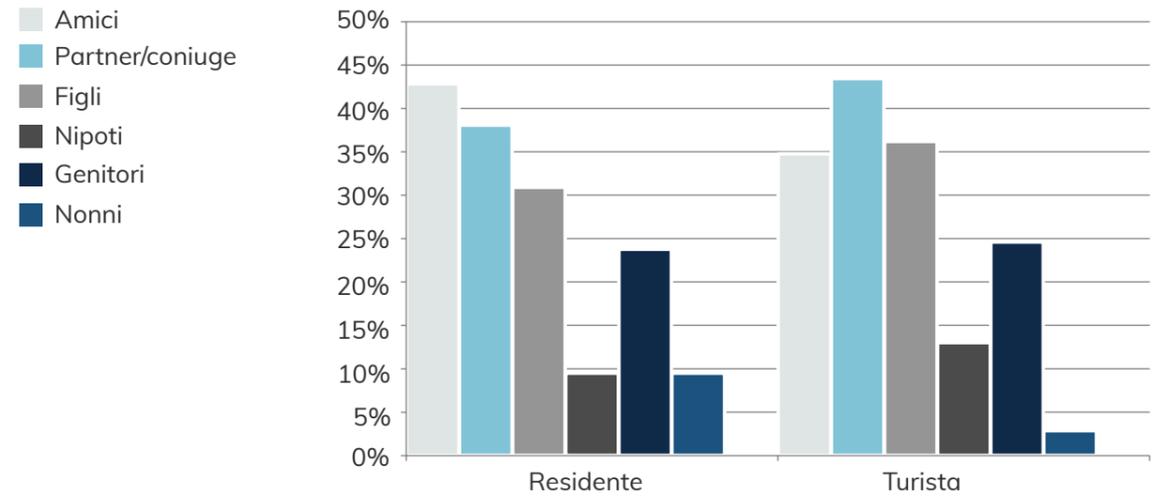


FIG. 8

#### PERCENTUALI MOTIVAZIONI NELLA SCELTA DI VASTO

Con questo quesito si volevano indagare le motivazioni che hanno spinto sia i residenti (avrebbero potuto anche preferire litorali nelle vicinanze) che i turisti a scegliere Vasto come spiaggia per le vacanze. I fattori che hanno influito maggiormente sulle decisioni sono state: la vicinanza alla residenza fissa/estiva, la presenza di "Amici/Parenti" e la bellezza di Vasto. Cio' che invece non ha influenzato affatto, è stata l'economicità del luogo, selezionata solo da un partecipante.

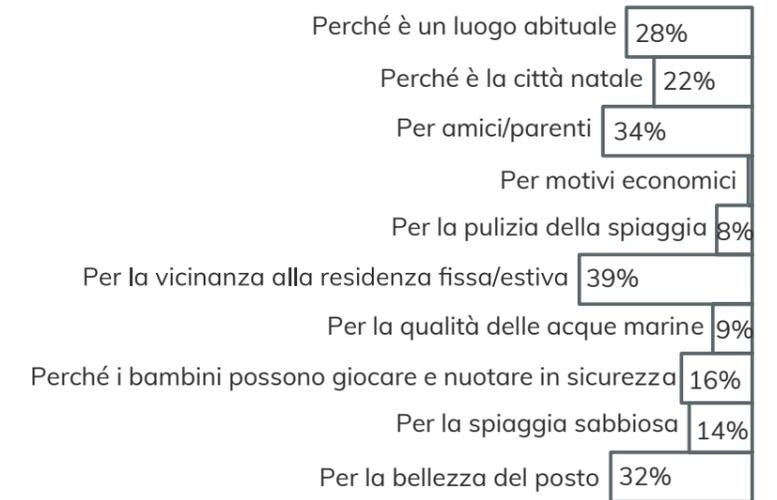


FIG. 9

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE

#### PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO LE MOTIVAZIONI NELLA SCELTA DI VASTO

I domiciliati hanno scelto il litorale del loro paese per i due motivi più ovvi, ovvero perché è la città natale ed è anche il luogo di domicilio (22%). Il 14,6% l'ha scelto per la bellezza e un 9% per la presenza di amici/parenti. A seguire altre motivazioni ma con valori ancora più bassi. Molto più interessante invece è avere le spiegazioni dei turisti: in misura maggiore essi hanno preferito Vasto per gli amici/parenti (21,5%), secondariamente per abitudine, il 17% per la vicinanza alla residenza estiva, un 15,6% per la bellezza della località e a seguire valori marcatamente più bassi, fino a quello meno frequente, ovvero "Perché è la città natale", selezionata solo dal 2% dei turisti.

#### PERCENTUALI MOTIVAZIONI NELLA SCELTA DEL LIDO <sup>4</sup> FIG. 10

In linea con altre risposte ai quesiti, i partecipanti hanno dichiarato di aver scelto tale stabilimento soprattutto per la compagnia (19%), in secondo luogo per abitudine (17%), poi per la comodità o la posizione (14%) e infine per i servizi/organizzazione (12%). Per tutte le altre scelte si riscontrano valori uguali o inferiori al 10% dei rispondenti. Insomma non sono particolarmente numerose le motivazioni che spingono a frequentare tale lido per ciò che viene loro offerto. Infatti c'è anche un 5% che si sente quasi costretto a frequentare il locale "Per decisione di altri". Ciò che invece viene maggiormente apprezzato, anche qui in linea con le risposte ad esempio alla domanda "Cosa apprezza di più del lido?" vi sono l'ospitalità, la professionalità e la gentilezza del personale e/o titolari (10%).

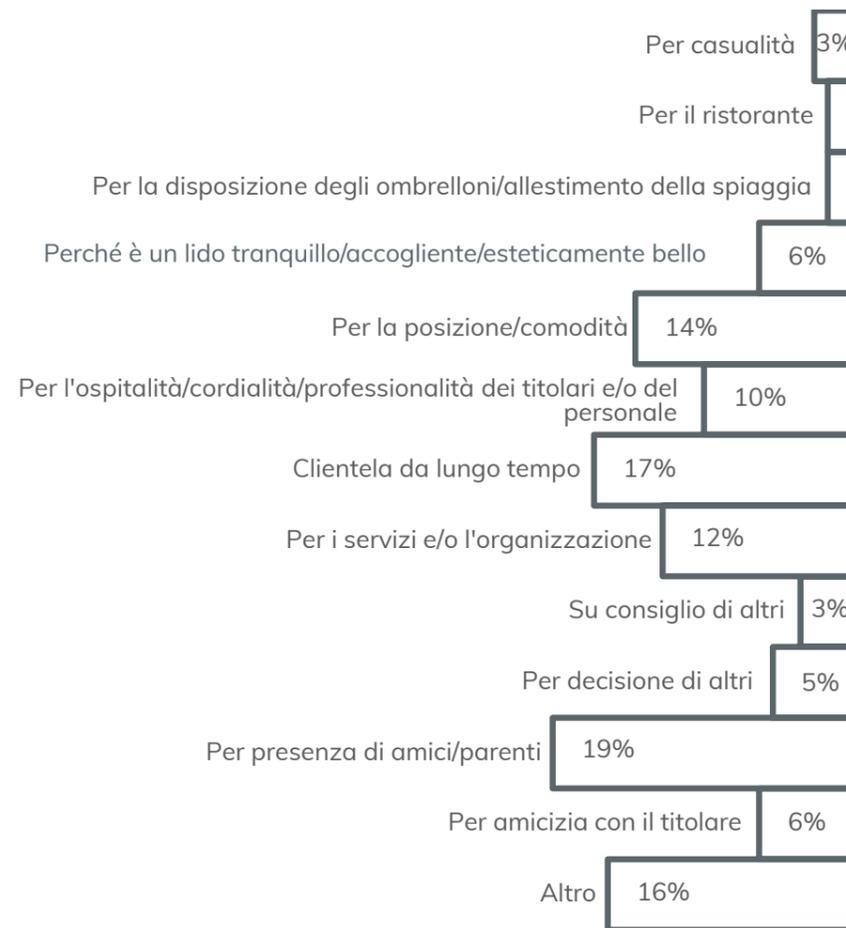


FIG. 10

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO LE MOTIVAZIONI NELLA SCELTA DEL LIDO CASO-STUDIO

Il 22% dei residenti ha scelto questo stabilimento balneare per una questione di abitudine, secondariamente per la compagnia di amici e parenti (16%), al terzo posto (14%) per la posizione strategica della struttura. Agli ultimi posti, in parità con il 2% di domiciliati: per la tranquillità, l'allestimento della spiaggia e il ristorante.

I turisti hanno scelto quel lido invece di altri lidi di Vasto, per la presenza di amici e parenti (17%); a parità con l'11% hanno influito la posizione dello stabilimento e i servizi offerti; immediatamente dopo, il 10% dichiara di frequentare tale lido per semplice abitudine. Tra i motivi che hanno convinto di meno, sono stati dichiarati l'allestimento della spiaggia, il ristorante e il rapporto costi/servizi.

4 Domanda a risposta aperta

#### SENSIBILITÀ AMBIENTALE UTENTE LIDO "CASO-STUDIO"

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER DIVERSE QUALITÀ DEL CIBO SECONDO LA QUANTITÀ DI ATTENZIONE PRESTATA NELL'ACQUISTO FIG. 11

La risposta più quotata alla domanda "Attenzione verso prodotti Km0" è stata "Abbastanza", con un valore pari a 31. Lo stesso dicasi per i prodotti biologici (che presenta il medesimo valore percentuale) e per i prodotti di marca (36%). Invece alla domanda sulla tipologia di attenzione verso prodotti alla spina, sono state riscontrate percentuali pressoché uguali tra tutte le opzioni tranne per "Molto", che è stato segnalato solo dall'8% dei rispondenti.

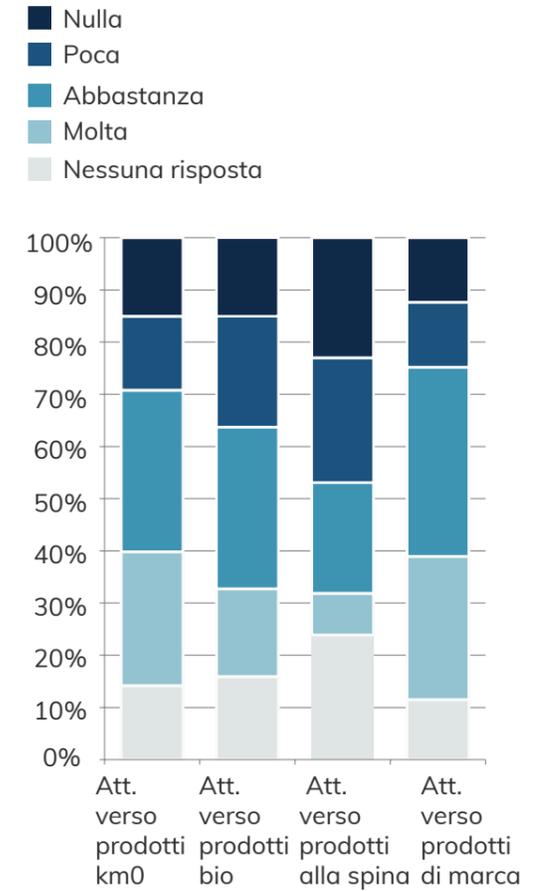


FIG. 11

4 Domanda a risposta aperta

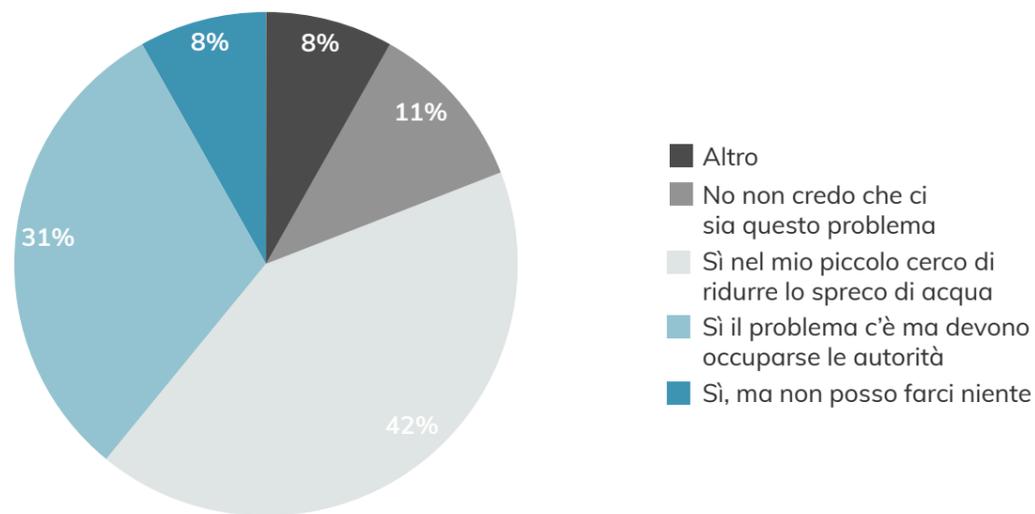
**FREQUENZE SULL'OPINIONE DI CARENZA D'ACQUA A VASTO<sup>5</sup> FIG. 12**


FIG. 12

**DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO L'OPINIONE SULLA CARENZA D'ACQUA A VASTO FIG. 13**

Osservando il grafico si nota che le risposte numericamente maggiori tra i residenti, sono del 38% tra coloro che tentano di ridurre lo spreco di acqua (atteggiamento attivista) e sempre del 38 tra chi ritiene che la carenza sia una problematica che debba essere risolta dalle autorità. Quest'ultima risposta è ambigua da decifrare, perché potrebbe indicare sia una forma di impassibilità che di consapevolezza del problema nella sua grandezza (es. "per quanto si possa personalmente ridurre, quantitativi enormi di acqua sono perse a causa delle condutture vecchie e fallaci, che devono essere sistemate dalle autorità"). Per fortuna solo il 7% non ritiene che ci sia tale scarsità a Vasto e sempre e solo il 7% dichiara totale disinteressamento ("non posso farci niente").

Tra i turisti invece, quest'ultimo punto è indicato dall'8,7% di loro; il 26% crede che la scarsità di acqua sia un problema che debba essere risolto dalle autorità, l'11% non ha evidenziato questo problema e ben il 42% cerca di ridurre quotidianamente lo spreco dell'acqua.

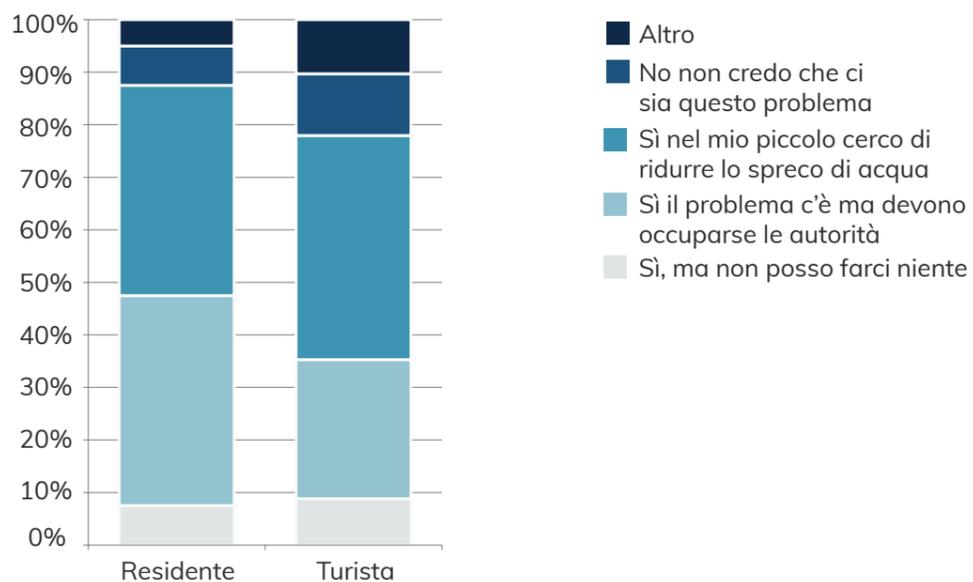


FIG. 13

5 Domanda a risposta singola

**DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER L'OPINIONE SULLA CARENZA D'ACQUA SECONDO LA TIPOLOGIA DI RISPONDENTE**

Ad essere maggiormente attivista tra domiciliati e turisti, sono i secondi, con una percentuale del 64% contro quella dei primi del 35,6%.

**DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER L'OPINIONE SULLA CARENZA D'ACQUA SECONDO LA FASCIA DI ETÀ**

Per quanto riguarda gli under e over 40, l'unico dato abbastanza significativo che si può riportare è che a credere che la scarsità di acqua sia un problema di cui debbano occuparsi le autorità sono più gli over 40 (56,7%) che gli under 40 (43%).

**DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER L'OPINIONE SULLA CARENZA D'ACQUA SECONDO IL SESSO**

Una differenza sostanziale vi è tra uomini e donne alla risposta "Sì nel mio piccolo cerco di ridurre lo spreco di acqua". I primi hanno indicato questo attivissimo solo per il 26,7%, mentre le donne per il 73%. Questo divario indica una maggiore sensibilità femminile verso questa problematica rispetto alla maschile.

**FREQUENZA DI RISPOSTA SULL'OPINIONE DEL PARTECIPANTE SUI MAGGIORI PROBLEMI AMBIENTALI DI VASTO<sup>6</sup> FIG. 14**

Secondo il campione, i problemi maggiormente percepiti nella città del Vasto riguardano il sistema fognario, la scarsità idrica e lo smaltimento dei rifiuti. Invece nessuno ritiene che ci siano problemi con la qualità dell'acqua potabile.

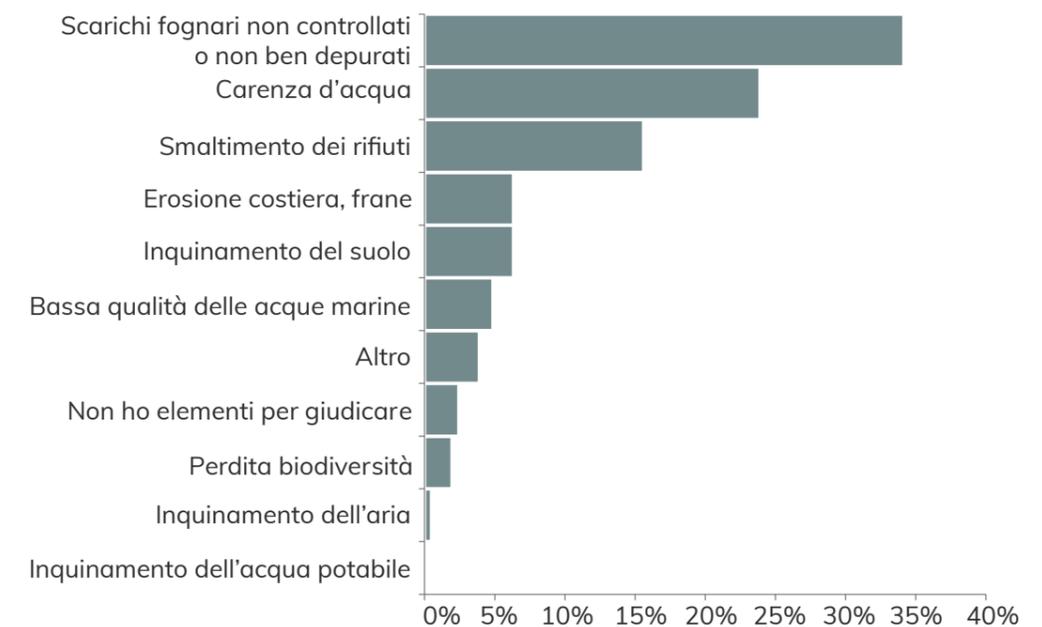


FIG. 14

**CONFRONTI TRA CATEGORIE SULL'OPINIONE DEL PARTECIPANTE SUI MAGGIORI PROBLEMI AMBIENTALI DI VASTO**

Non c'è molta differenza nelle risposte tra residenti e turisti, entrambi seguono l'andamento delle frequenze nella FIG. 15, eccetto che per alcune risposte. Grande scarto si riscontra nelle percentuali di risposta a "Carenza d'acqua", notato più dai villeggianti che dai domiciliati. Nel caso della "Bassa qualità delle acque marine" tale problema è percepito in misura maggiore dai turisti (90%) piuttosto che dai residenti (10%).

Una differenza ulteriore è stata riscontrata tra over 40 e under 40 nell'opzione "Scarichi fognari non

6 Domanda a risposta multipla

controllati o non ben depurati"; la percentuale dei primi è del 52,9%, quella dei secondi del 41%. In maniera inversa a preoccuparsi di più dello smaltimento dei rifiuti sono gli under 40 (62,5%) invece della fascia più elevata (34%). Lo stesso dicasi per la qualità delle acque marine: l'80% di coloro che hanno segnato questa opzione sono infatti i più giovani.

Differenze maggiori sono state riscontrate in alcune risposte a paragone tra uomini e donne. Coerentemente con il quesito precedente sulla carenza d'acqua, sono più le donne ad averla evidenziata (69%). Stessa versione con la questione degli scarichi fognari, dove solo il 30% degli uomini percepisce questo problema contro il 65% delle donne. Un'inversione di tendenza si ha invece con lo smaltimento dei rifiuti; il sesso maschile è più preoccupato di quello femminile e le percentuali sono rispettivamente del 53% e del 43,7% (non molto scarto ma bisogna rammentare che il numero degli uomini è un po' più della metà di quello delle donne).

#### CONOSCENZA AREE SIC & RISERVE NATURALI

La maggior parte dei partecipanti non sa che a Vasto ci sono 2 aree SIC (47,8%) contro il 35% che invece ne è a conoscenza, il 13% non sa cosa sono (non è una cifra esagerata) e solo il 2,7% ne conosce solo una. Come ci si aspettava le riserve naturali sono più famose, infatti il 75% dei rispondenti ne è a conoscenza, solo il 14 percento no e un 8% è al corrente di una sola delle due.

Sono stati effettuati vari incroci e qualche minima disuguaglianza è apparsa, ma nulla di imponente. Sia le aree SIC che le riserve naturali sono più conosciute dai residenti che dai turisti.

Gli over 40 sono più al corrente delle aree di interesse comunitario rispetto ai giovani, rispettivamente 57,5% e 32,5%. Il 65% delle donne sa dell'esistenza delle riserve naturali, contro il 29% degli uomini.

#### FREQUENZE DI OPINIONE SULLE SPIAGGE AFFOLLATE

Il 39% dei partecipanti afferma che l'arenile sia un pò gremito, con poco scarto di valore si ritiene anche che sia troppo affollato nel weekend (36%), mentre il 17% non crede particolarmente che lo siano. In pochi ritengono che ci sia un'affollamento estremo (4%) e davvero una minima parte che le spiagge siano sgombre (1,8%).

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO L'OPINIONE SULLE SPIAGGE AFFOLLATE

FIG. 15 Il 45,2% dei residenti ritiene che le spiagge siano "Troppo affollate nel week-end", il 33% un po' affollate e solo il 4,8% "Per niente affollate". Il turista invece ritiene maggiormente che l'arenile sia leggermente affollato in generale (42%), il 32% che sia troppo gremita, il 16% non tanto e il 5,8% "Sempre estremamente affollate".

- Per niente affollate
- Non tanto affollate
- Un po' affollate
- Troppo affollate nel weekend
- Sempre estremamente affollate

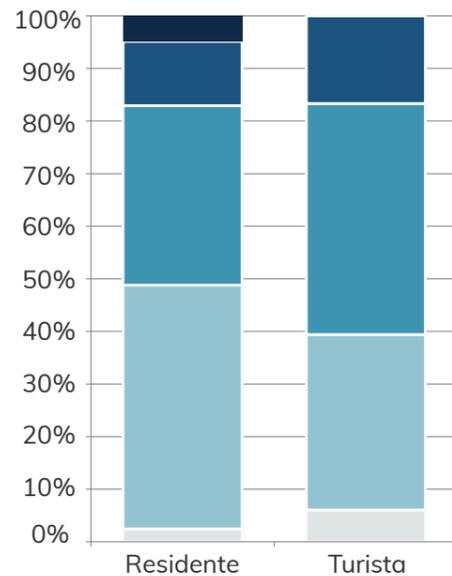


FIG. 15

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER FASCE DI ETÀ SECONDO L'OPINIONE SULLE SPIAGGE AFFOLLATE E VICEVERSA

Gli over 40 ritengono che le spiagge siano maggiormente "Troppo affollate nel weekend" (43%) che poco (34,5%). Con gli under 40 invece si è dimostrato il contrario, ovvero 25% e 48%. L'opzione "Non tanto affollate" è stata scelta in particolar modo dalla fascia di età più giovane, con una percentuale del 58,8%, contro il 41% della fascia più elevata.

#### DISTRIBUZIONE DI FREQUENZA SU OPINIONE DEI POSSIBILI DANNI A CAUSA DI UNA SPIAGGIA Densa DI STABILIMENTI BALNEARI 7

Le risposte maggiori sono state date a "eccessivo affollamento delle spiagge" (38%) e "spiaggia più sporca" (35%) e le minori all'aumento dei costi (20%) e a "nessuna conseguenza negativa" (17,7%).

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO L'OPINIONE SULLE SPIAGGE AFFOLLATE

FIG. 16 Secondo il residente una spiaggia con tanti lidi può provocare soprattutto maggiore sporcizia sull'arenile (42,9%), in secondo luogo un aumento del traffico veicolare (33%), a seguire una diminuzione nella qualità delle acque di balneazione (31%), l'aumento di folla in spiaggia (26%) e molto vicini tra loro sono i valori che riguardano l'aumento dei prezzi e danni al paesaggio/ambiente. Da notare è però che, ben il 28,6% dei residenti ha affermato che non sussiste alcuna conseguenza negativa e solo uno di loro ha spiegato la sua risposta, annotando: "Nessuna, se gli stabilimenti sono ben organizzati, possono contribuire al mantenimento ambientale e alla ordinata gestione dei turisti".

Le risposte maggiormente date dai turisti hanno visto al primo posto con il 44,9% l'eccessivo affollamento delle spiagge; in misura nettamente inferiore il traffico automobilistico con il 33% e con valori molto simili, l'arenile più sporco e danni in genere all'ambiente/paesaggio; con il 24,6% la qualità delle acque marine e con percentuale simile l'aumento dei prezzi. All'ultimo posto, con il 10% delle risposte "Nessuna conseguenza negativa".

- Danni all'ambiente e/o paesaggio
- Scarsa qualità delle acque marine
- Eccessivo affollamento
- Aumento dei prezzi
- Maggior traffico veicolare
- Spiaggia più sporca
- Nessuna conseguenza negativa

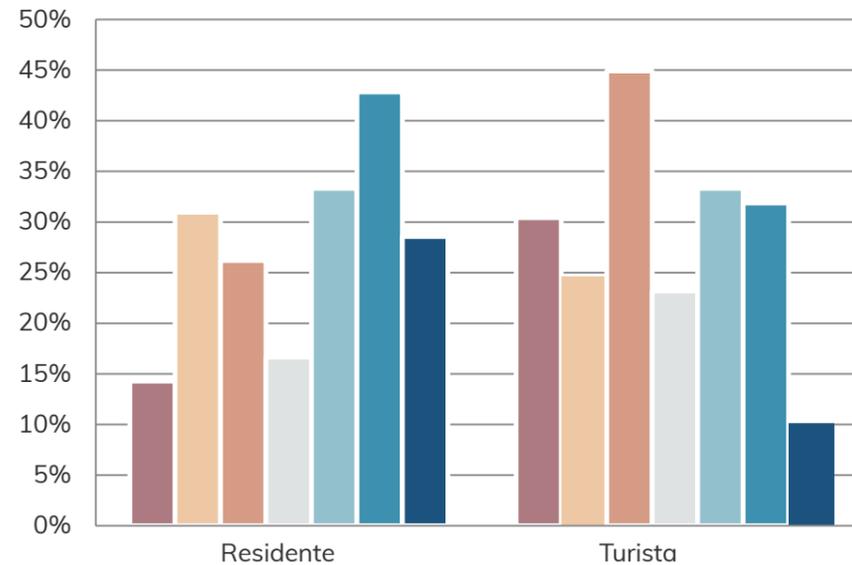


FIG. 16

### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER FASCIA DI ETÀ SECONDO LO SFRUTTAMENTO TURISTICO E BALNEARE DELLE SPIAGGE DI VASTO FIG. 17

Nello specifico la domanda era rivolta solo ai residenti (per cui le percentuali mostrate escludono i turisti) e chiedeva il grado di opinione sull'affermazione "Ritengo che uno sfruttamento turistico e balneare intenso delle spiagge di Vasto, potrebbe compromettere le caratteristiche dell'arenile e la capacità di fruizione dello stesso per noi residenti".

Il 6% degli under 40 si ritiene "Molto d'accordo", il 16,7% è d'accordo e solamente il 6 e il 4 percento si è dichiarato rispettivamente "Non d'accordo" e "Fortemente in disaccordo".

Degli over 40 solo un 6,9% si ritiene in sintonia con quanto affermato (somma di "Molto d'accordo" e "D'accordo"). Ben 20,7% non lo è, e un 5% è fortemente in disaccordo. Una piccolissima percentuale invece non sa.

Si può quindi affermare che gli under 40 sono più sensibilizzati e preoccupati per il futuro della loro costa, al contrario degli over 40 che vi vedono un giusto traino per l'economia, se non un'ancora di salvataggio per la città.

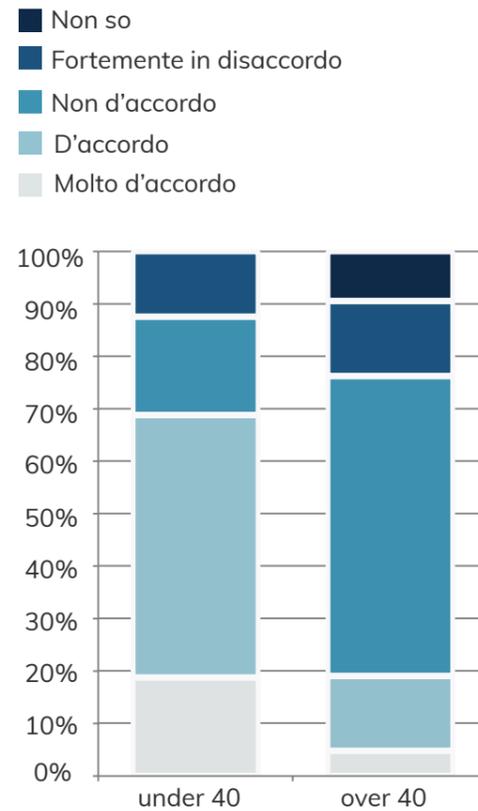


FIG. 17

### DISTRIBUZIONE DI FREQUENZE SU INTERESSAMENTO AD ATTIVITÀ A CARATTERE AMBIENTALE SVOLTE PRESSO IL LIDO

Poiché le risposte tra i più o meno interessati e i più o meno non interessati si eguagliavano, le risposte "Molto interessato" e "Abbastanza interessato" sono state sommate, e hanno dato come risultato 43%. Allo stesso modo sono state sommate le risposte "Non tanto interessato" e "Per niente interessato" e il risultato è di poco superiore: 46,9%. Infine il 9,7% dei partecipanti non si è espresso.

Alla domanda sulla preferenza degli argomenti, le risposte sono state:

- acqua (turista, over 40)
- panoramica su riserve naturali e zone SIC, biodiversità locale (turista, under 40)
- educazione ambientale (turista, over 40)
- sistemi depurazione acque e controllo pesca (turista, over 40)
- pulizia dell'arenile e sensibilizzazione alla cura, in genere, degli ambienti di vacanza (residente, over 40)
- cementificazione selvaggia (turista, over 40)
- consumo del territorio (turista, over 40)

Queste sono state le uniche risposte (ve ne erano altre due ma fuori tema). Se si suppone che chi ha risposto, era attivamente interessato alla proposta informativa, allora si può concludere che i turisti over 40 potrebbero essere i più propensi a partecipare a tali situazioni.

### TEMATICA: CIBO

#### FREQUENZA DI PRANZO PRESSO IL RISTORANTE DEL LIDO

Il ristorante non viene particolarmente frequentato; le risposte che hanno ottenuto più adesioni sono: "una volta al mese" e "mai" (rispettivamente 29 e 28 %). Solo il 6% dei rispondenti circa vi mangia tutti i giorni e il 14% circa una/due volte a settimana.

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO LA FREQUENZA DI PRANZO PRESSO IL RISTORANTE DEL LIDO FIG. 18

Andando ad analizzare le abitudini dei residenti e dei turisti, si nota che i primi per il 43% delle risposte lo frequentano solamente "Una volta al mese", mentre i secondi mostrano una parità di valori tra "Più di una volta al mese" e "Mai" con il 26%.

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER FASCIA DI ETÀ SECONDO LA FREQUENZA DI PRANZO PRESSO IL RISTORANTE DEL LIDO FIG. 19

Invece l'under 40 ha risposto che non pranza "Mai" al ristorante (41,7%), mentre il 31% degli over 40 ha dichiarato che va almeno una volta al mese.

- Mai
- Una volta al mese
- Più di una volta al mese
- Una-due volte a settimana
- Tutti i giorni o quasi

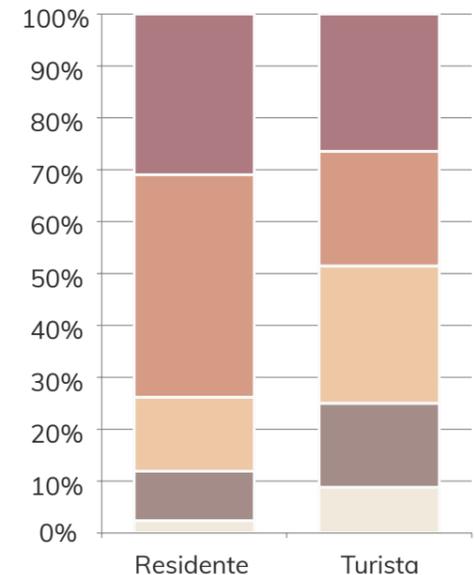


FIG. 18

- Mai
- Una volta al mese
- Più di una volta al mese
- Una-due volte a settimana
- Tutti i giorni o quasi

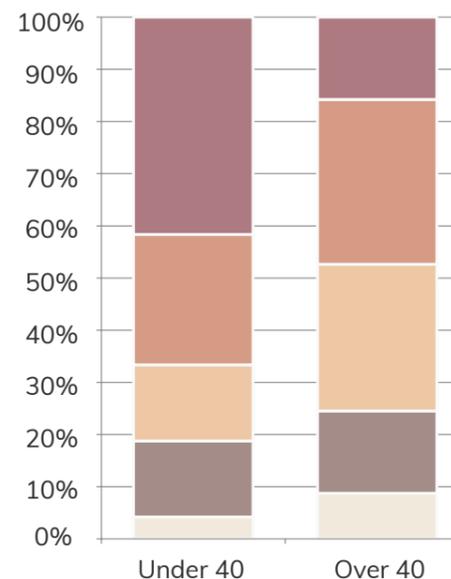


FIG. 19

#### GRADO DI SODDISFAZIONE DEL MENÙ FIG. 20

FIG. 20

La risposta più accreditata è stata "Abbastanza" ed è segnata piuttosto uniformemente sia dagli under/over 40 che dai turisti/residenti. Purtroppo l'80% dei partecipanti non ha motivato la risposta.

- Nessuna risposta
- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Nulla

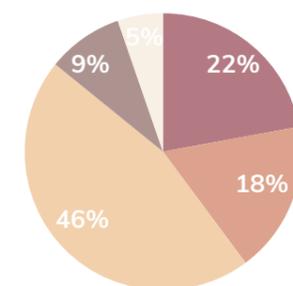


FIG. 20

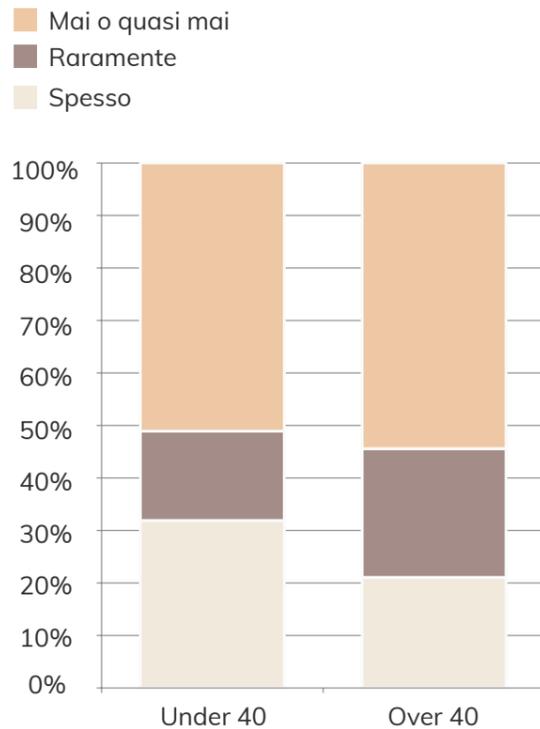


FIG. 21

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER FASCIA DI ETÀ SECONDO LA FREQUENZA DI PRANZO SOTTO L'OMBRELLONE DEL LIDO FIG. 21

Il 53% dei partecipanti non pranza "Mai o quasi mai" sotto l'ombrellone.

A pranzare "Spesso" sotto l'ombrellone, sono maggiormente gli under 40.

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO LA TIPOLOGIA DI CIBO CONSUMATO SOTTO L'OMBRELLONE PER PRANZO FIG. 22

Sia il residente che il turista preferiscono "Cibo preparato/portato da casa". Ciò che viene preferito di meno dal residente è la pizza del lido e i piatti da asporto, entrambi con il 14,3% di dichiaranti. Invece il turista consuma meno i piatti da asporto (7%) e quasi a parità di preferenza c'è il "Cibo pronto acquistato al di fuori dello stabilimento" e la "Pizza del lido" rispettivamente del 23 e del 20 percento.

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER FASCIA DI ETÀ SECONDO LA TIPOLOGIA DI CIBO CONSUMATO SOTTO L'OMBRELLONE PER PRANZO FIG. 23

Anche se con percentuali diverse, sia l'under 40 che l'over consumano il cibo preparato/portato da casa. In ordine di preferenza della prima fascia di età, vi è poi con il 25% il "Cibo pronto acquistato fuori dal lido"; la "Pizza del lido" con il 14,6%, (stessa percentuale che si riscontra tra chi non mangia affatto sotto l'ombrellone) e con il 12,5% i piatti d'asporto. In ordine di tipologia maggiormente dichiarata dagli over 40: il 22% non consuma nulla sotto l'ombrellone; la pizza è preferita dal 20,7%, il cibo pronto dal 19% e infine i piatti d'asporto dall'8,6%.

In conclusione, poichè alla domanda precedente il 53% dei partecipanti ha dichiarato che non "Mangia mai o quasi mai" sotto l'ombrellone, si può desumere che il 31% di quelli che non ha indicato alcuna preferenza di tipologia di cibo, rientri proprio tra coloro che non consumano mai in spiaggia il pranzo, che si sommano al 19% che l'ha invece esplicitamente dichiarato. Escludendo questi: il 29% del totale consuma cibo preparato/portato da casa, il 22% il cibo pronto acquistato fuori dal lido in questione, il 17% la pizza, il 9,7% i piatti da asporto e il 2,6% ha specificato "Altro" dichiarando "Gelati/frutta".

A tal proposito si segnala che durante la fase di

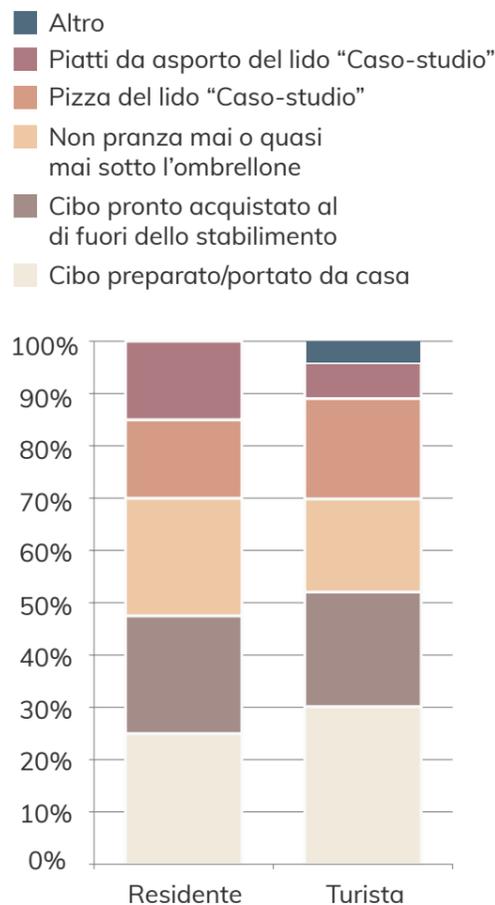


FIG. 22

8 Domanda a risposta multipla

osservazione qualitativa, al di fuori del pranzo, a consumare gelati sono invece in tanti, in particolare modo i bambini, che si cibano di questo fresco snack sia per merenda pomeridiana che per colazione.

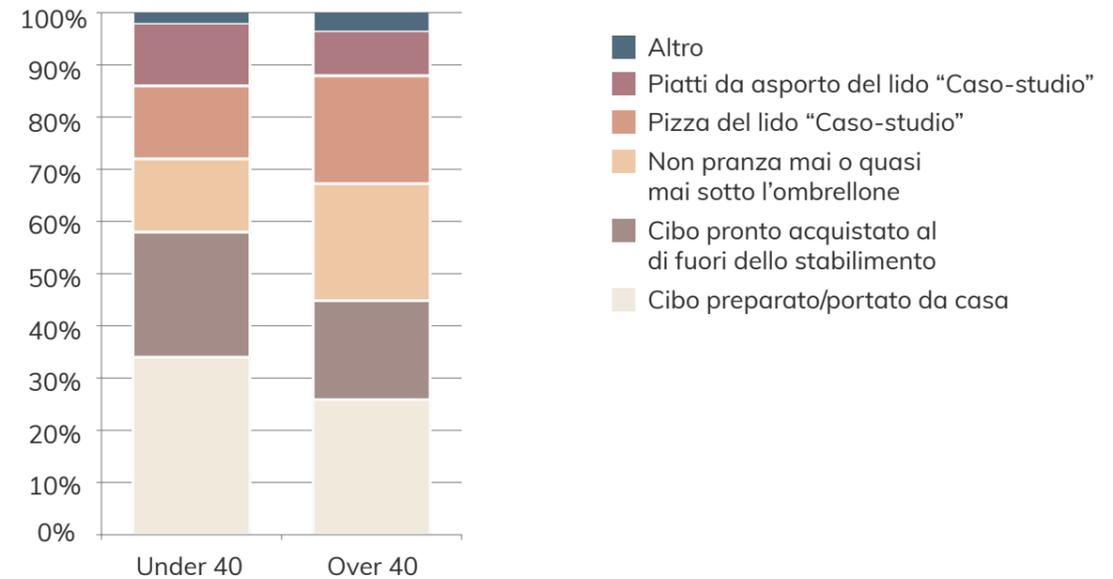


FIG. 23

#### DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER TIPOLOGIA DI RISPONDENTE SECONDO LA FREQUENZA DI COLAZIONE AL BAR DEL LIDO FIG. 24

La colazione non viene effettuata molto spesso presso il lido, infatti quasi il 50% dei rispondenti ha dichiarato che non la fa "Mai o quasi mai", rispecchiandosi anche nella distribuzione di frequenza di residenti e turisti.

Per la restante parte: il 31% dei domiciliati fa colazione spesso, e il 16,7% di rado. Al contrario: il 18,8% dei villeggianti ha dichiarato "Spesso" e il 31,9% "Raramente".

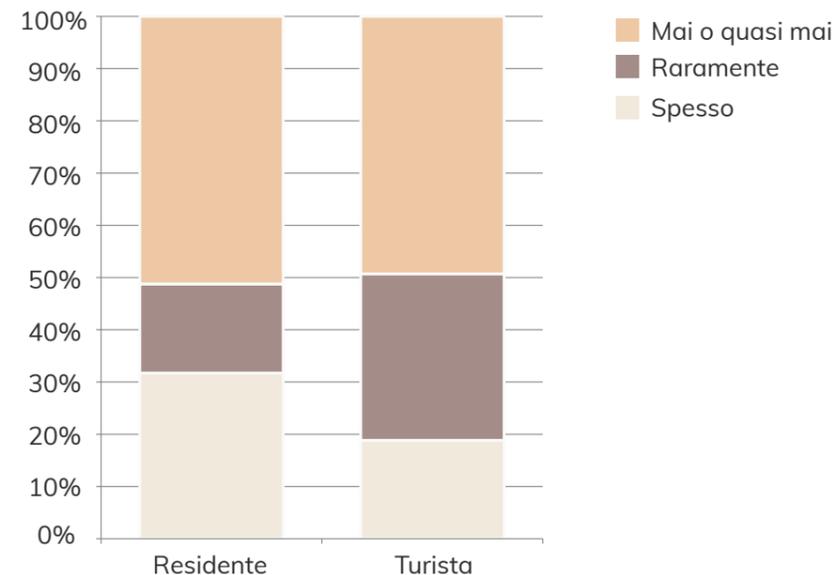


FIG. 24

## DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER FASCIA DI ETÀ SECONDO LA FREQUENZA DI COLAZIONE AL BAR DEL LIDO FIG. 25

Osservando il grafico si mostra che solo il 16,7% degli under 40 fa colazione presso il lido, ben il 64,6% infatti non la fa "Mai o quasi mai". Della seconda fascia di età, ad approfittare del bar la mattina vi è il 27,6%, il 32,8% ne approfitta solo di rado e il 38% mai o quasi mai.

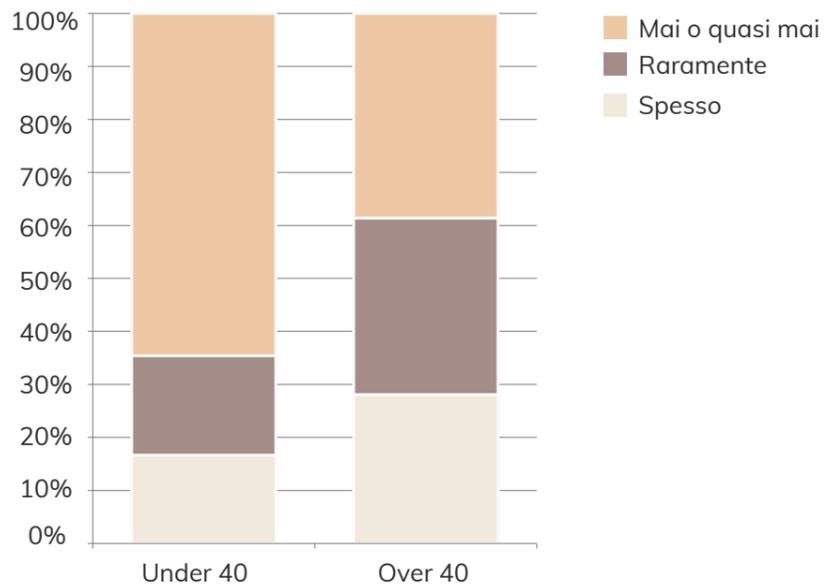


FIG. 25

### CONSIDERAZIONI FINALI

In conclusione gli affittuari degli ombrelloni non frequentano spesso il ristorante del loro lido, non vi fanno spesso colazione e non acquistano in molti la loro pizza (per la maggior parte la acquistano bambini/ragazzini come spuntino al mattino) o i piatti d'asporto. Queste risposte rispecchiano abbastanza la situazione verificata con l'osservazione qualitativa.

Per esempio la sala esterna ed interna del ristorante raramente sono state al completo nel mese di luglio e nella prima settimana di agosto. C'è da aggiungere che una parte della clientela della ristorazione è sempre stata formata anche da persone esterne (riconoscibili dall'abbigliamento) e che quindi non sono state coinvolte nel sondaggio.

Per quanto riguarda la colazione, questa veniva maggiormente richiesta nei weekend; mentre nei giorni infrasettimanali, la stragrande maggioranza dei bagnanti all'arrivo in spiaggia si reca direttamente sotto l'ombrellone.

Un'abitudine (oltre a quella del gelato in precedenza specificato), purtroppo non evidenziata dal sondaggio, era quella del caffè pomeridiano: viene ordinato da molti, sia al bancone che ai tavolini esterni, che richiesto sotto l'ombrellone.

Una buona percentuale di bagnanti, soprattutto con l'avvicinarsi di ferragosto, si concede maggiormente birre o aperitivi alcolici nel tardo pomeriggio.

## TEMATICA: RACCOLTA DIFFERENZIATA

### FREQUENZA DI DIFFERENZIAZIONE DEI RIFIUTI IN SPIAGGIA<sup>9</sup>

Secondo quanto affermato nei questionari, quasi tutti praticano la raccolta differenziata in maniera sistematica in spiaggia. I valori più alti si riscontrano nella raccolta del vetro e in quella della carta con l'88,5% dei rispondenti. I valori più bassi in quella dell'organico con il 79,5%.

Non vengono riscontrate differenze tra varie categorie di persone (es. età, provenienza), l'unica tendenza, sebbene non affatto marcata, è che gli uomini differenziano di meno rispetto alle donne.

In realtà questi dati non corrispondono a verità. Durante la fase di rilievo infatti sono stati constatati sempre rifiuti misti nei cestini per la differenziata, rilevazione confermata anche dai titolari che si trovano costretti a ridividere bene la spazzatura per evitare richiami dal servizio di raccolta.

Perché allora la stragrande maggioranza del campione afferma di differenziare?

Una motivazione potrebbe essere che i clienti del lido (che sommariamente hanno quasi tutti partecipato al questionario) differenziano davvero i rifiuti ma lo fanno in maniera errata, infatti essendoci molti turisti, nella loro città di provenienza, potrebbero essere abituati a modalità di conferimento diverse. Oppure hanno semplicemente mentito. Al di là invece del campione in esame, confusione esiste anche tra i bambini. Essendo più abituati degli adulti a fare differenziata, viene loro naturale voler separare i rifiuti, purtroppo però non sempre vi riescono correttamente, per via dell'età e dell'infinità di materiali con cui si riscontrano. Episodio esempio: una bambina di 6 anni alla necessità di gettare una salvietta umidificata ha constatato di avere difficoltà nell'identificazione del materiale, difatti l'ha conferita nel bidone della carta e non in quella del secco residuo (non era compostabile). In buona fede commettono errori.

Chiedendo nel questionario spiegazioni ai partecipanti che hanno segnato "Qualche volta" o "Mai", quindi escludendo 87 persone che avevano risposto "Sempre", solo il 38% non si è espressa e tra quelli che hanno motivato la loro scelta, il 30,8% ha ammesso che non sa bene come separare alcuni rifiuti, con un leggero marcamiento per gli under 40.

<sup>9</sup> Domanda a risposta multipla

## TEMATICHE: CIBO, ACQUA, RIQUALIFICAZIONE STRUTTURA, GESTIONE RIFIUTI

### DOMANDA DEL QUESTIONARIO: "Cosa cambierebbe del lido 'Caso-studio'?"<sup>10</sup>

Il ristorante/menù



Viene lamentata la qualità del cibo e richiesti finger-food da asporto (come panini, tramezzini). Per contro c'è anche da dire che alla domanda "Cosa apprezza di più del lido 'Caso-studio'?" il 3% dei rispondenti ha dichiarato di gradire maggiormente proprio il cibo.

Le docce (riferito alla scarsità idrica)



Come si può notare le lamentele maggiori si riscontrano per le docce con una percentuale di 15 (superata solo dal 20% di chi lamenta poco spazio tra gli ombrelloni). Il lido, diversamente da altri della zona, ha più difficoltà nel soddisfare la domanda, in particolare nel mese di agosto e durante i flussi di uscita della clientela dalla spiaggia (verso l'ora di pranzo e nel tardo pomeriggio). Come già detto i titolari hanno tentato di risolvere la situazione, verificatasi anche nell'anno precedente<sup>11</sup>, aggiungendo un serbatoio extra. Ad ogni modo, ad accumulare tutti gli stabilimenti di Vasto è il consumo notevole di risorse idriche: vi è la necessità infatti di avere un gran numero di cisterne<sup>12</sup> per riuscire a sopperire la domanda. Questo perché per molte ore della giornata l'acqua viene pompata nell'intera rete costiera con minor pressione a causa della scarsità idrica che si registra in estate. A consumare molto sono le docce, le fontane lavapiedi se gratuite e anche la cucina (per chi ha il ristorante).

L'arredo/l'estetica



Maggiore manutenzione delle attrezzature/giochi per bambini



Un rinnovo delle attrezzature/struttura



Queste segnalazioni potrebbero far parte della tematica della riqualificazione della struttura e delle attrezzature dello stabilimento. Secondo il sondaggio e per osservazione diretta, la manutenzione viene effettuata soprattutto con le sdraio e con gli ombrelloni, meno con altri arredi. Alcuni oggetti risultano arrugginiti (qualche gioco per bambini), rotti (tavoli di plastica e sedie), rovinati dalle intemperie (tende in tulle, giochi per bambini con materiali in plastica dove questa è ormai scolorita dal sole).

Le critiche sull'arredo/estetica sono probabilmente più soggettive. Oggettivamente c'è che, sebbene abbia suppellettili che richiamano il mondo del mare (come boe e corde), questi sono appunto decorativi; solo in alcuni casi funzionali (come la copertura della zona pranzo esterna fatta di paglia intrecciata). La struttura è di fatto un'opera in cemento così come quasi tutte quelle della Marina di Vasto. Inoltre per quelli di vecchia data (come in questo caso) bisogna tener conto, punto primo che furono costruite con regolamentazioni differenti da quelle odierne, e punto secondo, come raccontato nel primo capitolo, l'atteggiamento verso la natura era totalmente diverso. Si può affermare che a livello strutturale il lido sia culturalmente "passato di moda", e che si cerchi di controbilanciare questo fattore con un arredamento di tendenza.

Per i lidi di nuova costruzione e per le ristrutturazioni, i gestori devono seguire delle direttive sia di tipo estetico che strutturale. In pochi hanno ipotizzato alternative che non entrino in contrasto con il paesaggio, come ad esempio il legno in funzione di elemento strutturale. Curioso visto che la costa ha la fortuna di avere i trabocchi a mostrare la longevità e l'umiltà di questo materiale<sup>13</sup>.

<sup>10</sup> Domanda a risposta aperta

<sup>11</sup> In questo caso anche in altri stabilimenti balneari

<sup>12</sup> Se il lido ha solo chiosco bar ed è piccolo, 2/3 per i medi, e 4 se il lido è grande e ha il ristorante

<sup>13</sup> Necessario sottolineare che come materiale richiede estrema cura, manutenzione e tempo

Più cestini per la spazzatura in spiaggia



Più cestini per la raccolta differenziata



I bidoni per la raccolta differenziata sono solo uno per tipologia e presenti solamente tra la spiaggia e lo stabilimento, quindi sebbene siano posti a "metà", sono scomodi da raggiungere. Al contrario, i cestini del secco residuo abbondano nelle varie aree antecedenti la zona ombreggio. Altri lidi, per favorire la differenziazione dei rifiuti, hanno distribuito i secchi tra le file di ombrelloni o lungo la passerella centrale.

**RIFERIMENTI SITOGRAFICI****B**

Bezzi C., s.d., *Come post codificare le domande aperte del questionario*, "sociologicamente.it", <https://sociologicamente.it/come-post-codificare-le-domande-aperte-del-questionario/>, ultima consultazione 1/09/2018

**C**

Carella B., s.d., *La matrice dei dati*, dispensa dell'Università degli Studi di Bari, [https://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/scienze-politiche/docenti/dott.ssa-maria-carella/carella-17-18/copy2\\_of\\_13.LEZIONEcodificadati.pdf](https://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/scienze-politiche/docenti/dott.ssa-maria-carella/carella-17-18/copy2_of_13.LEZIONEcodificadati.pdf)

**L**

Laureati T., Secondi L., 2011/2012, *Tecniche di rilevazione dati. Il questionario*, dispensa dell'Università degli Studi della Toscana, <http://www.didattica.unitus.it/web/scaricatore.asp?c=1kc6fdvkh4x2s22lhp7r9hhko>

**T**

Tortorello G., s.d., *L'elaborazione e l'analisi dei dati*, <http://www.giuliotortello.it/les/analisi dati.pdf>

**IMMAGINI**

## IMG. 1

fotografierende, 2017, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/selective-focus-photo-of-magnifying-glass-1194775/>

## IMG. 2

Mimi, <https://www.facebook.com/damimi54/>

## IMG. da 3 a 14

Fotografia propria

**05 \**  
**Data report**

## 05.1 \ ANALISI SWOT: CITTÀ

### INTRODUZIONE

In seguito al rilievo sul campo, al sondaggio e alla ricerca preliminare su informazioni statistiche e quantitative, si è rivelato necessario operare un sunto di tutti i dati trovati ragionando sui punti di **forza, debolezza, minacce e opportunità** sia della città in toto che degli stabilimenti balneari. Dunque si parte da un contesto globale, e si scende poi ad indagare il particolare. È stato quindi utilizzato il metodo dell'**Analisi Swot**, dove i primi due punti rappresentano i fattori interni dell'azienda o della città, mentre gli altri due, quelli esterni e su cui risulta difficile agire. Si tratta di uno **studio qualitativo** che si prefigge di cogliere le **interrelazioni tra i fattori**, quasi in una situazione di causa ed effetto. Questa metodologia è stata fondamentale per capire quali fossero i punti su cui la tesi poteva focalizzarsi al fine di intraprendere azioni consapevoli ed efficaci.

### PUNTI DI FORZA

#### Andamenti demografici

- Popolazione in crescita <sup>1</sup>

#### Istruzione e lavoro

- L'incidenza di giovani con istruzione universitaria è maggiore rispetto alla media nazionale.
- L'incidenza di analfabeti è minore rispetto alla media nazionale. <sup>2</sup>
- L'incidenza di giovani che risulta non occupata, non in cerca di occupazione e nemmeno inserita in un percorso regolare di istruzione/formazione è di poco diminuita dal 2001 al 2011 ed è pari al 10% (valore inferiore alla media italiana 12,3%) <sup>3</sup>.
- I disoccupati italiani sono leggermente superiori a quelli stranieri.
- La quota dei lavoratori indipendenti italiani è del 20% superiore alla quota dei lavoratori indipendenti stranieri, che a confronto con l'Italia che è del 159,2% (Vasto 120%), vuol dire che c'è meno disparità tra lavoratori italiani e stranieri. <sup>4</sup>

#### Vulnerabilità sociale e materiale & condizioni abitative

- L'incidenza della popolazione in condizione di affollamento è molto bassa ed è la metà di quella italiana <sup>5</sup>.
- Vasto rientra nella categoria Medio-Basso rischio di vulnerabilità sociale e materiale dal 1991 <sup>6</sup>.
- L'incidenza delle abitazioni di proprietà ha un valore più elevato (79,3%) rispetto all'Italia (72,5%), e fornisce un'indicazione indiretta del benessere socio economico della popolazione.
- Gli edifici hanno un valore elevato che misura il loro buono stato di conservazione (88,1) più alto anche della media nazionale. <sup>7</sup>
- La crescente espansione edilizia è anche sinonimo di crescita della popolazione (per fenomeni di migrazione e non per le nascite) <sup>8</sup>.

#### Mobilità

- Al 2011, rispetto alla media nazionale, ci si sposta di meno fuori da Vasto per motivi di lavoro o studio, e ciò segnala in modo indiretto una maggiore propensione della città a soddisfare la domanda interna di istruzione e lavoro. In ogni caso rispetto al 1991 gli spostamenti sono au-

1 Propria rielaborazione su dati 2018, fonte "tuttitalia.it", <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>

2 ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/comune/069/069099/>

3 ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/15/>

4 ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/>

5 ISTAT, 2011

6 ISTAT, [http://ottomilacensus.istat.it/fileadmin/download/Indice\\_di\\_vulnerabilit%C3%A0\\_sociale\\_e\\_materiale.pdf](http://ottomilacensus.istat.it/fileadmin/download/Indice_di_vulnerabilit%C3%A0_sociale_e_materiale.pdf)

7 ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/7/>

8 ISTAT, 2011

- mentati<sup>9</sup>.
- Vicinanza con l'aeroporto di Pescara che effettua sia voli nazionali che internazionali.
- Due importanti reti autostradali di collegamento: A14 e A24
- Pista ciclabile che collega la Marina di Vasto con la Marina di San Salvo (comune limitrofo)
- A settembre 2016 è stato inaugurato un servizio di bike sharing elettrico, che al momento conta 4 stazioni alla Marina di Vasto e una nel centro storico della città.<sup>10</sup>

### Economia

- L'agricoltura non è ancora scomparsa, infatti sul territorio vi sono ben 547 imprese, la maggior parte piccole, dedite alla coltivazione, in particolare di alberi da frutto (tra cui uliveti e viti da cui si ricavano olio e vino che hanno marchi IGP e DOP) e seminativi.
- Un GAL e un FLAG che insistono su Vasto.
- Elevato numero di strutture ricettive e di case per vacanze al 2016<sup>11</sup>.
- Prezzi contenuti delle strutture turistiche<sup>12</sup> (ad esclusione di affitti e in genere case vacanze<sup>13 14</sup>).
- N. di arrivo di turisti negli esercizi ricettivi in leggero aumento (dati al 2016)<sup>15</sup>.
- Grande afflusso di turisti e quindi di introiti importanti, nel periodo estivo, per via del turismo di massa<sup>16</sup>.
- Sono previsti finanziamenti per attività di pescaturismo<sup>17</sup>.
- Cooperazione tra i diversi albergatori della costa<sup>18</sup>.

### Gestione risorse & servizi

- Servizio porta a porta della raccolta differenziata<sup>19</sup>.
- Spiaggia per disabili
- Dal 2012 al 2017, i rifiuti differenziati sono

aumentati del 22,7%<sup>20</sup>

### Paesaggio, cultura & tradizioni

- Vicinanza aree montane, collinari, marine.
- Diverse tipologie di costa (spiagge sabbiose, spiagge acciottolate, calette, scogliere).
- Tutte le spiagge, al di fuori di quelle sabbiose, mantengono ancora un aspetto selvaggio.
- Centro storico curato.
- Patrimonio storico-architettonico e culturale ampio.
- Ricca tradizione culinaria vastese.
- Prodotti IGP e DOP<sup>21</sup>.
- Variegata programmazione degli eventi estivi<sup>22</sup>.
- Ricco associazionismo.

### Ambiente

- Presenza di aree naturalistiche di pregio: due aree SIC e due riserve marine protette.
- Alcuni tratti costieri sono stati insigniti della Bandiera Blu<sup>23</sup>.

9 ISTAT, 2011, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/14/>

10 iBikeAbruzzo, <https://ibikeabruzzo.com>

11 ISTAT, <http://dati.istat.it/>

12 CRESA, 2014, <http://www.cresa.it/site/il-turismo-in-abruzzo-2/>, p. 163

13 Agenzia delle Entrate, <https://www.agenziaentrate.gov.it/servizi/Consultazione/risultato.php>

14 Bontempo A., 2018, <http://www.ilcentro.it/chieti/turismo-per-gli-operatori-estate-negativa-1.2023142>

15 Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017

16 CRESA, 2014, p. 162

17 FLAG Costa dei Trabocchi, 2014/2020, [https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione\\_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf](https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf)

18 Golfo D'Oro Vasto, <http://www.vastogolfodoro.it/il-consorzio-2/>

19 Pulchra Ambiente S.p.A., <https://www.pulchrambiente.it/report-materiali-raccolti/>

20 Propria rielaborazione su dati 2017 e 2012, fonte "Pulchra Ambiente S.p.A.", Grafico anno 2017, <https://www.pulchrambiente.it/report-2017/#>

Grafico anno 2012, <https://www.pulchrambiente.it/report-2012/>

21 A cura di Ricci C. et al, 2015

22 Anon, 2018, <http://www.zonalocale.it/2018/06/21/vasto-ecco-il-cartellone-completo-degli-eventi-estivi-ogni-giorno-ci-sara-qualcosa-da-fare-33944?e=vasto>

23 Bandiera Blu FEE, 2018

## PUNTI DI DEBOLEZZA

### Andamenti demografici

- Elevato livello di invecchiamento della popolazione, con un indice di vecchiaia del 165%<sup>24</sup>.
- Territorio demograficamente poco dinamico e vitale per via del saldo naturale negativo.
- Leggero squilibrio generazionale: la popolazione in età inattiva (-15 anni e +65) è maggiore di quella in età attiva.

### Istruzione e lavoro

- L'indicatore della frequenza scolastica straniera tra i 15 e i 24 anni è basso (36,3%).<sup>25</sup> Ciò significa che ci sono pochi giovani qualificati stranieri.
- Popolazione in età lavorativa anziana<sup>26</sup>.
- Nel mercato del lavoro locale si predilige la manodopera immigrata rispetto a quella italiana<sup>27</sup>. Potrebbe essere sinonimo di sfruttamento<sup>28</sup>.
- Tasso di disoccupazione giovanile leggermente più alto rispetto all'Italia e rispetto al 2001<sup>29</sup>.

### Vulnerabilità sociale e materiale & condizioni abitative

- Le quotazioni immobiliari nella Marina di Vasto, soprattutto nella zona centrale, sono più alte rispetto a tutte le altre zone della città, compreso il centro storico<sup>30</sup>.

### Mobilità

- Eccessivo uso del mezzo privato e scarso utilizzo del mezzo pubblico<sup>31</sup>.
- L'aeroporto di Pescara non è collegato per via diretta con Vasto<sup>32</sup>.
- Assenza di ferrovia ad alta velocità.
- Per la geografia del territorio, ovvero il dislivello tra la Marina di Vasto e Vasto città, non è conveniente la costruzione di una pista ciclabile che funga da collegamento tra i due punti.
- Eccessivo traffico veicolare nella stagione

24 TUTTITALIA.IT

25 ISTAT

26 TUTTITALIA.IT

27 ISTAT

28 Balduzzi G., 2016

29 ISTAT, [ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/](http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/)

30 Agenzia delle Entrate

31 ISTAT

32 Abruzzo Airport, <http://www.abruzzoairport.com/faq.aspx?lnk=Qeju9wFf1kU=&lang=it>

estiva, soprattutto lungo la fascia costiera per un triplice motivo: la zona è di passaggio sia per i turisti che si devono recare in altre località, sia per i mezzi pesanti che trasportano merci, sia per i villeggianti locali e residenti che si devono recare in spiaggia.

- Poche corse di mezzi pubblici che collegano costa e città.
- Tratti di costa con spiagge acciottolate non collegati da mezzi pubblici o mal collegati.
- Parcheggi sovraccarichi che danno luogo a sistemazioni abusive nei periodi estivi, lungo la costa.

### Economia

- L'economia è sempre meno<sup>33</sup> legata alla pesca<sup>34</sup>.
- L'agricoltura fa fatica a competere con la grande distribuzione organizzata.
- Forme di artigianato quasi completamente scomparse<sup>35</sup>.
- Forte stagionalità del turismo, concentrato nei mesi estivi<sup>36</sup>.
- L'elevato numero di case ricettive e case per vacanze, risulta un'arma a doppio taglio, poiché nei mesi non estivi le abitazioni sono completamente disabitate e gli esercizi chiusi o con poca clientela.
- Sia la presenza che la permanenza media dei turisti italiani negli esercizi ricettivi è nettamente diminuita a partire dal 2015<sup>37</sup>.
- Turismo di massa, omologato e indifferenziato nei servizi che offre, anche a paragone di altre zone costiere abruzzesi. Nel complesso si tratta di un'offerta di medio-livello.<sup>38</sup>
- Con il turismo di massa si arricchisce solo una piccola parte degli abitanti, molti ne restano esclusi.
- Uno dei vari ostacoli alla destagionalizzazione del turismo è che nei mesi invernali vi sono pochissimi servizi ed esercizi commerciali aperti alla Marina di Vasto; si porta così avanti l'immagine di una località turistica non attrattiva in quel periodo dell'anno, alimentando un circolo vizioso senza fine.
- Nessuna attività di collaborazione ai fini turistici fra le altre città costiere e collinari del territorio, che sebbene vicini in linea d'a-

33 Wikipedia, L'enciclopedia libera, <https://it.wikipedia.org/wiki/Vasto#Economia>

34 ISTAT, 2011, <http://dati-censimentopopolazione.istat.it/Index.aspx>

35 Provincia di Chieti, <http://www.provincia.chieti.it/artigianatoartistico>

36 Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017

37 Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017

38 CRESA, 2014, p. 162

ria risultano molto lontani a causa dei mal collegamenti<sup>39</sup>.

- Pochi turisti stranieri in confronto agli italiani (dati al 2016<sup>40</sup>, 2018<sup>41</sup>).

#### Gestione risorse & servizi

- Diverse infrastrutture datate e senza manutenzione (cfr. problemi degli acquedotti, delle reti fognarie e ponti).
- Costa disabitata e abbandonata nel periodo invernale.
- Non è presente il servizio di salvataggio nei tratti della costa con spiaggia acciottolata.
- Carezza idrica nei mesi estivi.
- Essendo Vasto caratterizzata da un turismo fortemente di massa, le risorse non vengono usate in maniera responsabile (compreso lo sfruttamento dei lavoratori) e spesso non sono sufficienti (mancanza di acqua nelle abitazioni per diverse ore nella giornata, lungomare più sporco ecc.).
- 30 stabilimenti balneari concentrate nella sola area della Marina di Vasto con solo il 5,8% di spiaggia libera<sup>42</sup>.

#### Paesaggio, cultura & tradizioni

- Scarsa valorizzazione di produzioni gastronomiche tipiche.
- Scarsa integrazione dei servizi museali e di intrattenimento.
- Pochi eventi organizzati al di fuori del periodo estivo e pressoché legati alla religione.
- La costa vastese rientra in due brand: Costiera dei Trabocchi<sup>43</sup> e Costa dei Trabocchi<sup>44</sup>, entrambi con loghi simili ma differenti. Inoltre sono vicini al brand dei territori del Sangro Aventino "Terre dei Trabocchi"<sup>45</sup>, provocando così confusione e mancanza di identità unica.
- Le varie spiagge e calette non sono idoneamente indicate da segnaletica, non sono rintracciabili sulle mappe cartacee ufficiali, non sono segnalate su Google Maps e non sono "recensite" in rete, per la sola eccezione delle tre principali ma senza le caratteristiche illustrate e le difficoltà di accesso. Sono spiagge di fatto poco conosciute (se

- non dagli autoctoni) e poco valorizzate.
- Il paesaggio soffre di una forte presenza di edifici in prossimità della costa.

#### Ambiente

- Elevata alterazione dell'indice di biodiversità lichenica<sup>46</sup>.
- Inquinanti atmosferici rilevati nella zona industriale<sup>47</sup>.
- Superamento della capacità di carico ambientale (scarsità idrica, problemi di gestione delle fognature che portano ad avere zone sulla costa che sono maleodoranti).
- Piattaforma di estrazione di idrocarburi attiva a poca distanza dalla costa<sup>48</sup>.
- Le zone più vulnerabili del territorio (in particolare aree SIC a Nord della Marina di Vasto), sono anche quelle più sporche, con abbandono di rifiuti in prossimità del mare e sulle spiagge stesse.
- Poche coltivazioni biologiche<sup>49</sup>.
- Consumo di suolo litoraneo di valore (area di scambio tra ecosistemi marini e terrestri) specialmente nel tratto di spiaggia sabbiosa della Marina di Vasto (meno grave nell'area SIC).

#### OPPORTUNITÀ

##### Andamenti demografici

- Opportunità di avere innovazione per via del cambio generazionale nei luoghi di lavoro, considerato che 130 è l'indice di ricambio della popolazione attiva (ossia 130 persone sono prossime alla pensione su 100 che sono prossime ad entrare nel mondo del lavoro)<sup>50</sup>.

##### Istruzione e lavoro

- Innovazione e crescita delle imprese apporata dalle numerose figure qualificate.

##### Mobilità

- È in costruzione la Via Verde<sup>51</sup> sull'ex tracciato ferroviario, ciclovie che collega tutta la Costa Teatina. Tale pista potrebbe portare all'aumento dei turisti e soprattutto attrarre una nuova fetta di target corrispondente agli amanti del cicloturismo.
- I vacanzieri si muovono spesso in bici o a piedi se hanno l'abitazione sulla costa.

##### Economia

- La cooperazione tra città costiere ed entroterra grazie ai vari GAL (Costa dei Trabocchi, Maiella Verde)<sup>52</sup> e il FLAG Costa dei Trabocchi può portare impatti positivi su più settori e fornire un'immagine integrata di Vasto nel sud dell'Abruzzo.
- Presenza di diverse organizzazioni pubblico/private che hanno l'obiettivo di promuovere e valorizzare il territorio<sup>53 54</sup>.
- Possibilità di aumento di prodotti ittici locali e da piccola pesca nei ristoranti della città, grazie al FLAG Costa dei Trabocchi che si occupa di promuovere il pescato a km0.
- La creazione di un turismo enogastronomico, comporta non solo un rispetto "passivo" dell'ambiente, ma in maniera "attiva" contribuisce all'economia locale favorendo le piccole imprese agricole e della pesca.

##### Gestione risorse & servizi

- Implementazione della promozione turistica attraverso il web, con lo scopo di aumentare la visibilità nei confronti di turisti poten-

zialmente interessati all'offerta ma che non la conoscono.

- 7 nuove concessioni demaniali marittime nel Piano Spiaggia<sup>55</sup>

#### Paesaggio, cultura & tradizioni

- Visti i trend internazionali<sup>56 57</sup> ed essendo Vasto non solo località turistica ma anche borgo ricco di storia e di una tradizione enogastronomica fortemente legata al territorio, è possibile puntare allo sviluppo del turismo esperienziale con pescaturismo, ittiturismo, cicloturismo, tour enogastronomici, tour naturalistici.

39 CRESA, 2014, pp. 162/163

40 Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017

41 Società cooperativa Excalibur Vasto, 2018

42 Comune Del Vasto, 2014, [http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE\\_Generale\\_APPROVAZIONE-Tabella.pdf](http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE_Generale_APPROVAZIONE-Tabella.pdf)

43 Costiera dei Trabocchi, <http://www.costieradeitrabocchi.it/>

44 Flag Costa dei Trabocchi S.C.A.R.L.

45 Terre dei Trabocchi, <http://www.visitteredeitrabocchi.it/?lang=it>

46 Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri-Sud. Centro di scienze ambientali, 2011,

47 Agenzia Regionale per la Tutela dell'Ambiente, 2012, [https://www.artaabruzzo.it/download/area/aria/20121207\\_qa\\_all\\_03.pdf](https://www.artaabruzzo.it/download/area/aria/20121207_qa_all_03.pdf)

48 Bontempo A., 2017, <http://www.histonium.net/notizie/attualita/44167/piattaforma-rospo-mare-al-largo-della-costa-di-vasto-attivita-prorogata>

49 Cichelli A., <http://www.provincia.chieti.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/905>

50 TUTTITALIA.IT

51 Via verde dei Trabocchi, <https://viaverdedeitrabocchi.info/#home>

52 GAL Costa dei Trabocchi, 2014/2020, p. 75

53 FLAG Costa dei Trabocchi, 2014/2020

54 GAL Costa dei Trabocchi, 2014/2020

55 Comune Del Vasto

56 Aurucci P., 2016, <https://www.vogue.it/news/notizie-del-giorno/2016/09/23/slow-tourism-italia/>

57 Anon, 2015, <https://www.luxurytravelmagazine.com/news-articles/slow-travel-a-new-trend-across-the-world>

## MINACCE

### Istruzione e lavoro

- Tasso di disoccupazione in leggero aumento dal 2001 al 2011<sup>58</sup> con il rischio che la situazione peggiori.
- Aumento del fenomeno migratorio delle figure a media/alta qualificazione in una città dove l'incidenza delle figure con titoli universitari è più alta rispetto alla media nazionale.

### Vulnerabilità sociale e materiale & condizioni abitative

- L'incidenza delle famiglie con potenziale disagio economico dal 2001 al 2011 è più che duplicata, anche se i valori restano di poco al di sotto della media nazionale.
- L'incidenza delle famiglie in potenziale disagio di assistenza è quasi duplicato dal 1991 al 2011, anche se il valore resta di poco al di sotto della media nazionale.
- La posizione nella graduatoria dei comuni dell'indice di vulnerabilità è salita, ovvero Vasto nel 2011 risulta più potenzialmente vulnerabile rispetto al 1991<sup>59</sup>.

### Mobilità

- Aumento del parco veicolare a causa dell'uso ridotto dei mezzi pubblici sia tra residenti, che da lavoratori/studenti/turisti che raggiungono la città.

### Economia

- Scomparsa della pesca artigianale.
- Aumento delle perdite delle presenze di turisti negli esercizi ricettivi<sup>60</sup>.
- Rischio che scompaiano anche le poche botteghe ancora attive, di lavorazione della ceramica e del cuoio<sup>61</sup>.

### Gestione risorse & servizi

- Aumento del superamento della capacità di carico sociale ed economica in estate, per via dell'afflusso di turisti.
- Concorrenza sempre più elevata di altre città italiane meglio valorizzate e con maggiori beni paesaggistici e architettonici<sup>62</sup>.
- Nel momento in cui verranno date in conces-

58 ISTAT

59 ISTAT

60 Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017

61 Provincia di Chieti

62 CRESA, 2014, pp. 162/164

sione i nuovi tratti di spiaggia, si ridurranno ancor di più i tratti di libera fruizione.

### Ambiente

- Diminuzione della popolazione ittica a causa di una pesca indiscriminata.
- Rischio di estinzione di alcune specie faunistiche e floristiche tipiche.
- Vulnerabilità delle aree SIC e delle riserve protette.
- Rischio di erosione costiera e frane.
- A causa della crescente espansione edilizia, soprattutto sulla fascia costiera, c'è il rischio di andare ad intaccare e a perdere ulteriori aree naturali sensibili o di valore.



IMG. 1

## 05.2 \ ANALISI SWOT: STABILIMENTI BALNEARI

Come si è visto fino ad ora, ogni punto analizzato ha dei riferimenti bibliografici precisi. Con l'Analisi Swot seguente lo studio è stato di natura differente: gran parte dei dati enunciati sono il risultato di **osservazione qualitativa ed esperienza diretta** sui vari lidi e di **questionari quantitativi sul caso-studio specifico**. Per la maggior parte non si tratta quindi di dati già esistenti, ma di **riflessioni** elaborate **ex-novo**.

### PUNTI DI FORZA <sup>63</sup>

- Gli stabilimenti insistono su un tratto di costa che è stata insignita della Bandiera Verde, cioè spiaggia per i bambini approvata dai pediatri.
- Tratti di costa a Nord della Marina di Vasto non sono collegati da mezzi pubblici o collegati male, ciò è a vantaggio dei lidi che invece hanno i collegamenti pubblici dalla città.
- Assenza di servizio di salvataggio in alcuni tratti della costa, che permette agli stabilimenti balneari di mantenere alta soprattutto la richiesta delle famiglie con bambini.
- Gli stabilimenti esercitano una forte attrattività verso una specifica fetta di mercato costante tutti gli anni: famiglie con figli piccoli, anziani e gruppi di ragazzi che cercano il divertimento.
- Lidi diversificati per vari interessi, ovvero ci sono lidi silenziosi per il relax, altri che organizzano eventi musicali, tornei sportivi e altri con attività per bambini.
- Livelli alti di occupazione giovanile nella stagione estiva grazie anche ai lidi che cercano lavoratori stagionali.
- Tutti gli stabilimenti balneari hanno il servizio bar (tranne le spiagge private degli hotel e quelli localizzati in area SIC) e molti fanno anche servizio ristorazione.
- Tutti i lidi per legge devono fornire i servizi igienici e le docce, smarcando le spiagge libere che invece non ne sono dotate.
- Altissima richiesta degli ombreggi, soprattutto tra metà luglio e agosto.
- Prezzi generalmente allineati con altri competitori regionali <sup>64</sup>.
- Molti balneari e varie attività commerciali presenti alla Marina di Vasto sono uniti in un consorzio dal 2002. 40 sono le figure

coinvolte <sup>65</sup>.

### PUNTI DI DEBOLEZZA

- Bassa offerta di piatti tradizionali e di alimenti locali.
- Acquisto di prodotti da filiera lunga e da GDO.
- Scarsa attenzione alla stagionalità dei prodotti ittici.
- Acquisto di prodotti ittici esteri durante il fermo pesca (e non solo).
- Scarsa sensibilità alle intolleranze/preferenze alimentari.
- Vendita web based quasi nulli.
- Quasi impossibilità nel reperire informazioni online sui prezzi e sui servizi offerti (ad esclusione degli hotel che hanno servizio spiaggia) o la posizione su Google Maps (per gli hotel che hanno servizio spiaggia).
- Su 28 lidi (ad esclusione area SIC) solo 10 hanno un sito web (di cui solamente 2 sono stabilimenti balneari), 19 un profilo Facebook (5 solo sono hotel) e 5 hanno un profilo instagram (1 solo è un hotel). Dei 10 siti web, 7 danno la possibilità di scegliere l'inglese, 2 il tedesco, 1 il francese e 1 il danese. Differenziazione dei rifiuti solitamente mal operata dai clienti.
- Raccolta differenziata non funzionale per un luogo frequentato da persone di diversa provenienza e con diverse abitudini.
- Generalmente il numero di cestini per l'indifferenziata è sproporzionato rispetto al numero di cestini per la differenziata.
- Utilizzo di stoviglie usa e getta non biodegradabile.
- Consumi ingenti di risorse idriche.
- Scarso uso di energia rinnovabile.
- Disinteresse sulle tematiche ambientali (pochi adottano pannelli solari), sulla certificazione etica e sulla responsabilità sociale (dati regionali 2012 <sup>66</sup>, in aggiunta ad esperienza personale).
- Brand Costa/Costiera dei Trabocchi non sfruttato.
- Bassa incidenza del turismo straniero.
- La competenza professionale dei dipendenti dei lidi è generalmente bassa: sono quasi tutti lavoratori stagionali, spesso cambiano di anno in anno e sono perlopiù studenti.

<sup>65</sup> Cittanet, 2016, [https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus\\_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U](https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U)

<sup>66</sup> CRESA, 2014, p. 196

- I lidi non risultano in possesso di certificazioni volontarie almeno fino al 2014 <sup>67</sup>.
- Strutture poco sfruttate nel periodo invernale, se non qualcuno che nel weekend mantiene ancora attiva la ristorazione. Il lido per sua natura è debole economicamente. Se il locale viene chiuso nel periodo che va da ottobre ad aprile circa, al di là dei costi fissi, a riapertura ci sono anche i costi dovuti alla pulizia e alla manutenzione che sono più ingenti, per via del deterioramento e "abbandono" dovuto alla chiusura prolungata in un ambiente di per sé poco ottimale (salsedine, vento, acqua, sole). Se il locale viene mantenuto aperto c'è invece il rischio, sempre oltre ai costi fissi, di non riuscire a recuperare il denaro investito per il personale, il cibo, le bollette.
- Scarso valore architettonico dei lidi.
- Non vengono usati materiali locali da costruzione, né per le attrezzature e né per il mobilio, che sono tutti molto standardizzati.
- Scarsa accessibilità per i disabili.
- Mancanza di offerta di attività culturali.
- Il lido è sostenibile economicamente solo grazie ai flussi turistici, senza di questi sarebbero decisamente molto meno remunerativi.
- C'è in generale una scarsa propensione all'innovazione.

### OPPORTUNITÀ

- Possibilità di attrarre il turista sfruttando la bellezza del paesaggio.
- Promozione di prodotti enogastronomici di qualità visto che il territorio ne è ricco.
- Acquisto di prodotti ittici da piccola pesca durante il fermo biologico (e non solo) invece dei prodotti esteri.
- Attivazioni di reti che coinvolgono lidi, aziende agricole locali, aziende di allevamento dell'entroterra e pescatori.
- Aumentare l'accessibilità dei lidi per le persone disabili e attrarre quella fetta di mercato che al momento è piuttosto esclusa e relegata alla "spiaggia per disabili".
- Attrarre un diverso tipo di fruitore, diverso dal solito, sfruttando la vicinanza al sito archeologico sommerso o alla riserva naturale: offrendo al mercato un prodotto completo.
- Puntare a creare esperienze per attrarre una possibile clientela anche nel periodo invernale, e avere maggiore possibilità di ottenere introiti sicuri.
- Sfruttare il brand Costa/Costiera dei Trabocchi per attrarre soprattutto i turisti internazionali, interessati a conoscere l'Italia e alla ricerca di piccole realtà dove sperimentare la cultura del posto.
- Sfruttare i materiali locali per la fabbricazione di attrezzature (come il legno usato per la costruzione dei Trabocchi)<sup>68</sup> o proporre un servizio di stoviglie artigianali realizzate nelle botteghe del territorio.

### MINACCE

- Necessità degli operatori balneari di controllare che i rifiuti siano correttamente differenziati per evitare il mancato ritiro o il richiamo.
- Rischio di non essere più in grado di far fronte all'alta domanda stagionale e quindi di diminuire la capacità di accoglienza verso il turista.
- Risorse idriche non sufficienti a sopperire la domanda come capitato a più stabilimenti negli anni passati.
- Scarsa qualità del servizio offerto a causa di dipendenti poco qualificati.
- Continuo rinvio della direttiva Bolkestein <sup>69</sup>.
- Erosione costiera e quindi diminuzione del tratto di spiaggia da mettere a disposizione per i clienti.

<sup>67</sup> CRESA, 2014, p. 67

<sup>68</sup> Pacini J., 2011, <http://www.tesoridabruzzo.com/la-lunga-vita-dei-trabocchi/#sthash.xdUyQRuS.dpbs>

<sup>69</sup> Giuzio A., 2018, <http://www.mondobalneare.com/news/3178/bolkestein-e-il-momento-decisivo-per-i-balneari.html>

<sup>63</sup> N.B. Quasi tutti i punti derivano da esperienza diretta e osservazione qualitativa

<sup>64</sup> CRESA, 2014, pp. 201/202



IMG. 2

## 05.3 \ DATA CORRELATION

Successivamente alle due Analisi Swot si è ritenuto necessario trasformare e selezionare i dati più importanti per migliorarne la visualizzazione e favorire il ragionamento. Fondamentale è stato capire come i lidi, situati all'interno del territorio di Vasto, fossero influenzati dai fattori della città e come la città fosse a sua volta influenzata dalla presenza di un servizio turistico di quel tipo.

I dati più importanti, ovvero quelli che hanno presentato **caratteristiche di correlazione**, sono stati **mappati** (Cfr. FIG. 1). Per una questione di semplicità di lettura non sono state riportate graficamente le relazioni, ma queste potranno essere visualizzate con le mappe successive.

Ad ogni punto è stata attribuita una **qualità (positiva in verde, negativa in rosso)**, sebbene non sia da considerare alla lettera poiché le sfumature per ogni elemento sono molte e l'intento di questa distinzione è piuttosto una **guida veloce ai significati** dei vari punti. A titolo di esempio, sulla parte alta della mappa è riportata la dicitura "le spiagge a Nord della Marina sono poco valorizzate e poco fruibili" e vi sono entrambi i simboli. Questo perché da un lato si perde appunto la fruizione di uno spettacolare paesaggio, che resta relegato ai pochi che lo conoscono e la mancanza di servizi fa passare la situazione per un atteggiamento di incuria da parte del Comune. D'altro canto ciò risulta positivo perché meno pressione antropica si esercita su tali spazi, più questi resteranno preservati a lungo, evitando che l'affollamento e il caos le domini come si verifica sulla spiaggia sabbiosa. Se si osserva attentamente la mappa (sempre FIG. 1), le **doppie valenze** non sono molte, in realtà ne sarebbero di più ma su alcuni elementi si è preferito porre in evidenza la visione sistemica.

Detto questo, il passo successivo è stato quello di individuare gli elementi che potessero essere raggruppati sotto un qualche macro-argomento. Provando varie combinazioni sono stati individuati sette risultati:

- \* relazioni tra cibo negli stabilimenti e con la città
- \* relazioni tra gestione dei rifiuti nel lido e con la città
- \* relazioni tra gestione dell'acqua nel lido e con la città
- \* relazioni tra la possibilità di riqualificare le strutture e Vasto

- \* relazioni tra la stagionalità dei lidi e Vasto
- \* relazioni tra gli elementi di comunicazione e la città

- \* relazioni tra il turismo in città e il lido

Ogni **macro-argomento** è stato studiato singolarmente e sono state evidenziate e qualificate le relazioni. Sono stati utilizzati due tratti: il grigio per quelle **attuali** esistenti e il blu per quelle **potenziali**, ovvero tra elementi che, se linkati, possono portare a nuove situazioni virtuose e magari trasformare un aspetto al momento negativo, in positivo. I punti che non entravano in contatto con l'ambito in questione sono stati eliminati per facilitare la lettura.

La mappatura delle relazioni è anche servita da **strumento** per scendere nel dettaglio delle ipotesi e vagliare realisticamente le possibilità pregettuali derivanti da un argomento piuttosto che un altro, e in ottica di pro/contro.



## RELAZIONI TRA CIBO NEGLI STABILIMENTI E CON LA CITTÀ (Cfr. FIG. 2)

PAROLE CHIAVE: ristoranti e bar dei lidi, territorio

OBIETTIVI: proporre cibo di qualità, locale e piatti tradizionali nei ristoranti e bar dei **lidi** tramite attivazione di relazioni con gli attori del **territorio**.

PRO:

- la cucina diventa più ambientalmente sostenibile
- maggiore qualità del cibo
- molti attuali prodotti costosi si eliminerebbero, come ad es. il pesce di carne pregiata, che è tale perché la sua richiesta è alta in tutto il mercato globale (es. salmone, tonno, pesce spada ecc..)
- creazione di una rete tra produttori e balneari sul territorio
- molti balneari già sono soliti acquistare prodotti orticoli locali
- rivitalizzazione delle imprese agricole e della pesca locali
- nuova clientela sensibile alle tematiche
- sfruttare il know-how della tradizione
- le esperienze promosse dal lido dovrebbero servire da ulteriore sponsorizzazione dello stesso

CONTRO:

- le imprese agricole e la pesca locale soprattutto, devono essere in grado di sostenere la richiesta estiva
- offerta di specie ittiche non regolari
- tutti i prodotti della GDO andrebbero eliminati, ciò può provocare lamentele e perdite di clienti
- alcuni piatti del menù potrebbero aumentare di prezzo
- richiede un'attenta comunicazione
- richiede la creazione di un sito web di diffusione della virtuosità
- al momento potrebbero esserci pochi clienti interessati

ELENCO DEI POSSIBILI STAKEHOLDER:

1. Titolari dei lidi
2. Dipendenti dei lidi (in particolare i cuochi)
3. Clientela dei lidi "interna" (cioè che fruisce del servizio ombreggio)
4. Clientela dei lidi "esterna"
5. Vari fornitori di cibo
6. Flag (per la consulenza)
7. Gal (per i bandi sugli investimenti)
8. Presidi Slow Food e Slow Fish
9. Pro Loco
10. Capitaneria di Porto
11. Asl
12. Comune di Vasto
13. DMC Costiera dei Trabocchi

PROGETTI DI INTERESSE

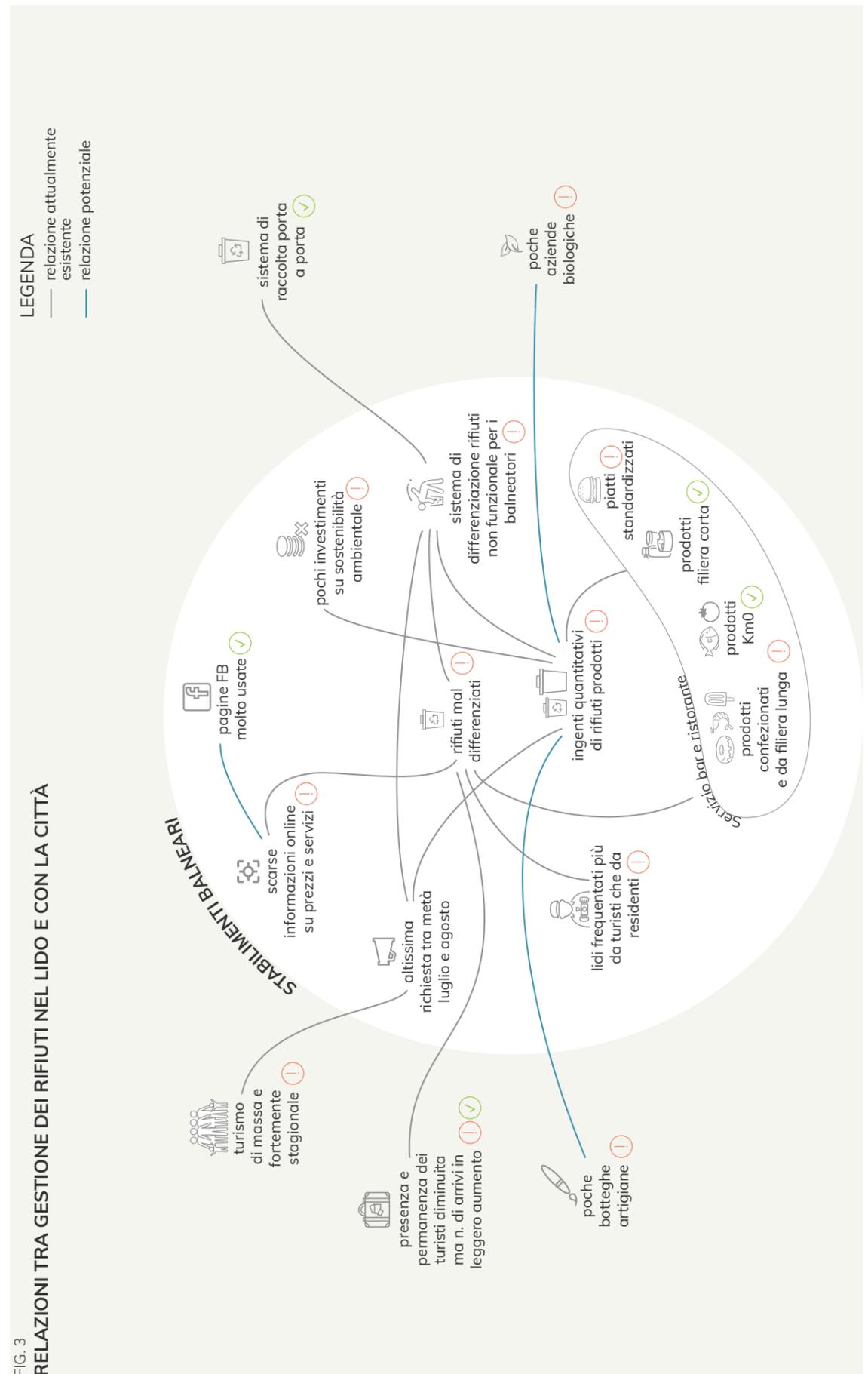
**Le stagioni del mare. A tavola con il pescato locale:** iniziativa promossa dal Flag Costa dei Trabocchi con il coinvolgimento degli operatori della ristorazione e degli imprenditori ittici della zona coperta dal Flag. Si tratta della realizzazione di specifici menù a prezzo fisso proposti per una settimana a stagione nell'arco del 2018/2019. L'obiettivo è la valorizzazione del pescato locale <sup>70</sup>.

**Mangia sano, Mangia locale:** nel 2015 è stato promosso uno show cooking gratuito sempre dal Flag per la valorizzazione del pesce locale e delle ricette tradizionali. L'evento è stato effettuato in un ristorante selezionato per ogni città costiera della Costa dei Trabocchi <sup>71</sup>.

70 Flag Costa dei Trabocchi, <http://www.lestagionidelmare.it/>

71 Vinoway, 2015, <https://www.vinoway.com/news/item/4592-mangia-sano,-mangia-locale-sulla-costa-dei-trabocchi-al-via-i-cooking-show-per-la-valorizzazione-della-piccola-pesca.html>

FIG. 3  
RELAZIONI TRA GESTIONE DEI RIFIUTI NEL LIDO E CON LA CITTÀ



## RELAZIONI TRA GESTIONE DEI RIFIUTI NEL LIDO E CON LA CITTÀ (Cfr. FIG. 3)

PAROLE CHIAVE: lidi, economia circolare

OBIETTIVI: progettazione di un sistema di **economia circolare** dei rifiuti da applicare nei **lidi** o in un **lido specifico**

PRO:

- i balneari non devono più rovistare tra i rifiuti, per correggere gli errori dei bagnanti (per esempio c'è grande confusione con stoviglie in plastica)
- i bagnanti hanno meno problemi nel differenziare
- anticipazione delle direttive europee sul bando della plastica monouso prevista per il 2021 (se venisse approvata) eliminando il monouso (da usare in stretta necessità ma con materiali biodegradabili)

CONTRO:

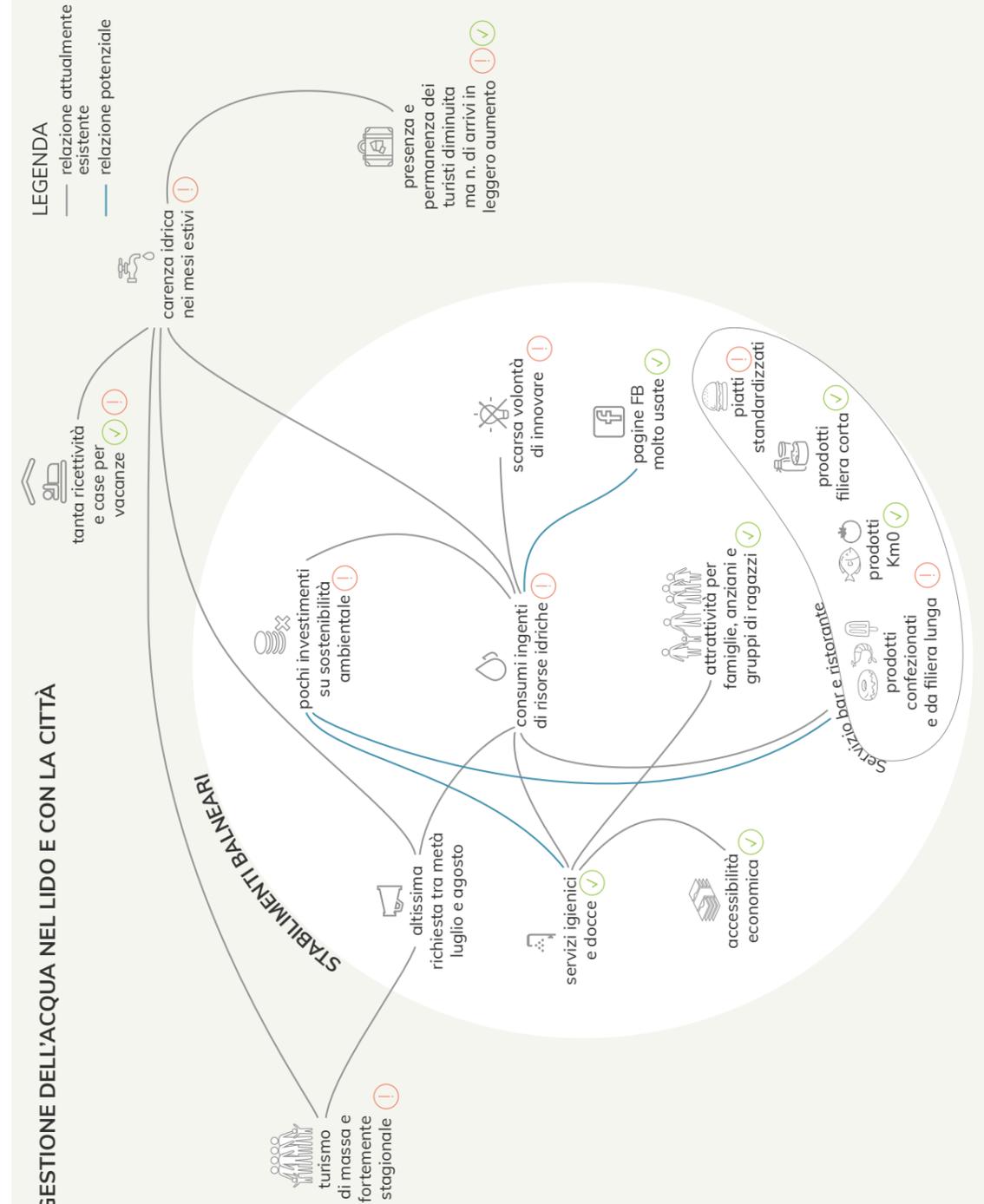
- necessaria collaborazione con il servizio locale di raccolta rifiuti
- sinergia con il Comune di Vasto per diminuzione della tariffa TARI per via dei ridotti rifiuti se si usasse il vuoto a rendere
- la pratica del vuoto a rendere per il vetro è solo in fase di sperimentazione in Italia
- lidi disponibili a cambiare i loro fornitori e a possibili nuovi acquisti di materiali duraturi nonostante l'incertezza della direttiva Bolkestein
- vincere sulla pigrizia dei bagnanti

ELENCO POSSIBILI STAKEHOLDER:

1. Associazione no profit
1. Titolari dei lidi
2. Dipendenti dei lidi
3. Clientela dei lidi "interna" (cioè che fruisce del servizio ombreggio)
4. Servizio di raccolta rifiuti
5. Comune di Vasto - Settore urbanistica (riguardo al piano del demanio marittimo)
6. Comune di Vasto per il calcolo della TARI
7. Capitaneria di porto
8. Associazioni ambientaliste
9. Pro Loco
10. Fornitori di cibo e bevande
11. Fornitori di stoviglie varie
12. Laboratori artigianali di ceramiche di Vasto
13. Portale del Turismo di Vasto

FIG. 4

## RELAZIONI TRA GESTIONE DELL'ACQUA NEL LIDO E CON LA CITTÀ



## RELAZIONI TRA GESTIONE DELL'ACQUA NEL LIDO E CON LA CITTÀ (Cfr. FIG. 4)

PAROLE CHIAVE: lidi, riuso

OBIETTIVI: progettazione del **riuso** dell'acqua potabile nei **lidi**, per far fronte alla scarsità idrica del vastese nel periodo estivo

PRO:

- più economicità per i lidi
- risparmio idrico tramite riuso di acqua
- sensibilizzazione al valore dell'acqua

CONTRO:

- investimento ingente per la sostituzione degli impianti attuali con quelli per il riuso delle acque grigie
- procedimenti burocratici lunghi
- approvazione del progetto dal Comune di Vasto e dal Circomare

ELENCO POSSIBILI STAKEHOLDER:

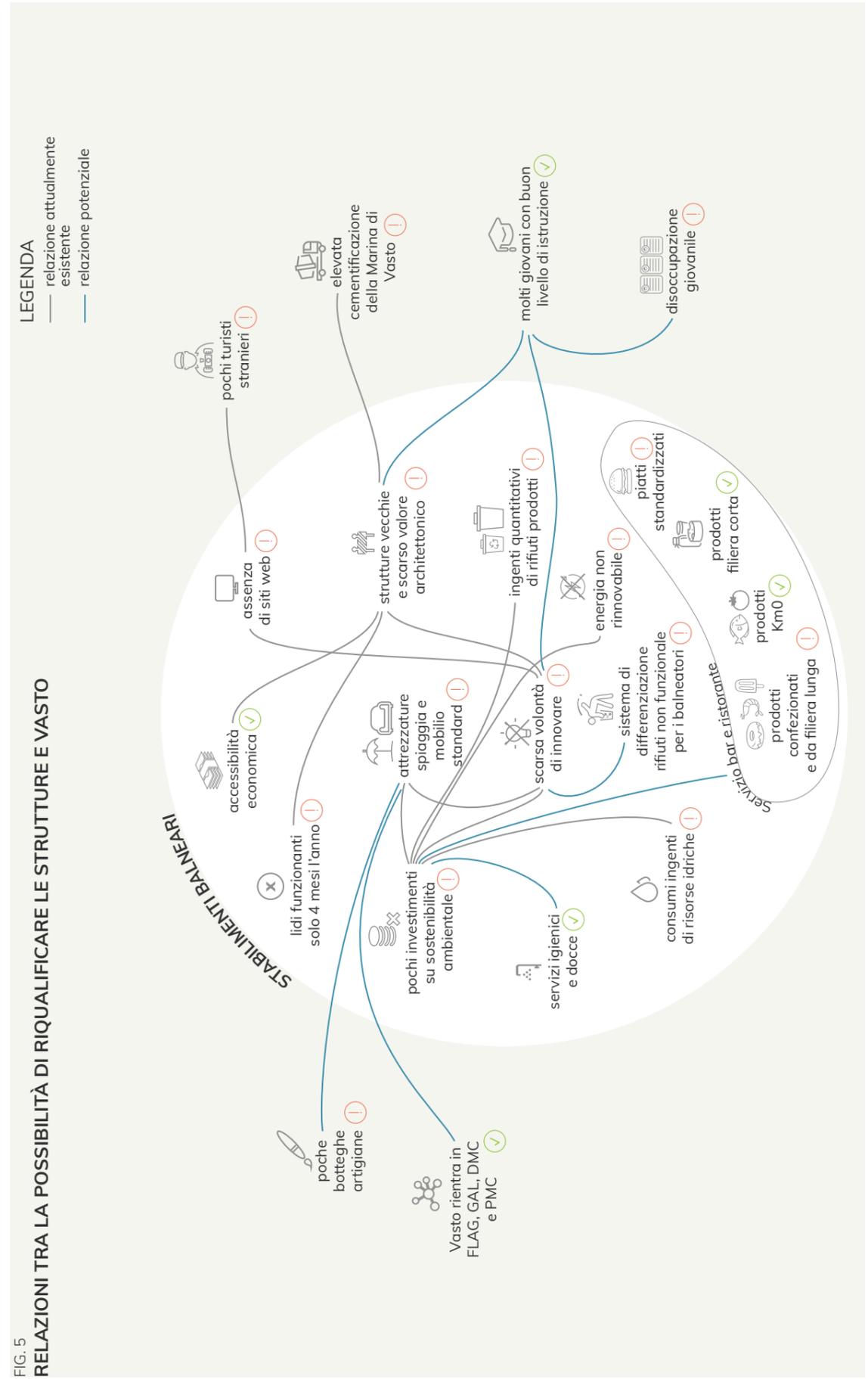
1. Titolari dei lidi
2. Servizio erogatore dell'acqua
3. Comune di Vasto - Settore urbanistica (riguardo al piano del demanio marittimo)
4. Ufficio del demanio marittimo regione Abruzzo
5. Associazioni ambientaliste
6. Studio di ingegneria
7. Fornitori vari ed esperti per l'impianto idraulico

PROGETTI DI INTERESSE

**Interreg Castwater:** app nazionale ed europea gratuita per lidi ed esercizi ricettivi che permette di autovalutare la propria gestione dell'acqua e fornisce suggerimenti sulle aree su cui operare per risparmiare <sup>72</sup>.

FIG. 5

## RELAZIONI TRA LA POSSIBILITÀ DI RIQUALIFICARE LE STRUTTURE E VASTO



## RELAZIONI TRA LA POSSIBILITÀ DI RIQUALIFICARE LE STRUTTURE E VASTO (Cfr. FIG. 5)

PAROLE CHIAVE: lidi, attrezzature, mobilio, materiali

OBIETTIVI: riprogettazione della struttura esistente o progettazione **ex novo** di **lidi** o **uno specifico**; al fine di renderli maggiormente in linea con la natura circostante, meno standardizzati e più ambientalmente sostenibili

PRO:

- lavoro per gli artigiani del posto ( falegnami, ceramisti ecc.)
- mobilio di maggior valore
- diversificazione dalla concorrenza
- nuova clientela sensibile alle tematiche
- recupero di acque grigie
- installazione di mini eolici, pannelli fotovoltaici e solari per avere energia rinnovabile
- 7 nuove concessioni demaniali da mettere a bando
- possibilità di sviluppo di nuovi modelli economici alternativi alla classica impresa privata (per lidi ex novo)
- possibilità di partecipare ad un bando per un finanziamento dalla regione

CONTRO PER LIDI ESISTENTI:

- trovare dei balneari disponibili ed aperti a tale cambiamento
- mettere in vendita le attrezzature e acquistarne delle nuove più costose perché prodotte artigianalmente
- maggiore manutenzione delle attrezzature (ad es. se in legno, ogni anno c'è il rischio di doverle cambiare)
- investimenti e tempo per la burocrazia per quanto riguarda le miglione sulla gestione dell'acqua e dell'energia
- rischio di diminuire clientela per aumento dei prezzi
- possibilità di partecipare ad un bando per un finanziamento dalla regione

CONTRO PER LIDI NUOVI:

- non c'è un bando di gara pubblica per nuove concessioni demaniali (sebbene ne siano previste 7 nuove di cui 2 per strutture ricettive e 1 per associazioni nautiche <sup>73</sup>)
- grande investimento per costruzione di un'opera ex novo
- creazione di una clientela da zero su un lido che avrà prezzi generalmente più alti rispetto agli altri già esistenti
- non è possibile sviluppare una spiaggia libera attrezzata (che può essere gestita dal Comune) perché non ve ne sono a Vasto e non sono previste nel Piano Spiaggia

ELENCO POSSIBILI STAKEHOLDER:

1. Titolari dei lidi
2. Comune di Vasto - Comune di Vasto - Settore urbanistica (riguardo al piano del demanio marittimo)
3. Capitaneria di Porto
4. Sistema Informativo del Demanio Marittimo
5. CNA
6. Pulchra Ambiente
7. Studio di ingegneria
8. Studio di architettura
9. Artigiani Locali
10. Fornitori vari ed esperti per l'impianto idraulico ed energetico

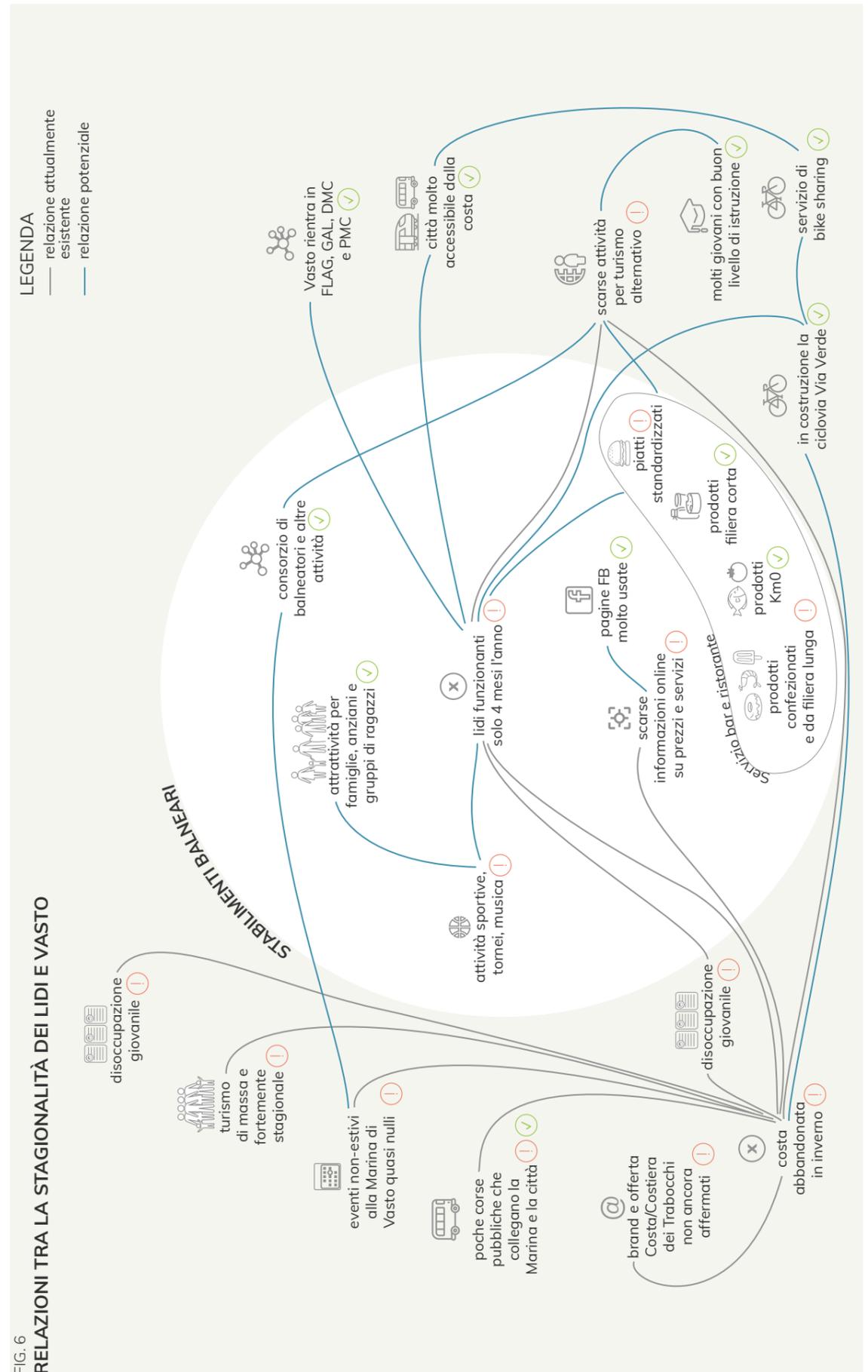
PROGETTI DI INTERESSE

**Spiaggia delle Tamerici, Cesenatico:** spiaggia libera attrezzata rinaturalizzata. La particolarità di questo arenile è che gli ombrelloni sono stati sostituiti con degli alberi di tamerici, la cui chioma è modellata a forma di ombrello. Anche le cabine e bagni sono realizzati in legno. <sup>74</sup>

73 Comune Del Vasto, 2014

74 Cesenatico, <http://www.cesenatico.it/scheda.asp?id=896>

FIG. 6  
RELAZIONI TRA LA STAGIONALITÀ DEI LIDI E VASTO



## RELAZIONI TRA LA STAGIONALITÀ DEI LIDI E VASTO (Cfr. FIG. 6)

PAROLE CHIAVE: lidi, costa, destagionalizzazione

OBIETTIVI: progettazione di eventi, iniziative e creazione di reti tra diversi attori del territorio per ottenere una **destagionalizzazione** dei **lidi** e della fruizione della **costa**

### PRO:

- rivitalizzazione dell'ambiente costiero nei periodi non estivi
- nuovi posti di lavoro
- attivazione di un turismo alternativo
- maggiori introiti per le imprese e i lidi
- possibilità di sfruttare la ciclovia Via Verde (in costruzione) per attrarre turismo

### CONTRO:

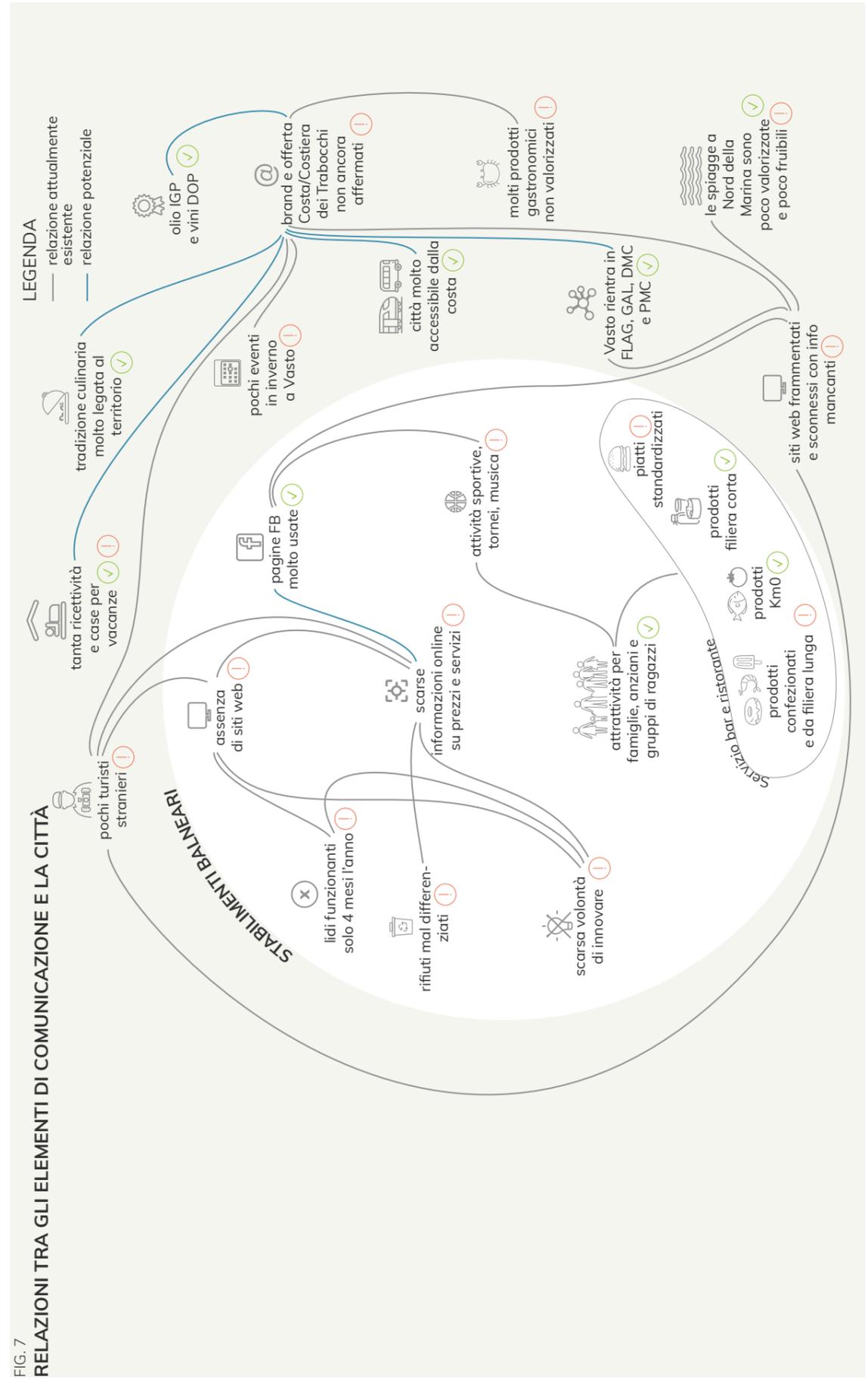
- tempi molto lunghi
- autorizzazione dalla Capitaneria di Porto per la pubblica sicurezza
- nulla-osta dall'amministrazione comunale
- una vera destagionalizzazione dei lidi richiede una sinergia tra Comune e ad altre imprese private (compresa quella del trasporto pubblico)
- la destagionalizzazione non corrisponde a meno turismo (di massa) nei periodi estivi
- consumo del suolo di valore anche in periodi non estivi
- adeguamento dei lidi per essere confortevoli nella stagione fredda
- rischio per i lidi di non rientrare nelle spese per restare aperti

### ELENCO POSSIBILI STAKEHOLDER:

1. Titolari dei lidi
2. Dipendenti dei lidi
3. Titolari di esercizi commerciali, di ristoro e ricettivi
4. Dipendenti di questi
5. Agenzia del trasporto pubblico di Vasto
6. Servizio per la raccolta rifiuti
7. Comune di Vasto
8. Ufficio circondariale marittimo
9. Portale turistico di Vasto
10. Ufficio I.A.T.
11. DMC Costiera dei Trabocchi
12. Studi pubblicitari
13. Flag Costa dei Trabocchi
14. Pro Loco
15. Associazioni varie

FIG. 7

## RELAZIONI TRA GLI ELEMENTI DI COMUNICAZIONE E LA CITTÀ





## RELAZIONI TRA IL TURISMO IN CITTÀ E IL LIDO (Cfr. FIG. 8)

PAROLE CHIAVE: Vasto, turismo alternativo, entroterra

OBIETTIVI: progettare forme di **turismo alternativo** a quello di massa balneare coinvolgendo anche il territorio interno, al fine di diminuire la pressione antropica sulla costa

PRO:

- vengono attratti turisti che ricercano una vacanza alternativa
- possibilità di sfruttare i lidi per promuovere delle esperienze complete di scoperta del territorio
- Vasto è predisposto ad un turismo non solo balneare perché ricco in beni architettonici-storici, natura ed enogastronomia
- valorizzazione dell'entroterra
- valorizzazione avvantaggiata dalle azioni del Gal
- a lungo andare i flussi turistici sulla costa dovrebbero diminuire
- possibilità per i pescatori di partecipare al bando FLAG Costa dei Trabocchi per investire in ittiturismo e pescaturismo

CONTRO:

- non si hanno risultati a breve termine
- bisogna incidere su modelli culturali e socioeconomici attuali
- il portale turistico abruzzese propone esperienze separate per luoghi ovvero "Mare", "Montagna", "Borghi" ecc.
- deve esserci qualcosa da promuovere nell'entroterra
- l'entroterra al momento è collegato male con la costa
- richiede una creazione di rete non solo tra attori operanti a Vasto ma anche tra quelli fuori e soprattutto su iniziativa dei comuni interessati
- i balneari e gli esercizi ricettivi e commerciali potrebbero ostacolare questa iniziativa nella preoccupazione di perdere la clientela (per questo si rende necessario destagionalizzare la costa)
- autorizzazione dell'Ufficio Circondariale Marittimo per la pubblica sicurezza
- nulla-osta dall'amministrazione comunale

ELENCO POSSIBILI STAKEHOLDER:

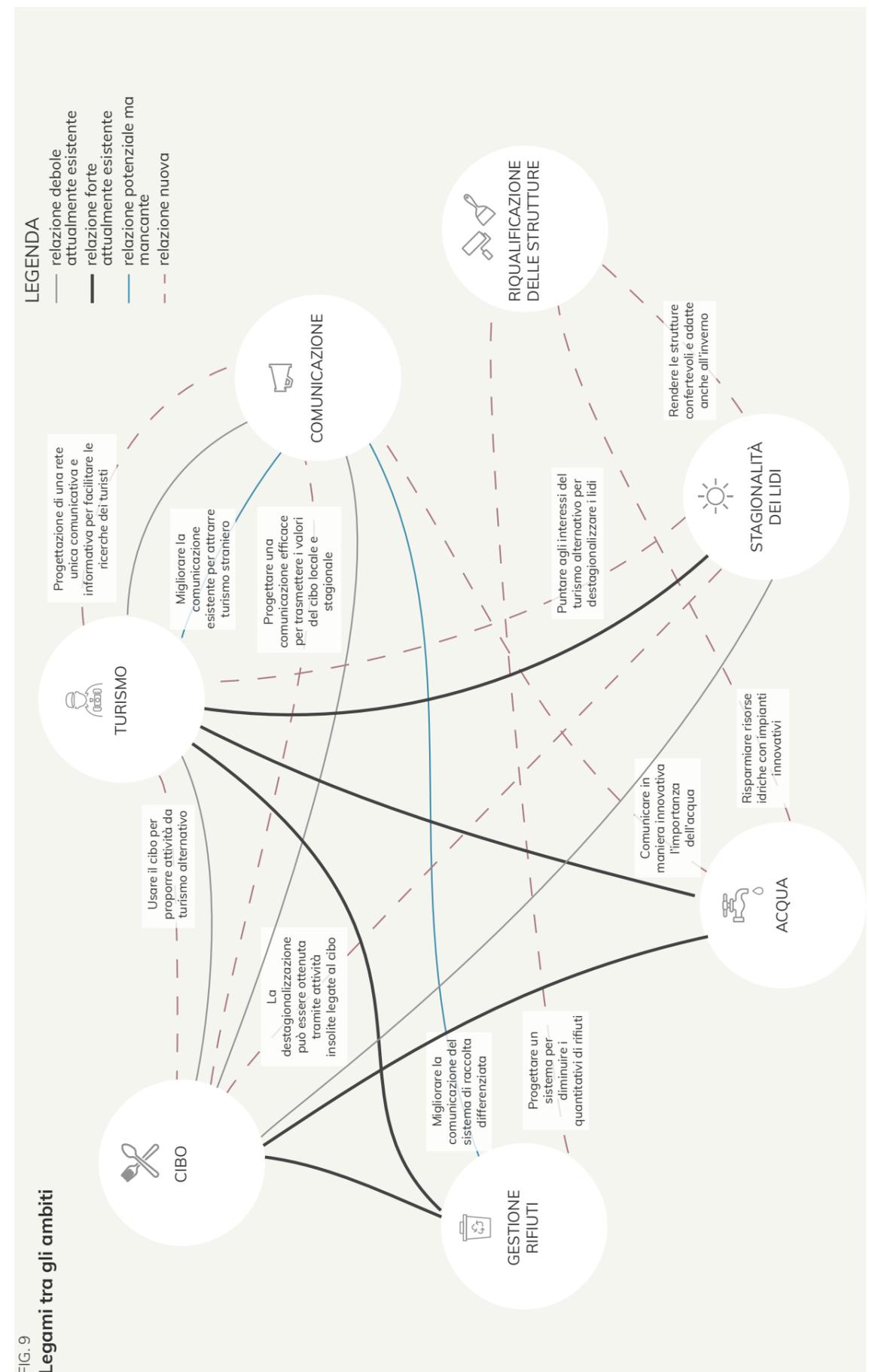
1. Titolari dei lidi
2. Titolari di esercizi commerciali, di ristoro e ricettivi
3. Comune di Vasto
4. Ufficio Circondariale Marittimo
5. Ufficio I.A.T.
6. DMC Costiera dei Trabocchi
7. Associazioni varie
8. Pro Loco
9. Flag Costa dei Trabocchi
10. Gal Costa dei Trabocchi
11. Altri Gal dell'entroterra

## CONCLUSIONI

L'uso della mappatura ha permesso di far emergere dei legami che a loro volta hanno chiarito **ulteriori potenzialità e punti di debolezza** che nell'Analisi Swot non erano emerse.

Come visto, in maniera metodologica sono stati elaborati dei piccoli **spunti progettuali contestualizzati** nel territorio specifico.

Con un'ultima mappa (Cfr. FIG. 9) si chiariscono invece i **legami** che sussistono tra i **vari ambiti**, che se per semplicità erano stati inizialmente scorporati, ora si riuniscono per dare evidenza a **ulteriori relazioni**. Queste vengono qualificate in maniera diversa rispetto alle precedenti mappature, cercando di mettere in luce link deboli e forti, link potenziali e link da costruire partendo da zero.



## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

## A

Agenzia Regionale per la Tutela dell'Ambiente, 2012, MONITORAGGIO DELLA QUALITÀ DELL'ARIA, [https://www.artaabruzzo.it/download/aree/aria/20121207\\_qa\\_all\\_03.pdf](https://www.artaabruzzo.it/download/aree/aria/20121207_qa_all_03.pdf)

## C

Comune Del Vasto, 2014, Piano del Demanio Marittimo Comunale. Norme Tecniche di Attuazione - Tabelle, [http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE\\_Generale\\_APPROVAZIONE-Tabelle.pdf](http://www.comune.vasto.ch.it/images/PDF/StrumentiUrbanistici/DEM-MARITTIMO-RELAZIONE_Generale_APPROVAZIONE-Tabelle.pdf)

CRESA, 2014, *Il turismo in Abruzzo*, <http://www.cresa.it/site/il-turismo-in-abruzzo-2/>

## F

FLAG Costa dei Trabocchi, 2014/2020, Piano di azione definitivo, [https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione\\_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf](https://www.flagcostadeitrabocchi.it/wp-content/uploads/2018/02/Piano-di-Azione_FLAG-Costa-dei-Trabocchi.pdf)

## G

GAL Costa dei Trabocchi, 2014/2020, Piano di Sviluppo Locale definitivo, [https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL\\_costa\\_trabocchi.pdf](https://www.regione.abruzzo.it/system/files/PSR/M19/PSL_costa_trabocchi.pdf)

## I

ISTAT, L'indice di vulnerabilità sociale e materiale, "8milaCensus", [http://ottomilacensus.istat.it/fileadmin/download/Indice\\_di\\_vulnerabilit%C3%A0\\_sociale\\_e\\_materiale.pdf](http://ottomilacensus.istat.it/fileadmin/download/Indice_di_vulnerabilit%C3%A0_sociale_e_materiale.pdf)

## R

Regione Abruzzo - Dipartimento turismo, cultura e paesaggio, 2017, Movimento clienti nelle strutture ricettive registrato nel comune di Vasto

Ricci C. et al, 2015, *Abruzzo. Itinerari del gusto*, Touring Editore, Milano

## S

Società consortile Trigno Sinello, Consorzio Mario Negri-Sud, Centro di scienze ambientali, 2011, 1° RAPPORTO SULLO STATO DELL'AMBIENTE DEL COMPRESORIO TRIGNO-SINELLO, [https://www.researchgate.net/profile/Tommaso\\_Pagliani/publication/312134425\\_Rapporto\\_sullo\\_Statò\\_dell%27Ambiente\\_del\\_Trigno\\_Sinello/links/5871049f08ae329d62171579/Rapporto-sullo-Statò-dellAmbiente-del-Trigno-Sinello.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Tommaso_Pagliani/publication/312134425_Rapporto_sullo_Statò_dell%27Ambiente_del_Trigno_Sinello/links/5871049f08ae329d62171579/Rapporto-sullo-Statò-dellAmbiente-del-Trigno-Sinello.pdf)

Società cooperativa Excalibur Vasto, 2018, Prospetto riassuntivo delle presenze. Punto informativo - Stella Maris. Estate 2018

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

## A

Abruzzo Airport, <http://www.abruzzoairport.com/faq.aspx?Ink=Qeju9wFf1kU=&lang=it>, ultima consultazione 1/10/2018

Agenzia delle Entrate, Banca dati delle quotazioni immobiliari - Risultato, <https://wwwwt.agenziaentrate.gov.it/servizi/Consultazione/risultato.php>, ultima consultazione 8/10/2018

Anon, 2018, Vasto, ecco il cartellone completo degli eventi estivi: "Ogni giorno ci sarà qualcosa da fare", "Zonlocale", <http://www.zonlocale.it/2018/06/21/vasto-ecco-il-cartellone-completo-degli-eventi-estivi-ogni-giorno-ci-sara-qualcosa-da-fare-/339447e=vasto>, ultima consultazione 3/10/2018

Aurucci P., 2016, *Slow Tourism in Italia*, "Vogue Italia", <https://www.vogue.it/news/notizie-del-giorno/2016/09/23/slow-tourism-italia>, ultima consultazione 3/10/2018

## B

Balduzzi G., 2016, *Il paese con il tasso di occupazione di stranieri più alto? Sorpresa: l'Italia*, <https://www.linkiesta.it/it/article/2016/06/15/il-paese-con-il-tasso-di-occupazione-di-stranieri-piu-alto-sorpresa-li/30758/>

Bandiera Blu FEE, Bandiera Blu 2018 - Spiagge, "Tuttitalia.it", <https://www.tuttitalia.it/bandiera-blu/2018-spiagge/>, ultima consultazione 3/10/2018

Bontempo A., 2018, *Turismo, per gli operatori estate negativa*, <http://www.ilcentro.it/chieti/turismo-per-gli-operatori-estate-negativa-1.2023142>, ultima consultazione 30/10/2018

Bontempo A., 2017, Piattaforma 'Rospo Mare' al largo della costa di Vasto, attività prorogata, "Histonium.net", <http://www.histonium.net/notizie/attualita/44167/piattaforma-rospo-mare-al-largo-della-costa-di-vasto-attivita-prorogata>, ultima consultazione 1/10/2018

## C

Cesenatico, LA SPIAGGIA DELLE TAMERICI, <http://www.cesenatico.it/scheda.asp?id=896>, ultima consultazione 15/10/2018

Cichelli A., *Analisi delle dinamiche produttive del settore agricolo e delle interazioni di tipo urbanistico e territoriale*, <http://www.provincia.chieti.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/905>

Cittanet, 2016, AMMINISTRATIVE VASTO 2016 // Parla il consorzio "Vivere Vasto Marina", [https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus\\_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U](https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U), ultima consultazione 15/10/2018

Cittanet, 2016, [https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus\\_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U](https://www.youtube.com/watch?list=PLHlgOKuus_F70gt5ktMEUc5o71skHCTbW&v=Xp8BXibZd4U), ultima consultazione 15/10/2018

Costiera dei Trabocchi, <http://www.costieradeitrabocchi.it/>, ultima consultazione 3/10/2018

## F

Flag Costa dei Trabocchi, <http://www.lestagionidelmare.it/>, ultima consultazione 15/10/2018

Flag Costa dei Trabocchi, <https://www.lestagionidelmare.it/pesci/>, ultima consultazione 3/10/2018

Fois P., *Destagionalizzare è possibile?*, <http://www.edizionisole.it/ivv/destagione/ita.destagione.html>, ultima consultazione 10/10/2018

## G

Giuzio A., 2018, *Bolkestein, è il momento decisivo per i balneari*, "MondoBalneare.com", <http://www.mondobalneare.com/news/3178/bolkestein-e-il-momento-decisivo-per-i-balneari.html>, ultima consultazione 10/10/2018

Golfo D'Oro Vasto, <http://www.vastogolfodoro.it/il-consorzio-2/>, ultima consultazione 3/10/2018

## I

iBikeAbruzzo, <https://ibikeabruzzo.com>, ultima consultazione 15/09/2018

Interreg Mediterranean, Castwater Tool, <https://www.castwater-tool.ceid.upatras.gr/?lang=it>, ultima consultazione nel 15/09/2018

ISTAT, *Capacità degli esercizi ricettivi e Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi*, <http://dati.istat.it/>, ultima consultazione 8/10/2018

ISTAT, 2011, CONDIZIONI ABITATIVE ED INSEDIAMENTI | Patrimonio abitativo, "8milaCensus", <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/7/>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, *Integrazione degli stranieri*, "8milaCensus", [ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/](http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/), ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, Istruzione, "8milaCensus", <http://ottomilacensus.istat.it/comune/069/069099/>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, MOBILITÀ | Spostamenti quotidiani, <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/14/>, ultima consultazione 7/10/2018

ISTAT, 2011, VULNERABILITÀ MATERIALE E SOCIALE | Potenziali difficoltà materiali e sociali, "8milaCensus", <http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/15/>, ultima consultazione 15/06/2018

ISTAT, 2011, Occupati per sezioni di attività economica - Dati comunali, <http://dati-censimentopopolazione.istat.it/Index.aspx>, ultima consultazione 1/10/2018

ISTAT, Mercato del lavoro - Disoccupazione, "8milaCensus", [ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/](http://ottomilacensus.istat.it/sottotema/069/069099/3/), ultima consultazione 15/06/2018

## P

Pacini J., 2011, La lunga vita dei trabocchi, "Tesori d'Abruzzo", <http://www.tesoridabruzzo.com/la-lunga-vita-dei-trabocchi/#-sthash.xdUyQRuS.dpbs>, ultima consultazione 10/10/2018

Provincia di Chieti, <http://www.provincia.chieti.it/artigianatoartistico>, ultima consultazione 1/10/2018

Pulchra Ambiente S.p.A, <https://www.pulchrambiente.it/report-materiali-raccolti/>, ultima consultazione 3/10/2018

## T

Terre dei Trabocchi, <http://www.visitterredeitrabocchi.it/?lang=it>, ultima consultazione 3/10/2018

TUTTITALIA.IT, Popolazione Vasto 2001-2017, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche-popolazione-andamento-demografico/>, ultima consultazione 7/10/2018

TUTTITALIA.IT, Indici demografici e Struttura Abruzzo, <https://www.tuttitalia.it/abruzzo/15-vasto/statistiche/indici-demografici-struttura-popolazione/>, ultima consultazione 15/06/2018

## V

Via verde dei Trabocchi, <https://viaverdedeitrabocchi.info/#home>, ultima consultazione 7/10/2018

Vinoway, 2015, Mangia sano Mangia locale, <https://www.vinoway.com/news/item/4592-mangia-sano,-mangia-locale-sulla-costa-dei-trabocchi-al-via-i-cooking-show-per-la-valorizzazione-della-piccola-pesca.html>, ultima consultazione 51/10/2018

## W

Wikipedia, L'enciclopedia libera, Vasto, <https://it.wikipedia.org/wiki/Vasto#Economia>, ultima consultazione 1/10/2018

## IMMAGINI

IMG.1  
Fotografia propria

IMG.2  
Fotografia propria

**06 \**  
**Pesca**

## 06.1 \ EVOLUZIONE DELLA PESCA

Prima di tutto bisogna esplicitare che per pesca si intende non solo quella destinata all'alimentazione umana, ma anche quella che prevede la cattura di esseri viventi dai quali si ottengono oggetti di ornamento o per l'uso domestico.

L'**attività di pesca** viene praticata a partire dal periodo Paleolitico Superiore e non c'è stata una vera rivoluzione del settore fino ad un secolo fa, quando alcuni avanzamenti tecnologici avuti in altri campi, furono sperimentati anche qui. La pesca è cambiata radicalmente con l'introduzione dei **motori**; che hanno reso le imbarcazioni meno dipendenti dalle condizioni marittime e meteorologiche e hanno comportato un risparmio di fatica per l'equipaggio. In pochi anni, i pescherecci che usavano le reti da traino, si sono modernizzati con il motore e lentamente hanno iniziato la trasformazione anche i pescatori che usavano tutti gli altri attrezzi. In concomitanza della motorizzazione sono stati immessi gli **ausiliari di coperta** che hanno velocizzato le operazioni di rilascio e ripresa delle reti, aumentando così la capacità di cattura e permettendo l'uso di attrezzi di maggiori dimensioni. Anche la **strumentazione elettronica** è stata introdotta sulle imbarcazioni, come scandagli, sonar, sonde a rete, radar, GPS e pilota automatico. Quasi tutti aumentano la capacità di pesca, mentre il GPS e il radar servono soprattutto per una questione di sicurezza e di rapidità di ritrovamento degli attrezzi fissi lasciati nelle acque. Con l'aggiunta di macchine per la produzione del ghiaccio, frigoriferi e congelatori per il **trattamento del pescato**, i pescherecci hanno la possibilità di stare per mare anche per un mese intero. Ultima rivoluzione è stata apportata dall'introduzione delle **fibre sintetiche** nelle reti, che rispetto a quelle vegetali, utilizzate fino ad un secolo fa, sono imputrescibili, più tenaci, più resistenti alle abrasioni e meno pesanti, con gli unici due difetti che si invecchiano con l'esposizione alla luce e che se persi in mare continuano a catturare pesci fino a che non vengono ridotti in pezzettini.

La **pesca mondiale**, in un lasso di tempo piuttosto ridotto, ha visto una grande crescita dei quantitativi di pescato, si passa per esempio da 97,4 milioni di t nel 1990 fino ai 143 milioni di t del 2006. Nello specifico in **Italia** l'attività peschereccia (48° posto nella graduatoria mondiale) è diminuita nel tempo per una serie di motivi. Prima di tutto lo stock già ridotto di risorse marine nei nostri mari è peggiorato a causa

dell'**intenso sfruttamento** e dell'**inquinamento**. In secondo luogo si sono aggiunte le limitazioni alla pesca d'altura (quella che si esercita generalmente oltre la piattaforma continentale), a favore di altre nazioni. La domanda italiana di prodotti ittici è coperta, al momento, dall'importazione soprattutto dalla Francia, Spagna, Paesi Bassi e Danimarca. Un costante aumento è invece registrato per l'acquacoltura.

Ultimamente c'è un maggiore interesse sull'**impatto** di questo settore sulle risorse e sull'ambiente. Si tiene conto del fatto che un'attività per essere considerata sostenibile e quindi una risorsa rinnovabile, devono essere rispettati i **limiti biologici**. Infatti le normative europee hanno portato alla diminuzione del numero dei pescherecci e hanno posto dei limiti allo sforzo di pesca (prodotto tra la capacità e l'attività di pesca, quest'ultima calcolata in base al tempo in cui si permane in una determinata zona, inoltre può essere quantificata sulla base di due tipi di indicatori principali: le caratteristiche del peschereccio e le caratteristiche degli attrezzi da pesca). Purtroppo **le riserve ittiche potenziali complessive diminuiscono** con l'aumentare dello sfruttamento, e addirittura alcune zone potrebbero essere destinate ad esaurirsi.<sup>1 2</sup>

1 Ferretti M., s.d., <https://www.politicheagricole.it/flex/files/a/8/4/D.0d2c39ef0cdfa84bf1f/cap4.pdf>

2 Treccani, <http://www.treccani.it/enciclopedia/pesca>



IMG. 1

## 06.2 \ POLITICA COMUNE DELLA PESCA

La **politica comune della pesca** (PCP) venne creata nel 1957 e le prime regolamentazioni risalgono al 1970. Queste riguardavano le politiche di libero scambio che hanno trasformato le acque nazionali in acque accessibili a qualsiasi membro della comunità. L'unica eccezione venne fatta, e sussiste tuttora, per le zone costiere, che restano di accesso solo ai pescatori locali. Solo negli anni '90 cominciarono ad emergere i primi problemi di **sovrasfruttamento dei mari**, ai quali susseguirono una serie di normative. Secondo i dati FAO del 2007, il 28% delle specie ittiche maggiormente diffuse sul commercio, sono sovrasfruttate o al limite dell'estinzione; un 52% è già sfruttato al limite e solo il 20% conta di specie non a rischio <sup>3</sup>.

La pesca è un'attività economica poco rilevante per l'Unione Europea e i lavoratori non arrivano al 10% sul totale della popolazione attiva in nessuno dei paesi membri. Ciononostante questo mestiere incide direttamente sulle specie pescate e indirettamente sulle specie ad esse collegate (come ad esempio gli uccelli). Inoltre la popolazione ittica è vulnerabile all'inquinamento prodotto dall'uomo, come quello che proviene da terra; le perdite delle navi e le trivellazioni sottomarine. Quindi la PCP attuale mira a garantire la **sostenibilità della pesca** attraverso una serie di strumenti. Sono state ideate delle **quote di pescato** per ciascuna specie, allo scopo di fissare un **numero massimo di catture ammissibili**. Il valore viene fissato annualmente sulla base delle serie storiche e sullo stock attuale. Alle nazioni viene dato poi il compito di suddividere le quote e ogni imbarcazione è tenuta a registrare il numero di unità pescate e ha un limite per quelle regolamentate a livello europeo. Inoltre le dimensioni delle flotte nazionali sono controllate e anche queste hanno dei limiti.

Altri strumenti introdotti orientati alla rinnovabilità del settore, comprendono delle regolamentazioni sulle maglie delle reti per evitare che i pesci troppo piccoli restino incastrati (in seguito alla definizione di taglie minime) e per assicurare la sopravvivenza della popolazione. Vengono fissate anche le dimensioni totali dei principali attrezzi fissi per limitare uno dei fattori che incide sullo sforzo di pesca. Inoltre alcune aree possono essere interdette alla pesca per il ripopolamento delle stesse. A livello mondiale

le acque sono suddivise per zone FAO, in totale 19, e il mediterraneo è la zona n. 37 <sup>4, 5</sup>. Lo strumento finanziario per la pesca è stato costituito con il Fondo Europeo per la Pesca (FEP), attivo dal 2007 al 2013, mentre è ora attivo il **FEAMP**, ovvero il fondo per la politica marittima e della pesca dell'UE per il periodo 2014-2020. Ogni Paese deve predisporre di un **programma operativo** (PO) specificando le modalità di utilizzo delle risorse assegnate. La dotazione finanziaria per l'Italia ammonta a 537 milioni di euro a cui si aggiungono i cofinanziamenti nazionali, compresi gli incentivi pubblici per i controlli e la ricerca scientifica.

*"Le risorse europee per l'Italia sono ripartite sui seguenti obiettivi tematici:*

*OT3: promuovere la competitività delle piccole e medie imprese, il settore agricolo e il settore della pesca e dell'acquacoltura: 218,72 milioni di euro;*

*OT4: sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio in tutti i settori: 12,70 milioni di euro;*

*OT6: tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse: 215,47 milioni;*

*OT8. promuovere l'occupazione sostenibile e di qualità e sostenere la mobilità dei lavoratori: 58,13 milioni."*

(European Commission e Programma Operativo unico FEAMP 2014-2020) <sup>6</sup>

<sup>3</sup> Slow Fish, [http://slowfood.com/slowfish/pagine/ita/pagina.lasso?-id\\_pg=137](http://slowfood.com/slowfish/pagine/ita/pagina.lasso?-id_pg=137)

<sup>4</sup> Ittica Demar, [http://www.itticademar.com/demar/fao\\_popup.php](http://www.itticademar.com/demar/fao_popup.php)

<sup>5</sup> Wikipedia, L'Enciclopedia libera, [https://it.wikipedia.org/wiki/Politica\\_comune\\_della\\_pesca](https://it.wikipedia.org/wiki/Politica_comune_della_pesca)

<sup>6</sup> Camera dei Deputati, Servizio Studi, 2018, [http://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1105255.pdf?\\_1544046965603](http://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1105255.pdf?_1544046965603)

## 06.3 \ POLITICA NAZIONALE SULLA PESCA

L'attività della pesca marittima è regolamentata nel nostro Paese dal Decreto Legislativo 9 gennaio 2012, n. 4 "Misure per il riassetto della normativa in materia di pesca e acquacoltura". La pesca si divide in professionale (che permette di vendere il pescato) e non professionale (ricreativa e sportiva). La prima è esercitata dalle imprese di pesca in possesso di licenza con i sistemi e gli attrezzi indicati nel documento stesso. Questo è valido per un periodo di otto anni dal suo rilascio, ma acquista efficacia solo a seguito del pagamento della tassa di concessione governativa, ed è rinnovabile su richiesta del pescatore ed è inoltre cedibile<sup>7</sup>.

Le normative cambiano se si tratta di pesca marittima (definita anche come professione pericolosa) o in acqua dolce, sebbene alcune norme siano comunque in comune.

La **pesca professionale marittima** può essere di tipo oceanica (oltre i vari stretti), d'altura (mediterranea) o costiera. Quest'ultima può essere a sua volta suddivisa in pesca costiera ravvicinata, pesca costiera litoranea e pesca costiera locale. Tra la pesca professionale è inclusa anche l'**acquacoltura**, ovvero l'allevamento di specie ittiche, esercitato attraverso degli stabilimenti fissi o mobili, temporanei o permanenti. La **pesca oceanica** è esercitata senza alcun limite territoriale, si usano pescherecci di grande tonnellaggio e provvisti di impianti per la conservazione e la lavorazione del pescato, che permettono di stare per mare anche per un mese intero.

La **pesca d'altura** utilizza pescherecci con tonnellaggi minori, ma a bordo vi sono impianti che comunque permettono di stare lontano dai porti per molto tempo.

La **pesca costiera ravvicinata** si può esercitare entro le 40 miglia dalla costa, però è possibile autolimitarsi in via ufficiale presso le Capitaneerie di Porto, fino a 20 miglia.

La **pesca costiera litoranea** prevede l'attività fino a 6 miglia dalla costa e le imbarcazioni sono molto piccole.

Con la **pesca costiera locale** i pescatori possono esercitare a partire da 300 mt dalla costa, quando non vi è balneazione, fino a 3 miglia.<sup>8</sup> Come già anticipato, nella licenza di pesca è indicato per quali attrezzi l'imbarcazione ha il permesso. Questi sistemi includono una serie di

attrezzi molto simili tra loro ma non identici. In Italia ci sono 12 **sistemi di pesca**: circuizione, sciabica, strascico, attrezzi da posta, ferrettara, palangari, lenze, arpione, volanti, draghe idrauliche, traino per molluschi, rastrello da natante.<sup>9</sup> Tra tutti questi sono pochi quelli effettivamente utilizzati e la diversità deriva dalle specie da catturare che possono vivere in profondità diverse, su fondali diversi, possono essere solitari e spostarsi in branco, possono essere nascosti in tane o sotto la sabbia.<sup>10</sup>

A livello comunitario non si parla di sistemi ma dei loro singoli attrezzi. Il Reg. CE 1967/2006 classifica gli attrezzi per la pesca professionale in: attrezzi trainati; reti da fondo; reti a circuizione; trappole, palangari e ami.

Gli **attrezzi trainati** sono quelli trascinati dalla forza motrice della nave a contatto o ad una certa distanza dal fondale marino. Gli attrezzi trainati sono le reti da traino come lo strascico e le pelagiche; le sciabiche da natante e da spiaggia. Mentre le draghe idrauliche sono quelle che intaccano il fondale marino per la cattura di molluschi bivalvi, gasteropodi o spugne attraverso il movimento del peschereccio. Le **reti da fondo** sono quelle destinate a recingere o sbarrare spazi acquei, allo scopo di ammagliare pesci, crostacei e molluschi che vi incappano. Esse si suddividono in reti "fisse" e reti "derivanti". Le prime sono ancorate al fondo marino; le seconde sono lasciate all'azione dei venti e delle correnti. Sono reti da fondo i tremagli, le reti da imbrocco e le reti combinate di tremaglio e imbrocco.

Le **reti a circuizione** sono quelle usate per circondare un branco di pesce lateralmente e dal fondo. Sono reti da circuizione i ciancioli.

Le **trappole** sono attrezzi da pesca fissati o sistemati sul fondo e che agiscono come una trappola per catturare specie marine. Anche questi possono essere fissi o mobili. Sono trappole le nasse, i cestelli, i bertovelli e i cogolli.

I **palangari** sono costituiti da una serie di ami uniti tramite braccioli e collegati ad una lenza. Questi possono essere ancorati sul fondo (palangaro da fondo) o lasciati galleggiare (palangaro di superficie).

Infine gli **ami** sono dei fili di acciaio ricurvi e affilati e possono avere diverse dimensioni.<sup>11</sup>

Quindi gli attrezzi possono essere di tipo **passivo** quando si attende che il pesce incappi nella trappola oppure **attivo** quando l'attrezzo lo "rin-



IMG. 2  
Reti da posta

corre". Generalmente gli attrezzi passivi sono considerati meno impattanti di quelli attivi. Il **fermo pesca biologico** è un periodo di interruzione dell'attività, generalmente nella stagione estiva, che ha lo scopo di permettere la riproduzione di specie bentoniche e pelagiche. I mari che bagnano l'Italia non vanno in fermo in contemporanea, ma in base a zone per un periodo di 45 giorni consecutivi, per il quale lo

Stato corrisponde un premio per il venir meno degli introiti dall'attività. Le unità che vengono inibite sono quelle che utilizzano i sistemi a strascico e/o volante. Quindi ad esempio le imbarcazioni che usano attrezzi da posta possono continuare la loro attività. Diverso dal fermo biologico, vi è il **fermo tecnico**, ovvero un periodo di arresto complementare al quale però non viene dato alcun premio.<sup>12</sup>

7 Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3402>

8 Murgia G., 2018, <http://www.nonnodondolo.it/content/disciplina-della-pesca-marittima-0>

9 D.M., 121/2012

10 Ferretti M., s.d.

11 Reg. CE, 1967/2006

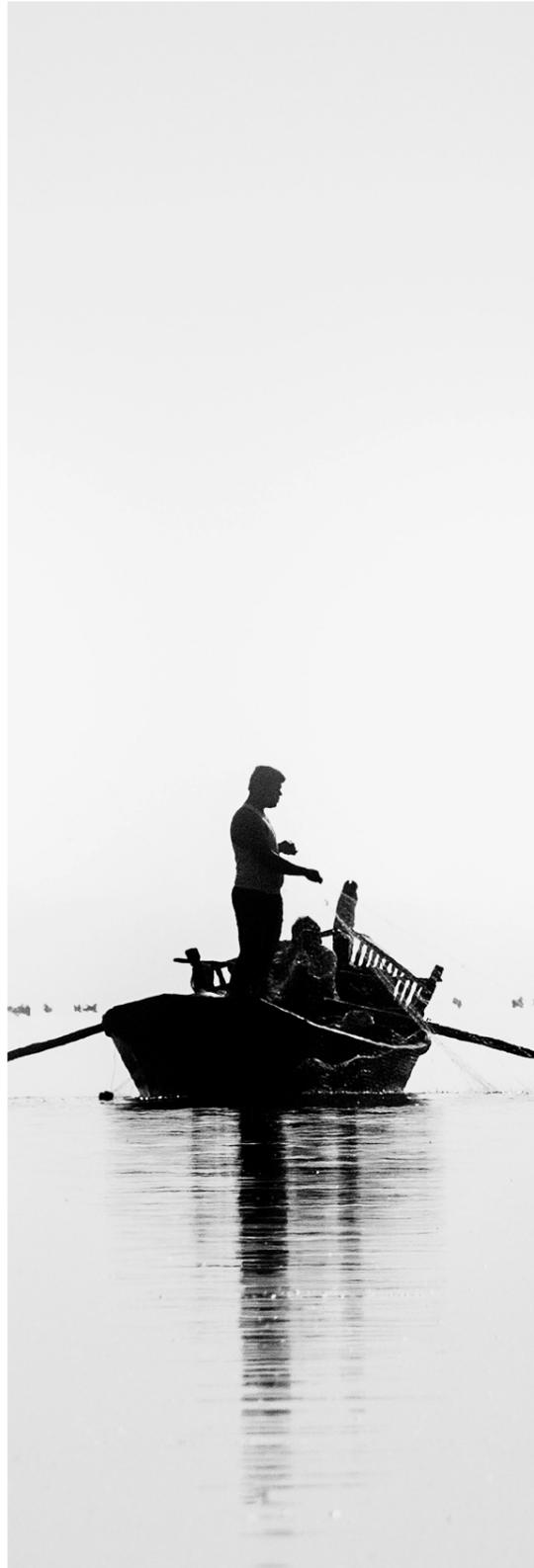
12 Murgia G., 2018

## 06.4 \ LA PICCOLA PESCA

### “Il mare è nelle vene”

Con il Decreto Ministeriale del 7 dicembre 2016 viene posta in essere un'ulteriore classificazione della “piccola pesca”. Secondo la normativa, la piccola pesca può essere quella praticata da unità di lunghezza fuori tutto inferiore a 12 mt, esercitante fino a 12 miglia dalla costa e che utilizza come strumenti la piccola rete derivante e/o il palangaro fisso. E poi c'è la **piccola pesca artigianale** la cui imbarcazione ha le stesse caratteristiche della precedente, ma può usare i seguenti attrezzi: reti da posta calante, reti da posta circuitanti, reti a tremaglio, o combinate, nasse e cestelli, cogolli e bertovelli, lenze a mano e a canna, lenze trainate e arpione.<sup>13</sup> Si pone dunque molto l'accento sulla **selettività sia per specie che per taglie degli attrezzi di cattura**. L'utilizzo di un attrezzo piuttosto che un altro in una determinata area, dipende proprio dalla conformazione dei suoi fondali marini e dell'habitat che sussiste. Il settore della piccola pesca è infatti più suscettibile dell'antropizzazione delle coste, essendo di fatto molto vicino ad esse. La pressione antropica incide direttamente sulla popolazione ittica che abita quelle acque, poiché ad un'alta mortalità di questa negli stadi giovanili, si ha anche una diminuzione delle possibili catture future. Al contrario **la pesca con reti da traino ingabbia ogni specie di pesce edibile e non**, mentre **la pesca con palamiti industriali mette in acqua chilometri di file di ami che agganciano pesci di qualunque specie**. Il risultato è che si ricava **poco pesce utile** in confronto a ciò che viene catturato. Sebbene la PCP e le normative italiane abbiano introdotto delle misure più larghe delle maglie della rete, non si tiene comunque conto che nella massa catturata, i pesci piccoli comunque non riescono a fuggire perché il peso della massa racchiusa provoca un restringimento delle reti, deformandone la forma. Insomma gli strascichi sono molto impattanti e hanno modificato gli habitat dei mari, in particolare quello **Adriatico** che risulta **uno dei più sfruttati**, decimandone gli stock ittici e le specie più vulnerabili.

**La piccola pesca e la pesca artigianale sono considerate meno impattanti:** il pesce è catturato vivo, quindi è possibile rigettarlo in acqua senza arrecare danno e lo scarto di pesce inutilizzato è 20 volte inferiore rispetto alla grande pesca. È molto più sostenibile anche dal punto di vista economico poiché le attrezzature



IMG. 3  
Piccola pesca

costano meno; si consuma meno combustibile, nonostante con questo sistema si esca per mare più spesso (per esempio in Abruzzo le giornate medie di questa pesca nel 2011 sono state di 147,1, mentre per la pesca a strascico di 124,9 giorni, per la circuizione di 74,8 e per le draghe di 80,2<sup>14</sup>). Quindi generalmente questi piccoli sistemi non provocano disequilibri fra le specie e sono più rispettosi della ricchezza e della biodiversità dei territori. Se non altro perché a differenza delle altre tipologie, una volta distrutto l'ambiente dove operano, non hanno possibilità di spostarsi in altre zone. Non a caso nel decreto italiano si dà anche loro la possibilità di unirsi in consorzi per la gestione dell'attività di pesca, in veste di “**preservatori del mare**”.<sup>15</sup>

Le catture della piccola pesca in Abruzzo nel 2011 sono state di 1.463 t, lo strascico di 3.001, la circuizione di 3.131 t e le draghe idrauliche di 3.854 t. Se si confrontano questi dati con quelli sopracitati, è evidente come nonostante **la pesca da traino** lavori per mare meno giorni di quella che non lo è, questa cattura decisamente di più, ovvero **lo sforzo di pesca è molto maggiore**. Di conseguenza è anche maggiore il prezzo del pescato della piccola pesca, essendo di migliore qualità, per unità di prodotto, infatti questa vende in media 8,29 €/kg, contro i 7,18 €/kg dello strascico<sup>16</sup>.

Come in ogni settore del mercato, è la domanda che determina l'offerta. Il **ruolo del consumatore** è molto importante per **non assecondare e sostenere una pesca indiscriminata**. Ciò è possibile nel momento dell'acquisto, controllando che le taglie dei pesci siano della misura giusta, allo stesso modo la stagionalità e la provenienza. A tal proposito Slow Fish ha messo a punto una guida pratica per aiutare il consumatore all'acquisto responsabile<sup>17, 18 19 20</sup>

In Italia nel 2014, la **flotta peschereccia** era costituita in misura maggiore di pesca passiva (70%), ossia 8.899 pescherecci su 12.698 (sebbene il contributo produttivo della piccola pesca sia solo del 17,5%<sup>21</sup>) mentre a livello europeo

14 Irepa Onlus, 2012, [www.irepa.org/attachments/article/320/Osservatorio%20Nazionale%202011.pdf](http://www.irepa.org/attachments/article/320/Osservatorio%20Nazionale%202011.pdf), p. 63

15 MedReAct, 2018, <https://vimeo.com/305958507?fbclid=IwAR0J03kuOLB-sKM10jsbuptm7sUBRDwdf-60fu2IFrOd0HJal4uqfZpaMLo>

16 Irepa Onlus, 2012, pp. 66-67

17 Slow Fish, 2009, [http://slowfood.com/slowfish/filemanager/guide/guida\\_ITA\\_bassa.pdf](http://slowfood.com/slowfish/filemanager/guide/guida_ITA_bassa.pdf)

18 C.B., 2012

19 Slow Fish

20 MareVivo, 2018, <http://www.mondomarevivo.com/diario-di-bordo/che-cos-e-la-pesca-sostenibile-scopriamolo-insieme>

21 Irepa Onlus, 2012, p. 45

la percentuale saliva addirittura all'84%<sup>22</sup>. Rispetto al 2010 il numero totale di imbarcazioni era diminuito di 366 unità, e nel 2001 queste erano ben 16.429. In Italia non solo i natanti, ma anche le quantità di cattura sono calate. Ciò è dovuto al progressivo aumento dei prezzi di combustibile, e quindi ad una minore attività di pesca (si tende ad uscire per mare solo nelle condizioni più propizie), e ad una **drastica riduzione degli stock ittici**, che ha danneggiato particolarmente la piccola pesca. Nel 2008 infatti il pescato (ad esclusione dell'acquacoltura) nel Mediterraneo ammontava a 216.567 tonnellate, nel 2011 è sceso a 210.324 t<sup>23</sup>.

Le principali specie pescate dalla piccola pesca sono: la triglia di scoglio, lo scorfano nero e rosso, il sarago maggiore e fasciato, lo sparaglione, il pagello fragolino, la seppia, il polpo e diverse specie di labridi. Poi vi è il pesce considerato “povero” come la boga, il surò, la menola e lo zero. A questi si aggiungono poi le specie tipiche di ogni costa.<sup>24</sup>

22 Breuer M. E. G., 2018, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/122/il-settore-europeo-della-pesca-in-cifre>

23 Irepa Onlus, 2012, p. 10

24 Greenpeace, 2013

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

## C

Camera dei Deputati, Servizio Studi, 2018, *Politiche europee e nazionali per il settore della pesca*, [http://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1105255.pdf?\\_1544046965603](http://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1105255.pdf?_1544046965603)

## D

Decreto Ministeriale, 7 dicembre 2016, in materia di <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11396>

Decreto Ministeriale, 26 gennaio 2012, n. 121, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali in materia di *Adeguamento alle disposizioni comunitarie in materia di licenze di pesca*, <http://www.guardiacostiera.gov.it/normativa-e-documentazione/Documents/2012-01-26-DM-Licenze-di-pesca.pdf>

## F

Ferretti M., s.d., *Sistemi di pesca e tecnologia*, <https://www.politicheagricole.it/flex/files/a/8/4/D.0d2c39ef0cdfa84bf1f/cap4.pdf>

## G

Greenpeace, 2013, *Una pesca sostenibile per il futuro del mare*, <https://www.greenpeace.org/italy/rapporto/1286/una-pesca-sostenibile/>

## I

Irepa Onlus, 2012, *Osservatorio economico sulle strutture produttive della pesca marittima in Italia 2011*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, <http://www.irepa.org/attachments/article/320/Osservatorio%20Nazionale%202011.pdf>

## R

Regolamento CE, 21 dicembre 2006, n. 1967, in materia di *Gestione per lo sfruttamento sostenibile delle risorse della pesca nel Mar Mediterraneo*, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3794>

## S

Slow Fish, 2009, *Miniguia per combinare piacere e responsabilità*, [http://slowfood.com/slowfish/filemanager/guide/guida\\_ITA\\_bassa.pdf](http://slowfood.com/slowfish/filemanager/guide/guida_ITA_bassa.pdf)

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

## B

Breuer M. E. G., 2018, *Il settore europeo della pesca in cifre*, "Parlamento Europeo", <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/122/il-settore-europeo-della-pesca-in-cifre>, ultima consultazione 4/11/2018

## C

C.B., 2012, *La rivoluzione verde della pesca artigianale*, "Terra Nuova", <https://www.terranuova.it/News/Ambiente/La-rivoluzione-verde-della-pesca-artigianale>, ultima consultazione 4/11/2018

## E

European Commission, *Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca (FEAMP)*, [https://ec.europa.eu/fisheries/cfp/emff\\_it](https://ec.europa.eu/fisheries/cfp/emff_it), ultima consultazione 4/11/2018

## I

Ittica Demar, FAO, [http://www.itticademar.com/demar/fao\\_popup.php](http://www.itticademar.com/demar/fao_popup.php), ultima consultazione 4/11/2018

## M

MareVivo, 2018, *Che cos'è la pesca sostenibile? Scopriamolo insieme*, <http://www.mondomarevivo.com/diario-di-bordo/che-cos-e-la-pesca-sostenibile-scopriamolo-insieme>, ultima consultazione 4/11/2018

MedReAct, 2018, *Anche i pesci piangono.*, <https://vimeo.com/305958507?fbclid=IwAR0JO3kuOLB-sKM10jsbuptm7sUBR-Dwdf60fu2lFrOd0HJal4uqfZpaMLo>, ultima consultazione 2/01/2019

Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, *Licenze di pesca*, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3402>, ultima consultazione 4/11/2018

Murgia G., *Disciplina della pesca marittima*, <http://www.nonnodondolo.it/content/disciplina-della-pesca-marittima-0>, ultima consultazione 4/11/2018

## S

Slow Fish, *Pulito*, [http://slowfood.com/slowfish/pagine/ita/pagina.lasso?-id\\_pg=137](http://slowfood.com/slowfish/pagine/ita/pagina.lasso?-id_pg=137), ultima consultazione 4/11/2018

## T

Treccani, *Pesca*, <http://www.treccani.it/enciclopedia/pesca>, ultima consultazione 4/11/2018

## W

Wikipedia, *L'Enciclopedia libera, Politica comune della pesca*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Politica\\_comune\\_della\\_pesca](https://it.wikipedia.org/wiki/Politica_comune_della_pesca), ultima consultazione 4/11/2018

## IMMAGINI

## IMG. 1

Desipris G., *Blue fishing boat*, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/blue-fishing-boat-722995/>

## IMG. 2

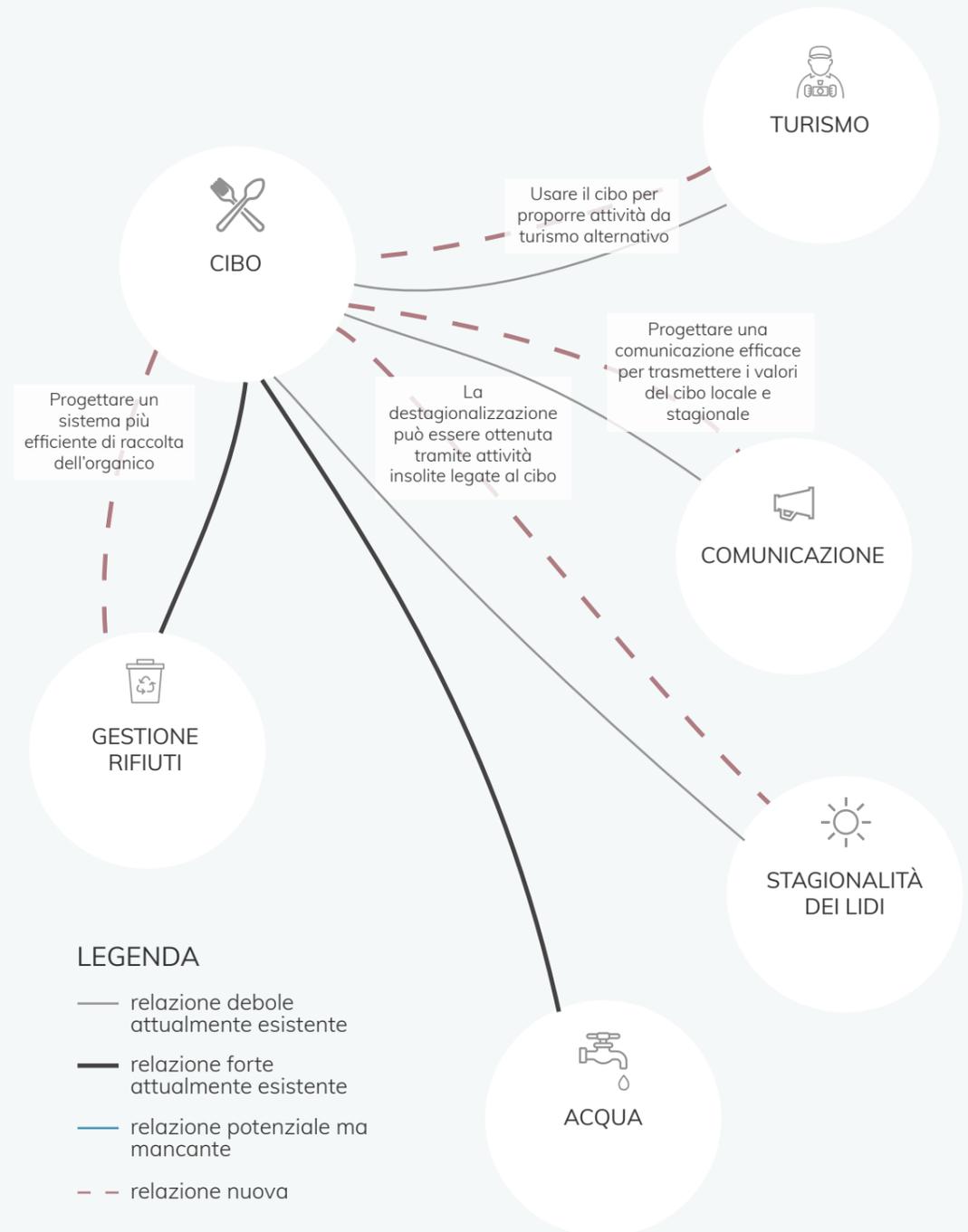
Bedis E., *Fish net on gray surface*, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/fish-net-on-gray-surface-891118/>

## IMG. 3

Yayant K., *Grayscale picture of two people go on fishing*, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/grayscale-picture-of-two-people-go-on-fishing-910214/>

**07 \**  
**Concept**

FIG. 1  
 RELAZIONI TRA CIBO E ALTRI AMBITI



In seguito a tutte le analisi effettuate nel capitolo precedente e alle potenzialità e alle criticità emerse, si è deciso di focalizzarsi sull'**ambito del cibo**.

I fattori che hanno portato a questa conclusione sono stati diversi. Un forte risalto è stato dato all'equilibrio e alla completezza che si prospettava di sviluppare tra gli **aspetti ambientali, economici e sociali**, evitando volutamente gli ambiti che avrebbero, per loro natura, dato più risalto ad uno o due fattori piuttosto che a tutti e tre. Inoltre alcuni argomenti sono stati scartati perché riguardavano maggiormente delle problematiche tecniche e di portata decisamente più vasta, come ad esempio la gestione delle risorse idriche. La scarsità di queste internamente ad un lido è in parte risolvibile con strutture per il riutilizzo dell'acqua. Altre invece, come la riqualificazione del lido, avrebbero chiesto ingenti investimenti di denaro che difficilmente i titolari dei lidi sarebbero stati disposti ad accettare, soprattutto a causa della Direttiva Bolkestein<sup>1</sup>. Perdipiù non si è potuto nemmeno valutare l'ipotesi di una struttura da zero, non essendo attivo alcun bando per le nuove concessioni e perché le attuali sono rinnovate "automaticamente" agli stessi gestori. Altri ambiti, come ad esempio quello della comunicazione, rischiavano di andare fuori tema rispetto a quelli che erano gli obiettivi iniziali per cui si era voluto intraprendere tale tesi.

Il fattore decisivo è stato capire quale fosse la **fattibilità reale del progetto**. Ovvero, tra i vari argomenti, è stato scelto quello che potenzialmente avrebbe potuto riscuotere maggior successo e interesse. In altre parole: per spingere il lido ad un qualche investimento questo avrebbe dovuto portare ad un **vantaggio** quasi certo di cui **usufruire**.

Si è analizzato allora cosa avrebbe potuto portare maggiore clientela. Dai questionari ad esempio è stato notato un elevatissimo atteggiamento all'abitudine. Per esempio, nonostante in molti abbiano esposto numerose lamentele sul lido, hanno anche dichiarato che vi sarebbero tornati l'anno successivo, per una questione appunto di abitudine.

Dunque anche se il potenziale cliente fosse sensibile alle tematiche ambientali, difficilmente cambierebbe stabilimento per esempio per uno più sostenibile (cioè che usa materiali locali o energia rinnovabile o riutilizza le risorse idriche). D'altro canto i gestori dei lidi non sarebbero in-

teressati ad un aumento della clientela affittuaria dell'ombreggio, perché generalmente si fa il tutto esaurito. Incerta è invece **la clientela della ristorazione** e sviluppare un nuovo format potrebbe aiutare ad ampliare la fascia di mercato. In ogni caso, le spese di un turista sono costituite per un terzo da quelle alimentari, quindi potrebbe essere solo a vantaggio del territorio e dei produttori locali orientare la domanda verso le specificità.

**L'ambito del cibo è risultato quello più promettente e con maggiori potenzialità di sviluppo**, i cui effetti a cascata toccano non solo anche gli altri argomenti (Cfr. filo rosso tratteggiato) ma comportano anche delle **ricadute positive sul territorio, sulla sua visibilità e sul sostentamento della piccola economia locale**. **Un aspetto su cui si è stati intransigenti è stata la temporalità del progetto. Si è deciso di puntare alla valorizzazione della risorsa alimentare nella quotidianità e non con la caratteristica dell'eccezione alla regola**. Nella fase di ricerca infatti erano state evidenziate molte situazioni in cui si puntava a promuovere un prodotto enogastronomico ma con la caratteristica di "evento".

**Il cibo è il link tra gli interessi del lido alla diversificazione della sua offerta per reggere la concorrenza nella ristorazione e l'intercettazione di quella domanda che sta man mano aumentando su una cucina di qualità, sana e rispettosa dell'ambiente**. Ciò che ci si prospetta e si augura è anche **un cambio nella natura del turismo attuale, ancora molto di massa e poco qualitativo e culturale**.

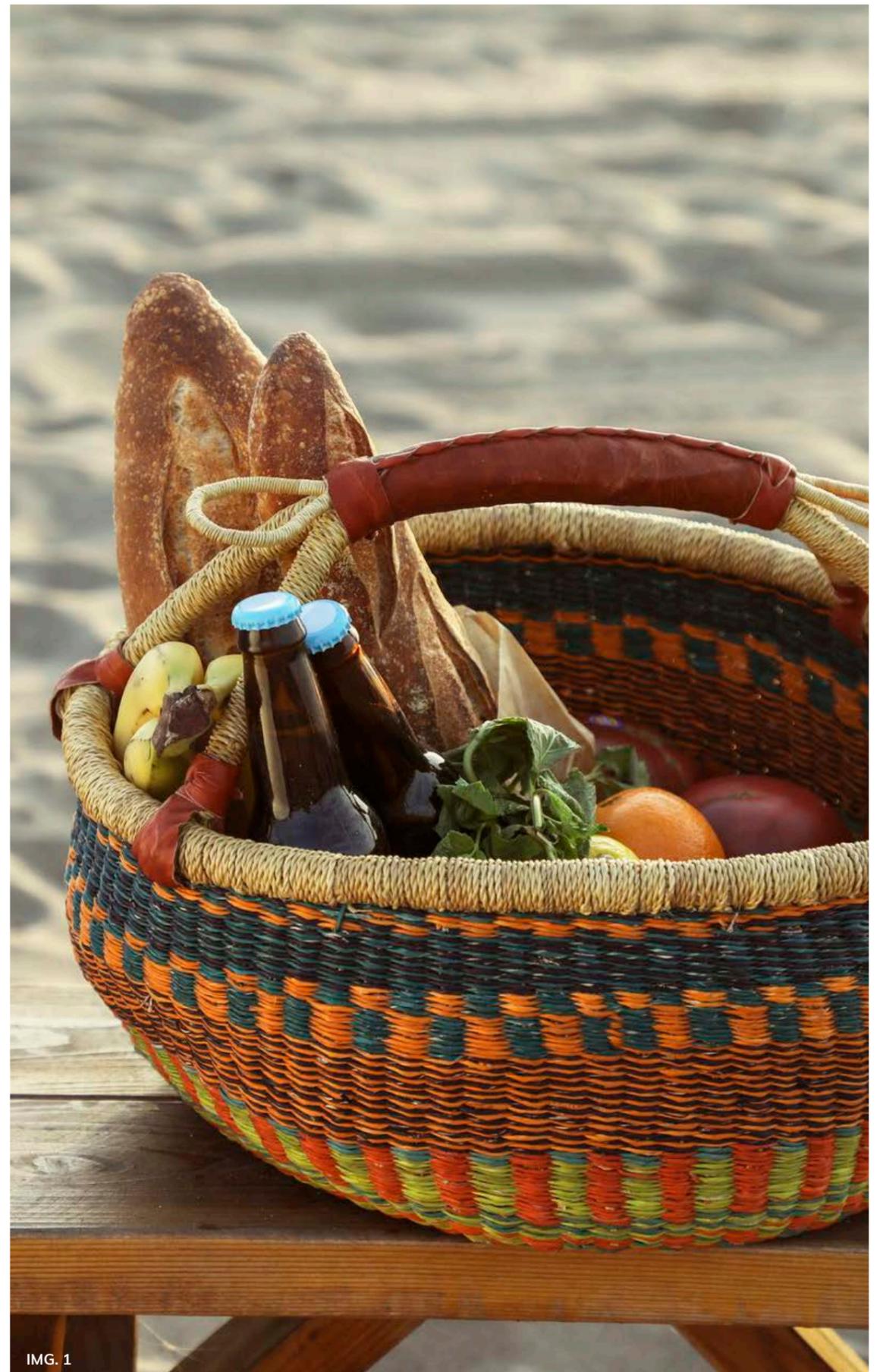
A questo punto, avendo stabilito il focus su cui operare, è divenuto necessario ampliare la parte di ricerca estendendola alla filiera alimentare. Di seguito verranno introdotti i nuovi attori principali: i **pescatori** e gli **agricoltori**.

Si appunta inoltre che, avendo come valori la sostenibilità ambientale, in fase di partenza si è immediatamente stabilito che i produttori coinvolti sarebbero stati solo di un certo tipo.

Per quanto riguarda la **pesca**, sono stati interpellati solamente coloro che praticano quella **artigianale**, che per i motivi spiegati nel capitolo precedente, sono quelli che producono il minor impatto ambientale e il valore qualitativo del loro pescato è maggiore di quello che si ha con altri sistemi di pesca.

Per quanto riguarda l'agricoltura invece, poiché le aziende biologiche del territorio sono davvero poche se si escludono i vigneti e gli uliveti, per necessità si è scelto di inglobare anche i **produttori** che sostengono la **lotta integrata**.

<sup>1</sup> Al momento in cui si scrive, la proposta di governo è stata sviluppata, proponendo una nuova proroga dei rinnovi automatici fino al 2035. Quando invece è stato scelto l'argomento, ciò non era ancora accaduto e si doveva tener conto dell'eventualità che nel 2020 gli stabilimenti balneari sarebbero potuti andare all'asta.



IMG. 1

## 07.2 \ CASI STUDIO

L'analisi dei casi studio è stata condotta soprattutto in base a tre tematiche: situazioni di gestione integrata tra ristorazione e filiera dei produttori locali, soprattutto ittici, per la valorizzazione del prodotto enogastronomico; situazioni virtuose volte a valorizzare il patrimonio culturale immateriale e progetti per la valorizzazione delle specie ittiche meno conosciute per diminuire la pressione su quelle più attualmente pescate.

In breve saranno esposti i progetti più interessanti.

### KM 0

Km 0 è un progetto di branding portoghese che mira ad **accrescere il valore dei prodotti della pesca di una zona costiera specifica e a sostenere le filiere corte pescatore/consumatore e pescatore/ristorazione**. Il plusvalore è dato dalla certificazione della qualità e della tracciabilità dei prodotti, tramite il brand stesso Km 0, che sebbene poco originale trasferisce immediatamente l'idea. Sotto questo marchio sono quindi riuniti tutti coloro che rientrano nella filiera della pesca, non solo pescatori e pescivendoli ma anche ad esempio i trasformatori. Tra gli strumenti di marketing per la promozione del brand vi sono stati diversi eventi e workshop, svolti anche in collaborazione con altre eccellenze del territorio, come i prodotti lattiero-caseari.<sup>2</sup>

### PESCE DALL'ASTA

Un progetto spagnolo simile a quello segnalato sopra è il "Peix de llotja", ovvero "Pesce dall'asta". Si tratta di un **iniziativa di certificazione della ristorazione** tramite un brand. Come concetto è simile alle stelle della guida Michelin: i ristoranti che hanno aderito al progetto, ovvero l'acquisto di un tot. minimo di pesce dall'asta locale (in Spagna è illegale la vendita diretta) invece che da grossisti di merce importata, vengono segnalati con una stella. **Più stelle un locale possiede, più esso sostiene tale pesca**. Per riuscire in questa impresa e fornire ai ristoranti scelta e quantitativi giusti, è stato necessario riunire diverse cooperative di pesca della zona di applicazione del progetto. Il ristorante però per partecipare all'asta locale deve

2 Farnet, 2012, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET\\_GP\\_028-PT01-IT\\_KM0.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET_GP_028-PT01-IT_KM0.pdf)

versare una quota iniziale.<sup>3</sup>

### ITTITURISMO MELLA

Come suggerisce la parola, questo caso-studio comprende un ristorante, nello specifico situato sul lago di Como, che utilizza in cucina solamente **pescato locale sostenibile** (da piccola pesca) e soprattutto **specie meno note** valorizzate tramite ricette "casalinghe". La proposta dell'ittiturismo non si ferma al pescato locale ma lancia anche altri piatti e dolci della tradizione, rigorosamente preparati con ingredienti delle aziende agricole con cui l'attività ha una collaborazione.<sup>4</sup>

### AGRICOLTURA E TURISMO IN RETE

Si tratta di **una rete di imprese** della Val d'Aosta che unisce piccoli albergatori, agricoltori, trasformatori, ristoranti e bar di sette comuni della regione. In particolare sono piccole aziende agricole a conduzione familiare di nuova costituzione, che dopo anni di spopolamento della montagna, sono tornati o hanno deciso di restare a prendersi cura delle proprie terre. Questi retisti hanno un **accordo di filiera** per lo scambio dei prodotti in maniera vicendevole, al giusto prezzo e con la giusta visibilità, inoltre organizzano insieme eventi per la comunità e i turisti. Lo scopo della rete è quindi quella di **promuovere turismo di qualità e valorizzare il territorio e la filiera corta**. Il progetto è stato finanziato dai fondi del Gal.<sup>5</sup>

### LE STAGIONI DEL MARE

Questo progetto, che riguarda la zona del Flag Costa dei Trabocchi, è stato già accennato nel capitolo precedente, per cui si rimanda alla sua trattazione.

3 Farnet, 2014, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/GP39-ES15-IT\\_fish-from-auction.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/GP39-ES15-IT_fish-from-auction.pdf)

4 Ristorante Mella, <http://www.ristorantemella.it/restaurant.asp>

5 Agricoltura e Turismo in rete, <http://www.agricolturae-turismoirete.it/datapage.asp?id=22&l=1>

### BOAT STORY Every boat tells a story

Si tratta di un progetto per la valorizzazione del mestiere della pesca nel North Devon, tramite dei **cortometraggi/documentari** della durata media di 5 minuti, condivisi sul sito web, che **raccontano le attività giornaliere e le storie degli uomini di mare**. I film vengono prodotti dai giovani del posto a bordo stesso delle barche e sono di estrema qualità. Sono in totale 10 video e ognuno tratta delle tematiche diverse. Risulta interessante per il metodo innovativo e "giovane" con il quale ci si avvicina alle tematiche. Il sito è anche di tipo "vetrina" perché segnala i posti migliori dove mangiare o acquistare pesce fresco e locale, sottolineando molto il fattore della stagionalità.<sup>6</sup>

### PESCE RITROVATO

Si tratta di un progetto italiano finanziato dalla Comunità Europea che ha coinvolto l'intero territorio nazionale con lo scopo di **promuovere le specie ittiche meno note** per diminuire la pressione su quelle sovrasfruttate e stimolare un **circolo virtuoso di domanda e offerta** su queste. Il progetto è partito da un'analisi della situazione attuale tramite stretti contatti con i vari esperti del settore e i lavoratori stessi; ha poi proseguito con numerose campagne di sensibilizzazione con la collaborazione delle comunità che si sono rese disponibili e interessate al progetto. Ha utilizzato più strategie comunicative per arrivare ai vari target e possiede un sito dove vengono illustrate le informazioni sulle specie riscoperte, dove è possibile acquistarle e come possano essere pulite e cucinate.<sup>7</sup>

### MANGIAMOLI GIUSTI SLOW FISH

Si tratta di una **guida pratica**, elaborata da Slow fish, che invita il consumatore a **scegliere responsabilmente le specie ittiche** nella fase di acquisto, sottolineando il suo potere di poter influire sulle logiche di mercato. Quindi spinge a scegliere pesci di stagione e locali, fornendo un elenco generico pratico, e illustra una serie di specie assolutamente da evitare perché in pericolo di estinzione, suggerendo delle alternative. Nella guida si trovano anche delle misure per aiutare l'acquirente a capire se le specie vendute sono sottomisura e quindi illegali. In realtà questo lavoro, per quanto apprezzabile, potrebbe essere discutibile sull'elenco dei pesci "nostrani". Alcune specie elencate potreb-

6 BOAT STORIES. Every boat tells a story, <http://www.boatstories.co.uk/>

7 Fishscale, <http://www.fishscale.eu/>

bero non affatto esserci in una data località ma il consumatore ignaro lo richiederebbe tornando ad alimentare la filiera del pescato che viaggia su navi e aerei.<sup>8</sup>

### CONCLUSIONI

Oltre a questi sono stati analizzati anche altri casi-studio e la selezione è avvenuta in base ai temi più funzionali per il progetto. Il confronto con situazioni italiane ed estere è stato utile per capire quali sono ad oggi gli approcci più utilizzati per connettere ristorazione e produzione, per valorizzare le eccellenze enogastronomiche locali e per dare una boccata di sollievo ai nostri mari dalla pesca indiscriminata e distruttiva.

8 Slow Fish, [https://www.slowfood.com/sloweurope/wp-content/uploads/Mangiamoligiusti\\_Pesce.pdf](https://www.slowfood.com/sloweurope/wp-content/uploads/Mangiamoligiusti_Pesce.pdf)

## 07.3 \ INTERVISTE QUALITATIVE

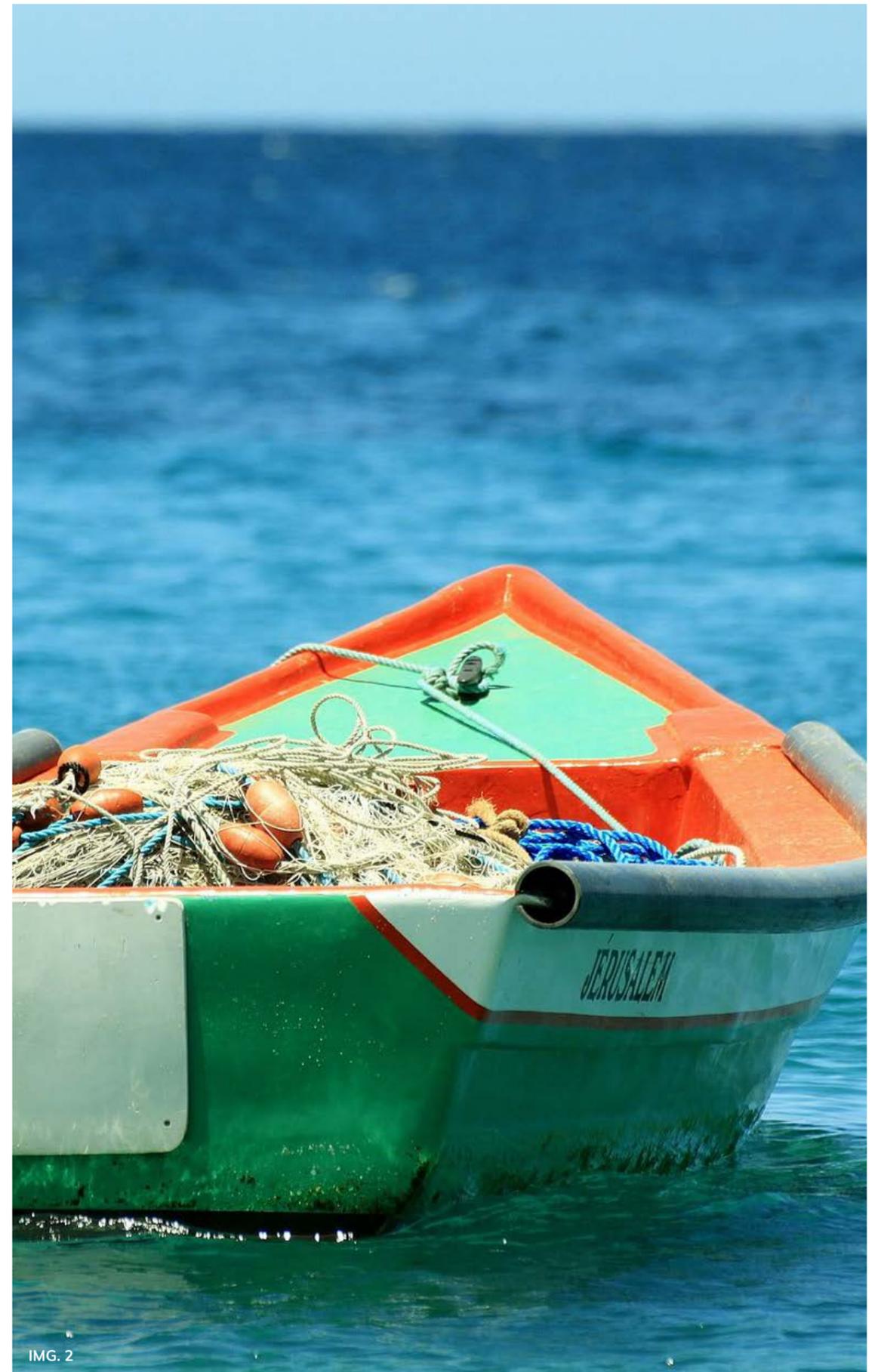
Con le interviste qualitative si è cercato di comprendere più da vicino il settore della pesca e dell'agricoltura e tutti gli attori che vi gravitano intorno. Quindi sia agricoltori e pescatori<sup>9</sup> che attori esterni che vi dialogano come Capitaneria di Porto, veterinari, responsabili delle associazioni di categoria ecc.

Per la selezione delle figure si è operato in modo differente per i due campi. Per ottenere i contatti delle imprese agricole si è fatto riferimento alle associazioni di categoria locali come Coldiretti e CIA (Confederazione Italiana Agricoltori) che hanno suggerito i nominativi dei loro soci più rappresentativi. Invece per la pesca, non essendoci un'associazione locale, si è fatta una richiesta formale di accesso ai dati all'Ufficio Circondariale Marittimo di Vasto e al settore del Comune di Vasto "Promozione, programmazione economica e produttiva del territorio". Alle due istanze sono poi seguite conversazioni con alcuni esponenti del settore come il Maresciallo della Guardia Costiera per il primo e il dirigente dell'ufficio per il secondo.

Le interviste sono state di tipo semi strutturate e per ogni categoria professionale è stata rispettata una scaletta di argomenti che facesse da guida, ma lasciando ovviamente spazio e libertà di approfondire le tematiche all'intervistato. I risultati che si sono ottenuti sono di natura qualitativa, arricchiti da informazioni "oggettive".

Per gli attori che operano direttamente nella pesca e nell'agricoltura, l'intervista ha visto come obiettivo quello di cogliere i motivi delle azioni dell'intervistato, le sue interpretazioni della realtà, spingerlo a interrogarsi sul perché delle sue scelte al fine di comprendere la sua prospettiva.

Gli osservatori privilegiati sono invece stati scelti proprio per la loro conoscenza approfondita della situazione ma con un punto di vista esterno. Inoltre sono stati fondamentali per cogliere altri aspetti come normative da rispettare, burocrazia, tendenze del settore ecc.



IMG. 2

9 I nomi degli intervistati sono riportati solo con le iniziali

## PESCATORI DELLA PICCOLA PESCA

**M., 29 anni**

**Durata dell'intervista: 55 minuti**

M. è molto disponibile nello spiegare il suo lavoro, che è a tempo pieno su un'imbarcazione insieme all'armatore. Sottolinea molto lo sforzo che richiede andar per mare, ma anche che non potrebbe farne a meno: *"pur se mi costa infracidirmi le ossa, non riesco a restare rinchiuso tra 4 mura"*, e spiega *"fai questo lavoro solo se hai una vera passione per il mare, altrimenti si va in fabbrica, si lavora quel tot. di ore e si torna a casa al caldo"*. Lui ha ereditato questa passione dal padre e così anche le conoscenze sulla pesca. Ritiene impossibile che da un giorno all'altro si possa diventar pescatori, lo si diventa solo con anni di esperienza e pratica sul campo. In particolare modo se si tratta di piccola pesca: *"se non conosci il comportamento di una triglia, non la beccherai mai. Devi sapere che rete usare, in quale stagione puoi pescarla e addirittura a che ora del giorno sarebbe più produttivo lasciar le reti"*.

Mostra un'estrema sensibilità nei confronti del mare. Ha scelto propositamente un lavoro più faticoso (rispetto alla pesca a strascico, dove il guadagno è simile, magari anche più pericoloso, ma lo sforzo fisico richiesto è minore essendo quasi tutto meccanizzato) e non cambierebbe perché ritiene che la grande pesca sia come *"un cane che si morde la coda"*, più viene preso con quei mezzi, più la situazione peggiora: *"i rapidi o le vongolare radono al suolo tutto, dopo che son passati loro non resta più nulla per molto tempo"*.

Si sente soddisfatto di ciò che guadagna ma un giorno vorrebbe avere una barca sua. Per questo spera che il loro lavoro sia maggiormente valorizzato. Per esempio crede che il fermo biologico sia per loro una grande opportunità per coprire quei mercati che per un periodo non sono saturi per via della pesca a strascico. Ritiene che l'unico modo di sopravvivenza sia fare rete, secondo lui tutti i pescatori artigianali dovrebbero unirsi e prendere le decisioni in comune, come differenziarsi nel pescato piuttosto che *"fiondarsi tutti a prendere la sogliola con la conseguenza che cala il suo valore sul mercato"*. M. ha anche dichiarato di trovare assurdo che in altre zone d'Italia i pescatori siano riusciti ad associarsi ma a Vasto no: *"Purtroppo ci sono troppe teste dure e l'età non aiuta. Siamo pochissimi ragazzi. Ad una certa età ci si accontenta"*. Allo stesso tempo ritiene che tra qualche anno i tempi potrebbero essere maturi per un cambiamento e per innovare tutto il settore, soprattutto se con un ricambio generazionale.

**B., 55 anni**

**Durata dell'intervista: 41 minuti**

B. fa il pescatore da tantissimi anni ed è il proprietario di una barca. Una persona decisamente lontana dall'immaginario del pescatore burbero e solitario; al contrario è molto gioviale e allegro. Dimostra di essere stato capace di adattarsi ai tempi mutevoli perché ha dichiarato di aver più volte sostituito imbarcazione per sostenere le necessità del momento. L'ultimo cambiamento è avvenuto pochi anni fa, quando ha scelto una barca che gli permettesse di uscire di più a largo poiché *"con l'acqua più calda i pesci si stanno allontanando sempre di più dalla costa e io li seguo"*. I pochi guadagni hanno inoltre reso necessario un altro introito, per cui ha deciso di rendere la sua barca adatta alla pescaturismo. Crede che in futuro il pescatore riuscirà a sopravvivere solo coniugandosi con le attività turistiche: *"il pescatore artigianale è ormai morto"*. B. vorrebbe vendere in maniera diretta ai pescivendoli, ma non riesce a reggere la concorrenza dei grandi pescherecci e la vendita diretta su banchina non funziona perché loro vanno a pesca ad orari variabili e scomodi per la gente comune. Per cui è costretto a vendere al mercato ittico sottostando ai prezzi imposti da altri. *"È un meccanismo che svalorza il nostro lavoro ... questa è una di quelle curiosità della vita: non va bene a nessuno ma ci accontentiamo così"*. Inoltre comprende perché i ristoranti non si rivolgono a loro *"non possiamo dare alcuna garanzia, alcuni giorni capita che non riusciamo a pescare nulla, per esempio quest'estate ho messo giù 2 km di rete e sono riuscito a prendere solo 8 sogliole"*. Il fermo pesca anche non li aiuta, sebbene abbiano il permesso di pescare, non riescono comunque smerciare i loro prodotti perché il mercato ittico è chiuso e i pescivendoli che restano aperti sono pochi e solo per un paio di giorni a settimana. Cercano di puntare alla vendita diretta con il consumatore finale ma il prezzo del loro pesce è nettamente superiore a quello importato e quindi continua ad avere poco mercato.

Fa il suo lavoro con molto entusiasmo, infatti in passato (20 anni fa) aveva preso anche diverse iniziative, tra cui la creazione di una cooperativa di pescatori. Il tutto è fallito e *"ci ho anche rimesso i soldoni"*. Non crede più in nessuna forma di rete tra pescatori *"purtroppo siamo una razza dura, testarda, gelosa delle nostre abitudini e mettiamoci anche un po' ignorante"*.

**G., 44 anni**

**Durata dell'intervista: 35 minuti**

Giuseppe fa due lavori: è un pescatore professionale da qualche anno (non a tempo pieno) e in più è il titolare di una rimessa di barche. Il tutto è iniziato per hobby, quando usciva in barca a pescare con gli amici. Finché non decise di acquistare due licenze e farlo professionalmente. Può esercitare entro le 3 miglia e pesca solo stagionale e i quantitativi variano enormemente in base alle correnti e mareggiate *"per esempio oggi posso trovare 15 kg di sogliole in un punto, se domani torno nello stesso punto ne posso trovare solo 3"*. G. fa solo vendita diretta ai privati, qualche anno fa vendeva ad un ristorante ma l'esperienza non fu positiva perché veniva pagato al prezzo di base del pesce (dei grandi pescherecci) all'asta e non del suo reale valore. Riesce però a trarre vantaggio dal fermo pesca, quando la concorrenza non c'è e la piccola pesca è l'unica a vendere catture locali. Ritiene inoltre che: *"il vastese medio non mangia mai pesce fresco. Noi lo vendiamo che spesso è ancora vivo, mentre quello della pescheria è trattato con ammoniaca e ghiacciato per non fargli cambiare colore. Il sapore è tutt'altra cosa...non so perché...sicuramente la razza che vive sulla costa è diversa. Poi anche perché i pesci dei grandi pescherecci restano nei fanghi e nelle reti tutti ammassati per tanto tempo a differenza nostra. Noi lo prendiamo uno ad uno"*.

Secondo il suo parere, la situazione dei piccoli pescatori è drastica: *"gli altri fanno la pesca a tempo pieno, non hanno un altro lavoro, non arrivano a fine mese... certe volte non guadagni nulla, altre puoi arrivare a fare 5.000 € in un mese"*.

G. lui crede che l'unione faccia la forza, e solo in questo modo si può creare qualcosa di positivo, come accaduto in altre città italiane. Però sembra che ai pescatori vastesi la cosa non interessi *"l'ho detto a questi (alcuni pescatori di sua conoscenza) di fare una cooperativa e aprire una pescheria, potevamo beneficiare di un investimento del 75% a fondo perduto finanziato dall'Europa, macché niente..."*. G. afferma che ci si conosce tutti e si è tutti amici; se c'è qualche pericolo in mare si interviene subito, però c'è molta concorrenza tra di loro: *"Il pescatore è una persona strana. Nasconde quello che prende. È geloso. Se per esempio ha trovato una zona pescosa e ha finito il suo lavoro, non lo dice mica agli altri di andarci... Sarà che è un lavoro umile"*. Ritiene che probabilmente è questo il motivo per cui non ci sono associazioni o consorzi tra di loro: *"Una volta, prima che io arrivassi, avevano provato a creare un'associazione ma hanno litigato prima di aprire e non se n'è fatto più nulla... È un fatto"*

culturale, il vastese è fatto così...sono convinti che vengono fregati" e ritiene che non sia un atteggiamento legato all'età *"mi stupisco dei giovani, alcuni sono rimasti con la mentalità vecchia"*.

Lui vuole provare ancora ad innovare e puntare all'ittiturismo, anche se teme che manchi ancora un'interesse del vastese verso queste iniziative. Anche in passato ha tentato di coniugare l'attività della pesca con il turismo ma *"ho avuto il lascia passare dalla Capitaneria di Porto masto ancora aspettando l'ok dalla burocrazia del Comune da ben 3 anni"*.

**M., 50 anni**

**Durata dell'intervista: 30 minuti**

M. possiede una barca e una pescheria dove vi lavora la moglie. Ha una licenza per pescare da 300 mt dalla costa (quando non c'è balneazione) fino alle 3 miglia, e non la supera mai perché il rischio è quello di vedersi strappare le reti dai pescherecci *"la maggior parte delle volte i marinai dormono...cioè non è che dormono... non stanno proprio attenti al radar...magari vanno in cucina a prendersi da mangiare e nel frattempo incappano nelle nostre reti"*. La passione per il mare gli è stata trasmessa dal padre *"mio nonno faceva la posta, mio padre lo strascico e l'ho fatto anche io per passione... non lo so me l'ha passata mio padre. Il mare ti deve piacere. Io quando esco dal porto respiro, a terra soffoco"*. In seguito alla morte del padre, per motivi di gestione dell'attività ha venduto il peschereccio e ha preso una barca per la piccola pesca, per stare più tempo con la famiglia *"prima stavo 14-15 ore fuori e mia moglie faceva tutto, lo abbiamo fatto per 7 anni ma poi ho scelto di pensare alla famiglia"*. M. ha cambiato licenza soprattutto perché non poteva affidare la gestione del pesce a terra ad un estraneo, quando prima se ne occupava il padre: *"La società non funziona... due teste litigano. Ad oggi non ci si può fidare della moglie, figurati di un estraneo. Anche tra fratelli si litiga... La gestione la deve sempre avere il padrone, così le consegne le fa lui e nessuno ruba il pesce. Dove c'è interesse c'è guerra"*. M. conferisce il pesce solo alla sua pescheria, non fa vendita su banchina anche se potrebbe farlo, e sottolinea che anche agli altri non conviene fare vendita diretta al consumatore, perché poi il pescivendolo con cui ha l'accordo si potrebbe rifiutare di comprargli i prodotti considerandolo *"un avanzo dopo che gli altri si sono presi la parte più buona"*. M. deve comunque integrare il suo pescato con quello dei pescherecci, acquistato al mercato ittico. Lo scopo è quello di garantire una diversificazione dei prodotti per il cliente. Assicura che sia il suo pesce che quello dei pescherecci è buono, però, quello della

piccola pesca arriva in pescheria vivo perché è stato appena catturato. Un'altra differenza che tiene a sottolineare è che *"noi peschiamo un pesce che si suicida, non lo prendiamo mai con la forza...è un pesce che entra volontariamente nella rete, ma potrebbe anche girarsi e andarsene...quando peschiamo è per fortuna"*. La piccola pesca produce molto dopo le mareggiate in inverno, mentre d'estate essendo l'acqua più calda il pesce si muove più spesso e si riesce a pescare anche con mare piatto. Il suo lavoro invernale lo paragona con l'agricoltore, che d'inverno lavora più dentro che sulla terra, così i pescatori si dedicano alla cura degli attrezzi e alla costruzione di nuovi strumenti e reti. Le quantità di pescato variano tantissimo non solo in base alla stagione ma anche in base ai giorni. M. pesca da un minimo di 10 kg ad un massimo di 50 kg in estate. Invece in inverno, col mare calmo non più di 4/5 kg. Questo è anche il motivo per cui i ristoranti non si riforniscono da loro *"Siccome non possiamo garantire il pescato, il ristorante si rifornisce MOLTO (parola enfaticata dall'intervistato) dai grossisti, raramente dalla pescheria o al mercato ittico. Per esempio magari il ristorante deve fare la pasta alla pescatrice. E anche i pescherecci mica hanno sempre la pescatrice! Però ogni giorno arrivano quintali di pescatrice dalla Francia! Poi ora anche i ristoranti non hanno più voglia di pulire il pesce, dicono che non c'hanno tempo e quindi comprano i polipi già puliti anzi congelati e tagliati. I miei polipi vivi mica li vogliono! Ma lo chef è preparato a cucinare quel pesce e basta e non lo sostituisce"*.

## TESTIMONE PRIVILEGIATO

**E., 56 anni**

**Durata dell'intervista: 60 minuti**

E. non è solo un pescatore professionale, ma da qualche anno è anche il titolare di uno stabilimento balneare stagionale. Nel periodo estivo quindi interrompe le sue attività in mare. In passato ha cercato più volte di creare un'associazione di pescatori, ed è il primo che difende la categoria della piccola pesca quando il loro "nome" viene usato a sproposito per fini di lucro ad esempio dai ristoratori: *"si parla sempre di piccola pesca, durante le sagre e nel mese del brodetto, ma mai che qualcuno venisse a comprare da noi"*. Spesso si è battuto in politica per far mettere dei blocchi in mare contro la pesca a strascico, che lavora spesso illegalmente sottocosta. E. è anche comparso in una puntata di un programma televisivo che vedeva la loro professione protagonista di un documentario su Vasto. Secondo la sua opinione il motivo per cui non si sono create cooperative come in altre città marinare, è perché *"manca la professione"*; ovvero la gran parte dei possessori di licenza ha un altro impiego principale e la pesca è vista come un hobby. Per cui è davvero esiguo il numero effettivo di pescatori. Ad aggravare la situazione *"ci sono litigi che risalgono ai tempi dei nostri nonni e bisnonni... Dovremmo mettere da parte le nostre bisbocce sul lavoro e aiutarci. Sono anni che combatto con i mulini a vento. Io propongo di creare un'associazione... Tutti "si-si" e poi nulla!"*. E. crede che ci voglia un pescatore dalle idee molto chiare che faccia da apripista, cosicché gli altri lo seguano poi a ruota. Allo stesso tempo però non ritiene giusto che una sola persona si debba sobbarcare i costi del rischio di un investimento in un progetto o che poi debba condividere i nuovi vantaggi ottenuti con altri. È sicuro però che senza azioni concrete, i consumatori andranno sempre più spesso ad acquistare in pescheria o al supermercato dove si trova tutto, e loro dovranno sempre più vendere al mercato o ai grossisti a prezzi ingiusti. E. per raggiungere il massimo numero possibile di clienti ed instaurare un rapporto di fiducia con essi, ogni volta che esce a pesca invia un sms ad un elenco di contatti, su ciò che ha pescato, cosicché per la mattina ha già quasi tutto prenotato e nel giro di qualche ora ha terminato la vendita diretta. Iniziativa non ben vista, probabilmente per gelosia, dai suoi colleghi. Per quanto riguarda la commercializzazione, vorrebbe che quel momento durasse il meno possibile per poi tornare in mare e riprendere a pescare. *"Mi fanno ridere quelli del Flag che vengono qui a dirci che per fare soldi dobbiamo fare pescaturismo e cucinare per i turisti. Ma se avessimo voluto cucinare avrem-*

*mo fatto i cuochi. Noi siamo pescatori. Siamo spiriti liberi e indomiti. Se volessero davvero aiutarci, perché non darci soldi da reinvestire nelle attrezzature nuove per le barche oppure in banchi a norma per farci vendere il pesce? Il pescatore è una brutta razza, compreso me"*.

## CONCLUSIONI

Le interviste ai pescatori avevano lo scopo di avvicinarsi al loro lavoro, comprendere il più possibile la loro fatica quotidiana, cosa li avesse spinti a fare quel mestiere e perché non avesse preferito un lavoro più sicuro e più salutare e infine capire la percezione del loro mestiere nei confronti della comunità e le loro aspirazioni. Ogni pescatore ha la sua percezione della realtà, anche se molti atteggiamenti risultano simili e alcune idee praticamente identiche. M. ha fiducia nel futuro e nella capacità dei giovani di portare cambiamento e di unirsi per trarre forza e far sentire la loro voce, restando comunque realista. B. invece è più rassegnato per quanto riguarda il "fare rete", non crede affatto che la situazione possa cambiare. In linea generale nè lui e nè G. e nè E. subiscono la situazione passivamente, anzi si sono operati e operano ancora per migliorare il loro status quo. G. ha meno fiducia nei giovani e la cosa lo frustra, crede come E. che il cambiamento può essere apportato solo se si crede fortemente in qualcosa e se si hanno fondi a disposizione da investire. M. rispecchia più il pescatore con la mentalità "all'antica", conta solo sulle sue forze e su quelle dei suoi famigliari più stretti. Inoltre sia lui che G., rispetto agli altri due, non hanno affatto accennato alla pesca sostenibile, ma probabilmente perché percepiscono di meno il valore aggiunto che ha il loro mestiere rispetto alla pesca a strascico. Infatti non scelse di lavorare nei grandi pescherecci proprio perché non interessato a stare giorni e giorni in mare, è un pescatore che preferisce ancora la terraferma.

## INDAGINI SPECIFICHE

Le interviste sopra riportate sono state le prime effettuate. Successivamente ne sono state operate delle altre incentrate esclusivamente su questioni pratiche per capire dove e come fosse possibile un **intervento progettuale**. È stato chiesto ad esempio cosa determinasse l'utilizzo di uno strumento da pesca piuttosto che un altro, o domande sui diversi canali di vendita, o sulla difficoltà o meno nel commercializzare determinate specie (e nel caso quali), o domande per capire se esistessero specie esclusivamente locali da poter valorizzare (e nel caso quali). Ancora più nel dettaglio, data una lista di pesci da loro pescati si è chiesto in **quale periodo venissero catturati, con quale strumento e il range di prezzo** solito. I pescatori hanno raccontato che durante l'estate il mare è più pescoso se calmo mentre in inverno è perfetto dopo una burrasca, e tendenzialmente in inverno e autunno non si usano le nasse, mentre in estate sia queste che reti da posta. L'operazione ha richiesto molta pazienza ma i pescatori sono stati ancora più disponibili nello specificare, ad esempio, che ogni **pezzatura** di pesce ha un suo prezzo base e viene venduto per un determinato scopo. Per esempio i pesci più piccoli sono adatti alla frittura, quelli più grandi alla cottura su griglia. Hanno raccontato di come a Vasto si commercializza ancora la cosiddetta **"zuppa"**, ovvero una **cassetta di pesci di piccola o media taglia mista** che si usa per fare il famoso Brodetto alla Vastese. Tecnicamente la normativa sulla tracciabilità richiede nomi comuni e scientifici e i quantitativi di ogni singola specie catturata, ma in questo caso si è giunti al compromesso con la Guardia Costiera di indicare solo la specie quantitativamente prevalente, per continuare a tramandare **l'usanza dei pescatori**.



IMG. 3  
Pesce da zuppa

A detta loro le specie da valorizzare sarebbero molte, ma non ritengono opportuna una campagna apposita, perché i pesci nell'arco degli anni hanno modificato e continuano a modificare le abitudini ed è capitato spesso che se per qualche anno delle specie fossero state molto numerose, ad un certo punto si è assistito alla quasi totale loro scomparsa per un periodo. Oppure è capitato la **scomparsa di alcuni pesci** a causa di un innalzamento delle temperature del mare, che li ha portati ad emigrare verso acque più profonde. Contemporaneamente sono state "introdotte" **specie esotiche** mai viste in zona che hanno richiesto molto tempo per poter essere "accettate" dal mercato.

Esistono anche specie sempre state presenti nella tradizione locale, ma che ora si fanno **fatica a vendere**, soprattutto i molluschi gasteropodi che finiscono esportati: lumachine, murici, crocette, conchiglioni. Lo stesso avviene per alcuni pesci che vengono svalorizzati totalmente. Per esempio i cefali a Roma vengono venduti a 10 €/kg mentre a Vasto sono acquistati dal mercato ittico a 1,5/2 €/kg.

Anche la pezzatura e la spinosità della carne determina la buona vendita o meno. Per esempio la gallinella di mare può essere grande, media o piccola. Quella grande e media termina subito, quella piccola non la vuole nessuno, a meno che non sia venduta all'interno della cassetta "zuppa". Ma ovviamente se non ci sono i quantitativi e le specie giuste perché si formi tale cassetta, questa non viene appunto creata e la gallinella resta sul bancone.

I pescatori hanno anche chiarito cosa si intende con "**pesce povero**", termine che erroneamente si crede definisca quello che vale poco dal punto di vista della bontà della carne o dei valori nutritivi. In realtà una specie è povera per due motivi: il primo è che se ne trova in grandi quantità perché il **ciclo del pesce è breve**, ovvero si riproduce e cresce velocemente. Per esempio il salmone o il tonno per diventare adulti richiedono molto molto più tempo, per cui prima di venir catturati devono aver raggiunto la corretta grandezza e di conseguenza le loro carni diventano più pregiate. Il secondo motivo è che è povero semplicemente perché ha **scarso "visibilità"** rispetto alle altre specie che sono maggiormente richieste: "**Il valore del pesce è direttamente proporzionale a quanto viene usato in cucina**". Per esempio la torpedine è un pesce simile alla razza, ha carni molto saporite ma non viene apprezzata a causa dei quantitativi di scarti che si hanno dalla sua pulizia.<sup>10</sup> Dunque **povero non è un sinonimo di scarso valore**.



IMG. 4  
Torpedine

<sup>10</sup> La Cucina Italiana, 2015, <https://www.lacucinaitaliana.it/news/in-primo-piano/pesce-povero-torpedine-ricette/>

## TESTIMONE PRIVILEGIATO

### A., 30 anni, Chef

Tutti i pescatori della piccola pesca hanno elogiato il loro pescato rispetto a quello della pesca a strascico. Informazioni desk affermano la medesima cosa, ma si è cercato anche un parere da chi ha il compito della preparazione. Si è preso quindi contatto con uno chef locale. Questo ha dato **ragione ai pescatori** fornendo ulteriori spiegazioni: il loro pesce viene tirato fuor d'acqua ed entro due ore, per legislazione, deve essere sbarcato per poi essere venduto. Ovviamente a seconda del numero dei passaggi che avviene tra sbarco e cottura, il pesce si può definire più o meno fresco. Ma nel caso della vendita diretta il **pesce** è letteralmente **freschissimo** e il sapore del mare è ancora vivido e forte. Per non parlare di alcune specie, come i crostacei, che dovrebbero essere acquistati ancora vivi perché dal momento della loro morte cominciano a produrre ammoniaca. Al contrario, il pescato dei grandi pescherecci, spostandosi maggiormente dalla costa ha un tempo di sbarco più lungo, quindi viene trattato con solfiti per favorirne il mantenimento o direttamente surgelato quando l'imbarcazione resta per mare settimane intere.

La seconda ragione sta proprio nel metodo utilizzato per la cattura e nello specifico di biochimica. Con la pesca a strascico il singolo pesce è catturato insieme ad un'ingente mole di altri pesci, restando schiacciato per molto tempo, il che provoca una **scarica di adrenalina** nel suo corpo che permane nei muscoli in seguito alla morte, rendendolo contratto e **modificando il sapore dell'animale**.

Per quanto riguarda la questione del **pesce povero**, lo chef ha prima di tutto specificato che **parte della pregiatezza di un prodotto è data dalla sua disponibilità sul mercato**. Quindi mentre il pesce povero ha un ciclo breve e si riproduce massivamente, il suo valore cala rispetto al tonno che necessita più anni per diventare adulto.

La differenza però che può esserci con un pesce povero e uno pregiato sono **alcune** sostanze nutritive, a parità di peso, ad esempio il **tonno possiede molto più ferro**. La pregiatezza sta anche nel **grado di maturazione del pesce**, che essendo più maturo è buono da mangiare crudo, non perdendo così i **valori nutrizionali durante la cottura**. Questo stesso fattore è però un'arma a doppio taglio, più il pesce è adulto più è probabile che abbia accumulato **metalli pesanti** nel suo corpo.

**Il pesce povero comunque rientra nel 1° gruppo fondamentale degli alimenti**. Da specificare, visto che molto spesso avviene confusione, è che il pesce povero non è quello azzurro, sebbe-

ne molti di questi rientrano nella categoria del pescato povero.

## OSSERVATORI PRIVILEGIATI DELLA PICCOLA PESCA

### Maresciallo, Ufficio Circondariale Marittimo Durata dell'intervista: 20 minuti

L'intervista al Maresciallo in qualità di osservatore privilegiato è stata fondamentale per guardare alla situazione da un punto di vista esterno, con qualcuno che ha una visuale sia sui pescatori (ed è anche un pescatore hobbista) che sui ristoranti. Dopo aver esplicitato le definizioni tecniche delle varie tipologie di pesca, gli è stato chiesto un'opinione sulla piccola pesca e sul perché i ristoranti non acquistassero da loro. Il Maresciallo si è quindi soffermato sulla questione della domanda e dell'offerta che c'è ora sul mercato. Secondo la sua opinione c'è una carenza di domanda di prodotti ittici stagionali e locali perché se n'è persa la conoscenza e si preferiscono piatti più comuni e semplici da mangiare "**vuoi mettere il gambero che arriva dal Perù, già bello pulito e che costa meno della metà di quello locale? oppure vuoi mettere i calamari fritti senza spine con il merluzzo che devi pulire tu e toglierci le spine?**". Di conseguenza l'offerta dei ristoranti si è appiattita: "**lo so perché tocco con mano la situazione e la qualità, lasciamelo dire, è piuttosto bassa. La maggior parte si rifornisce di pesce importato e quasi nessuno mette sul piatto pesce veramente fresco, è quasi tutto congelato**". Quelli che offrono cibo locale sono diventati di nicchia e con prezzi più alti della media. In ogni caso non ne fa una colpa nemmeno ai ristoranti poiché sa che il pescato della piccola pesca non soddisfa i bisogni di un ristorante che deve offrire alla clientela diverse varietà, quindi in ogni caso si troverebbe costretto ad integrare con altri prodotti ittici.

### Veterinario, Asl di Vasto

#### Durata dell'intervista: 22 minuti

Il veterinario intervistato è colui che si occupa di controllare che il pescato sia conforme alle normative sanitarie e che sia sicuro per l'alimentazione umana. "**Questi controlli si effettuano quotidianamente e non solo quando si riscontrano situazioni gravi e che richiedono l'intervento dei NAS**". Durante l'intervista, ha spiegato quali sono le normative che devono essere rispettate dalla piccola pesca per la vendita diretta dei loro prodotti. Non ha negato che la "**la situazione è complicata**" e le informazioni richieste per la tracciabilità del prodotto, quando si vende quantitativi superiori a 100 kg, varie e dipende dal tipo di licenza che la barca possiede.



IMG. 5

## AGRICOLTORI

### G., 63 anni, coltivatore diretto Durata dell'intervista: 35 minuti

G. ha un'azienda di coltivazione biologica a conduzione familiare, con 7 ha di terreno. Coltiva soprattutto orticole ma ha anche un uliveto e un piccolo agrumeto. Ha scelto il biologico per una questione di qualità e salute: *"I primi fruitori del nostro cibo siamo noi stessi, e ci tengo che la mia famiglia mangi solo prodotti buoni e senza veleni. Secondariamente anche per la sicurezza. Usare pesticidi e fitosanitari è sempre pericoloso, per quante accortezze tu possa prendere"*. Inoltre non acquista i semi, ma usa quelli tramandati da sua nonna. Si diverte a sperimentare nuovi attrezzi da lui costruiti o coltivazioni alternative come quella su sodo. Fa anche uso di animali per la concimazione del terreno.

Vende direttamente al mercato due giorni a settimana e il resto del tempo è in campagna. Qualche anno fa provò anche a vendere ad un ristorante vegano della zona ma senza riuscirci. I trasformati li fa solo per il proprio consumo e non per la vendita perché l'investimento in un laboratorio è troppo ingente per le sue tasche. Ritiene che rispetto al passato, ci sia una maggiore attenzione verso la qualità ma ancora si fa fatica a concepire le stagionalità dei prodotti e soprattutto il valore del biologico: *"la qualità non è percepita, manca la cultura della cultura"*. Ha molta difficoltà a vendere i suoi ortaggi ad un prezzo per lui corretto *"non bisogna calcolare il rapporto dare-avere perché altrimenti butteresti tutto all'aria"*.

G. ha provato a creare una cooperativa con altri agricoltori che vendono al mercato coperto della città, ma non vi è riuscito: *"non sono riuscito a mettere d'accordo 3 teste bacate"*. Ritiene che al Sud non ci sia la concezione di farsi forza a vicenda, anzi, ognuno è guardato con sospetto come un concorrente o un potenziale ladro delle tecniche agricole messe in campo. Oltretutto si evita anche di rivelare i canali di vendita: *"c'hanno paura che ci si ruba il cliente"*. C'è sfiducia non solo tra loro stessi ma *"abbiamo questa convinzione che chi è seduto in ufficio voglia fregarci"*.

Crede che le piccole aziende agricole siano destinate a morire, la burocrazia rende le procedure più complesse e costose (come per la certificazione dei semi tramandati) e non riescono a reggere la concorrenza delle grandi aziende: *"raccolgono le olive con la macchina per i quintali che hanno, io a mano...che competizione posso avere!"*.

### N., coltivatore diretto Durata dell'intervista: 10 minuti

N. non si è mostrato molto disponibile a parlare, rispondeva alle domande poste senza aggiungere commenti personali. L'azienda ha un pescheto, un uliveto, un vigneto e seminativi di cereali. La manodopera è solo familiare e i figli si occupano della commercializzazione dei prodotti. I suoi canali di distribuzione sono diversi: in particolar modo vende ai supermercati e ai commercianti privati; l'uva la conferisce ad una cooperativa e ogni tanto fa vendita diretta in azienda. Diversi anni fa era il fornitore di un ristorante e nel prossimo anno vorrebbe riprovare a riallacciare qualche contratto con la ristorazione per diversificare l'offerta. Non è interessato a creare altre attività come agriturismo o vendita e-commerce *"ci vogliono ancora 7-8 anni per andare in pensione, ma di queste attività se vogliono se ne occuperanno i miei figli"*.

### A., 55 anni, imprenditore agricolo Durata dell'intervista: 13 minuti

A., possiede 50 ha di terreno circa, acquistati dal padre tempo fa. Ora sta mandando avanti lui l'azienda insieme alla moglie e i suoi due figli. Oltre alla terra, coltivata ad ortaggi, frutta, vite e cereali, possiedono anche due laboratori di trasformazione che apriranno a breve. Uno è per la produzione di conserve e l'altro per i farinacei. Essendo piuttosto grande, ovviamente stanno cercando ulteriori addetti ai lavori. Inoltre A. vorrebbe anche avere qualche animale da allevamento per ricavarne salumi. Loro vendono esclusivamente in maniera diretta in azienda e due volte a settimana al mercato. *"Produrre non è uno scherzo, è difficile. E io sono un vero produttore con la p maiuscola"*, il riposo è poco, il lavoro è tanto e duro. Aver ampliato così tanto il terreno è per il raggiungimento di uno scopo: *"Voglio che il cliente venga ad acquistare direttamente in azienda, che veda come coltiviamo, che faccia le domande e si incuriosisca. Poi penso che se qualcuno deve fare la spesa non può girare a destra e a manca altrimenti va al supermercato e fa prima. Per questo voglio che quando il cliente viene da me, possa trovare non dico tutto ma quasi."*. Come si percepisce dalle sue parole, c'è ovviamente passione nel lavoro che fa e soprattutto voglia di mettersi in gioco e investire. Non crede in maniera categorica a forme di associazionismo *"lo sono contrario a queste cose. Già non si va d'accordo con moglie e figli! Figuriamoci mettere un estraneo come socio"*.

### F., cotitolare di società agricola Durata dell'intervista: 12 minuti

F. è proprietario, insieme al fratello, di un'azienda agricola (40 ha di terreno) di olivocultura, hanno un frantoio e uno spaccio aziendale dove vendono il loro olio e altri trasformati come paté di olive. Altri canali di vendita sono i ristoranti (anche qualcuno degli stabilimenti balneari), le enoteche, le gastronomie e vendono anche ad Eataly. Tiene molto alla vendita ai ristoranti così che *"Ci si fa conoscere al locale e al turista e di conseguenza si fa conoscere il prodotto del territorio. I ristoranti e gli stabilimenti balneari che tengono un po' di più alla qualità scelgono noi invece dell'olio classico che assicuro ha un sapore completamente diverso. I nostri ulivi sono pregiati, e queste terre sono molto adatte"*

I loro prodotti ricevono spesso riconoscimenti da Slow Food, l'ultimo del 2018 va ad un olio ottenuto da due cultivar tipiche abruzzesi. Così come da tanti altri marchi. Non fanno coltivazione biologica ma lotta integrata. Per quanto riguarda l'associazionismo, loro fanno parte della Coldiretti, ma in maniera marginale e non sono interessati a cooperazioni con altri agricoltori, avendo di fatto una clientela già ampia e consolidata. Per quando riguarda in linea generale l'unione tra attori di diversi settori, ritiene che *"esiste già un mercato di tanti privati...creare uno apposta non penso porterebbe a molti vantaggi...probabilmente queste unioni funzionano molto di più nelle zone lontane dai luoghi di produzione, quindi non nel nostro caso"*.

### TESTIMONE PRIVILEGIATO

### F., 60 anni, socio cooperativa sociale Durata dell'intervista: 70 minuti

F. è laureato in agraria ed è il responsabile di una cooperativa costituita da 13 soci, per un totale di una quarantina di ha. Lui nello specifico coltiva grani antichi, erbe officinali, frutta e ortaggi biologici per la trasformazione, e nel laboratorio in comune si occupano di produrre marmellate, frutta sciropata ed essiccata, salse di pomodoro e pane su richiesta. Secondo F. *"nasce l'esigenza di ripercorrere una produzione ragionata e di qualità maggiore rispetto al passato, sebbene da queste parti il concetto di biologico non si è molto sviluppato"*. Loro sono una delle poche cooperative della zona, che hanno deciso di unirsi puntando sulla qualità e su format nuovi per la zona. Ritiene però che l'atteggiamento usuale sia piuttosto individualista *"gli agricoltori sono molto chiusi, sembra che gli si vada a rubare chissà quale segreto."* La cooperativa ha diversi canali di commercializzazione: fanno vendita diretta

in azienda e poi riforniscono alberghi, bar e vorrebbe allacciare rapporti anche con i ristoranti. Aggiunge però che l'interesse verso i loro prodotti *"È dettata da strategie di marketing che da reale interesse nel proporre un cibo di qualità superiore. In ogni caso gli albergatori sono consapevoli che i nostri prodotti sono più costosi di quelli convenzionali, e sicuramente non possono pagarli a prezzo consueto. Se poi vogliono ottenere anche una certificazione del biologico, non è di nostro interesse"*.

L'attività è anche collegata ad un'associazione di promozione sociale, una sorta di fattoria didattica per le scuole e che sarà aperta a chiunque e convenzionata con hotel e B&B. Si eseguono lavori di pizza, pasta, dolci tipici, semina di piantine e cura degli animali.

### CONCLUSIONI

G. dimostra una grande passione per il suo lavoro e per la sperimentazione, sembra avere una visione molto più aperta del suo mestiere rispetto ai colleghi della sua stessa età. Di stesso animo attivo è A., che sperimenta e investe molto nella sua impresa. Al contrario N. ha un atteggiamento più passivo, quasi "stanco". Non vede l'ora di passare le redini ai figli e riposarsi. Però sia A. che N., al contrario di G., non credono affatto in forme di cooperazione e associazionismo. F. è della stessa idea ma con una motivazione oggettiva e valida, che non è legata ad una questione di cultura e abitudini, quanto piuttosto allo stato già affermato della sua azienda, grande e con esportazioni anche all'estero. Invece per le piccole attività che hanno pochi ettari di terreno e bassissima possibilità di concorrenza, l'unica maniera per sopravvivere ancora per anni potrebbe essere forse solo quella che prevede l'unione di più forze.

### OSSERVATORI PRIVILEGIATI DELL'AGRICOLTURA

### Responsabile per il Piano di Sviluppo Rurale, CIA Chieti-Pescara

#### Durata dell'intervista: 30 minuti

Il responsabile ha fornito informazioni sulle tipologie di imprese agricole presenti nel Comune di Vasto. I terreni sono molto parcellizzati e la maggior parte delle imprese sono a conduzione familiare o su coltivazione part time, soprattutto per le orticole e la frutta. Eccezione viene fatta per l'olivo che necessita di più manodopera nel periodo di raccolta e per la vite, le cui aziende hanno più la forma di imprese vere e proprie con commercializzazione dei vini anche all'estero.

Secondo il responsabile un 3% fa vendita diretta in campagna, un 1% vende al mercato, qualcuno a ditte commercianti (ingrossi di frutta) ma soprattutto la maggior parte vende a cooperative locali (che entrano poi nel circuito della GDO).

Secondo il Responsabile gli agricoltori sono generalmente un po' chiusi all'innovazione, e progetti come questo sono visti come delle *"scocciature"*. Sono *"gelosi"* delle loro tecniche di coltivazione per cui, tendono a vedere con sospetto i loro colleghi. I più loquaci sono pochi. Che lui sappia non ci sono accordi con ristoranti e fruttivendoli, se non altro perché la produzione ortofrutticola in zona è davvero scarsa. Per cui la maggior parte di questi vendono alle cooperative.

Secondo il Responsabile la maggior parte dei coltivatori ha un'età media molto elevata, sui 60/70 anni, che generalmente vendono a cooperative e cantine sociali. Mentre i più giovani, cioè un'età che varia tra i 40 e i 50 anni vendono più facilmente ai vari mercati. Coloro che hanno la fascia più elevata di età, anche maggiore di 70 anni tendenzialmente sono quelli meno disponibili, restano concentrati sul loro lavoro, senza farsi distrarre.

### Responsabile Tecnico Ufficio di Zona, Coldiretti

#### Durata dell'intervista: 22 minuti

Il Responsabile Tecnico ha fornito informazioni sulla loro associazione e sui requisiti da avere per essere un coltivatore diretto. L'associato in genere è storico, ovvero si tramanda di padre in figlio, è raro che si cambi associazione.

Al mercato della Coldiretti si vende prevalentemente ortofrutta e olio. I coltivatori che vendono a Vasto vengono anche dalle campagne vicine e in genere, oltre che presso Campagna Amica, si vende anche nei mercati zionali. Ad occuparsi della commercializzazione sono quasi sempre i più giovani (40/55 anni), è raro vedere persone

più anziane.

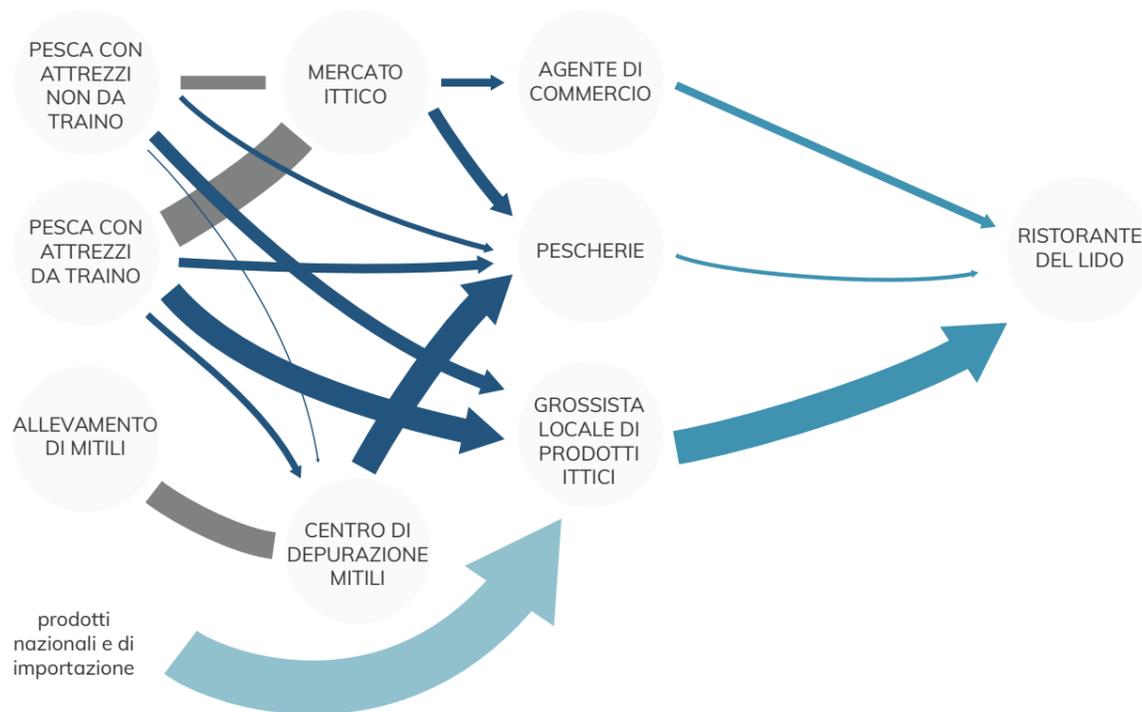
Anche secondo il Responsabile Tecnico della Coldiretti gli agricoltori non sono particolarmente loquaci e tendono quasi a farsi guerra a vicenda.

## 07.4 \ CATENA DI FORNITURA DEL RISTORANTE

Attualmente gli stabilimenti balneari si riforniscono di prodotti ittici prevalentemente da grossisti locali, in secondo luogo da agenti di commercio che acquistano all'asta al mercato ittico di Punta Penna. Dalle pescherie si compra solamente quando il cliente del ristorante prenota in anticipo piatti locali che richiedono pesci della costa. Non ci sono contratti di fornitura direttamente con il pescatore (né che si tratti di piccola pesca che non). Per avere un quadro completo della situazione, nella figura sottostante sono riportati i vari percorsi che il prodotto ittico potrebbe fare per arrivare nelle tavole dei lidi <sup>11</sup>.

FIG. 2 <sup>12</sup>

### CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO DEI PRODOTTI ITTICI



#### LEGENDA

-  flusso di passaggio in strutture
-  vendita dal produttore primario al rivenditore
-  vendita dall'intermediario al ristorante
-  acquisto dei grossisti locali di prodotti importati

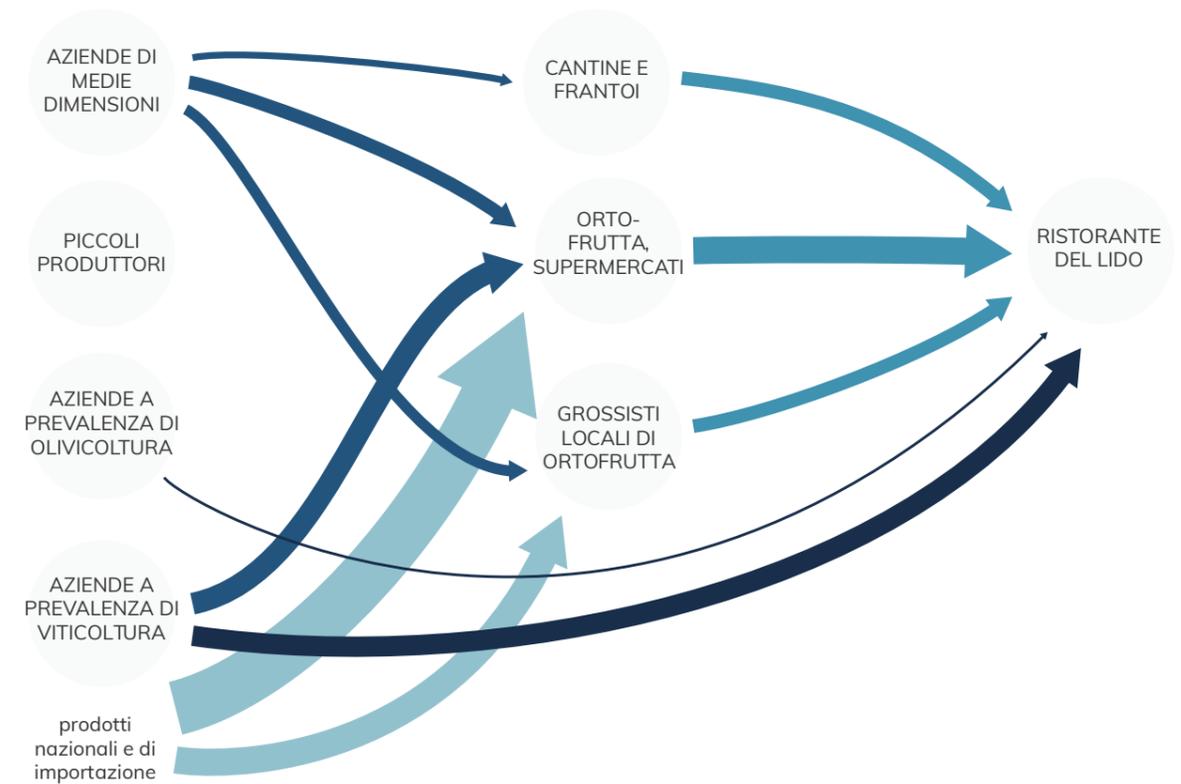
<sup>11</sup> NB: Con "PESCA CON ATTREZZI NON DA TRAINO" si intende sia la piccola pesca che la pesca che usa solo attrezzi passivi ma opera oltre le 12 miglia dalla costa. Con "PESCA CON ATTREZZI DA TRAINO" si intendono tutti i pescherecci che usano sistemi di pesca attivi, come lo strascico e le draghe idrauliche.

<sup>12</sup> Propria elaborazione su dati 2018, sulla base di interviste qualitative

Per quanto riguarda l'approvvigionamento di vino, questo vede solitamente la fornitura diretta dall'azienda agricola. Per l'olio si predilige maggiormente l'acquisto dai frantoi (dove le olive sono portate dai vari soci della cooperativa). Verdura e frutta vengono invece acquistati dai fruttivendoli di fiducia o dai supermercati, in misura minore dai grossisti. Come si può notare nella figura sottostante, i piccoli produttori (coloro che hanno meno di una decina di ettari di terreno) sono completamente esclusi da questa catena.

FIG. 3 <sup>13</sup>

### CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO DEI PRODOTTI AGRICOLI



#### LEGENDA

-  flusso di passaggio in strutture
-  vendita dal produttore primario al rivenditore
-  vendita dall'intermediario al ristorante
-  acquisto dei grossisti locali di prodotti importati

<sup>13</sup> Propria elaborazione su dati 2018, sulla base di interviste qualitative

## 07.5 \ ANALISI SWOT: PICCOLA PESCA

### PUNTI DI FORZA

- Altissima competenza dei pescatori nel loro settore: conoscono le abitudini dei pesci, i loro habitat, il periodo in cui si pescano in maggiori quantità e il tipo di strumenti da usare per pescarli.
- Pesca sostenibile e stagionale (scarso utilizzo di carburante; pesca altamente selettiva per cui le catture indesiderate sono ridotte al minimo; non si distruggono i fondali e non si catturano i pesci in riproduzione).
- Pescato locale (ci si può allontanare solo fino ad un massimo di 6 miglia dalla costa).
- Pescato qualitativamente migliore poiché il pesce non viene sottoposto a stress meccanico come accade nelle reti a strascico, dove gli enormi quantitativi schiacciano l'animale. Inoltre il pesce e i crostacei non restano a lungo nelle reti e nel fango ma, una volta tirati fuori dall'acqua, vengono immediatamente liberati. I crostacei spesso arrivano anche vivi a destinazione, poiché una volta avvenuta la cattura, in due/tre ore il pescatore deve fare lo sbarco per la vendita.
- Durante il fermo pesca sono gli unici a poter continuare la loro attività.
- Gli attrezzi della piccola pesca sono generalmente meno costosi di quelli dei pescherecci e la manutenzione è effettuata manualmente dai pescatori nel periodo invernale.
- Vendita diretta al consumatore finale molto praticata in estate, soprattutto per i pescatori che sbarcano alla Marina di Vasto.

### PUNTI DI DEBOLEZZA

- Assenza di garanzie dei quantitativi di pescato giornaliero e delle specie pescate (se non in linea generale).
- Scarso diversificazione del pescato, ovvero si pescano solo gli animali che nuotano nelle acque non molto profonde.
- Assenza di coordinamento tra pescatori (dovuta a faide famigliari e alla mancanza di fiducia, nonché alla competitività), per cui in un determinato periodo tutti si concentrano nel pescare la stessa cosa, nonostante ci siano diverse possibilità, per cui succede che si arriva ad un superamento della domanda, il prezzo scende e il pescato prende la strada dell'esportazione.

- Assenza di associazioni e cooperative.
- La gran parte dei pescatori assume un atteggiamento individualista e chiuso all'innovazione.
- Grandi difficoltà nell'introdurre nel mercato nuove specie che si affacciano nelle acque costiere o specie di cui si è dimenticato l'uso (come murici, lumachine di mare, conchiglioni, sparaglioni, granchi ecc.).
- Scarso capacità di far percepire al consumatore finale il valore maggiore del loro pescato rispetto a quello della pesca con sistemi di traino.
- Difficoltà nel vendere i prodotti ad un prezzo equo.
- Le zone di pesca sono divise in "contrade". Non si tratta di una normativa, ma dei limiti autoimposti dai pescatori per non farsi "rubare" il pesce nella propria zona dal pescatore "affianco". Le contrade non fanno che aumentare gli atteggiamenti ostili e poco collaborativi.
- Filiera corta (vendita a ristoranti e hotel) inesistente: i principali canali di vendita sono il mercato ittico, i grossisti e le pescherie.

### OPPORTUNITÀ

- Know-how sempre in aggiornamento.
- Valorizzazione della qualità del loro pescato.
- Valorizzazione della loro attività e della loro identità culturale.
- La Legislazione italiana riconosce alla piccola pesca la possibilità di "cogestione" delle aree costiere per la salvaguardia dell'ambiente.
- Possibilità di aumentare introiti con attività collaterali come pescaturismo e ittiturismo.
- Miglioramenti nella vendita dovuti all'uso di tecnologie e a pubblicità.
- Grande spazio per innovare se solo si superassero le barriere individualiste costruite dai pescatori.
- Reperimento di nuove fasce di mercato (consumatori attenti alla qualità e alla sostenibilità).
- Alcuni pescatori hanno compreso l'importanza di fare rete e di applicare delle strategie di vendita per andare avanti.
- Possibilità di agire sulla filiera corta data l'innumerabile presenza di ristoranti e hotel nel Comune di Vasto.

### MINACCE

- Scarso ricambio generazionale, e lento declino di interesse nei giovani verso questa attività.
- Pochissimi pescatori praticano la pesca come attività principale e il rischio è che questo scompartimento scompaia del tutto nel giro di qualche decennio.
- Riscaldamento globale che determina un aumento delle temperature delle acque e con specie che si spostano sempre più a largo superando i confini a loro permessi per la pesca.
- Cambio di stagionalità dei pesci e introdu-

- zione di nuove specie e perdita di altre.
- Attività sottocosta illegali della pesca da traino che distrugge le loro reti se non viste e provocano un grave danneggiamento alla popolazione sottomarina e ai fondali.
- Diminuzione della percezione del valore della loro attività e del loro pescato, soprattutto a confronto delle politiche di prezzo portate avanti dalla grande pesca.
- Aumento del gap tra innovazione (anche tecnologica) e la piccola pesca, con conseguente incapacità di stare al passo dei tempi moderni e del cambio di comportamento nei consumatori.



IMG. 6

## 07.6 \ ANALISI SWOT: COLTIVATORI DIRETTI

### PUNTI DI FORZA

- Altissima competenza nel loro settore
- Imprese agricole a conduzione familiare, nel settore da generazioni.
- Numero elevato di coltivatori di questo tipo che operano ancora in maniera prevalentemente artigianale.
- Il valore e la qualità dei prodotti agricoli su piccola scala ha già una fetta di mercato consolidata.
- Elevato grado di differenziazione della produzione, ovvero tantissime specie e varietà.
- Produzione di cultivar locali già con un riconoscimento: pomodoro "Mezzotempo" vastese, carciofo di Cupello, grano solina.
- Presenti nel territorio diverse associazioni di categoria.
- Rete di GAS presente sul territorio.

### PUNTI DI DEBOLEZZA

- In taluni casi le aziende sono talmente piccole che hanno un bassissimo reddito e poca capacità di competizione.
- Scarsa percezione del consumatore del plusvalore dato da un'agricoltura bio o che adotta sistemi di lotta integrata.
- Difficoltà nel reperire manodopera qualificata.
- Generale scarsa propensione al cambiamento e all'innovazione (compresa quella tecnologica).
- Scarsa propensione alla collaborazione.
- Elevata concorrenza reciproca.
- Costi ingenti per l'apertura di eventuali laboratori di trasformazione.
- In un territorio molto vasto i punti vendita in azienda lontani dai centri abitati sono poco frequentati.

### OPPORTUNITÀ

- Know-how sempre in aggiornamento.
- Valorizzazione della loro attività e della loro identità culturale.
- Interesse crescente verso prodotti agricoli biologici.
- Alcuni coltivatori sono consapevoli dell'importanza della cooperazione per essere competitivi sul mercato e dividere le spese di gestione.
- Possibilità di valorizzare le varietà meno conosciute di una specie (es. fagioli "sora e nuora").
- Possibilità di sfruttare i flussi turistici a pro-

prio vantaggio puntando alla valorizzazione dei propri prodotti e alla diffusione delle eccellenze.

### MINACCE

- Sempre maggiore diminuzione di giovani interessati a lavorare nel settore agricolo.
- Eccessiva frammentazione della loro attività sul territorio.
- Prezzi concorrenziali della GDO.



IMG\_7

## 07.7 \ PERSONAS

Le personas sono state create partendo da dati reali provenienti da: Istat; da un sondaggio sul turismo balneare nazionale effettuato dal Sindacato Italiano Balneari; da dati comunali sul turismo; dai risultati del questionario effettuato presso il lido "Da Mimì", dai risultati delle interviste e soprattutto da osservazione qualitativa sul campo.

Le prime 5 personas sono i bagnanti, seguita da due gestori degli stabilimenti balneari e infine vi è il pescatore della piccola pesca e il coltivatore diretto.



nome **Linda**  
età **70** anni  
residenza **Vasto (CH)**  
formazione **diploma di scuola media**  
professione **commerciante in pensione**  
stato civile **coniugata**

*“Il mare è come una medicina, bisogna andarci perché fa bene alla salute e cura le malattie”*

Linda si reca in spiaggia quasi tutti i giorni, in genere tranne il sabato e la domenica che sono troppo affollate. Va nello stesso lido da ormai 10 anni soprattutto per abitudine, ma anche perché è uno dei pochi silenziosi e tranquilli.

## ATTIVITÀ

Linda si sveglia presto la mattina per andare in spiaggia con il marito Nicolino e la sua nipotina di 6 anni. Generalmente trascorre il tempo ad accudire la piccola e a chiacchierare con le sue amiche vicine di ombrellone e conosciute sul posto, mentre Nicolino gioca alla settimana Enigmistica o a carte con i suoi amici. Sebbene fare la baby sitter risulti un po' stressante, è contenta di aiutare la figlia che è sempre impegnata sul lavoro. Inoltre la bambina le rallegra il tempo.

Di primissima mattina acquista in genere un trancio di pizza al panificio di fiducia, per far fare la merenda alla nipote. Per variare porta, quando ne ha, del dolce fatto in casa o dei biscotti acquistati al supermercato. Qualche volta però cede al caldo e compra un gelato non solo per la nipotina ma anche per se stessa. Intorno all'ora di pranzo, Linda e la sua famiglia si riavviano verso casa. Non tornano mai in spiaggia nel pomeriggio, a meno che, per qualche altro impegno non ci sia stato modo di recarvisi la mattina.

Linda raramente pranza al ristorante del lido perché adora cucinare; ma quando capita è sempre di domenica in occasione di riunioni famigliari.

## DESIDERI

Linda cerca la tranquillità e delle attività da fare per mantenere impegnata sia la mente che il corpo. Spera di riuscire a mantenere l'attuale salute ancora per molto tempo. È sposata con Nicolino da 45 anni, è contenta di averlo ancora al suo fianco, ma parlare solo con lui la porterebbe alla pazzia, per questo fa quello che può per stare con altri suoi famigliari e soprattutto cerca di mantenere vive le sue amicizie.

## NECESSITÀ

Ogni anno devono prenotare l'ombrellone vicino alla riva con larghissimo anticipo perché vanno via in fretta.

Necessita di un'auto per spostarsi dalla città alla Marina, che viene solitamente guidata dal marito.

Linda scelse quel lido per la tranquillità, e ora che ha una nipote da controllare, il posto si è rivelato ancora più adatto. Può infatti lasciarla allontanare per giocare con gli altri bimbi con cui ha fatto amicizia. Negli ultimi anni, oltre all'affitto dell'ombreggio, Linda e Nicolino hanno deciso di prendere anche una cabina dove poter riporre i giochi della nipote al sicuro e lasciare la borsa del mare, così da avere le mani più libere quando arrivano e vanno via. Necessita inoltre di un bagno comodo e largo dove ci sia spazio per aiutare la bambina a fare i suoi bisogni.

## DIFFICOLTÀ E FRUSTRAZIONI

Linda vorrebbe prendere la “corriera” per andare in spiaggia, ma non ha la fermata vicino casa, è così costretta a prendere l'auto. La mattina, recandovisi presto non hanno problemi a trovare parcheggio, ma quelle rare volte che ci vanno nel tardo pomeriggio incontrano sempre difficoltà e vorrebbero un posteggio più vicino al loro stabilimento balneare.

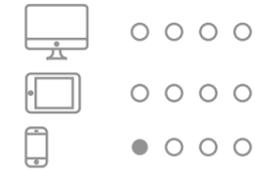
In spiaggia fa sempre più fatica a spostare il lettino per inseguire l'ombra: è pesante e la sabbia non aiuta. Per fortuna l'ombrellone è aperto dallo spiaggiista. Linda spesso trova faticoso anche raggiungere i servizi igienici, poiché hanno l'ombrellone nelle prime file, questi sono lontani e spesso deve portare in braccio la nipotina. Vorrebbe inoltre che fossero più puliti e meno asfissianti. Da diversi anni hanno un cagnolino, però purtroppo non possono portarlo in spiaggia e sono costretti a lasciarlo in casa a soffrire il caldo.

## PROFILO AMBIENTALE

Linda presta molta attenzione ad acquistare cibo di marca e abbastanza quello a km0. Fa sempre la raccolta differenziata, sia in spiaggia che a casa, però spesso si confonde con alcuni materiali e combina dei pasticci. Sa che c'è carenza idrica a Vasto, ma lei è sempre stata abituata a risparmiare acqua sin da quando era piccolina. È anche a conoscenza di un problema nella depurazione delle fognature. Linda conosce sia le due aree SIC che le due riserve protette.

Non crede infine che uno sfruttamento turistico e balneare possa provocare dei danni all'arenile, anzi crede sia molto importante per l'economia della città puntare sul turismo.

## USO DI STRUMENTI DIGITALI





nome **Maria**  
età **43** anni  
residenza **Afragola (NA)**  
formazione **diploma di scuola superiore**  
professione **casalinga**  
stato civile **coniugata**

*“Il mare è sinonimo di abbronzatura, divertimento, refrigerio e anche stress”*

Maria si reca in spiaggia quasi tutti i giorni. Va nello stesso lido da 3 anni, scelto perché molto movimentato e con tante attività per i ragazzi e gli adulti. Prima erano clienti di un altro stabilimento inizialmente scelto perché vicino all'appartamento.

## ATTIVITÀ

Maria ogni anno da quando è sposata, per il mese di agosto si reca a Vasto con i due figli, uno di 15 anni e uno di 10. Condivide un appartamento in affitto con i parenti del marito Pasquale. Il coniuge lavora come operaio in una fabbrica, indi per cui è con loro solo per tre settimane. La casa è sempre la stessa da qualche anno e si rivolgono sempre alla stessa agenzia per l'affitto da tempo immemore. Con la famiglia condivide anche il prezzo di un grande ombrellone hawaiano.

Di solito la combriccola scende a piedi in spiaggia verso le 11, ma il figlio più grande con i suoi cugini vanno più nel pomeriggio, poiché la sera rientrano tardi e la mattina preferiscono dormire. Maria passa il tempo a chiacchiere, passeggiare o semplicemente prendere il sole. A volte tornano a casa per il pranzo (per poi tornare verso le 16) altre volte si portano il cibo da casa, di rado prendono delle pizze o i panini del lido. Non essendoci molto spazio sotto l'ombrellone, si siedono solitamente ai tavoli esterni. Cerca di preparare sempre dei pasti completi, perché i ragazzi sono molto esigenti. Non mangiano mai al ristorante, se non una volta ad inizio e fine stagione. Preferiscono cucinare e mangiare i loro piatti tipici.

Un rito a cui Maria non rinuncia è il caffè o la mousse al caffè nel tardo pomeriggio, mentre gli uomini preferiscono una birra fresca e ai ragazzi comprano in genere bevande, gelati o caramelle. Si diverte assistendo il marito quando partecipa ad attività organizzate dal lido, come i tornei di calcio.

## DESIDERI

Maria si occupa tutto l'anno dei suoi figli e di suo marito, almeno d'estate vorrebbe staccare del tutto e pensare solo al benessere del proprio corpo e ai suoi bisogni. È sempre dentro casa o ad accudire qualcuno o con i parenti, le piacerebbe però passare più tempo con le sue amiche o conoscere nuova gente.

## NECESSITÀ

Maria vorrebbe essere considerata con lo stesso riguardo con cui i titolari si rivolgono agli altri clienti.

Le farebbe comodo un servizio “a domicilio” sotto l'ombrellone, invece di essere costretta ad andare fino al bar per prendere anche un solo bicchiere d'acqua. Inoltre trova eccessivo che anche la fontanella per i piedi richieda dei gettoni, oltre che la doccia. L'acqua è un bene comune e come minimo dovrebbe essere compresa nel prezzo del servizio.

Maria vorrebbe che ci fosse più spazio tra gli ombrelloni, più sdraio a disposizione e magari qualche attività femminile che la allontani per un po' dal casino della sua famiglia.

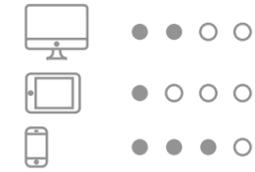
## DIFFICOLTÀ E FRUSTRAZIONI

Maria ha notato che nel nuovo lido, lei e la sua famiglia subiscono un trattamento scorretto da parte dei titolari e spesso sono ignorati da altri clienti della spiaggia, per questo tendono a restare tra di loro. D'estate che dovrebbe rilassarsi, passa invece gran parte del tempo a “combattere” con i suoi figli, in particolare l'adolescente.

## PROFILO AMBIENTALE

Maria cerca di praticare la raccolta differenziata in spiaggia, quando la fa, crede di farla bene ma in realtà molti rifiuti sono differenziati male. Altre volte invece vince la pigrizia, soprattutto quando si ritrova in mano tanti rifiuti di materiali diversi e per semplicità li butta tutti insieme. Si è accorta che la città ha dei problemi di carenza idrica e ritiene che le autorità dovrebbero risolvere la situazione quanto prima. Maria non sa che a Vasto ci sono delle aree SIC, però è a conoscenza delle riserve naturali, ci sono andati solo un paio di volte perché scomode e raggiungerle è faticoso. Inoltre dovrebbero prendere la macchina, mentre il lido è raggiungibile a piedi. A volte le spiagge diventano un po' affollate, in particolare nel week-end, ma la folla non le impedisce di certo di recarvisi.

## USO DI STRUMENTI DIGITALI





nome **Antonio**  
età **54** anni  
residenza **Roma (RM)**  
formazione **Laurea**  
professione **insegnante di Lettere**  
stato civile **coniugato**

*“Ogni anno è come ritrovare un pezzo di casa, ormai siamo tutti una famiglia. Inoltre stare in spiaggia fa anche bene alla salute. Il sole con la sua vitamina D e l'aria ricca di iodio ”*

Antonio si reca in spiaggia diverse volte a settimana. Va nello stesso lido da 7 anni, scelto perché frequentato da vecchi parenti, e ormai per abitudine.

## ATTIVITÀ

Antonio ha un figlio di 17 anni ed è sposato con Fulvia, lui è in parte di origine vastese perché i suoi nonni erano del posto ma si trasferirono a Roma per cercare lavoro. Ogni anno, dopo che entrambi sono in ferie, si recano alla Marina di Vasto, in un appartamento di proprietà acquistato dai suoi genitori proprio per le vacanze estive.

Lui e la moglie vanno in spiaggia verso le 10, spostandosi a piedi, mentre il figlio è abbastanza autonomo e passa più tempo con i suoi amici che con loro. Impiega il tempo a leggere libri o quotidiani o a conversare con i suoi amici “estivi” conosciuti in quello stabilimento tanti anni orsono.

La domenica lui e Fulvia per coccolarsi si concedono la colazione al bar con cornetto, cappuccino o succhi di frutta. Generalmente per pranzo rientrano a casa e vi restano, ma qualche volta hanno anche pranzato al ristorante del lido.

## DESIDERI

Antonio vorrebbe godersi l'estate rilassandosi, ma anche acculturandosi un po', scoprendo nuove cose. È molto felice di respirare l'aria pulita, ma vorrebbe che ci fosse meno confusione e che la fastidiosa musica non continuasse oltre la mezzanotte per permettergli di dormire tranquillamente. Quando il figlio sarà più grande, venderà la casa per prenderne una in campagna o vicino alle spiagge a Nord di Vasto; zone molto tranquille dove poter passare l'estate nel più completo silenzio insieme a Fulvia.

## NECESSITÀ

Purtroppo Vasto offre pochissimo svago che non riguardi concerti o band che urlano. Ma gli piacerebbe partecipare a qualcosa di nuovo ed insolito. Lo stesso dicasi per il tempo passato nello stabilimento, che dopo un po' diventa

decisamente monotono e noioso.

Gli piace molto chiacchierare con i vicini di ombrellone, ma sicuramente vorrebbe evitare gli uomini urlanti e le donne che ridono sguaiate, quindi un po' più di privacy non gli dispiacerebbe.

## DIFFICOLTÀ E FRUSTRAZIONI

Antonio fa davvero fatica a comprendere come una città turistica possa essere così male organizzata. Ha sempre difficoltà nel trovare tutte le informazioni a proposito delle attività e dei nuovi progetti del Comune in un unico posto. A partire poi dal lido che non ha nemmeno un sito internet.

Le prime volte raggiungevano Vasto con l'auto-bus grazie ad un comodo collegamento diretto, però poi riscontravano sempre problemi a muoversi nella città, così da un po' di anni, raggiungono la costa abruzzese con la loro auto. Antonio, inoltre, vorrebbe che ci fossero mezzi pubblici che collegano la marina con le spiagge acciottolate e corse notturne con Vasto centro, perché il figlio, non potendo guidare, ha sempre problemi con il rientrare a casa la notte, quando ogni tanto vi si reca con i suoi amici del posto. Ritiene che i prezzi del ristorante siano un po' sproporzionati per la qualità del cibo, che non è bassa ma nemmeno elevata. Piuttosto vorrebbe tanto riprovare i sapori della cucina abruzzese della madre, ormai morta, ma difficilmente li trova nel lido. Vengono sempre proposti piatti un po' standardizzati e comuni. Ritiene piuttosto fastidioso che gran parte degli snack proposti dal lido siano quasi tutta “merce” confezionata, che si trova benissimo nei supermercati, quando ci sarebbero tanti buoni dolci da pasticceria da poter proporre.

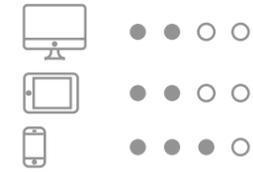
## PROFILO AMBIENTALE

Quando fa spesa alimentare preferisce acquistare frutta e verdura km0 e per il resto si fida abbastanza dei prodotti di marca. Cerca di fare bene la raccolta differenziata in spiaggia.

Antonio sa che c'è sia un problema di carenza d'acqua a Vasto, che un problema di gestione e scarico delle fognature. Ritiene dunque che sia necessario un movimento da parte delle autorità, ma anche da parte del cittadino che come lui può fare qualcosa per risparmiare acqua. Non sa che a Vasto ci sono due aree SIC, ma ovviamente sa che ci sono ben due Riserve protette.

Antonio crede che le spiagge siano un po' affollate, in particolare nel weekend e crede che ciò possa causare danni all'ambiente e/o paesaggio e rendere più sporco l'arenile. Non gli dispiacerebbe approfondire qualche tematica ambientale, partecipando a delle attività informative.

## USO DI STRUMENTI DIGITALI





nome **Elena**  
età **32** anni  
residenza **Assago (MI)**  
formazione **Master di II Livello**  
professione **Social Media Manager**  
stato civile **convivente**

*"Il mare è un buon posto per ritrovare il proprio benessere, staccando dal caos e dallo smog della città"*

Elena ha scelto come meta per le vacanze di quest'anno Vasto. È cliente di un albergo a 4 stelle alla Marina. Ha scelto quella struttura perché moderna e con molti servizi tra cui una spiaggia privata con ombreggio nelle vicinanze.

## ATTIVITÀ

Elena ha conosciuto Vasto tramite alcune foto spettacolari trovate su Instagram, in particolare dei trabocchi e dopo aver convinto il partner delle bontà culinarie abruzzesi, hanno deciso che sarebbe stata perfetta. Così lei, il fidanzato Ludovico e la figlioletta di 2 anni hanno raggiunto la cittadina con un volo da Milano a Pescara e da lì in auto. Hanno avuto 5 giorni di tempo per visitare il paese e soprattutto i trabocchi. Così ogni mattina, dopo aver fatto colazione alla pensione, hanno provato una caletta diversa, mentre nel pomeriggio si rilassavano sulla spiaggia sabbiosa (raggiungibile con una bici) dell'hotel o in piscina. Le sere invece hanno esplorato il centro storico o provato la vita notturna della Marina (trovandola un po' di basso livello). Per pranzo hanno mangiato cose al volo, acquistando cibo nei vari locali della zona, mentre la cena la facevano al ristorante dell'hotel. L'ultimo giorno della vacanza però hanno voluto salutare la città con un bel pranzo su un ristorante in riva al mare.

## OBIETTIVI

Elena vorrebbe trovare la formula perfetta per equilibrare la famiglia con la carriera e separare il tempo libero da quello dedicato al lavoro. Evita le distrazioni quanto possibile, cercando di essere sempre organizzata.

## NECESSITÀ

Elena necessita di organizzare sempre tutto nei minimi dettagli così poi da sentirsi più tranquilla e libera di godersi la vacanza. Vorrebbe quindi che ci fosse un modo veloce e ovviamente virtuale per trovare informazioni in un unico posto, consigli e recensioni, tutto alla portata di un click invece che affidarsi ai consigli orali della gente del posto. Vorrebbe che anche le spiagge acciottolate fossero coperte da servizi come

bagni, chioschi bar e parcheggi che non siano abusivi. Non le dispiacerebbe qualche comodità in più anche nella spiaggia privata, come casaforti per documenti e oggetti hi-tech dotati di caricatori; wi-fi più efficiente; servizio baby sitter e area giochi per bambini dove poter lasciare la figlia per qualche ora. Ad Elena piace essere accolta e sentirsi come a casa, e su questo si ritiene più che soddisfatta perché ha davvero trovato un luogo familiare, con persone gentilissime e premurose (tranne che per qualche episodio spiacevole avvenuto in alcuni locali in seguito alla richiesta di cibo senza glutine).

## DIFFICOLTÀ E FRUSTAZIONI

Hanno avuto difficoltà a trovare un collegamento diretto dall'aeroporto di Pescara a Vasto, così hanno deciso di affittare una macchina per quei giorni. Alla fine non si sono pentiti di aver preso l'auto, poiché sul posto hanno poi scoperto che non ci sono collegamenti con mezzi pubblici dalla Marina alle altre spiagge, peraltro difficili da trovare vista la poca o quasi nulla segnaletica e che non avrebbero mai scoperto se non grazie ai consigli della receptionist dell'hotel. Ulteriore difficoltà connessa alle spiagge acciottolate è stata l'assenza totale di servizi, per cui si è dovuta arrangiare con delle pappe già pronte acquistate al supermercato da dare alla figlia. Elena in generale, non è rimasta molto soddisfatta dell'offerta di cibo, perché lei è intollerante al glutine e pochissimi propongono dei piatti adeguati. Ludovico sostiene di aver mangiato di gusto sebbene avesse preferito che l'hotel proponesse cibo più tipico e meno piatti comuni.

È una cittadina carina e non capisce perché sia così poco valorizzata e tenuta pulita, nelle spiagge acciottolate ad esempio è pieno di discariche abusive.

Ciò che però ha ritenuto davvero grave è stata la mancanza di informazioni online. Tanti siti web sconnessi di cui non si capisce quale sia

quello ufficiale; recensioni sulle spiagge inesistenti; mappe ridicole e nessuna proposta di itinerario da seguire.

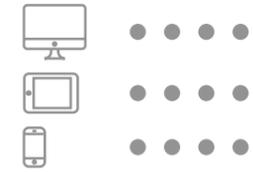
## PROFILO AMBIENTALE

Elena acquista soprattutto cibo biologico e di marca. Ad Assago pratica sempre la raccolta differenziata e cerca di farla anche quando si sposta, ma non ha mai molto tempo per informarsi sulle abitudini del luogo, quindi spera che il suo modo di differenziare vada bene ugualmente. Avendo frequentato Vasto solo per qualche giorno, non sa i problemi ambientali del posto, nemmeno della carenza idrica estiva, ha solo notato l'eccessiva spazzatura ai lati delle strade secondarie.

Elena sa che c'è una riserva protetta, è stata proprio la sua bellezza a spingerla a scegliere Vasto al posto di altre località del sud Abruzzo; però non sa che ce n'è un'altra e ci sono anche delle aree SIC.

Non crede che le spiagge siano particolarmente affollate, anche se vorrebbe maggiore privacy tra gli ombrelloni aumentando le distanze dagli altri.

## USO DI STRUMENTI DIGITALI





nome **Luca**  
età **23** anni  
residenza **Vasto (CH)**  
formazione **laurea triennale**  
professione **studente**  
stato civile **celibe**

*“Per molti il mare è un mezzo per ottenere divertimento e refrigerio, ma fuori dal caos estivo è il mio rifugio”*

Luca si reca in spiaggia quasi tutti i giorni, a volte anche solo per un tuffo. I suoi genitori hanno un ombrellone in affitto e quando è libero ne approfitta per andarci con i suoi amici. Spesso va anche alla riserva di Punta Aderci o ad altre zone acciottolate.

## ATTIVITÀ

Luca generalmente va al mare con un paio di amici di vecchia data (non sono tanti perché molti hanno un lavoro stagionale) ma qualche volta gli è capitato di stare anche con la sua famiglia. Ha fatto molte conoscenze sul lido, creando un bel gruppo, sebbene non si vedano in altre occasioni al di fuori della spiaggia.

In genere si mette d'accordo con i suoi compagni per raggiungere la Marina con la macchina. Quando non la guidava doveva sottostare agli orari dei trasporti extra-urbani, che erano e sono molto limitati, oppure armarsi di pazienza e usare la bici.

Quando vi si recano di mattina si trattengono tutta la giornata, mangiando al self-service dello stabilimento o prendendo una pizza che è meno costosa. Di solito però preferisce andarci nel tardo pomeriggio perché fa meno caldo e perché la mattina si sveglia tardi.

In spiaggia giocano sempre, o al beach volley o al calcetto, se i campi del lido sono liberi, altrimenti giocano a carte sorseggiando birre. Gran parte del tempo lo passano però in acqua e gli è capitato di affittare dei pedalò per fare i tuffi. Partecipano alle attività proposte dal lido, come tornei di calcio balilla o calcio saponato.

## OBIETTIVI

Luca vorrebbe fare un'esperienza all'estero, infatti crede che già nel prossimo anno accademico proverà a fare domanda per l'Erasmus. Il suo obiettivo è quello di riuscire a terminare gli studi senza troppi ritardi, sperando di trovare subito un lavoro stabile che lo soddisfi. Non sa ancora se tornare definitivamente nella sua amata città oppure se restare a Bologna, dove sta studiando.

## NECESSITÀ

Vorrebbe che nel lido che frequenta ci fosse più varietà nell'offerta di cibo del tipo "finger food" che non siano solo patatine e anche più pasti "fast" che non siano solo tranci di pizza. Gli piace molto il gelato artigianale, ma nel lido non lo hanno, quindi o si accontenta di quelli confezionati o si deve spostare di stabilimento.

Luca vorrebbe conoscere nuove persone, soprattutto stranieri e ragazze, ma il lido non è molto internazionale, hanno giusto una pagina FB, quindi nessuno, se non è sul posto può conoscerne l'esistenza.

Ama Vasto ed è contento che ci sia il turismo a mandarla avanti ma prova spesso dei sentimenti contrastanti: adora l'estate quando la città si riempie e prende vita; ci sono sempre concerti, musica e divertimento quotidiano, però allo stesso tempo trova più affascinante la Marina quando non c'è nessuno. Se non avesse il peso degli esami, sarebbe quasi sollevato quando l'estate volge al termine. Può riappropriarsi del rapporto intimo che ha con quell'infinito blu, sente sempre una grande pace quando osserva il "suo" mare.

## DIFFICOLTÀ E FRUSTAZIONI

Luca vorrebbe fare tante nuove esperienze, ma purtroppo l'offerta della città e quella del lido è sempre la stessa da tempo immemore. Per fortuna ci sono le band vastesi che ogni tanto suonano nei pub, ma al di là della musica non c'è nulla di accattivante.

## PROFILO AMBIENTALE

Non fa tanto caso a quello che acquista, però i suoi genitori prendono sempre frutta e verdura direttamente dal contadino!

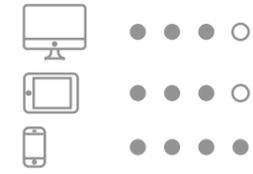
Luca sa dei problemi dello smaltimento dei rifiuti per cui fa la differenziata soprattutto del vetro, della carta e delle bottiglie di plastica. Per alcuni scarti però, spesso dimentica il bidone giusto (a Bologna alcuni rifiuti vengono smistati diversamente) e nell'incertezza butta tutto nel secco residuo. Inoltre in spiaggia non è così semplice, ci sono pochi bidoni per la raccolta e per di più lontani dal suo ombrellone, dovrebbe attraversare metà concessione per buttare una bustina di gelato. Quindi è più semplice gettarla nel primo secchio indifferenziato che capita.

Il ragazzo sa benissimo del grave problema idrico estivo, perché in casa devono sempre stare attenti a non consumare troppa acqua. Però per quanto loro possano risparmiare, il Comune dovrebbe fare più investimenti per sostituire le condutture che perdono. Altro problema che lo preoccupa è la qualità delle acque marine, ogni tanto infatti in qualche zona viene vietata la balneazione.

Luca sapeva che c'era una sola area SIC (sebbene non sapeva che si chiamasse così) e una sola riserva protetta.

Ritiene che le spiagge in genere siano un po' affollate e se aumentassero i bagnanti, si incrementerebbe ancora di più il traffico veicolare.

## USO DI STRUMENTI DIGITALI





nome **Tonino**  
età **62** anni  
residenza **Vasto (CH)**  
formazione **diploma di scuola superiore**  
professione **balneatore, geometra**  
stato civile **vedovo**

*“L’alta stagione è faticosa, ma mi piace stare a contatto con la gente! Bisogna saperlo fare questo mestiere”*

Tonino è il proprietario dal 2008 di un stabilimento balneare abbastanza grande, insieme al fratello, da quando il padre ha ceduto l’attività di famiglia. L’ultima volta che fece il bagnante alla Marina di Vasto aveva 9 anni.

## ATTIVITÀ

La sua famiglia apre l’attività sempre il 25 aprile e resta aperta i giorni festivi fino a giugno, quando inizia per loro ufficialmente la stagione estiva. La chiudono intorno a fine settembre. In inverno non aprono mai perché alla Marina non c’è nessuno e quindi non avrebbero clientela. Ma non importa perché ha comunque l’attività di geometra da mandare avanti.

Tonino si sveglia presto la mattina per aprire insieme ai suoi dipendenti l’attività. Nel tardo pomeriggio si dà il cambio con la figlia, che resta invece la sera per il servizio del ristorante e del bar, mentre il fratello si occupa della spiaggia. La figlia è anche la responsabile dei fornitori di cibo, delle bibite, della lavanderia e delle varie spese quotidiane. Ultimamente ha anche aperto una pagina FB, lui non sa neanche come si usa e a che serva, quindi lascia fare tutto a lei. In genere la postazione di Tonino è la cassa, ma ovviamente sa fare tutto e va dovunque ci sia bisogno di lui, anche in spiaggia quando ci sono delle lamentele o per controllare che gli spaghisti lavorino. Controlla sempre che sia tutto in ordine e pulito. Durante il pranzo si aggira tra i tavoli del ristorante a chiacchierare brevemente con la clientela, poiché ritiene che si riesca meglio in questo modo ad instaurare un rapporto di fiducia reciproca.

## OBIETTIVI

Vista la sua età, ciò a cui oramai aspira è di arrivare finalmente alla meritata pensione e di godersi anche lui un po’ di mare, cedendo la sua parte di attività alla figlia che trova davvero molto in gamba.

## NECESSITÀ

Tonino necessita di sapere con sicurezza che l’impresa costruita dal padre non finisca messa in un bando, così che chiunque se ne possa impossessare senza averci versato un minimo di sudore.

## DIFFICOLTÀ E FRUSTAZIONI

Il lido ha anche il servizio ristorante, quindi la fatica è doppia e nelle settimane clou è quasi disumano. Ha un sacco di ragazzi come dipendenti stagionali, solo in cucina c’è personale più adulto. Lavorano tutti molte ore e vorrebbe offrire una paga più alta, ma purtroppo la crisi ha diminuito i turisti e quelli che ci sono spendono di meno e i contributi da pagare allo Stato sono tanti. Tonino ritiene di essere una persona onesta.

È molto preoccupato per come verrà recepita in Italia la direttiva Bolkestein, sono anni che si sentono sotto pressione, come se avessero una “spada di damocle” sulle spalle. La sua famiglia ha tirato sù l’attività con tanta fatica e sacrifici e teme fortemente di perderla.

Trova altamente fastidiose le procedure burocratiche, qualsiasi intervento si voglia fare, risulta quasi impossibile.

## PROFILO AMBIENTALE

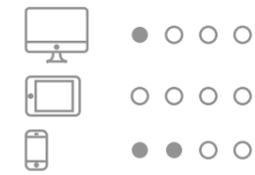
Tonino sperava che la raccolta differenziata portasse ad un abbassamento della tassa dei rifiuti, ma per ora gli causa solo problemi. Per esempio devono sempre controllare che nelle buste non ci siano rifiuti misti, e in tal caso tocca smistarli. I clienti, a suo parere, dovrebbero essere maggiormente sensibilizzati. Il personale invece sta molto attento: ha predisposto secchi per la carta, per la plastica e per il vetro a portata di mano e i barili per l’olio esausto della cucina. L’unica cosa che non riescono a fare è la raccolta dell’umido, in cucina c’è sempre mol-

to caos e qualcosa finisce sempre nel secchio sbagliato, inoltre non ci sono buste abbastanza resistenti per la quantità di cibo che viene buttato e non possono perdere tempo a lavare i bidoni.

La verdura, la frutta, il pane, la pasticceria del mattino, il vino, l’olio, i molluschi e qualche pesce sono le uniche cose locali che acquistano. La carne in genere è surgelata, così come alcuni pesci. Altri che sono freschi, non sono comunque della zona perché non si trovano e non sono sufficienti per sopperire la richiesta. La situazione peggiora con il fermo pesca, che in genere viene emanato ad agosto, quindi tutto il pesce che viene acquistato viene dall’estero. Il resto è preso dal supermercato poiché l’unico grossista della zona chiuse un po’ di anni fa. Tonino però si dedica a far crescere delle piante aromatiche e i peperoncini.

Conosce alla perfezione il problema idrico e nelle estati passate hanno avuto tantissimi problemi perché l’acqua non era sufficiente a sopperire la domanda. Si sono attrezzati con serbatoi in più e mettendo a pagamento il lavapiedi così da disincentivarne l’utilizzo (veniva usata a sproposito perché gratis).

## USO DI STRUMENTI DIGITALI





nome **Giulio**  
età **45** anni  
residenza **Vasto (CH)**  
formazione **Laurea in  
Economia aziendale**  
professione **balneatore**  
stato civile **celibe**

*“La stagione è pesante, è una lotta alla sopravvivenza, però ci si diverte anche e si scherza molto, cerchiamo di goderci anche noi l'estate”*

Giulio nel 2015 ha comprato uno stabilimento balneare con ombreggio e solo servizio bar. Era un po' malandato e quindi ha fatto un investimento per ammodernarlo, ma riuscendo comunque a sfruttare ciò che era ancora buono.

## ATTIVITÀ

Giulio si reca presso il lido nel pomeriggio e vi resta fino a chiusura (a volte l'una, a volte le cinque), dando il cambio alla sorella che lo copre di mattina. Da solo non ce la farebbe mai e vuole una persona fidata al suo fianco. Non hanno la licenza per cucinare quindi fanno solo servizio bar e preparano in genere cose che non richiedono cottura, come insalate, panini, tramezzini o pizze che però sono dei precotti. I cornetti invece li ordinano in una pasticceria e di domenica prenotano grandi quantitativi di pizza così da soddisfare chi prende l'ombrellone giornaliero e non è un cliente abituale (nella speranza che ritorni).

Giulio punta molto sui giovani, infatti ha una pagina FB, un sito internet con più lingue per attrarre gli stranieri e una pagina Instagram. Ha messo un ottimo servizio wi-fi, un buon impianto stereo da usare anche di giorno e tramite i social comunica gli eventi che organizza, come serate con dj fino a notte fonda, tornei di beach volley e di calcio, e band che suonano. In questo modo, anche senza il ristorante, riesce ad avere la clientela anche di sera.

Giulio è sempre affaccendato per risolvere problemi e imprevisti, quindi per il cliente risulta sempre un po' assente, anzi molti nemmeno sanno chi sia.

## OBIETTIVI

L'obiettivo di Giulio è di non far fallire l'attività. Ora che è riuscito a ricoprire un po' di investimenti, sta cominciando a pensare di aprire un'attività a Vasto così da avere degli introiti anche nel periodo invernale. Fa parte del Consorzio degli esercizi commerciali della Marina e ogni anno cercano di creare degli eventi per attrarre i turisti.

## NECESSITÀ

La stagione lavorativa è sempre molto frenetica e vorrebbe non avere intoppi come controlli improvvisi dalla Capitaneria di Porto, turisti che si lamentano della musica, o clienti che litigano con lui perché gli hanno rubato da sotto l'ombrellone. La commissione EU ha dichiarato che la direttiva Bolkestein si applica anche agli stabilimenti balneari, l'Italia ha rimandato l'applicazione della normativa al 2035, a vorrebbe che fosse proposta una soluzione concreta e definitiva.

## DIFFICOLTÀ E FRUSTAZIONI

Con ciò che guadagna non può permettersi molti dipendenti, quindi cerca di ridurli al minimo e spesso è costretto a chiedere turni straordinari. Lui comunque cerca di fare quello che può e soprattutto cerca di scegliere personale che sia in grado di sopportare la pressione. Ogni tanto salta fuori qualche temporaneo divieto di balneazione nei tratti di costa a lui vicini, provocando una diminuzione di turisti giornalieri e di stagionali che non si recano più in spiaggia o che addirittura chiedono rimborsi. Giulio sa che le mode cambiano di anno in anno e che i ragazzi si stufano facilmente. Ogni anno cerca quindi di proporre almeno qualcosa di nuovo, eliminando il vecchio. Inoltre la tattica della musica e delle band, non funziona di inverno. Da' il locale in affitto giusto per delle feste private, ma solo ad inizio autunno o tarda primavera, per motivi economici e pratici (in inverno non è confortevole).

## PROFILO AMBIENTALE

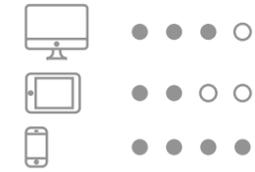
Giulio crede che differenziare sia giusto, segno di un paese civile, ma a lui crea non pochi disagi. Ha affidato il compito di controllare i secchi ad un dipendente fidato, ma di certo non è un lavoro piacevole e vorrebbe che ci fosse un'alternativa. Per fortuna non hanno mai avuto richiami, ma bisogna fare attenzione perché gli operatori ecologici fanno dei controlli a campione. Il lato positivo di non avere un ristorante è che si ha meno rifiuti. Ciò che producono maggiormente è vetro e un'ingente mole di bicchieri di plastica usati per i cocktail. Sa che c'è una direttiva europea che potrebbe portare a bandire la plastica monouso, se così fosse dovrebbero adeguarsi tutti al biodegradabile sebbene sia più costoso.

Giulio non ha cibo locale o biologico, ma è attento ai bisogni degli altri, quindi ha sempre delle proposte vegane e senza glutine, sebbene sia spesso cibo confezionato.

Conosce il problema idrico a Vasto, ma i loro serbatoi sono sufficienti e solo di rado è mancata acqua negli anni passati.

Giulio è a conoscenza e lo preoccupa la questione delle fognature poiché in passato acque nere finirono in mare, causando un grave inquinamento delle acque marine, addirittura visibile ad occhio nudo e pregiudicando la stagione balneare. Spera che non si riverifichi un evento simile e che tutti rispettino le norme.

## USO DI STRUMENTI DIGITALI





nome **Felice**  
 età **45** anni  
 residenza **Vasto (CH)**  
 formazione **Diploma di scuola superiore**  
 professione **pescatore**  
 stato civile **celibe**

*“Sono molto orgoglioso del mio lavoro. Il mare è il mio compagno di vita, in casa ho mal di terra”*

Felice scorazza per i mari da quando aveva 5 anni. Lo ama profondamente e non riesce ad immaginarsi in una vita senza di esso.

## ATTIVITÀ

Felice non ha una giornata tipo standard, il lavoro e gli orari variano molto in base alla stagione, al meteo e a cosa si intende pescare. In alcuni periodi dell'anno per esempio utilizza le nasse, in altre le reti da posta o l'amo e di conseguenza cambiano gli orari. Ha pochissime ore per riposarsi e la vita è dura, soprattutto d'inverno con il freddo e le mareggiate. A differenza dei pescherecci da strascico, non rincorre il pesce, ma attende che questo venga da lui. Il pesce lo smercia al mercato ittico, dove però non è lui a decidere il prezzo ma l'asta al ribasso per cui non va a suo vantaggio. Altre volte vende direttamente alle pescherie quando c'è richiesta, per esempio durante il fermo pesca.

## OBIETTIVI

L'obiettivo di Felice è battersi per non far morire questo mestiere. Lo rattrista pensare che un giorno potrebbero non esserci più persone come loro a raccontare delle avventure di mare e a fare questo mestiere. Vorrebbe lasciare al futuro un mare più pescoso di quello odierno e con riserve ittiche di maggiore qualità per dare possibilità lavorative ai posteri.

## NECESSITÀ

Il lavoro di pesca artigianale sta morendo, bisogna spingersi sempre più a largo per trovare del pesce ma per fare ciò servono imbarcazioni in grado di tenere testa alle maree e una licenza che permetta di aumentare le miglia entro le quali si può pescare. Soprattutto necessita di arrotondare il guadagno con un secondo impiego, qualcuno sta provando a fare anche la pescaturismo. Tiene molto alla sostenibilità della sua attività, che non è né invasiva e né distruttiva.

## DIFFICOLTÀ E FRUSTAZIONI

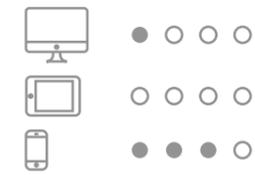
La sua è un'attività molto dura, spesso deve stare per mare l'intero giorno senza riuscire e riposare e il guadagno può essere davvero scarso. Alcuni giorni si può avere un grandissimo pescato altri no. Non c'è alcuna garanzia. Oppure con il maltempo può anche capitare che in una settimana non si riesca ad uscire per pescare. Il suo settore non ha competitività con la pesca industriale, inoltre localmente i vari pescatori artigianali non hanno mai fatto rete, non riescono a mettersi d'accordo. Ognuno pensa al suo "orticello", non c'è una logica comune e di conseguenza il loro lavoro non viene valorizzato.

Molto spesso alcuni pescherecci da strascico (per fortuna pochi, molti rispettano le normative) assumono comportamenti scorretti e fraudolenti, entrando a pescare all'interno delle loro miglia con un triplice danno: meno pesce per loro al momento, distruzione delle loro reti e cosa più grave distruzione dei fondali marini con l'uccisione di tutte le uova. In questo modo si distruggono per un po' anche le possibilità future di avere qualcosa da pescare.

## PROFILO AMBIENTALE

Felice ha scelto di continuare a praticare la pesca artigianale, senza passare ad altro tipo di pesca, come quella a strascico, nonostante sia meno lavorata. Questo perché guarda soprattutto alla sostenibilità a lungo termine. Sono sempre stati dei custodi dell'ambiente, hanno sempre regolato le loro attività in base alle disponibilità ittiche e rispettato i cicli delle stagioni. La sua è una pesca molto selettiva, le sue reti sono abbastanza grandi da far uscire i pesci più piccoli e non pescano nel periodo di riproduzione degli animali. Inoltre qualsiasi tipo di pesce non richiesto che resta incastrato per sbaglio, lo rilascia in mare (come a volte accade con il cavalluccio marino). *“Tutto quello che rilascio al mare perché non necessario, mi sarà ridato”*.

## USO DI STRUMENTI DIGITALI





nome **Angelo**  
età **55** anni  
residenza **Vasto (CH)**  
formazione **Diploma di scuola superiore**  
professione **coltivatore diretto**  
stato civile **sposato**

“Mi diverto a cercare sempre nuove varietà da coltivare, è come un modo per mettermi alla prova”

Angelo ha ereditato la terra dal padre e ultimamente ha acquistato qualche ettaro in più per aumentare la produzione. Dati i tempi duri vorrebbe il più possibile affermarsi per lasciare ai suoi due figli un lavoro sicuro.

## ATTIVITÀ

Angelo e la moglie si alzano molto presto la mattina per curare la terra e quando i figli non hanno da studiare, soprattutto in estate, si aggiungono anche loro a dare una mano. Tre giorni a settimana fanno la vendita diretta al mercato cittadino e il giorno prima operano la raccolta così da avere tutto fresco per i clienti. Hanno deciso di recente di non lavorare il lunedì così da avere la domenica per riposare e stare in famiglia.

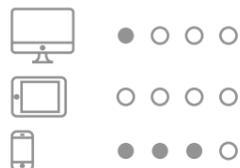
## OBIETTIVI

L'obiettivo di Angelo è affermarsi nel settore per lasciare un giorno l'azienda ai figli. È per questo che ha acquistato un paio di ettari in più e aperto un punto di vendita diretta anche in azienda dove vorrebbe che le persone si incuriosiscano e apprezzino la loro attività. Vorrebbe anche cominciare a rifornire i ristoranti, per questo sta anche pensando di farsi fare un marchio d'azienda.

## NECESSITÀ

La sua necessità è avere manodopera qualificata. In famiglia non riescono più da soli, soprattutto perché lavorano la terra in maniera ancora piuttosto artigianale, con ausilio di trattori solo in alcuni casi. Purtroppo non c'è nessuno che si interessa al loro settore e che abbia almeno un po' di esperienza. Sarebbe utile l'istituzione di un marchio certificatore dell'uso

## USO DI STRUMENTI DIGITALI



dei sistemi di lotta integrata, così come avviene per il biologico, così da vedersi riconosciuta la qualità della produzione.

## DIFFICOLTÀ E FRUSTAZIONI

La sua è un'attività molto dura, ci si sveglia molto presto, si sta sempre per i campi, anche con l'inverno gelido e sotto il sole cocente di agosto. Non si ha mai tempo per riposarsi, per una tregua o una vacanza. La terra non la si può abbandonare, va sempre curata.

Si sente frustato quando si rende conto che i clienti non comprendono il valore di quello che produce e fanno sempre confronti con i prezzi dei supermercati.

## PROFILO AMBIENTALE

La loro attività ha un sistema di lotta integrata, con un ridottissimo impiego di fitofarmaci, con l'uso di rotazioni colturali; i sovesci, e l'interramento delle erbe con le zolle. Ogni tot. di tempo si provvede all'analisi chimica dei terreni. Questo approccio è prevalentemente usato nella lotta contro gli insetti, ma può essere utile anche contro altri organismi.

In azienda coltivano un po' di tutto ma soprattutto molte cultivar locali perché vorrebbero continuare a trasmettere i sapori delle tradizioni, come il pomodoro Mezzotempo di Vasto e il pomodoro Pera d'Abruzzo. Inoltre per una stessa specie non si limitano ad una sola varietà ma ne coltivano anche diverse, per esempio hanno 5 varietà di pomodori, 3 di zucchine, 2 di patate e così via. Per di più averne diverse, non solo è buono per il terreno dove non si impoverisce di una sola sostanza nutritiva e per la pianta in sé perché evita di attrarre insetti nocivi in massa, ma è positivo anche per loro perché avendo tempi di maturazione diversi riescono ad avere sempre i campi coltivati (tranne ovviamente per l'area a riposo) senza così perdere la propria clientela.

## 07.8 \ CONCEPT DESIGN CANVAS

Dopo un'attenta analisi del territorio, del lido, dei suoi clienti e delle attività primarie che gli gravitano intorno si è riusciti ad avere un panoramica piuttosto completa della situazione. Sono stati evidenziati numerosi problemi ma anche **potenzialità**, con delle aree quasi "inesplorate" da alcun tipo di progetto, come quella della **pesca**, che solo ultimamente sta suscitando attenzione grazie ai Fondi Europei. Mentre altri settori della filiera agroalimentare hanno già sperimentato e ottenuto riconoscimenti validi come denominazioni protette e controllate o riconoscimento del valore di alcune cultivar, per la pesca invece si è fatto ben poco, se non un disciplinare sulla preparazione del Brodetto alla Vastese.

La città è bagnata dal mare ma non offre ad esempio alcun pacchetto turistico esperienziale come tour guidati lungo la costa in barca, se non quello dell'unica attività di pescaturismo presente. Si può affermare che il mondo della pesca e quello del turismo siano al momento completamente **sganciati** l'un l'altro: ovvero **nessuno dei due gode delle positività dell'altro**.

Per quanto riguarda la catena di fornitura della ristorazione, si è visto che è piuttosto complessa e i passaggi tanti prima che il pesce giunga sul tavolo del ristorante. Inoltre l'offerta è sempre piuttosto standardizzata e i ristoranti propongono sempre più le specie che vanno per il momento come il salmone e il pesce spada. L'importazione anche è diventata piuttosto elevata, essendo alcune specie molto richieste ma poco presenti nei nostri mari o totalmente assenti. Al contempo ci sono anche tanti prodotti che vengono esportati perché non hanno mercato sul territorio. A tal riguardo diversi pescatori intervistati hanno sottolineato che molti **restano invenduti** non solo sui banchi della pescheria, ma anche al mercato all'asta; pesci che nessuno vuole, nonostante le carni squisite, perché difficili da pulire. **Lentamente si rischia di perdere la cultura marinara locale**.

Davvero pochi conoscono le peculiarità del **pescato della piccola pesca**: ha dei prezzi più elevati rispetto a quella a strascico o di allevamento, ma la **qualità** è nettamente superiore. Come già accennato nel capitolo 6, l'animale viene catturato vivo e non schiacciato dalla mole della massa e soffocato dal fango come avviene con le reti a strascico. Si ricorda inoltre che ha un ridotto impatto ambientale: è una pesca passiva che non rincorre con i pescherecci i branchi ma attende che questi singolarmente restino incastrati nelle reti. Come già ampiamente detto è una **attività selettiva**, dove ogni

rete ha la sua specie bersaglio e le catture indesiderate sono davvero minime. La pesca artigianale aiuta così a **preservare la biodiversità marina** e le specie commercializzate sono rigorosamente locali. Per questo si è ritenuto importante puntare sulla **sensibilizzazione verso il consumo ittico consapevole**.

Tra questo mondo, ricco di know-how, affascinante e pressoché sconosciuto ai più, esiste un **forte gap con la ristorazione**, ancor di più se si parla degli stabilimenti balneari dove la logica è "il più possibile in poco tempo". Per questo motivo il progetto si incentra fortemente e **indaga con sensibilità la costruzione di un tessuto connettivo tra i due mondi, cercando di vagliare il terreno per una relazione stabile tra i due**.

Ovviamente non esiste un piatto di mare senza l'abbinamento con i frutti dell'orto mediterraneo. Il progetto dunque si incentra anche sul tessere le relazioni con le piccole **imprese agricole locali**, in particolare quelle che effettuano vendita diretta per poter offrire alla clientela del lido anche la possibilità dell'acquisto.

**Il legame tra ristorazione e i due produttori primari mira a sviluppare il potenziale, ancora poco evidente, di un turismo qualitativo enogastronomico relazionale**, meno relegato all'"evento" com'è tutt'ora, ma più con la **quotidianità**. **La creazione di valore è data dall'utilizzo delle conoscenze e competenze reciproche** per arrivare ad ottenere un prodotto, dall'alto valore sia immateriale che materiale, poi condiviso con il consumatore finale.<sup>14</sup>

## EVIDENCE BRIEF

GOALS 

1. Creazione di una rete di relazioni tra produttori, ristoratori e consumatori finali con lo scopo di valorizzare le risorse del territorio e svilupparne le potenzialità;
2. Introduzione nella ristorazione balneare di pescato locale da pesca artigianale e di prodotti agricoli e trasformati tipici locali;
3. Creazione di un'offerta turistica di maggiore qualità;
4. Promozione di uno sviluppo economico locale etico e sostenibile

VISION 

1. Cambio di attitudini nel consumatore, che diventa più sensibile alle tematiche della sostenibilità sociale e ambientale, della qualità e alla ricerca di esperienze slow;
2. Ri/scoperta di prodotti meno conosciuti e piatti meno standardizzati;
3. Progressiva creazione di reti di attori sul territorio

## GENERATION AND CONCEPT CONSISTENCY

USER GROUP 

1. **Utenze di gestione del lido:** titolare del lido e cuochi; pescatori; agricoltori; imprese di trasformazione; associazioni locali
2. **Utenze d'uso del ristorante:** turisti (personas Antonio ed Elena) e residenti (personas Antonio, in misura minore Luca)
3. **Utenze d'uso di eventi legati al lido:** personas Luca
4. **Utenze d'uso di attività esperienziali:** potenzialmente tutti, dipende dalla tipologia di attività

SOLUTION DESCRIPTION 

Creazione di una **rete** tra produttori primari e attori del settore turistico aventi un obiettivo comune (con condivisione di investimenti e rischi), ossia la **valorizzazione dei prodotti alimentari locali**. Nella ristorazione balneare vengono introdotti il **pescato sostenibile a miglio0; i prodotti agricoli e i trasformati tipici locali**, con creazione di **marchio** comune. In contemporanea vengono proposte attività volte a **sensibilizzare sull'acquisto di alimenti locali e specie neglette**.

**RISTORAZIONE:** le pietanze introdotte devono essere **raccontate** tramite il menù, che diventa anche un mezzo per il rimando al produttore per l'acquisto di prodotti diretti. Ogni piatto, che sia più tradizionale o meno, deve riportare i suoi ingredienti, chi li ha coltivati o pescati. Deve raccontare quali sono stati gli strumenti utilizzati per la sua produzione o preparazione (per es. per la pasta alla chitarra, si descrive lo strumento che è necessario per ottenerla) e se si tratta di un piatto della tradizione, specificare la sua provenienza e come si è evoluto nel corso del tempo.

**ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE:** per invogliare il consumatore a provare i nuovi piatti e ad acquistare prodotti locali negletti sono necessarie delle attività di sensibilizzazione. Per esempio sono previsti show cooking aperti al pubblico, per mostrare come pulire e cucinare i cibi "riscoperti"; attività di cucina pratiche ed esperienziali a pagamento. I più giovani dovrebbero essere coinvolti attivamente tramite ad esempio concorsi fotografici e aperitivi tematici e adatti alle loro tasche.

**COMUNICAZIONE:** La comunicazione rappresenta una parte importantissima, soprattutto quella social come Facebook e Instagram. Ma anche pubblicità cartacea dedicata ad una fascia di età meno "tecnologica". Il marchio proposto identifica i prodotti della rete, che saranno quasi letteralmente a km0.

## EVIDENCE BRIEF

CONTEXT 

1. Gli alimenti acquistati dai lidi provengono prevalentemente da filiera lunga, di conseguenza si perde il legame diretto con il produttore primario;
2. Non vengono valorizzate le risorse locali agricole e soprattutto quelle ittiche, favorendo invece prodotti di importazione come salmone e pesce spada;
3. Scarsa propensione alla collaborazione tra i produttori primari;
4. Grande afflusso turistico nel periodo estivo

## GENERATION AND CONCEPT CONSISTENCY

ALTERNATIVES 

1. **Italia Sweet Italia** è un'agenzia di tour operator ecosostenibile che si rivolge a turisti stranieri, soprattutto extra-europei. Ha sede a Vasto e organizza dei pacchetti vacanza che promuovono la conoscenza del posto con corsi di cucina tipica, esperienze in aziende agricole come la raccolta dell'ulivo o la ricerca dei tartufi, o attività di pesca sui trabocchi <http://www.italiasweetitalia.com/>
2. Altri ristoranti locali che offrono cibo a km0 e piatti tradizionali (2-3 in totale)
3. **"Le stagioni del mare. A tavola con il pescato locale"**: è un'iniziativa promossa dal Flag Costa dei Trabocchi con il coinvolgimento attivo degli operatori della ristorazione e degli imprenditori ittici della zona coperta dal Flag. Si tratta della realizzazione di specifici menù dedicati alla valorizzazione del pescato e al recupero di tradizioni gastronomiche marinare, proposti stagionalmente per 1 settimana, a partire dall'estate 2018. <http://www.lestagionidelmare.it/progetto/>

APPROACH COHERENCE 

**SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE:** il progetto punta a diminuire l'impatto ambientale della ristorazione, tramite l'acquisto dal produttore primario di risorse locali. I prodotti ittici devono provenire da piccola pesca e quelli agricoli da imprese locali, dove possibili biologiche. Con la filiera corta si diminuisce l'inquinamento dovuto ai mezzi di trasporto e l'acquisto di specie ittiche a rischio di estinzione come i tonni e il pesce spada. Inoltre si riducono gli scarti della pesca e i prodotti non restano invenduti.

**SOSTENIBILITÀ SOCIALE:** la rete garantisce equità vicendevole tra i suoi attori e al contempo si evita l'acquisto di cibo da lavoro sottopagato. Il rischio per il consumatore finale è che si possa creare una disuguaglianza sociale tra chi può permettersi il prodotto locale di qualità e chi no, per questo si dovrebbe cercare di spingere il più possibile il consumatore a scegliere il pesce "povero".

**SOSTENIBILITÀ ECONOMICA:** acquistando da imprese del territorio e alimentando la filiera corta, si contribuisce a rivitalizzare la piccola economia locale. La sfida è trovare il prezzo di compromesso che soddisfa sia il produttore che il ristoratore che acquista.

VALUE 

Filiera corta, consapevolezza d'acquisto, identità territoriale, trasmissione di cultura immateriale, sostenimento di attività economiche con basso impatto sull'ambiente.

CHALLENGE 

1. Trovare produttori aperti all'innovazione e alla collaborazione con altre attività;
2. Trovare ristoranti disponibili a sperimentare la fornitura diretta e accettare l'incertezza che ne deriva (i piatti possono cambiare di giorno in giorno in base al pescato e a ciò che si è raccolto);
3. Trovare un accordo economico che accontenti e rispetti tutte le parti;
4. Sensibilizzare il più possibile il consumatore, soprattutto la fascia di utenza più difficile da raggiungere

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

### F

Farnet, 2017, *Promuovere lo sviluppo di attività all'interno della filiera della pesca*, Commissione Europea Direzione Generale degli Affari Marittimi e della Pesca, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet2/library/guides\\_en](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet2/library/guides_en)

Farnet, 2014, *Marketing delle catture locali*, Commissione Europea Direzione Generale degli Affari Marittimi e della Pesca, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet2/library/guides\\_en](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet2/library/guides_en)

Farnet, 2011, *Accrescimento del valore aggiunto dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura locali*, Commissione Europea Direzione Generale degli Affari Marittimi e della Pesca, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet2/library/guides\\_en](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet2/library/guides_en)

### S

Slow Fish, *Mangiamoli giusti*, [https://www.slowfood.com/sloweurope/wp-content/uploads/Mangiamoligiusti\\_Pesce.pdf](https://www.slowfood.com/sloweurope/wp-content/uploads/Mangiamoligiusti_Pesce.pdf)

### V

Vaiasicca A., 2018, *Reti di Imprese come sistemi dinamici. Uno studio sul modello organizzativo delle competenze*, INAPP, <https://oa.inapp.org/handle/123456789/179>

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

### A

Agricoltura e Turismo in rete, <http://www.agricolturaeturismoinrete.it/datapage.asp?id=22&l=1>, ultima consultazione 15/11/2018

### B

BOAT STORIES. Every boat tells a story, <http://www.boatstories.co.uk/>, ultima consultazione 15/11/2018

### F

Farnet, 2014, *Pesce dall'asta. Sommario del progetto*, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/GP39-ES15\\_IT\\_fish-from-auction.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/GP39-ES15_IT_fish-from-auction.pdf), ultima consultazione 15/11/2018

Farnet, 2012, *Km 0. Sintesi del progetto*, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET\\_GP\\_028-PT01-IT\\_KM0.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET_GP_028-PT01-IT_KM0.pdf), ultima consultazione 15/11/2018

Fishscale, *Pesce ritrovato*, <http://www.fishscale.eu/>, ultima consultazione 15/11/2018

### L

La Cucina Italiana, 2015, *Pesci elettrizzanti: la torpedine*, "La Cucina Italiana", <https://www.lacucinaitaliana.it/news/in-primo-piano/pesce-povero-torpedine-ricette/>, ultima consultazione 1/12/2018

### R

Ristorante Mella, <http://www.ristorantemella.it/restaurant.asp>, ultima consultazione 15/11/2018

## IMMAGINI

### IMG. 1

Rawpixel, *Woven basket*, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/colorful-woven-basket-1799405/>

### IMG. 2

Pixabay, *Fishing ocean boat tropic*, <https://www.pexels.com/photo/fishing-ocean-boat-tropic-64019/>

### IMG.3

Assianir, 2016, *Pesci da zuppa*, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pesci\\_da\\_zuppa.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pesci_da_zuppa.jpg)

### IMG. 4

Pillon R., 2010, *Torpedo\_torpedo\_corsica*, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Torpedo\\_torpedo\\_corsica3.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Torpedo_torpedo_corsica3.jpg)

### IMG. 5

Fotografia propria

### IMG. 6

Pixabay, *Fishing sea boat fisherman*, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/fishing-sea-boat-fisherman-51005/>

### IMG. 7

Fotografia propria

**08 \**  
**Progetto**

## 08.1 \ EVOLUZIONE DEL CONCEPT E OBIETTIVI

Il capitolo precedente si è concluso con una panoramica sul concept di progetto, il cui fulcro sta nel connettere pescatori e agricoltori con i lidi al fine di alzare lo standard qualitativo della balneazione. Per essere riconoscibili dal consumatore e distinti da altri locali si era previsto un marchio di qualità che certificasse prodotti agricoli a km0, biologici e da piccola pesca. Andando a testare il territorio si sono però palesate difficoltà su diversi fronti; primo tra tutti ciò che era stato già evidenziato con le interviste qualitative, ovvero una generale **riluttanza all'innovazione** e anche alla più semplice collaborazione tra colleghi dello stesso settore. Ai fini del progetto era invece necessario trovare pescatori e agricoltori **disposti alla sperimentazione**.

Con la prima professione la situazione è stata drammatica sin da subito poiché al loro numero già esiguo, si sono dovuti escludere coloro che non praticano pesca a tempo pieno; coloro che hanno un punto vendita di proprietà; coloro che non si fidano dei ristoratori a causa di accordi malriusciti nel passato e coloro che non sono interessati per principio a modificare lo status quo nonostante non ne siano soddisfatti. In conclusione non è risultato esserci un numero sufficiente di pescatori per soddisfare più locali. **Ecco che il progetto è sceso a focalizzarsi solo su un punto ristorativo, che vede la collaborazione di un solo pescatore della piccola pesca, e che punta ad allargarsi sul territorio, nel tempo, tramite il "buon esempio".**

In passato in realtà c'era stata un'iniziativa di accordo tra le parti; più pescatori e più ristoratori, ma è fallita a causa di questi ultimi che, per una questione di concorrenza reciproca e per le incertezze sulle forniture di pescato, hanno abbandonato il progetto. L'incertezza della fornitura è risultato essere un grave problema, soprattutto per uno stabilimento balneare che vive fondamentalmente di ristorazione di "massa" in un breve periodo e non può permettersi di non avere del pesce per il pranzo a causa del maltempo o di proporre una sola specie.

Per non ripetere il medesimo errore, **la soluzione sviluppata è stata quella dell'introduzione di un menù parallelo a quello classico** che permettesse alla clientela di scegliere quale piatto provare, anche in base alle proprie tasche visto che alcuni piatti possono costare anche una decina d'euro in più. L'accortezza richiesta era solo l'eliminazione rigorosa di specie

ittiche a rischio di estinzione o il cui allevamento risulta particolarmente inquinante. Questa scelta è stata operata anche in vista di un mercato non ancora del tutto pronto a prediligere la qualità alla quantità (Cfr. capitolo 09.2 \ Trend di settore).

Con un **menù** classico e uno a **km0** il ristoratore è coperto da eventuali mancanze di fornitura e ha il vantaggio di attrarre un **consumatore diverso e nuovo**.

Per quanto riguarda l'agricoltura invece, il tentativo iniziale era quello di coinvolgere le piccole e poche realtà produttive a coltivazione biologica, dando loro maggiore certezza di guadagno. Durante la verifica di interesse si è però riscontrato un problema non individuato inizialmente. Ovvero quelle piccole realtà (4/5 ha di terreno) non possono perdere la fiducia del cliente abituale, scomparendo dal mercato estivo per via della vendita ad un lido che durante l'inverno non gli porta alcun profitto. Avendo anche qui la necessità di avere più di un coltivatore diretto per soddisfare la richiesta del ristorante, l'idea è stata abbandonata e ci si è rivolti a situazioni più grandi: **coltivatori diretti di medie dimensioni** sui 15/20 ha circa che hanno già in partenza **più canali di vendita** compresa quella della ristorazione stessa.

In conclusione **il progetto viene sviluppato in piccola scala coinvolgendo un solo ristorante di un lido. Si attivano però relazioni non solo con il pescatore e il coltivatore (che paradossalmente sono più proficui vista l'assenza del fattore "faide famigliari") ma anche con altri attori del territorio; come un laboratorio di trasformazione dei prodotti agricoli, un biscottificio e un'attività di pescaturismo per completare l'offerta. Tutte queste attività collaborano e cooperano tra di loro, come se fossero un unico organismo:**

**"Il tutto è maggiore della somma delle sue parti"**

Nella rete finisce per confluire un **insieme eterogeneo di know-how** apportato da ognuno singolarmente e **la creazione di valore è data proprio dall'uso di questo patrimonio immateriale**.

Il nuovo menù non sostituisce quello classico, che resta comunque presente, almeno per il primo anno di sperimentazione.

Dunque il progetto punta a sviluppare le potenzialità di uno stabilimento balneare tramite un processo di costruzione delle relazioni con i produttori e i trasformatori locali.

#### OBIETTIVO A BREVE TERMINE

**Introduzione** nella ristorazione balneare di **pescato locale sostenibile** (cioè da **piccola pesca**), di **prodotti agricoli e trasformati tipici locali**.

In contemporanea si avanzano attività volte a **sensibilizzare**.

Lo scopo è duplice: stimolare il cambiamento delle abitudini dei consumatori, aumentando la conoscenza e, di conseguenza, l'apprezzamento di specie ittiche e cultivar meno diffusi sul mercato.

#### REQUISITI

Dalla **piccola pesca** vengono acquistati pesci, crostacei e alcuni molluschi. Dal **coltivatore diretto** i prodotti della **lotta integrata** e dalla cooperativa i **trasformati biologici**.

Nel caso dei **prodotti ittici**: poiché il cambiamento necessita tempo, l'introduzione di specie meno conosciute deve essere **graduale**. Nel primo anno non si prevede una sostituzione totale (anche per facilitare il ristorante ad una nuova pratica di gestione dell'attività) ma solo di qualche piatto o di **aggiunta**. Si richiede per l'eliminazione di specie ittiche a rischio di estinzione.

#### STRATEGIA

Il rapporto tra produttori e ristoratori deve essere formalizzato con la costituzione di un **contratto di rete tra imprese aperto**, che non consiste in una sola condivisione di investimenti e rischi ma in una **struttura che mira a cogliere le caratteristiche di ognuna** per arrivare ad un prodotto finale di alto valore. A tal riguardo la caratteristica del contratto permette alle imprese retiste di restare autonome, non perdendo cioè la loro identità e integrità.

La rete creata farà utilizzo di un logo comune per mostrare al consumatore finale la loro iniziativa. Tale logo di fatto certifica la filiera corta e il km0: dal produttore o "trasformatore" al ristorante.

#### OBIETTIVO A LUNGO TERMINE

**Incrementare** nel tempo il **numero dei piatti** suddetti con **progressivo abbandono totale del menù convenzionale**. Il controllo della veridicità del menù del ristorante è autogestito dai pescatori e dagli agricoltori.

Cosa ancora più importante è spingere **nuovi** ristoratori e produttori ad entrare a far parte della rete.

#### SCOPO FINALE

Lo scopo è quello di trasformare la fruizione superficiale e ambientalmente insostenibile del luogo, in particolare del lido dove la cultura locale e le persone del posto sono solo uno sfondo, in una **fruizione della città autentica e di qualità**. Ciò che ci guadagna il consumatore finale, che sia esso turista o residente, è consapevolezza dell'acquisto; possibilità di assaporare prodotti locali genuini, non standardizzati e riscoperta del contatto diretto con chi il cibo lo coltiva, lo pesca o lo trasforma.

## 08.2 \ IL SISTEMA: ANALISI DELLE RELAZIONI

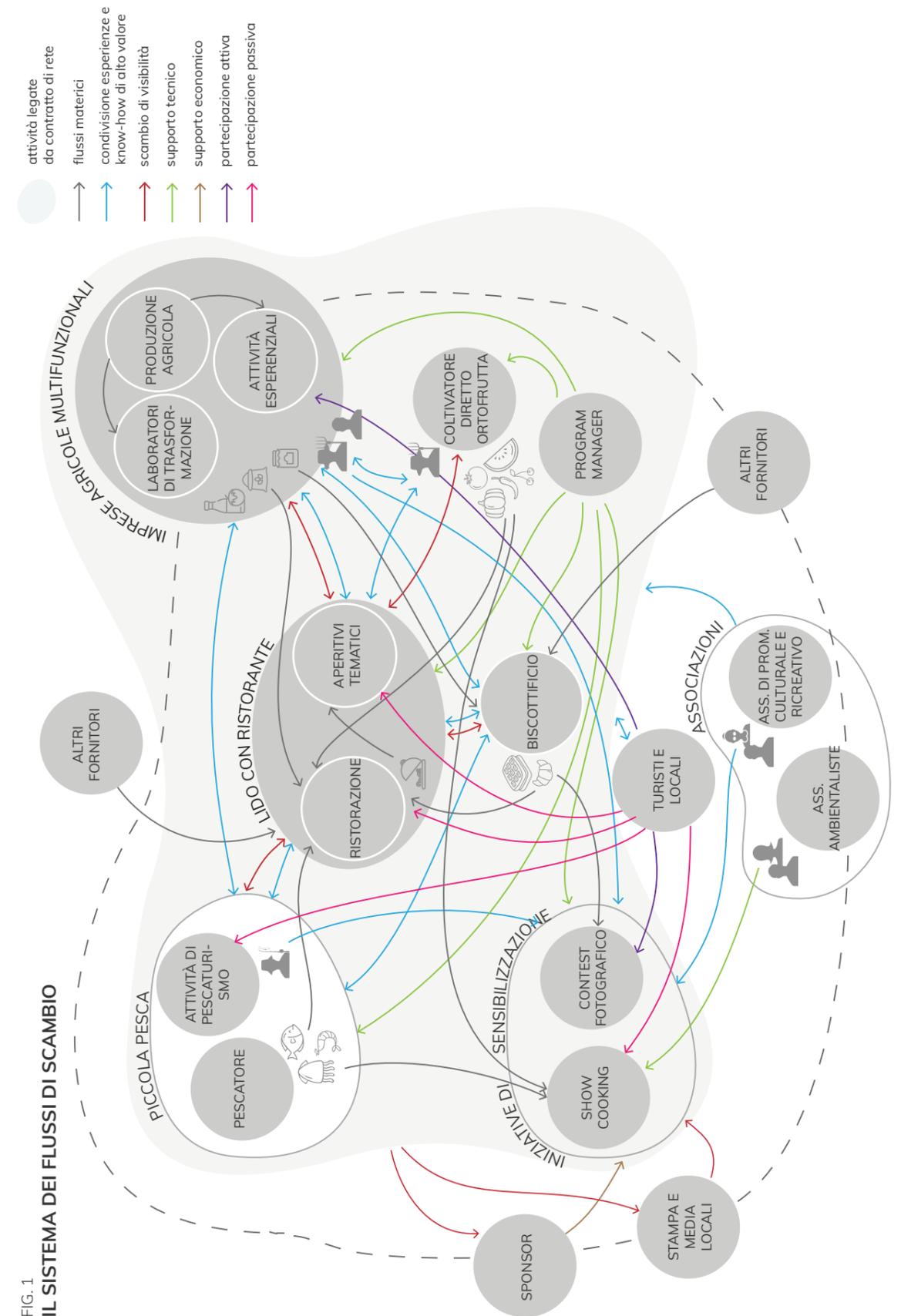


FIG. 1  
IL SISTEMA DEI FLUSSI DI SCAMBIO

La Fig. 1 mette in luce **la natura degli scambi** che avvengono tra i retisti e coloro che sono coinvolti attivamente nel progetto, anche se esterni alla rete. Come si può notare si tratta soprattutto di condivisioni di **know-how**. Si vedrà successivamente infatti, che i flussi fondamentali sono proprio quelli che vedono in viaggio le **informazioni**. Come è stato anticipato, i vari attori sono uniti tramite un contratto di rete: insieme organizzano e gestiscono (con l'aiuto di un Program Manager) le azioni di sensibilizzazione e di promozione e si scambiano le conoscenze e i saperi reciproci per renderli disponibili anche al cliente finale. Ogni attività riceve visibilità dalle altre, che si impegna a sua volta di farne ai suoi colleghi, tramite consegne di pieghevoli e informazioni verbali.

## PICCOLA PESCA

### Pescatore

Il rapporto tra il pescatore della piccola pesca e il ristorante è quello più importante. Nel periodo primaverile/estivo, il pescatore quotidianamente rifornisce il lido di pescato fresco. La ditta, avendo il punto di sbarco sulla spiaggia della Marina di Vasto, non necessita neanche di un mezzo di trasporto a motore, e la consegna è manuale. I quantitativi da vendere sono prefissati ma non le specie che possono variare di giorno in giorno. La vendita diretta avviene solo per pesci e crostacei, non per molluschi bivalvi e gasteropodi, poiché secondo la normativa italiana questi devono necessariamente essere venduti in uno stabilimento per il controllo sanitario e/o depurazione.

La restante parte del pescato, viene venduta come di consuetudine in maniera diretta, sulla barca stessa.

Il pescatore fa parte della giuria del contest fotografico.

### Attività di pescaturismo

Il pescaturismo offre al turista e al residente un'esperienza autentica in mare, e ha con le altre attività della rete una relazione di scambio di know-how oltre che di visibilità. I clienti si imbarcano sul natante per osservare l'attività di pesca professionale in aggiunta alle escursioni della costa e ad un pranzo a bordo con il pescato del momento. In questo modo si ottiene una valorizzazione del lavoro artigianale del pescatore e una condivisione di conoscenze. Pescaturismo e ristorazione del lido non vanno in concorrenza, essendo due format diversi che richiedono anche una spesa differente. L'armatore e lo chef dell'imbarcazione partecipano anche alle iniziative di sensibilizzazione,

condividendo le proprie esperienze e saperi.

## IMPRESA AGRICOLA LOCALE

### Coltivatore diretto orticole, legumi e frutta

L'impresa agricola è di medie dimensioni (circa 15 ettari) e adotta un sistema di coltivazione a lotta integrata, che prevede tra l'altro una lavorazione ancora prevalentemente artigianale della terra, dove l'ausilio di mezzi motorizzati è ridotto al minimo. Nel periodo primaverile/estivo l'impresa rifornisce il ristorante dei prodotti freschi, secondo necessità. L'impresa continua ad avere i suoi soliti canali di vendita, che sono il mercato locale e la vendita diretta in azienda. L'attività agricola fa parte della giuria del contest fotografico.

## IMPRESE DI TRASFORMAZIONE

### Impresa multifunzionale bio

All'interno di questa impresa si svolgono diverse attività: la produzione propria di frutta, ortaggi e grano serve ad alimentare il laboratorio di trasformazione che si occupa di produrre conserve, confetture e farine, tutto biologico. La stessa cooperativa alimenta la fattoria didattica dedicata ai bambini e le attività esperienziali tra i quali laboratori di cucina e cucito (a pagamento). Queste attività richiedono la partecipazione attiva della persona e mirano alla valorizzazione della gastronomia locale e della lavorazione artigianale. L'impresa vende le conserve di pomodoro e le farine biologiche al ristorante e le confetture al biscottificio.

I titolari dell'impresa condividono la loro esperienza e know-how nelle iniziative di sensibilizzazione, come nello show cooking.

### Biscottificio

Il biscottificio rifornisce quotidianamente il lido di paste fresche e secche, che vanno ad aggiungersi alle classiche brioches mattutine e rustici salati per gli aperitivi. La lavorazione avviene in maniera artigianale e la maggior parte dei dolci preparati sono tipici vastesi.

## LIDO CON RISTORANTE

### Ristorazione

Il lido acquista cibo da produttori locali, alimentando i circuiti di filiera corta. Le pietanze nuove sono presentate al cliente insieme ad un menù-racconto che illustra la storia del piatto, i suoi ingredienti e una mappa che mostra dove reperirli, dando quindi visibilità alle varie aziende. Sono presenti anche i relativi contatti

con il pescaturismo e con l'impresa agricola che organizza attività esperienziali.

### Aperitivi tematici

Il lido organizza anche eventi e aperitivi tematici per attrarre un pubblico più giovane.

## PROGRAM MANAGER

Data la delicatezza dei rapporti di fiducia tra le parti, è divenuto necessario introdurre la figura di un manager "neutrale" che evitasse la presa di controllo da parte delle attività con più potere, come lo stabilimento balneare. Le sue capacità dialettiche saranno fondamentali per fare da mediazione tra le parti. In una logica di sistema auto-organizzante è da sottolineare che il profilo non è quello di un dirigente che dall'alto prende le sue decisioni, piuttosto quelle di un consigliere: tutte le decisioni spettano ai retisti, il manager suggerisce solo i passi strategici da compiere. Ha anche il compito di tutelare la promozione e l'immagine della rete, così come gestire le relazioni commerciali e puntare alla realizzazione di progetti con un'identità unica.<sup>1 2</sup>

## INIZIATIVE DI SENSIBILIZZAZIONE

### Contest fotografico/mostra

Lo scopo è quello di rendere protagonista l'utente più giovane (fascia di età compresa tra i 18 e i 35 anni), che deve cogliere l'anima della piccola pesca, dell'agricoltura, dell'artigianalità dei laboratori di trasformazione, dei piatti tipici (le persone, gli utensili, i momenti di convivialità, le situazioni di lavoro ecc.). La selezione è effettuata da una giuria composta da retisti e da un esperto fotografo. Tra i loro selezionati, il vincitore sarà infine decretato dal pubblico presente alla mostra finale. I risultati saranno divulgati attraverso i social network e le agenzie di media/stampa locali. Il contest è promosso e organizzato dai retisti (che si rendono disponibili ad essere fotografati e a dedicare del tempo ai partecipanti) e sponsorizzato da uno studio di stampa.

### Show cooking

Lo scopo degli show è quello di sensibilizzare i consumatori al consumo di specie ittiche locali e stagionali, soprattutto quelli meno conosciuti e "poveri": mostrando come possono essere puliti e cucinati. Gli eventi sono gratuiti e si svolgono una volta al mese a partire da maggio a settembre. I cuochi sono insegnanti o esercitano la professione nei locali, e danno il loro contributo in maniera volontaria sponsorizzando la loro attività. Gli ingredienti provengono dove possibile dai retisti.

## ASSOCIAZIONI & SPONSOR

### Associazione di promozione culturale e ricreativo

Alcune associazioni locali partecipano alle iniziative di sensibilizzazione mettendo a disposizione alcuni suoi lavoratori associati, come il fotografo e gli insegnanti di cucina. Questi forniscono il proprio contributo in maniera volontaria, in cambio di visibilità dell'organizzazione.

### Associazioni ambientaliste e affini

Nelle attività di show cooking, per il supporto scientifico, vengono coinvolti personaggi locali del mondo di Legambiente, Italia Nostra e Slow Food, che quindi conoscono la realtà del posto. Il loro contributo è fornito in maniera volontaria.

### Sponsor

Gli sponsor supportano le iniziative di sensibilizzazione in vario modo, raramente con scambi monetari diretti. In questo senso anche le attività sopra descritte rientrano nella sponsorizzazione, ma si è voluto distinguere tra un contributo immateriale da uno materico. Per

1 RetImpresa, 2015

2 RetImpresa, 2013

esempio il contest fotografico è sponsorizzato da una tipografia locale che stampa in maniera gratuita le fotografie selezionate per la mostra.

### TURISTI E LOCALI

I fruitori finali possono avere sia un ruolo passivo che uno attivo (come ad esempio con i laboratori di cucina dell'impresa multifunzionale) nelle attività proposte dalla rete, e tendenzialmente ognuna di queste è rivolta ad un target specifico<sup>3</sup>.

### STAMPA E MEDIA LOCALI

Questi organi vengono coinvolti per rilasciare interviste e pubblicare articoli su giornali locali e regionali, con informazioni sulle varie attività organizzate dalla rete.

3 Per ulteriori dettagli cfr. il sottocapitolo "Strategie di promozione"

FIG. 2  
KEYWORD CHE RIASSUMONO IL PROGETTO



#### RETE DI PERSONE

Il progetto coinvolge un certo numero di attori locali, titolari di piccole attività, connessi tra di loro in rete. Questi a loro volta interagiscono con la popolazione locale e i turisti, allargando la rete delle relazioni.



#### FILIERA CORTA

Dal produttore/trasformatore al consumatore o dal produttore/trasformatore al ristorante. Non c'è nessun intermediario e si contribuisce a sviluppare la piccola economia locale.



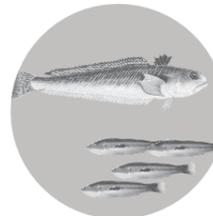
#### VALORIZZAZIONE DELLE CONOSCENZE

Il sapere, l'esperienza, le conoscenze, l'uso di particolari strumenti artigianali, sono tutti quegli elementi che si cerca di valorizzare e trasmettere al consumatore finale. Si tratta di un patrimonio immateriale che i retisti posseggono, la maggior parte come eredità.



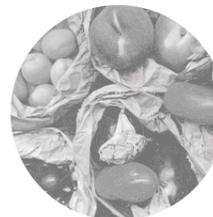
#### PRODUZIONE ARTIGIANALE

In tale contesto non esiste la lavorazione in serie o massiva, tutto è prodotto manualmente e i macchinari sono solo degli aiutanti e non sostituiscono il lavoro degli attori. Si fa riferimento alla piccola pesca dove ad esempio le reti vengono ancora gettate e ritirate a mano. Il discorso è però valido per tutti, anche per le due imprese agricole, il biscottificio e il ristorante.



#### RI/SCOPERTA DI SPECIE

Si cerca di preservare la biodiversità del mare e della terra, valorizzando alimenti meno noti, dimenticati, cultivar antiche e specie ittiche neglette.



#### RISPETTO DELLA STAGIONALITÀ

Il rispetto della stagionalità dell'orto è tornato ad essere di interesse comune. Stesso non si può dire della pesca poiché difficilmente le persone, se non del settore, sono a conoscenza dell'esistenza di una stagionalità del mare, ovvero dei cicli riproduttivi della popolazione ittica.



#### COLTIVATO, PESCATO, TRASFORMATO A VASTO

I prodotti sono freschi e km0: pesce catturato e cucinato nello stesso giorno; frutta e ortaggi vengono raccolti di notte e venduti il giorno successivo o immediatamente trasformati; i dolci sono impastati e infornati di prima mattina.

## VERIFICA DI INTERESSE

Anche la nuova proposta è stata sottoposta al giudizio degli attori che ne verrebbero coinvolti.

Il **lido** preso come caso-studio è risultato essere il più entusiasta e ha collaborato sia per fornire consigli che ulteriori dati utili alla configurazione del progetto.

Nel settore della piccola pesca un solo pescatore, tra una decina di intervistati, è risultato interessato. Vi ha visto fundamentalmente un'opportunità di risparmio di tempo nella fase di commercializzazione dei suoi prodotti "**prima vendo tutto, prima torno in mare**" e in secondo luogo ritiene che debbano essere promosse delle iniziative volte a riavvicinare il consumatore al pescatore che, deve anche essere rieducato al rispetto dei cicli stagionali e all'acquisto di specie meno conosciute. Se il consumatore non è informato sulla qualità del pescato della piccola pesca (cioè cosa lo differenzia dalla pesca a strascico o dalla produzione su allevamento) non crede che tal mestiere possa sopravvivere ancora a lungo.

La parte di accordo tra lui e il titolare del lido resta comunque delicata; si deve cercare un compromesso sui prezzi che faccia guadagnare entrambe le parti e l'impegno di acquisto di un quantitativo minimo di catture da parte del ristoratore, formalizzata con un contratto. Il periodo pre-estivo è quello meno fruttuoso per entrambe le parti in relazione al tal progetto: il mare è molto pescoso ma il lido ha pochissima clientela, quindi il pescatore deve comunque ricorrere ad altri canali di vendita.

Altra verifica di interesse è stata effettuata con **due imprese agricole**, una è una cooperativa che coltiva e vende solo trasformati biologici e l'altra che lavora su frutta, ortaggi e legumi freschi con metodi di lotta integrata. Entrambe stanno cercando di investire in promozione d'immagine. La prima punta soprattutto a trasmettere la qualità dei suoi trasformati, ad esempio confetture di frutta, conserve varie, farine di grani antichi, e si rivolge infatti ai settori della ristorazione e della ricettività. In più la cooperativa organizza dei laboratori di cucina per bambini e vorrebbe in estate estendere l'offerta al settore del turismo. L'azienda è invece a conduzione familiare e coltiva tra le varie cose anche i prodotti della tradizione locale; possiede un punto vendita in azienda e un banco al mercato del sabato a Vasto, ma vorrebbe anche vendere alla ristorazione.

Infine vi sono il **biscottificio** e il **pescaturismo** ai quali però non è stata operata una verifica

diretta.

Il primo è un piccolo laboratorio artigianale che lavora principalmente come fornitore di alberghi, ma vende anche al pubblico per i pochi che lo conoscono. È sempre alla ricerca di nuovi canali per riuscire a mantenere aperta l'attività, per questo si presume un interesse nel progetto. Il pescaturismo aveva invece escluso il coinvolgimento nel vendere il pescato al lido, proprio perché già impegnato con l'attività turistica, ma si può ipotizzare un interesse ad investire in promozione d'immagine (visto che non esiste al momento una sponsorizzazione diretta da parte del Comune, come avviene in altre città costiere), cogliendo l'opportunità di dividere i costi con altri soggetti.

In contemporanea a questa verifica è stata sviluppata un'analisi sui trend di settore. Questa parte è stata collocata nel capitolo successivo.

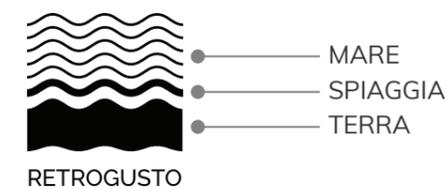
## 08.3 \ IDENTITÀ VISIVA

Un marchio rappresentativo della rete doveva essere composto da elementi "neutri", cioè che non dessero troppo risalto ad un'attività piuttosto che ad un'altra; che mostrasse il legame tra loro e con il territorio e che desse all'utente un'idea di qualcosa che trattasse il "cibo". Inoltre si voleva uno stile pulito, facilmente leggibile che trasmettesse un senso di qualità e serietà. Ecco che è nato **RETROGUSTO**.



### Caratteristiche del pittogramma

Grande risalto viene data alla morfologia del territorio, che come detto influenza fortemente le attività. In maniera stilizzata si riportano le onde che alludono al mare, il bagnasciuga che viene evidenziato con un tratto più spesso e la terra con un vero e proprio pieno. Il pittogramma mostra la correlazione degli elementi del territorio con la spiaggia che fa da collante.



### Naming della rete

Il sostantivo descrive proprio ciò che accade con le iniziative della rete; ovvero allude ad un percorso graduale di scoperta che porta a vivere delle esperienze complete sul territorio. Suggestisce inoltre con "gusto" un ente che tratterà la sfera del cibo.

### Font

La font usata è un Railway, un carattere tipografico elegante, sans serif adatto a titoli e ben leggibile sia in piccolo che in grande. Ha caratteristiche sia di old-style che lining numerals.

Per i testi, ad esempio del menù, si è scelto il Muli, un carattere sans serif minimal ad altissima leggibilità. È perfetto per qualsiasi utilizzo a schermo e anche su carta. Quando ci si rivolge ad un'utenza specifica, vengono utilizzati anche altri caratteri, per esempio come avviene con il manifesto dell'Happy Hour.

### Versione a colori

I 3 colori scelti rappresentano la versione cromatica semplificata del paesaggio costiero, che è caratterizzato da tre tinte prevalenti: il verdeacqua del mare, il dorato della spiaggia e il verde dei campi. Questa versione è utilizzata come marchio unico per le attività svolte in comune da tutti i retisti (ad esempio sul manifesto di rete).



### Versione per i singoli retisti

Ogni retista userà una delle tre versioni sottostanti in base alla sua "posizione geografica". Ad esempio il lido, che è situato sulla spiaggia avrà il marchio dorato, il pescatore invece il verdeacqua e così via.



#### Colore

CMYK: 47 0 29 0



CMYK: 45 25 100 15



#### Colore

CMYK: 25 32 64 1



#### Colore

CMYK: 16 4 59 7



IMG. 1  
Le tre fasce che caratterizzano il territorio vastese e i loro colori

### Dimensioni del marchio



## 08.4 \ STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

Le aspettative del consumatore variano in base alle sue conoscenze, alla sua provenienza e al tempo che ha a disposizione per fruire delle informazioni. Quindi per promuovere e trasmettere al meglio la rete, si fa uso di diversi strumenti, ognuno dei quali mira a raggiungere un particolare pubblico. Si opera fondamentalmente a livello locale e con uno sportello sul mondo tramite social network e siti web.

La **strategia** adottata serve a **raccontare la rete; dove gli interlocutori sono gli utenti**. Nella pagina successiva sono appunto evidenziate le **informazioni** che ogni strumento condivide e le **connessioni progettate tra imprese; imprese ed utenti; imprese e strumenti; persone e strumenti e strumenti tra di loro**. Inoltre con l'uso della freccia si esplicita se la comunicazione o fruizione è a doppio senso oppure univoca (Cfr. FIG. 3). Per esempio tutti gli espedienti cartacei hanno una fruizione univoca, ovvero informano l'osservatore/lettore ma non avviene un dialogo tra le parti, come accade invece tra utente e social network.

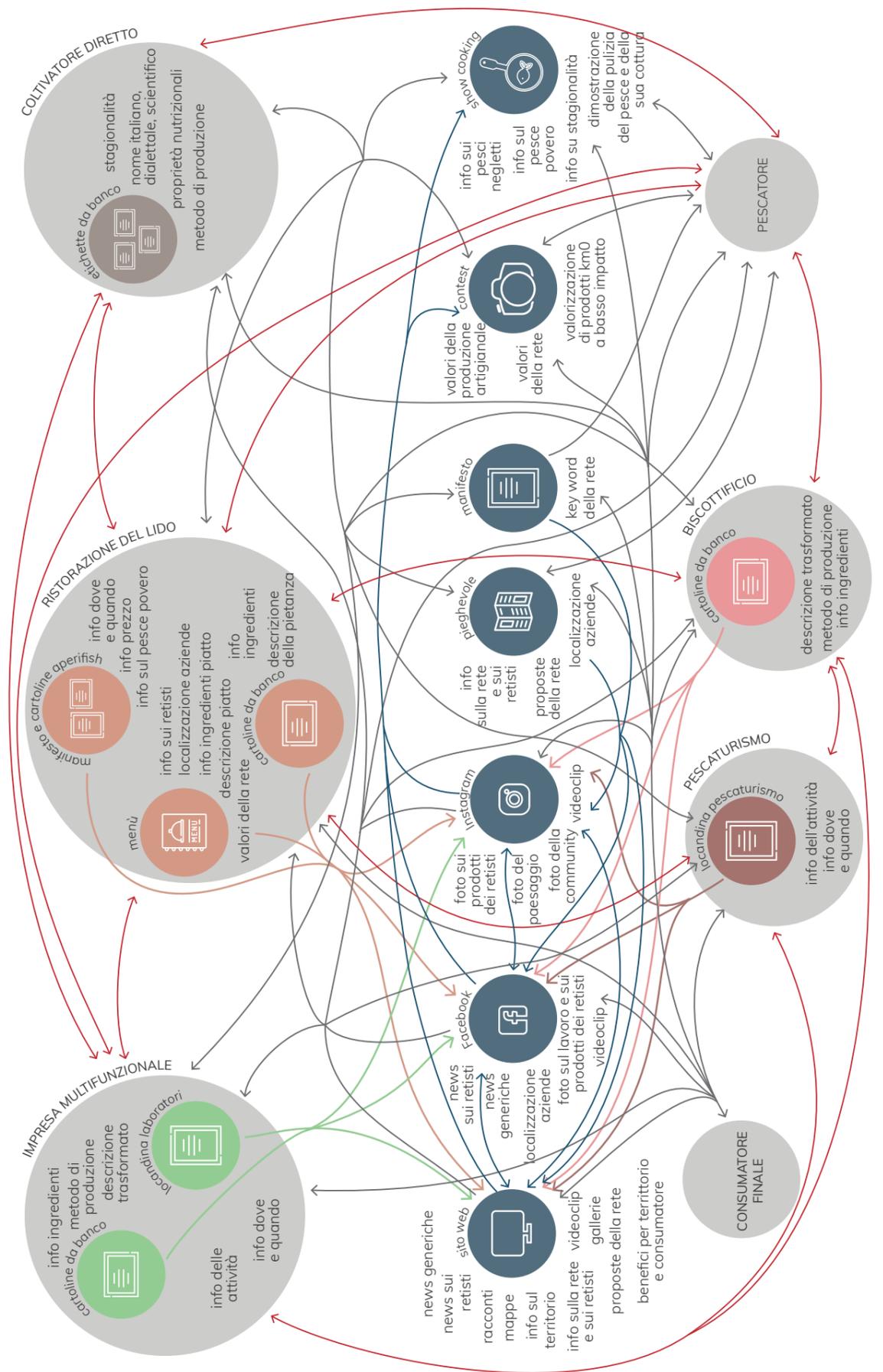
A pagina 260, con la FIG. 3.1, si vedranno invece, nello stesso sistema, messe a fuoco solamente le relazioni del **consumatore finale** con i vari strumenti e le varie imprese, ai fini della sua identificazione. Infatti, a seguire la freccia, ci sono le **personas** (identificate nel capitolo 7) a cui ogni strumento informativo si rivolge. In questo modo si anticipa come i mezzi informativi saranno declinati, tramite linguaggio e format, per un pubblico specifico.

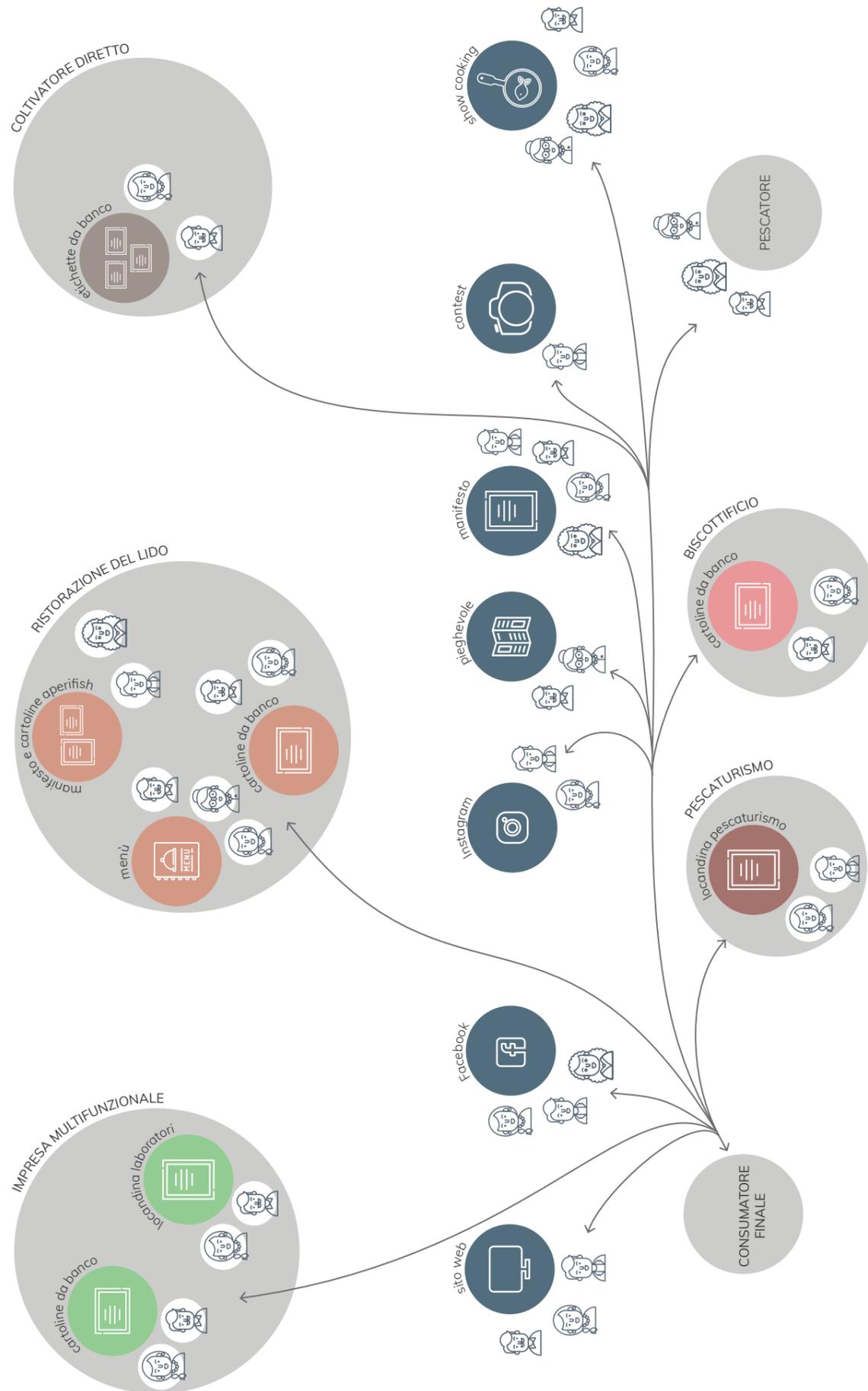
Successivamente verranno analizzati nel dettaglio tutti gli strumenti informativi e promozionali in comune della rete e nello specifico quelli dello stabilimento balneare.

I tools delle altre attività non vengono approfonditi essendo fuori dagli obiettivi di tesi. Quindi come lo stabilimento balneare ha i suoi strumenti informativi (il menù), le imprese che hanno un punto vendita in azienda avranno anch'esse i loro deliverables. Per esempio il biscottificio condivide con il ristorante il menù dei suoi dolci, l'azienda agricola multifunzionale invece implementerà le informazioni e i contenuti delle etichette dei suoi prodotti. **È essenziale portare l'utente a conoscenza della qualità che circola nella rete**. Se l'azienda agricola produce biologico ma non lo comunica, si perde un'enorme fattore di valorizzazione, senza il quale la spesa del prodotto non risulta giustificabile agli occhi del consumatore, e si sarà fatta tanta fatica per prodotti invenduti.

FIG. 3, PG. SEGUENTE  
SISTEMA COMUNICATIVO E INFORMATIVO

FIG. 3.1 PG. 260  
IDENTIFICAZIONE DEGLI INTERLOCUTORI FINALI: PERSONAS





## IL MENÙ

Il menù è lo strumento principale con cui il lido trasmette la **qualità** dei suoi piatti. Si tratta infatti non solo di un elenco di pietanze, ma un vero e proprio **espeditore informativo/descrittivo**. Fondamentale è la frase che viene posta nella prima pagina, e quindi il valore che si vuole comunicare:

### “Ogni piatto è maggiore della somma delle sue proteine”

In maniera diretta questa frase riprende le teorie dell'approccio sistemico, adattandola al contesto <sup>4</sup>. Una pietanza non è formata solamente dal numero e dal tipo di nutrienti, ma è anche l'espressione di una storia e di un **“fatto-re umano”** che ha permesso, con la sua conoscenza e abilità di realizzare la portata. Si parla della produzione che vi è dietro la preparazione del piatto, che a differenza di quella classica non è un'industria alimentare, bensì una generazione portata avanti da piccole realtà con un know-how veramente elevato.

Data la varietà del pescato che si può avere ogni giorno, il menù viene **composto giornalmente** dal lido (Cfr. il funzionamento con la FIG. 4); sono infatti dei fogli che vengono raccolti tramite clipboard. Alcune pagine sono però fisse. La prima (Cfr. IMG. 2) elenca i valori della ristorazione e tramite il linguaggio punta a rendere partecipe il lettore. Ci si rivolge direttamente e si sottolineano le conseguenze (positive se si sceglie quel menù piuttosto che il classico) che scaturiscono dalle sue azioni. Nella seconda pagina (Cfr. IMG. 3) si introducono invece i **retisti-fornitori**, mettendo in luce brevemente le loro caratteristiche. Dopodiché iniziano le pietanze, divise per ogni foglio. Ci saranno quindi antipasti, primi, secondi (compresi di contorno) e dolce. Sul FRONTE abbiamo (Cfr. IMG. 4/5/6):

- nome del piatto in italiano
- eventuale nome del piatto nel dialetto locale
- una breve frase che riassume i sapori sensoriali che suscita la pietanza
- descrizione del piatto con un linguaggio “poetico” sottolineando il fattore km0
- informazioni principali sui possibili allergeni
- prezzo

La parte di descrizione del piatto è risultata fondamentale in un **contesto turistico**, dove le pietanze locali di uso comune e con terminologia comune (non dialettali ma italiano), non sono conosciute agli avventori. Le domande più

frequenti ad un cameriere riguardano proprio i significati delle varie parole con cui si identificano alcuni specifici prodotti, come nel caso del primo con la cosiddetta “pasta alla chitarra”. Per di più la promozione di specie ittiche poco conosciute, manda in confusione anche il residente. Sempre in riferimento al primo, non sono in molti a conoscere il pesce sarago, per cui ancora più fondamentale, oltre alla descrizione del piatto, vi è l'**illustrazione** degli ingredienti che aiuta il cliente a figurarseli.

I principali ingredienti forniti dalla rete vengono approfonditi sul RETRO (Cfr. IMG. 4/5/6):

- quando opportuno viene indicata la stagionalità dell'ingrediente
- caratteristiche nutritive per spingere il cliente alla lettura
- caratteristiche estetiche dell'ingrediente
- curiosità sui metodi di coltivazione o pesca effettuati dall'impresa, con relativo nome

L'ultima pagina del menù è dedicata ad una **mapa** con la collocazione delle aziende retiste sul territorio di Vasto, e un invito a visitarle per l'acquisto diretto o per la sperimentazione di un'esperienza (Cfr. IMG.7)

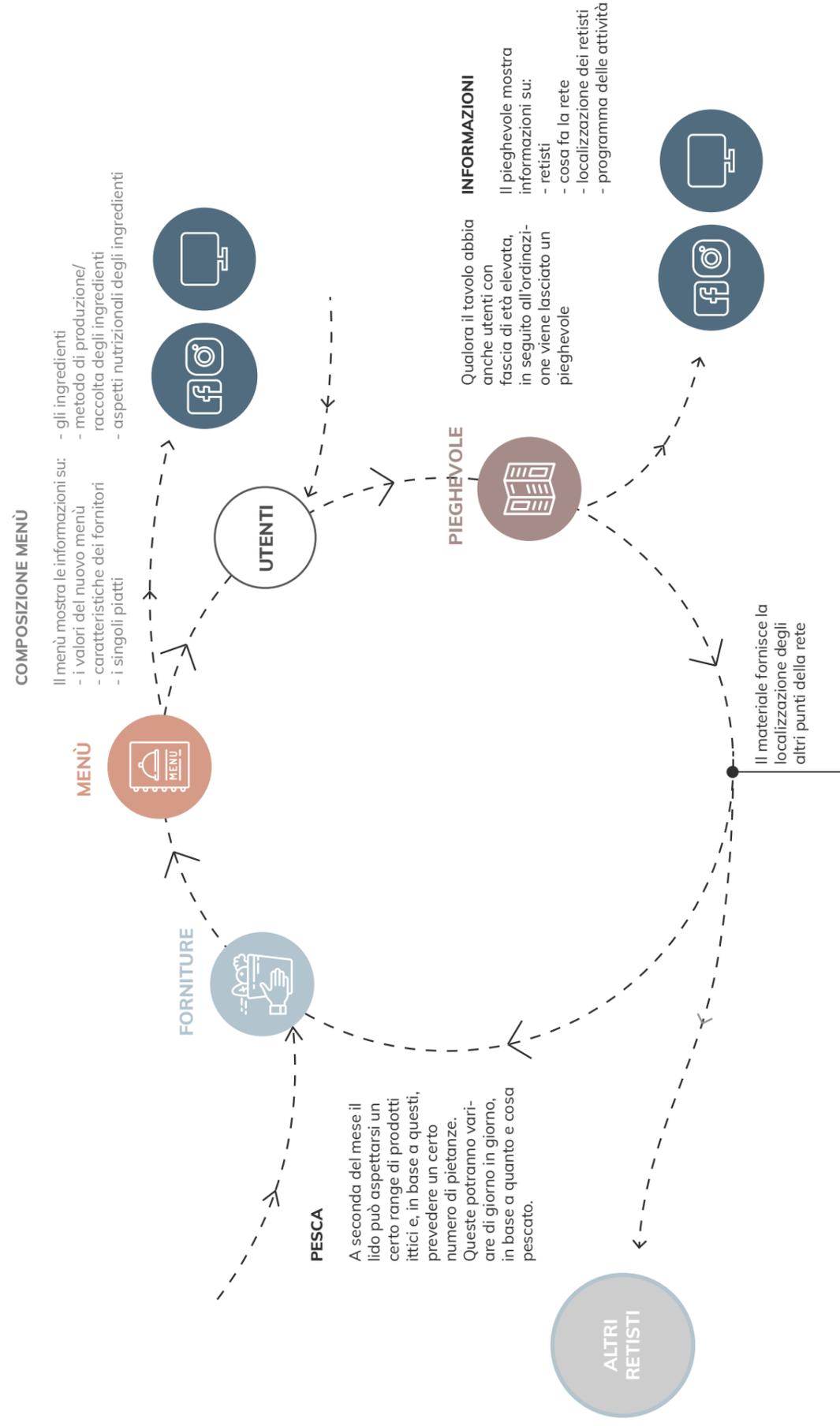
I testi sono molto brevi, essendo però numerosi nel complesso, si è deciso di non apporre a fine menù anche la descrizione dell'attività di rete. Maggiori informazioni sono riportate sul sito, al quale è possibile accedere tramite QR code, e nel pieghevole che viene comunque distribuito sui tavoli del ristorante.

Per quanto riguarda il format, si è scelto uno **stile** abbastanza **formale**, con un linguaggio al limite tra le due tipologie. La font usata è anch'essa formale e ordinata: Muli per il testo e Railway per i titoli. I colori sono molto tenui e non impattanti; si cerca comunque di dare risalto a delle illustrazioni colorate che rappresentano gli ingredienti della pietanza descritta. Nel complesso il menù comunica **calore, qualità e attenzione** verso il cliente.

Si rivolge fondamentalmente a persone adulte, essendo la fascia di età che più frequenta la ristorazione di pesce. Dello stesso menù si hanno anche altre tre lingue: francese, inglese e tedesco. Sono state selezionate queste perché secondo le statistiche fornite in sede di ricerca, sono le lingue più parlate dai turisti che frequentano la città.

Il menù si “connette” con il sito web tramite un QR code e un indirizzo e con i social network tramite il nome delle pagine.

FIG. 4  
FUNZIONAMENTO RISTORAZIONE



IMG. 2  
Copertina e prima pagina del menù retrogusto



## GLI ELEMENTI

### LA PESCA

Il pesce è locale, selvaggio e arriva fresco ogni mattina. Se fate attenzione potete anche notare Felice, un pescatore artigianale, che giunge con le sue cassette di pesci e crostacei zampettanti appena districati dalle reti. I prodotti della piccola pesca sono caratterizzati da un'estrema qualità delle carni, ancora intrise di profumo di mare e colori vividi.

### L'ORTO

La cucina della tradizione è fortemente caratterizzata per il connubio dei frutti dell'orto e quelli del mare. Sapiente di questo, la piccola impresa Nardi è situata sulle colline Vastesi e secondo necessità ci fornisce di ortaggi, verdura e frutta, coltivati con metodi di lotta integrata.

## I TRASFORMATI

Vasto è famosa per due tipicità di pomodoro: l'ecotipo antico Mezzotempo di Vasto e il Pomodoro a Pera d'Abruzzo. Da questi si ricavano le conserve biologiche, prodotte dall'azienda multifunzionale Sapori Veri. La stessa ci fornisce di farine bio ottenute da grani antichi, come la Senatore Cappelli, il grano Solina tipico d'Abruzzo e il Saragolla.

## DOLCI & SALATI

Per ultimo, ma non meno importante, dolci e salati vengono preparati da Camilla & Timo, che utilizza a sua volta i prodotti biologici di Sapori Veri. Il laboratorio è piccolo e vi lavorano delle mani esperte. Per completare il tuo pasto, potrai così gustare le prelibatezze della tradizione come se fossero state cucinate dalla nonna.

IMG. 3  
Fronte e retro delle pagine che illustrano i retisti



## TRIGLIE CON SALSINA ALLE ERBETTE

Trèjje cu la sâzze a lu piffisènele e a la vasanicòle

Un antipasto sfizioso, brioso e finger food



**DESCRIZIONE DEL PIATTO**  
La triglia di scoglio è un pesce dalle tante sfumature di colori, con un corpo allungato e con il muso caratterizzato dai barbigli. Viene pulito con gentilezza dal cuoco, per evitare la rottura della pelle. Le triglie sono insaporite con limone, pepe, sale e infornate nella fragranza semola prima di portarle a doratura nell'olio. Il pesce viene servito nel massimo della croccantezza e accompagnato da una fresca salsa allo yogurt, amalgamata con maitonese, basilico e prezzemolo del nostro orticello.

Contiene glutine, uova, lattosio  
Prezzo: 8



## FARINA DI SEMOLA, GRANO DURO CAPPELLI BIO

La semola è ottenuta dalla macinazione del grano duro e ha un caratteristico color giallo. Questo macinato è il segreto per dare la perfetta croccantezza alle frittelle. Il Senatore Cappelli è una cultivar antica; la sua capacità di attingere agli strati più profondi del terreno rende il grano ricco di sostanze nutritive.

**CURIOSITÀ:** La coltivazione è biologica e avviene sulle colline di Vasto, grazie alla cura della cooperativa Sapori Veri. Il frumento Cappelli prese il nome dal marchese abruzzese Raffaele Cappelli (non l'inventore), senatore del Regno d'Italia, che lo sperimentò nei suoi campi.

## PREZZEMOLO &

 stagione  
**BASILICO CLASSICO**

 stagione

Il prezzemolo stimola l'appetito e la digestione, è considerato diuretico e depurativo. L'alto contenuto di vitamina C svolge un'azione protettiva e antiossidante.

Il basilico è ricco d'innumerabili minerali e nutrienti tra cui la vitamina K e il manganese. È un'ottima fonte di rame e vitamina C, oltre che di calcio, ferro, acido folico e acidi grassi omega 3.

**CURIOSITÀ:** Sia il basilico che il prezzemolo possono crescere anche in vaso. Quelli presenti in questo piatto sono coltivati proprio da noi. La grande vicinanza con il mare dona alle piante aromatiche un ulteriore profumo di saieadine.

## TRIGLIA DI SCOGLIO

 stagione

Il nome della triglia deriva da un'antica credenza, secondo cui il pesce si riproduceva tre volte l'anno, da cui il prefisso "tri". È una specie gregaria e usa i due barbigli per rovistare nella sabbia alla ricerca di cibo. La carne è magra, digeribile e ricca di nutrienti.

**CURIOSITÀ:** Felice cattura questo pesce con i tramagli, reti da posta costituiti da differenti tipi di maglie. Sono molto selettive, ogni maglia cattura una specie bersaglio specifico.



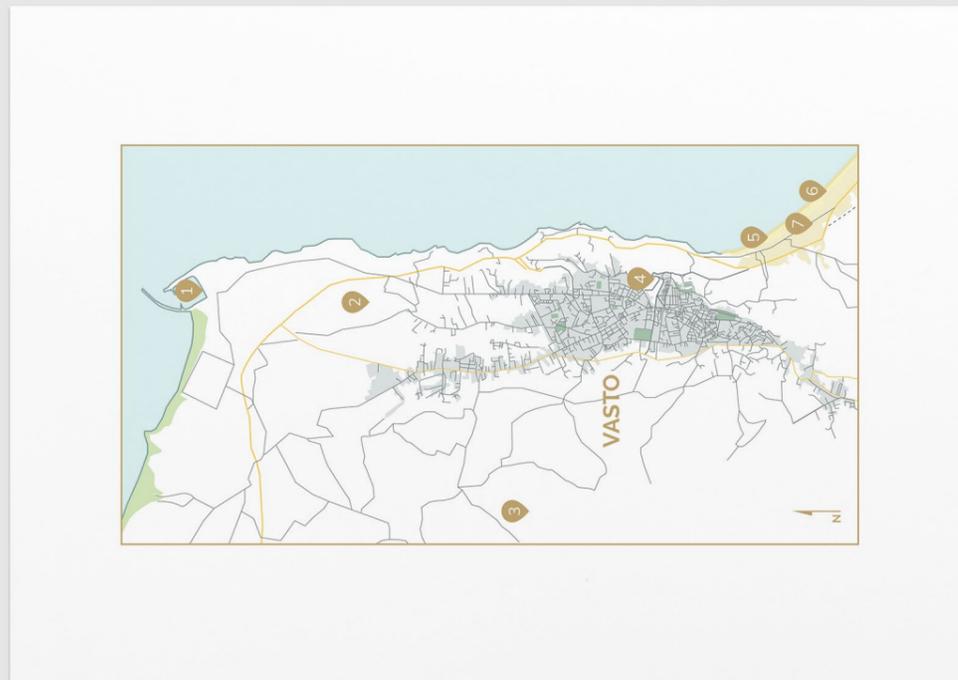
IMG. 4  
Visione fronte/retro di un antipasto



IMG. 5  
 Visione fronte/retro di un primo



IMG. 6  
 Visione fronte/retro del secondo



IMG. 7  
Visione fronte/retro della mappa



IMG. 8  
Visione finale del menù

## I PIATTI

In base alle interviste effettuate con più pescatori artigianali si è creato un elenco di **pescato disponibile** nel periodo che intercorre tra aprile e settembre. Ovviamente va da sé che in caso di catture diverse, queste non vadano “discriminate”, per cui al menù scritto è affiancato un eventuale elenco a voce.

Da questo elenco, tramite un processo di **food history** e nuove combinazioni, sono stati estrapolati dei **piatti** che potrebbero essere considerati per la composizione del menù (Cfr. FIG. 5). Purtroppo le pietanze tradizionali sono ben poche e per due motivi. Prima di tutto, rispetto al passato alcune specie o non si trovano più oppure girano molto più al largo e quindi fuori dalla portata della piccola pesca. Secondo, molti piatti sono a base di molluschi bivalvi e gasteropodi che non possono essere venduti in maniera diretta dal pescatore e quindi fintantoché presente anche il menù classico, questi non saranno presenti nel menù RETROGUSTO.

La procedura utilizzata per la ricerca delle pietanze è la stessa che dovrebbe essere effettuata dai retisti. Il ristorante non può scegliere i piatti da solo e raccontare degli ingredienti e delle curiosità, poiché sono informazioni di cui non è assolutamente a conoscenza. Necessita

invece del **contributo di tutti**. Si tratta di una procedura che richiede sicuramente molto tempo, ma è uno degli **step più forti per la creazione di legami collaborativi**.

Nella pagina seguente è riportato l'elenco di possibili pietanze divise per i mesi e per tipologia di portata.  
Per ogni specie ittica<sup>5</sup> è stata fatta una **combinazione di piatti tra antipasti, primi e secondi in base a quale cottura e portata sono adatti**. Per esempio l'orata è adatta solo per la cottura alla griglia, quindi verrà progettato un solo foglio al riguardo da inserire nel menù. Mentre con le seppie è possibile preparare tre pietanze diverse. In totale vi sono quindi 24 piatti, compresa la frittura mista e il Brodetto di pesce alla Vastese.

5 NB: i molluschi bivalvi e gasteropodi non sono stati trattati perché devono necessariamente essere venduti ad un centro di depurazione o di smistamento

ANTIPASTI	PRIMI	SECONDI
<b>APRILE</b>		
Bruschette con pomodorini e tracina	Pasta al nero di seppia	Cannocchie ripiene
Insalata di pesce prete	Pasta al sugo di cannocchie	Gallinella all'acqua pazza
	Penne con ragù di tracina	Seppie ripiene alla vastese
		Fritto misto con triglie, seppie, donzella, gallinella
		Triglie al limone
		Arrostato di pesce prete
<b>MAGGIO</b>		
Bruschette con pomodorini e tracina	Pasta al nero di seppia	Cannocchie ripiene
Insalata di pesce prete	Pasta al sugo di cannocchie	Gallinella all'acqua pazza
	Penne con ragù di tracina	Seppie con carciofi di Cupello
		Seppie ripiene alla vastese
		Fritto misto con triglie, seppie, donzella
		Triglie al limone
		Arrostato di pesce prete
<b>GIUGNO</b>		
Bruschette con pomodorini e tracina	Pasta al nero di seppia	Seppie con carciofi di Cupello
Cannocchie ripiene	Penne con ragù di tracina	Seppie ripiene alla vastese
Triglie con salsa alle erbe	Spaghetti al filetto di Sarago fasciato	Triglie al limone
Insalata di pesce prete	Pasta al sugo di cannocchie	Sarago alla griglia
		Fritto misto con triglie, seppie, cianchetta, gallinella
		Sparaglione alla griglia
		Sogliola alla mugnaia
		Arrostato di pesce prete
		Gallinella all'acqua pazza
<b>LUGLIO</b>		
Bruschette con pomodorini e tracina	Pasta al nero di seppia	Triglie al limone
Insalata di pesce prete	Penne con ragù di tracina	Fritto misto con triglie, seppie, cianchetta
	Spaghetti al filetto di Sarago fasciato	Sparaglione alla griglia
		Sogliola alla mugnaia
		Scorfano grande alla griglia
		Arrostato di pesce prete
		Sarago alla griglia
<b>AGOSTO</b>		
Tagliata di polpo e patate	Insalata di riso e polpo	Triglie al limone
Seppie con peperoni arrosto e zucchine grigliate	Pasta al nero di seppia	Fritto misto con polpo, triglie, seppie, cianchetta
Bruschette con pomodorini e tracina	Spaghetti al filetto di Sarago fasciato	Sparaglione alla griglia
Insalata di pesce prete	Penne con ragù di tracina	Sogliola alla griglia
		Scorfano grande alla griglia
		Arrostato di pesce prete
		Sarago alla griglia
<b>SETTEMBRE</b>		
Tagliata di polpo e patate	Insalata di riso e polpo	Polpi in purgatorio
Seppie con peperoni arrosto e zucchine grigliate	Pasta al nero di seppia	Fritto misto con polpo, triglie, seppie, suro, sogliole, gallinella
Bruschette con pomodorini e tracina	Penne con ragù di tracina	Gallinella all'acqua pazza
		Seppie ripiene alla vastese
		Orata alla griglia

FIG. 5  
Elenco di piatti divisi per mesi e tipologia di portata

Per quanto riguarda i **dolci**, tra quelli che si trovano nel periodo estivo (nel senso che non sono stati presi in considerazione ad esempio i dolci tipici natalizi) sono stati selezionati:

- le catarrette <sup>6 7</sup>;
- la crostata alla marmellata;
- i tortini al cioccolato;
- i mostaccioli;
- i tarallucci ripieni;
- i bocconotti

Confronta l'immagine 9 per un esempio.

Un menù apposito per il dolce è lasciato sul bancone del bar, per permettere al cliente di visionare le caratteristiche anche al di fuori dei pasti. È stata scelta questa opzione per motivi di spazio, non essendoci aree sufficienti per porre in "vetrina" le descrizioni di ogni dolce. Sul bancone è però presente una "**cartolina**" per le **pizze**, con lo stesso contenuto e stessa grafica ma posta in una cornice di plexiglass.

6 Lu Furnarille, <http://www.lufurnarille.it/categoria-prodotto/catarrette/>

7 Vinci L., 2016, <https://lorenzovinci.it/magazine/prodotti-tipici/le-ferratelle-abruzzesi-morbide-e-croccanti-ricetta-abbinamenti/>



IMG. 9  
Visione fronte/retro di un dolce

## HAPPY HOUR FISH & COCKTAILS

L'aperitivo a base di pescato è pensato soprattutto per i **giovani**, cioè coloro che, insieme a chi ha minor capacità di spesa, non consuma spesso prodotti ittici.<sup>8</sup> Alla base dell'happy hour vi è l'utilizzo strategico del **pescce povero**, che come ripetuto più volte, non indica la scarsa qualità delle sue carni ma uno **scarso interesse da parte del mercato ittico vastese** (la stessa specie potrebbe costare anche 10 volte di più in un'altra zona come accade per i cefali) e di conseguenza dei consumatori. Le ricette che si possono creare sono diverse, a partire dalla frittura mista che vede pesciolini pressoché sconosciuti come la donzella, la cianchetta e il suro, e che si differenzia dalla più richiesta ai calamari, il cui prezzo finale è molto più elevato. L'happy hour è pensato appositamente per chi cerca qualcosa di **poco impegnativo e nuovo**, ma di **qualità** e la vista sul mare non fa che impreziosire l'atmosfera.

Anche in questo caso sono state analizzate delle portate per avere un'idea di cosa fosse possibile proporre valorizzando i pesci poveri (Cfr. FIG. 6).

Dell'intera lista è stato preso in esame il mese di giugno, come anche avvenuto per il menù dei pasti, ed è stata individuata una combinazione di piatti, il cui prezzo finale insieme ad un aperitivo alcolico o analcolico, si attesta sulle 10 €.

La proposta sarebbe:

- frittura mista con triglie, seppie, cianchette, e gallinelle di mare
  - bruschette con tracina e pomodorini
  - pasta alla chitarra con sarago fasciato
- Ovviamente le porzioni sono minori di quelle di un pasto classico e il quantitativo a piatto di pesce si attesta sui 100 gr.

A differenza dei pasti classici non è possibile però scegliere quali stuzzichini ordinare, ma solo il cocktail. Come anticipato, l'aperitivo si svolge solo nei weekend e il giorno varia in base al mese. Il tutto viene programmato in anticipo in modo da affiggere manifesti (Cfr. IMG. 10/11/12) una sola volta per tutta la stagione. La locandina quindi illustra le date, il luogo e il prezzo e anticipa la caratteristica principale dell'happy hour: "**(pesci vastesi) POVERI MA BUONI**", frase che allude ai dolcetti dal nome "brutti ma buoni". Il poster ha uno stile diverso rispetto al manifesto della rete, più informale, giocoso e con utilizzo di termini inglesi. Oltre che in maniera cartacea l'evento viene segnalato anche sulle pagine Facebook e Instagram.

8 Cfr. capitolo 10 \ Analisi di mercato

APERITIVO A BASE DI PESCE
<b>APRILE</b>
Fritto misto con triglie, seppie, donzella, gallinella
Bruschette con pomodorini e tracina
Pasta al nero di seppia
<b>MAGGIO</b>
Fritto misto con triglie, seppie, donzella
Pasta al nero di seppia
Bruschette con pomodorini e tracina
<b>GIUGNO</b>
Fritto misto con triglie, seppie, cianchetta, gallinella
Spaghetti al filetto di sarago fasciato
Bruschette con pomodorini e tracina
Penne con ragù di tracina
Triglie con salsa alle erbe
<b>LUGLIO</b>
Fritto misto con triglie, cianchetta
Spaghetti al filetto di sarago fasciato
Bruschette con pomodorini e tracina
<b>AGOSTO</b>
Insalata di riso e polpo
Fritto misto con polpo, triglie, cianchetta
Spaghetti al filetto di sarago fasciato
Tagliata di polpo e patate
<b>SETTEMBRE</b>
Insalata di riso e polpo
Tagliata di polpo e patate
Fritto misto con polpo, triglie, seppie, suro, sogliole, gallinella

FIG. 6  
ELENCO DI PIATTI PER APERITIVO A BASE DI PESCE POVERO, DIVISI PER MESI

Per ogni tavolo viene fornita una "**cartolina**" **illustrativa** (Cfr. FIG. 7 e IMG. 13). Lo scopo è quello informativo e di sensibilizzazione: viene in breve spiegato cos'è il pesce povero e perché si chiama in tal modo. Pochi dati essenziali e il solito QR code che invita a scoprire di più direttamente dal sito web della rete. L'idea di fondo che si vuole trasmettere è che **è possibile mangiare pesce, di ottima qualità, anche a prezzi contenuti, se solo si ha il "coraggio" di sperimentare le specie più trascurate**. Ovvero ciò che avviene con questo format; così che il lido ne ha prima di tutto un ritorno economico, e di aumento della brand reputation e in secondo luogo, ma non meno importante, compie **un'azione di valorizzazione delle specie ittiche**.



IMG. 10



IMG. 11

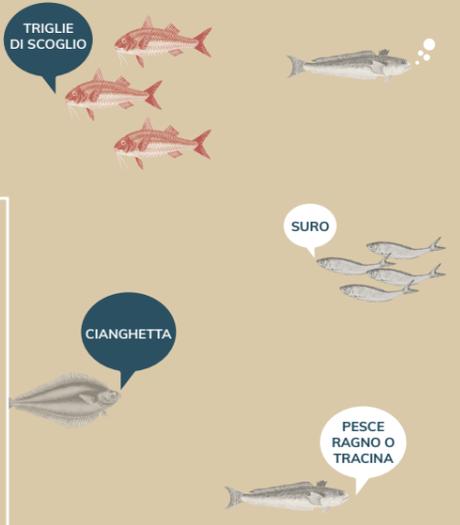
IMG. 10  
Manifesto Happy Hour Fish & CocktailsIMG. 11-12  
Manifesto Happy Hour Fish & Cocktails contestualizzati

IMG. 12

# PESCI "POVERI"? MA BUONI!

## PESCE POVERO:

- 1 poco richiesto essendo poco conosciuto, quindi più economico!
- 2 il pesce ha un ciclo vitale breve, si riproduce in grandi quantità e cresce velocemente
- 3 valori nutrizionali validi tanto quanto quelli del pesce "pregiato"
- 4 è meno esposto a contaminazione da metalli pesanti rispetto ai pesci longevi, come salmone e tonno
- 5 non confonderti: pesce povero non è pesce azzurro!
- 6 è ambientalmente sostenibile perché il pescatore con cui collaboriamo utilizza strumenti da pesca selettivi, sfrutta poco carburante e pesca solo pesce di stagione!
- 7 ma soprattutto è pesce Vastese!



Vuoi conoscere altri pesci poveri? Sai che anche il mare ha una stagione?



CHE ASPETTI?! SCOPRI TUTTO SUL NOSTRO SITO, E MOSTRACI LE TUE FOTO #pescepovero

FIG. 7, PG. PRECEDENTE IN ALTO  
CARTOLINA ILLUSTRATIVA, HAPPY HOUR FISH & COCKTAILS

IMG. 13  
Cartoline Happy Hour Fish & Cocktails contestualizzate

Fino a questo punto si è illustrata la strategia di promozione che riguarda prettamente il lido. Nelle pagine seguenti si analizzeranno invece i deliverables che sono avanzati da tutti i retisti.

## PIEGHEVOLE

A confronto con i social, il pieghevole potrebbe sembrare uno strumento un po' datato. Ma la scelta di inserirlo tra i deliverables non è stata casuale ma pianificata. Il cartaceo mostra in breve cosa fa la rete, da chi è composta, qual'è la loro offerta e la localizzazione delle loro imprese. Riporta insomma brevemente su carta ciò che è spiegato ampiamente sul sito web.

É allora indispensabile? Ebbene sì, perché in alternativa si escluderebbe quella fascia di età più elevata, che non è avvezza alla tecnologia, anzi che non la possiede affatto. Il ristorante, a differenza degli altri retisti, distribuisce il pieghevole solo quando necessario (in presenza di utenti che a vista potrebbero non usare internet), poiché c'è già il menù che fornisce i dati per la connessione sul web da cui reperire le informazioni di interesse per il singolo utente. Nel pieghevole vengono poste solo le informazioni più importanti e con delle icone o immagini che richiamano l'attenzione (Cfr. IMG 14 e FIG. 8/9).

IMG. 14  
Visione brochure nel complesso



IMG. 13

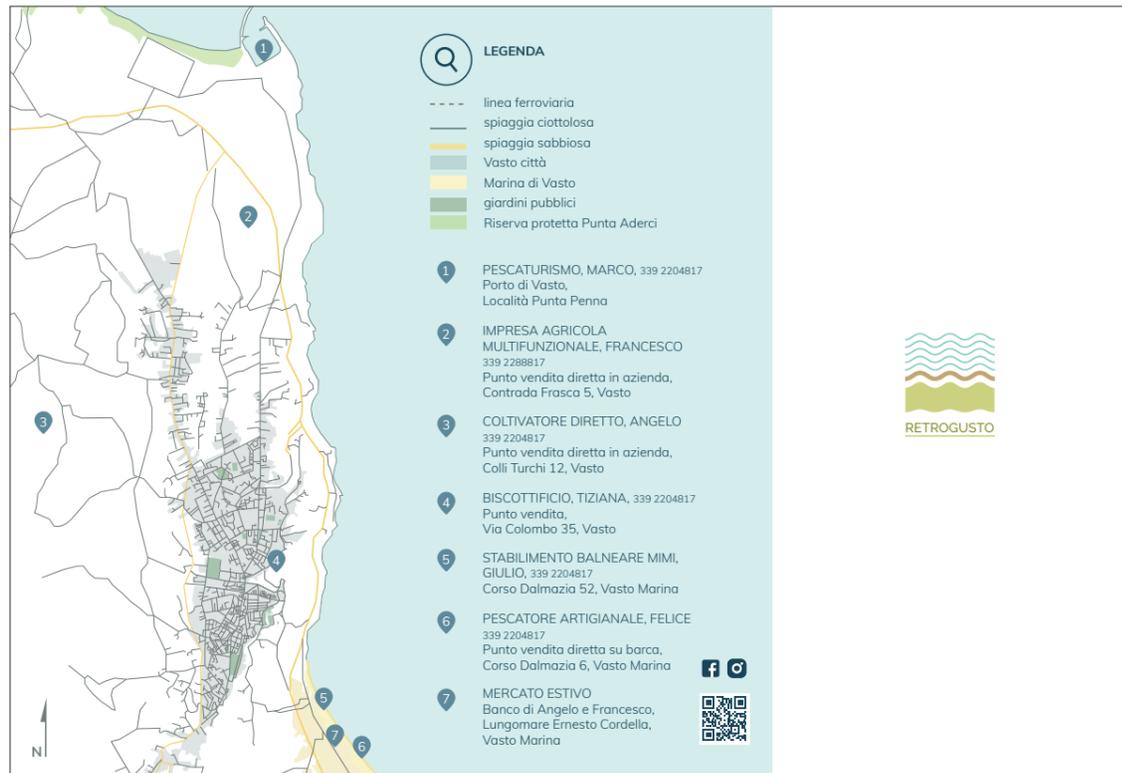
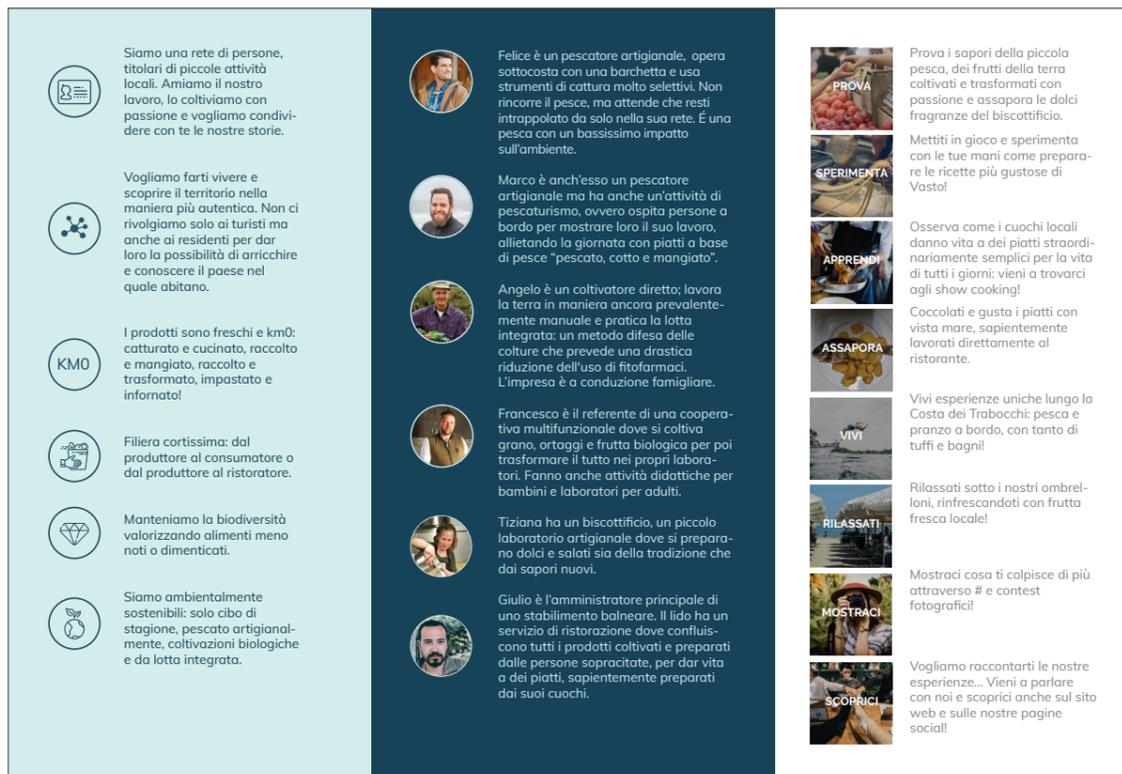


FIG. 8  
PIEGHEVOLE, ESTERNO

FIG. 9  
PIEGHEVOLE, INTERNO



MANIFESTO

Poiché il manifesto deve intercettare nuovi clienti e visto che l'attenzione dedicata a questi strumenti è di pochi secondi, verranno presentate solo delle key word che aiutano l'utente a capire l'attività della rete (Cfr. IMG. 15/16). Il poster è comunque connesso ai social network e al sito web tramite QR code, dove possono essere reperite ulteriori informazioni.



IMG. 15



IMG. 16

## CONTEST FOTOGRAFICO

Il contest è organizzato nel periodo estivo in modo da permettere anche ai turisti e soprattutto alle fasce più giovani di parteciparvi. La finestra temporale dovrebbe essere quella che va dal 17 maggio 2020 al 12 luglio 2020, per un periodo complessivo di 57 giorni.

Il contest si rivolge ad una particolare fascia di utenza: la **personas "Luca"**<sup>9</sup>. Come già detto precedentemente, i partecipanti devono essere maggiorenni, ovvero che alla data del 17/05/2020 abbiano compiuto 18 anni e con un'età non superiore a 35. I partecipanti dovranno cogliere l'**anima** e il **valore** delle **attività produttive artigianali** (Cfr. IMG. 17). Le sezioni sono quattro e ogni partecipante può proporre fotografie per ognuna delle seguenti:

- Pesca artigianale
- Agricoltura
- Laboratori di trasformazione agricola
- Piatti tipici locali

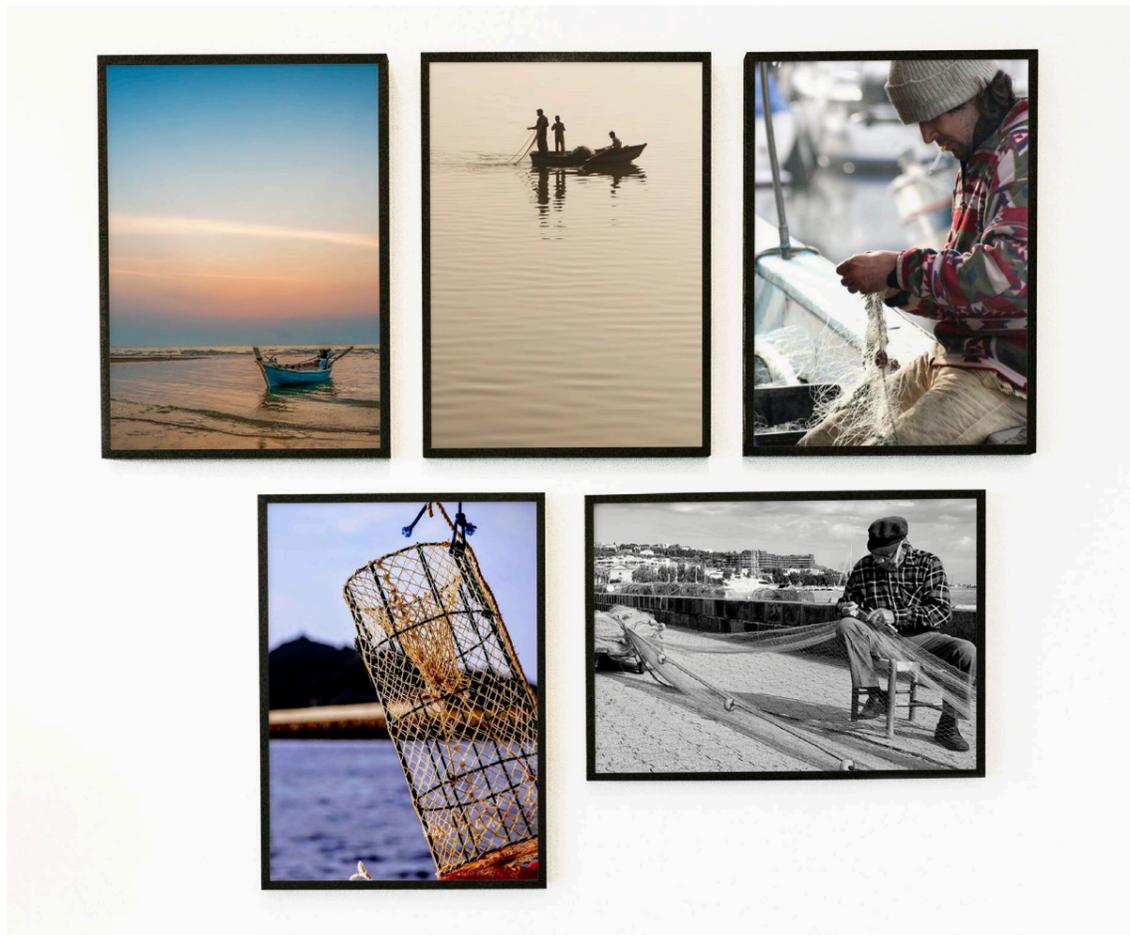
Per facilitare il lavoro dei partecipanti, i retisti sono a disposizione per essere fotografati e per raccontare il loro lavoro. Ogni sezione avrà il suo vincitore, che sarà decretato sia da una giuria che dal pubblico. La mostra serve proprio a selezionare i quattro fortunati (all'ingresso vengono forniti delle schede di votazione uniche per evitare il replicarsi del voto di una stessa persona) e ha scopo di divulgazione dell'attività della rete. In seguito a nomina, è anche previsto un buffet preparato dal biscottificio locale. L'evento funge da ulteriore ampliamento del pubblico giovane, venendo così a conoscenza della rete.

L'iscrizione al concorso è gratuita. Ai sensi del D.P.R. n. 430 del 26.10.2001, art. 6, comma 1, lettera a), il contest non deve considerarsi concorso a premio, in quanto rientra tra le manifestazioni indette esclusivamente per la produzione di opere artistiche nelle quali il conferimento del premio all'autore dell'opera prescelta ha carattere di corrispettivo di prestazione d'opera o rappresenta un titolo d'incoraggiamento nell'interesse della collettività.<sup>10</sup> In questo caso i premi possono rappresentare corrispettivo di prestazione d'opera se la rete decide di utilizzare le fotografie per scopi di pubblicizzazione e titolo di incoraggiamento nell'interesse della collettività in quanto l'iniziativa mira a promuovere i valori della terra ed il corretto rapporto con il cibo. Ad esclusione dei vincitori selezionati, non è previsto alcun compenso o rimborso.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Cfr. sottocapitolo 09.7 \ Personas

<sup>10</sup> D.P.R., 430/2001

<sup>11</sup> Martini E., 2015, <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatilmpresa/2015-01-15/concorsi-premi-maggiori-esenzioni-la-produzione-opere-letterarie-artistiche-o-scientifiche-103717.php>



IMG. 17  
Mostra del contest fotografico, sezione "Pesca artigianale"

## SHOW COOKING

Anche gli show cooking sono progettati per il periodo estivo. Ne sono previsti 5, uno per ogni mese a partire da maggio. Nei primi due e a settembre si terranno di domenica pomeriggio (a giugno verso il tramonto), quando è possibile incrociare e attrarre l'attenzione dei passanti che camminano sul lungomare. Invece a luglio e ad agosto sono previsti di giovedì, poiché gli altri giorni della settimana risultano già normalmente carichi di eventi.

Lo show cooking è una delle più importanti **azioni di sensibilizzazione**, nonché azione per l'**aumento della brand reputation**. Come esplicitato nelle pagine precedenti, il prodotto ittico meno conosciuto potrebbe anche essere scelto nei ristoranti, ma non entrerà mai nelle case delle persone se la comunità non sa come pulire o cucinare una determinata specie o non

la sceglie perché erroneamente non la ritiene di qualità. Per questo motivo con lo show cooking si punta ad **aumentare l'apprezzamento** verso specie trascurate, coinvolgendo il pubblico con delle ricette semplici e veloci. Vengono illustrate le tecniche di pulitura del pesce, che può variare sia in base alle specie che in base alla pezzatura. Anche i cuochi fanno la loro parte; non sono stati scelti chef stellati e famosi perché l'idea che si vuole trasmettere è quella di una cucina semplice, quotidiana e alla portata di tutti.

Il **format è di tipo dimostrativo** e non pratico ed è adatto non solo a chi già di per sé ama cucinare, ma anche per chi non ne è molto avvezzo e non si "sporchierebbe mai le mani".

Per incrementare l'interesse intorno allo show vengono invitati degli ospiti come esponenti di Slow Food e Legambiente<sup>12</sup>, che forniscono il loro contributo e condividono i loro saperi.

IMG. 18  
Esempio di show cooking

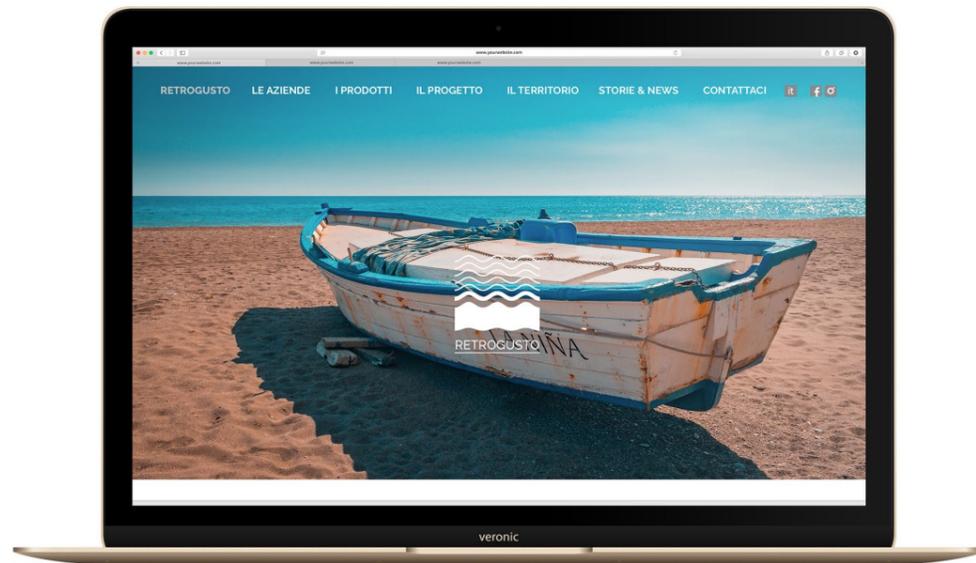


## SITO WEB

Il sito web è di tipo responsive per adattarsi a qualsiasi dispositivo ed è progettato tramite piattaforma CSM. Ogni tot. di tempo, in particolare modo in estate <sup>13</sup>, viene aggiornato con la pubblicazione di articoli in modo da mantenere il sito attivo. È uno strumento fondamentale per **raggiungere i turisti**, soprattutto stranieri (deve disporre quindi di più lingue). La pagina deve trasmettere tutte le informazioni sulla rete per soddisfare la curiosità di chi ad esempio vi giunge partendo dalla pagina Facebook e desidera approfondire o chi è un'impresa e vorrebbe entrare a farne parte. Nello specifico fornisce informazioni su:

- cos'è il progetto, quali sono gli obiettivi, quali sono i valori che crea, le caratteristiche della filiera corta e quali sono i benefici per il cliente e il territorio;
- le persone che compongono la rete, e quindi la loro attività, i loro prodotti e informazioni per contattarli;
- caratteristiche sui prodotti stagionali, sulle specificità locali, informazioni sul pesce povero;
- informazioni sul territorio con mappa che illustra cosa visitare in città;
- gallery;
- una serie di articoli/racconti che parlano di

IMG. 19/25  
Homepage del sito web



mitologie e leggende legate al mare e alla costa vastese;

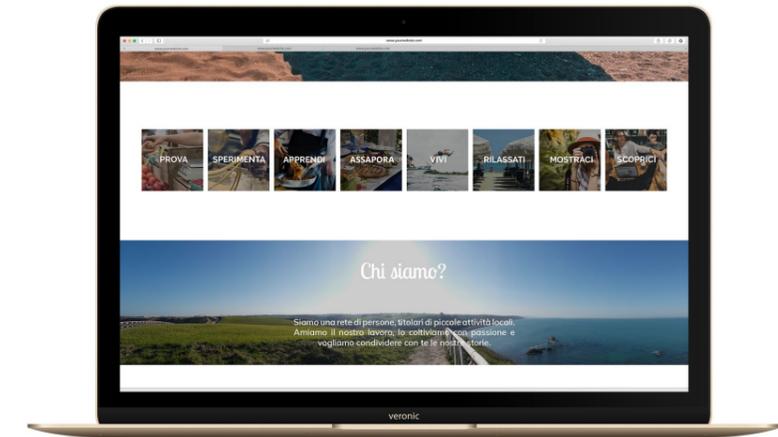
- news sulle attività della rete e news sul mondo.

Il sito fornisce i link alla pagina FB e Instagram della rete e a tutte le altre pagine dei retisti. Allo stesso tempo sul sito ci si può arrivare, oltre che tramite i social network, anche attraverso i mezzi di comunicazione cartacea quali pieghevoli, manifesti e menù, per mezzo di QR code e indirizzi web.

È destinato in particolar modo ad un **pubblico adulto** e di un **medio-alto livello culturale**. Lo stile e il linguaggio devono essere formali ma non con toni freddi, il sito dovrebbe comunque emozionare; chi guarda e legge deve percepire qualità. Per dar maggior calore ai testi ma senza appesantire, alcuni titoli sono stati posti con un carattere stile corsivo open source "Lobster Two". Ad esempio può essere indicato per personas come Antonio, Elena e in misura minore Luca.

La FIG. 10 mostra l'architettura del sito, compresi i link tra le pagine e la distinzione tra testo e immagine/illustrazione. I riquadri dal contorno verde indicano la parte fissa presente in ogni sezione, ovvero l'header e il footer. Oltre all'architettura, è stata anche progettata la home page, che racchiude in maniera sintetica tutte le altre pagine (Cfr. IMG. 19/25)

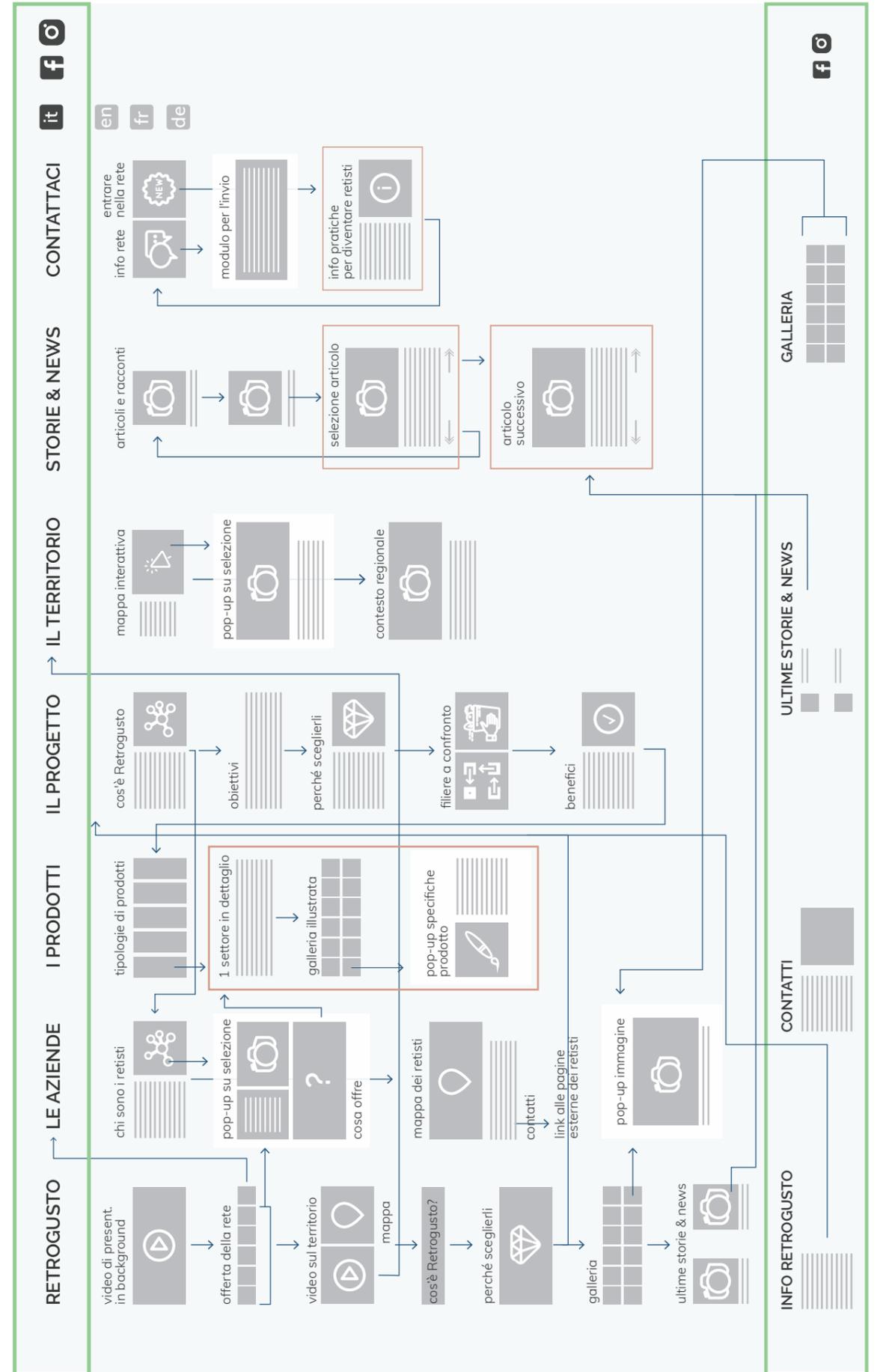
IMG. 20/25  
Homepage del sito web, con scroll verso il basso



13 Per ulteriori dettagli sulla programmazione di uscita degli articoli, cfr. il sottocapitolo 09.5 \ Flusso di cassa economico



FIG. 10. PAGINA SUCCESSIVA  
ARCHITETTURA DEL SITO WEB



Per il sito web è richiesto il lavoro di un team esperto: un web designer che si occupi della strategia di comunicazione e della veste grafica, un copywriter (richiesta anche la traduzione in francese, inglese e tedesco) e un fotografo che effettui un servizio ad hoc per il sito e i contenuti da inserire. Gli articoli aggiuntivi riguardano sia le attività retiste che informazioni generiche. È stato stimato che in un anno vengono pubblicati due articoli sullo stabilimento balneare, precisamente a giugno e a settembre.



Esempio di pubblicazione di post e linguaggio usato su Instagram

## SOCIAL NETWORK

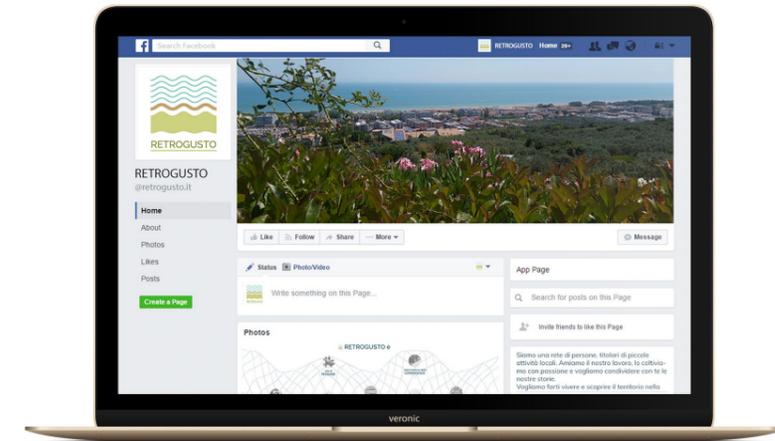
Il social network è sicuramente più dinamico rispetto al sito web. Lo scopo è quello di aumentare la **brand awareness** della rete. Per questo i social richiedono un'attenzione continua, devono essere sempre aggiornati con nuove informazioni e immagini. L'impronta che si vuole dare in questo caso è informale: il registro linguistico deve essere **giovane e attraente**; bisogna interagire e creare un rapporto con i follower.

Su Facebook si condividono testi che riguardano **notizie del territorio** e **novità dal mondo**, post sulle **attività dei retisti**, le eventuali promozioni e in maniera sintetica nella sezione "informazioni" gli obiettivi della rete, cosa fa, chi sono i suoi aderenti ed eventualmente il link di riferimento della loro pagina personale (Cfr. IMG. 26). Facebook presenta un'età molto più varia. Si potrebbero trovare personas come Maria, Antonio, Luca ed Elena. Coloro che maggiormente interagirebbero sono Maria e Luca.

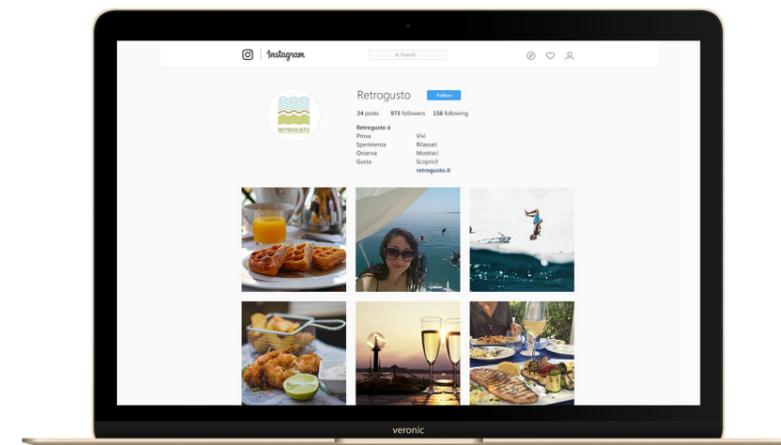
Instagram è invece fondamentale per **attrarre la fascia più giovane**. Con questo strumento ci si rivolge prettamente ai "Luca". Le foto e i **contenuti multimediali** (di brevissima durata) devono essere di alta qualità e trasmettere emozioni. Sono di grande impatto ad esempio **scatti still life sul cibo**, la **convivialità** a tavola, il **paesaggio rurale/costiero** e le esperienze svolte con il pescaturismo (Cfr. IMG. 27/28).

Per la produzione di tutti questi contenuti è fondamentale la figura del social media manager su cui la rete deve investire e con cui deve avere una continua comunicazione per veicolare alla community messaggi congrui e corretti. Si tratta insomma di un professionista che deve lavorare a tempo pieno.<sup>14</sup>

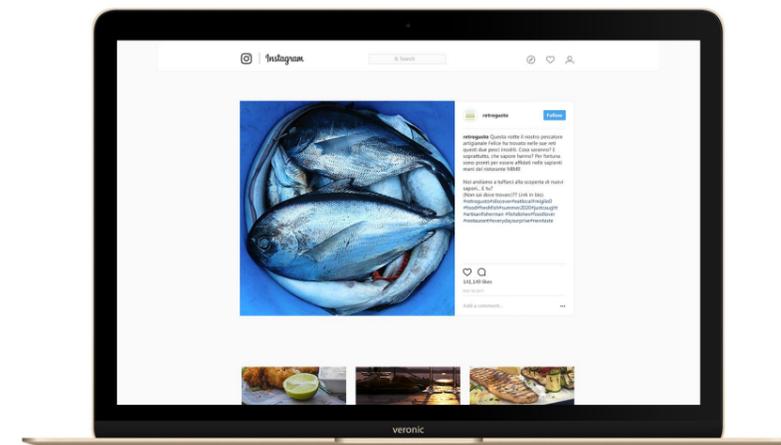
<sup>14</sup> Esposito R., 2016, <https://www.studiosamo.it/social-media-marketing/social-media-manager/>



IMG. 26  
Homepage Facebook della rete



IMG. 27  
Profilo Instagram della rete



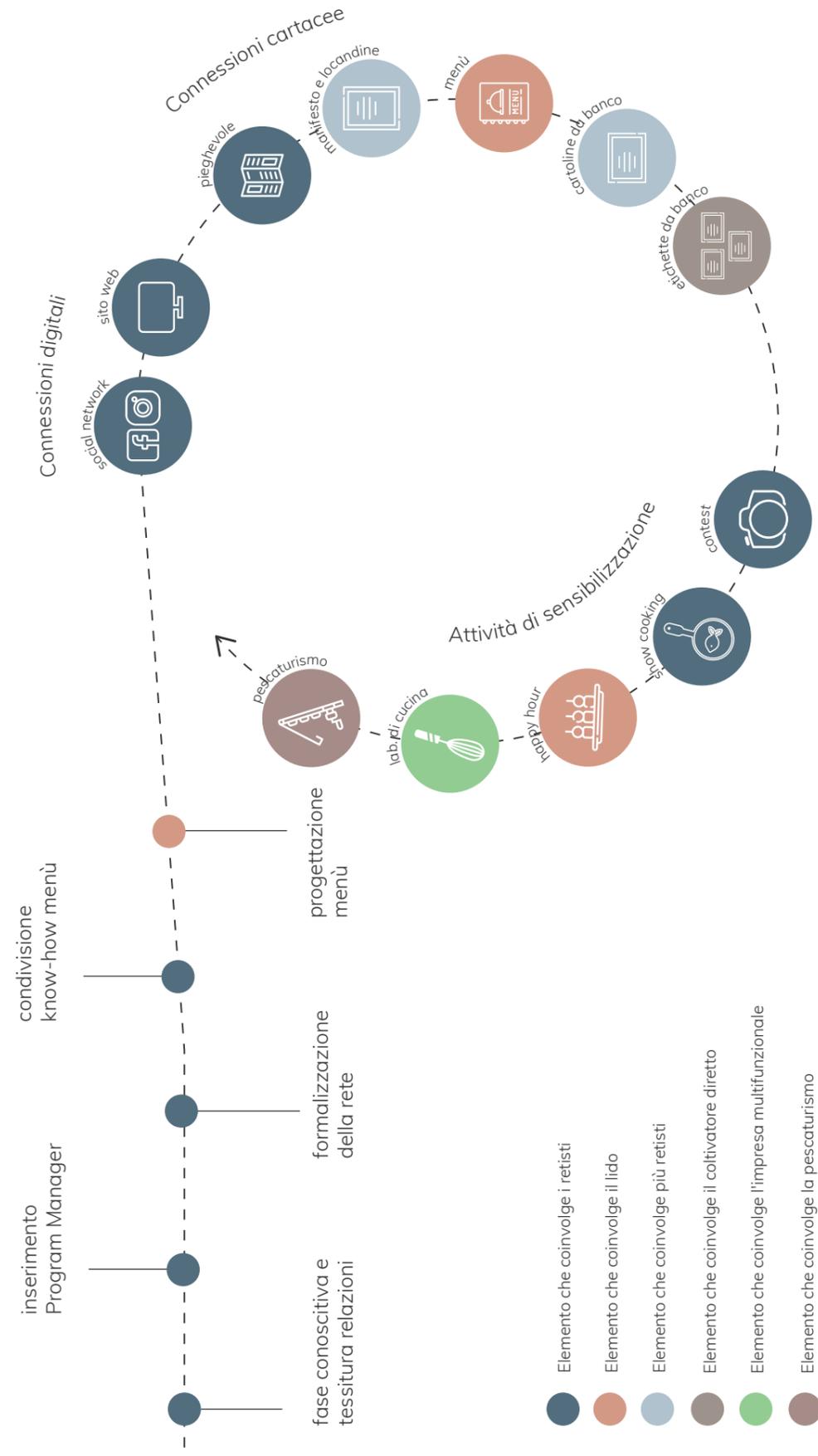
IMG. 28  
Post Instagram della rete

## 08.5 \ SVOLGIMENTO CRONOLOGICO

L'avvio del progetto è previsto per ottobre 2019, essendo il periodo estivo troppo impegnativo per tutti i retisti. Inoltre poiché la **fase di conoscenza preliminare** dei futuri collaboratori è **fondamentale e delicata**, è giusto che ci si dedichi con la massima attenzione. Questo primo step serve infatti per porre le basi di un **rapporto di fiducia**; e prevede degli incontri in tutte le aziende così da osservare le modalità di lavoro degli altri. Vengono anche predisposti i primi colloqui per la ricerca di un Program Manager che si occupi della gestione del network. Entro la seconda settimana di gennaio la rete dovrebbe essere iscritta ufficialmente al Registro delle Imprese, ma il programma e gli

obiettivi saranno stabiliti in anticipo in modo da partire subito con le fasi di ricerca e scambio know-how. Per esempio gli incontri finalizzati alla creazione dei menù per il ristorante e le etichette per gli imprenditori agricoli e il biscottificio richiedono tempo, quindi è doveroso intraprenderli quanto prima. La rete avrà una durata di test di due anni. Dunque a settembre 2021 si vedranno i risultati e gli obiettivi raggiunti. La figura 11 della pagina seguente illustra le varie attività che verranno svolte dalla rete in ordine cronologico: dall'inizio lineare al periodo ciclico.

FIG. 11  
TIMELINE DELLA RETE



## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

## C

Capra F., Luisi P. L., 2014, *Vita e Natura, Una visione sistemica*, Aboca, Sansepolcro (AR)

## D

D.P.R., 26 ottobre 2001, n. 430, *Norme in materia di Manifestazioni a Premio*

## R

RetImpresa, 2015, *Linee guida per il business plan di Rete*, [http://www.retimpresa.it/phocadownload/GUIDE\\_LIBRI/Linee%20Guida%20BPRete-Aprile2015-WEB.pdf](http://www.retimpresa.it/phocadownload/GUIDE_LIBRI/Linee%20Guida%20BPRete-Aprile2015-WEB.pdf)

RetImpresa, 2013, *Il Management delle Reti di Impresa, dalla costituzione alla gestione operativa*, <http://www.apqi.it/media/1133/retimpresa-il-management-delle-reti-dimpresa-1.pdf>

## V

Vaiasica A., 2018, *Reti di Imprese come sistemi dinamici, Uno studio sul modello organizzativo delle competenze*, Inapp Report, <https://oa.inapp.org/handle/123456789/179>

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

## C

Chioggia Pesca, Sarago, <http://www.chioggiapesca.it/?pesci=sarago>, ultima consultazione 20/01/2019

## D

D'Ambrosi I., 2015, *Cosa vuol dire km0 quando si parla di cibo*, "Expo Net", [www.expo2015.org/magazine/it/sostenibilita/km-zero-.html](http://www.expo2015.org/magazine/it/sostenibilita/km-zero-.html), ultima consultazione 18/01/2019

## E

Esposito R., 2016, *Social Media Manager: cos'è e cosa fa*, <https://www.studiosamo.it/social-media-marketing/social-media-manager/>, ultima consultazione 18/01/2019

## F

Fresco Pesce Magazine, 2014, *Tutto sulla triglia*, "Gastronauta", <https://gastronauta.it/prodotti/1894-tutto-sulla-triglia.html>, ultima consultazione 20/01/2019

## G

Gallino A., 2014, *Filiera corta o chilometro zero: che differenza c'è?*, "Considero valore", <https://www.considerovalore.it/filiera-corta-o-chilometro-zero-orientiamoci-nel-lessico/>, ultima consultazione 18/01/2019

## H

Humanitas, Research Hospital, <https://www.humanitas.it/enciclopedia/alimenti>, ultima consultazione 20/01/2019

## L

Lu Furnarille, Catarrette, <http://www.lufurnarille.it/categoria-prodotto/catarrette/>, ultima consultazione 20/01/2019

## M

Martini E., 2015, *Concorsi a premi: maggiori esenzioni per la produzione di opere letterarie, artistiche o scientifiche*, "Il Sole 24 ore", <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatimpresa/2015-01-15/concorsi-premi-maggiori-esenzioni-la-produzione-opere-letterarie-artistiche-o-scientifiche-103717.php>, ultima consultazione 18/01/2019

Molino Artigianale Dibenedetto, 2011, *Senatore Cappelli, breve storia di un grano illustre e del suo inventore*, <http://molinoartigianaledibenedetto.it/home/2011/02/10/senatore-cappelli-breve-storia-di-un-grano-illustre-e-del-suo-inventore/>, ultima consultazione 20/01/2019

## V

Vinci L., 2016, *Le ferratelle abruzzesi*, "Lorenzo Vinci. Italian gourmet club", <https://lorenzovinci.it/magazine/prodotti-tipici/le-ferratelle-abruzzesi-morbide-e-croccanti-ricetta-abbinamenti/>, ultima consultazione 20/01/2019

## IMMAGINI

IMG. 1  
Benzaghi69, 2007, Vasto, Punta Penna & Punta Aderci, [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c2/Vasto%2C\\_Punta\\_Penna\\_%26\\_Punta\\_Aderci.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c2/Vasto%2C_Punta_Penna_%26_Punta_Aderci.jpg)

IMG 5  
Senior Airman Christopher Callaway, Taste of Navarre, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:1\\_SOW-Taste\\_of\\_Navarre\\_140504-F-TJ158-158.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:1_SOW-Taste_of_Navarre_140504-F-TJ158-158.jpg)

ICONE  
<https://www.flaticon.com/search?word=spring>

## IMMAGINI SITO WEB

Ciavatta Nicola,

Fotografie proprie,

Google Earth Pro, 2017, dati mappa "SIO, NOAA, U.S. Navy, NGA, GEBCO"

Pixabay, <https://pixabay.com/>

Pexels, <https://www.pexels.com/>

Roca M. G., 2018, Los turistas conviven con el pescador y viven en persona una auténtica jornada de pesca, "Wikipedia. L'Enciclopedia libera.", [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marinero\\_por\\_un\\_d%C3%ADa\\_con\\_Pescaturismo.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marinero_por_un_d%C3%ADa_con_Pescaturismo.jpg)

Terre dei Trabocchi, <https://www.visitterredeitrabocchi.it/>

## IMMAGINI SOCIAL NETWORK

Lannutti Carmela,

Pixabay, <https://pixabay.com/>

Pexels, <https://www.pexels.com/>

Foografie proprie

## IMMAGINI PIEGHEVOLE

Foografie proprie

Pixabay, <https://pixabay.com/>

Pexels, <https://www.pexels.com/>

U.S. Department of Agriculture, 2013, Farmer with produce screenshot, "Flickr", <https://www.flickr.com/photos/usda-gov/8671479747/in/photostream/>

## IMMAGINI MANIFESTO

Musement, Bari Pasta experience, <https://www.musement.com/it/bari/bari-walking-tour-with-pasta-experience-min-2-adults-6633/>

Pixabay, <https://pixabay.com/>

Pexels, <https://www.pexels.com/>

## MOCKUP DESIGNED BY ...

"GraphicBurger", <https://graphicburger.com>

aleksandr\_samochny, "Freepik", <https://www.freepik.com/free-psd>

Graphictwister, "Freepik", <https://www.freepik.com/free-psd>

Freepik, "Freepik", <https://www.freepik.com/free-psd>

Rawpixel, "Freepik", <https://www.freepik.com/free-psd>

yeven\_popov, "Freepik", <https://www.freepik.com/free-psd>

**09 \**

**Fattibilità economica**

## 09.1 \ DESCRIZIONE DELLA RETE

### PERCHÈ UNA RETE DI IMPRESE

Una rete tra imprese a livello giuridico è utile perché permette la stipulazione di un contratto senza limitazioni sul numero di attività che possono aderire, sulla loro forma giuridica, sulla loro dimensione e sul loro codice ATECO. Nella rete vi è condivisione di know-how, servizi e idee di sviluppo sostenibile. Questo tipo di contratto prevede che si collabori e si cooperi, lasciando alle singole attività di mantenere la propria **indipendenza e autonomia imprenditoriale**, al contrario di come ad esempio avviene con i consorzi o le cooperative. Mantenere l'indipendenza è fondamentale in un territorio in cui vige la regola della diffidenza e un contratto così flessibile potrebbe essere l'unica soluzione per far uscire dall'isolamento le piccole realtà (qui si fa riferimento ad un ipotetico ampliamento futuro della rete). Il network punta ad avere **rapporti contrattuali stabili**, molto difficili per esempio tra piccola pesca e ristorazione, ecco perché si rende anche necessaria una **chiara distribuzione dei costi e divisioni di mansioni** tra tutte le attività, sin dall'inizio. Con il contratto di rete si razionalizzano le spese, ripartendo gli investimenti in promozione e comunicazione.

### OBIETTIVI DELLA RETE

1. ampliamento del mercato locale per tutti i retisti;
2. condivisioni di costi quali branding, spese in comunicazione e promozione congiunta;
3. aumento di visibilità sul territorio e punto di riferimento per i turisti;
4. favorire lo sviluppo di un sistema economico produttivo sostenibile nella filiera della ristorazione e nel settore turistico;
5. creazione di un'esperienza turistica di qualità e fortemente legata al territorio;
6. tutela e promozione delle specificità locali;
7. valorizzazione dei metodi di produzione artigianali.

### CARATTERISTICHE DELLA RETE

Secondo normativa italiana, sono possibili due forme di rete: quella contratto e quella soggetto. Per tale attività è stata scelta la **rete-contratto**, (quella basilare) che manca di: personalità e soggettività giuridica, soggettività tributaria, non ha obblighi contabili e né partita IVA, ma che possiede di un codice fiscale. Si è scelta la struttura più leggera, senza fondo patrimoniale e senza organo comune per avere prima di tutto la possibilità di verificare che le sinergie funzionino e, **in caso di successo trasformarla fino ad arrivare alla rete soggetto**.

Come conseguenza gli atti previsti nel programma di rete producono i loro effetti direttamente nelle sfere giuridico-soggettive dei partecipanti. Questa modalità risulta più rischiosa, ma sicuramente meno costosa.

Ai fini della contabilità, i costi vengono imputati direttamente ai retisti e affrontati secondo quanto stabilito nel contratto sui **principi di competenza e tipologia**. In caso di costi solidali, questi verranno suddivisi equamente verso tutti, sebbene inizialmente vengano imputati ad un mandatario senza rappresentanza, che può cambiare di caso in caso. Quando si parla di competenza ci si riferisce alla suddivisione dei compiti per portare a termine i pacchetti attività definiti nel programma di rete. Inoltre **non tutte le reti devono apportare la stessa tipologia di contributo**, alcune metteranno a disposizione denaro, altre il personale e altre ancora delle attrezzature. Nello specifico i produttori primari e i trasformatori della materia prima apporteranno maggiormente i loro stessi prodotti, i commercianti maggiormente denaro contante, il lido il tempo (che viene quindi costificato) e così via. L'obiettivo è comunque quello di mantenere in equilibrio i vari costi apportati da ogni azienda, in un determinato periodo e non necessariamente per uno stesso pacchetto attività. La situazione è più complessa in fatto di gestione delle coproprietà di beni quando questi sono indivisibili. Ogni bene può essere di fatto affidato ad un singolo soggetto, sebbene i diritti di proprietà appartengano a tutti, e la sua amministrazione deve essere regolamentata.<sup>1</sup>

**Il contratto di rete è di tipo aperto**, ovvero si prevede l'entrata successiva di altri imprenditori sulla base di un specifico disciplinare concorda-

<sup>1</sup> AA.VV., s.d., <http://www.cortellazzo-soatto.it/Approfondimenti/TemieContributi/Ipofilicontabilinelcontrat-todirete.aspx>

to inizialmente tra gli originari contraenti. Per evitare che si vengano a creare situazioni in cui un'attività finisca a prevalere su altre e assuma una leadership, si è deciso di interpellare, come già anticipato, un Program Manager che si occupi della gestione dei retisti e ripartizione dei ruoli.

**La rete è un sistema misto di forma orizzontale (relazioni basate sulla condivisione di uno o più obiettivi comuni) e verticale (relazioni di filiera).** Per esempio tra pescaturismo e lido viene a conformarsi la prima tipologia; mentre tra pescatore, agricoltore, biscottificio e lido vi è chiaramente un lavoro di filiera.<sup>2</sup>

## MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

L'analisi degli stakeholder è stata effettuata utilizzando un modello definito di "salienza". Esso è uno dei modelli più semplici, al contrario di quello a matrice che non è risultato idoneo alla classificazione qualitativa della complessità della rete. I legami con l'interno e l'esterno del network sono piuttosto delicati e non si possono trattare tutti allo stesso modo. È opportuno che il Manager abbia a disposizione uno strumento per decidere a chi dare importanza in ordine di tempo e impegno.

Una volta elaborato l'elenco, gli stakeholder sono stati analizzati sotto il profilo di tre attributi e delle loro combinazioni:

- potere dello stakeholder di influenzare l'impresa (anche attraverso mezzi coercitivi);
- la legittimità, che riguarda la giustificazione del loro coinvolgimento con l'impresa;
- urgenza delle pretese.

**Più uno stakeholder presenta attributi, più sarà considerato "saliente".** Gli stakeholder **latenti** sono quelli che hanno un solo attributo e possono essere: "passivi", "discrezionali" ed "esigenti".

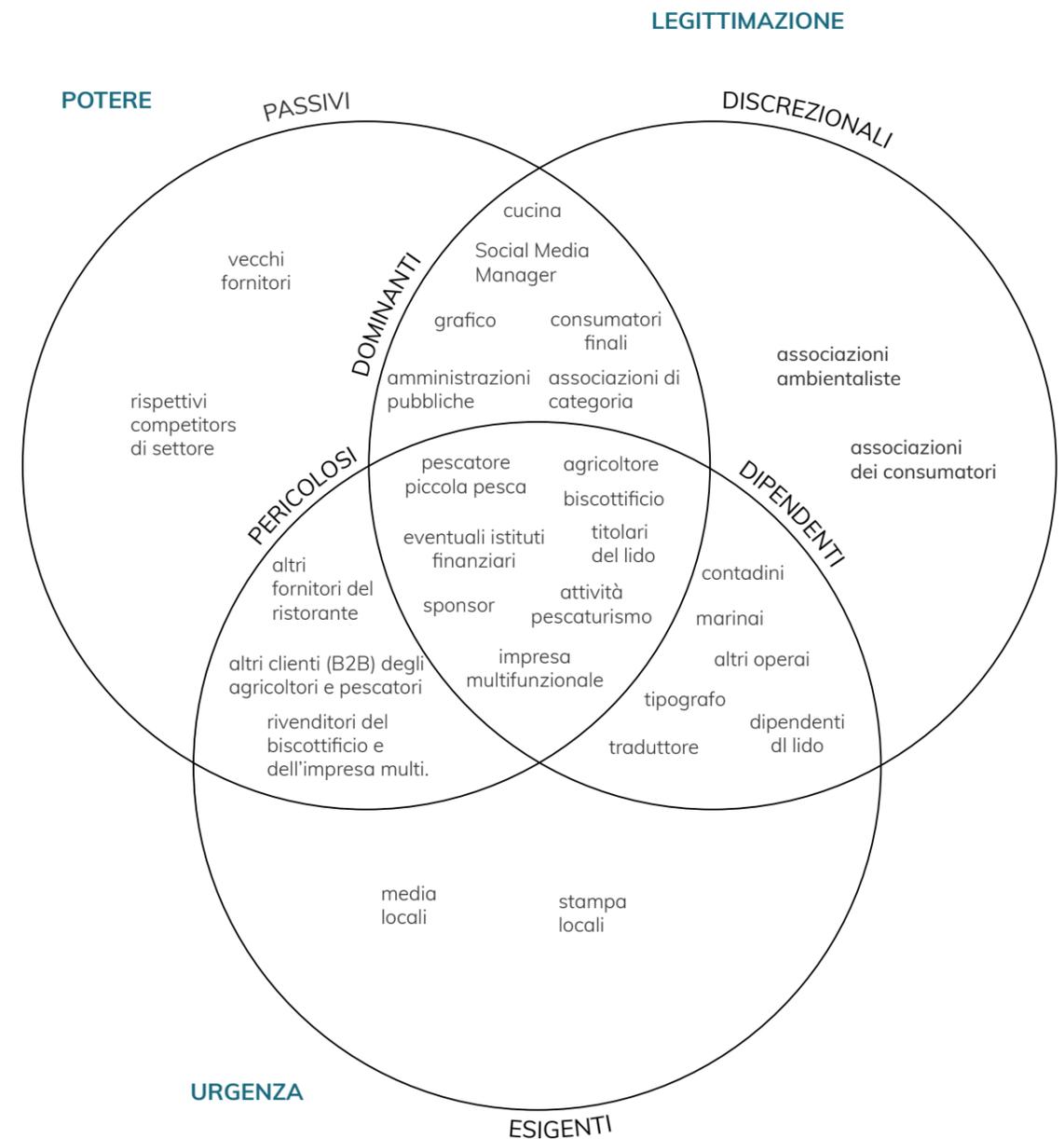
Quelli che ne presentano due sono considerati in "attesa": ci sono i "dominanti", i "dipendenti" e i "pericolosi".<sup>3 4 5</sup>

L'analisi rappresentata nella FIG. 1 è stata effettuata dal punto di vista del **Program Manager**, dove anche i retisti sono degli stakeholder e anch'essi sono stati classificati.

I retisti si trovano nel cosiddetto **core** e hanno la precedenza su tutti gli stakeholder esterni alla rete.

L'analisi rappresentata nella FIG. 2 è stata invece effettuata dal punto di vista dei gestori dello stabilimento balneare.

FIG. 1  
MAPPATURA STAKEHOLDER RETE

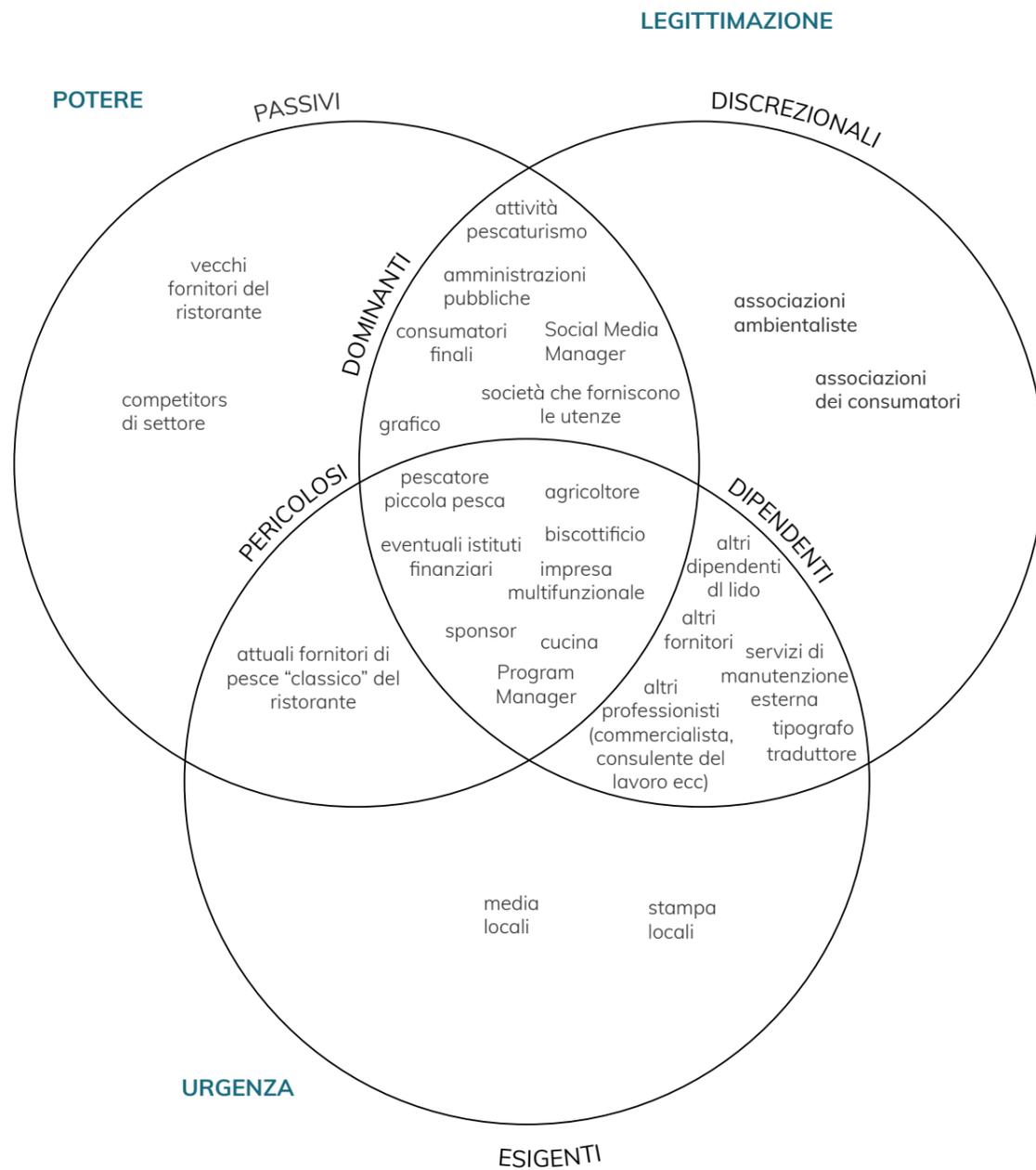


3 QL, <https://www.quadrologico.it/gestione-degli-stakeholder/>

4 D'Orazio E., 2005, [http://www.politeia-centrostudi.org/doc/Selezione/art\\_d\\_orazio\\_np\\_78.pdf](http://www.politeia-centrostudi.org/doc/Selezione/art_d_orazio_np_78.pdf)

5 Castellani G., 2015, pp. 155/158

FIG. 2  
MAPPATURA STAKEHOLDER LIDO



## 09.2 \ TREND DI SETTORE

Sebbene riportata nel capitolo ultimo della presenti tesi, **il trend di settore è stato effettuato in concomitanza allo svilupparsi del progetto** ed è stata fondamentale nel determinare alcune scelte strategiche per la parte di comunicazione e per un'ulteriore qualificazione delle personas.

### CONSUMO PRODOTTI ITTICI

Il testo più importante a cui si fa riferimento è un'indagine promossa dalla Commissione Europea sulle **preferenze e le abitudini di acquisto di prodotti ittici dei consumatori europei**. Lo studio si basa principalmente su delle analisi del 2016 già esistenti dell'EUMOFA, e di un'indagine condotta sui rivenditori e sui consumatori dall'Eurobarometro.

Nello specifico in Italia, nell'arco di 10 anni a partire dal 2005, è stato registrato un aumento dei prodotti trasformati a base di pesce e frutti di mare e una parallela diminuzione degli acquisti presso i pescivendoli. Il 40% acquista dalla GDO pesce surgelato e trasformati (prodotti da allevamento), mentre i pescivendoli sono scelti più per l'acquisto di molluschi e pesce selvaggio. Basso è l'acquisto diretto da pescatori e quasi nullo l'acquisto online. Però l'Italia dal 2005 al 2014 ha anche registrato un **aumento di prodotti con un più alto rapporto qualità / prezzo**, la cui media è anche più alta della media europea. Si consuma principalmente pesce marino (59% contro il 4% di quello da acqua dolce) e spesso selvaggio (33% circa, contro il 9% di quello da allevamento). Tra i vari tipi di prodotti, **il più acquistato è il pesce fresco e quello impanato**, ma la percentuale è comunque molto bassa (prossima allo 0%). Inoltre un 85% circa (superiore alla media europea) acquista preferibilmente pesce sfuso e un 60% circa (in linea con la media europea) pesce preconfezionato.

**I consumatori regolari di pesce** (almeno una volta al mese) **sono compresi tra il 60 e l'80%**, mentre i non-consumatori sono maggiori del 10%. Questi ultimi, rispetto agli altri stati europei, hanno una percentuale più alta. Allo stesso tempo però, **l'Italia ha un consumo pro-capite più alto della media europea**. Secondo l'Eurobarometro, nella nostra nazione un **120% circa acquista pesce per una questione di benessere e salute e un 65% circa per "edonismo"** (ovvero pietanza ottima per occasioni speciali e dal bell'aspetto da mettere su tavola)

e valori bassissimi per una questione di convenienza e facilità di preparazione. Questo ordine è rispettato anche nella media europea. In Italia altri fattori come **il prezzo, la diversificazione dell'offerta e le promozioni hanno un'elevata influenza sull'acquisto di pesce. L'origine geografica è un fattore che influenza particolarmente la scelta degli acquirenti italiani, con una percentuale superiore alla media europea**. Si fa molta attenzione anche al rapporto qualità/prezzo, ma quest'ultimo è meno rilevante rispetto alla qualità, per cui il fattore decisivo nella scelta di acquisto è piuttosto l'aspetto. Le campagne di sensibilizzazione (15 in un periodo che va dal 2004 al 2015) per l'acquisto di prodotti ittici in Italia, spingono molto sulla questione della provenienza geografica e secondo il report è dovuto più che altro ad esigenze locali (specie tipiche con basso valore sul mercato) invece che ad una effettiva sensibilizzazione del consumatore (visto che è già un fattore di scelta). Oltre a ciò, altre tematiche sono il consumo responsabile; l'identificazione di nuovi mercati interni; l'aumento della qualità, della sicurezza e della sostenibilità dei prodotti; e i programmi di formazione per i più giovani e per gli operatori di settore. Per quanto riguarda le informazioni sui prodotti ittici, **gli italiani hanno una grande fiducia** (con una percentuale superiore alla media europea) **nelle etichette obbligatorie per legge e ancora di più nelle informazioni volontarie reperite direttamente dal pescivendolo o dagli impiegati del negozio**.

A livello europeo la combinazione delle statistiche con il sondaggio mostra che tra il 2010/2015 i grandi distributori vincono su rivenditori tradizionali. Questo perché si preferisce acquistare i prodotti più economici e da allevamento dei grandi rivenditori, invece del pesce selvaggio e generalmente più costoso. In linea generale, **in Europa, la frequenza di consumo è legata all'età e alla disponibilità economica. Le fasce di età sopra i 44 anni mostrano la più alta frequenza di consumatori abituali, e la più bassa dei non fruitori. La fascia al di sotto dei 45 anni è esattamente l'opposto e il range di più giovani (15-24 anni) è quello con la percentuale più alta di non consumatori**. In altre parole, l'età adulta e l'elevata disponibilità economica sono le due variabili che più portano al consumo di prodotti ittici in maniera regolare. **Le persone più giovani acquistano poco pesce fresco, pre-**

ferendo quello surgelato o quelli trasformati. Mentre quelle più adulte e anziani prediligono il pesce fresco a discapito di prodotti processati. Inoltre le persone con un'età più elevata scelgono di acquistare prodotti ittici per **motivi di salute**, mentre coloro che hanno un reddito particolarmente alto li scelgono per **motivi edonistici**, soprattutto durante le occasioni speciali. Inoltre gli over 65 e gli studenti sono meno sensibili ai fattori quali prezzo, diversificazione dell'offerta e attività promozionali; mentre la fascia di età compresa tra i 35 e i 44 anni e i disoccupati aumentano i loro acquisti in base a cambiamenti di questi tre fattori. **L'aspetto e l'origine geografica sono elementi fondamentali per gli intervistati la cui età è compresa tra i 45 e i 74 anni. In particolare la provenienza è rilevante per le categorie benestanti e per coloro che hanno un alto livello di istruzione. Mentre il prezzo è più importante per la fascia di età compresa tra i 15 e i 44 anni, per gli studenti, per i manovali e per i disoccupati.**

Gli stati sud europei <sup>6</sup>, reperiscono informazioni sui prodotti ittici quasi esclusivamente dai pescivendoli o dagli impiegati del negozio; con valori decisamente più bassi da amici e parenti e a scendere da TV, libri e internet. Le sorgenti tecnologiche sono preferite dai giovani e dalle persone attive, che usano questi canali anche per motivi di lavoro. Le fonti come libri, TV e riviste usate dalle persone più anziane e meno attive che raramente escono di casa. Mentre le fonti più tradizionali che richiedono interazione (quindi pescivendoli e commessi) sono preferite da persone che hanno più tempo libero e che quindi vedono la spesa come un "momento sociale". In ordine decrescente di importanza ci sono le **informazioni** che interessano gli acquirenti dei paesi sud europei: **data di scadenza, se si tratta di prodotto decongelato, il nome e la specie del prodotto, se è selvaggio o di allevamento, l'area di cattura (tutte i dati sopracitati sono considerati molto importanti, con valori maggiori del 70%) e per ultimo con valori molto più bassi (circa un 35%) l'attrezzo usato per la pesca.** Inoltre il 70% dei consumatori ritiene importante la data di cattura o di produzione (quindi se il pesce è fresco o meno). Mentre ciò a cui non si presta particolare attenzione vi sono, in ordine decrescente di rilevanza: informazioni ambientali (importanti per i più giovani, e per le categorie professionali con un alto livello di benessere ed educazione), informazioni sul pescatore o sull'allevatore, la

nazionalità della nave che ha catturato il pescato (tutte intorno al 30%), mentre intorno al 10% informazioni etiche. Secondo i rivenditori intervistati, gli elementi più importanti da inserire nelle etichette sono: come cucinare il prodotto, il metodo di produzione (cioè se si tratta di pesce da allevamento o selvaggio) e l'origine (se è locale o meno). **Altri dati, come i metodi e gli attrezzi usati nella pesca non influiscono sull'acquisto poiché la maggior parte delle persone non li comprende. Invece per quanto riguarda le eco-etichette, nell'ultimo decennio è stato registrato un grande aumento di interesse, ma ha ancora un basso impatto sulle vendite.**



IMG. 1

6 NB.: poiché all'interno di una sotto-regione sono stati evidenziati comportamenti anche molto distanti tra di loro, le informazioni che vengono di seguito riportate non devono essere considerate necessariamente valide anche per l'Italia.

## TURISMO ENOGASTRONOMICO

Altro campo analizzato, è stato quello del **turismo culturale di tipo enogastronomico**. Un turista gastronomico è colui che si sposta dal luogo di residenza per sperimentare una destinazione nota per la presenza di un certo livello di prodotti gastronomici. La fruizione non si ferma alla degustazione ma procede con l'interessamento a tutto ciò che fa da cornice al cibo, compreso il contatto diretto con chi si è occupato della sua produzione e preparazione, portando ad una condivisione e scambio di saperi.<sup>7</sup>

Perché un prodotto raggiunga un certo livello di notorietà da essere ricercato deve passare per la valorizzazione del territorio e l'offerta di questo deve essere adeguata. Le produzioni tipiche sono importanti in quanto elementi distintivi di una identità locale. L'Abruzzo secondo Travaglini F. ha ancora un po' di strada da fare, non per le eccellenze gastronomiche già in essere ma per una qualità piuttosto bassa nella ricettività e nei servizi.<sup>8</sup>

Secondo il rapporto del 2018 sul Turismo Enogastronomico Italiano, **la domanda in questo settore in Italia sta aumentando**, sebbene non con lo stesso passo di altri paesi europei. Temi quali **qualità e sostenibilità** del luogo di destinazione sono decisivi per il 42% dei visitatori. Essendo il turista di oggi più orientato a scelte consapevoli e sostenibili, i gestori delle strutture ricettive si trovano davanti ad una sfida, ovvero quella di reinventarsi in ottica qualitativa ed esperienziale per restare competitivi nel settore.<sup>9</sup>

<sup>10</sup>

<sup>7</sup> Garibaldi R., s.d., <https://www.formazioneturismo.com/turismo-enogastronomico-forma-di-turismo-culturale/>  
<sup>8</sup> Spedicato lengo E., Travaglini F., Di Stefano O., 2016, pp. 172-177

<sup>9</sup> Gasca E., 2018, [http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-turismo-enogastronomico-un-settore-crescita#\\_ftnref](http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-turismo-enogastronomico-un-settore-crescita#_ftnref)

<sup>10</sup> Garibaldi R., 2018, [http://www.robtagaribaldi.it/wp-content/uploads/2018/01/ABSTRACT\\_Osservatorio\\_Turismo\\_Enogastronomico.compressed.pdf](http://www.robtagaribaldi.it/wp-content/uploads/2018/01/ABSTRACT_Osservatorio_Turismo_Enogastronomico.compressed.pdf)

## CONCLUSIONI

Riassumendo, l'aspetto negativo evidenziato dal rapporto europeo è che a livello generale, l'acquisto di pesce da GDO è aumentato negli ultimi anni a discapito di altri canali. Nel futuro è previsto che questa tendenza continui a crescere. Poiché i grandi distributori sono più interessati a vendere prodotti ittici da allevamento rispetto a quelli selvaggi, anche le attuali preferenze di consumo si modificheranno in tal senso<sup>11</sup> e si sentirà sempre meno l'esigenza di una professione artigianale come quella del piccolo pescatore e del pescivendolo. Nel frattempo però, risulta **incoraggiante che in Italia si continui a prediligere l'aspetto della qualità, del km0 e della freschezza**.

Altro aspetto che si è evidenziato ma di cui si era già a conoscenza, è il diverso approccio che ogni fascia di età e di estrazione sociale ha verso i prodotti ittici. Per questo con il progetto si è cercato di **coprire in maniera strategica i più vari fronti**, a partire dai laboratori per chi è desideroso di imparare a cucinare ricette particolari, agli show cooking per chi invece preferisce guardare senza "sporcarsi le mani", per arrivare agli aperitivi fronte mare non impegnativi per i giovani.

Dunque la fascia di età più elevata è maggiormente attenta al consumo di pesce fresco e locale, mentre i giovani per comodità scelgono di acquistare generalmente i trasformati. Risulta fondamentale allora incidere sui loro atteggiamenti cercando di incuriosirli a quello che è un vero e proprio patrimonio immateriale (e qui per esempio entra in gioco il pescaturismo), poiché loro saranno gli acquirenti del domani. Se non per il consumo privato, almeno per le scelte che si fanno quando si usufruisce di una ristorazione. I trend invece positivi nel settore del turismo enogastronomico fanno ben sperare che la strada della valorizzazione di pescato e agricoltura artigianale sia la scelta giusta, soprattutto differente da altre situazioni esistenti dove le attività promozionali legate al food hanno carattere di evento. Inoltre **la rete operando in sinergia è in grado di offrire al turista un set di attività tra cui scegliere, facendolo quindi sentire protagonista della sua vacanza**.

<sup>11</sup> EUMOFA, 2016



IMG. 2

## 09.3 \ PACCHETTI ATTIVITÀ

Avendo chiari gli obiettivi strategici della rete, sono stati stabiliti i **pacchetti attività**, fondamentali per la costituzione del programma di rete.

La fase più importante è quella iniziale, ovvero una volta individuati i portatori di interesse, ci si concentra sulla costruzione delle relazioni. Sebbene le imprese scelte siano già in partenza aperte alla collaborazione e consapevoli dell'importanza delle sinergie, è comunque **fondamentale superare ogni tipo di logica individualistica** involontariamente presente e **raggiungere un buon livello di fiducia**. È opportuno per esempio la visita ai locali di tutte le aziende, affinché vi sia uno scambio di know-how e si venga a conoscenza delle specificità di ogni singolo.

Passata la prima fase, che si stima di un mese, si punta ad ottenere un accordo preliminare e a redigere un programma di rete, dove vengono specificati i diritti e gli obblighi di ogni contraente.

Nella pagina seguente viene riportata la **Work Breakdown Structure** (Cfr. FIG. 3), ovvero i pacchetti e i sottopacchetti in cui il progetto è suddiviso. Rappresentano gli step da compiere per ottenere i deliverables.

Il contratto di rete viene stipulato tramite atto sottoscritto con la firma elettronica che necessita la firma di ogni rappresentate delle imprese. Prima di trasmettere il contratto al Registro Imprese è necessario provvedere alla sua registrazione presso l'Agenzia delle Entrate, pagando l'imposta di registro (168 totale; per ogni retista è di 21 €) e il bollo che varia in base alla forma giuridica dell'azienda (65,00 per le società di capitali; 59,00 per le società di persone; 17,50 per le imprese individuali). A ciò si aggiungono i diritti di segreteria pari a 90,00 € per l'azienda utilizzata come riferimento, indipendentemente dalla sua natura giuridica.<sup>12 13</sup>

<sup>12</sup> Camera di Commercio di Viterbo, Contratto di rete, [http://www.vt.camcom.it/it/tutti-gli-uffici\\_34/anagrafe-delle-imprese\\_51/registro-imprese\\_58/contratto-di-rete\\_199/](http://www.vt.camcom.it/it/tutti-gli-uffici_34/anagrafe-delle-imprese_51/registro-imprese_58/contratto-di-rete_199/)

<sup>13</sup> Infocamere S.C.p.a., 2015, [http://www.ch.camcom.it/uploaded/generale/Services/Registro%20Imprese/GUIDA\\_CRAT.pdf](http://www.ch.camcom.it/uploaded/generale/Services/Registro%20Imprese/GUIDA_CRAT.pdf)

### DIAGRAMMA DI GANTT

Il diagramma di Gantt (Cfr. FIG. 4) è stato fondamentale per la stima dei tempi necessari a portare a termine il progetto. Come anticipato si prevede l'inizio del progetto ad ottobre del 2019, così da essere a regime per l'estate 2020. Il periodo di prova è fissato a due anni, dopodiché si deciderà se continuare con la rete o se smantellarla qualora non avesse portato ai risultati previsti. Di conseguenza fino al 2021 non si prevede l'entrata di nuove imprese nel network.

Nel diagramma non vengono inserite le attività del lido cicliche, quelle cioè corrispondenti alla quotidianità: riforniture alimenti, preparazione e vendita al consumatore finale.

FIG. 3  
WORK BREAKDOWN STRUCTURE



FIG. 4  
DIAGRAMMA DI GANTT

ATTIVITA'			SETTIMANA LAVORATIVA							PERIODO		
PACCHETTI ATTIVITA'	ATTIVITA'	Durata (gg)	L	M	M	G	V	S	D	DATA INIZIO	Durata (gg)	DATA FINE
Costruzione relazioni	Fase conoscitiva delle imprese	30	7 gg (intera)							mar 01/10/19	30	mer 30/10/19
	Ricerca Program Manager e stipulazione contratto	30	5 gg (corta)							gio 31/10/19	42	mer 11/12/19
Stipulazione del contratto di rete	Redazione del contratto di rete e del programma	14	5 gg (corta)							gio 31/10/19	20	mar 19/11/19
	Sottoscrizione atto con la firma elettronica	5	5 gg (corta)							mer 20/11/19	7	mar 26/11/19
	Registrazione presso l'Agenzia delle Entrate	31	5 gg (corta)							mer 27/11/19	43	mer 08/01/20
	Iscrizione nel Registro Imprese	5	5 gg (corta)							gio 09/01/20	7	mer 15/01/20
Apertura pagina Fb e Instagram	Commissione lavoro Social Media Manager	7	5 gg (corta)							mar 21/01/20	9	mer 29/01/20
	Fase di avviamento	37	5 gg (corta)							mer 29/01/20	51	gio 19/03/20
	Gestione Pagina Facebook	548	7 gg (intera)							mer 01/04/20	548	gio 30/09/21
	Gestione Pagina Instagram	548	7 gg (intera)							mer 01/04/20	548	gio 30/09/21
	Letture dei risultati e pianificazione strategia successiva	548	7 gg (intera)							sab 04/04/20	548	dom 03/10/21
Progettazione sito web	Commissione lavoro Progettista freelance	7	5 gg (corta)							mar 03/03/20	9	mer 11/03/20
	Progettazione sito	30	5 gg (corta)							gio 12/03/20	42	mer 22/04/20
	Aggiornamento sito web	518	7 gg (intera)							lun 04/05/20	518	dom 03/10/21
Stampe	Invio materiali (pieghevoli, manifesto) alla stamperia	5	6 gg							sab 25/04/20	6	gio 30/04/20
	Stampa e ritiro	3	6 gg							sab 22/02/20	4	mar 25/02/20
Preparazione del menù	Preparazione contenuti del menù	90	7 gg (intera)							mer 27/11/19	90	lun 24/02/20
	Commissione lavoro ad un traduttore	14	5 gg (corta)							mar 25/02/20	18	ven 13/03/20
	Commissione lavoro al grafico	21	5 gg (corta)							mar 25/02/20	29	mar 24/03/20
	Acquisto clipboard	7	5 gg (corta)							mar 25/02/20	9	mer 04/03/20
	Ritiro stampe	1	6 gg							mer 25/03/20	1	mer 25/03/20
Preparazione elaborati happy hour	Commissione lavoro ad un traduttore per cartoline	3	5 gg (corta)							lun 04/05/20	3	mer 06/05/20
	Commissione lavoro al grafico per cartoline	1	5 gg (corta)							gio 07/05/20	1	gio 07/05/20
	Invio materiali (manifesto) alla stamperia	1	5 gg (corta)							ven 08/05/20	1	ven 08/05/20
	Stampa e ritiro	3	5 gg (corta)							lun 11/05/20	3	mer 13/05/20
Progettazione delle grafiche della rete	Preparazione contenuti del pieghevole	2	7 gg (intera)							gio 16/01/20	2	ven 17/01/20
	Commissione lavoro ad un traduttore	3	5 gg (corta)							lun 20/01/20	3	mer 22/01/20
	Commissione lavoro al grafico	2	5 gg (corta)							gio 23/01/20	2	ven 24/01/20
	Preparazione contenuti del manifesto	2	7 gg (intera)							gio 23/01/20	2	ven 24/01/20
	Commissione lavoro al grafico	2	5 gg (corta)							lun 27/01/20	2	mar 28/01/20
	Ritiro stampe e volantaggio	2	6 gg							lun 03/02/20	2	mar 04/02/20
Contest fotografico	Scegliere il tema e decidere i premi	2	5 gg (corta)							lun 03/02/20	2	mar 04/02/20
	Richiesta di affitto Biblioteca Mattioli per mostra	110	7 gg (intera)							mer 05/02/20	110	dom 24/05/20
	Ricerca fotografo per la giuria	5	5 gg (corta)							lun 10/02/20	5	ven 14/02/20
	Ricerca sponsor	5	5 gg (corta)							lun 17/02/20	5	ven 21/02/20
	Stilare il regolamento e i moduli di compilazione	5	5 gg (corta)							lun 24/02/20	5	ven 28/02/20
	Progettazione della grafica del contest, delle votazioni e stampe	10	5 gg (corta)							lun 13/04/20	12	ven 24/04/20
	Ritiro stampe e volantaggio	2	5 gg (corta)							lun 27/04/20	2	mar 28/04/20
	Gestione dei file in arrivo	57	7 gg (intera)							lun 18/05/20	57	lun 13/07/20
	Intervista stampa e media locali	30	5 gg (corta)							lun 11/05/20	40	ven 19/06/20
	Presentazione SCIA per somministrazione temporanea a. & b.	8	5 gg (corta)							mar 14/07/20	10	gio 23/07/20
	Selezione delle fotografie con punteggio	5	5 gg (corta)							mar 14/07/20	7	lun 20/07/20
	Acquisto forniture per mostra	5	5 gg (corta)							mar 21/07/20	7	lun 27/07/20
	Invio fotografie e stampa	10	6 gg							mar 21/07/20	11	ven 31/07/20
	Gestione invio mail ai selezionati	1	7 gg (intera)							mer 22/07/20	1	mer 22/07/20
	Lavorazione per buffet	1	6 gg							sab 01/08/20	1	sab 01/08/20
	Ritiro stampa, allestimento mostra	1	7 gg (intera)							dom 02/08/20	1	dom 02/08/20
	Mostra	1	7 gg (intera)							dom 02/08/20	1	dom 02/08/20
Show cooking	Organizzare le risorse e decidere i temi	1	6 gg							lun 16/03/20	1	lun 16/03/20
	Ricerca cuochi	18	5 gg (corta)							mar 17/03/20	24	gio 09/04/20
	Contattare esponenti di associazioni slow food e legambiente	7	5 gg (corta)							mer 15/04/20	9	gio 23/04/20
	Stabilire calendario	1	6 gg							lun 27/04/20	1	lun 27/04/20
	Acquisto attrezzature da cucina	14	6 gg							mer 15/04/20	16	gio 30/04/20
	Presentazione SCIA per eventi temperanei presso il lido	8	5 gg (corta)							lun 27/04/20	10	mer 06/05/20
	Progettazione della grafica del calendario e invio stampa	10	6 gg							mar 28/04/20	11	ven 08/05/20
	Ritiro stampe e volantaggio	2	5 gg (corta)							lun 11/05/20	2	mar 12/05/20
	Reperimento ingredienti	113	7 gg (intera)							sab 30/05/20	113	sab 19/09/20
	Allestimento show cooking	113	7 gg (intera)							dom 31/05/20	113	dom 20/09/20
	Show cooking	113	7 gg (intera)							dom 31/05/20	113	dom 20/09/20

## 09.4 \ PIANO DI GESTIONE DEI RETISTI

Dopo aver elaborato il diagramma di Gantt, le mansioni sono state divise per i retisti. Il **tempo stimato è stato costificato** sulla base del costo orario della loro professione, maggiorato di una percentuale per attività straordinaria (Cfr. FIG. 5). Sebbene l'analisi del flusso di cassa economico verrà effettuato solo sullo stabilimento balneare, il tempo degli altri retisti è stato comunque elaborato per avere almeno un'idea approssimativa di come le sei imprese dovrebbero gestirsi i compiti.

I paragrafi che seguono spiegano il metodo adottato per la stima. Dello stabilimento balneare sono stati riportati anche gli stipendi mensili dei dipendenti e professionisti esterni e i calcoli per contributi e TFR. Questo semplicemente per evitare di riprendere l'argomento nel capitolo poi dedicato all'analisi dei flussi di cassa.

### STABILIMENTO BALNEARE

Il lavoro effettuato da uno dei soci del lido <sup>14</sup>, colui che ha dato il maggiore conferimento economico, è considerato come appartenente al "Quadro A" secondo il CCNL. <sup>15</sup> Ovvero è quella figura che ricopre il ruolo di direttore/diregente e capo dei servizi amministrativi <sup>16</sup>. La sua retribuzione lorda è di 2.260 € mensili così come previsti per il 2020 per le aziende minori, comprensivi di paga minima, indennità di contingenza, E.d.r. confederale e indennità di funzione. Dividendo la quota mensile per 172 (considerando 40 ore settimanali di lavoro) si ottiene 13,14 €/h.

Il lavoro operato per la rete è considerato straordinario e la maggiorazione, del 30%, è calcolata sulla quota oraria della retribuzione. La paga diventa quindi di 17,1 €/h. <sup>17</sup>

Il lavoro effettuato dall'altro socio della società è considerato, sempre per semplicità di calcolo, come appartenente al "Quadro B". La paga mensile è di 2.091 € lorda e quella oraria è di

12,16 €. Con la maggiorazione del 30% è pari a 15,8 €/h. I lavoratori appartenenti a questo Quadro sono due.

Il lido assume con contratto a tempo stagionale (tipologia di contratto determinato) 1 dipendente per la sala/bar nel periodo di aprile, maggio e settembre; 3 per giugno; 4 per luglio e 5 per agosto. Stesso avviene per la cucina. I primi due dipendenti che vengono assunti hanno il livello Terzo con una paga mensile minima di 1.616 € lorda comprensiva anche di indennità di contingenza. Gli altri 4 hanno il livello Sesto Super con una retribuzione minima mensile di 1.371 €, anch'essa comprensiva di contingenza. Dal secondo anno, nel periodo di giugno vengono assunti 4 dipendenti e a luglio 4 per via dell'aumento della clientela.

Altri assunti sono lo spiaggiista di livello Sesto con una paga lorda minima mensile di 1.081 € <sup>18</sup> e un bagnino. La retribuzione minima è di 756,90 € per un Terzo livello (che in questo caso è quello più elevato) a cui deve essere aggiunta la contingenza pari a circa 550 € <sup>19</sup>. Il totale mensile è di 1.306 € e lavora solo da giugno a fine agosto.

Per i contributi Irpef si è calcolata un'aliquota del 28 %, mentre per l'Inail un 11 per mille della paga lorda. <sup>20</sup>

Per la somma del TFR dovuta ai singoli dipendenti si è utilizzato un calcolatore automatico a fini esemplificativi, i cui dati sono riportati direttamente in tabella <sup>21</sup>.

In casi di eccezionalità il lido si riserva, a nome di tutta la rete, di assumere lavoratori extra e di surroga (agendo come mandatario senza rappresentanza), che operano nello specifico in comparti legati al turismo e ai pubblici esercizi. Secondo la Circolare n. 18 del 16 febbraio 2018, la paga base oraria onnicomprensiva per un lavoratore di Sesto livello per gli stabilimenti balneari è di 12,42 €/h <sup>22</sup>. Tale valore è più alto del suo corrispettivo non extra del medesimo livello perché comprende già in sé, oltre ai soliti

<sup>14</sup> Si tratta di una S.N.C.

<sup>15</sup> In realtà è stata operata una procedura semplificata, in quanto le retribuzioni fanno riferimento al lavoro di dipendente

<sup>16</sup> Zanichelli, 2012, <http://online.scuola.zanichelli.it/enogastronomiasala/wp-content/uploads/Inquadramento%20CCNL%20del%20turismo%20e%20pubblici%20esercizi.pdf>

<sup>17</sup> IPSOA, 2018, [http://www.ipsoa.it/~media/Quotidiano/2018/02/23/pubblci-esercizi-ristorazione-e-turismo-siglato-il-nuovo-ccnl/Pubblici\\_esercizi\\_sintesi%20pdf.ashx](http://www.ipsoa.it/~media/Quotidiano/2018/02/23/pubblci-esercizi-ristorazione-e-turismo-siglato-il-nuovo-ccnl/Pubblici_esercizi_sintesi%20pdf.ashx)

<sup>18</sup> IPSOA, 2018

<sup>19</sup> CCNL, 2014, <http://www.rescueitalia.it/trattamento-e-economico-del-bagnino-di-salvataggio-italiano/>

<sup>20</sup> Semplici E., 2016, <http://www.mysolutionpost.it/archivio/lavoro/2016/03/calcolo-costi-lavoro.aspx>

<sup>21</sup> Avvocato Andreani, Risorse legali, <https://www.avvocatoandreaani.it/servizi/calcolo-tfr.php>

<sup>22</sup> FIPE, Confocommercio, 2018, <https://www.sindacatobalneari.it/sites/default/files/2018-02/Tabelle%20retributive%20gennaio%202018.pdf>

FIG. 5  
GESTIONE E COSTIFICAZIONE RISORSE UMANE

PACCHETTI ATTIVITA'	ATTIVITA'	N° RISORSE UMANE	h/gg	GIORNI	€/h	TOTALE A SINGOLA RISORSA	TOTALE PER TUTTE LE RISORSE	TOT. ATTIVITA' (escluso il Program)	TOTALE PACCHETTI ATTIVITA'			
Costruzione relazioni	Fase conoscitiva delle imprese	1	3	5	€ 17,10	€ 256,50	€ 256,50	€ 1.137,75	€ 2.275,50			
		1	3	5	€ 16,00	€ 240,00	€ 240,00					
		1	3	5	€ 12,70	€ 190,50	€ 190,50					
		1	3	5	€ 6,75	€ 101,25	€ 101,25					
		1	3	5	€ 9,00	€ 135,00	€ 135,00					
		1	3	5	€ 14,30	€ 214,50	€ 214,50					
	Ricerca Program Manager e stipulazione contratto	6	3	5	/	/	€ 1.137,75	€ 1.137,75				
Stipulazione del contratto di rete	Redazione del contratto di rete e del programma	1	2	4	€ 17,10	€ 136,80	€ 136,80	€ 606,80	€ 1.109,40			
		1	2	4	€ 16,00	€ 128,00	€ 128,00					
		1	2	4	€ 12,70	€ 101,60	€ 101,60					
		1	2	4	€ 6,75	€ 54,00	€ 54,00					
		1	2	4	€ 9,00	€ 72,00	€ 72,00					
		1	2	4	€ 14,30	€ 114,40	€ 114,40					
	Sottoscrizione atto con la firma elettronica	1	2	1	€ 17,10	€ 34,20	€ 34,20	€ 151,70		€ 1.109,40		
		1	2	1	€ 16,00	€ 32,00	€ 32,00					
		1	2	1	€ 12,70	€ 25,40	€ 25,40					
		1	2	1	€ 6,75	€ 13,50	€ 13,50					
		1	2	1	€ 9,00	€ 18,00	€ 18,00					
		1	2	1	€ 14,30	€ 28,60	€ 28,60					
	Registrazione presso l'Agenzia delle Entrate	1	2	1	€ 17,10	€ 34,20	€ 34,20	€ 34,20				
	Iscrizione nel Registro Imprese	6	2	1	/	/	€ 151,70	€ 151,70				
Apertura pagina Fb e Instagram	Commissione lavoro Social Media Manager	1	2	5	€ 16,50	€ 165,00	€ 165,00	€ 2.183,40	€ 2.183,40			
		6	2	1	/	/	€ 151,70				€ 151,70	
	Gestione pagina Facebook e Instagram	1	1	10	€ 17,10	€ 171,00	€ 171,00				€ 758,50	€ 2.183,40
		1	1	10	€ 16,00	€ 160,00	€ 160,00					
		1	1	10	€ 12,70	€ 127,00	€ 127,00					
		1	1	10	€ 6,75	€ 67,50	€ 67,50					
		1	1	10	€ 9,00	€ 90,00	€ 90,00					
		1	1	10	€ 14,30	€ 143,00	€ 143,00					
	Letture dei risultati e pianificazione strategia successiva	1	1	12	€ 17,10	€ 205,20	€ 205,20			€ 910,20	€ 2.183,40	
		1	1	12	€ 16,00	€ 192,00	€ 192,00					
		1	1	12	€ 12,70	€ 152,40	€ 152,40					
		1	1	12	€ 6,75	€ 81,00	€ 81,00					
1		1	12	€ 9,00	€ 108,00	€ 108,00						
1		1	12	€ 14,30	€ 171,60	€ 171,60						
Progettazione sito web	Commissione lavoro Progettista freelance	1	2	5	€ 16,50	€ 165,00	€ 165,00	€ 660,40	€ 660,40			
	Progettazione sito	6	2	1	/	/	€ 247,70			€ 247,70		
	Aggiornamento sito	6	2	1	/	/	€ 247,70			€ 247,70		
Preparazione del menù	Reperimento informazioni del menù	1	2	33	€ 17,10	€ 1.128,60	€ 1.128,60	€ 2.718,20	€ 10.908,20			
		1	2	20	€ 16,00	€ 640,00	€ 640,00					
		1	2	20	€ 12,70	€ 508,00	€ 508,00					
		1	2	20	€ 6,75	€ 270,00	€ 270,00					
		1	2	6	€ 14,30	€ 171,60	€ 171,60					
		1	1	20	€ 16,50	€ 330,00	€ 330,00					
	Stesura informazioni del menù	1	2	34	€ 15,80	€ 1.074,40	€ 1.074,40	€ 1.074,40				
	Commissione lavoro ad un traduttore	1	/	14	/	/	€ 4.000,00	€ 4.000,00				
	Commissione lavoro al grafico	1	6	17	€ 27,00	€ 2.754,00	€ 2.754,00					
	Acquisto clipboard	1	1	1	€ 15,80	€ 15,80	€ 15,80					
Ritiro stampe	1	1	1	€ 15,80	€ 15,80	€ 15,80						
Preparazione elaborati happy hour	Commissione lavoro ad un traduttore per cartoline	1	/	3	/	/	€ 36,00	€ 36,00				
	Commissione lavoro al grafico per manifesto e cartoline	1	3	2	€ 27,00	€ 162,00	€ 162,00	€ 162,00				
	Stampa e ritiro	1	1	1	€ 15,80	€ 15,80	€ 15,80					
Progettazione delle grafiche della rete	Preparazione contenuti del pieghevole	6	3	2	/	/	€ 455,10	€ 455,10				
		1	3	2	€ 16,50	€ 99,00	€ 99,00					
	Commissione lavoro ad un traduttore	1	3	2	/	/	€ 72,00	€ 72,00				
	Commissione lavoro al grafico	1	3	2	€ 27,00	€ 162,00	€ 162,00					
	Preparazione contenuti del manifesto	6	3	2	/	/	€ 455,10	€ 455,10				
	Commissione lavoro al grafico	1	3	2	€ 27,00	€ 162,00	€ 162,00					
Contest fotografico	Scegliere il tema e decidere i premi	1	3	2	€ 17,10	€ 102,60	€ 102,60	€ 455,10	€ 4.473,27			
		1	3	2	€ 16,00	€ 96,00	€ 96,00					
		1	3	2	€ 12,70	€ 76,20	€ 76,20					
		1	3	2	€ 6,75	€ 40,50	€ 40,50					
		1	3	2	€ 9,00	€ 54,00	€ 54,00					
		1	3	2	€ 14,30	€ 85,80	€ 85,80					
	Richiesta di affitto Biblioteca Mattioli per mostra	1	3	1	€ 16,50	€ 49,50	€ 49,50					
	Ricerca fotografo per la giuria	1	6	5	€ 16,50	€ 495,00	€ 495,00					
	Ricerca sponsor	1	6	5	€ 16,50	€ 495,00	€ 495,00					
	Stilare il regolamento e i moduli di compilazione	6	3	2	/	/	€ 455,10	€ 455,10				
	Richiesta e progettazione della grafica del contest e delle votazioni	1	1	1	€ 16,50	€ 16,50	€ 16,50	€ 16,50				
	Ritiro stampe e volantaggio	2	8	1	€ 12,42	€ 99,36	€ 99,36	€ 99,36				
Gestione dei file in arrivo	1	1	29	€ 15,80	€ 458,20	€ 458,20	€ 458,20					

PACCHETTI ATTIVITA'	ATTIVITA'	N° RISORSE UMANE	h/gg	GIORNI	€/h	TOTALE A SINGOLA RISORSA	TOTALE PER TUTTE LE RISORSE	TOT. ATTIVITA' (escluso il Program)	TOTALE PACCHETTI ATTIVITA'			
	Intervista stampa e media locali	1	2	1	€ 9,00	€ 18,00	€ 18,00	€ 52,20				
		1	2	1	€ 17,10	€ 34,20	€ 34,20					
	Presentazione SCIA per somministrazione temporanea a. & b.	1	3	1	€ 12,70	€ 38,10	€ 38,10					
	Selezione delle fotografie con punteggio	6	3	2	/	/	€ 455,10			€ 455,10		
	Acquisto forniture per mostra	1	2	1	€ 16,00	€ 32,00	€ 32,00					
	Invio fotografie e stampa	1	1	1	€ 16,50	€ 16,50	€ 16,50					
	Gestione invio mail ai selezionati	1	3	1	€ 15,80	€ 47,40	€ 47,40					
	Lavorazione per buffet	1	4	2	€ 16,50	€ 132,00	€ 132,00					
	Ritiro stampa, allestimento mostra	6	5	1	€ 12,42	€ 62,10	€ 372,60					
	Mostra	1	3	1	€ 17,10	€ 51,30	€ 51,30			€ 128,25		
		1	3	1	€ 18,90	€ 56,70	€ 56,70					
		1	3	1	€ 6,75	€ 20,25	€ 20,25					
		1	3	1	€ -	€ 0,00	€ 0,00					
	Show cooking	Organizzare le risorse e decidere i temi	6	3	2	/	/			€ 455,10	€ 455,10	€ 2.741,71
			1	3	2	€ 16,50	€ 99,00			€ 99,00		
Ricerca cuochi		1	6	5	€ 16,50	€ 495,00	€ 495,00					
Contattare esponenti di associazioni slow food e legambiente		1	6	5	€ 16,50	€ 495,00	€ 495,00					
Stabilire calendario		6	3	2	/	/	€ 455,10	€ 455,10				
Acquisto attrezzature da cucina		1	2	1	€ 14,30	€ 28,60	€ 28,60					
Presentazione SCIA per eventi temperanei presso il lido		1	3	1	€ 17,10	€ 51,30	€ 51,30					
Richiesta e progettazione della grafica del calendario e invio stampa		1	1	1	€ 16,50	€ 16,50	€ 16,50					
Ritiro stampe e volantaggio		2	8	1	€ 12,42	€ 99,36	€ 198,72					
Reperimento ingredienti		1	1	1	€ 6,75	€ 6,75	€ 6,75					
Allestimento show cooking		3	4	1	€ 12,42	€ 49,68	€ 149,04	€ 149,04				
		1	3	1	€ 15,80	€ 47,40	€ 47,40	€ 47,40				
Show cooking		1	2	1	€ 17,10	€ 34,20	€ 34,20	€ 82,20				
		1	2	1	€ -	€ 0,00	€ 0,00					
		1	2	1	€ -	€ 0,00	€ 0,00					
	1	2	3	€ 8,00	€ 48,00	€ 48,00						
	1	1	2	€ -	€ 0,00	€ 0,00						
1	1	3	€ -	€ 0,00	€ 0,00							

LEGENDA

- Professionisti esterni
- Titolare lido 1: 17,1 €
- Titolare lido 2: 15,8 €
- Ripetizione di un importo dove sono impiegati tutti i retisti
- Program Manager 16,50 €
- Imprenditore azienda multifunzionale 16 € e 18,9 per i festivi
- Impresa agricola 12,70
- Pescatore 6,75€
- Pescaturismo 9€
- Lavoratore autonomo pasticciere 14,3 € e 16,5 € per il festivo

costi, anche quelli del trattamento di fine rapporto <sup>23</sup>.

Il lido fa riferimento ad un commercialista per l'emissione delle fatture (100/300), che viene a costare 1.500 € come onorario annuale e ad un consulente del lavoro per la preparazione delle buste paga, del TFR e la scrittura dei contratti. Il consulente si fa pagare in base al numero degli elaborati richiesti dal lido. Per esempio la scrittura di un solo contratto costa 20 € <sup>24</sup>.

## PESCA

Il pescatore della pesca costiera ha una paga base mensile piuttosto bassa, pari a 935 € al mese e 5,4 €/h considerati 173 ore di lavoro <sup>25</sup>. Anche in questo caso si tratta di personale dipendente, poiché la paga mensile nel periodo estivo è sicuramente più alta. Il lavoro straordinario compiuto a terra prevede una maggiorazione del 25% per un totale di euro all'ora di 6,75. <sup>26</sup>

L'attività di pescaturismo é eseguita nel periodo estivo in concomitanza con l'attività di pesca ravvicinata, la cui paga base mensile è 1046 € <sup>27</sup>. Poiché si svolge appunto un'attività straordinaria quale quella di accoglienza turistica, e non essendoci una disciplina relativa, è stata ipotizzata una maggiorazione del 25%, che comporta un ammontare di 7,5 €/h. Poiché il valore risulta comunque sottostimato, a ciò è stato praticato un ulteriore incremento del 25% per le attività della rete, che portano a 9 €/h.

## SETTORE AGRICOLO

Il lavoro effettuato dall'imprenditore agricolo è stato classificato come di 1° categoria Quadro. Il valore mensile al 2017 ammontava a 1.655, comprensivo di indennità di funzione <sup>28</sup>. Ad ora gli imprenditori prendono 9,8 € per 169 ore mensili. Il costo orario finale è considerato con una maggiorazione del 30% (12,7€) per il lavoro straordinario effettuato per la rete, e del 60% (15,7 €) per lo straordinario festivo <sup>29</sup>.

<sup>23</sup> Bravi F, 2017, <https://www.eclavoro.it/esigenze-occasionali-pubblici-esercizi-lavoro-intermittente-lavoro-extra/>

<sup>24</sup> Studio Munaretto Laura, <http://www.studio.lauramunaretto.it/index.php/tariffario-studio-munaretto>

<sup>25</sup> CCNL, 2016, [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Pesca\\_Personale\\_imbarcato.html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Pesca_Personale_imbarcato.html?#testo_btn)

<sup>26</sup> CCNL, 2009, PESCA: PERSONALE IMBARCATO - IMPRESE, [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Pesca\\_Personale\\_imbarcato.html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Pesca_Personale_imbarcato.html?#testo_btn)

<sup>27</sup> CCNL, 2016

<sup>28</sup> PraticaLavoro, 2018, <http://www.dottrinalavoro.it/wp-content/uploads/2018/01/RETRIBUZIONI-2018.pdf>

<sup>29</sup> CCNL, 2017, [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Agricoltura\\_impiegati.html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Agricoltura_impiegati.html?#testo_btn)

Il socio della cooperativa agricola che opera in diversi servizi, compresa la trasformazione artigianale degli alimenti e i laboratori di cucina, è fatto rientrare nella sezione di Primo livello Quadro del CCNL Cooperative Agricole. La paga mensile ammonta minima ammonta a 2.139 € compreso di indennità di funzione <sup>30</sup>. Il lavoro orario è di 12,6 €; di 16 €/h con la maggiorazione del 30% e di 18,9 €/h (+50%) per lo straordinario festivo. <sup>31</sup>

## BISCOTTIFICIO

Anche nel caso del biscottificio, per semplificazione dei calcoli, l'imprenditore viene assimilato alla posizione ricoperta dall'A1 Super nella classificazione del personale delle imprese di panificazione artigiane <sup>32</sup>. La paga base minima compresa di indennità speciale è pari a 1.880 € mensili <sup>33</sup>. 11 € è quella oraria (calcolata su 172 ore) a quali si aggiunge una maggiorazione del 30% (14,3 €) per le normali attività della rete e una del 50% (16,5 €) per il lavoro straordinario notturno svolto per la preparazione del buffet in occasione della mostra <sup>34</sup>.

## PROGRAM MANAGER

Il Program Manager è assunto da gennaio a tempo parziale indeterminato e rientra nel "Quadro" secondo gli indici di retribuzione del CCNL del "Terziario Avanzato". Si considerano 20 ore settimanali e 86 mensili. La sua paga lorda oraria corrisponde a 16,5 € (compreso di elemento prerequativo regionale pari a 84,86 € per l'Abruzzo) e al mese 1.419,5 €. Questo importo pesa su ogni retista 236,58 € mensilmente.

## COLLABORATORI ESTERNI

Sono stati coinvolti diversi professionisti, generalmente appartenenti ad associazioni, che offrono il loro supporto tecnico e il loro tempo in maniera volontaria, con in cambio visibilità per la propria associazione.

Per la progettazione grafica ci si rivolge ad un grafico freelance, il cui costo orario è di 27 €/h <sup>35</sup>. Per la traduzione dei testi invece il costo è di 0,12 € a parola per lingua.

<sup>30</sup> PraticaLavoro, 2018

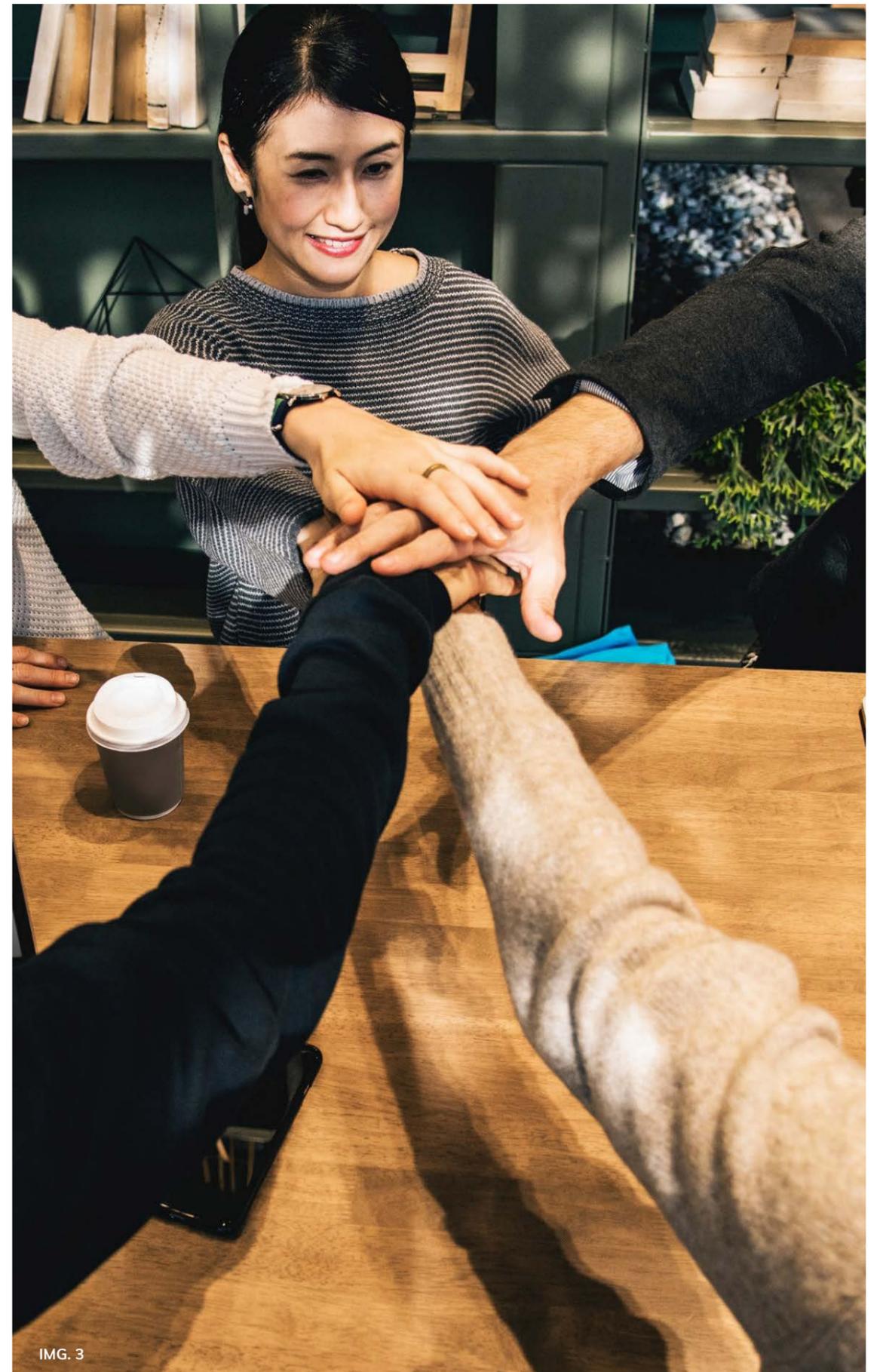
<sup>31</sup> CCNL, 2010, [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Agricoltura\\_-\\_Cooperative\\_\(dal\\_010706\).html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Agricoltura_-_Cooperative_(dal_010706).html?#testo_btn)

<sup>32</sup> CCNL, 2010, [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Alimentari\\_-\\_Artigianato.html](http://www.ilccnl.it/ccnl_Alimentari_-_Artigianato.html)

<sup>33</sup> PraticaLavoro, 2018

<sup>34</sup> CCNL, 2010

<sup>35</sup> Ferla D., 2011, <http://www.ilfondodelweb.it/calcolare-il-coste-orario-di-un-professionista-web-webdesigner-sviluppatore-grafico-etc/>



IMG. 3

## 09.5 \ FLUSSO DI CASSA ECONOMICO

### SITO WEB

Per il sito web ci si rivolge ad un **progettista freelance** con competenze come web graphic, copywriter e fotografo. Per risparmiare sulla progettazione, viene utilizzata la piattaforma CMS Wordpress<sup>36 37</sup>. Il pacchetto base costa 2.000 € (333 € per ogni retista) che comprende la fase iniziale conoscitiva; l'installazione di WordPress su hosting SiteGround; un tema premium; lo sviluppo del layout grafico responsive; la scrittura dei testi; infografiche; un servizio di Seo base; servizio fotografico professionale di interni o still life; l'inserimento banner Cookies e informativa Privacy/Cookies con soluzione lubenda; la formazione di 2 ore all'utilizzo autonomo di WordPress. A questi si aggiungono i costi per la traduzione nelle tre lingue a 360€ (60 € a testa), lubenda a 19 € l'anno (3,17 € a testa), il sito di hosting SiteGround a 3,95 € al mese (0,66 € a testa) con costo del dominio a partire dal secondo anno di 12,95 € (2,16 € a testa) per il .it<sup>38</sup>; lo shooting fotografico per i restiti a 300 € per 2 ore (50 a testa). Volendo inoltre mantenere vivo il sito web, si aggiungono 2 articoli al mese da aprile a settembre, con il costo di 120 € (20 € per ogni retista). Per la restante parte uno solo mensile a 60 € (10 € per ogni retista). Il prezzo è di 1.080 per 18 articoli all'anno + 20 € per il caricamento su Wordpress.<sup>39 40 41</sup> L'articolo che riguarda lo stabilimento balneare viene pubblicato a giugno e a settembre.

### SOCIAL NETWORK

La gestione dei social network è molto più costosa e richiede molto tempo da dedicarci. Prima di tutto c'è una fase iniziale in cui il **Social Media Manager freelance** deve studiare la rete, profilare gli utenti e capire le tipologie di contenuti da veicolare. Il tutto per circa una trentina di giorni con un costo di 1.500 € (250 ad impresa). Per una questione di budget si

sceglie di pubblicare 15 post al mese (in giorni alternanti). La creazione di un post richiede in media 2 ore e la rete deve fornire puntualmente le informazioni sulle attività che si stanno svolgendo. In più giornalmente si impiega un'ora al giorno (ad esclusione dei festivi quindi si considerano 23 gg) per il monitoraggio dei commenti e la pubblicazione delle risposte. In totale sono quindi 53 ore lavorative più 5 ore per la redazione di un report per il cliente dove si forniscono dati, considerazioni e piani d'azione futuri. Quindi la rete deve prendersi almeno 1 ora al mese per la sua lettura, per essere consapevole del work in progress. Considerando che la tariffa base è di 35 € l'ora, 2.030 € è il costo mensile dell'SMM, che ad ogni retista costa 338,33 €. Analogo discorso si fa per il secondo social, con l'unica differenza che la creazione di un post si abbassa a un'ora, per cui l'importo mensile richiesto è di 1.505 €, per ogni retista 250,83 €.<sup>42 43</sup>

La frequenza di pubblicazione è stata impostata per sei mesi (da aprile ad settembre). Per gli altri sei mesi si pubblicano 7 post al mese per social e la frequenza di monitoraggio si abbassa a 14 giorni. Il costo diviene di 1.155 € per Facebook (192,5 € a testa) e 910 (151,66 € a testa) per Instagram.

### VARIE SPESE

Essendo il lido una s.n.c. è tenuta a pagare importi per la gestione annuale, come la vidimazione dei Registri Contabili,<sup>44 45</sup>

I titolari spendono 6.000 € circa di manutenzione all'anno ordinaria della struttura<sup>46</sup>, 4.000 € per la spiaggia e circa 1.000 € di straordinaria. 2.250 € è invece la tassa sulla raccolta dei rifiuti da locale commerciale. Infine c'è il canone demaniale che tra quello dovuto alla regione e

quello dovuto al comune, costa 5.000 € l'anno. Altra spesa fissa è l'importo dovuto alla SIAE per la musica d'ambiente, il cui abbonamento è annuale e dipende dal numero e dal tipo di dispositivi utilizzati (in questo caso si parla di apparecchi radiofonici e altri audio come lettore CD e smartphone) per trasmettere suoni e dall'estensione della superficie demaniale dello stabilimento balneare<sup>47 48 49</sup>. Il valore finale, di quasi 530 €, comprende sia il diritto d'autore che i diritti derivati.

Spese fisse variabili sono:

7.000 € bolletta della luce

4.000 € bolletta gas

4.500 € bolletta acqua (2° anno 5.000 €)

### RISTORAZIONE

Per quanto riguarda la ristorazione, si vedrà che alcuni importi sono stati analizzati molto nel dettaglio, mentre con altri si è proceduto con stime conglobate. Questo perché si è voluto dare maggiore risalto a quegli elementi che subiscono un cambiamento con l'introduzione del nuovo menù.

Durante l'intervista al pescatore ci si è informati sui i prezzi delle varie specie di pesce in base alla pezzatura e alla stagionalità, e che differiscono dalle quotazioni nel mercato nazionale. Le loro stime fanno riferimento al montare a cui viene venduto al mercato ittico o in peschiera e non quella al consumatore finale che è di un valore più elevato. Poiché l'accordo tra il lido e il pescatore è un maggior guadagno per entrambi, si assume che il pescatore venda al ristorante i prodotti ittici ad un prezzo più alto di quello che è costretto a vendere ai rivenditori, ma più basso di quello che i ristoratori acquistano dal mercato per lo stesso prodotto locale di piccola pesca (il cui prezzo si discosta ovviamente dalla base). Al range praticato dal pescatore si aggiunge quindi 2,00 €, mentre il mercato aggiunge in genere 3 €<sup>50</sup>. Inoltre si sottolinea che per una stessa specie il prezzo varia in base alla pezzatura, per cui quello più piccolo può costare anche la metà di quello grande. Per gli antipasti, i primi e le frittiture si utilizzano i prodotti di minor dimensione, e quindi più economici, invece per i secondi quelli più grandi.

Da sottolineare che i retisti non fanno credito per i prodotti che vendono al lido, il saldo avviene sul momento.

Gli ingredienti di contorno, difficili da costificare, come farina per impanature, spezie, aromi, olio si considerano in un range che varia da 1 a 2 €, in base ai quantitativi<sup>51</sup>.

I prezzi delle singole forniture si basano su una media del prezzo massimo all'ingrosso di un prodotto registrato per quel periodo alla Camera di commercio di Chieti e il prezzo finale a cui i piccoli produttori vendono al cliente. È stata operata questa scelta perché le stime dell'ingrosso si discostano abbastanza dal prezzo finale che invece fanno i coltivatori diretti della zona o i piccoli trasformatori. Per cui si aggiungono 2,50 € per gli alimenti bio certificati e 1,50 € per quelli di lotta integrata.<sup>52</sup> Per i prodotti

36 conlaccetto, <https://conlaccetto.it/web-design/quanto-costa-un-sito-wordpress/>

37 Fracasso G., 2014, Preventivo sito web? Il costo di un sito web analizzato nel dettaglio, "ict", <https://www.ictsviluppo.it/blog/quanto-costa-un-sito-web>

38 SiteGround, [https://it.siteground.com/domain\\_names.php#startup|tab-1](https://it.siteground.com/domain_names.php#startup|tab-1)

39 Strategie Creative, <https://www.strategiecreative.it/proposte/siti-per-negozi-e-aziende/>

40 Strategie Creative, <https://www.strategiecreative.it/copywriting/listino-prezzi-del-copywriter/#1505735168273-7dc7b5ba-fcc5>

41 Nikita photography, <http://www.nikitaphoto.it/listino-prezzi-servizi-fotografici/>

42 Meneghini L., s.d., [https://www.taedacomunication.it/quanto-tempo-dedicare-alla-gestione-dei-social-media/?fbclid=IwAR01VOPyzBL\\_gT0k-BeMJC5R1s-rK3mG9tLQsq6YNSGSpxoGKaKvrYduL-CYo](https://www.taedacomunication.it/quanto-tempo-dedicare-alla-gestione-dei-social-media/?fbclid=IwAR01VOPyzBL_gT0k-BeMJC5R1s-rK3mG9tLQsq6YNSGSpxoGKaKvrYduL-CYo)

43 Bassano R., 2017, Quanto costa un social media manager?, LinkedIn, <https://www.linkedin.com/pulse/quanto-costa-un-social-media-manager-raffaele-bassano?fbclid=IwAR02kSZofOGQpzs-xRnrLP-PMWo4LDc9uG2qrQDz2WpnMudAZp29FB9IS94>

44 <https://www.societaria.it/wp-content/uploads/2018/10/TABELLA-RIASSUNTIVA-COSTI-FORME-SOCIETARIE.pdf>

45 Raffaele A., 2018, <https://www.societaria.it/societa/societa-di-persone/snc/snc-costi-336483/>

46 Stima fornita dal lido

47 SIAE, 2018, [https://www.siae.it/sites/default/files/12.1%20DC\\_Stabilimenti%20Balneari%202018\\_0.pdf](https://www.siae.it/sites/default/files/12.1%20DC_Stabilimenti%20Balneari%202018_0.pdf)

48 SIAE, 2019, [https://www.siae.it/sites/default/files/12.1\\_Stabilimenti\\_balneari\\_sottofondo\\_2019.pdf](https://www.siae.it/sites/default/files/12.1_Stabilimenti_balneari_sottofondo_2019.pdf)

49 SIAE, <https://www.siae.it/it/utilizzatori/musica/musica-di-sottofondo-e-accompagnamento-musicale/musica-di-sottofondo>

50 Differenza che si basa su confronti effettuati tra i prezzi dei vari attori

51 Metodo usato dal lido "Da Mimi"

52 N.B: Per i prezzi originari dell'ingrosso si veda il Listino del periodo estivo 2018: <http://www.ch.camcom.it/P42A317C316S254/Listino-prezzi-all-ingrosso.htm>

che non provengono dai retisti ma acquistati all'ingrosso si è usato il prezzo del listino della Camera di Commercio.

Per calcolare il prezzo di vendita di un piatto si è utilizzata la tecnica delle **fasce di lavorazione** risultata la più idonea visto che considera il grado di difficoltà della preparazione (ma non le utenze visto che il lido non è solo ristorante e non sarebbe corretto fargli ricadere tutti costi) e quindi la manodopera, la percentuale di ricavo desiderata dal titolare e la percentuale di iva. Per prima cosa si calcola il **Prime cost** suddividendo i piatti in 4 fasce di difficoltà:

Fascia bassa: coefficiente 1,1  
Fascia media: coefficiente 1,4  
Fascia alta: coefficiente 1,8  
Fascia altissima: coefficiente 2,2

La scelta dei vari coefficienti dipende appunto dalla difficoltà di preparazione del piatto, per esempio friggere pesce con tutta la lisca è molto più semplice che sfilettare. Il coefficiente più basso è indicato per frutta e insalate, mentre il medio per tutte le frittiture e verdure cotte; i coefficienti più alti per le varie tipologie di pulizia e preparazione dei prodotti ittici. In seguito il coefficiente viene moltiplicato per il costo delle materie prime. Al Prime cost si aggiungono la **percentuale** che il ristorante vuole **ricavare** e l'**IVA** fissa al 10%. La contribuzione desiderata è pari al 30 % come affermato dal titolare del lido.<sup>53</sup>

Per la stima delle forniture e dei volumi di vendita si assume che nel mese di aprile, maggio e settembre si facciano 500 coperti al mese, mentre a giugno 1.500, a luglio 3.500 e ad agosto 6.000<sup>54</sup>. Per un totale di 7.100 coperti a stagione nel primo anno, nel secondo diventano 13.300. Si sottolinea in anticipo che ciò che non riguarda il ristorante, non subisce incrementi nel secondo anno.

#### Aprile/maggio/settembre

In questi tre mesi, come già detto, sono previsti 500 coperti ciascuno, per circa 16 al giorno. Di questi si è ipotizzato che 1/4 sceglie piatti di carne, diventando così 12 persone interessate ai prodotti ittici. Di queste 1/4 sceglie il menù **RETROGUSTO**, visto che si è ancora all'inizio e sono in pochi a sperimentare. Si è poi stimato che ogni coperto scelga di media 1,5 piatti tra un primo, secondo e antipasto ittico. In totale si avrebbero **quasi 6 piatti di pesce da piccola pesca**, divisa per le tre tipologie. Quindi:  
- 1,5 \* 100 gr (che è il peso medio per un anti-

pasto)  
- 1,5 \* 120 gr (peso medio di pesce per un primo)  
- 1,5 \* 400 gr (che è il peso medio di un pesce non eviscerato per un secondo)  
In questo modo si è ottenuto il quantitativo di pesce che viene acquistato dal pescatore della piccola pesca (in questo caso è pari a quasi a **1 kg al giorno da piccola pesca e 2,5 kg da fornitore usuale**).  
A settembre metà dei clienti richiede il menù retrogusto.

Lo stesso calcolo viene effettuato per la fornitura ittica tradizionale.

#### Giugno/luglio

La procedura di calcolo è ovviamente la stessa, cambiano però i coperti mensili, e quindi il numero dei piatti. In seguito ai vari calcoli si ha che a giugno 9 coperti scelgono il nuovo menù. Mentre a luglio 21 persone al giorno circa (29 preferiscono carne e 63 il menù classico) scelgono il menù **RETROGUSTO** per un totale di **42 portate di cui 16 antipasti e primi e 11 secondi**<sup>55</sup>. In totale si acquistano ad esempio a giugno **2,7 kg al giorno dal pescatore e 7,4 kg da fornitore classico**.

#### Agosto

In questo mese i coperti diventano 6.000, con 193 al giorno. Il menù si è diffuso e ora la metà dei totali lo richiede. Quindi 48 scelgono carne, 72 la piccola pesca e la restante parte il classico. Ci sono 39 piatti per gli antipasti e i primi e 30 piatti per il secondo. Per un totale di **20,5 kg al giorno acquistati al pescatore e poco meno di una trentina dalla pesca usuale**.

Al secondo anno, da aprile ad agosto a scegliere il menù sono 2/4 dei coperti (esclusi quelli che scelgono la carne). In più, il menù ha iniziato ad attrarre un turista diverso e più sensibile e il numero dei coperti è salito a giugno a 4.000 e a luglio a 4.500. Agosto resta uguale per una questione di limiti di gestione della ristorazione. A settembre 3/4 dei clienti chiede il menù **RETROGUSTO**.

#### Acquisti forniture ittiche piccola pesca

Per semplicità di calcolo sono stati scelti due piatti per l'antipasto, due per il primo e due per il secondo, con il prezzo più alto e più basso per ottenere una **media del prezzo di acquisto** al

<sup>55</sup> Si stima che i secondi vengano acquistati di meno perché più costosi degli altri piatti e perché sicuramente si ipotizzano rimanenze di pesce in magazzino del giorno precedente, quindi si è evitato un acquisto eccessivo di pesce

kg. Questo è l'**unico valore** che viene moltiplicato per i quantitativi. A titolo di esempio per le prime portate si è fatta la media tra il saragone fasciato di pezzatura media che viene 7 €/kg e le canocchie piccole a 10 €/kg. Quindi la media è di 8,5 € che viene moltiplicato per i quantitativi per ogni mese.

#### Acquisti forniture ittiche classiche

Per l'antipasto si è fatta la media (4,40 €) tra i mitili d'allevamento, il cui prezzo è di 1,8 €/kg e il polpo che è di 7 €/kg. Per il primo la media è di 3,90 tra mitili e vongole specie lupino pescate (6 €/kg). Per il secondo si fa la media (10 €/kg) tra la spigola d'allevamento che viene acquistata a 7 €/kg e il pesce spada che si acquista a 13 €/kg.

Il prezzo medio tra gli antipasti è di 10 €, quello tra i primi sempre di 10 € mentre tra i secondi è di 16 €. Quindi per i primi due piatti i costi si attestano simile, anzi quelli della piccola pesca sono più economici essendo costituiti generalmente da pesci più "poveri", mentre il secondo è nettamente inferiore al prezzo dei secondi della pesca artigianale, la cui media è addirittura di 30 €. Questo perché i pesci proposti sono più economici perché fondamentalmente di allevamento, come orate, spigole, salmoni ecc.<sup>56</sup>

#### Vendite piatti ittici

Per stabilire i ricavi dalle vendite è stata fatta una **media del prezzo al pubblico** tra i due piatti che hanno come pesce quelli sopraccitati. Questo **per ogni categoria di portata**. A titolo di esempio per i primi si è fatta la media tra il piatto che contiene il saragone fasciato del costo di 7 € e la pasta con il sugo di canocchie che viene 9 €/kg. Quindi la media tra i relativi piatti è di 8 e sarà il moltiplicatore per i piatti venduti per ogni mese.

Da sottolineare che nei secondi, tranne che per qualche piatto, nel prezzo è già compreso il contorno.

#### Stima dei piatti a base di carne

Per le pietanze a base di carne si moltiplica semplicemente la media del costo della fornitura di carne per il numero di piatti mensili (4 giornalieri ad aprile, maggio e settembre; a giugno 12,5 e luglio 28 e ad agosto 48). Viene considerato un piatto a persona poiché non ci sono antipasti e primi, ma solo secondi. Il numero dei piatti viene poi moltiplicato per il prezzo medio di questi che è pari a 11 €. A differenza del pesce, il peso medio di questi piatti è di 200 gr. Per il prezzo di acquisto si considera la media di 14 tra entrecote di fassona piemontese (18 €/kg) e l'hamburger di scottona surgelato (10 €/

<sup>56</sup> Valori forniti dal titolare del lido

kg).

#### Stima frutta e dolce

Per la frutta e il dolce si decide di utilizzare solo le forniture dei retisti. Sul totale dei coperti al giorno è stato stimato che 1/4 ordina anche la frutta. Le porzioni sono di 200 gr, il prezzo è di 2 € a piatto indifferentemente dal tipo di frutta. La media del prezzo di acquisto è di 3,25 €/kg considerano la frutta più costosa (ciliegie a 5 €/kg) e quella più economica (anguria a 1,5 €/kg). Per il dolce si stima che 1/5 del totale lo ordina durante i pasti. Il valore è più basso perché secondo esperienza è raro che venga richiesto. La media del prezzo di acquisto (16 €/kg) è data dal valore più alto di un dolce tipico (20 €/kg) e uno più basso classico (12 €/kg). Invece il prezzo unitario del piatto è di 2,5 € supponendo che il primo venda rivenduto a 3 € per 100 gr, mentre il secondo a 2 €.

#### Ortaggi e verdura

Si stima un acquisto di 4.000 € invece che di 2.000 €<sup>57</sup> come di consueto per questi prodotti poiché a parità di quantitativi i prezzi sono più alti. Per ottenere il cambio di flusso dei periodi è stata usata la seguente proporzione, che fa riferimento al variare dei coperti nei sei mesi del primo anno:  
0,5 0,5 1,5 3,5 6 0,5.

#### Pasta

Avendo il totale dei primi al mese, sia pescato classico che da piccola pesca, si riesce ad ottenere i kg necessari in un mese considerando 100 gr di pasta a piatto. La pasta, fresca e a volte all'uovo, si stima costi 3,5 €/kg.

#### Salsa di pomodoro

La passata di pomodoro biologica viene a costare 5 €/lt. In totale vengono acquistati 160 litri, divisi in base alla proporzione precedentemente descritta.

#### Pizza

La pizza viene preparata con le farine e la salsa di pomodoro biologiche dell'impresa multifunzionale, per cui il prezzo finale lievita a 2 €. È stata stimata una media per l'intera stagione di 24 pizze giornalieri vendute.<sup>58</sup>

#### Caffé

Si stima un acquisto di 2.508 € di caffè a 19 €/kg. Si presume che vengano preparate una media di 50 tazzine di caffè al giorno, con un prezzo medio di 1,25 € dato da 1€ per il sempli-

<sup>57</sup> Stima fornita dal lido

<sup>58</sup> Stima fornita dal lido

<sup>53</sup> Sapere di Sapere, 2018, <http://www.saporedisapere.it/2018/03/02/prezzo-di-vendita-di-un-piatto/>

<sup>54</sup> Stima fornita dal lido "Da Mimì"

ce caffè e 1,5 € per il cappuccino.<sup>59</sup>

### Cornetti

I cornetti vengono preparati dal biscottificio con confetture biologiche dell'impresa multifunzionale. Il loro prezzo di acquisto è di 1 € al pezzo e 1,50 € al pubblico, aumentando quindi solo di 0,50 € rispetto al prezzo iniziale. Per i quantitativi nei vari mesi del primo anno è stata usata la proporzione sopra descritta.

### Bevande

Per il primo anno l'acquisto delle bevande (vino, acqua, bibite, superalcolici) è stato stimato essere di 40.000 € per l'intera stagione.<sup>60</sup> L'importo viene pagato dilazionato nel tempo. Le vendite invece sono state calcolate partendo dal prezzo d'acquisto e aggiungendoci la percentuale di retribuzione del 30%. Quindi il ricavo è stato di 52.000 €. Per ottenere il cambio di flusso dei periodi è stata usata la proporzione.

### Snack vari

La stessa proporzione è stata utilizzata per calcolare le vendite nei vari mesi. Il saldo del debito (10.000 €<sup>61</sup>) avviene immediatamente a settembre.

### Menù

Per la scelta dei piatti, la raccolta delle informazioni e la stesura del testo è stato ipotizzato che fosse necessario impiegare 4 ore di lavoro per portata. In termini di tempo si parla quindi di 136 ore di lavoro, divise tra Titolare 1 e 2.

Vengono ordinati 55 clipboard, poiché 40 sono per l'italiano e 5 per le altre lingue. Il costo è di 165 €.

Clipboard in legno  
Dimensione: 190x230 mm - A5  
3,00 € ciascuno

Le stampe sono di 1.815 fogli, poiché si considerano le pagine fisse del menù che sono 3 e 1 pagina per ogni piatto, quindi in totale 33 fogli per tutte le pietanze. Questi vanno poi moltiplicati per i 55 menù. In aggiunta vi è la "cartolina" della pizza nelle 4 lingue. Il tutto verrebbe 300 € con carta Woodstock Betulla da 120 gr. Per avere però dei fogli di ricambio in caso di stropicciamenti, si fanno due copie per ogni stampa. Quindi la spesa totale sarà di 600 € il primo anno e 300 il secondo in caso di rimanenze.<sup>62</sup> A costare molto sono le traduzioni, consideran-

do 0,12 € a parola (330 parole circa a piatto) si viene a spendere 4.000 € diviso in rate per le 30 pietanze più i fogli iniziali e le cartoline delle pizze, nelle tre lingue scelte.<sup>63</sup>

### HAPPY HOUR FISH & COCKTAILS

Inizia a giugno e termina a settembre, negli altri mesi non è previsto perché il lido è aperto solo per il pranzo. L'aperitivo con stuzzichini di pesce ha il prezzo fisso di 10 €, dove 8 sarebbe il prezzo di vendita al consumatore (compreso quindi di iva, % di retribuzione e lavoro) e 2 per la bibita analcolica o alcolica a scelta tra i classici come aperol spritz, crodino ecc. Si stima che a giugno ci siano 10 richiedenti per volta, a luglio 15, ad agosto 20 e a settembre 5. Nel secondo anno c'è un aumento: 60 nell'intero mese di giugno, 100 sia a luglio che ad agosto e 28 a settembre.

Il testo delle cartoline viene tradotto anche nelle altre tre lingue. Considerando 100 parole, una traduzione viene 12 €. In totale il lido spende 36 €.

Manifesto Happy Hour  
500 x 700 mm,  
Carta 115 gr coprente  
36 € = 20 pezzi<sup>64</sup>

Cartoline per i tavoli  
190x230 mm - A5,  
Carta 300 gr con finitura Soft touch  
60 € = 20 pezzi<sup>65</sup>

### OMBREGGIO

Lo stabilimento possiede 105 ombrelloni di cui 30 hawaiani e il resto classici. Gli hawaiani sono affittati solo stagionalmente. L'affitto è per il 70% stagionale, 15 % mensile e 15% giornaliero. In realtà il prezzo varia anche in base alla fila ma per semplicità è stato considerato un importo unico per tipologia di affitto. Gli ombrelloni vengono piantati a fine maggio e restano fino a fine settembre, anche se non tutti. Quelli giornalieri si stima che siano occupati solo 3 giorni alla settimana per giugno, luglio e settembre rispettivamente 12, 15 e 6 giorni; mentre tutti i giorni ad agosto.

### CONTEST FOTOGRAFICO

#### Materiale cartaceo

Al grafico si richiede la progettazione di un manifesto destinato alla stampa e uno al web. In aggiunta delle piccole card per la votazione del pubblico in sede di mostra. Per le votazioni si prevedono 200 persone circa.

Manifesto per vetrina  
500 x 700 mm Carta 115 gr coprente  
176,90 € = 100 pezzi<sup>66</sup>

Card per votazione  
148 x 105 mm (A6) Carta 100 gr a colori  
17,50 € = 50 fogli A4 (200 A6)<sup>67</sup>

In totale sono 194,40 € diviso per i retisti.

Stampa fotografie selezionate<sup>68</sup>  
250 x 350 mm su Forex Bianco 3 mm  
5 € cadauno; si prevede di stampare un massimo di 20 fotografie (5 per ogni categoria)  
100 € = 20 fotografie  
Si chiedono 100 € di sponsor alla stamperia locale

#### Forniture per mostra

Per il momento della premiazione, e quindi del buffet si prevedono un centinaio di persone.

Bicchieri biodegradabili trasparenti in PLA  
235ml (tacca 200ml)  
6,15 € = 100 pezzi

Tovaglioli 2 veli, carta riciclata ecolabel  
200 x 200 mm  
2,58 € = 200 pezzi<sup>69</sup>

In totale sono 8,73 € diviso per i retisti.

Spumante Brut Biologico  
60 € = 5 bottiglie

Acqua Naturale  
4 € = 12 Lt  
Acqua Frizzante  
4 € = 12 Lt  
Succhi di frutta Biologici  
10 € = 4 Lt

Per le bevande analcoliche il totale è 18 € diviso per i retisti.

66 Tipografiaperte, <https://tipografiaperte.it/>

67 Centro copie L'istantanea s.r.l., <http://www.istantanea.com/upload/Listino1287042632.pdf>

68 Centro copie L'istantanea s.r.l.

69 Ecostoviglie, <https://www.ecostoviglie.com/>

59 Stima fornita dal lido

60 Stima fornita dal lido

61 Stima fornita dal lido

62 Rotostampa, Tipografi dal 1969, <https://rotostampa.com/>

63 Strategie Creative, <https://www.strategiecreative.it/copywriting/listino-prezzi-del-copywriter/#1505735168273-7dc7b5ba-fcc5>

64 Tipografiaperte, <https://tipografiaperte.it/>

65 Rotostampa, Tipografi dal 1969, <https://rotostampa.com/>

### Buffet

Il biscottificio retista lavora circa 200 € di buffet (escluso costo della manodopera che viene calcolato a parte che è di 132 €), tra stuzzichini finger food salati e dolci vari. Sono stati calcolati circa 2 € a persona per un centinaio di persone presenti alla premiazione.

### Premi

Per ogni categoria è previsto un solo vincitore e il premio assume la forma di corrispettivo per la prestazione effettuata dai partecipanti. Tutti i premi hanno medesimo valore: buono di 70 € (corrispondente al prezzo pieno pagato da un adulto) per giornata in escursione con il pescaturismo. Totale: 280€.

### Affitto locale

La mostra si terrà in un locale adibita a "Galleria d'Arte" della Biblioteca Comunale. Il costo per la serata è di 30 € (5 € a retista). La richiesta di affitto deve essere richiesta però con largo anticipo, già da febbraio. Preventivando un buffet, si deve fare richiesta per l'apertura di una S.C.I.A. per la somministrazione temporanea di alimenti e bevande: 40 € per diritti SUAP (6,67 € a testa) e 14,60 € di ASL (2,43 € a testa).<sup>70</sup>

### Progettazione manifesto

Un grafico freelance si occupa della progettazione del manifesto del concorso a destinazione sia per la stampa che per il web. Il costo è di 378 € diviso i retisti.

### Collaborazioni esterne

Il lido assume alcuni collaboratori extra per le attività di volantaggio e allestimento della mostra. La prima attività viene a costare 198,72 € (33,12 €), mentre la seconda 372,60 €.

70 Associazione dei Comuni del Comprensorio Trigno Sinello, <http://www.trignosinello.it/>

## SHOW COOKING

### Spese per locale

Gli eventi si realizzeranno in uno spazio aperto di proprietà del lido, lato strada. Di conseguenza viene richiesta l'apertura di una SCIA per 5 eventi temporanei dal prezzo di 40 € ciascuno di Diritti SUAP, corrispondente al TULPS quando non sono previsti più di 200 spettatori.<sup>71</sup> L'importo viene versato interamente dal lido per bilanciare i costi degli altri retisti, che mettono a disposizione i loro prodotti per lo show cooking.

### Forniture ingredienti e attrezzature

L'impresa agricola, quella multifunzionale e il pescatore, forniscono gli ingredienti principali per la preparazione dei cibi, che conterà di due portate. Gli ingredienti mancanti vengono acquistati a parte e divisi tra tutti, stimando un costo totale di 20 € ciascuno diviso per i 5 mesi di eventi.

Dato il costo non eccessivo, la rete acquista una piastra ad induzione a due fornelli per esterni che diventa proprietà di tutti sebbene sia l'impresa agricola a detenerne la custodia. Il costo è pari a 250 €<sup>72</sup> (41,67 € a testa).

### Collaborazioni

Anche per la preparazione del manifesto che illustra il programma, ci si è rivolti ad un grafico, il cui costo è di 27 € a retista.

Manifesto per vetrina  
500 x 700 mm Carta 115 gr coprente  
176,90 € = 100 pezzi<sup>73</sup>

Il lido assume alcuni collaboratori extra per le attività di volantaggio e allestimento della dello show cooking. In questa occasione vi è l'introduzione del cuoco del pescaturismo, che presterà la sua abilità in tre eventi: a maggio, giugno e settembre. Gli altri due saranno invece guidati da due cuochi di un'associazione a scopo promozionale e ricreativo, in maniera volontaria e ottenendo in cambio promozione della loro organizzazione.

Altre figure importanti sono gli esponenti di alcune associazioni ambientaliste che faranno dei brevi interventi ad introduzione dell'evento<sup>74</sup>.

71 Associazione dei Comuni del Comprensorio Trigno  
72 Gastrodomus, <https://www.gastrodomus.it/600-pia-stre-induzione>  
73 Tipografiaperte, <https://tipografiaperte.it/>  
74 Contributi verificati con Legambiente

## PIEGHEVOLE E MANIFESTO DELLA RETE

Per la traduzione del pieghevole (450 parole) si richiedono 54 € lingua, quindi 162 € in totale da dividere per i sei retisti. Anche i costi del grafico sono divisi per i retisti, e viene 40,5 € a testa. Del manifesto non si effettua la traduzione. Per il volantaggio viene chiesta l'assistenza di un lavoratore extra, il cui costo a impresa è di 16,56 €.

Manifesto per vetrina  
500 x 700 mm Carta 115 gr coprente  
176,90 € = 100 pezzi

Pieghevole  
210 x 297 mm  
Due pieghe con chiusura a portafoglio  
10.000 = 327 €<sup>75</sup>

75 Tipografiaperte, <https://tipografiaperte.it/>

## INVESTIMENTI DI PROGETTO

Gli investimenti che lo stabilimento balneare deve effettuare sono al primo anno di quasi 21.000 € e al secondo di circa 11.600 €. Il progetto complessivamente viene a costare 32.535,99 € di cui 4.752,80 € è il valore finale relativo al tempo che i retisti impiegano per svolgere le attività della rete (Cfr. FIG. 5).

## CONVENIENZA ALL'INVESTIMENTO & ANALISI DEL FLUSSO ECONOMICO

Avendo costificato tutti pacchetti attività (Cfr. Allegato 2) è possibile suddividere i valori secondo costi variabili, fissi e di ampliamento, a cui si aggiungono i ricavi. Tramite l'analisi del flusso economico, è possibile calcolare la convenienza all'investimento (Cfr. Allegato 3).

In assenza del tasso di sconto per il calcolo del VAN e del VAN progressivo, si utilizza il criterio del paragone con società dal profilo di rischio analogo. Il lido essendo un'attività imprenditoriale incorpora in sé una percentuale di incertezza, ma poiché i flussi di cassa futuri sono abbastanza sicuri, si sceglie il tasso di rendimento dei titoli privi di rischio e nello specifico un Titolo di Stato. La redditività per aziende di questo periodo va considerata su un periodo medio/lungo e poiché il rinnovo degli stabilimenti balneari è automatico fino al 2035<sup>76</sup>, si sceglie un BTP a 15 anni con apertura nel 2019 e chiusura appunto nel 2035. Al momento il tasso di rendimento è del 3,410%.<sup>77</sup> I flussi di cassa, presentando due cambi di segno in negativo nel corso del tempo, hanno TIR multipli: il primo è del 35 % e il secondo del 37 %. Si confrontano questi valori con il tasso di sconto, ed essendo quest'ultimo minore del tasso di rendimento interno e con un VAN di quasi 418.000 €, l'investimento allora può essere effettuato.

76 Sempre per il problema della direttiva Bolkestein  
77 Teleborsa, 2019, <https://www.teleborsa.it/News/2019/01/16/tesoro-btp-a-15-anni-collocamento-record-35.html#.XFNTN1VKjDc>

FIG. 6  
INVESTIMENTO DEL LIDO NEL PROGETTO

STIMA DELLE ATTIVITA'	PACCHETTI ATTIVITA'	STIMA DEL PROGETTO	COSTO DEL TEMPO A.	COSTO DEL TEMPO TOTALE
0,1	0	0,1,2,3	0,1	0,1,2,3
0.1	€ 6.940,02		€ 513,00	
0.2	€ 416,40	7.356,42	€ 239,40	
1.1	€ 10.000,60		€ 410,40	
1.2	€ 853,60	11.225,39	€ 102,60	
1.3	€ 371,19		€ 102,60	4.752,80
		€ 32.535,99		
2.1	€ 10.036,80		€ 2.234,60	
2.2	€ 577,60	10.614,40	€ 15,80	
3.1	€ 1.101,52		€ 898,90	
3.2	€ 2.238,27	3.339,79	€ 235,50	

## 09.6 \ ANALISI SWOT FINALE DEL LIDO

### PUNTI DI FORZA

- Aumento della qualità del servizio ristorativo sino ad allora offerto.
- Con Retrogusto ci si differenzia dalla ristorazione locale, in particolar modo quella dei lidi, dove viene posta poca attenzione alla qualità delle materie prime.
- L'assenza di concorrenza nell'ambito della ristorazione ambientalmente sostenibile e allo stesso tempo a km0, permette ai gestori di guadagnare tutta quella fetta di utenza che ne era alla ricerca e non aveva ancora uno sbocco locale.
- Aumento della brand reputation.
- Si crea con il consumatore un rapporto basato sulla fiducia grazie a tutte le informazioni che gli vengono messe a disposizione.
- Coerenza nella valorizzazione del territorio che si promuove.
- Condivisione degli investimenti in termini di denaro e aumento del know-how grazie alla condivisione dei saperi con gli altri retisti.
- I prezzi dei piatti del menù risultano bilanciati grazie all'introduzione del pesce povero che abbassa il prezzo medio complessivo delle portate.

### PUNTI DI DEBOLEZZA

- Non poter mai avere la certezza del tipo di pescato con l'ovvia possibilità di ritrovarsi specie non programmate con relativo disagio per la preparazione dei piatti.
- I piatti non programmati derivati da catture insolite non sono raccontati nel menù ma devono essere esplicitati dal cameriere.
- Esser parte di una rete e con il programma da portare a termine comporta molto investimento in termini soprattutto di tempo.
- La creazione del menù richiede mesi di preparazione e il costo del traduttore è molto elevato.
- I prodotti ittici acquistati direttamente dalla piccola pesca sono più costosi dei prodotti generici acquistati all'ingrosso.

### OPPORTUNITÀ

- Intercettare la domanda di una nuova fetta di mercato.
- Coinvolgere gli artigiani locali che producono ceramiche per la cottura degli alimenti della tradizione.

- Ampliare la valorizzazione dei prodotti locali, incentivando l'entrata in rete di nuovi soggetti.

### MINACCE

- Il venir meno dell'impegno di un produttore creerebbe grandi disagi alla ristorazione, soprattutto se si tratta del pescatore e dell'agricoltore.
- Puntando sull'accrescimento della brand awareness della rete si rischia di oscurare il proprio marchio.
- I clienti abituali potrebbero continuare a richiedere le pietanze classiche.
- Se ripetutamente il pescato restasse invenduto con la necessità di consumarlo il giorno seguente (e quindi richiedere meno quantitativi al pescatore) potrebbero crearsi degli attriti tra i due retisti per via degli accordi preliminarmente presi.
- Diverbi sul prezzo di acquisto/vendita dei prodotti ittici direttamente dalla piccola pesca.

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

## C

Castellani G., 2015, *Responsabilità sociale d'impresa. Ragioni, azioni e reporting*, Maggioli Editore

Cisalterziario, 2018, *Sintesi del CCNL per i Dirigenti, Quadri, Impiegati e Operai del "Terziario Avanzato"* <http://cisalterziario.it/wp-content/uploads/2019/01/Sintesi-CCNL-Terziario-Avanzato.pdf>

## D

D'Orazio E., 2005, *Verso una teoria degli stakeholder descrittiva: modelli ad uso dei manager di organizzazioni complesse*, [http://www.politeia-centrostudi.org/doc/Selezione/art\\_d\\_orazio\\_np\\_78.pdf](http://www.politeia-centrostudi.org/doc/Selezione/art_d_orazio_np_78.pdf)

## E

EUMOPA, 2016, *The EU Consumer Habit - Final Report, Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries of the European Commission*, <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/df0e7a87-6152-11e7-951d-01aa75ed71a1/language-en>

## F

FIPE, Confocommercio, 2018, *CIRCOLARE n. 18 del 16 febbraio 2018, Prot. n. 295 AS/bf*, <https://www.sindacatobalneari.it/sites/default/files/2018-02/Tabelle%20retributive%20gennaio%202018.pdf>

## G

Garibaldi R., 2018, *PRIMO RAPPORTO SUL TURISMO ENOGASTRONOMICO ITALIANO 2018*, [http://www.robertagaribaldi.it/wp-content/uploads/2018/01/ABSTRACT\\_Osservatorio\\_Turismo\\_Enogastronomico.compressed.pdf](http://www.robertagaribaldi.it/wp-content/uploads/2018/01/ABSTRACT_Osservatorio_Turismo_Enogastronomico.compressed.pdf)

## I

Infocamere S.C.p.a., 2015, *Guida al contratto di rete in formato elaborabile*, [http://www.ch.camcom.it/uploaded/generale/Servizi/Registro%20Imprese/GUIDA\\_CRAT.pdf](http://www.ch.camcom.it/uploaded/generale/Servizi/Registro%20Imprese/GUIDA_CRAT.pdf)

IPSOA, 2018, *Pubblici esercizi, ristorazione e turismo - Nuovo c.c.n.l.*, [http://www.ipsoa.it/~media/Quotidiano/2018/02/23/pubblici-esercizi-ristorazione-e-turismo-siglato-il-nuovo-ccnl/Pubblici\\_esercizi\\_sintesi%20pdf.ashx](http://www.ipsoa.it/~media/Quotidiano/2018/02/23/pubblici-esercizi-ristorazione-e-turismo-siglato-il-nuovo-ccnl/Pubblici_esercizi_sintesi%20pdf.ashx)

## P

PraticaLavoro, 2018, *Dati tabellari. Le retribuzioni al 1° gennaio 2018*, Wolters Kluwer Italia S.r.l, Milano, <http://www.dottrina-lavoro.it/wp-content/uploads/2018/01/RETRIBUZIONI-2018.pdf>

## R

RetImpresa, 2015, *Linee guida per il business plan di Rete*, [http://www.retimpresa.it/phocadownload/GUIDE\\_LIBRI/Linee%20Guida%20BPRete-Aprile2015-WEB.pdf](http://www.retimpresa.it/phocadownload/GUIDE_LIBRI/Linee%20Guida%20BPRete-Aprile2015-WEB.pdf)

## S

Spedicato Iengo E., Travaglini F., Di Stefano O., 2016, *Ripensare il territorio. Percorsi e strategie per la rivalutazione dei beni collettivi e locali*, Franco Angeli, Milano

## Z

Zanichelli, 2012, *Inquadramento CCNL del turismo e dei pubblici esercizi*, Franco Lucisano Editore, <http://online.scuola.zanichelli.it/enogastronomiasala/wp-content/uploads/Inquadramento%20CCNL%20del%20turismo%20e%20pubblici%20esercizi.pdf>

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

## A

AA.VV., s.d., *I profili contabili nel contratto di rete*, "Cortellazzo & Soatto. Economia Diritto e Finanza di Impresa", <http://www.cortellazzo-soatto.it/Approfondimenti/TemieContributi/profilicontabilinelcontrattodirete.aspx>, ultima consultazione 18/01/2019

Associazione dei Comuni del Comprensorio Trigno Sinello, <http://www.trignosinello.it/>, ultima consultazione 18/01/2019

Avvocato Andreani, Risorse legali, *Calcolo TFR*, <https://www.avvocatoandreani.it/servizi/calcolo-tfr.php>, ultima consultazione 27/01/2019

## B

Bassano R., 2017, *Quanto costa un social media manager?*, LinkedIn, <https://www.linkedin.com/pulse/quanto-co-sta-un-social-media-manager-raffaele-bassano?fbclid=IwAR02kSZofOGQpzs-xRnrfLPPMWo4LDc9uG2qrQDz2WpnMudAZp29FB9IS94>, ultima consultazione 18/01/2019

Bravi F., 2017, *Le esigenze occasionali nei pubblici esercizi: lavoro intermittente vs lavoro extra*, <https://www.eclavoro.it/esigenze-occasionali-pubblici-esercizi-lavoro-intermittente-lavoro-extra/>, ultima consultazione 17/01/2019

## C

Camera di Commercio di Chieti, *Listino prezzi all'ingrosso*, <http://www.ch.camcom.it/P42A317C316S254/Listino-prezzi-all-ingrosso.htm>, ultima consultazione 26/01/2019

Camera di Commercio di Viterbo, *Contratto di rete*, [http://www.vt.camcom.it/tutti-gli-uffici\\_34/anagrafe-delle-imprese\\_51/registro-imprese\\_58/contratto-di-rete\\_199/](http://www.vt.camcom.it/tutti-gli-uffici_34/anagrafe-delle-imprese_51/registro-imprese_58/contratto-di-rete_199/), ultima consultazione 18/01/2019

CCNL, 2018, *Dati Tabellari - Alimentari - Piccola Industria*, "Il CCNL.it", [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Alimentari\\_-\\_Piccola\\_Industria.html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Alimentari_-_Piccola_Industria.html?#testo_btn), ultima consultazione 17/01/2019

CCNL, 2017, *Agricoltura - Impiegati*, "Il CCNL.it", [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Agricoltura\\_Impiegati.html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Agricoltura_Impiegati.html?#testo_btn), ultima consultazione 17/01/2019

CCNL, 2016, *Alimentari - Piccola Industria*, "Il CCNL.it", [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Alimentari\\_-\\_Piccola\\_Industria.html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Alimentari_-_Piccola_Industria.html?#testo_btn), ultima consultazione 17/01/2019

CCNL, 2016, *TABELLA RETRIBUTIVA QUALIFICATI DECORRENZA 01/01/2016*, "Il CCNL.it", [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Pesca\\_Personale\\_imbarcato.html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Pesca_Personale_imbarcato.html?#testo_btn), ultima consultazione 17/01/2019

CCNL, 2014, *Trattamento economico del bagnino di salvataggio italiano*, "Rescue Italia" <http://www.rescueitalia.it/trattamento-economico-del-bagnino-di-salvataggio-italiano/>

CCNL, 2010, *Alimentari - Artigianato*, "Il CCNL.it", [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Alimentari\\_-\\_Artigianato.html](http://www.ilccnl.it/ccnl_Alimentari_-_Artigianato.html), ultima consultazione 17/01/2019

CCNL, 2010, *Agricoltura - Cooperative*, "Il CCNL.it", [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Agricoltura\\_-\\_Cooperative\\_\(dal\\_010706\).html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Agricoltura_-_Cooperative_(dal_010706).html?#testo_btn), ultima consultazione 17/01/2019

CCNL, 2009, *PESCA: PERSONALE IMBARCATO - IMPRESE*, "Il CCNL.it", [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Pesca\\_Personale\\_imbarcato.html?#testo\\_btn](http://www.ilccnl.it/ccnl_Pesca_Personale_imbarcato.html?#testo_btn), ultima consultazione 17/01/2019

CCNL, 2007, *COMUNICAZIONE, GRAFICA ED EDITORIA - ARTIGIANATO*, "Il CCNL.it", [http://www.ilccnl.it/ccnl\\_Comunicazione\\_-\\_Artigianato.html](http://www.ilccnl.it/ccnl_Comunicazione_-_Artigianato.html), ultima consultazione 17/01/2019

Centro copie L'Instantanea s.r.l., *Listino Prezzi*, <http://www.instantanea.com/upload/Listino1287042632.pdf>, ultima consultazione 18/01/2019

conlaccento, *Quanto costa un sito Wordpress?*, <https://conlaccento.it/web-design/quanto-costa-un-sito-wordpress/>, ultima consultazione 19/01/2019

## E

Ecotoviglie, <https://www.ecotoviglie.com/>, ultima consultazione 18/01/2019

Ferla D., 2011, *Come calcolare il costo orario di un professionista del web (sviluppatore, webdesigner, grafico, etc)*, "Il Fondo del Web", <http://www.ilfondodelweb.it/calcolare-il-costor-orario-di-un-professionista-web-webdesigner-sviluppatore-grafico-etc/>, ultima consultazione 17/01/2019

## F

Fracasso G., 2014, *Preventivo sito web? Il costo di un sito web analizzato nel dettaglio*, "ict", <https://www.ictsviluppo.it/blog/quanto-costa-un-sito-web/>, ultima consultazione 19/01/2019

## G

Garibaldi R., s.d., *Enogastronomia e cultura: due facce della stessa medaglia*, "Formazione turismo.com", <https://www.formazioneiturismo.com/turismo-enogastronomico-forma-di-turismo-culturale/>, ultima consultazione 15/11/2018

Gasca E., 2018, *IL TURISMO ENOGASTRONOMICO, UN SETTORE IN CRESCITA?*, "Il giornale delle fondazioni", [http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-turismo-enogastronomico-un-settore-crescita#\\_ftnref](http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-turismo-enogastronomico-un-settore-crescita#_ftnref), ultima consultazione 15/11/2018

Gastrodomus, *Piani e Piastre Elettriche e a Induzione sempre a portata di mano*, <https://www.gastrodomus.it/600-piastre-induzione>, ultima consultazione 27/01/2019

## M

Meneghini L., *Quanto tempo dedicare alla gestione dei social media*, "Taeda Communication", <https://www.taedacomunication.it/quanto-tempo-dedicare-alla-gestione-dei-social-media/?fbclid=IwAR01VOPyzBLgT0kBeMJC5R1s-rK3mG9tLQ-sq6YNSGSpoxoGKaKvrYduLCYo/>, ultima consultazione 19/01/2019

## N

Nikita photography, *LISTINO PREZZI SERVIZI FOTOGRAFICI*, <http://www.nikitaphoto.it/listino-prezzi-servizi-fotografici/>, ultima consultazione 19/01/2019

## Q

QL, *Gestione degli stakeholder*, <https://www.quadrologico.it/gestione-degli-stakeholder/> ultima consultazione 19/01/2019

## R

Raffaele A., 2018, *Snc Costi*, "Societaria.it", <https://www.societaria.it/societa/societa-di-persone/snc/snc-costi-336483/>, ultima consultazione 27/01/2019

## S

Sapore di Sapere, 2018, *Prezzo di vendita di un piatto*, <http://www.saporedisapere.it/2018/03/02/prezzo-di-vendita-di-un-piatto/>, ultima consultazione 26/01/2019

Semplici E., 2016, *Il costo del lavoro: modalità di calcolo*, <http://www.mysolutionpost.it/archivio/lavoro/2016/03/calcolo-costi-lavoro.aspx>, ultima consultazione 26/01/2019

SIAE, 2019, *MUSICA D'AMBIENTE IN STABILIMENTI BALNEARI*, [https://www.siae.it/sites/default/files/12.1\\_Stabilimenti\\_balneari\\_sottofondo\\_2019.pdf](https://www.siae.it/sites/default/files/12.1_Stabilimenti_balneari_sottofondo_2019.pdf), ultima consultazione 26/01/2019

SIAE, 2018, *DIRITTI CONNESSI*, [https://www.siae.it/sites/default/files/12.1%20DC\\_Stabilimenti%20Balneari%202018\\_0.pdf](https://www.siae.it/sites/default/files/12.1%20DC_Stabilimenti%20Balneari%202018_0.pdf), ultima consultazione 26/01/2019

SIAE, *MUSICA DI SOTTOFONDO IN STABILIMENTI BALNEARI*, <https://www.siae.it/it/utizzatori/musica/musica-di-sottofondo-e-accompagnamento-musicale/musica-di-sottofondo>, ultima consultazione 26/01/2019

SiteGround, *Eccezionali servizi per i domini*, [https://it.siteground.com/domain\\_names.php#startuptab-1](https://it.siteground.com/domain_names.php#startuptab-1), ultima consultazione 19/01/2019

Strategie Creative, <https://www.strategiecreative.it/>, ultima consultazione 19/01/2019

## T

Teleborsa, 2019, *Tesoro, Btp a 15 anni: collocamento record*, <https://www.teleborsa.it/News/2019/01/16/tesoro-btp-a-15-anni-collocamento-record-35.html#.XFNTN1VKjDc>, ultima consultazione 29/01/2019

Tipografiaperte, <https://tipografiaperte.it/>, ultima consultazione 18/01/2019

## IMMAGINI

### IMG. 1

Ungaro Francesco, *Brown wooden case*, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/street-market-market-fish-fish-market-96379/>

### IMG. 2

Rawpixel, *Several People dining on table*, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/several-people-dining-on-table-1893609/>

### IMG.3

Rawpixel, *Achievement adult agreement*, "Pexels", <https://www.pexels.com/photo/group-of-people-holding-hands-forming-teamwork-1083623/>

## 10 \ PROSPETTIVE FUTURE

Il progetto fin qui sviluppato rappresenta solo l'inizio di un percorso di rete che in futuro andrebbe implementato. Prima di tutto, come anticipato, il menù (e si intende sia il sistema in sé di acquisto dei prodotti dai produttori locali che quello cartaceo) del primo anno è soprattutto uno strumento di passaggio utile al consumatore perché gli si dà opportunità di sperimentare i veri sapori locali (ma senza obbligarlo), e al ristoratore di utilizzare una nuova gestione degli acquisti. In maniera graduale il menù RETROGUSTO dovrà sostituire interamente quello classico, in modo da ottenere una vera ristorazione locale coerente con il territorio e i suoi valori. Il progetto è anche scalabile sui ristoranti della città e su altre zone costiere dove vige lo stesso problema a livello di relazioni e cooperazioni.

Il network non è pensato per essere un sistema chiuso: per continuare a produrre ricchezza e valore necessita di continui scambi con l'esterno. A livello pratico comporta l'ampliamento stesso del contratto di rete. Tanto è vero che trascorsi i due anni di prova, si prevede l'inserimento di nuove imprese, che se intraprendenti, sapranno cogliere l'opportunità di migliorarsi. Quindi i primi retisti, pionieri e "visionari", farebbero da spartiacque a tutti coloro che per timore e diffidenza hanno inizialmente rifiutato. L'ideale sarebbe coinvolgere anche altri settori, come quello della ricettività, degli artigiani; altri attori delle filiere alimentari come cantine, caseifici ecc.

Ciò che ci si prospetta e ci si augura in una visione a lungo termine, è quindi **un cambio nella natura del turismo attuale, più qualitativo, maggiormente legato al territorio e ambientalmente sostenibile, etico ed equo verso tutta la popolazione.**

## 11 \ CONCLUSIONI

Come inizialmente spiegato, Vasto è caratterizzata dall'aver due litorali nettamente distinti: la zona sabbiosa e la scogliera. Le politiche territoriali puntano molto sulla conservazione di queste seconde aree, tralasciando progetti di riqualificazione per la zona a più alta pressione turistica. La naturale scelta su cui verte il progetto è stata quindi quella di uno stabilimento balneare.

Ciò che si è riscontrato nella fase di ricerca del caso-studio è stato una curiosa credenza nel ritenere che la sostenibilità ambientale fosse semplicemente sinonimo di materiali "naturali", lampadine a risparmio energetico e raccolta differenziata (e forse il ronzio di un insetto fastidioso). Questa tesi, in maniera un po' ambiziosa, vuole proporre un punto da cui partire per migliorare la situazione esistente, in un'ottica non solo di sostenibilità ambientale ma soprattutto sociale ed economica.

Tutto ciò attraverso la tessitura di relazioni, in un settore in cui dovrebbe quasi essere scontato, ma che invece per via di un atteggiamento culturale prevalentemente chiuso e diffidente, è quasi impossibile. Brevemente allora si riassumono i vantaggi che si creano con il network.

### **Benefici per i produttori**

I produttori si trovano ad essere protagonisti della filiera alimentare dove il loro lavoro finalmente viene riconosciuto sia dalla comunità che dagli altri esercizi produttivi. Con le relazioni instaurate e i materiali informativi prodotti, riescono ad ottenere gli strumenti necessari per raccontarsi e al contempo farsi raccontare dai colleghi retisti, avendone così un doppio ritorno in visibilità.

### **Benefici per il lido**

Il ristorante viene segnalato al consumatore per l'attenzione dedicata alla qualità delle sue proposte culinarie, permettendo di distinguersi dalla "massa". I menù soprattutto, aumentano il valore percepito delle materie prime e dei piatti in toto. Tali elaborati sono il risultato del coordinamento delle conoscenze di ogni singolo retista. La trasparenza con la quale vengono date queste informazioni al cliente, permette di creare un rapporto basato sulla fiducia.

### **Benefici per la pescaturismo**

Questa attività a differenza delle altre, non intrattiene scambi di materia, ma beneficia soprattutto della visibilità ottenuta in rete. Essendo al momento l'unica impresa in zona è ancora

poco conosciuta, infatti non esiste una pagina turistica apposita che la citi, come avviene ad esempio in altre regioni. La sua promozione avviene soprattutto tramite l'attività dei soggetti della rete, in particolar modo da quella del lido, e questo perché riesce ad intercettare vecchi e nuovi clienti, che non ne avevano notizia.

### **Benefici per tutti i retisti**

Tralasciando la crescita e l'arricchimento personale degli imprenditori, l'alto scambio di know-how tra i retisti permette di cogliere, sviluppare o valorizzare le potenzialità di ogni attività produttiva. Si accresce infatti la capacità innovativa e la competitività sul mercato, facilitando la commercializzazione degli alimenti a km0 e le specificità meno conosciute. Inoltre si riesce a sviluppare una strategia di comunicazione valida, coinvolgendo un bacino di utenze differenziato, a costi inferiori comparati a quelli che sarebbero necessari nell'investimento se le attività fossero singole.

### **Benefici per il consumatore**

Il consumatore finale, che ha usufruito di almeno un servizio della rete, ne esce arricchito. Ci guadagna in consapevolezza d'acquisto; ha possibilità di assaporare prodotti locali genuini, non standardizzati e ottenere un contatto diretto con chi il cibo lo coltiva, lo pesca o lo trasforma. Il consumatore infine ottiene gli strumenti per sostenere la piccola economia locale e ridurre l'impatto ambientale delle sue stesse azioni.

### **Benefici per il territorio**

Il progetto cerca di preservare la biodiversità del mare e della terra, valorizzando alimenti meno noti, dimenticati, cultivar antiche e specie ittiche neglette. Si rispettano le stagioni e si sostengono attività che hanno un basso impatto sull'ambiente. Inoltre la valorizzazione culinaria che la rete porta avanti, ha ricadute positive sulla capacità attrattiva della costa nei confronti di un turismo che ha fame soprattutto di cultura ed esperienze.

*"Il tutto è maggiore della somma delle sue parti"*

È la frase mantra che l'approccio sistemico ripete e risulta anche pienamente verificata con il progetto.



**POLITECNICO  
DI TORINO**

*Gentile Signora, Egregio Signore*

L'obiettivo del questionario è quello di:

- individuare le preferenze dei clienti di uno stabilimento balneare
- individuare le criticità del lido
- più in generale, raccogliere le vostre opinioni nei confronti delle problematiche ambientali

Il questionario è condotto dal dipartimento di Design Sistemico del Politecnico di Torino. È assolutamente **anonimo**, volontario e sarà usato esclusivamente a scopo di ricerca statistica e per futuri progetti sulla sostenibilità ambientale, economica e sociale di uno stabilimento balneare.

La sua collaborazione risulta **fondamentale**: le risposte costituiscono una fonte d'informazione preziosissima e utili all'ideazione di progetti mirati e realistici.

Ringraziandola per il tempo che dedicherà al questionario,  
Le auguro delle Buone vacanze.

## QUESTIONARIO

1. Sesso:  M  F

2. Et : .....

3. Titolo di studio

- Licenza elementare
- Diploma scuola media
- Diploma scuola superiore
- Laurea
- Altro (specificare): .....

4. Lei  :

- Un/a turista *(se soggiorna fuori dall'abituale luogo di residenza per almeno 24 ore)*  
specificare provenienza: **Citt ** ..... **Nazione** .....
- Un/a escursionista *(se soggiorna fuori dall'abituale luogo di residenza per meno di 24 ore)*  
specificare provenienza: **Citt ** ..... **Nazione** .....
- Un/a residente *(proseguire con la domanda 6)*
- Altro (specificare): .....

**DOMANDA 5 SOLO PER TURISTI ED ESCURSIONISTI**

5. Con che mezzo di trasporto   arrivato/a a Vasto?

*(Scegliere una o pi  delle seguenti opzioni)*

- Aereo
- Autobus
- Treno
- Auto privata
- Moto
- Altro (specificare): .....

6. Perch  ha scelto la spiaggia di Vasto?

*(Scegliere una o pi  delle seguenti opzioni)*

- Per la bellezza del posto
- Per la spiaggia sabbiosa
- Perch  i bambini possono giocare e nuotare in sicurezza
- Per la qualit  delle acque
- Per la vicinanza alla mia residenza fissa/estiva
- Per la pulizia della spiaggia
- Per motivi economici
- Perch  ho amici/parenti
- Perch    la mia citt  natale
- Perch  ci vengo da tanto tempo
- Altro (specificare): .....

7. Perch  ha scelto il lido "Da Mimi"? .....

.....

8. Con quale frequenza viene presso il lido "Da Mimi"?

- Tutti i giorni o quasi
- Qualche volta a settimana
- Una volta a settimana
- Un paio di volte al mese
- Molto raramente

9. Di solito, come raggiunge questo lido?

- A piedi,
- Con autobus,
- Con mezzo privato a motore,
- Con bicicletta
- Altro (specificare): .....

10. Di solito, condivide l'ombrellone con:

*(Scegliere una o pi  delle seguenti opzioni)*

- Amici,
- Partner, coniuge
- Figli,
- Nipoti,
- Genitori,
- Nonni
- Nessuno
- Altro (specificare): .....

11. Mangia al ristorante del lido "Da Mimi":

- Tutti i giorni o quasi
- Una-due volte a settimana
- Una volta al mese
- Pi  di una volta al mese
- Mai

12.   soddisfatto/a del men  del ristorante "Da Mimi"?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Nulla

Per quali motivi? .....

13. Di solito, pranza sotto l'ombrellone ?

- Spesso
- Raramente
- Mai o quasi mai

14. Se pranza sotto l'ombrellone, di solito che cosa mangia?

*(Scegliere una o pi  delle seguenti opzioni)*

- Cibo preparato/portato da casa

- Cibo pronto (pizza, panini, pasta, insalate ecc.) acquistato al di fuori dello stabilimento
- Pizza del lido "Da Mimi"
- Piatti da asporto (frittura, pasta ecc.) del lido "Da Mimi"
- Non pranzo mai o quasi mai sotto l'ombrellone
- Altro (specificare): .....

15. Fa colazione al bar del lido "Da Mimi":

- Spesso
- Raramente
- Mai o quasi mai

16. In generale, presta attenzione alle seguenti caratteristiche dei prodotti alimentari?

- |                     |                             |                                  |                            |                             |
|---------------------|-----------------------------|----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Prodotti km0        | <input type="radio"/> molta | <input type="radio"/> abbastanza | <input type="radio"/> poca | <input type="radio"/> nulla |
| Prodotti biologici  | <input type="radio"/> molta | <input type="radio"/> abbastanza | <input type="radio"/> poca | <input type="radio"/> nulla |
| Prodotti alla spina | <input type="radio"/> molta | <input type="radio"/> abbastanza | <input type="radio"/> poca | <input type="radio"/> nulla |
| Prodotti di marca   | <input type="radio"/> molta | <input type="radio"/> abbastanza | <input type="radio"/> poca | <input type="radio"/> nulla |

17. Pratica la raccolta differenziata in spiaggia?

- |                |                              |                                     |                           |
|----------------|------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| Vetro          | <input type="radio"/> sempre | <input type="radio"/> qualche volta | <input type="radio"/> mai |
| Lattine        | <input type="radio"/> sempre | <input type="radio"/> qualche volta | <input type="radio"/> mai |
| Carta          | <input type="radio"/> sempre | <input type="radio"/> qualche volta | <input type="radio"/> mai |
| Plastica       | <input type="radio"/> sempre | <input type="radio"/> qualche volta | <input type="radio"/> mai |
| Umido/organico | <input type="radio"/> sempre | <input type="radio"/> qualche volta | <input type="radio"/> mai |

18. Per le risposte "mai" o "qualche volta" può spiegarne le ragioni?

*(Scegliere una o più delle seguenti opzioni)*

- Penso che la raccolta differenziata sia inutile
- Richiede troppa attenzione e tempo
- Non so come separare alcuni rifiuti
- Non sono abituato a farla a casa
- Altro (specificare): .....

19. Secondo lei a Vasto c'è un problema di carenza d'acqua?

- Sì, ma non posso farci niente
- Sì, il problema c'è ma devono occuparsene le autorità
- Sì, nel mio piccolo cerco di ridurre lo spreco di acqua
- No, non credo ci sia questo problema
- Altro (specificare): .....

20. Qual è secondo lei il problema ambientale più preoccupante a Vasto?

*(Scegliere una o più delle seguenti opzioni)*

- Bassa qualità delle acque marine
- Smaltimento dei rifiuti
- Scarichi fognari non controllati o non ben depurati
- Inquinamento dell'aria
- Inquinamento dell'acqua potabile
- Inquinamento del suolo

- Erosione costiera, frane
- Perdita di biodiversità
- Carenza d'acqua
- Altro (specificare): .....

21. Sa che lungo il litorale vastese ci sono due aree SIC (Sito di interesse comunitario)?

- Sì, lo sapevo
- No, non lo sapevo
- No, ne conoscevo solo una
- Non so cosa sono

22. Sa che lungo il litorale vastese ci sono due riserve naturali?

- Sì, lo sapevo
- No, non lo sapevo
- No, ne conoscevo solo una

23. Ritiene che in genere le spiagge della Marina di Vasto siano:

- sempre estremamente affollate
- troppo affollate nel week-end
- un po' affollate
- non tanto affollate
- per niente affollate

24. Secondo lei, a lungo andare, quali conseguenze può portare una spiaggia densa di stabilimenti balneari?

*(Scegliere una o più delle seguenti opzioni)*

- Danni all'ambiente e/o paesaggio
- Scarsa qualità delle acque marine
- Eccessivo affollamento
- Aumento dei prezzi
- Maggior traffico veicolare
- Spiaggia più sporca
- Nessuna conseguenza negativa
- Altro (specificare): .....

**DOMANDA 25 SOLO PER RESIDENTI DI VASTO**

25. Quanto sei d'accordo con la frase:

"Ritengo che uno sfruttamento turistico e balneare intenso delle spiagge di Vasto, potrebbe compromettere le caratteristiche dell'arenile e la capacità di fruizione dello stesso per noi residenti"

- Molto d'accordo
- D'accordo
- Non d'accordo
- Fortemente in disaccordo
- Non so

26. Sarebbe interessato a partecipare ad attività formative a carattere ambientale svolte presso il lido?

- Molto interessato
- Abbastanza interessato
- Non tanto interessato
- Per niente interessato

Se sì, su quali argomenti, ad esempio? .....

.....

27. Cosa apprezza di più del lido "Da Mimi"? .....

.....

28. Cosa cambierebbe del lido "Da Mimi"? .....

.....

29. L'anno prossimo pensa di tornare in questo lido?

- Credo di sì.
- Forse
- Non credo

.....

Il questionario è concluso.

Grazie per la sua collaborazione 😊

# A. 02 \ COSTI PER PACCHETTI ATTIVITÀ

PACCHETTI ATTIVITA'		OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE
<b>CONSTRUZIONE RELAZIONI</b>																									
Fase conoscitiva delle imprese	Impiego Titolare 1	€ 256,50																							
Ricerca Program Manager e stipulazione contratto	Impiego Titolare 2		€ 256,50																						
<b>TOTALE PACCHETTO COSTRUZIONE RELAZIONI</b>		€ 256,50	€ 256,50																						
<b>STIPULAZIONE DEL CONTRATTO DI RETE</b>																									
Redazione del contratto di rete e del programma	Impiego di tutti i retisti		€ 136,80																						
Sottoscrizione atto con la firma elettronica	Impiego di tutti i retisti		€ 34,20																						
Registrazione presso l'Agenzia delle Entrate	Impiego Titolare 1			€ 34,20																					
	Imposta di Registro			€ 28,00																					
	Diritti di segreteria			€ 90,00																					
	Imposta di bollo			€ 59,00																					
Iscrizione nel Registro Imprese (2 ore per tutti)	Impiego Titolare 1			€ 34,20																					
<b>TOTALE PACCHETTO STIPULAZIONE DEL CONTRATTO DI RETE</b>			€ 171,00	€ 245,40																					
<b>APERTURA PAGINA FACEBOOK E INSTAGRAM</b>																									
Commissione lavoro Social Media Manager freelance	Program Manager				/																				
Fase di avviamento	Impiego di retisti					€ 34,20																			
	Ricerca e studio					€ 250,00																			
Gestione pagina Facebook	Impiego di tutti i retisti						€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 0,00	€ 17,10	€ 0,00	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10
	Gestione completa							€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 192,50	€ 192,50	€ 192,50	€ 192,50	€ 192,50	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33
	Gestione completa							€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 151,67	€ 151,67	€ 151,67	€ 151,67	€ 151,67	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83
Gestione pagina Instagram	Impiego di tutti i retisti							€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10
Letture dei risultati e pianificazione strategia successi	Impiego di tutti i retisti							€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10	€ 17,10
<b>TOTALE PACCHETTO APERTURA PAGINA FB E INSTAGRAM</b>					€ 0,00	€ 284,20	€ 17,10	€ 606,27	€ 623,37	€ 623,37	€ 623,37	€ 623,37	€ 623,37	€ 378,37	€ 361,27	€ 378,37	€ 361,27	€ 378,37	€ 378,37	€ 623,37	€ 623,37	€ 623,37	€ 623,37	€ 623,37	€ 623,37
<b>PROGETTAZIONE SITO WEB</b>																									
Commissione lavoro Progettista freelance	Program Manager				/																				
Progettazione sito	Impiego di tutti i retisti					€ 34,20																			
	Reperimento materiali e progettazione					€ 333,33																			
	Shooting Fotografico						€ 50,00																		
	Traduzione lingue						€ 60,00																		
	Hosting						€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66
	lubenda						€ 3,17																		
	Rinnovo dominio																								
Aggiornamento sito	Impiego di tutti i retisti								/	€ 17,10	/	/	€ 17,10	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	€ 17,10
	Scrittura articoli e pubblicazione								€ 23,33	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 20,00	€ 23,33	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00
<b>TOTALE PACCHETTO PROGETTAZIONE SITO WEB</b>					€ 0,00	€ 367,53	€ 113,83	€ 0,66	€ 23,99	€ 37,76	€ 20,66	€ 20,66	€ 37,76	€ 10,66	€ 10,66	€ 10,66	€ 10,66	€ 10,66	€ 15,98	€ 20,66	€ 23,99	€ 37,76	€ 20,66	€ 20,66	€ 37,76
<b>CONTEST FOTOGRAFICO</b>																									
Scegliere il tema e decidere i premi	Impiego di tutti i retisti					€ 102,60																			
Richiesta di affitto Biblioteca Mattioli per mostra	Program Manager					/																			
	Affitto								€ 5,00																
Ricerca fotografo per la giuria	Program Manager					/																			
Ricerca sponsor	Program Manager					/																			
Stilare il regolamento e i moduli di compilazione	Impiego di tutti i retisti					€ 102,60																			
Progettazione della grafica del contest, delle votazioni	Program Manager					/																			
	Grafico									€ 63,00															
Ritiro stampe e volantinaggio	Stampe									€ 32,40															
	Volantinaggio									€ 16,56															
Gestione dei file in arrivo	Impiego Titolare 2									€ 152,73	€ 152,73	€ 152,73													
Intervista stampa e media locali	Impiego di retisti									€ 34,20															
Presentazione SCIA per somministrazione temporanea	Altri retisti									/															
	Diritti Suap									€ 6,67															
	Oneri ASL									€ 2,43															
Selezione delle fotografie con punteggio	Impiego di tutti i retisti									€ 102,60															
	Consulenza fotografo									€ 0,00															
Acquisto forniture per mostra	Altri retisti									/															
	Stoviglie									€ 1,46															
	Bevande analcoliche																								
	Spumante Brut													€ 3,00											
Invio fotografie e stampa	Program Manager													€ 10,00											
	Stampa fotografie									€ 0,00															
Gestione invio mail ai selezionati	Impiego Titolare 2									€ 47,40															
Lavorazione per buffet	Altri retisti									/															
	Buffet									/															
Ritiro stampa, allestimento mostra	Ritiro e allestimento									€ 62,10															
Mostra	Presenza fotografo									€ 0,00															
	Impiego di alcuni retisti									€ 51,30															
	Premi									/															
<b>TOTALE PACCHETTO CONTEST FOTOGRAFICO</b>						€ 205,20	€ 0,00	€ 111,96	€ 191,93	€ 152,73	€ 313,29	€ 126,40													
<b>SHOW COOKING</b>																									
Organizzare le risorse e decidere i temi	Impiego di tutti i retisti					€ 102,60																			
Ricerca cuochi	Program Manager																								

		OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE
PACCHETTI ATTIVITA'																									
Pasta	Volume di acquisto in kg Prezzo unitario al Kg							18,00 € 3,50	17,50 € 3,50	54,00 € 3,50	124,00 € 3,50	272,80 € 3,50	22,50 € 3,50							18,00 € 3,50	€ 18,60 € 3,50	€ 78,00 € 3,50	€ 151,90 € 3,50	€ 229,40 € 3,50	€ 30,00 € 3,50
Olio extravergine di oliva bio	Volume di acquisto in Lt Prezzo unitario al Lt							€ 63,00	€ 61,25	€ 189,00	€ 434,00	€ 954,80	€ 78,75							€ 63,00	€ 65,10	€ 273,00	€ 531,65	€ 802,90	€ 105,00
Olio di semi di girasole	Volume di acquisto in Lt Prezzo unitario al Lt							€ 2.375,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 2.375,00									€ 2.375,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 3.800,00		
Prodotti ittici piccola pesca per antipasto	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							4,50 € 10,00	4,60 € 10,00	15,00 € 10,00	34,10 € 10,00	120,90 € 10,00	9,00 € 10,00							4,50 € 10,00	9,30 € 10,00	39,00 € 10,00	75,95 € 10,00	114,70 € 10,00	15,00 € 10,00
Prodotti ittici piccola pesca per primo	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							5,40 € 8,50	5,58 € 8,50	18,00 € 8,50	40,92 € 8,50	145,08 € 8,50	10,80 € 8,50							5,40 € 8,50	11,16 € 8,50	46,80 € 8,50	91,14 € 8,50	137,64 € 8,50	18,00 € 8,50
Prodotti ittici piccola pesca per secondo	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							€ 45,90	€ 47,43	€ 153,00	€ 347,82	€ 1.233,18	€ 91,80							€ 45,90	€ 94,86	€ 397,80	€ 774,69	€ 1.169,94	€ 153,00
Prodotti ittici per antipasto	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							€ 297,00	€ 306,90	€ 792,00	€ 1.841,40	€ 6.138,00	€ 594,00							€ 297,00	€ 613,80	€ 227,70	€ 4.808,10	€ 7.058,70	€ 990,00
Prodotti ittici per primo	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							€ 4,40	€ 4,40	€ 4,40	€ 4,40	€ 4,40	€ 4,40							€ 4,40	€ 4,40	€ 4,40	€ 4,40	€ 4,40	€ 4,40
Prodotti ittici per secondo	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							€ 63,18	€ 48,36	€ 182,52	€ 420,73	€ 710,89	€ 63,18							€ 63,18	€ 43,52	€ 182,52	€ 355,45	€ 536,80	€ 70,20
Carne	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							€ 25,00	€ 25,00	€ 75,00	€ 175,00	€ 300,00	€ 25,00							€ 25,00	€ 25,00	€ 100,00	€ 200,00	€ 300,00	€ 40,00
Frutta	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							€ 312,50	€ 312,50	€ 937,50	€ 2.187,50	€ 3.750,00	€ 312,50							€ 312,50	€ 312,50	€ 1.250,00	€ 2.500,00	€ 3.750,00	€ 500,00
Dolce	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							€ 81,25	€ 81,25	€ 243,75	€ 568,75	€ 975,00	€ 83,85							€ 81,25	€ 81,25	€ 325,00	€ 650,00	€ 975,00	€ 134,32
Ortaggi e verdura								€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00							€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00
Salsa di pomodoro								€ 160,00	€ 160,00	€ 480,00	€ 1.120,00	€ 1.920,00	€ 160,00							€ 160,00	€ 160,00	€ 640,00	€ 1.280,00	€ 1.920,00	€ 2.560,00
Caffè	Volume di acquisto in Kg Prezzo unitario al Kg							€ 32,00	€ 32,00	€ 96,00	€ 224,00	€ 384,00	€ 32,00							€ 42,32	€ 42,32	€ 169,28	€ 338,55	€ 507,83	€ 67,71
Cornetti	Volume di acquisto in pezzi Prezzo unitario al pezzo							€ 72,00	€ 72,00	€ 216,00	€ 504,00	€ 864,00	€ 72,00							€ 78,26	€ 78,26	€ 313,04	€ 626,09	€ 939,13	€ 125,22
Snak vari	Patatine, caramelle, gelati							€ 79,20	€ 79,20	€ 237,60	€ 554,40	€ 950,40	€ 79,20							€ 86,09	€ 86,09	€ 344,34	€ 688,70	€ 1.033,04	€ 137,74
Bevande	Acqua, vino, superalcolici, bibite									€ 10.000,00		€ 15.000,00	€ 15.000,00									€ 5.000,00	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 25.000,00
Forniture varie	Detergenza, stoviglie monouso								€ 3.500,00			€ 1.000,00	€ 15.000,00									€ 3.500,00		€ 3.000,00	€ 10.000,00
<b>TOTALE PACCHETTO ACQUISTO FORNITURE</b>							€ 0,00	€ 4.705,83	€ 5.472,45	€ 16.511,57	€ 16.547,16	€ 44.335,23	€ 34.565,08	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 4.774,63	€ 11.175,95	€ 16.299,22	€ 32.521,17	€ 55.616,62	€ 30.024,52
<b>PREPARAZIONE MENU'</b>																									
Preparazione contenuti del menù	Impiego Titolare 1 Impiego Titolare 2			€ 376,00 € 358,00	€ 376,00 € 1.000,00	€ 376,00 € 2.000,00																			
Commissione lavoro ad un traduttore						€ 1.000,00																			
Commissione al grafico						€ 2.754,00																			
Ritiro stampe	Clipboard Stampe menù Impiego Titolare 2					€ 165,00 € 600,00 € 15,80														€ 300,00					
<b>TOTALE PACCHETTO PREPARAZIONE MENU'</b>		€ -	€ -	€ 734,00	€ 1.734,00	€ 2.734,00	€ 4.534,80	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 300,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>PREPARAZIONE ELABORATI HAPPY HOUR</b>																									
Commissione lavoro al grafico per manifesto e carti	Grafico Traduttore N. di stampe Manifesti Prezzo a stampa								€ 162,00 € 36,00 20,00 € 1,80													€ 162,00 20,00 € 1,50			
	N. di stampe cartoline Prezzo a stampa								€ 36,00 20,00 € 3,00 € 60,00 € 15,80													€ 30,00 20,00 € 3,00 € 60,00 € 15,80			
<b>TOTALE PACCHETTO ELABORATI HAPPY HOUR</b>	Impiego Titolare 2	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 309,80	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 267,80	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
<b>GRAFICHE DELLA RETE</b>																									
Preparazione contenuti del pieghevole	Impiego di tutti i retisti Program Manager				€ 102,60																				
Commissione lavoro ad un traduttore					€ 27,00																				
Commissione lavoro al grafico						€ 40,50																			
Ritiro stampe e volantinaggio	Ritiro stampe Manifesto Ritiro stampe Pieghevole Volantinaggio																				€ 29,48 € 54,50 € 16,56				
<b>TOTALE GRAFICHE DELLA RETE</b>		€ -	€ -	€ -	€ 129,60	€ 40,50	€ 100,54	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 100,54	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>TOTALE STRAORDINARI</b>																									
	Impiego Titolare 1 Impiego Titolare 2	€ 256,50 0	€ 427,50 0	€ 444,40 € 358,00	€ 478,60 € 358,00	€ 649,60 € 358,00	€ 119,70 € 15,80	€ 171,00 € 0,00	€ 102,60 € 215,93	€ 85,50 € 200,13	€ 171,00 € 247,53	€ 119,70 € 47,40	€ 85,50 € 47,40	€ 34,20 € 0,00	€ 17,10 € 0,00	€ 34,20 € 0,00	€ 17,10 € 0,00	€ 34,20 € 0,00	€ 136,80 € 0,00	€ 188,10 € 0,00	€ 68,40 € 63,20	€ 85,50 € 47,40	€ 68,40 € 47,40	€ 68,40 € 47,40	€ 85,50 € 47,40
<b>COSTI VARIABILI</b>																									
Manutenzione ordinaria struttura		€ 3.000,00					€ 3.000,00							€ 3.000,00						€ 3.000,00					
Manutenzione ordinaria spiaggia								€ 2.000,00						€ 2.000,00								€ 2.000,00			
Manutenzione straordinaria												€ 1.000,00												€ 1.000,00	
Bolletta della luce		€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 583,33
Bolletta gas		€ 2.400,00			€ 50,00																		€ 1.500,00		
Acqua							€ 500,00							€ 4.000,00						€ 500,00					€ 4.500,00
Lavanderia								€ 500,00		€ 500,00	€ 15.000,00	€ 3.500,00		€ 6.000,00		€ 500,00						€ 500,00	€ 500,00	€ 2.000,00	€ 4.000,00
SCIA eventi e TULPS																									€ 6.000,00
Professionista dj												€ 4.000,00													€ 4.000,00
<b>TOTALE PACCHETTO COSTI VARIABILI</b>		€ 5.983,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 633,33	€ 583,33	€ 4.083,33	€ 633,33	€ 3.583,33	€ 1.083,33	€ 17.083,33	€ 9.083,33	€ 10.583,33	€ 8.483,33	€ 583,33	€ 583,33	€ 633,33	€ 583,33	€ 4.083,33	€ 633,33	€ 3.583,33	€ 1.083,33	€ 4.083,33	€ 9.583,33	€ 11.083,33
<b>SALARI</b>																									
Dipendenti con contratto stagionale di Terzo livello	Numero di dipendenti Salario mensile							2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00						2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00	2,00 € 1.616,00
Dipendenti con contratto stagionale di Sesto livello	Numero di dipendenti Salario mensile									2,00 € 1.371,00	3,00 € 1.371,00	4,00 € 1.371,00										2,00 € 1.371,00	4,00 € 1.371,00	4,00 € 1.371,00	4,00 € 1.371,00
Dipendenti con contratto stagionale di Sesto livello	Salario mensile							€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00							€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00

PACCHETTI ATTIVITA'		OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE
Dipendente con qualifica di bagnino	Numero di dipendenti									2,00	2,00	2,00										2,00	2,00	2,00	
	Salario mensile									€ 1.306,00	€ 1.306,00	€ 1.306,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 1.306,00	€ 1.306,00	€ 1.306,00	€ 0,00
Titolare Quadro A	Salario mensile							€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00
Titolari Quadro B	Salario mensile							€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00	€ 2.091,00
	Numero di dipendenti							2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Program Manager	Salario mensile				€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00
<b>TOTALE PACCHETTO SALARI</b>		€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 10.991,58	€ 10.991,58	€ 16.345,58	€ 17.716,58	€ 19.087,58	€ 10.991,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 10.991,58	€ 10.991,58	€ 16.345,58	€ 19.087,58
<b>CONTRIBUTI</b>																									
Dipendenti con contratto stagionale di Terzo livello	Numero di dipendenti	2,00								2,00	2,00	2,00	2,00	2,00								2,00	2,00	2,00	2,00
	IRPEF MATURATO	€ 452,48						€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48	€ 452,48
	INAIL 1 dipendente	€ 904,96						€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96	€ 904,96
Dipendenti con contratto stagionale di Sesto livello	Numero di dipendenti					2,00					2,00	3,00	4,00									2,00	2,00	2,00	2,00
	IRPEF MATURATO					€ 106,66					€ 383,88	€ 383,88	€ 383,88	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 383,88	€ 383,88	€ 383,88	€ 383,88
	INAIL 1 dipendente					€ 213,31	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 767,76	€ 1.151,64	€ 1.535,52	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 767,76	€ 1.535,52	€ 1.535,52	€ 1.535,52
Dipendente con contratto stagionale di Sesto livello	IRPEF MATURATO	€ 302,68				€ 180,97	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 302,68	€ 302,68	€ 302,68	€ 302,68	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 302,68	€ 302,68	€ 302,68	€ 302,68
	INAIL					€ 71,35																€ 71,35			
Dipendente con qualifica di bagnino	Numero di dipendenti									2,00	2,00	2,00	2,00	2,00								2,00	2,00	2,00	2,00
	IRPEF MATURATO									€ 365,68	€ 365,68	€ 365,68	€ 365,68	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 365,68	€ 365,68	€ 365,68	€ 365,68
	INAIL 1 dipendente					€ 43,10	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 43,10	€ 86,20	€ 86,20	€ 86,20
Titolare Quadro A	IRPEF MATURATO	€ 632,80				€ 149,16				€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80	€ 632,80
Titolare Quadro B	Numero di dipendenti	2,00								2,00	2,00	2,00	2,00	2,00								2,00	2,00	2,00	2,00
	IRPEF MATURATO	€ 585,48						€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48	€ 585,48
	INAIL	€ 1.170,96						€ 1.170,96	€ 1.170,96	€ 1.170,96	€ 1.170,96	€ 1.170,96	€ 1.170,96	€ 1.170,96	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 1.170,96	€ 1.170,96	€ 1.170,96	€ 1.170,96
Program Manager	IRPEF MATURATO				€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24
	INAIL				€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83	€ 33,83
<b>TOTALE PACCHETTO CONTRIBUTI</b>		€ 3.011,40	€ -	€ -	€ 66,24	€ 1.077,07	€ 66,24	€ 66,24	€ 3.077,64	€ 3.077,64	€ 4.576,76	€ 4.960,64	€ 5.344,52	€ 3.077,64	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 3.077,64	€ 3.077,64	€ 4.576,76	€ 5.344,52
<b>TFR</b>																									
Dipendenti con contratto stagionale di Terzo livello	Numero di dipendenti	2,00												2,00											
	TFR	€ 652,00												€ 652,00											
Dipendenti con contratto stagionale di Sesto livello	Numero di dipendenti													4,00											4,00
	TFR													€ 304,00											€ 304,00
Dipendenti con contratto stagionale di Sesto livello	Numero di dipendenti													€ 1.216,00											€ 1.216,00
Dipendente con qualifica di bagnino	Numero di dipendenti													2,00											2,00
	TFR	€ 80,00												€ 96,00											€ 96,00
Titolare Quadro A	TFR	€ 869,00												€ 192,00											€ 192,00
Titolare Quadro B	Numero di dipendenti	2,00												2,00											2,00
	TFR	€ 813,00												€ 813,00											€ 813,00
<b>TOTALE PACCHETTO TFR</b>		€ 3.879,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 1.408,00	€ 3.879,00	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 1.408,00
<b>TOTALE TFR+CONTRIBUTI</b>		€ 6.890,40	€ -	€ -	€ 66,24	€ 1.077,07	€ 66,24	€ 66,24	€ 3.077,64	€ 3.077,64	€ 4.576,76	€ 4.960,64	€ 6.752,52	€ 6.956,64	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 3.077,64	€ 3.077,64	€ 4.576,76	€ 5.344,52
<b>SPESE GENERALI AMMINISTRATIVE</b>																									
Canone demaniale marittimo	Regione e Comune											€ 5.000,00												€ 5.000,00	
Abbonamento stagionale SIAE per musica d'ambra	Diritto d'autore					€ 455,00																€ 455,00			
	Diritti connessi					€ 74,81																€ 74,81			
<b>TOTALE PACCHETTO SPESE GENERALI AMMINISTRATIVE</b>		€ -	€ -	€ -	€ -	€ 529,81	€ -	€ -	€ -	€ 5.000,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 529,81	€ -	€ -	€ -
<b>SPESE DI GESTIONE</b>																									
Vidimazione registri contabili	Tassa di concessione governativa				€ 67,00																				
	Imposta di bollo				€ 14,62																				
Commercialista	Diritti di segreteria				€ 25,00																				
	Diritto annuale				€ 1.500,00																				
	Pratica telematica				€ 18,00																				
	Marca da bollo				€ 17,50																				
Consulente del lavoro	N. Dipendenti							6,00	6,00	9,00	11,00	12,00	6,00									6,00	6,00	9,00	12,00
	Costo preparazione busta paga							€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 17,00	€ 17,00	€ 20,00									€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 17,00
	N. Dipendenti assunzioni							€ 120,00	€ 120,00	€ 180,00	€ 187,00	€ 204,00	€ 120,00									€ 120,00	€ 120,00	€ 180,00	€ 204,00
	Costo del contratto							€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00									€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00
	N. Dipendenti licenziati							€ 120,00	€ -	€ 60,00	€ 40,00	€ 20,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 120,00	€ -	€ 60,00	€ 60,00
	Costo preparazione TFR												€ 6,00	€ 6,00	€ 50,00	€ 50,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00
Tassa sui rifiuti		€ 562,50			€ 562,50			€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50	€ 562,50
<b>TOTALE PACCHETTO SPESE DI GESTIONE</b>		€ 562,50	€ -	€ -	€ 2.204,62	€ -	€ -	€ 682,50	€ 120,00	€ 180,00	€ 782,50	€ 207,00	€ 504,00	€ 982,50	€ -	€ -	€ 2.204,62	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 682,50	€ 120,00	€ 180,00	€ 204,00
Consulente del lavoro	Totale consulente lavoro																								

PACCHETTI ATTIVITA'		OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	
<b>RICAVI VENDITE RISTORAZIONE E BAR</b>																										
Antipasto di pesce piccola pesca	Volume di vendite piatti							45,00	46,50	150,00	341,00	1209,00	90,00							45,00	93,00	390,00	759,50	1147,00	150,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00							€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	
								€ 360,00	€ 372,00	€ 1.200,00	€ 2.728,00	€ 9.672,00	€ 720,00							€ 360,00	€ 744,00	€ 3.120,00	€ 6.076,00	€ 9.176,00	€ 1.200,00	
Primo di pesce piccola pesca	Volume di vendite piatti							45,00	46,50	150,00	341,00	1209,00	90,00							45,00	93,00	390,00	759,50	1147,00	150,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00							€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	€ 8,00	
								€ 360,00	€ 372,00	€ 1.200,00	€ 2.728,00	€ 9.672,00	€ 720,00							€ 360,00	€ 744,00	€ 3.120,00	€ 6.076,00	€ 9.176,00	€ 1.200,00	
Secondo di pesce piccola pesca	Volume di vendite piatti							45,00	46,50	120,00	279,00	930,00	90,00							45,00	93,00	345,00	728,50	1069,50	150,00	
	Prezzo unitario a piatto							23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00							23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	
								€ 1.035,00	€ 1.069,50	€ 2.760,00	€ 6.417,00	€ 21.390,00	€ 2.070,00							€ 1.035,00	€ 2.139,00	€ 7.935,00	€ 16.755,50	€ 24.598,50	€ 3.450,00	
Antipasto di pesce	Volume di vendite piatti							120,00	124,00	390,00	899,00	1519,00	120,00							120,00	93,00	390,00	759,50	1147,00	150,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00							€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	
								€ 1.200,00	€ 1.240,00	€ 3.900,00	€ 8.990,00	€ 15.190,00	€ 1.200,00							€ 1.200,00	€ 930,00	€ 3.900,00	€ 7.595,50	€ 11.470,00	€ 1.500,00	
Primo di pesce	Volume di vendite piatti							135,00	124,00	390,00	899,00	1519,00	135,00							135,00	93,00	390,00	759,50	1147,00	150,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00							€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	
								€ 1.350,00	€ 1.240,00	€ 3.900,00	€ 8.990,00	€ 15.190,00	€ 1.350,00							€ 1.350,00	€ 930,00	€ 3.900,00	€ 7.595,50	€ 11.470,00	€ 1.500,00	
Secondo di pesce	Volume di vendite piatti							120,00	124,00	345,00	824,60	1457,00	120,00							120,00	93,00	345,00	728,50	1069,50	150,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00							€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	€ 16,00	
								€ 1.920,00	€ 1.984,00	€ 5.520,00	€ 13.193,60	€ 23.312,00	€ 1.920,00							€ 1.920,00	€ 1.488,00	€ 5.520,00	€ 11.656,00	€ 17.112,00	€ 2.400,00	
Carne	Volume di vendite piatti							125,00	125,00	375,00	875,00	1500,00	125,00							125,00	125,00	500,00	1000,00	1500,00	200,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 14,00	€ 14,00	€ 14,00	€ 14,00	€ 14,00	€ 14,00							€ 14,00	€ 14,00	€ 14,00	€ 14,00	€ 14,00	€ 14,00	
								€ 1.750,00	€ 1.750,00	€ 5.250,00	€ 12.250,00	€ 21.000,00	€ 1.750,00							€ 1.750,00	€ 1.750,00	€ 7.000,00	€ 14.000,00	€ 21.000,00	€ 2.800,00	
Frutta	Volume di vendite piatti							125,00	125,00	375,00	875,00	1500,00	129,00							125,00	125,00	500,00	1000,00	1500,00	200,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00							€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	
								€ 250,00	€ 250,00	€ 750,00	€ 1.750,00	€ 3.000,00	€ 258,00							€ 250,00	€ 250,00	€ 1.000,00	€ 2.000,00	€ 3.000,00	€ 400,00	
Dolce	Volume di vendite piatti							100,00	100,00	300,00	700,00	1200,00	100,00							100,00	100,00	400,00	800,00	1200,00	160,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 2,50	€ 2,50	€ 2,50	€ 2,50	€ 2,50	€ 2,50							€ 2,50	€ 2,50	€ 2,50	€ 2,50	€ 2,50	€ 2,50	
								€ 250,00	€ 250,00	€ 750,00	€ 1.750,00	€ 3.000,00	€ 250,00							€ 250,00	€ 250,00	€ 1.000,00	€ 2.000,00	€ 3.000,00	€ 400,00	
Pizza	Volume di vendite piatti							720,00	744,00	720,00	744,00	744,00	720,00							750,00	755,00	750,00	755,00	755,00	750,00	
	Prezzo unitario a piatto							€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00							€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	
								€ 1.440,00	€ 1.488,00	€ 1.440,00	€ 1.488,00	€ 1.488,00	€ 1.440,00							€ 1.500,00	€ 1.510,00	€ 1.500,00	€ 1.510,00	€ 1.510,00	€ 1.500,00	
Coperto	Numeri di coperti							500,00	500,00	1500,00	3500,00	6000,00	500,00							500,00	500,00	2000,00	4000,00	6000,00	800,00	
	Prezzo unitario a coperto							€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00							€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	€ 2,00	
								€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 3.000,00	€ 7.000,00	€ 12.000,00	€ 1.000,00							€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 4.000,00	€ 8.000,00	€ 12.000,00	€ 1.600,00	
Caffè	Volume di vendite tazzine							1500,00	1550,00	1500,00	1550,00	1500,00	1500,00							2226,00	2226,00	2226,00	2226,00	2226,00	2226,00	
	Prezzo unitario a tazzina							€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25							€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	
								€ 1.875,00	€ 1.937,50	€ 1.875,00	€ 1.937,50	€ 1.937,50	€ 1.875,00							€ 2.782,50	€ 2.782,50	€ 2.782,50	€ 2.782,50	€ 2.782,50	€ 2.782,50	
Cornetti	Volume di vendite al pezzo							72,00	72,00	216,00	504,00	864,00	72,00							78,26	78,26	313,04	626,09	939,13	125,22	
	Prezzo unitario al pezzo							€ 1,50	€ 1,50	€ 1,50	€ 1,50	€ 1,50	€ 1,50							€ 1,50	€ 1,50	€ 1,50	€ 1,50	€ 1,50	€ 1,50	
								€ 108,00	€ 108,00	€ 324,00	€ 756,00	€ 1.296,00	€ 108,00							€ 117,39	€ 117,39	€ 469,56	€ 939,14	€ 1.408,70	€ 187,83	
Snak vari	Patatine, caramelle, gelati							€ 520,00	€ 520,00	€ 1.560,00	€ 3.640,00	€ 6.240,00	€ 520,00							€ 520,00	€ 520,00	€ 1.560,00	€ 3.640,00	€ 6.240,00	€ 520,00	
Bevande	Acqua, vino, superalcolici, bibite							€ 2.080,00	€ 2.080,00	€ 6.240,00	€ 14.560,00	€ 24.960,00	€ 2.080,00							€ 2.826,00	€ 2.826,00	€ 11.304,00	€ 22.608,00	€ 33.913,00	€ 4.521,00	
Happy Hour	Richiedenti al mese									40,00	60,00	100,00	20,00									60,00	100,00	100,00	28,00	
	Prezzo unitario									€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 11,00									€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	
										€ 400,00	€ 600,00	€ 1.000,00	€ 220,00									€ 600,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 280,00	
								€ 15.248,00	€ 15.411,00	€ 39.319,00	€ 87.028,10	€ 167.347,50	€ 17.223,00								€ 16.970,89	€ 17.730,89	€ 57.711,06	€ 112.223,14	€ 165.856,70	€ 25.841,33
<b>TOTALE INCASSI</b>		€ 6.720,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 15.248,00	€ 70.161,00	€ 43.639,00	€ 100.498,10	€ 195.867,50	€ 89.013,00	€ 6.720,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 16.970,89	€ 72.480,89	€ 62.031,06	€ 125.703,14	€ 194.376,70	€ 97.631,33	
<b>FLUSSO ECONOMICO</b>		-€ 6.972,73	-€ 1.010,83	-€ 1.562,73	-€ 5.004,38	-€ 6.058,23	-€ 9.255,03	-€ 2.945,94	€ 45.566,86	€ 516,57	€ 42.724,01	€ 117.312,84	€ 24.844,92	-€ 10.328,08	-€ 1.258,08	-€ 1.275,18	-€ 3.512,70	-€ 2.815,82	-€ 5.283,65	-€ 1.175,32	€ 42.417,18	€ 19.273,71	€ 63.877,33	€ 103.786,17	€ 37.503,80	

# A.03 \ ANALISI DEL FLUSSO ECONOMICO

		OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	
<b>COSTI DI AMPLIAMENTO</b>																										
Registrazione presso l'Agenzia delle Entrate	Imposta di Registro	€ -	€ -	€ 28,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Dritti di segreteria	€ -	€ -	€ 90,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Imposta di bollo	€ -	€ -	€ 59,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Fase di avviamento social network	Ricerca e studio	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 250,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Progettazione sito	Costo della progettazione	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 333,33	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Shooting Fotografico	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 50,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Traduzione lingue	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 60,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Presentazione SCIA per somministrazione temporanea a. & b.	Dritti Suap	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 6,67	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Oneri ASL	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 2,43	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Acquisto attrezzature da cucina	Costo attrezzature	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 41,67	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Presentazione SCIA per 5 eventi temperanei presso il lido	Dritti SUAP	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 200,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 200,00	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>TOTALE COSTI DI AMPLIAMENTO</b>		€ -	€ -	€ 177,00	€ -	€ 583,33	€ 110,00	€ 241,67	€ -	€ -	€ 9,10	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 200,00	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>COSTI FISSI</b>																										
Canone demaniale marittimo		€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 5.000,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Abbonamento stagionale SIAE per musica d'ambiente	Diritto d'autore	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 455,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Dritti connessi	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 74,81	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Gestione Sito web	Hosting	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66	€ 0,66
	lubenda	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 3,17	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Rinnovo dominio	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Vidimazione registri contabili	Tassa di concessione gov.	€ -	€ -	€ -	€ 67,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Imposta di bollo	€ -	€ -	€ -	€ 14,62	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Dritti di segreteria	€ -	€ -	€ -	€ 25,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Tassa sui rifiuti		€ 562,50	€ -	€ -	€ 562,50	€ -	€ -	€ 562,50	€ -	€ -	€ 562,50	€ -	€ -	€ 562,50	€ -	€ -	€ 562,50	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>TOTALE COSTI FISSI</b>		€ 562,50	€ -	€ -	€ 669,12	€ 529,81	€ 3,82	€ 563,16	€ 0,66	€ 5.000,66	€ 563,16	€ 0,66	€ 0,66	€ 563,16	€ 0,66	€ 0,66	€ 669,78	€ 530,47	€ 5,98	€ 563,16	€ 0,66	€ 5.000,66	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>COSTI FISSI - SPESE PER IL PERSONALE E ALTRI PROFESSIONISTI</b>																										
Dipendenti con contratto stagionale di Terzo livello	Salario mensile	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ 3.232,00	€ 3.232,00
Dipendenti con contratto stagionale di Sesto livello Super	Salario mensile	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 2.742,00	€ 4.113,00	€ 5.484,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Dipendenti con contratto stagionale di Sesto livello	Salario mensile	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00	€ 1.081,00
Dipendenti con qualifica di bagnino	Salario mensile	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 2.612,00	€ 2.612,00	€ 2.612,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Titolare Quadro A	Salario mensile	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Straordinari	€ 256,50	€ 427,50	€ 444,40	€ 478,60	€ 649,60	€ 119,70	€ 171,00	€ 102,60	€ 85,50	€ 171,00	€ 119,70	€ 85,50	€ 34,20	€ 17,10	€ 34,20	€ 17,10	€ 34,20	€ 136,80	€ 188,10	€ 68,40	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00	€ 2.260,00
Titolari Quadro B	Salario mensile	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ 4.182,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Straordinari	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 215,93	€ 200,13	€ 247,53	€ 47,40	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Program Manager	Salario mensile	€ -	€ -	€ 358,00	€ 358,00	€ 358,00	€ 15,80	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ 236,58	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Spese TFR + contributi		€ 6.890,40	€ -	€ -	€ 236,58	€ 236,58	€ 66,24	€ 3.077,64	€ 3.077,64	€ 3.077,64	€ 4.576,76	€ 4.960,64	€ 6.752,52	€ 6.956,64	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24	€ 66,24
Gestione pagina Facebook - Social Media Manager	Costo SMM	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ 338,33	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Gestione pagina Instagram - Social Media Manager	Costo SMM	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ 250,83	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Scrittura articoli e pubblicazione - Copywriter	Costo Copywriter	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 23,33	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 10,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	
Commercialista	Diritto annuale	€ -	€ -	€ -	€ 1.500,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Pratica telematica	€ -	€ -	€ -	€ 18,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Marca da bollo	€ -	€ -	€ -	€ 17,50	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Consulente del lavoro		€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 120,00	€ 120,00	€ 180,00	€ 220,00	€ 207,00	€ 504,00	€ 420,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>TOTALE COSTI FISSI - SPESE PER IL PERSONALE E ALTRI PROFESSIONISTI</b>		€ 7.146,90	€ 427,50	€ 802,40	€ 2.674,93	€ 2.321,26	€ 438,33	€ 11.937,99	€ 15.120,26	€ 20.498,03	€ 23.541,05	€ 25.031,49	€ 18.990,17	€ 8.001,59	€ 674,09	€ 691,19	€ 2.209,59	€ 1.702,02	€ 793,79	€ 11.975,09	€ 14.933,33	€ 20.345,29	€ 24.629,31	€ 25.361,07	€ 18.990,17	
<b>COSTI VARIABILI - SPESE PER PROFESSIONISTI</b>																										
Progettazione della grafica del contest, delle votazioni e stampa	Grafico	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 63,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Progettazione della grafica del calendario e invio stampa	Grafico	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 27,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Commissione lavoro al grafico per manifesto aperitivo	Grafico	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 162,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Commissione lavoro ad un traduttore per menù		€ -	€ -	€ -	€ 1.000,00	€ 2.000,00	€ 1.000,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Commissione lavoro ad un traduttore per cartoline		€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 36,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Commissione lavoro ad un traduttore per rete																										

*“La vita non ha preso possesso del pianeta attraverso la lotta, bensì attraverso la cooperazione, i sodalizi e il lavoro di squadra.”*

I principi dell'ecologia  
Fritjof Capra, 2012, La scienza della vita

