

## RELAZIONE TECNICA

**Valorizzazione della cucina tipica trapanese a base di pesce come leva strategica di sviluppo territoriale**

Attuazione: Azione 2.B.2 – GAL Pesca Trapanese

## 1. PREMESSA E OBIETTIVI DELLA RELAZIONE

La presente relazione è redatta a supporto dell'attuazione dell'Azione **2.B.2 della Strategia di Sviluppo Locale (SSL) del GAL Pesca Trapanese**, finalizzata alla promozione della ristorazione tipica a base di pesce come strumento di integrazione tra settore primario (pesca) e filiera turistica. Come evidenziato nel documento programmatico, l'obiettivo specifico è quello di:

- rafforzare la connessione tra pesca locale e turismo;
- valorizzare la cucina tradizionale come elemento identitario;
- creare un network territoriale di ristoratori aderenti a un sistema di qualità condiviso.

La relazione ha quindi una duplice finalità:

1. Dimostrare il valore economico, culturale e sociale della cucina tipica trapanese a base di pesce;
2. Proporre una strategia operativa basata sulla creazione di un **network territoriale di ristorazione**, integrato con il portale [www.itineraridelgustotrapani.it](http://www.itineraridelgustotrapani.it).

## 2. CONTESTO TERRITORIALE DI RIFERIMENTO

### 2.1 Inquadramento geografico e amministrativo (approfondimento)

Il territorio del GAL Pesca Trapanese si configura come un sistema costiero unitario, articolato lungo oltre 200 km di litorale continuo che si estende da Mazara del Vallo fino a San Vito lo Capo, comprendendo i seguenti 10 Comuni: Mazara del Vallo, Petrosino, Marsala, Misiliscemi, Paceco, Trapani, Erice, Valderice, Custonaci e San Vito lo Capo.

Tale area rappresenta un **unicum territoriale sotto il profilo geografico, economico e sociale**, in cui il mare costituisce il principale elemento identitario, non solo come risorsa naturale, ma come fattore generativo di cultura, economia e relazioni sociali.

All'interno di questo sistema è possibile distinguere due macro-tipologie di Comuni:

#### A. Comuni sede di marinerie

(Mazara del Vallo, Marsala, Trapani, San Vito lo Capo)

Questi Comuni rappresentano il **cuore produttivo della filiera della pesca** e costituiscono i principali poli economici del sistema GAL.

##### Mazara del Vallo

È il principale hub ittico del territorio e uno dei più importanti a livello nazionale ed europeo. La città ospita una flotta peschereccia di rilevanza strategica, con una forte vocazione alla pesca d'altura e una consolidata filiera della trasformazione e commercializzazione del prodotto ittico. La presenza del celebre **Gambero Rosso di Mazara** contribuisce a rafforzare il posizionamento internazionale del territorio.

Dal punto di vista sociale, Mazara presenta una forte multiculturalità, legata alla presenza di comunità straniere impiegate nel settore della pesca, che contribuiscono a rendere il contesto dinamico ma anche complesso.

##### Marsala

Importante centro costiero con porto peschereccio e tradizione marittima consolidata.

L'economia locale è caratterizzata da una **forte integrazione tra pesca, agricoltura (vitivinicoltura - Marsala DOC) e turismo**. Marsala rappresenta un nodo strategico per lo sviluppo della filiera corta e per l'integrazione tra prodotti ittici e produzioni agroalimentari di qualità.

Il tessuto economico è articolato e offre buone potenzialità di sviluppo turistico legato all'enogastronomia.

##### Trapani

Capoluogo provinciale e centro amministrativo del territorio, Trapani svolge un ruolo centrale nella governance e nei servizi legati alla pesca. Il porto di Trapani è uno dei principali punti di riferimento per le attività pescherecce e commerciali.

La città presenta una **forte vocazione turistica**, con un'offerta che integra mare, cultura e

gastronomia. La ristorazione rappresenta un settore chiave, con numerose attività legate alla valorizzazione del pescato locale.

### **San Vito lo Capo**

Pur avendo una marineria di dimensioni più contenute, San Vito lo Capo è uno dei principali poli turistici del territorio. Il Comune è noto a livello internazionale per il **CousCous Fest**, evento simbolo dell'integrazione culturale e gastronomica.

Qui la pesca si integra fortemente con il turismo, rappresentando un modello virtuoso di valorizzazione del prodotto ittico attraverso l'esperienza gastronomica.

### **B. Altri Comuni costieri**

(Petrosino, Paceco, Misiliscemi, Erice, Valderice, Custonaci)

Questi Comuni, pur non essendo sedi principali di marinerie, svolgono un ruolo fondamentale nel sistema territoriale, contribuendo alla **filiera economica, sociale e turistica della pesca**.

#### **Petrosino**

Comune costiero con una forte vocazione agricola e una presenza significativa di attività legate alla pesca e all'acquacoltura. Il territorio rappresenta un importante punto di connessione tra produzione primaria e consumo locale.

#### **Paceco**

Caratterizzato dalla presenza delle saline e da produzioni tipiche come l'aglio rosso di Nubia, Paceco contribuisce alla costruzione di un'offerta enogastronomica integrata. La vicinanza con Trapani favorisce l'integrazione economica e logistica.

#### **Misiliscemi**

Comune di recente istituzione, nato dalla riorganizzazione territoriale di Trapani. Comprende aree costiere e infrastrutture rilevanti (tra cui l'aeroporto di Trapani-Birgi), rappresentando un nodo strategico per l'accessibilità del territorio.

#### **Erice**

Centro storico di grande valore culturale e turistico, situato in posizione collinare ma fortemente integrato con la fascia costiera. La sua economia è legata al turismo e alla ristorazione, con una crescente attenzione alla valorizzazione dei prodotti locali.

#### **Valderice**

Comune con forte integrazione residenziale e turistica con Trapani ed Erice. Svolge un ruolo di supporto al sistema economico locale, con attività legate alla ristorazione e all'accoglienza.

#### **Custonaci**

Territorio caratterizzato da un mix di attività economiche tra turismo balneare, estrazione marmifera e tradizioni enogastronomiche. La fascia costiera contribuisce all'offerta turistica del GAL.

A questi Comuni, si aggiungeranno anche i Comuni di **Favignana** e **Pantelleria**, che hanno già manifestato l'interesse all'ingresso nel partenariato attivo del GAL della Pesca Trapanese. Costituirà **elemento premiale** di valutazione la disponibilità del soggetto proponente, espressa nell'ambito dell'offerta tecnica, ad estendere (senza alcun onere aggiuntivo per la committente) il territorio di riferimento dell'offerta anche ai Comuni di Favignana e Pantelleria a seguito di espressa richiesta formulata dalla Committente. Al fine di fruire di questa premialità, il proponente dovrà indicare attraverso quali modalità esso intenda assicurare il coinvolgimento anche di questi territori.

L'ipotesi di estendere il perimetro territoriale del network della ristorazione tipica a base di pesce ai Comuni di **Favignana** e **Pantelleria** rappresenta una scelta strategica di grande rilevanza, in grado di rafforzare significativamente il posizionamento complessivo dell'iniziativa.

Tale estensione, pur mantenendo la coerenza con gli obiettivi della Strategia di Sviluppo Locale, consente di ampliare il raggio d'azione del network, integrando territori caratterizzati da una forte identità marinara e da una consolidata tradizione gastronomica legata al mare.

L'inclusione delle isole consente infatti di arricchire l'offerta in termini di varietà, autenticità e attrattività, contribuendo a costruire un sistema più completo e competitivo, capace di intercettare

una domanda turistica sempre più orientata verso esperienze distintive e territorialmente connotate.

### **Favignana – Fattori di potenziamento dell'offerta**

Favignana rappresenta uno dei contesti più emblematici della cultura marinara siciliana, storicamente legata alla pesca del tonno e alla tradizione delle tonnare. L'inserimento di questo territorio all'interno del network consentirebbe di valorizzare una componente identitaria di straordinario rilievo.

#### **rafforzamento dell'identità legata alla filiera del tonno**

Favignana è universalmente riconosciuta per la sua tradizione nella lavorazione del tonno, elemento che costituisce un pilastro della cultura gastronomica locale. L'integrazione nel network permetterebbe di arricchire l'offerta con prodotti e preparazioni legate a questa filiera, contribuendo a rafforzare la narrazione complessiva del mare come elemento identitario.

#### **incremento dell'attrattività turistica internazionale**

L'isola è già una destinazione consolidata per il turismo, anche internazionale, con un forte richiamo legato alla qualità del mare e del paesaggio. L'inclusione nel network consentirebbe di intercettare flussi turistici qualificati, ampliando la visibilità dell'intero sistema e favorendo la diffusione dell'offerta gastronomica anche oltre i confini locali.

#### **diversificazione dell'offerta esperienziale**

Favignana offre un contesto ideale per lo sviluppo di esperienze integrate che combinano gastronomia, mare e cultura. L'inserimento dell'isola nel network permetterebbe di sviluppare percorsi legati alla tradizione della pesca, visite a luoghi simbolo della cultura marinara e momenti di degustazione tematica, arricchendo l'offerta complessiva.

#### **connessione con il sistema delle isole minori**

L'inclusione di Favignana consente di estendere il network al sistema delle Egadi, rafforzando la dimensione insulare dell'offerta e creando nuove opportunità di integrazione tra territori costieri e insulari, in una logica di complementarità.

### **Pantelleria – Fattori di potenziamento dell'offerta**

Pantelleria rappresenta un contesto unico nel panorama mediterraneo, caratterizzato da una forte identità territoriale e da una tradizione gastronomica che integra elementi marini e culturali di grande valore. La sua inclusione nel network consentirebbe di ampliare ulteriormente la portata dell'intervento.

#### **valorizzazione di un'identità gastronomica distintiva**

La cucina di Pantelleria presenta caratteristiche peculiari, frutto di contaminazioni culturali e di una forte relazione con il territorio. L'integrazione nel network permetterebbe di arricchire l'offerta con nuove declinazioni della cucina di pesce, contribuendo a diversificare e qualificare ulteriormente il sistema.

#### **ampliamento del raggio geografico e del posizionamento del network**

Pantelleria, per la sua posizione strategica nel Mediterraneo, consente di estendere il network oltre il contesto strettamente provinciale, rafforzandone il posizionamento come sistema di riferimento su scala più ampia. Questo elemento contribuisce a migliorare la percezione del network come proposta di valore articolata e competitiva.

#### **attrazione di segmenti turistici di fascia medio-alta**

L'isola è caratterizzata da una domanda turistica con elevata capacità di spesa, spesso orientata verso esperienze autentiche e di qualità. L'inclusione nel network consentirebbe di intercettare tali segmenti, aumentando il valore medio dell'offerta e contribuendo alla sostenibilità economica del sistema.

#### **integrazione tra gastronomia, paesaggio e sostenibilità**

Pantelleria è un territorio fortemente connotato da elementi di sostenibilità ambientale e paesaggistica. L'inserimento nel network permetterebbe di sviluppare esperienze che combinano cucina, natura e cultura, rafforzando la dimensione esperienziale e contribuendo a costruire

un'offerta coerente con le nuove tendenze del turismo.

In definitiva, l'estensione del network ai Comuni di Favignana e Pantelleria rappresenta un'opportunità strategica per ampliare e qualificare l'offerta complessiva, introducendo elementi di forte valore identitario e aumentando la capacità del sistema di attrarre flussi turistici diversificati. Tale integrazione consente di rafforzare il posizionamento del network come sistema territoriale ampio, articolato e competitivo, capace di valorizzare le diverse espressioni della cultura gastronomica a base di pesce e di costruire un'offerta esperienziale di livello superiore, in grado di competere nei mercati nazionali e internazionali.

Nel complesso, quindi considerando anche l'eventuale allargamento, il territorio del GAL Pesca Trapanese presenta le seguenti caratteristiche:

**a) Forte identità marinara**

Il mare rappresenta il principale elemento unificante, non solo dal punto di vista economico, ma anche culturale e sociale. La pesca ha modellato nel tempo le tradizioni, la cucina e le relazioni tra le comunità locali.

**b) Sistema economico integrato ma fragile**

L'economia locale si basa su:

- pesca e acquacoltura;
- trasformazione e commercializzazione del prodotto ittico;
- turismo;
- agricoltura.

Tuttavia, persistono criticità strutturali:

- elevati livelli di disoccupazione;
- riduzione della flotta peschereccia;
- necessità di diversificazione economica.

**c) Potenziale turistico elevato**

Il territorio dispone di:

- risorse naturali (mare, coste, riserve);
- patrimonio culturale;
- tradizione gastronomica di alto livello.

**d) Forte vocazione enogastronomica**

La presenza di prodotti tipici e di una cucina identitaria rappresenta un elemento chiave per lo sviluppo turistico.

In questo scenario, l'attuazione dell'Azione 2.B.2 si inserisce in un contesto caratterizzato da:

- necessità di valorizzare il pescato locale, oggi spesso sottoutilizzato dal punto di vista turistico;
- esigenza di integrazione tra filiere (pesca, ristorazione, turismo);
- domanda crescente di esperienze autentiche da parte dei turisti;
- bisogno di rafforzare la competitività territoriale attraverso modelli organizzativi innovativi.

La creazione di un network di ristorazione tipica rappresenta quindi:

- una risposta concreta ai fabbisogni del territorio;
- uno strumento di integrazione economica;
- un modello di sviluppo sostenibile basato sulle risorse locali.

## 2.2 Centralità della pesca nell'economia locale

La centralità del settore ittico nel territorio del GAL Pesca Trapanese non si limita alla dimensione quantitativa della flotta o alla presenza di infrastrutture portuali, ma si configura come un sistema economico complesso e stratificato, che incide in modo significativo sull'intero assetto produttivo e sociale dell'area.

**a) Un sistema produttivo con rilevanza regionale e mediterranea**

Il comparto della pesca nel territorio trapanese si inserisce all'interno di un sistema più ampio – quello



dell' "economia del mare" siciliana – che rappresenta una componente strategica dell'economia regionale. In Sicilia, infatti, il sistema marittimo (che include pesca, logistica, turismo e servizi) genera un valore aggiunto pari a circa il 17,6% dell'economia complessiva, coinvolgendo oltre 100.000 occupati.

All'interno di questo contesto, i porti di Mazara del Vallo, Trapani e Marsala si distinguono come snodi fondamentali della pesca regionale, sia per volume di pescato sia per capacità di commercializzazione. In particolare, Mazara del Vallo rappresenta un caso unico nel Mediterraneo, essendo uno dei pochi centri dotati di una flotta capace di operare su fondali profondi e su scala internazionale.

Questa capacità produttiva colloca il territorio del GAL tra le aree più rilevanti del settore ittico italiano, con una funzione che va oltre la dimensione locale e si proietta verso mercati nazionali e internazionali.

#### **b) La pesca come sistema economico a filiera lunga**

Uno degli elementi distintivi del settore ittico locale è la sua articolazione in una filiera estesa, che non si esaurisce nella fase primaria della cattura, ma si sviluppa lungo una catena del valore articolata e interconnessa.

La filiera comprende:

- attività di pesca (settore primario);
- prima lavorazione e trasformazione (filettatura, congelamento, conservazione);
- logistica e distribuzione;
- commercializzazione all'ingrosso e al dettaglio;
- consumo finale (famiglie e ristorazione).

Questo modello è tipico dei distretti ittici evoluti, dove il prodotto attraversa diverse fasi prima di arrivare al mercato, generando valore aggiunto in ciascun passaggio.

Nel caso del territorio trapanese, il pescato viene:

- in parte venduto direttamente dai pescatori;
- in parte destinato ai mercati ittici locali;
- in parte avviato verso la trasformazione o altri mercati.

Ciò evidenzia come il settore non sia un comparto isolato, ma un ecosistema economico integrato, capace di attivare occupazione e reddito in molteplici ambiti.

#### **c) Incidenza economica e occupazionale indiretta**

Oltre all'impatto diretto, la pesca genera effetti moltiplicativi su:

- occupazione (marittimi, operatori portuali, trasportatori, addetti alla lavorazione);
- servizi collegati (manutenzione navale, cantieristica, forniture);
- commercio e distribuzione alimentare.

A livello nazionale, il settore ittico presenta una forte incidenza della piccola pesca artigianale, che pur operando su volumi inferiori contribuisce in maniera significativa al valore economico complessivo, grazie alla qualità del prodotto.

Nel contesto locale, questa caratteristica si traduce in una diffusa presenza di micro-imprese e operatori indipendenti, che rendono il tessuto economico capillare ma allo stesso tempo frammentato.

#### **d) Specializzazione produttiva e valore del pescato**

Un ulteriore elemento di centralità è rappresentato dalla specializzazione delle attività di pesca, che consente al territorio di posizionarsi su segmenti di mercato ad alto valore.

In particolare:

- la pesca a strascico consente la cattura di specie pregiate (come gamberi e scampi), che rappresentano una quota rilevante del valore economico del settore ;
- alcune produzioni locali, come il gambero rosso, hanno acquisito una forte riconoscibilità sui mercati, contribuendo a rafforzare l'identità economica del territorio.

Questa specializzazione consente di compensare, almeno in parte, la riduzione dei volumi produttivi registrata negli ultimi anni, orientando il settore verso una logica di qualità più che di quantità.

#### **e) Interconnessione con altri settori economici**

Il settore ittico nel territorio del GAL non opera in maniera isolata, ma è fortemente interconnesso con altri comparti:

- Turismo costiero: la presenza di attività pescherecce contribuisce all'attrattività dei territori, rafforzando l'immagine autentica delle destinazioni;

- Commercio locale: il pescato alimenta mercati ittici, pescherie e attività di distribuzione;
- Servizi portuali e logistici: le infrastrutture portuali supportano sia la pesca sia altre attività economiche.

Questa interconnessione rende la pesca un fattore abilitante dello sviluppo territoriale, capace di generare effetti positivi su più livelli.

#### f) Dimensione sociale e culturale della pesca

Oltre alla dimensione economica, la pesca rappresenta un elemento centrale nella costruzione dell'identità sociale delle comunità locali.

Essa:

- definisce tradizioni e saperi tramandati nel tempo;
- struttura le relazioni sociali e familiari;
- contribuisce alla coesione delle comunità costiere.

In particolare, in realtà come Mazara del Vallo, la pesca ha anche favorito dinamiche di integrazione sociale, con la presenza storica di comunità straniere coinvolte nel settore.

Questo conferma come la pesca non sia solo un'attività produttiva, ma un elemento identitario profondo, che incide sulla cultura, sul paesaggio e sulla vita quotidiana delle comunità.

#### g) Sintesi del ruolo strategico del settore

Alla luce degli elementi sopra esposti, la pesca nel territorio del GAL Pesca Trapanese può essere definita come:

- asset economico diretto, per la produzione e il reddito generato;
- filiera produttiva complessa, capace di attivare molteplici settori;
- fattore occupazionale diffuso, sia diretto che indiretto;
- elemento identitario e culturale, radicato nella storia delle comunità;
- leva di sviluppo territoriale, grazie alla sua integrazione con altri comparti.

### 2.3 Fragilità socio-economiche

Il territorio presenta criticità:

- tasso di disoccupazione elevato (oltre il 18%);
- forte disoccupazione giovanile (oltre il 46%);
- riduzione significativa della flotta peschereccia (-45% in GT).

Questi elementi rendono necessaria una **strategia di diversificazione economica**, in cui il turismo enogastronomico assume un ruolo centrale.

## 3. LA CUCINA TIPICA TRAPANESE A BASE DI PESCE: VALORE IDENTITARIO

### 3.1 Un patrimonio culturale millenario

La cucina tipica trapanese a base di pesce rappresenta una delle espressioni più autentiche della civiltà mediterranea, configurandosi come il risultato di un processo storico di stratificazione culturale che ha attraversato secoli di scambi, dominazioni e relazioni tra popoli diversi.

Più che un semplice insieme di ricette, essa costituisce un **sistema culturale complesso**, in cui il cibo diventa veicolo di identità, memoria collettiva e continuità tra generazioni.

#### a) Una cucina nata dall'incontro tra civiltà mediterranee

La posizione geografica della Sicilia occidentale, e in particolare della provincia di Trapani, ha favorito nei secoli un'intensa circolazione di uomini, merci e saperi lungo le rotte del Mediterraneo. In questo contesto, la cucina locale si è sviluppata come sintesi di diverse influenze culturali:

- **Fenici:** tra i primi a valorizzare le risorse marine e le tecniche di conservazione del pesce;
- **Arabi:** introdussero nuovi ingredienti (spezie, mandorle, agrumi) e tecniche culinarie innovative, oltre a una concezione più elaborata della preparazione dei cibi;
- **Spagnoli:** contribuirono alla diffusione di nuove materie prime e a una maggiore strutturazione della cucina come elemento sociale.

Queste influenze non si sono semplicemente sovrapposte, ma hanno dato origine a una **cucina originale e distintiva**, profondamente legata al contesto locale.

Un esempio emblematico è il couscous, piatto di origine nordafricana che, attraverso i contatti storici e commerciali tra Sicilia e Maghreb, è stato rielaborato in chiave locale, diventando uno dei simboli

della gastronomia trapanese.

#### b) Il ruolo delle comunità marinare nella trasmissione dei saperi

Un elemento fondamentale nella costruzione della tradizione culinaria trapanese è rappresentato dalle comunità di pescatori, che hanno svolto un ruolo centrale nella trasmissione dei saperi gastronomici.

Le marinerie locali, impegnate per secoli in attività di pesca anche lungo le coste nordafricane, hanno favorito un continuo scambio culturale. I pescatori, tornando dai loro viaggi, non portavano soltanto il pescato, ma anche:

- tecniche di preparazione;
- ingredienti;
- modelli alimentari.

È proprio attraverso questi scambi che alcune preparazioni, come il couscous, si sono radicate nel territorio, venendo progressivamente adattate alle risorse locali, in particolare al pescato fresco. Questo processo ha trasformato il cibo in un **luogo di incontro tra culture**, dove elementi esterni sono stati reinterpretati e resi parte integrante dell'identità locale.

#### c) La cucina come espressione della cultura materiale del mare

La cucina di pesce trapanese si distingue per il suo stretto legame con la cultura materiale della pesca artigianale.

Le caratteristiche principali sono:

- utilizzo di pesce locale, spesso proveniente dalla pesca giornaliera;
- valorizzazione di tutte le parti del pescato, in linea con una logica di economia circolare tradizionale;
- tecniche di preparazione semplici ma attente, volte a esaltare il sapore naturale degli ingredienti.

Questa impostazione riflette una cultura in cui il cibo è strettamente connesso ai ritmi del mare e alla stagionalità delle risorse, contribuendo a definire un modello alimentare sostenibile e radicato nel territorio.

#### d) I piatti iconici come sintesi di identità e storia

I piatti tipici della cucina trapanese a base di pesce non sono soltanto preparazioni gastronomiche, ma vere e proprie **narrazioni storiche**, che racchiudono in sé elementi culturali, sociali ed economici.

##### **Couscous di pesce (San Vito lo Capo)**

Rappresenta il simbolo più evidente dell'incontro tra cultura araba e tradizione marinara locale. Nato come piatto nordafricano, è stato reinterpretato sostituendo la carne con il pesce fresco del Mediterraneo, diventando un elemento identitario del territorio.

##### **Busiate con pesto alla trapanese e pesce**

Le busiate, pasta tipica della tradizione contadina, si uniscono al pesto alla trapanese (a base di mandorle, aglio e pomodoro), creando un piatto che sintetizza l'integrazione tra risorse marine e agricole.

##### **Gambero rosso di Mazara del Vallo**

Più che un ingrediente, rappresenta un simbolo territoriale. La sua lavorazione e valorizzazione testimoniano la capacità del territorio di trasformare una risorsa naturale in elemento identitario.

##### **Tonno e prodotti della tonnara**

La tradizione delle tonnare, diffusa lungo la costa trapanese, ha dato origine a una vasta gamma di preparazioni (bottarga, ventresca, lattume), che testimoniano una cultura della trasformazione profondamente radicata.

##### **Zuppe di pesce e frittiture tradizionali**

Queste preparazioni riflettono la cucina quotidiana delle comunità costiere, caratterizzata da semplicità e valorizzazione del pescato locale, spesso composto da specie meno pregiate ma ricche di sapore.



### e) Il valore simbolico e sociale della cucina

La cucina trapanese a base di pesce svolge anche una funzione sociale fondamentale:

- rafforza il senso di appartenenza delle comunità;
- rappresenta un elemento di continuità tra passato e presente;
- costituisce un mezzo di trasmissione dei valori culturali.

In molte famiglie, le ricette vengono tramandate oralmente, mantenendo vive tecniche e tradizioni che risalgono a secoli fa. La preparazione stessa dei piatti – come l'“incocciatura” manuale del couscous – assume un valore rituale, trasformandosi in un momento di condivisione e identità collettiva.

### 3.2 Sintesi del valore identitario

Alla luce delle analisi sviluppate nei paragrafi precedenti, emerge con chiarezza come la cucina tipica trapanese a base di pesce non possa essere interpretata esclusivamente come un insieme di ricette o tradizioni gastronomiche, ma debba essere letta come una vera e propria espressione culturale complessa, capace di racchiudere e rappresentare l'identità profonda del territorio.

Essa si configura, innanzitutto, come il risultato di un percorso storico millenario, nel quale si sono stratificate esperienze, saperi e pratiche alimentari derivanti dall'incontro tra civiltà diverse. Le influenze fenicie, arabe e spagnole, lungi dall'essere semplici contributi esterni, sono state progressivamente assimilate e rielaborate dalle comunità locali, dando origine a un patrimonio gastronomico originale, coerente e riconoscibile. In questo senso, la cucina trapanese rappresenta una sintesi viva della storia del Mediterraneo, tradotta in forme culinarie che ancora oggi mantengono intatto il loro significato culturale.

Parallelamente, tale patrimonio è il frutto di una continua contaminazione mediterranea, che ha trovato nel territorio trapanese un punto di equilibrio tra apertura e radicamento. Le tecniche, gli ingredienti e le modalità di preparazione sono stati adattati nel tempo alle risorse locali, in particolare al pescato, generando un modello gastronomico che unisce tradizione e capacità di evoluzione. Questa dimensione dinamica rende la cucina trapanese non solo testimonianza del passato, ma anche espressione attuale di una cultura in grado di reinterpretarsi.

Un elemento centrale di questa identità è rappresentato dalla cultura marinara, che permea profondamente le abitudini alimentari, i ritmi di vita e le relazioni sociali delle comunità costiere. Il legame diretto con il mare, con la stagionalità delle specie ittiche e con le pratiche della pesca artigianale ha contribuito a definire una cucina essenziale ma ricca di significato, fondata sulla valorizzazione della materia prima e sulla trasmissione di saperi pratici. In questo contesto, il cibo diventa espressione concreta di un rapporto equilibrato tra uomo e ambiente.

Accanto a queste dimensioni storiche ed economiche, la cucina di pesce trapanese svolge una funzione fondamentale anche sul piano sociale, configurandosi come un potente strumento di identità collettiva. Le ricette, le tecniche e i rituali legati alla preparazione dei piatti rappresentano un patrimonio condiviso, tramandato di generazione in generazione e capace di rafforzare il senso di appartenenza delle comunità locali. Il momento del pasto, in particolare, assume un valore che va oltre il consumo alimentare, diventando occasione di relazione, memoria e continuità culturale. In virtù di queste caratteristiche, la cucina tipica trapanese a base di pesce si afferma non solo come un elemento distintivo e qualificante del territorio, ma anche come una risorsa strategica di primaria importanza. Essa possiede infatti le potenzialità per contribuire in maniera significativa ai processi di valorizzazione culturale ed economica dell'area, fungendo da leva per lo sviluppo di modelli integrati capaci di coniugare tradizione, qualità e identità territoriale.

Proprio a partire da questa consapevolezza, diventa possibile orientare le successive riflessioni verso le modalità attraverso cui tale patrimonio possa essere ulteriormente valorizzato e reso accessibile, trasformandosi in un elemento attivo nei processi di sviluppo locale.

#### 4. LA RISTORAZIONE COME ANELLO DI CONGIUNZIONE TRA PESCA E TURISMO

Nel contesto territoriale descritto, la ristorazione assume un ruolo centrale e strategico, configurandosi come il punto di incontro tra la dimensione produttiva della pesca e quella esperienziale del turismo. Essa rappresenta il luogo in cui il valore culturale e materiale del pescato locale viene trasformato in esperienza concreta, accessibile e fruibile, contribuendo a rendere tangibile l'identità del territorio.

La ristorazione, infatti, non si limita a svolgere una funzione di servizio, ma si configura come un vero e proprio snodo della filiera economica locale, capace di connettere diversi ambiti produttivi e di attivare dinamiche di sviluppo integrate.

##### 4.1 La ristorazione come filiera economica

All'interno del sistema territoriale del GAL Pesca Trapanese, la ristorazione rappresenta il principale canale attraverso cui il pescato locale viene valorizzato e immesso nel circuito economico finale. È proprio nel passaggio dalla materia prima al piatto che il prodotto ittico acquisisce un valore aggiunto significativo, determinato non solo dalla trasformazione culinaria, ma anche dal contesto in cui viene offerto e raccontato.

In questo senso, la ristorazione svolge una funzione di **intermediazione qualificata**, che consente di:

- tradurre il prodotto della pesca in esperienza gastronomica;
- trasferire al consumatore finale il valore culturale e identitario del territorio;
- differenziare l'offerta rispetto ad altri contesti concorrenti.

Tale funzione si riflette anche sul piano economico, dove la ristorazione agisce come un vero e proprio **moltiplicatore del valore generato dal settore primario**. Il pescato, una volta inserito nel circuito della ristorazione, attiva infatti una serie di effetti economici indiretti che coinvolgono:

- fornitori locali;
- operatori della filiera agroalimentare;
- servizi logistici e commerciali;
- occupazione diretta e indiretta.

Questo meccanismo contribuisce a rafforzare la sostenibilità economica del sistema territoriale, permettendo di redistribuire il valore lungo la filiera e di consolidare il legame tra produzione e consumo.

Parallelamente, la ristorazione rappresenta anche uno dei principali elementi di attrazione per il visitatore, configurandosi come un **driver fondamentale della domanda turistica**. In molti casi, la scelta di una destinazione è influenzata proprio dalla qualità e dalla reputazione della sua offerta gastronomica, che diventa parte integrante dell'esperienza di viaggio.

##### 4.2 Evoluzione della domanda turistica

Negli ultimi anni si è assistito a una profonda trasformazione della domanda turistica, che ha progressivamente superato il modello tradizionale basato sulla semplice fruizione delle risorse naturali o culturali, orientandosi verso forme più complesse e coinvolgenti.

Il turista contemporaneo è sempre più alla ricerca di esperienze autentiche, capaci di mettere in relazione diretta il visitatore con il territorio, le sue tradizioni e le sue comunità. In questo scenario, la dimensione gastronomica assume un ruolo centrale, in quanto consente di vivere il territorio attraverso uno dei suoi linguaggi più immediati e universali: il cibo.

La crescente attenzione verso il food non è legata soltanto al consumo, ma anche alla volontà di comprendere:

- l'origine dei prodotti;
- le tecniche di preparazione;
- il contesto culturale in cui essi si inseriscono.

In questo senso, la cucina locale diventa un veicolo privilegiato di conoscenza del territorio, capace

di offrire un'esperienza immersiva e significativa.

Un ulteriore elemento rilevante è rappresentato dalla disponibilità del turista a riconoscere un valore economico maggiore a prodotti e servizi che garantiscano qualità, autenticità e coerenza con il contesto locale. Questo orientamento apre nuove opportunità per i territori che, come quello trapanese, dispongono di un patrimonio gastronomico fortemente identitario e distintivo.

#### 4.3 Il ruolo strategico del food tourism

All'interno di questo quadro evolutivo, il turismo gastronomico si configura come uno degli strumenti più efficaci per promuovere lo sviluppo territoriale in chiave sostenibile e integrata.

Il cosiddetto *food tourism* non si limita alla fruizione del pasto, ma comprende un insieme articolato di esperienze che ruotano attorno al cibo, alla sua produzione e alla sua cultura. Questo approccio consente di ampliare e qualificare l'offerta turistica, generando benefici concreti sotto diversi profili. In primo luogo, la valorizzazione dell'offerta gastronomica contribuisce ad aumentare la permanenza media dei visitatori, in quanto arricchisce l'esperienza complessiva e incentiva la scoperta di ulteriori luoghi e attività legate al territorio.

In secondo luogo, il turismo gastronomico favorisce un incremento della spesa turistica, poiché il consumo di prodotti tipici e di esperienze culinarie rappresenta una componente significativa del budget di viaggio, soprattutto per segmenti di domanda medio-alti.

Infine, uno degli aspetti più rilevanti è rappresentato dalla capacità del food tourism di contribuire alla destagionalizzazione dei flussi turistici. A differenza di altre forme di turismo fortemente legate alla stagionalità (come quello balneare), l'offerta enogastronomica può essere fruita durante tutto l'arco dell'anno, consentendo di distribuire i flussi in maniera più equilibrata e sostenibile.

#### 4.4 Considerazioni di sintesi

Alla luce di quanto esposto, la ristorazione emerge come un elemento chiave per la costruzione di un modello di sviluppo territoriale integrato, in cui la pesca e il turismo non rappresentano comparti distinti, ma componenti di un unico sistema economico e culturale.

Essa costituisce il punto in cui il valore del pescato locale si trasforma in esperienza, generando benefici economici, rafforzando l'identità territoriale e contribuendo alla competitività complessiva dell'area.

Proprio questa funzione di connessione rende la ristorazione il contesto ideale all'interno del quale sviluppare azioni mirate alla valorizzazione della cucina tipica a base di pesce, in coerenza con gli obiettivi della Strategia di Sviluppo Locale.

### 5. ANALISI DELL'OFFERTA ATTUALE

L'analisi dell'offerta attuale di ristorazione a base di pesce nel territorio del GAL Pesca Trapanese evidenzia un sistema ricco di potenzialità, ma allo stesso tempo caratterizzato da elementi di disomogeneità che ne limitano la piena espressione in chiave strategica.

Il quadro che emerge è quello di un territorio dotato di risorse autentiche e riconoscibili, in cui la qualità intrinseca dell'offerta è elevata, ma non ancora completamente organizzata in un sistema coerente e competitivo su scala più ampia. In questo senso, l'analisi si sviluppa lungo tre direttrici principali: punti di forza, criticità e opportunità.

#### 5.1 Punti di forza

Uno degli elementi più rilevanti è rappresentato dalla presenza di una **tradizione culinaria fortemente consolidata**, che costituisce un patrimonio diffuso e condiviso tra le comunità locali. La cucina a base di pesce non è il risultato di operazioni recenti di valorizzazione turistica, ma affonda le proprie radici nella quotidianità delle famiglie e nella cultura del territorio. Questo conferisce autenticità all'offerta, rendendola difficilmente replicabile in altri contesti.

A questa dimensione culturale si affianca la disponibilità di **materie prime di elevata qualità**, legate alla pesca locale e alla biodiversità marina del territorio. La freschezza del pescato e la varietà delle specie rappresentano un vantaggio competitivo significativo, che consente agli operatori della ristorazione di proporre un'offerta gastronomica distintiva e riconoscibile.

Un ulteriore punto di forza è dato dalla **diffusa presenza di ristoranti tipici**, distribuiti lungo tutto il territorio dei 10 Comuni. Questa capillarità garantisce una buona accessibilità all'offerta gastronomica e consente al visitatore di entrare in contatto con la cucina locale in diversi contesti, dai centri urbani alle località costiere.

A completare questo quadro positivo vi è la presenza di **eventi gastronomici di rilevanza nazionale e internazionale**, come il CousCous Fest di San Vito lo Capo, che rappresentano momenti di forte visibilità per il territorio e contribuiscono a rafforzarne l'immagine come destinazione enogastronomica. Tali eventi, oltre ad attrarre flussi turistici significativi, svolgono una funzione di promozione e narrazione del patrimonio culinario locale.

## 5.2 Criticità

Accanto ai punti di forza, emergono tuttavia alcune criticità che limitano la capacità del sistema di esprimere appieno il proprio potenziale.

La principale riguarda la **frammentazione dell'offerta**, che si manifesta nella presenza di numerosi operatori che agiscono in modo autonomo, senza un coordinamento strutturato o una visione condivisa. Questa situazione rende difficile costruire un'immagine unitaria del territorio e riduce l'efficacia delle azioni di promozione.

Un ulteriore elemento critico è rappresentato dalla **manca di standard qualitativi condivisi**, che determina una certa variabilità nell'offerta. In assenza di linee guida comuni, il rischio è quello di compromettere la percezione complessiva della qualità da parte del turista, che tende a valutare la destinazione nel suo insieme.

Sul piano dell'innovazione, si rileva una **limitata digitalizzazione dell'offerta**, con una presenza non sempre strutturata sui canali online. Molti operatori non dispongono di strumenti adeguati per la promozione digitale, la gestione delle prenotazioni o la comunicazione con il cliente, con conseguente perdita di opportunità in termini di visibilità e accesso ai mercati.

Infine, si evidenzia una **debole integrazione tra ristorazione e sistema turistico**, che si traduce nella difficoltà di inserire l'offerta gastronomica all'interno di percorsi esperienziali più ampi. La ristorazione, pur rappresentando un elemento centrale dell'esperienza turistica, non è ancora pienamente valorizzata come componente strutturata dell'offerta territoriale.

## 5.3 Opportunità

Nonostante le criticità evidenziate, il contesto attuale offre importanti opportunità di sviluppo, che possono essere colte attraverso un approccio strategico e integrato.

La prima opportunità è rappresentata dalla crescente diffusione del **turismo esperienziale**, che privilegia attività autentiche e coinvolgenti. In questo scenario, la cucina tipica a base di pesce si presta in modo naturale a diventare uno degli elementi centrali dell'esperienza turistica, grazie alla sua capacità di raccontare il territorio in modo diretto e immediato.

Un secondo ambito di sviluppo riguarda la **valorizzazione della filiera corta**, che consente di rafforzare il legame tra produzione e consumo, aumentando la trasparenza e la qualità percepita. L'utilizzo di pescato locale e la sua comunicazione efficace possono rappresentare un elemento distintivo in grado di attrarre segmenti di domanda sempre più attenti alla sostenibilità e all'origine dei prodotti.

Un ruolo fondamentale può essere svolto anche dall'**integrazione con piattaforme digitali**, che permettono di superare i limiti della promozione tradizionale e di raggiungere un pubblico più ampio. La digitalizzazione dell'offerta, se opportunamente strutturata, può favorire:

- la visibilità dei singoli operatori;
- la creazione di reti tra imprese;
- l'accesso a nuovi mercati;
- la gestione efficiente delle prenotazioni e delle relazioni con i clienti.

#### 5.4 Considerazioni di sintesi

L'analisi complessiva evidenzia come il territorio disponga di una base solida e autentica, su cui è possibile costruire un modello di sviluppo più strutturato e competitivo. I punti di forza rappresentano un capitale già disponibile, mentre le criticità individuano ambiti di intervento prioritari.

Le opportunità, infine, delineano una direzione chiara: quella di una **evoluzione dell'offerta verso modelli integrati, digitali ed esperienziali**, in grado di valorizzare pienamente la cucina tipica a base di pesce e di rafforzarne il ruolo all'interno del sistema turistico territoriale.

Questo quadro costituisce il presupposto per l'individuazione delle azioni strategiche che verranno sviluppate nei capitoli successivi.

### 6. L'AZIONE 2.B.2: LOGICA E FINALITÀ

Alla luce del quadro territoriale, economico e culturale delineato nei capitoli precedenti, l'Azione 2.B.2 si configura come un intervento mirato a colmare il divario esistente tra il potenziale espresso dal territorio e la sua attuale capacità di organizzazione e valorizzazione in chiave sistemica.

L'azione nasce dalla consapevolezza che il valore della cucina tipica trapanese a base di pesce, pur essendo ampiamente riconosciuto, non è ancora pienamente tradotto in un'offerta strutturata e coordinata, capace di competere in maniera efficace nei mercati turistici contemporanei. In questo senso, la logica dell'intervento si fonda sulla necessità di **trasformare un patrimonio diffuso in un sistema organizzato**, in grado di generare impatti economici, culturali e promozionali più significativi.

#### 6.1 La logica dell'intervento

L'Azione 2.B.2 si basa su un approccio integrato che mira a superare la frammentazione attuale dell'offerta, attraverso la costruzione di un modello collaborativo tra operatori della ristorazione. Tale modello si fonda su tre direttrici principali.

In primo luogo, si prevede la **creazione di un network territoriale di ristorazione tipica**, inteso non come un semplice elenco di operatori, ma come una rete strutturata e riconoscibile, basata su principi condivisi e orientata alla valorizzazione della cucina locale a base di pesce. Il network rappresenta lo strumento attraverso cui costruire relazioni stabili tra gli operatori, favorire lo scambio di buone pratiche e promuovere una visione comune dello sviluppo dell'offerta gastronomica.

In secondo luogo, l'azione introduce il concetto di **identità condivisa**, attraverso l'adozione di un marchio distintivo, che consenta di rendere immediatamente riconoscibile l'appartenenza al sistema. Il marchio non assume soltanto una funzione comunicativa, ma diventa anche un elemento di garanzia per il consumatore, in termini di qualità, autenticità e coerenza con i valori del territorio. Infine, un ruolo centrale è attribuito alla **promozione digitale e alla visibilità coordinata**, attraverso l'inserimento del network all'interno del portale dedicato agli itinerari del gusto. Questo strumento consente di superare i limiti della promozione individuale, offrendo una piattaforma unitaria in grado di valorizzare l'offerta nel suo complesso e di intercettare una domanda sempre più orientata alla ricerca online di esperienze gastronomiche.

#### 6.2 Le finalità strategiche dell'azione

L'Azione 2.B.2 persegue una serie di obiettivi che si collocano all'interno di una visione più ampia di sviluppo territoriale integrato.

Una prima finalità riguarda il **rafforzamento delle connessioni tra il settore della pesca e quello**



**turistico**, attraverso la creazione di un sistema capace di trasformare il pescato locale in esperienza gastronomica strutturata. In questo modo, si favorisce una maggiore integrazione tra filiere, contribuendo a generare valore aggiunto e a sostenere l'economia locale.

Un secondo obiettivo è rappresentato dal **miglioramento complessivo della qualità dell'offerta**, non solo in termini di prodotto, ma anche di organizzazione, presentazione e capacità di risposta alle esigenze del turista contemporaneo. L'introduzione di criteri condivisi e di un'identità comune consente infatti di innalzare il livello medio dell'offerta e di ridurre le disomogeneità attualmente presenti.

Un ulteriore elemento di rilievo è costituito dalla volontà di **rafforzare il posizionamento del territorio sui mercati turistici**, attraverso una maggiore visibilità e riconoscibilità. La costruzione di un sistema coordinato consente di superare i limiti della promozione frammentata, favorendo una comunicazione più efficace e coerente, capace di valorizzare il territorio nel suo insieme.

### 6.3 Un intervento abilitante per le fasi successive

L'Azione 2.B.2 assume, inoltre, un ruolo abilitante rispetto alle successive fasi di sviluppo, in quanto pone le basi per la costruzione di un modello organizzativo replicabile e scalabile. La creazione del network, l'introduzione di un'identità comune e l'utilizzo di strumenti digitali rappresentano infatti elementi fondamentali per attivare ulteriori processi di valorizzazione e innovazione.

In questo senso, l'azione non si esaurisce nella sua dimensione operativa immediata, ma si configura come un **punto di partenza per la costruzione di un sistema territoriale più competitivo**, in grado di rispondere alle sfide del mercato e di valorizzare in modo sostenibile le risorse locali.

### 6.4 Considerazioni di sintesi

L'Azione 2.B.2 si colloca quindi come un intervento strategico, volto a trasformare un patrimonio diffuso in un sistema organizzato, capace di generare valore economico, rafforzare l'identità territoriale e migliorare la competitività complessiva dell'area.

Essa rappresenta il passaggio da una logica di offerta individuale a una **logica di sistema**, in cui la collaborazione tra operatori e l'integrazione tra filiere diventano elementi chiave per lo sviluppo del territorio.

Tale impostazione apre la strada alla definizione delle modalità operative attraverso cui il network potrà essere concretamente realizzato e gestito, tema che sarà oggetto di approfondimento nel capitolo successivo.

## 7. STRATEGIA DI USCITA: CREAZIONE DEL NETWORK DEI RISTORANTI

A valle delle considerazioni sviluppate nei capitoli precedenti, la strategia di uscita individuata si fonda sulla costruzione di un modello organizzato e riconoscibile, capace di trasformare l'attuale offerta diffusa in un sistema strutturato. In questo contesto, la creazione di un network territoriale di ristorazione rappresenta la soluzione operativa attraverso cui rendere stabile e duraturo l'impatto dell'intervento.

L'obiettivo non è semplicemente aggregare operatori, ma costruire un **ecosistema coordinato**, in cui ciascun soggetto partecipante contribuisca alla definizione di un'offerta coerente, riconoscibile e orientata al mercato.

### 7.1 Obiettivo strategico

La finalità principale della strategia consiste nella realizzazione di un network strutturato che coinvolga i ristoranti operanti nei 10 Comuni del GAL, accomunati dalla specializzazione nella cucina a base di pesce locale.

Questo obiettivo risponde all'esigenza di:

- dare forma organizzata a un patrimonio già esistente;

- migliorare la capacità del territorio di presentarsi come destinazione unitaria;
- favorire la costruzione di un'offerta riconoscibile e competitiva.

Il network si configura quindi come uno strumento attraverso cui consolidare relazioni tra operatori, rafforzare la coerenza dell'offerta e creare le condizioni per uno sviluppo coordinato nel medio-lungo periodo.

## 7.2 Struttura del network

La costruzione del network si basa su un modello flessibile ma al tempo stesso rigoroso, in grado di garantire qualità e coerenza senza limitare la libertà imprenditoriale degli operatori.

### a) Adesione volontaria

L'ingresso nel network avviene su base volontaria, elemento che consente di selezionare operatori realmente motivati a condividere un percorso comune. L'adesione implica l'accettazione di un insieme di regole e principi operativi, formalizzati in un disciplinare, che definisce le modalità di partecipazione e i requisiti richiesti.

Tale approccio consente di costruire un sistema basato sulla responsabilità e sulla partecipazione attiva, evitando logiche impositive e favorendo l'allineamento spontaneo degli operatori agli obiettivi del progetto.

### b) Identità distintiva e marchio

Elemento centrale del network è la definizione di un'identità comune, espressa attraverso un marchio distintivo che rappresenti il territorio e i suoi valori. Il brand assume una funzione strategica, in quanto:

- consente di rendere immediatamente riconoscibile l'offerta;
- rafforza la fiducia del consumatore;
- contribuisce a costruire una narrazione coerente del territorio.

Il marchio non è soltanto un segno grafico, ma un sistema di valori condivisi, che include qualità, autenticità e legame con il contesto locale.

### c) Standard qualitativi

Il funzionamento del network è garantito dall'adozione di standard qualitativi comuni, che rappresentano il riferimento per tutti gli operatori aderenti. Tali standard riguardano:

- la coerenza dell'offerta gastronomica con la tradizione locale;
- l'attenzione alla qualità delle materie prime;
- il livello del servizio offerto al cliente.

L'introduzione di criteri condivisi consente di assicurare un'esperienza omogenea e affidabile, rafforzando la reputazione complessiva del network.

## 7.3 Integrazione digitale

Uno degli elementi qualificanti della strategia è rappresentato dall'integrazione del network all'interno del portale dedicato agli itinerari del gusto: [www.itineraridelgustotrapani.it](http://www.itineraridelgustotrapani.it)

Il portale assume il ruolo di infrastruttura digitale del sistema, attraverso cui rendere visibile e accessibile l'offerta in modo coordinato. Non si tratta soltanto di una vetrina, ma di uno strumento operativo che consente di:

- presentare in maniera strutturata i ristoranti aderenti, attraverso schede dettagliate;
- facilitare l'interazione con l'utente, anche in termini di prenotazione;
- raccontare il territorio e le sue peculiarità attraverso contenuti narrativi;
- costruire percorsi tematici che integrino più esperienze gastronomiche.

L'integrazione digitale rappresenta quindi un fattore abilitante per la crescita del network, permettendo di ampliare la visibilità e di migliorare l'accessibilità dell'offerta.

#### 7.4 Creazione di esperienze

La strategia non si limita alla promozione dei singoli ristoranti, ma mira a sviluppare un'offerta basata su esperienze integrate, in grado di arricchire il valore percepito dal visitatore.

In questo senso, il network diventa una piattaforma attraverso cui costruire e proporre attività che combinano gastronomia, cultura e territorio, quali:

- momenti di incontro diretto con gli operatori della pesca;
- attività didattiche legate alla preparazione dei piatti;
- percorsi di degustazione guidata;
- itinerari che uniscono elementi naturalistici e culinari.

Queste esperienze consentono di trasformare il consumo in un momento di coinvolgimento attivo, rafforzando il legame tra visitatore e territorio.

#### 7.5 Segmentazione dell'offerta

Un ulteriore elemento strategico è rappresentato dalla capacità del network di rivolgersi a diversi segmenti di domanda, adattando l'offerta alle specifiche esigenze dei vari target.

Il sistema è progettato per intercettare:

- famiglie, interessate a esperienze accessibili e autentiche;
- turisti internazionali, attratti dall'unicità della cucina locale;
- appassionati di gastronomia, alla ricerca di contenuti di qualità;
- segmenti di fascia alta, orientati verso esperienze esclusive e personalizzate.

Questa segmentazione consente di ampliare il mercato di riferimento e di diversificare l'offerta, aumentando la resilienza del sistema e la sua capacità di adattarsi alle dinamiche della domanda.

#### 7.6 Considerazioni di sintesi

La strategia di creazione del network rappresenta un momento di svolta nel percorso di valorizzazione del territorio, in quanto consente di superare una condizione diffusa di frammentazione e di eterogeneità dell'offerta, trasformandola progressivamente in un sistema riconoscibile, strutturato e capace di competere in maniera più efficace nei contesti turistici contemporanei. Non si tratta semplicemente di mettere in relazione una pluralità di operatori, ma di accompagnare un processo di evoluzione culturale e organizzativa che porta il territorio a ragionare in termini di sistema, abbandonando logiche individuali per adottare una visione condivisa e orientata al medio-lungo periodo.

In questo quadro, il network introduce un insieme di strumenti e di modalità operative che incidono non solo sul piano della promozione, ma anche su quello della qualità, della coerenza e della capacità di risposta alla domanda. La definizione di un'identità comune, l'adozione di criteri condivisi e l'integrazione attraverso una piattaforma digitale rappresentano elementi che contribuiscono a rafforzare il posizionamento complessivo del territorio, rendendo l'offerta più leggibile, accessibile e attrattiva. Ciò consente di migliorare l'efficacia delle azioni di valorizzazione, evitando dispersioni e sovrapposizioni, e favorendo invece una comunicazione più chiara e incisiva. Allo stesso tempo, il network assume una funzione di connessione tra dimensioni diverse del territorio, mettendo in relazione il patrimonio produttivo, quello culturale e quello turistico in un'unica cornice interpretativa. In questo senso, esso si configura come un'infrastruttura immateriale che consente di attivare relazioni, generare sinergie e costruire percorsi condivisi di crescita, contribuendo a rafforzare la coesione tra gli operatori e a consolidare il senso di appartenenza a un progetto comune.

Attraverso questa impostazione, il network supera la logica della semplice aggregazione per assumere il ruolo di vera e propria piattaforma territoriale integrata, capace di produrre effetti concreti sul piano economico, grazie alla maggiore capacità di attrarre domanda e di generare valore, ma anche sul piano identitario, attraverso il rafforzamento e la diffusione di un'immagine

coerente e distintiva del territorio. In questo modo, la ristorazione non è più soltanto un segmento dell'offerta, ma diventa uno degli elementi portanti di un sistema più ampio, in grado di rispondere in maniera dinamica e consapevole alle trasformazioni del mercato turistico, valorizzando al contempo le specificità locali e garantendo una prospettiva di sviluppo sostenibile e duraturo.

## 8. IMPATTI ATTESI

L'attuazione dell'intervento delineato nei capitoli precedenti è destinata a produrre effetti significativi e trasversali sull'intero sistema territoriale, contribuendo a generare una dinamica di sviluppo che coinvolge simultaneamente le dimensioni economica, sociale e turistica. Tali impatti non devono essere interpretati come risultati isolati, ma come espressione di un processo integrato, in cui le diverse componenti del territorio si rafforzano reciprocamente, dando luogo a un modello di crescita più equilibrato e sostenibile.

### 8.1 Impatti economici

Sul piano economico, l'intervento è destinato a incidere in maniera rilevante sulla capacità del territorio di generare valore, in particolare attraverso il rafforzamento del ruolo della ristorazione come punto di convergenza tra produzione e consumo. L'organizzazione dell'offerta in forma strutturata consente infatti di migliorare la competitività degli operatori, aumentando la loro capacità di intercettare una domanda qualificata e di consolidare nel tempo la propria presenza sul mercato.

In questo contesto, è ragionevole attendersi un incremento del volume d'affari delle imprese coinvolte, determinato non solo dall'aumento dei flussi, ma anche dalla possibilità di proporre un'offerta più articolata e coerente con le aspettative del cliente. Parallelamente, il rafforzamento del legame con il territorio favorisce una maggiore valorizzazione del pescato locale, contribuendo a sostenere la domanda di prodotti ittici provenienti dalla filiera territoriale e a rafforzarne la posizione sul mercato.

Un ulteriore effetto riguarda la creazione di nuove opportunità occupazionali, sia dirette che indirette, legate all'espansione delle attività di ristorazione, alla crescita dei servizi connessi e allo sviluppo di nuove forme di offerta esperienziale. In questo senso, l'intervento contribuisce a stimolare un circolo virtuoso in grado di generare reddito e occupazione in modo diffuso.

### 8.2 Impatti sociali

Accanto agli effetti economici, l'azione è destinata a produrre risultati significativi anche sul piano sociale, contribuendo a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle comunità locali. La valorizzazione della cucina tipica a base di pesce, infatti, non si limita alla dimensione economica, ma coinvolge direttamente il patrimonio culturale e le tradizioni del territorio, favorendo una maggiore consapevolezza del loro valore.

Il coinvolgimento attivo degli operatori e delle comunità rappresenta un elemento centrale di questo processo, in quanto consente di attivare dinamiche partecipative e di costruire relazioni più solide tra i diversi soggetti coinvolti. In questo modo, il progetto contribuisce a rafforzare il tessuto sociale, favorendo la collaborazione e la condivisione di obiettivi comuni.

Particolare rilevanza assume inoltre il potenziale impatto in termini di inclusione, soprattutto nei confronti delle nuove generazioni. La creazione di nuove opportunità legate alla valorizzazione del territorio può infatti rappresentare un incentivo alla permanenza dei giovani, offrendo loro prospettive concrete di inserimento lavorativo e di sviluppo professionale in ambiti coerenti con le vocazioni locali.

### 8.3 Impatti turistici

Dal punto di vista turistico, l'intervento è destinato a contribuire in maniera significativa al

rafforzamento dell'attrattività complessiva del territorio, attraverso la costruzione di un'offerta più strutturata e riconoscibile. La valorizzazione della dimensione gastronomica consente infatti di arricchire l'esperienza del visitatore, rendendola più completa e coinvolgente.

Questo processo è destinato a tradursi in un aumento delle presenze, favorito dalla capacità del territorio di intercettare nuovi segmenti di domanda e di fidelizzare i visitatori attraverso un'offerta distintiva. Al tempo stesso, la natura trasversale dell'esperienza gastronomica contribuisce a distribuire i flussi turistici lungo tutto l'arco dell'anno, riducendo la dipendenza dalla stagionalità e favorendo una maggiore stabilità del sistema.

Infine, la costruzione di un'identità forte e riconoscibile consente al territorio di migliorare il proprio posizionamento sui mercati nazionali e internazionali, rafforzando la propria immagine come destinazione di qualità. In questo senso, l'intervento contribuisce a definire una proposta turistica coerente e competitiva, in grado di distinguersi all'interno di un contesto sempre più dinamico e globale.

#### 8.4 Considerazioni di sintesi

Nel loro insieme, gli impatti attesi delineano un percorso di sviluppo che va oltre i risultati immediati, configurandosi come un processo di trasformazione strutturale del territorio. L'integrazione tra dimensione economica, sociale e turistica consente infatti di costruire un modello di crescita basato sulla valorizzazione delle risorse locali, sulla qualità dell'offerta e sulla capacità di fare sistema.

In questo modo, l'intervento si propone non solo di generare benefici nel breve periodo, ma anche di porre le basi per uno sviluppo duraturo, capace di rafforzare la resilienza del territorio e di valorizzarne in modo sostenibile le potenzialità.

### 9. MODELLO DI GOVERNANCE

La definizione di un modello di governance efficace rappresenta un passaggio essenziale per garantire la sostenibilità e la continuità del network nel tempo, evitando che l'iniziativa si esaurisca in una fase progettuale limitata e assicurando invece la sua evoluzione in un sistema stabile e funzionale. In questo contesto, il soggetto incaricato della creazione e della gestione del network assume un ruolo centrale, non solo dal punto di vista operativo, ma anche come elemento di raccordo tra i diversi attori coinvolti.

Il modello proposto si fonda sull'individuazione di un organismo in grado di esercitare una funzione di coordinamento complessivo, assicurando l'unitarietà dell'impostazione strategica e la coerenza delle azioni intraprese. Tale soggetto sarà chiamato a operare come cabina di regia del sistema, con il compito di orientare lo sviluppo del network, facilitare le relazioni tra gli operatori e garantire il rispetto degli indirizzi definiti nell'ambito della Strategia di Sviluppo Locale.

Il soggetto che si propone per la creazione e gestione del network sarà chiamato ad assicurare:

- **coordinamento centrale del network:** Una delle principali responsabilità riguarda la gestione delle attività di coordinamento, che si traduce nella capacità di organizzare e armonizzare il contributo dei diversi partecipanti, evitando sovrapposizioni e disallineamenti. In questo senso, il soggetto gestore dovrà promuovere un dialogo costante tra gli aderenti, favorendo la condivisione di informazioni, esperienze e obiettivi, e contribuendo a costruire un clima di collaborazione stabile e produttivo.
- **supporto marketing:** Accanto a questa funzione, assume particolare rilevanza il supporto alle attività di promozione e comunicazione, che dovranno essere sviluppate in modo integrato e coerente con l'identità del network. Il soggetto gestore avrà il compito di definire e attuare strategie di marketing in grado di valorizzare l'offerta complessiva, rafforzando la visibilità del sistema e migliorandone il posizionamento nei confronti dei diversi segmenti di domanda. Questo richiede competenze specifiche e una visione orientata all'innovazione, capace di utilizzare in maniera efficace gli strumenti disponibili.



- **monitoraggio qualità presso i ristoranti:** Un ulteriore ambito di intervento riguarda il monitoraggio della qualità, inteso come attività continua di verifica e accompagnamento degli operatori aderenti. Non si tratta soltanto di un controllo formale, ma di un processo dinamico volto a garantire il mantenimento degli standard e a stimolare un miglioramento costante delle prestazioni. In questo modo, il sistema può consolidare nel tempo la propria reputazione e rafforzare la fiducia da parte dei fruitori.

Parallelamente, il modello di governance prevede un forte radicamento territoriale, che si traduce nella capacità di coinvolgere attivamente i principali attori della filiera.

Inoltre, attraverso azioni sul territorio, esso dovrà procedere al coinvolgimento di:

- ristoratori;
- pescatori;
- operatori turistici.

Il soggetto gestore dovrà infatti promuovere iniziative e momenti di confronto finalizzati a favorire la partecipazione dei ristoratori, dei pescatori e degli operatori turistici, riconoscendo il valore del contributo di ciascuno e incentivando la costruzione di relazioni stabili. Questo approccio consente di superare logiche settoriali e di rafforzare l'integrazione tra ambiti diversi, in linea con gli obiettivi complessivi dell'intervento.

Nel complesso, il modello di governance delineato si propone di assicurare un equilibrio tra coordinamento centrale e partecipazione diffusa, creando le condizioni per una gestione efficace e condivisa del network. In questo modo, si pongono le basi per un sistema capace di evolversi nel tempo, adattandosi alle esigenze del territorio e alle dinamiche del mercato, senza perdere coerenza rispetto agli obiettivi strategici definiti.

Per garantire trasparenza, imparzialità e qualità nella selezione del soggetto chiamato a svolgere tali funzioni, si prevede l'attivazione di una procedura pubblica basata su manifestazione di interesse, da pubblicarsi sul sito istituzionale del GAL della Pesca Trapanese. Tale modalità consente di individuare il soggetto più idoneo sulla base di criteri oggettivi, valorizzando competenze, esperienza e capacità organizzativa.

## 10. STRATEGIA DI INTERVENTO E PIANO OPERATIVO

Il soggetto proponente, nell'ambito della propria candidatura, sarà chiamato a presentare una strategia di intervento chiara, coerente con gli obiettivi della SSL e pienamente integrata con il modello di sviluppo delineato nei capitoli precedenti. Tale strategia dovrà tradursi in un Piano operativo dettagliato, capace di definire con precisione le modalità attuative, le tempistiche, gli strumenti e le risorse necessarie per la realizzazione del network.

Il Piano dovrà articolarsi in fasi operative distinte ma tra loro strettamente interconnesse, ciascuna delle quali richiede un approfondimento puntuale delle attività da svolgere.

### FASE 1

#### **mappatura ed individuazione ristoranti del network**

Il soggetto proponente dovrà descrivere le modalità attraverso cui intende realizzare una ricognizione completa e sistematica dei ristoranti presenti nei 10 Comuni del territorio. Tale attività dovrà prevedere criteri di selezione chiari e coerenti con gli obiettivi del progetto, includendo parametri legati alla tipologia di offerta, al radicamento territoriale, alla capacità operativa e alla disponibilità ad aderire a un sistema organizzato. Dovranno essere specificati gli strumenti utilizzati per la raccolta dei dati (analisi desk, sopralluoghi, interviste, questionari), nonché le modalità di classificazione e valutazione degli operatori individuati. È inoltre necessario prevedere la costruzione di un database strutturato, che rappresenti la base informativa del network.

#### **definizione disciplinare**

Il proponente dovrà elaborare una proposta di disciplinare tecnico, inteso come documento

regolativo che stabilisce requisiti, obblighi e modalità di partecipazione al network. Il disciplinare dovrà includere criteri oggettivi relativi alla coerenza dell'offerta gastronomica, all'utilizzo di materie prime locali, alla qualità del servizio e all'identità territoriale. Dovranno essere definite anche le modalità di verifica del rispetto dei requisiti, le eventuali procedure di aggiornamento del disciplinare e i meccanismi di gestione delle non conformità. È importante che il documento sia strutturato in modo da garantire chiarezza, applicabilità e condivisione da parte degli operatori.

## FASE 2

### **adesione operatori**

Il soggetto proponente dovrà illustrare le modalità operative attraverso cui intende attivare e gestire il processo di adesione dei ristoratori al network. Ciò include la definizione di procedure di candidatura, la predisposizione di modulistica dedicata e l'organizzazione di incontri informativi e attività di sensibilizzazione sul territorio. Dovranno essere previste azioni di accompagnamento degli operatori, finalizzate a facilitarne l'ingresso nel network e a supportarli nell'adeguamento agli standard richiesti. È inoltre necessario indicare le modalità di formalizzazione dell'adesione (accordi, convenzioni, regolamenti interni).

### **creazione brand**

Il proponente dovrà sviluppare una proposta completa per la definizione dell'identità visiva e comunicativa del network. Ciò comprende la progettazione del marchio, la definizione dei suoi elementi distintivi (nome, logo, payoff, linee guida grafiche) e la costruzione di un sistema di utilizzo coerente da parte degli operatori aderenti. Dovranno essere esplicitati i valori che il brand intende rappresentare, il posizionamento rispetto al mercato e le modalità attraverso cui esso verrà diffuso e consolidato nel tempo. È inoltre opportuno prevedere strumenti operativi per l'applicazione del marchio nei diversi contesti (materiali promozionali, spazi fisici, canali digitali).

## FASE 3

### **integrazione portale**

Il soggetto proponente dovrà descrivere in dettaglio le modalità tecniche e operative attraverso cui il network verrà integrato all'interno del portale [www.itineraridelgustotrapani.it](http://www.itineraridelgustotrapani.it). Tale integrazione dovrà prevedere la strutturazione di contenuti dedicati ai ristoranti aderenti, la creazione di schede informative complete e aggiornate, nonché la definizione di funzionalità che migliorino l'esperienza dell'utente. Dovranno essere specificate le modalità di gestione dei contenuti, gli eventuali strumenti per la prenotazione e le soluzioni adottate per garantire accessibilità, usabilità e aggiornamento continuo delle informazioni.

### **campagne marketing**

Il proponente dovrà presentare un piano di comunicazione articolato, che includa strategie e strumenti per la promozione del network sui diversi canali. Dovranno essere definiti gli obiettivi delle campagne, i target di riferimento, i messaggi chiave e i mezzi utilizzati (digital marketing, social media, campagne stampa, collaborazioni con operatori turistici, ecc.). È necessario indicare anche le tempistiche, i budget previsti e gli indicatori di performance utilizzati per valutare l'efficacia delle azioni intraprese. Particolare attenzione dovrà essere dedicata alla coerenza tra comunicazione e identità del network.

## FASE 4

### **monitoraggio e sviluppo**

Il soggetto proponente dovrà delineare un sistema strutturato di monitoraggio delle attività e dei risultati del network, basato su indicatori chiari e misurabili. Dovranno essere definite le modalità di

raccolta e analisi dei dati, i tempi di verifica e gli strumenti utilizzati per valutare l'andamento del progetto. Accanto al monitoraggio, dovrà essere prevista una strategia di sviluppo evolutivo del network, che includa azioni di ampliamento della rete, miglioramento continuo degli standard, aggiornamento degli strumenti digitali e adattamento alle dinamiche del mercato. È fondamentale che il Piano evidenzia la capacità del sistema di evolversi nel tempo, mantenendo coerenza con gli obiettivi iniziali ma adattandosi alle nuove esigenze del contesto.

Nel complesso, il Piano operativo dovrà dimostrare la capacità del soggetto proponente di tradurre la strategia in azioni concrete, sostenibili e misurabili, garantendo una gestione efficace del network e una reale valorizzazione del territorio

## 11. CONCLUSIONI

La cucina tipica trapanese a base di pesce rappresenta:

### **un patrimonio culturale unico**

Essa costituisce l'espressione concreta di una lunga evoluzione storica e sociale, in cui si intrecciano tradizioni, saperi e pratiche legate al mare e alle comunità costiere. La sua unicità non risiede soltanto nelle ricette o negli ingredienti, ma nella capacità di raccontare il territorio attraverso un linguaggio universale, mantenendo viva una memoria collettiva che si rinnova nel tempo. Questo patrimonio, profondamente radicato nelle identità locali, assume un valore che va oltre la dimensione gastronomica, configurandosi come elemento distintivo e riconoscibile della cultura territoriale.

### **una risorsa economica strategica**

La cucina di pesce rappresenta un asset capace di generare valore lungo più livelli della filiera, contribuendo in maniera significativa alla vitalità economica del territorio. La sua capacità di attivare relazioni tra produzione, trasformazione e consumo la rende uno strumento efficace per sostenere l'economia locale, favorendo la permanenza del valore all'interno del territorio e incentivando modelli di sviluppo basati sulla qualità e sulla specificità delle risorse disponibili.

### **un potente attrattore turistico**

Nel contesto delle nuove dinamiche della domanda, la cucina tipica assume un ruolo centrale nella scelta della destinazione, diventando uno dei principali motivi di viaggio. La sua autenticità e il forte legame con il territorio consentono di offrire esperienze distintive, capaci di attrarre visitatori interessati a vivere il territorio in modo diretto e coinvolgente. In questo senso, la gastronomia si configura come uno degli elementi più efficaci per rafforzare l'attrattività complessiva dell'area.

La creazione di un network territoriale di ristoranti:

### **risponde agli obiettivi della SSL**

L'iniziativa si inserisce pienamente nel quadro strategico delineato dalla Strategia di Sviluppo Locale, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi di valorizzazione delle risorse territoriali, rafforzamento delle filiere produttive e sviluppo di un'offerta integrata. Il network rappresenta uno strumento operativo coerente con l'impostazione della SSL, in quanto favorisce la costruzione di un sistema organizzato e orientato alla crescita sostenibile.

### **integra pesca e turismo**

Attraverso la ristorazione, il network consente di creare un collegamento diretto tra il settore primario e quello turistico, trasformando il pescato in esperienza e rendendolo accessibile al visitatore. Questa integrazione contribuisce a rafforzare il valore complessivo della filiera, superando la separazione tra ambiti produttivi e promuovendo una visione unitaria dello sviluppo territoriale.

### **valorizza il territorio in modo sostenibile**

La costruzione di un sistema basato sulla qualità, sull'identità e sull'utilizzo delle risorse locali consente di attivare un modello di valorizzazione rispettoso delle specificità territoriali. Il network favorisce infatti

un approccio che coniuga crescita economica e tutela del patrimonio, promuovendo pratiche coerenti con i principi della sostenibilità e contribuendo a preservare nel tempo il valore delle risorse disponibili.

L'integrazione con il portale [itineraridelgustotrapani.it](http://itineraridelgustotrapani.it) consente di:

**trasformare la ristorazione in esperienza**

Il portale rappresenta lo strumento attraverso cui l'offerta gastronomica viene organizzata e proposta in forma esperienziale, superando la dimensione della semplice fruizione del pasto. Attraverso contenuti strutturati e percorsi tematici, il visitatore può accedere a una proposta più ricca e coinvolgente, che integra elementi culturali, narrativi e territoriali.

**migliorare la competitività**

La presenza su una piattaforma digitale unitaria consente agli operatori di aumentare la propria visibilità e di accedere a mercati più ampi, superando i limiti della promozione individuale. Questo rafforza la capacità del territorio di competere con altre destinazioni, offrendo un sistema organizzato e facilmente fruibile.

**costruire un'identità territoriale forte e riconoscibile**

L'integrazione digitale permette di comunicare in modo coerente e coordinato i valori, le caratteristiche e le specificità del territorio, contribuendo a definire un'immagine chiara e distintiva. In questo modo, il portale diventa uno strumento strategico per la costruzione e la diffusione dell'identità territoriale, rendendola riconoscibile e attrattiva per il pubblico di riferimento.

Nel loro insieme, questi elementi delineano un percorso di sviluppo che valorizza le risorse locali, rafforza le relazioni tra i diversi attori e contribuisce a costruire un sistema territoriale più competitivo, coerente e sostenibile.

## 12. SINTESI FINALE

**Il successo dell'azione 2.B.2 dipenderà dalla capacità di:**

**fare sistema tra operatori**

La riuscita dell'intervento sarà strettamente legata alla capacità di costruire relazioni stabili e collaborative tra i diversi soggetti coinvolti, superando logiche individualistiche e favorendo una visione condivisa dello sviluppo territoriale. Fare sistema significa creare un contesto in cui ristoratori, pescatori e operatori turistici operino in maniera coordinata, condividendo obiettivi, strumenti e modalità operative. Questo implica anche la capacità di attivare processi di dialogo continuo, di scambio di esperienze e di costruzione di fiducia reciproca, elementi indispensabili per garantire la solidità e la durata del network nel tempo.

**garantire qualità e autenticità**

Un fattore determinante sarà rappresentato dalla capacità di mantenere elevati standard qualitativi, coerenti con l'identità del territorio e con le aspettative del mercato. La qualità non dovrà essere intesa solo in termini di prodotto, ma anche di esperienza complessiva offerta al visitatore, comprendendo aspetti quali il servizio, l'accoglienza e la coerenza dell'offerta. Parallelamente, l'autenticità costituirà un elemento distintivo fondamentale, legato alla valorizzazione delle tradizioni locali, all'utilizzo di materie prime del territorio e alla capacità di raccontare in modo credibile e genuino la cultura gastronomica trapanese. La combinazione di questi due elementi rappresenta la base per costruire un'offerta competitiva e riconoscibile.

**comunicare in modo moderno e digitale**

La capacità di comunicare efficacemente il valore dell'offerta rappresenterà un ulteriore elemento chiave per il successo dell'azione. In un contesto in cui la domanda turistica si orienta sempre più attraverso canali digitali, diventa fondamentale adottare strumenti e linguaggi contemporanei, capaci di raggiungere un pubblico ampio e diversificato. Ciò implica non solo la presenza su piattaforme digitali, ma anche la capacità di costruire contenuti coerenti, attrattivi e in linea con

l'identità del territorio, utilizzando strategie integrate che combinino informazione, narrazione ed esperienza.

**Il risultato atteso è la nascita di:**

**un vero e proprio ecosistema gastronomico territoriale, capace di trasformare la cucina di pesce trapanese in un prodotto turistico strutturato e competitivo a livello internazionale**

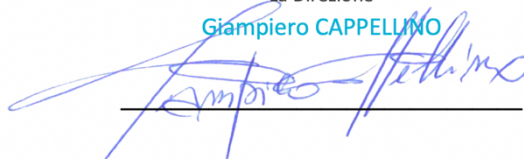
L'obiettivo finale dell'intervento è la costruzione di un sistema organizzato in cui la cucina tipica a base di pesce diventi il fulcro di un'offerta integrata, capace di generare valore in modo diffuso e sostenibile. Questo ecosistema si caratterizza per la presenza di relazioni strutturate tra gli attori, per l'esistenza di strumenti condivisi e per la capacità di offrire al visitatore un'esperienza coerente e completa. La trasformazione della cucina in prodotto turistico non implica una perdita di autenticità, ma al contrario una sua valorizzazione in chiave contemporanea, che consente di posizionare il territorio su mercati più ampi, rafforzandone la competitività e la riconoscibilità a livello internazionale.

**Trapani, lì 21/03/2026**

Per il Gal della Pesca Trapanese

La Direzione

Giampiero CAPPELLINO







Fondazione Torri e Tonnare del Litorale Trapanese  
Piazza Vittorio Veneto n.1  
91100 TRAPANI (TP)



info@galpescatrapanese.it  
gactrapani@pec.it



[www.galpescatrapanese.it](http://www.galpescatrapanese.it)

