

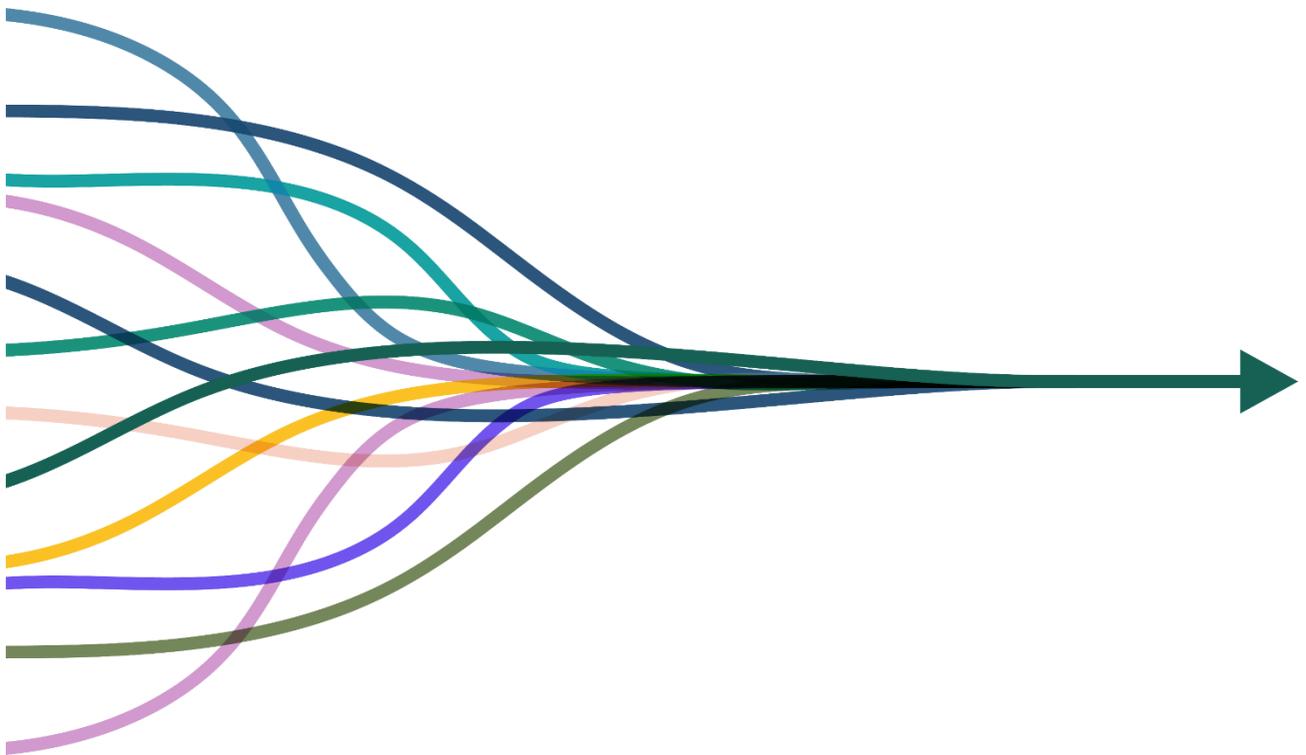
Smart Rural Lab

Cantieri di comunità: esperienze e strumenti operativi per la selezione e l'attuazione condivisa di progetti Smart Village

Dall'idea al bando – Laboratori, visite e strumenti operativi per accompagnare e attuare progetti Smart Village e di comunità

Selezione dei progetti Smart Village / di comunità e analisi di progetti tipo

Progetti integrati di comunità



PROGETTO INTEGRATO

Comunità di prodotto Turistico Cucina Popolare Frentana

1 Analisi di contesto

1.1 Descrizione dell'ambito di intervento del Progetto

Terra di antiche origini e tradizioni, sebbene abbia un patrimonio gastronomico forse meno noto di quello di altre regioni, l'Abruzzo può essere considerata, tra le regioni italiane, una di quelle in cui le tradizioni gastronomiche vengono ancora conservate nella quotidianità dell'alimentazione familiare. Custodite da nonne e madri, le ricette, che sono innanzitutto cura nella scelta delle materie prime e attenzione nelle preparazioni, talvolta molto esigenti in termini di tempi, così come la pratica di certi interessanti rituali, punto di incontro magico fra gastronomia e antropologia; rischiano però di essere perse. Come recuperare, e soprattutto, diffondere e comunicare il valore che la cultura che la cucina popolare porta con sé? Come restituire, attraverso pratiche tangibili e riconoscibili, conoscenze e abitudini della civiltà contadina e l'incanto solido e misterico di certi riti legati alla cucina popolare? Da queste premesse nasce il progetto Cucina Popolare Frentana (prodotto turistico enogastronomico), una cucina identitaria che rappresenta tutto l'entroterra della Provincia di Chieti (area GAL).

Questo progetto si vuole raccontare l'ingente patrimonio della cultura popolare di questo territorio frentano, a partire dalla vigile memoria di quella sorta di matriarcato silenzioso che sono e, soprattutto sono state, le donne di tutte le generazioni. Si tratta di un'identità ancora vivissima nelle famiglie ed anche in alcune attività di ristorazione, a cui, tuttavia, proprio perché consuetudine quotidiana, non si è ancora conferita un'adeguata narrazione e rappresentazione.

Per questo si ritiene che parlare di cucina popolare oggi sia un valido strumento per promuovere una riscoperta della tradizione gastronomica, capace di stimolare sensibilità nuove e generare economia in un processo che porti alla conoscenza delle produzioni locali, degli operatori, di nuovi spazi di consapevolezza.

L'impegno è a sostenere e tutelare i piccoli produttori per non perdere la tradizione, raccontando al meglio il territorio frentano più autentico.

1.2 Consistenza e dimensione dell'ambito di intervento

Mappatura dei portatori di interesse della Comunità di progetto.

Nel nostro progetto i portatori di interesse qualificanti sono rappresentati dalle imprese di ristorazione che praticano la Cucina Popolare Frentana.

Si tratta di attività di ristorazione, prevalentemente di tipo agrituristico presenti nella porzione di entroterra della provincia di Chieti afferente all'areale frentano e denominata comunemente Sangro-Aventino.

Il progetto **CUCINA POPOLARE FRENTANA** coinvolge **12** esercizi di ristorazione, prevalentemente agriturismi. Si può stimare che il giro d'affari medio di ogni singola attività ricettiva possa consistere in € 250.000,00/annui.

L'analisi di questo gruppo di imprese è stata condotta attraverso rilevazioni ed interviste individuali i cui risultati sono sintetizzati nella seguente matrice SWOT.

1.3 Analisi SWOT

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<p>Autenticità dei piatti cucinati Forte legame con la tradizione contadina Uso prevalente di materie prime di origine locale o di produzione aziendale Ottimo rapporto qualità/prezzo Scarsa consapevolezza del “valore” della propria proposta gastronomica</p>	<p>Nonostante la forte caratterizzazione non si è adottato un nome comune Scarse capacità di narrazione e comunicazione Scarsa consapevolezza del valore della tradizione della cucina popolare Nella maggior parte dei casi uso non evoluto dei mezzi di comunicazione digitale Difficoltà a comunicare e ad acquisire una clientela di tipo turistico (extra territoriale) Scarsa conoscenza da parte dei consumatori della cucina popolare frentana</p>
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<p>Più attenzione al tema della “biodiversità agricola” e della multifunzionalità anche nei nuovi orientamenti delle politiche comunitarie Maggiore attenzione dei consumatori verso le produzioni tipiche di qualità Interesse crescente per le scoperte e le esperienze enogastronomiche Maggiore attenzione dei consumatori verso le tradizioni e l'autenticità</p>	<p>La fase di congiuntura economica sfavorevole e l'effetto Covid Perdita della memoria, deriva di identità e banalizzazione della cucina popolare frentana Perdita di capacità basate prevalentemente fino ad oggi su tradizione orale Digital divide</p>

1.4 Individuazione delle esigenze di intervento

<p>Come è emerso dall'analisi la CPF rappresenta un patrimonio ricco di identità enogastronomica e di biodiversità ancora poco conosciuto e, conseguentemente, poco valorizzato. Da questa situazione generale derivano una serie di esigenze specifiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ valorizzare i prodotti, della produzione agricola, dell'allevamento e della trasformazione locali; ☑ valorizzare l'identità culturale della Cucina Popolare Frentana; ☑ migliorare conoscenza dei prodotti agricoli e dell'allevamento locale da parte dei consumatori in termini di proprietà nutrizionali e di utilizzo; ☑ caratterizzare le tradizioni culinarie dell'entroterra frentano e proteggerle per contrastare processi di banalizzazione;

1.5 Modalità di consultazione degli attori locali in fase di analisi di contesto

<p>La consultazione è stata effettuata in due fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - una prima fase basata su interviste e rilevazioni individuali; - una seconda fase con un incontro collettivo della durata di circa un'ora e mezza che si è svolto come segue: <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentazione, in 4 argomenti chiave, della bozza di analisi locale e, conseguentemente dei suoi risultati sintetizzati nell'analisi SWOT. 2. Alla fine di ogni argomento, il conduttore ha chiesto ai presenti se, rispetto all'argomento trattato, c'erano elementi da aggiungere o da modificare, prendendo nota delle indicazioni. 3. In conclusione si è presentata l'analisi SWOT integrata con i suggerimenti

2 Strategia di intervento

2.1 Illustrazione del quadro strategico

Obiettivi specifici	Obiettivi operativi/azioni
O.S.1 Migliorare la caratterizzazione della Cucina Popolare Frentana	A completamento dell'analisi effettuata in sede di progetto, si prevede di effettuare un'analisi delle imprese della Cucina Popolare Frentana per integrare la raccolta di elementi narrativi e caratteristici e per effettuare lo studio di specifici menù con l'utilizzo dei prodotti agricoli di stagione e dell'allevamento locale e il recupero di tradizioni gastronomiche delle comunità dell'area frentana.
O.S.2 Avviare un sistema di tutela della CPF autentica	Definizione di un disciplinare volontario dedicato ai ristoratori che si impegnano a utilizzare esclusivamente prodotti agricoli di filiera corta e/o locale, freschi e di stagione Attraverso un'azione di animazione dedicata si prevede di coinvolgere tra 10 e 20 agriturismi e ristoranti con adesione al disciplinare ed istituzione di un circuito per la tutela della Cucina Frentana
O.S.3 Migliorare la conoscenza e la reputazione della Cucina Popolare Frentana	Realizzazione di una piattaforma Web di documentazione sulla Cucina Popolare Frentana con raccolta di ricette, immagini, video ecc. Si tratterà quindi di un sistema di pagine WEB ed una serie di canali social, tra loro collegati e connessi alla rete di siti web e pagine social delle imprese aderenti al circuito, da utilizzare quali principali vettori di narrazione e orientamento informativo su eventi e servizi multifunzionali offerti dalle aziende aderenti alla rete

2.2 Descrizione delle attività previste

1° FASE

1.1 Realizzazione di un'analisi della situazione attuale della Cucina Popolare Frentana

Si prevede di effettuare un approfondimento dell'analisi delle imprese della Cucina Popolare Frentana per integrare la raccolta di elementi narrativi e caratteristici e per effettuare lo studio di specifici menù con l'utilizzo dei prodotti agricoli di stagione e dell'allevamento locale e il recupero di tradizioni gastronomiche delle comunità dell'area frentana.

1.2 Realizzazione di una piattaforma di documentazione sulla Cucina Popolare Frentana

Realizzazione di una piattaforma Web di documentazione sulla Cucina Popolare Frentana con raccolta di ricette, immagini, video ecc. Si tratterà quindi di un sistema di pagine WEB ed una serie di canali social, tra loro collegati e connessi alla rete di siti web e pagine social delle imprese aderenti al circuito, da utilizzare quali principali vettori di narrazione e orientamento informativo su eventi e servizi multifunzionali offerti dalle aziende aderenti alla rete.

2.1 Definizione di un disciplinare volontario

Definizione di un disciplinare volontario dedicato agli Impegni dei ristoratori. Gli agriturismi e i ristoratori aderenti si vincolano a utilizzare esclusivamente prodotti agricoli di filiera corta e/o locale, freschi e di stagione. Inoltre, gli agriturismi e i ristoratori convengono sulla necessità di utilizzare prodotti agricoli e agroalimentari del territorio e segnatamente quelli cerealicoli, orticoli, oleari, vitivinicoli, dolciari e della panificazione. Particolare attenzione sarà dedicata alla selezione delle carni frutto di allevamenti sostenibili e rispettosi del benessere animale. Tutti i partecipanti all'iniziativa si impegnano a tracciare tutte le materie prime utilizzate.

2.2 Istituzione di un circuito per la tutela della Cucina Popolare Frentana

Attraverso un'azione di animazione dedicata si prevede di coinvolgere tra 10 e 20 agriturismi e ristoranti con adesione al disciplinare ed istituzione di un circuito per la tutela della Cucina Frentana

3.1 Ideazione e realizzazione di una campagna di divulgazione

L'iniziativa coinvolgerà tra i 10 e i 20 agriturismi e ristoranti per edizione - una per ogni stagione, a partire dall'autunno 2020 (autunno 2020, inverno 2020/2021, primavera 2021, estate 2021).

L'iniziativa sarà articolata in più momenti nel corso dell'anno, in coincidenza delle feste rituali o di eventi legati alla vita agricola, per citarne alcuni: la festa Sant'Antonio Abate, il Carnevale, la Pasqua, la trebbiatura, la vendemmia, la raccolta delle olive, la vigilia della Concezione, le festività natalizie o, in alternativa, in ognuna delle quattro stagioni.

In tali momenti sarà promosso un periodo della durata, indicativa, di due settimane dedicato alle ricette della ricorrenza o della tradizione. Nello specifico verranno proposti pranzi e cene tematici con il brand "Cucina popolare frentana" per la valorizzazione dei prodotti del territorio del Gal Maiella Verde. L'iniziativa avrà luogo negli agriturismi e ristoranti aderenti del territorio compreso nell'area del Gal Maiella Verde, all'interno della provincia di Chieti, specializzati nella preparazione di piatti della tradizione frentana. Nel corso dell'evento saranno illustrate ai clienti/consumatori le principali caratteristiche delle ricette proposte e, in generale, dei piatti della tradizione, la stagionalità dei prodotti, le proprietà nutrizionali.

Saranno studiati e realizzati specifici menù dedicati alla valorizzazione della Cucina Popolare Frentana locale e al recupero delle tradizioni gastronomiche dell'entroterra della provincia di Chieti. I menù concordati saranno proposti a prezzi convenzionati con l'obiettivo di ampliare la platea dei consumatori.

Nel corso degli eventi ci sarà la possibilità di organizzare vere e proprie lezioni di cucina, nel corso delle quali saranno illustrati ai partecipanti le principali caratteristiche delle ricette proposte e le proprietà nutrizionali dei prodotti utilizzati.

3.2 Campagna di comunicazione

L'iniziativa sarà sostenuta da un'importante campagna di comunicazione con l'utilizzo dei media tradizionali (stampa, radio, televisioni) e dei nuovi media (sito internet, social media). Potranno essere realizzati anche materiali informativi su supporto cartaceo che propongono ricette autentiche della cucina popolare nonché video spot dedicati ai piatti della memoria. La strategia comunicativa sarà orientata a mettere in relazione la valorizzazione della agricoltura e dell'allevamento locali e delle tradizioni enogastronomiche.

La campagna di comunicazione sarà sviluppata secondo le seguenti fasi: a) ideazione di un'immagine coordinata ed una logica di narrazione; b) Sviluppo di azioni di vario genere inclusi interventi di "gaming" per coinvolgere direttamente i consumatori target nella comunicazione attraverso i social media per la promozione degli eventi attraverso i vari canali on line con i seguenti obiettivi: Avere il maggior numero possibile di visite in target sul sito della Cucina Popolare Frentana; Ottenere risultati in termini di partecipazione agli eventi culinari; Creare un database di contatti in target; Favorire la conoscenza delle imprese della rete; Favorire il passaparola e la condivisione delle informazioni.

2° FASE

Le attività della seconda edizione sono state definite per raggiungere 2 obiettivi:

1 Migliorare la caratterizzazione della Cucina Popolare Frentana

2 Proseguire nell'azione di miglioramento della conoscenza e della reputazione della CPF

Di seguito una breve descrizione delle attività previste:

1.1 Realizzazione di n. 8 nuovi video sull'esecuzione di ricette della cucina popolare frentana da pubblicare sul canale YouTube. I nuovi video andranno a integrare e completare il lavoro già avviato con il primo bando e creando, così, un repertorio completo delle principali ricette della CPF.

1.2 Realizzazione di un ricettario della CUCINA POPOLARE FRENTANA che conterrà le ricette più iconiche del territorio. Il ricettario sarà stampato in due lingue (italiano/inglese) e corredato da foto professionali dei piatti.

1.3 Realizzazione di un archivio fotografico delle ricette da poter avere sempre a disposizione e poter utilizzare in ogni occasione ne possa ricorrere la necessità. Si fa rilevare che, ad oggi, non esiste alcun archivio di foto dei piatti della CPF realizzato da fotografi professionisti.

1.4 Realizzazione di una cena dimostrativa e di Corsi di Cucina sulle ricette e le tecniche di cottura della Cucina Popolare Frentana. Saranno programmate 10 incontri monotematici, in ognuno dei quali sarà illustrato e realizzato un piatto della Cucina Popolare Frentana. Gli incontri saranno riservati a massimo 30 partecipanti per ogni appuntamento.

2.1 Campagna social media che preveda la pubblicazione ricorrente di informazioni sulle iniziative e attività della CP Cucina Popolare Frentana sui principali social media, nonché di immagini significative in grado di attirare l'attenzione dei frequentatori dei social, contribuendo, così, ad ampliare la notorietà della CPF.

2.2 – Organizzazione di un "Press Tour" riservato a giornalisti esperti in enogastronomia e racconti di viaggi delle principali testate italiane con l'obiettivo di presentare il territorio di riferimento (Lanciano, Maiella orientale, Colline del Vastese) e le attività legate alla Cucina Popolare Frentana.

3° FASE

Nella terza edizione, in continuità con il lavoro realizzato, si prevede la realizzazione delle seguenti attività:

- n. 12 Lezioni di Cucina Popolare Frentana da svolgere nelle strutture aderenti con cadenza mensile, a partire dal mese di gennaio 2024. Nel corso delle lezioni sarà proposta una selezione di ricette tipiche;
- organizzazione di una serie di eventi divulgativi: 8 educational e dimostrazioni pubbliche per operatori del settore ed opinion leader e di 2 show cooking in ambito locale e nazionale;
- ideazione, realizzazione e stampa di un news- magazine (64 pag. auto copertina) da consegnare nelle strutture aderenti per una ampia diffusione. Il news magazine racconterà il progetto Cucina Popolare Frentana e (utilizzando il lavoro già fatto per la preparazione del ricettario) sulle ricette più identitarie.
- prosecuzione delle campagne social sulle principali piattaforme (FB- Instagram- YouTube)

2.3 Piano finanziario del progetto

Spese previste	Importi
Fase 1	
Coordinamento e gestione del progetto: convenzione con Slow Food Lanciano	10.860,00
Incarico a giornalista esperto e qualificato in tematiche eno-gastronomiche per funzione di ufficio stampa	7.320,00
Incarico a professionista esperto in grafica pubblicitaria per la realizzazione del marchio e di materiale promo pubblicitario	2.400,00
Incarico a professionista esperto per la realizzazione e produzione di video	3.240,00
TOTALE PRIMA EDIZIONE	23.820,00
Fase 2	
Coordinamento e gestione del progetto: convenzione con Slow Food Lanciano	8.540,00
Incarico a giornalista esperto e qualificato in tematiche eno-gastronomiche per funzione di ufficio stampa	7.320,00
Incarico per la gestione dell'immagine coordinata per la campagna di comunicazione nell'ambito della Cucina Popolare Frentana. Gestione delle campagne e dei contenuti social (Facebook- Instagram). Servizi grafici per la realizzazione del ricettario della Cucina Popolare Frentana	3.690,00
Noleggio minibus per press tour più ospitalità per 10 giornalisti: tre notti in hotel/B&B. Incarico ad Agenzia viaggi	6.185,00
Cena dimostrativa con degustazione della cucina popolare frentana. Realizzazione a cura di tre degli esercizi aderenti alla Comunità di progetto	6.800,00
Incarico a professionista esperto per regia, riprese e montaggio di otto nuovi video da realizzare per "Cucina popolare frentana". Realizzazione di un archivio fotografico delle ricette della "Cucina popolare frentana"	7.170,00
TOTALE SECONDA EDIZIONE	39.705,00
Fase 3	
Incarico a professionista esperto per coordinamento organizzativo e generale di tutte le attività e acquisizione spazi per attività social	5.400,00
Incarico a giornalista esperto e qualificato in tematiche eno-gastronomiche per funzione di ufficio stampa	5.400,00
Incarico a professionista esperto per gestione immagine coordinata per la campagna di comunicazione 2024 nell'ambito della Cucina Popolare Frentana. Gestione delle campagne e dei contenuti social (Facebook-Instagram- YouTube)	2.700,00
Incarico a professionista esperto per ideazione e impaginazione news- magazine	2.700,00
Incarico a professionista esperto per la regia, le riprese e il montaggio video per n. 12 "Lezioni di Cucina popolare frentana"	8.880,00
Incarico a due guide del gusto esperte per l'organizzazione di educational e dimostrazioni pubbliche per operatori del settore ed opinion leader	5.400,00
Stampa di 2.000 copie di un ricettario di complessive 64 pagine	2.318,00
Incarico a società specializzata per l'organizzazione e gestione di 2 show cooking in ambito locale e nazionale	6.400,00
TOTALE SECONDA EDIZIONE	39.198,00
TOTALE COMPLESSIVO PROGETTO	102.723,00

ID	Nome	Cognome	Luogo di nascita	Categoria portatore di interesse	Attività svolte con particolare riferimento alla coerenza con la Comunità di progetto
1	Maria Grazia	D'Orazio	Altino	Impresa individuale	Cucina antica Frentana
3	Elisabetta	Abbonizio	Teramo	Impresa individuale	Nella nostra azienda riproponiamo i piatti della nostra tradizione, con ingredienti e prodotti coltivati in fattoria a km 0.
4	LUCIA	COTELLESA	LANCIANO	Impresa individuale	AGRITURISMO CON PUNTO RISTORO E ALLOGGI
5	Naccarelli	Leonardo	Guardiagrele	Impresa individuale	Custode podotti parco nazionale della Majella
6	MICHELE	MANCINI	SCERNI	Società	ricerca sui piatti tradizionali locali ed epocali
7	CARLA	DI CRESCENZO	GUARDIAGRELE	Impresa individuale	cucina tipica
8	Claudia	Travaglini	Atessa	Impresa individuale	Agriturismo
9	Antonio	Di Lello	Scerni	Impresa individuale	Produzione prodotti agricoli, allevamento e trasformazione
10	VIVIANA	FARINELLI	ORTONA	Società	Casa editrice attiva da 34 anni per la valorizzazione dell'ambiente, della cultura, del turismo sostenibile abruzzese con la pubblicazione della Rivista D'Abruzzo, di collane storiche, antropologiche, ambientali, guide turistiche.
12	Rosaria	Fagnilli	Lanciano	Società	La cucina frentana
13	Vincenzina	Anecchini	Atessa	Impresa individuale	Ristorazione

PROGETTO INTEGRATO

Comunità di prodotto tipico Peperone dolce di Altino

1 Analisi di contesto

1.1 Descrizione dell'ambito di intervento del Progetto

Situazione attuale e orientamento strategico del progetto

L' intervento riguarda il Peperone dolce di Altino, prodotto compreso nel progetto "10 sapori da salvare". Diversi elementi descritti di seguito sono stati raccolti sia da analisi sistematiche condotte attraverso ricognizioni dirette, sia da due lavori di tesi di laurea dedicati allo studio del peperone dolce di Altino e alla relativa evoluzione del contesto socio-economico:

- "Enogastronomia e turismo" di Giuseppe Camiscia,
- "Valorizzazione del territorio attraverso la partecipazione attiva delle comunità locali: il caso PDA" di Giuseppe Scutti.

Oltre al territorio di Altino, l'areale di produzione include porzioni dei territori di diversi Comuni ubicati intorno alla confluenza fra i fiumi Aventino e Sangro attorno all'Oasi di Serranella (Altino, Archi, Atesa, Casoli, Sant'Eusanio del Sangro, Perano).

Il PDA, che agli inizi del 2000 era un prodotto "in estinzione" ancora esistente solo grazie all'affezione di alcune persone anziane per la propria tradizione identitaria, è stato protagonista, negli ultimi 10 anni, di un importante processo di rigenerazione territoriale.

Grazie alla mobilitazione di un gruppo di promotori che poi è riuscito a coinvolgere praticamente l'intera comunità di Altino, dal 2008 (anno del primo Festival) al 2020, il sistema produttivo del PDA ha vissuto un rilancio economico importante che, oltre a determinare una concreta valorizzazione del prodotto, ha contribuito in modo determinante alla rigenerazione del paese alto. I risultati di questo processo sono riportati sinteticamente nella tabella seguente.

L'evoluzione del sistema produttivo del Peperone dolce di Altino.

Caratteristiche	Situazione al 2008	Situazione al 2020
Ettari coltivati	tra 1 e 3	tra 5 e 7
Produttori ufficiali	praticamente ignoti	32
Imprese trasformazione	0	6
Occupati	0	10
B&B in paese	0	3
Ristoranti/enoteche	0	2
Museo/associazione	0	1
Prezzo secco intero	25/€ kg	60/€ kg

Oggi, quindi, un vero sistema economico è stato ripristinato. Si tratta, tuttavia, di un sistema ancora fragile che ha bisogno di interventi di rafforzamento di tipo produttivo, commerciale e, soprattutto, di difesa delle caratteristiche di qualità per evitare che si possa approfittare delle opportunità di mercato create in modo poco onesto e a danno della reputazione del prodotto. In particolare occorre evitare la minaccia di un uso improprio della denominazione geografica per peperoni e derivati prodotti altrove.

Nel corso degli ultimi anni si è notevolmente potenziata la filiera relativa al prodotto e alla sua trasformazione che ormai si estende dal tradizionale uso per la produzione degli insaccati e per il condimento dei piatti, a nuove soluzioni gastronomiche che vanno dal formaggio, alla pasta, alla cioccolata, ai liquori, alla pasticceria, ecc.

Caratteristiche della micro-filiera produttiva

L'azienda tipica ha una struttura familiare con conduttori tendenzialmente anziani anche se, ultimamente, si manifestano i primi significativi segnali dell'avvio di un ricambio generazionale. Nella quasi totalità dei casi le aziende agricole ad indirizzo orticolo non presentano una specializzazione esclusiva per la produzione del Peperone benché in molti casi questa risulti prevalente. In un gran numero di casi, invece, la coltivazione del peperone dolce rappresenta una valida integrazione di altri redditi da lavoro o da pensione con l'attività che viene gestita per il tramite di posizioni aziendali intestate a familiari. Esistono infine numerosissimi casi in cui la coltura del Peperone è limitata alla soddisfazione delle esigenze familiari. Una parte significativa della produzione viene essiccata, tostata e tritata in un mulino che negli ultimi tempi si dedica esclusivamente alla molitura del peperone e che, quindi, a tutti gli effetti può essere considerato parte integrante della filiera produttiva.

Nell'area di riferimento, ad oggi, esistono circa 30 aziende agricole che producono prevalentemente il peperone dolce che, insieme ai molti produttori privati, realizzano una quantità totale di prodotto stimata intorno ai 600 quintali di fresco cui corrispondono circa 40 quintali di macinato.

Nell'insieme risulta che la produzione del PDA è caratterizzata da un tessuto produttivo frammentato, con produttori poco inclini alla collaborazione e da un volume produttivo limitato rispetto ad una possibile espansione del mercato. Manca anche, di conseguenza, una politica dei prezzi.

Il profilo qualitativo del prodotto

Attualmente, nonostante il livello qualitativo della categoria sia molto alto, il prodotto presenta degli aspetti che ne possono compromettere la qualità e quindi la sua capacità di penetrazione nel mercato:

1. disomogeneità dei semi a causa delle modalità di selezione che non rispondono ad un unico disciplinare;
2. assenza di un sistema di monitoraggio costante e affidabile della produzione (aree destinate alla coltivazione);
3. malfunzionamento del sistema di applicazione e di controllo del disciplinare di produzione

Il mercato e la reputazione fra i diversi tipi di pubblico

Il livello attuale di narrazione del prodotto è fortemente legato al Festival "Palio culinario delle contrade" che funziona molto bene e lo si può considerare un importante veicolo di diffusione del PDA. L'organizzazione di un convegno, che precede il Festival e un importante momento di incontro/confronto su temi culturali, economici, sociali legati a questo prodotto. Questo ha consentito, grazie ai tanti ospiti di rilievo presenti (giornalisti, imprenditori, esponenti del mondo della cultura, della ricerca universitaria), di promuovere indirettamente il prodotto in ambiti diversi. Tuttavia si avverte l'esigenza di sviluppare un sistema di comunicazione continuo, soprattutto attraverso sistemi digitali, in grado di narrare tutto questo che appare, oggi, quanto mai urgente anche alla luce degli esiti della pandemia legata alla diffusione del Covid-19. Il sito dell'associazione, ad oggi, risulta non adeguato a sostenere la conoscenza e l'utilizzo del prodotto in campo gastronomico, mentre sarebbe opportuno inserire webinar di cucina, accanto a ricette e ad aggiornamenti relativi alla ricerca scientifica sul prodotto e alle sue proprietà nutraceutiche.

Il prodotto Peperone dolce di Altino viene commercializzato in quattro differenti modalità:

1. fresco appena colto e confezionato in collane, crolle o serte;
2. in collane, crolle o serte essiccate;
3. tritato fine con lavorazione in mulino, dopo essere stato essiccato all'aria e tostato in forno;
4. tritato grosso, realizzato pestandolo manualmente in un mortaio, una volta essiccato all'aria e tostato in forno;

Negli ultimi anni il PDA è entrato nella grande distribuzione abruzzese dove sta conquistando un'importante reputazione di prodotto eccellente.

Nella tabella che segue si riportano le caratteristiche relative alla gamma di prodotto in termini di percentuale sulla produzione locale e con riferimento al posizionamento di mercato

Prodotto	Quantità venduta in % di prod. locale: %	Mercato di riferimento	Prezzo al kg.	Confronto con prodotti concorrenti	Prezzo medio al kg.
Fresco appena colto e confezionato in collane, crolle o serte	18%	Ambitoregionale	5,00		5,00
Collane, crolle o serte essiccate	34%	Ambito regionale e particolarmente mercato pescarese della grande distribuzione	90,00	Prodotto simile proveniente da Senise (Basilicata).	60,00
Tritato fine	33%	Area del vastese dove viene utilizzato per la produzione della ventricina e di salumi in generale	50,00	Prodotti simili di bassa qualità provenienti dal casertano. Sono stati riscontrati in passato casi di frode ed adulterazione con prodotti di origine cinese oggetto di sequestri da parte del Corpo Forestale dello Stato	60,00
Tritatogrosso	33%	Mercato locale dove viene realizzato su richiesta	50,00	Prodotto meno soggetto a concorrenza	60,00

Dalla tabella emergono due rilevanti considerazioni:

1. c'è un mercato interessante da conquistare per il prodotto "Collane crolle o serte di peperoni dolci essiccate" che è quello di Pescara. Qui altri produttori di fuori Regione, presenti da tempo, vendono a prezzi più che triplicati rispetto a quello praticato dai produttori altinesi;
2. la concorrenza di prodotti della tipologia "Tritato fine" proveniente a bassi costi e qualità inferiore dal casertano penalizza sia i produttori locali che la qualità finale dei salumi realizzati, tra essi, segnatamente la ventricina per la quale pure si perseguono da tempo obiettivi di qualità e di tutela.

L'immagine di oggi del PDA può essere interpretata come una co-costruzione sociale, le cui specificità derivano non solo dalle caratteristiche fisiologiche legate alla varietà del prodotto, ma sono date anche dalle interrelazioni tra quelle caratteristiche con le specificità di un territorio e l'azione di codifica e istituzionalizzazione dei produttori operata dall'Associazione di tutela.

Queste caratteristiche, che sono riconosciute e molto apprezzate non solo dai consumatori ma anche da determinate organizzazioni del settore (Fondazione Slow Food, Accademia della Cucina Italiana, ecc.), insieme al Festival che contribuisce notevolmente a valorizzare il prodotto, vanno ad innescare una sorta di circolo virtuoso che costituisce il principale punto di forza della microeconomia connessa al PDA.

La reputazione del prodotto è anche sostenuta dai riconoscimenti provenienti dall'alta cultura universitaria, italiana e straniera.

La governance

L'evoluzione della economia e l'interesse sul prodotto, a cominciare dal 2008, quando l'Associazione di tutela del peperone dolce di Altino ha realizzato il primo Festival "Palio culinario delle contrade", ha favorito una notevole crescita delle relazioni e degli interessi intorno al PDA. È così nato un primo marchio, il presidio Slow Food, la collaborazione con il GAL Maiella Verde. Tuttavia quella stessa crescita ha favorito anche la nascita di una associazione di produttori (APPA) e l'esigenza di creare nuove forme di governance. Ciò in relazione anche con la necessità di gestire i problemi connessi all'espansione del mercato che ha generato episodi in cui si è messa in dubbio la reale provenienza del prodotto

1.2 Consistenza e dimensione dell'ambito di intervento

NOME AZIENDA	TIPOLOGIA AZIENDA	PIANTE TRAPIANTATE ANNO 2020	PIANTE TRAPIANTATE ANNO 2020
ACA	PRODUZIONE/TRASFORMAZIONE/COMMERCIALIZZAZIONE	80.000	VIVAIO
VIVAIO FANTINI	VIVAIO PRODUZIONE PIANTE	100.000	SEME PROVENIENTE DALLE AZIENDE COMMITTENTI
AZIENDA AGRICOLA TERRAFONTE	PRODUZIONE/TRASFORMAZIONE/COMMERCIALIZZAZIONE	5.000	VIVAIO
AZIENDA AGRICOLA TENUTA ASCARI	PRODUZIONE/TRASFORMAZIONE/COMMERCIALIZZAZIONE	5.000	VIVAIO
AZIENDA AGRICOLA VILLAVECCHIA	PRODUZIONE/TRASFORMAZIONE/COMMERCIALIZZAZIONE	15.000	VIVAIO
D'ORAZIO DOMENICO	PRODUZIONE/COMMERCIALIZZAZIONE	2.800	VIVAIO
D'ALONZO CLAUDIO	VIVAIO PRODUZIONE PIANTE	50.000	SEME PROVENIENTE DALLE AZIENDE COMMITTENTI
DI BIASE DOMENICO	PRODUZIONE PRODOTTO FRESCO	15.000	VIVAIO
D'ALONZO CLARA	PRODUZIONE	2.000	SEMENZAIO PROPRIO
DELL'OREFICE DONATO	PRODUZIONE PRODOTTO FRESCO	1.500	SEMENZAIO PROPRIO
D'ALONZO DONATELLO	PRODUZIONE/TRASFORMAZIONE/COMMERCIALIZZAZIONE	15.000	VIVAIO
ODORISIO GASPERINO	PRODUZIONE PRODOTTO FRESCO	1.000	SEMENZAIO PROPRIO
FIOR DI MAIELLA	TRASFORMAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE	20.000	APPROVIGIONAMENTO DA ALTRI PRODUTTORI

I dati sopra riportati vengono fuori da un'analisi che i referenti tecnici della comunità hanno condotto interpellando i soggetti sopra elencati.

Come si evince dalla tabella sopra riportata la quantità di prodotto per l'anno 2020 può essere così suddivisa:

Associazione di tutela del peperone dolce di Altino Oasi di Serranella totale piante trapiantate circa 120.000. La totalità delle piante che fanno capo all'associazione di tutela e frutto della sommatoria tra le piante trapiantate direttamente dalle aziende indicate e le piante trapiantate da tanti altri produttori/hobbisti che lavorano e confluiscono il PDA direttamente alle aziende dell'associazione di tutela.

Associazione produttori peperone di Altino totale piante trapiantate circa 60.000.

Considerando quindi che il totale delle piante trapiantate è di circa 150.000, il volume di affari ammonta a circa 150.000,00 Euro.

1.3 Analisi SWOT

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> La produzione ha un forte legame con l'identità sociale locale. 	<ul style="list-style-type: none"> Disomogeneità del seme Volumi produttivi limitati Assenza di una politica di prezzo

<ul style="list-style-type: none"> ● Prodotto fresco con proprietà organolettiche di qualità. ● Esistenza del Festival annuale che oltre a costituire una fonte di attrattiva turistica per il territorio e un ottimo strumento per valorizzare il prodotto. ● Attenzione a sinergie quali Presidio Slow Food per comunicare meglio il valore del prodotto. ● Una nuova generazione di imprenditori agricoli si è interessata alla produzione del PDA. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tessuto produttivo agricolo connotato da: frammentazione in aziende di dimensione, ridotta e presenza di aziende non strutturate ● ·Malfunzionamento del sistema di applicazione e controllo del disciplinare di produzione ● Poca attitudine alla collaborazione tra i diversi produttori ● Scarsa visibilità del prodotto nella comunicazione on line
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none"> ● Più attenzione al tema della “biodiversità agricola” anche nelle politiche agricole comunitarie e possibilità di beneficiare di aiuti ● Maggiore attenzione dei consumatori verso le produzioni tipiche di qualità ● Valorizzazione integrata delle produzioni tipiche, del territorio e del turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Possibile disomogeneità nell’utilizzo del seme ● Uso improprio della denominazione geografica di provenienza per peperoni e derivati prodotti altrove

1.4 Individuazione delle esigenze di intervento

La realtà sociale, economica e ambientale connessa al Peperone Dolce di Altino-Oasi di Serranella, nonostante gli importanti passi avanti compiuti rappresenta comunque una microeconomia, caratterizzata da bassi volumi produttivi e da aziende di dimensione ridotta con una strategia d’impresa non sempre ben delineata.

Da questo scenario inizia ad emergere il problema della commercializzazione, che non è un problema individuale, non dipende esclusivamente dalla capacità produttiva o distributiva della singola azienda, ma riguarda piuttosto la capacità del sistema locale di rispondere a delle mutate esigenze di mercato.

Ci si trova così davanti ad un mercato nuovo che, seppur di nicchia, deve essere ancora finito di costruire ed esplorato del tutto. Proprio in relazione a questo nuovo “spazio economico” si presenta la necessità di una ridefinizione dello spazio economico di ogni singola azienda: appare evidente che in una realtà economica marginale come quella di Altino, i singoli attori economici, ossia le varie aziende agricole, non hanno una dotazione di risorse che permette loro di rispondere individualmente agli stimoli della domanda.

E per questo che il comparto produttivo, in questa fase di transizione, necessita di una riorganizzazione sia delle modalità di produzione sia di quelle attinenti alla commercializzazione. Si tratta, attraverso una combinazione di interventi, di posizionare il PDA al livello di eccellenza nei mercati di riferimento. In particolare le esigenze riguardano:

- L’innalzamento dello standard della cultivar ed il miglioramento delle caratteristiche qualitative e di omogeneità;
- Il miglioramento dell’immagine e della narrazione del prodotto.

1.5 Modalità di consultazione degli attori locali in fase di analisi di contesto

--

Categorie portatori di conoscenze e interesse consultati	Numero portatori di interesse consultati sul territorio di riferimento		
	Totale portatori di conoscenze e interesse del territorio	Iscritti alla Comunità di prodotto consultati	%
Produttori e/o aziende produttrici (produttori agricoli e/o trasformatori) del prodotto Peperone dolce di Altino	32	21	65
Comune di Altino	11	5	45
Ristoratori/Ricettività	20	10	50
TOTALE PORTATORI DI INTERESSE	63	36	57

L'indagine di campo è stata realizzata mediante una ricognizione effettuata nel Comune di Altino che ha compreso, oltre agli operatori della filiera, anche il Sindaco e 5 conoscitori del territorio comunale:

1. Orecchioni Gianni (Presidente del consorzio Universitario di Lanciano / Storico);
2. Manzi Aurelio (Biologo e scrittore);
3. Manzi Giuseppe (Architetto ed esperto di cultura rurale);
4. Muratelli Vincenzo (Sindaco di Altino);
5. Scutti Michele (Referente slow food Lanciano).

2 Strategia di intervento

2.1 Illustrazione del quadro strategico

Gli obiettivi specifici del progetto sono 2:

- 1 Migliorare la qualità del prodotto attraverso l'innalzamento dello standard della cultivar ed il miglioramento delle sue caratteristiche qualitative e di omogeneità;
- 2 Migliorare la qualità dell'accoglienza turistica del paese con particolare riferimento alla capacità di ospitare esperienze legate all'identità enogastronomica ed alla biodiversità agricola

2.2 Descrizione delle attività previste

1.1. Ricerca per il miglioramento della qualità del seme

La ricerca, realizzata dal CREA-OF di Monsampolo del Tronto, prevede una selezione fenotipica delle popolazioni migliori raccolte nelle piantagioni dei produttori di Altino e quindi un allevamento in pieno campo con selezione ulteriore dei fenotipi migliori, operazioni di autofecondazione, caratterizzazione, produzione di seme.

1.2 Realizzazione di una Cucina di Comunità

Questo intervento mira a realizzare, presso il Museo del peperone dolce ad Altino, un laboratorio e centro didattico dedicato alle attività di preparazione e degustazione che verrà gestito dall'Associazione del Peperone di Altino e messo a disposizione degli operatori economici e delle altre Comunità di prodotto tipico

del territorio. L'attività sarà realizzata in collaborazione con il Comune di Altino che metterà a disposizione i locali e le opere murarie occasionate.

Verrà anche predisposto un regolamento di utilizzo del laboratorio e un'attività di assistenza in fase di avvio del centro didattico.

2.3 Piano finanziario del progetto

Spese previste	Importi
Fase 1	
Convenzione con soggetto specializzato nella caratterizzazione del prodotto (CREA Monsampolo del Tronto)	12.200,00
Incarico a professionista specializzato esperto di comunicazione informatica per l'aggiornamento e sviluppo del sito web della Comunità. Realizzazione di tour virtuale tour virtuale immersivo all'interno del museo del peperone dolce di Altino. Attività di ottimizzazione SEO e Content Marketing del sito	1.500,00
Incarico a professionista specializzato esperto di comunicazione per l'organizzazione di Incontri/manifestazioni gastronomiche dedicati alla conoscenza del prodotto ed al suo uso nella gastronomia	1.700,00
TOTALE PRIMA EDIZIONE	15.400,00
Fase 2	
TOTALE SECONDA EDIZIONE	0,00
Fase 3	
Acquisto di attrezzatura da cucina per la realizzazione, presso il Museo del peperone dolce ad Altino, di un laboratorio e centro didattico dedicato alle attività di degustazione e disponibile anche per altre Comunità del territorio	19.784,74
Incarico a professionista specializzato per la redazione del protocollo di utilizzo del laboratorio e per l'assistenza in fase di avvio del centro didattico	2.220,00
TOTALE SECONDA EDIZIONE	20.004,74
TOTALE COMPLESSIVO PROGETTO	
	35.404,74

ID	Nome	Cognome	Luogo di nascita	Categoria portatore di interesse	Tipologia	Attività svolte con particolare riferimento alla coerenza con la Comunità di progetto
48	Bruno	Coletta	Rionero Sannitico	Privati cittadini interessati	Privato	Tecnico GAL
49	Annamaria	D'Alonzo	ATESSA	Impresa individuale	Privato	Produzione, trasformazione e commercializzazione del peperone dolce di Altino
50	tino	bellisario	perth	Società	Privato	Ambasciatore del peperone dolce di Altino
51	Mario	D'Alonzo	Altino	Seleziona una categoria	Privato	
52	MARIA ROSARIA	CAROSELLA	CASOLI	Seleziona una categoria	Privato	
53	GIOVANNI	CAROSELLA	CASOLI	Seleziona una categoria	Privato	
54	Michele	Petitti	Casoli	Seleziona una categoria	Privato	
55	Stefania	De Laurentiis	Casoli	Associazione di categoria	Privato	Partecipazione al palio culinario del peperone dolce di Altino come contradaiola
56	Giuseppina	Consalvo	Casoli	Altro	Privato	Creazione piatti tradizionali e rivisitati a base di Peperone dolce di Altino
57	Donatello	D'Alonzo	Atessa	Impresa individuale	Privato	Imprenditore agricolo che tra le sue attività si occupa della coltivazione, trasformazione e commercializzazione del peperone di Altino
58	MIRKO	DI CRESCENZO	GUARDIAGRELE	Società	Privato	FIOR DI MAIELLA SRL SI OCCUPA DELLA PRODUZIONE, LAVORAZIONE , CONFEZIONAMENTO E COMMERCIALIZZAZIONE DEL PEPERONE (ANCHE IN BIOLOGICO)
59	Antonio	Zarrino	Chieti	Privati cittadini interessati	Privato	Membro del consiglio direttivo del Peperone dolce di Altino
60	Antonio	Scutti	Altino	Privati cittadini interessati	Privato	Attiva partecipazione al Palio del peperone dolce
61	Erminia Giannina	Giangiordano	Roccascalegna	Associazione di categoria	Privato	contradaiola, collaboratrice del palio culinario delle contrade
62	Aurelio	Rossi	Altino	Associazione senza scopo di lucro	Privato	partecipazione al palio culinario annuale delle contrade del Peperone dolce di Altino
63	Maria	Tamburrino	Montenerodomo	Associazione senza scopo di lucro	Privato	partecipazione attiva al palio delle contrade annuale del Peperone dolce di Altino
64	Falco	Rossi	Lanciano	Seleziona una categoria	Privato	
65	Clara	D'Alonzo	Atessa	Impresa individuale	Privato	Produzione di Peperone Dolce di Altino.
66	Luciano	Di Biase	Archi	Privati cittadini interessati	Privato	Cuoco
67	Stefano	Spinelli	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Valorizzazione patrimonio enogastronomico del territorio
68	Domenico	Di Biase	Sant'Eusanio del sangro	Seleziona una categoria	Privato	imprenditore agricolo
69	Stefania	De Laurentiis	Casoli	Associazione di categoria	Privato	Partecipazione al Palio culinario del peperone dolce di Altino come contradaiola
70	Claudio	D'alonzo	Guardiagrele	Impresa individuale	Privato	Vivaio di piante orticole e fiori. Produzione di piante di peperone di Altino per aziende e privati. Aut. Servizio Fitosanitario Regione Abruzzo 13/0951
71	Giuseppe	Manzi	Gessopalena	Altro	Privato	Studioso e ricercatore
72	NICLA	D'ALONZO	LANCIANO	Privati cittadini interessati	Privato	FESTIVAL DEL PEPERONE DOLCE DI ALTINO
73	Sara	Dell'Orefice	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Socia dell'Associazione del Peperone Dolce di Altino
74	Sebastiano	Spinelli	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Socio dell'Associazione del Peperone Dolce di Altino

75	FRANCESCO	D'ALONZO	ALTINO	Associazione di categoria	Privato	CONTRADAILOLO, ATTIVO NELL'ORGANIZZAZIONE DEGLI STAND, MEMBRO DEL NUOVO GRUPPO FOLK DI ALTINO, ATTIVO NELLA RICERCA DI CANTI E MUSICHE DEL NOSTRO TERRITORIO
76	CAROSELLA	MARCO	CASOLI	Seleziona una categoria	Privato	
77	FRANCO	CAROZZA	CASOLI	Seleziona una categoria	Privato	
78	DOMENICO	DI GIUSEPPE	ATESSA	Seleziona una categoria	Privato	
79	CRISTIAN	DI STEFANO	ATESSA	Seleziona una categoria	Privato	
80	Angiolino	D'Orazio	Altino	Società	Privato	Produzione , trasformazione e commercializzazione del Peperone dolce di Altino
81	Scutti	Diana	Lanciano	Seleziona una categoria	Privato	
82	Nicola	Lannutti	Atessa	Impresa individuale	Privato	Piccolo produttore del peperone dolce di Altino
83	Luciana	Di Giuseppe	Atessa	Seleziona una categoria	Privato	
84	Paola	D'Andrea	Atessa	Società	Privato	Addetta alla trasformazione e commercializzazione del Peperone Dolce di Altino
85	Sandra	Renzetti	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Appassionata consumatrice del peperone dolce di Altino. Partecipa a tutti gli eventi promossi dall'Associazione del peperone dolce di Altino
86	Marianna	Piccoli	Schaffhausen	Privati cittadini interessati	Privato	Volontaria nel cucinare al palio culinario
87	Antonio	D'Orazio	Altino	Società	Privato	Socio/lavoratore dell'ACA srl per la produzione, trasformazione e commercializzazione del peperone dolce di Altino
88	Marina	Esposito	Atessa	Società	Privato	Socia dell'ACA srl per la produzione, trasformazione e commercializzazione del Peperone Dolce di Altino
89	Valentina	D'Orazio	Lanciano	Società	Privato	Socia dell'ACA srl per la produzione trasformazione e vendita del Peperone Dolce di Altino
90	Valerio	D'Orazio	Atessa	Società	Privato	Socia dell'ACA srl per la produzione trasformazione e vendita del Peperone Dolce di Altino
91	Fabrizio	D'Orazio	Atessa	Società	Privato	Socia dell'ACA srl per la produzione trasformazione e vendita del Peperone Dolce di Altino
92	Pina	Antonini	Altino	Privati cittadini interessati	Privato	Partecipa agli eventi per la promozione del Peperone Dolce di Altino
93	Maria	D'Orazio	Altino	Società	Privato	Dipendente dell'ACA srl per la produzione, trasformazione e commercializzazione del Peperone Dolce di Altino
94	Fabio	D'Orazio	Formia	Società	Privato	Socio dell'ACA srl per la Produzione, trasformazione e commercializzazione del Peperone Dolce di Altino
95	Eva	Di Salvatore	Ortona	Privati cittadini interessati	Privato	Partecipa agli eventi per la promozione del Peperone Dolce di Altino
96	Gianni	Di Carlantonio	Archi	Associazione di categoria	Privato	Cuoco associazione peperone dolce di Altino
97	Maria letizia	Bracalante	Lanciano	Impresa individuale	Privato	Produttrice del peperone dolce di Altino
98	MICHELE	SCUTTI	ATESSA	Associazione senza scopo di lucro	Privato	RESPONSABILE DEL PRESIDIO SLOW FOOD DEL PEPERONE DOLCE

						Studente in: enogastronomia e turismo presso l'UniMol. Cuoco presso trabocco Valle Grotte, San Vito Marina. Consigliere presso la ProLoco Altino. Corso: Asta in cicloturismo. Volontario presso Delegazione FAI Lanciano. Corso: Welcome Abruzzo in guida del gusto "accoglienza ed enogastronomia". Partecipazione alla
99	Antonio	Camiscia	Atessa	Associazione senza scopo di lucro	Privato	manifestazione "CalaLenta", in qualità di guida del gusto. Qualifica in "Animatore Culturale" presso l'ENFAP Abruzzo.
100	Domenico	D'Orazio	Altino	Impresa individuale	Privato	Coltivazione e vendita di ortaggi e peperone di altino
101	Domenico	D'Alonzo	Altino	Privati cittadini interessati	Privato	attività agricola non professionale, produzione di ortaggi e peperone di altino
						Il 13 Ottobre 2017, nasce l'Associazione Produttori Peperone di Altino dalla volontà di un gruppo di produttori. L'Associazione svolge la propria attività nel settore della produzione, trasformazione e commercializzazione del peperone dolce di Altino, proveniente da aziende agricole situate nella provincia di Chieti,
						territorio Sangro-Aventino ricadente nei comuni di Altino, Casoli, Roccascalegna, Sant'Eusanio del Sangro, Perano, Archi ed Atessa. L'associazione è aperta a tutti i professionisti del settore agricolo, attuando iniziative a favore dei propri associati per il miglioramento delle condizioni di produzione e dell'offerta di servizi e
102	Domenico	D'Orazio	Altino	Associazione senza scopo di lucro	Privato	strutture privilegiando, a parità di condizioni, quelle già esistenti presso i propri associati. L'associazione censisce e pianifica le produzioni dei propri associati favoreggiando lo sviluppo agricolo sul territorio di appartenenza incrementando l'economia locale.
103	Gasperino	Odorisio	Lanciano	Impresa individuale	Privato	Nell'anno 2019, coltivazione in biologico (certificazione CCPB) di 1000 piante di peperone di Altino, con conferimento del prodotto all'Azienda Fior di Maiella di Casoli.
104	Mariella	Di Lallo	Altino (CH)	Associazione di categoria	Privato	Presidente Associazione di tutele del peperone dolce di Altino Oasi di Serranella
105	Simone	Di Guglielmo	Lanciano	Impresa individuale	Privato	Vendita e pubblicizzazione dei prodotti tipici locali
106	Vincenzo	MURATELLI	Altino	Ente pubblico	Pubblico	Promozione del prodotto
107	Toni	Di cicco	Svizzera	Impresa individuale	Privato	Ferro battuto
108	ROBERTO	D'ALONZO	ATESSA	Privati cittadini interessati	Privato	COLLABORATORE AZIENDA AGRICOLA FAMILIARE
109	DOMENICO	DI LALLO	LANCIANO	Privati cittadini interessati	Privato	collaboratore azienda agricola familiare
110	Filippo	Sirolli Mendaro pieri	Roma	Impresa individuale	Privato	Presentazione festa a palazzo pulieri
111	Iarisa	soroceanu	Moldavia	Altro	Privato	.
112	Mirko	Romano	Besana Brianza	Altro	Privato	Appassionato di ambiente
113	Giovanni	Orecchioni	Pescara	Altro	Privato	Presidente del Consorzio Universitario di Lanciano (CH)
114	Nicola	Pugliese	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Attività di promozione e marketing del Peperone Dolce di Altino.
115	Pierpaolo	D'Alonzo	Atessa	Altro	Privato	Promozione del prodotto.
116	Daniela	Pugliese	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Consumatore del prodotto
117	Vincenzo	Muratelli	Altino	Ente pubblico	Pubblico	Promozione e valorizzazione del prodotto

PROGETTO INTEGRATO

Comunità di accoglienza Terre Carricine

1 Analisi di contesto

1.1 Descrizione dell'ambito di intervento del Progetto

Perché "Terre Carricine"

I Carricini, una delle tribù sannite, vivevano nell'area compresa tra il fiume Sangro e le pendici della Maiella e il loro territorio era delimitato a nord da quello dei Frentani, a sud da quello dei Pentri, a est da quello dei Lucani e ad ovest da quello dei Peligni. Il popolo Carricino si divideva in due gruppi: i Carricini supernates, che occupavano la parte settentrionale della loro regione e avevano come centro principale la città di Juvanum, i cui resti sono ancora visibili tra Torricella Peligna e Montenerodomo, e i Carricini infernates, nella parte meridionale, il cui centro principale era Cluviae le cui rovine sono state identificate con quelle rinvenute a Piano Laroma, nel territorio di Casoli. La comunità Carricina era parte della "Confederazione Sannitica" con la quale partecipò alle guerre sannitiche e poi alla guerra sociale. Il loro territorio fu occupato dai Romani nel corso della seconda guerra sannitica.

Brevi considerazioni sul mercato locale del turismo

Il contesto economico e di mercato riferito al settore turistico locale è da anni in sofferenza per un flusso turistico poco rilevante che non consente lo sviluppo adeguato di attività ed imprese legate al settore.

Attraverso questo progetto si tenterà di rilanciare il settore grazie all'azione congiunta dei principali soggetti turistici e delle amministrazioni locali con il concorso di professionisti del settore.

Ad oggi l'area delle TERRE CARRICINE è poco attrattiva e scarsamente competitiva per una quasi completa assenza di visibilità. Il progetto si pone l'obiettivo ambizioso di invertire tale tendenza.

Le istituzioni si sono mostrate estremamente favorevoli al nostro progetto tanto da sottoscrivere il Documento di Intenti della Comunità di Accoglienza TERRE CARRICINE spingendo alla partecipazione tutti i protagonisti del settore.

La Comunità di progetto

La Comunità di Accoglienza può essere considerata come l'evoluzione di un progetto già realizzato del percorso turistico "*Sentiero dei Carricini*" sviluppato nel 2018-2019. Essa nasce come progetto dedicato alla promozione e valorizzazione turistica integrata dei Comuni di Altino, Casoli, Gessopalena, Montenerodomo, Pennadomo, Roccasalegna e Torricella Peligna. La CP si propone di potenziare l'offerta turistica, con il conseguente incremento delle presenze, sopperendo alle criticità esistenti.

Fin dalle prime fasi di raccolta delle informazioni fornite dai componenti del Nucleo promotore della Comunità di Accoglienza TERRE CARRICINE, è risultato evidente come l'obiettivo da perseguire fosse quello di attivarsi per assicurare l'ampliamento delle informazioni reperibili su internet, sulla promozione del territorio e il miglioramento delle infrastrutture di offerta turistica per i visitatori.

Per individuare meglio le aree di intervento sono state predisposte schede tecniche di presentazione per la rete dei sentieri e per i luoghi di maggior interesse turistico partendo dall'offerta di servizi turistici ad oggi presenti. Le schede sono state utili alla raccolta delle informazioni necessarie per la creazione di una base di dati con una prima parte di carattere descrittiva (denominazione, indirizzo o località, eventuali orari di apertura al pubblico e descrizione) e da una seconda di carattere più analitico. Questo lavoro ha permesso di identificare nel dettaglio le criticità passibili di soluzione attraverso interventi mirati, nonché i punti di forza su cui fare leva. La parte descrittiva delle schede è destinata ad essere usata per la creazione di brevi contenuti di presentazione di facile lettura da riportare sul sito web e, successivamente, sulla cartellonistica e nei dépliant informativi.

Principali evidenze turistiche emerse a seguito dell'indagine svolta sul territorio:

Tema	Risultanze
Luoghi di maggior interesse del territorio	<ul style="list-style-type: none"> ● nel comune di Altino il Castello; ● nel comune di Casoli Il Castello Ducale; ● nel comune di Gessopalena il Borgo Medievale, la Morgia con l'opera "Orizzonti" di Costas Varotsos e il luogo dove avvenne l'Eccidio di Sant'Agata; ● nel comune di Montenerodomo il Parco Archeologico di Iuvanum, il Museo Archeologico, il Museo del Territorio ed il Centro informazioni del Parco della Maiella; ● nel comune di Pennadomo la Liscia di Santa Maria; ● nel comune di Roccasalegna il Castello Medievale; ● nel comune di Torricella Peligna il Santuario della Madonna del Roseto, la Pineta "Antonio Porreca" ed il Museo Antropologico
Rete sentieristica	<ul style="list-style-type: none"> ● Sentiero dell'Antica Cluvia e degli ulivi nel Comune di Casoli; ● Le fortificazioni dei Carricini – Mura Megalitiche nel, Comune di Montenerodomo; ● Percorsi panoramici ai piedi del Castello Medievale nel Comune di Roccasalegna; ● Sentiero dei Carricini, che attraversa i Comuni di Pennadomo, Montenerodomo e Torricella Peligna; ● Sentiero "Sulle Orme di Sansone", tra i Comuni di Torricella Peligna e Gessopalena; ● Sentiero del Monte Calvario nel Comune di Altino; ● Rete sentieristica all'interno dell'Oasi di Serranella nel Comune di Altino; ● Sentiero che collega i comuni di Gessopalena e Roccasalegna; ● Sentiero della Linea Gustav, che attraversa i comuni di Altino, Casoli, Gessopalena, Montenerodomo, Roccasalegna e Torricella Peligna; ● Sentiero della Memoria che parte da Gessopalena ed arriva in Contrada Sant'Agata (luogo dell'eccidio nazista); ● La rete sentieristica della Rocciapolitana che si sviluppa sui territori di Villa Santa Maria, Monteferrante, Colledimezzo, Bomba, Pennadomo, Torricella Peligna, Roccasalegna, Gessopalena, Civitaluparella, Fallo, Montebello sul Sangro, Montelapiano, Pizzoferrato, Montenerodomo, Gamberale, Pietraferrazzana e Quadri; ● Sentiero I Monti Carricini nel comune di Montenerodomo e, in piccola parte, sul Comune di Colledimacine
Servizi turistici già disponibili	<ul style="list-style-type: none"> ● Accompagnamento professionale sul territorio: guide storiche, naturalistiche, ed in montagna; ● Possibilità di fruire di escursioni: a piedi, in MTB, a cavallo, in fuoristrada; ● Altre tipologie di attività che è possibile praticare: arrampicata sportiva, partecipazione a percorsi di tipo esperienziale; ● Presenza di musei; ● Possibilità di frequentare campi estivi; ● disponibilità, benché limitata, di strutture di ristorazione ed accoglienza (ristoranti, agriturismo, B&B, alberghi, aree camping, affittacamere)
Le risorse umane presenti e	Le risorse umane attualmente coinvolte possiedono un livello professionale consono alle esigenze del settore turistico.

coinvolgibili	<p>I soggetti potenzialmente coinvolgibili appartengono a diverse categorie di interesse che vanno dalle pro loco, agli operatori turistici fino ad associazioni di promozione turistica che operano nell'ambito territoriale. Le motivazioni che potrebbe spingere i soggetti al coinvolgimento nel progetto sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ una possibile crescita del flusso turistico locale; ★ una potenziale maggiore visibilità delle loro attività; ★ un incremento della qualità del lavoro; ★ un possibile aumento del giro di affari.
---------------	---

1.2 Consistenza e dimensione dell'ambito di intervento

L'iniziativa ha come finalità quella di mettere a sistema le strategie funzionali ad uno sviluppo durevole integrato dell'area con obiettivi volti alla valorizzazione del patrimonio territoriale, culturale e naturalistico con un conseguente rafforzamento del contesto socio-economico favorendo nuove opportunità di lavoro, oltre che al miglioramento della capacità organizzativa delle comunità.

PARTENARIATO DELLA COMUNITA' DI PROGETTO

Soggetti pubblici:

Comuni di: Altino; Casoli; Gessopalena; Montenerodomo; Pennadomo; Roccascalegna; Torricella Peligna.

Associazioni che offrono servizi turistici:

1. Majella Travel – De Luca Ettore Luciano (Presidente)
2. Abruzzo Wild Experience – Giannobile Giovanni (Vice Presidente)

Pro Loco:

1. Pro Loco di Altino – Di Rado Diana (Presidente)
2. Pro Loco di Montenerodomo – Salvatore Andrea (Presidente)
3. Pro Loco di Gessopalena – Troilo Vincenzo (Vice Presidente)

Associazioni senza scopo di lucro, associazioni sportive, associazioni musicali:

1. Protezione Civile di Montenerodomo – Salvatore Andrea (Presidente)
2. AVIS di Torricella Peligna – Piccone Gabriele (Presidente)
3. Alpini di Torricella Peligna – Piccone Gabriele (Tesoriere)
4. Alpini di Montenerodomo – Rossi Antonio (Presidente)
5. Rafting Sangro confini Oasi di Serranella –
6. A.S.D. Rafting Emozione Natura Sant'Eusanio del Sangro (confini Oasi di Serranella) – Di Guglielmo Simone
7. Coro Mastro Davide di Gessopalena – Salomone Stefano (Presidente)
8. Ass. Teatrale Pretalucente di Gessopalena – Di Paolo Giuseppe
9. Gessamiamo di Gessopalena – Tiberini Antonio (Presidente)
10. Altino nel cuore – Di Santo Nico (Presidente)
11. Associazione teatrale Interflumina di Altino – Scutti Nicola Ascenzo (Presidente)

Servizi turistici / Strutture ricettive (hotel, B&B, agriturismi, affittacamere, ecc.):

1. Maneggio "La guardata" di Torricella Peligna – Melchiorre Eligio
2. Azienda Agricola "La Guardata" – Tiziano Teti
3. B&B Il colle del nibbio di Torricella Peligna – De Luca Ettore Luciano
4. Hotel Capè di Torricella Peligna – Di Sangro Nicola
5. Hotel Paradiso di Torricella Peligna – Di Cino Quirino
6. Ottavia Cianci B&B di Altino – Ottavia Cianci
7. Guida mountain bike di Torricella Peligna – Teti Riccardo
8. Ass. Lithius Casino Barbolani di Taranta Peligna – D'Alessandro Franco

9. Alloggio vacanze di Roccascalegna – Jennings David
10. Turismo esperienziale di Torricella Peligna – Nitsan Morag
11. Palazzo Tilly S.r.l. di Casoli – Allegrino Antonella
12. Bar Araba Fenice di Altino – D’Alonzo Noemi Ramona
13. Accompagnatore di Media Montagna, Educatore Ambientale, Istruttore di Nordic Walking, Organizzatore di viaggi ed esperienze naturalistiche – Granà Paolo
14. Accompagnatore naturalistico e storico – Di Renzo Antonio
15. Briciole di luna di Montenerodomo – Di Iorio Marianna
16. Microbirrifico Delphin di Roccascalegna – Villani Giuseppe
17. Guida turistica e guida enogastronomica del Sangro Aventino di Montenerodomo – Passalacqua Francesca
18. Ass. Culturale enogastronomica “San Biagio” di Lanciano che opera a Torricella Peligna – Ferrante Domenico
19. Guida ambientale escursionistica – Artizzu Federico
20. Fotografo documentarista e di paesaggio di Altino – Manzi Benedetta
21. Forno Pane, amore e fantasia di Montenerodomo – Cinzia D’Antonio
22. Royal Bar di Montenerodomo – Rossi Sandra

1.3 Analisi SWOT

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> ● Natura incontaminata lontana da grandi centri urbani, qualità ambientale elevata; ● facilità di collegamento alle principali reti stradali ed autostradali ; ● ricchezza di patrimonio storico e paesaggistico; ● diffusa rete sentieristica esistente; ● presenza di sentieri adatti a persone con disabilità; ● presenza di servizi ed eventi su sentieri; ● presenza di strutture ricettive e di ristorazione; ● servizi turistici di guida ed accompagnamento turistico di qualità già disponibili; ● presenza di siti storici, architettonici e archeologici già noti al pubblico; ● conservazione di tradizioni e folklore 	<ul style="list-style-type: none"> ● Il territorio non è conosciuto come meta turistica; ● non sono presenti forme di cooperazione tra gli operatori del settore turistico locale; ● in alcuni settori gli operatori sono poco formati; ● punti del territorio che non godono di un adeguato decoro pubblico poco attenzionati dalle amministrazioni locali; ● parte delle emergenze storiche, architettoniche ed archeologiche sono poco conosciute
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none"> ● Domanda in crescita per il settore del turismo Outdoor; ● crescita di sensibilità verso le esperienze in natura; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Concorrenza di comprensori turistici confinanti attrattivi e molto noti con consolidata esperienza turistica;

1.4 Individuazione delle esigenze di intervento

Il contesto economico e di mercato riferito al settore turistico locale è da anni in sofferenza per un flusso di visitatori poco rilevante che non consente lo sviluppo adeguato di attività ed imprese legate al settore. L’analisi evidenzia due aspetti che hanno frenato lo sviluppo del turismo: la scarsa notorietà di questo territorio e parte dei servizi al turismo non del tutto adeguati alle necessità. Partendo da iniziative di comunicazione e narrazione delle pur importanti risorse ambientali, paesaggistiche, culturali e di produzioni tipiche presenti, e facendo leva sulla parte già matura di servizi al

turismo esistenti, è necessario attivare una strategia che conduca ad una crescita importante delle presenze che si traduca in reddito speso sul territorio e disponibile per investimenti necessari al miglioramento delle strutture di accoglienza.

Nel dettaglio emerge chiara l'esigenza di:

1. lavorare ad una strategia di comunicazione e narrazione delle emergenze turistiche locali
2. favorire il miglioramento dell'accoglienza del territorio

1.5 Modalità di consultazione degli attori locali in fase di analisi di contesto

Nella fase iniziale di progettazione è stato possibile fare un incontro a cui hanno partecipato tutti i rappresentanti delle categorie interessate ed i componenti del partenariato. Durante la presentazione sono state illustrate le finalità nonché gli argomenti chiave: miglioramento dei servizi turistici, sfruttamento della rete sentieristica esistente, maggiore fruizione dei principali luoghi di visita e creazione di una piattaforma online unificata, argomenti sui quali è stata successivamente impostata l'analisi SWOT. I presenti sono intervenuti con proposte costruttive che sono state recepite in fase di studio e realizzazione del progetto.

2 Strategia di intervento

2.1 Illustrazione del quadro strategico

Gli obiettivi specifici del progetto sono:

1. **Promuovere il territorio attraverso un'adeguata strategia comunicativa**
2. **Migliorare le strutture territoriali a servizio del turismo**

2.2 Descrizione delle attività previste

1.1 Comunicazione, narrazione e promozione del territorio

Facendo ricorso al lavoro di esperti, si realizzerà un sito web dedicato al territorio e si creeranno e gestiranno le pagine social Facebook ed Instagram. In una seconda fase saranno ampliati i contenuti di informazioni ed immagini disponibili sul sito web.

Contemporaneamente, grazie al lavoro di un esperto in grafica pubblicitaria, si prevede di realizzare il logo identificativo del territorio e la veste grafica del materiale informativo e promozionale (brochure) da stampare.

Sarà anche studiata l'immagine grafica da riportare sulla cartellonistica che verrà posizionata nei principali punti di interesse individuati grazie all'analisi preliminare.

E' prevista la realizzazione di un video di narrazione del territorio.

Infine saranno realizzati gadget con il marchio della CP (penne e portachiavi) da offrire gli ospiti

2.1 Miglioramento dei servizi al turismo

Sarà creato un itinerario dei luoghi di interesse. Gli itinerari saranno contrassegnati da una specifica cartellonistica provvista di QRcode per l'accesso immediato alle informazioni su ciascuno dei 38 luoghi segnalati.

Si prevede di acquistare audioguide su cui riportare testi, tradotti in più lingue, per accompagnare ed informare i visitatori lungo gli itinerari di visita ai luoghi di interesse. Con le audioguide saranno fornite mappe in formato A5 per favorire l'orientamento e l'accesso alle informazioni.

Sarà realizzata una dettagliata mappa escursionistica del territorio

2.3 Piano finanziario del progetto

Spese previste	Importi
Fase 1	
Incarico a professionisti per coordinamento attività di progetto e lavoro di recupero e preparazione di contenuti utili all'elaborazione del sito web www.terrecarricine.it ed altre tipologie di materiale promo pubblicitario	10.000,00
Incarico a professionista specializzato esperto di grafica e comunicazione per la realizzazione di materiale promo pubblicitario (marchio CP, cartellonistica, brochure)	775,00
Incarico a professionista specializzato esperto riprese audio video ed in post produzione per la realizzazione di un video promozionale sul territorio	2.375,00
Realizzazione e stampa pannelli segnaletici per itinerari dei luoghi di interesse	555,10
Stampa di 13.000 copie di brochure ad una piega per la promozione del territorio	2.318,00
TOTALE PRIMA EDIZIONE	16.023,10
Fase 2	
Incarico a professionisti per coordinamento attività di progetto	2.000,00
Incarico a professionista per produzione di testi per audioguide	390,00
Incarico a professionista per traduzione di testi da utilizzare nel sito web della CP www.terrecarricine.it	500,00
Incarico a professionista per lettura e registrazione testi audioguide. Nel dettaglio: 27 testi in italiano, 27 in inglese e 12 in spagnolo, tutti con sottofondo musicale. Traduzione di 12 testi in spagnolo.	1.320,00
Incarico a professionista per l'adeguamento del sito della CP per supportare i testi delle audioguide	690,00
Acquisto di gadget (1000 penne ecologiche in legno personalizzate più 700 portachiavi in legno personalizzati)	868,64
TOTALE SECONDA EDIZIONE	5.768,64
Fase 3	
Incarico a professionista per coordinamento attività di progetto e sviluppo (testi ed immagini) del sito WEB www.terrecarricine.it	7.200,00
Incarico a professionista esperto per la realizzazione di 7 mappe per audioguide con 5 punti di interesse, fornite di QR code più realizzazione di 7 brochure in A5 (formato cartolina fronte mappa retro logo QR code)	5.100,00
Incarico di fornitura di servizi per la stampa di 8000 copie di mappe in formato cartolina A5 in carta riciclata 120 grammi	501,42
Incarico a professionista specializzato esperto di grafica e comunicazione per l'aggiornamento di brochure da ristampare	480,00
Incarico di fornitura di servizi per la stampa di n. 13.000 brochure Terre Carricine	2.318,00
Incarico di fornitura di servizi per la realizzazione cartelli in dibond misura cm 20x15 con QR code per i 38 punti di interesse previsti dalle audioguide	1.501,19
TOTALE TERZA EDIZIONE	17.100,61
TOTALE COMPLESSIVO PROGETTO	
	38.892,35

Nome	Cognome	Luogo di nascita	Categoria portatore di interesse	Tipologia	Attività svolte con particolare riferimento alla coerenza con la Comunità di progetto
Francesca	D'Uffizi	Guardiagrele(Ch)	Impresa individuale	Privato	Rivendita prodotti alimentari, souvenir e prodotti tipici
PAMELA	D'ORAZIO	Atessa	Ente pubblico	Pubblico	Amministratore
Antonio	Di Tomaso	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	/
Alice	Forlani	Atessa	Altro	Privato	Promozione culturale del territorio
Fedele	Passalacqua	Montenerodomo	-	Privato	-
Roberto	Pasquarelli	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Impresa edile
Teresa	Rossi	Lanciano	Seleziona una categoria	Privato	-
Nicola	D'Orazio	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Cittadino interessato
LUCIO	CAROZZA	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Lavoro
Rita	D'ANGELO	ROMA	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Tra le finalità della nostra Pro Loco c'è il soddisfacimento prevalente degli interessi turistici e sociali della collettività locale.
Roberta	D'Orazio	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Socio bar
LAURA	MARTANO	TORINO	Ente pubblico	Pubblico	consigliere comunale
Matteo	Cinquina	Lanciano	Privati cittadini interessati	Pubblico	CONSIGLIERE COMUNALE AD ALTINO E MEMBRO DI DIVERSE ASSOCIAZIONI SPORTIVE E CULTURALI NEL PAESE.
Alessandro	Rosato	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Titolare B&B Rosato Altino
Angelo Domenico	Salomone	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	Associations
Marianna Stefanina	Lannutti	Liegi (Belgio)	Privati cittadini interessati	Privato	Associazione
Domenico	<i>Pietro Paolo</i>	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Agricoltura
DOMENICO	IMBASTARO	AUSTRALIA	Impresa individuale	Privato	oliveti con piante di Intosso, produzione olio con frantoio aziendale, coltivazione aglio rosso con produzione sottolio e creme con i fiori d'aglio.
MASSIMO	TIBERINI	CASOLI	Ente pubblico	Pubblico	sindaco
Vincenzo	Carafa	Casoli	Ente pubblico	Pubblico	Turismo
Andrea Antonio	Di Florio	Casoli (CH)	Privati cittadini interessati	Pubblico	Amministratore pubblico
Liberata	Colanzi	Casoli	Altro	Pubblico	Assessore comune di Casoli
Stefania	Tamburrino	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Manifestazioni culturali
ELDA	TALONE	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Far conoscere il territorio
Mariella	De Sanctos	Casoli	Privati cittadini interessati	Pubblico	Consigliere comunale
Giuseppe	Di Paolo	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Pubblico	AMMINISTRATORE COMUNALE
Manuela	Carnevale	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Pro loco
Rossella	Marcello	Guardiagrele	Privati cittadini interessati	Privato	Assessore Comune Gessopalena
Ottavio	Cazzaniga	San Giovanni Rotondo	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Organizzazione eventi
Elisabetta	Giuliani	Atessa	Altro	Privato	Cittadino interessato
Pietro	Giuliani	Roccaraso	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Associazione Gruppo Alpini Torricella Peligna
Matteo	Di Tomaso	Lanciano	Società	Privato	Locale commerciale - bar/pub
Mario	Pugliese	Altino	Privati cittadini interessati	Privato	Attività ciclismo su strada sul territorio
Carmela	Masilli	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Attività di ciclismo amatoriale sul territorio
Vittorio	De Lucia	Prnnaadomo	Impresa individuale	Privato	Vendita carne fresca e surgelati
Annamaria	D'Alonzo	Atessa	Impresa individuale	Privato	Produzione e trasformazione Peperone Dolce di Altino. Attività di promozione della propria azienda e quindi del territorio attraverso organizzazione di eventi degustativi, culturali e eventi con le scuole.

Concetta	Masilli	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Attività di ciclismo amatoriale sul territorio di Altino e zone limitrofe
Carmine	Pugliese	Altino	Privati cittadini interessati	Privato	Ciclo amatore
Noemi Ramona	D'Alonzo	Argentina	Impresa individuale	Privato	Attività di bar: colazione, panini, aperitivi, gelato....ricevitoria Sisal, servizio Sky , vendita di biglietti servizio Tua .Siamo aperti tutti i giorni della settimana dalle 6:00 fino alle 00:00
Domenico	D'Angelo	Pennadomo	Privati cittadini interessati	Pubblico	Pubblica Amministrazione
Tiziana	Carulli	Lucerna (Svizzera)	Associazione di categoria	Privato	Tesoriere della Pro Loco di Altino
Giancarlo	Lucente	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Attività ciclistiche amatoriali sul territorio di Altino
Nicola Ascenzo	Scutti	Altino	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Nessuna in particolare
Giuseppe	Tiberini	Lanciano	Privati cittadini interessati	Pubblico	Vicesindaco Comune di Gessopalena
Maria	Pellicciotta	Gessopalena	Altro	Privato	Nessuna
Nicoletta	Salomone	Guardiagrele	Privati cittadini interessati	Privato	Associazione
Ezio	Bozzi	Gessopalena	Altro	Pubblico	Amministratore comunale
Emidio	Zulli	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Progettazione e sviluppo di cartellonistica turistica
Cinzia	D'Antonio	Montenerodomo	Altro	Privato	Pane, Amore e Fantasia
ANTONELLA	ALLEGRINO	LANCIANO	Società	Privato	Eventi di comunicazione relativi al territorio Sangro Aventino
Loredana	Picciorelli	Casoli	Ente pubblico	Pubblico	Consigliere comunale con delega alla Cultura e al Turismo. Organizzazione di eventi culturali. Accoglienza a gruppi di visitatori e turisti.
Rosa	D'Orazio	Montenerodomo	Impresa individuale	Privato	Somministrazione di prodotti agricoli a base di carne, latte e latticini.
Orazio	Picciotti	Atessa	Altro	Privato	Associazione Sportiva
Benedetta	Manzi	Guardiagrele	Privati cittadini interessati	Privato	Sono una fotografa e mi occupo di fotografia documentaria e di paesaggio. La mia ricerca indaga i luoghi e la loro identità.
Alessandro	Crivelli	Casoli	Privati cittadini interessati	Pubblico	Nessuna
piccone	gabriele	torricella peligna	Associazione senza scopo di lucro	Privato	promozione
Gabriele	Piccone	Torricella Peligna	Privati cittadini interessati	Privato	promozione
Caterina	Picone	Guardiagrele	Privati cittadini interessati	Privato	Promozione
Benedetta	Taraborrelli	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	.
Gianna	Di Pomponio	Guardiagrele	Privati cittadini interessati	Pubblico	Informazioni
Marianna	Di Iorio	Atessa	Impresa individuale	Privato	Articoli da regalo, gadgets
Stefania	Natale	Casoli	Privati cittadini interessati	Pubblico	Nessuna
Nicola	Di Pietrantonio	Roma	Seleziona una categoria	Pubblico	-
Stefano	Salomone	Atessa	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Attività inerenti il canto corale
Maria Rosaria	CAROSELLA	CASOLI	Seleziona una categoria	Privato	-
Nitsan	Morag	Israele	Altro	Privato	Sviluppo rurale nelle area marginale, con un focus sul turismo sostenibile.
Ottavia	Cianci	Altino	Impresa individuale	Privato	La particolare collocazione della struttura offre ospitalità finalizzata alla tranquillità, osservazione della natura, escursioni, visite di località storiche e paesaggistiche.
Nicoletta	D'orazio	Casoli	Altro	Privato	Comitato feste pro loco
Roxana	Budau	Romania	Seleziona una categoria	Privato	-
Diana	Di Rado	Atessa	Altro	Privato	Presidente della Pro Loco.Quindi coerente con la Comunità di progetto.
Fiorella	Di Marino	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Nessuna
Antonella	Di Francesco	Casoli (Ch)	Impresa individuale	Privato	Ristorazione
Nico	Di Santo	Yverdon (Svizzera)	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Promozione del territorio

Antonio	Tiberini	Casoli	Seleziona una categoria	Privato	-
Simone	Di Guglielmo	Lanciano	Associazione di categoria	Privato	Praticiamo Soft Rafting sul fiume sangro ai confini dell'oasi di serranella
Ludovica	Bruno	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	Volontario
Valerio	Elpidio	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Escursionismo
Nicola	Di sangro	Atessa	Società	Privato	Hotel ristorante
Nicola	Pasquarelli	Montenerodomo	Impresa individuale	Privato	Azienda agricola con annessa produzione di carni e latticini.
Domenico	Ferrante	Lanciano	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Associazione culturale enogastronica
Daniele	Di Cino	Roma	Impresa individuale	Privato	Cuoco
Quirino	Di Cino	Torricella Peligna	Impresa individuale	Privato	hotel
Giorgia	Teti	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Passeggiate a piedi e a cavallo lungo i sentieri interessati
Marianna	Monetta	Salerno	Privati cittadini interessati	Privato	Escursione
Francesca	Di Francesco	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Educatore
Franco	D'Alessandro	Atessa	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Gestione di Dimora Storica per l'accoglienza dei turisti. www.casinobarbolani.com
Alessandro	Lannutti	Casoli	Altro	Privato	Turismo
CARMINE	FICCA	ATESSA	Ente pubblico	Pubblico	Il Comune di Torricella Peligna promuove il paese attraverso diverse manifestazioni culturali tra cui il festival letterario dedicato a J. Fante, attraverso la valorizzazione di manifestazioni della tradizione locale; promuove il borgo e il territorio attraverso canali social, ecc. L'Amministrazione Comunale crede fortemente in una proposta turistica integrata del t
Danilo	Di Francesco	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Studi universitari in ambito naturalistico
Domenico	Cavolata	Atessa	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Soft Air, outdoor, trekking.
Antonio	Camiscia	Atessa (Ch)	Privati cittadini interessati	Privato	Corso GAL Maiella Verde nell'ambito del progetto "Welcome Abruzzo" in: accoglienza ed enogastronomia. Certificato di frequenza in: Guida del gusto. Studente universitario in: Scienze del turismo ad indirizzo: Turismo ed Enogastronomia. Corso ENFAP Abruzzo in: Animatore culturale.
Tullio	Bozzi	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	STUDIO DEL TERRITORIO SOPRATTUTTO STORICO
ETTORE LUCIANO	de luca	macerata	Privati cittadini interessati	Privato	Presidente associazione Majella Travel Torricella Peligna.
Giustino	Caniglia	Gessopalena	Seleziona una categoria	Privato	-
David	Jennings	Norwich UK	Impresa individuale	Privato	Fernando alloggio per le vacanze ai visitatori della regione
Ugo	Carozza	Montenerodomo	Privati cittadini interessati	Privato	COSTITUZIONE ASSOCIAZIONE TRA ENTI LOCALI PER IL P.T.O SANGRO AVENTINO
Martina	Pellicciotta	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Gessopalena
Angela	Scamuffa	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Escursioni sia individuali che di gruppo, visite guidate, percorsi enogastronomici, music festival.
Domenico	D'ORAZIO	Montenerodomo	Privati cittadini interessati	Privato	Divulgazione del territorio mediante escursioni nell'alto Sangro/Aventino e sui monti Pizzi
Mario	Zulli	Casoli	Ente pubblico	Pubblico	Comune proponente il progetto
Maria	D'Alonzo	Altino	Privati cittadini interessati	Privato	N
Sandro	Pellicciotta	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Insegnante
Mariafranca	Di Iorio	Atessa	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Promozione del territorio quali eventi, sagre e attività culturali
Giuliana	Ciampalini	Crespina	Privati cittadini interessati	Privato	Partecipazione attiva al festival del peperone contrada Colli
Domenico	De Petra	Casoli (ch)	Ente pubblico	Pubblico	Amministratore pubblico.
Rosanna	Di Cino	Torricella Peligna	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Associazione presente sul territorio
Giuseppe	Sambuco	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	Consulente assicurativo e imprenditore immobiliare

DANIELA	TROILO	casoli	Privati cittadini interessati	Privato	partecipazione all'organizzazione di eventi e manifestazioni locali
Valerio	D'Orazio	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Nessuna
Giuseppe	Di Paolo	Chieti	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Promozione di laboratori teatrali, eventi culturali, spettacoli e teatro di comunità
Antonino	Paravia	Lanciano	Impresa individuale	Privato	Edilizia
Federico	Artizzu	Sassari	Impresa individuale	Privato	Guida Ambientale Escursionistica
GIOVANNI	Giannobile	Vasto	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Turismo "alternativo" con mezzi fuoristrada tipo: 4x4, quad, enduro ed anche trekking a cavallo
Raffaella	Piccoli	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Promozione e valorizzazione del Parco Archeologico e Museo di Iuvanum come guida turistica
Francesca	Passalacqua	Atessa	Altro	Privato	Guida turistica Progettazione eventi turistici Informatica del turismo Guida enogastronomica del Sangro Aventino
Laura	Di Biase	Chieti	Ente pubblico	Privato	Responsabile della Mediateca John Fante di Torricella Peligna. Segretaria della Sezione Comunale AVIS "Don Ignazio Cocco" Torricella Peligna
Sandra	Rossi	Atessa	Altro	Pubblico	Amministratore comunale delegato al Turismo
Valentina	Nanni	Sulmona	Altro	Privato	Presto Servizio Civile nel comune di Roccascalegna e mi occupo anche della manutenzione del castello, gestione biglietteria/punto info, accoglienza turistica.
Antonella Romana	D'Angelo	Atessa	Impresa individuale	Privato	Coltivazione antiche varietà di mele e di ortaggi.
Rosalinda	Di Salvo	Venaria Reale	Ente pubblico	Pubblico	Amministrativi e sociali
Giuseppe	Villani	Lanciano	Impresa individuale	Privato	Il Microbirrifico Delphin è un progetto che tende a valorizzare i prodotti e le tradizioni tramite l'arte brassicola. La Tap Room lungo il borgo artigiano del Castello Medievale di Roccascalegna è un luogo dove si valorizza la lettura con un bookcrossing, musica ed escursioni del territorio con MTB, Ebike, e trekking.
Francesca	Di Fabio	Roma	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Attività di proloco
Catia	Rossetti	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Consigliere comunale con delega alla cultura, turismo e istruzione
Vincenzo	Muratelli	Altino	Ente pubblico	Pubblico	Attività di promozione e sostegno del progetto
Riccardo	Teti	Ortona	Privati cittadini interessati	Privato	guida mountain bike
Ilario	Teti	Ortona	Privati cittadini interessati	Privato	Guida Mountain bike
Nicola	Di Paolo	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	escursioni
Marco	D'orazio	Casoli	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Pulizia sentieri e manutenzione aree Verdi
ANGELO	PICCOLI	Roma	Ente pubblico	Pubblico	Gestione ordinaria e straordinaria degli immobili messi a disposizione. Gestione accoglienza e servizio guida musei di Iuvanum.
Eligio	Melchiorre	Casoli	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Maneggio
Andrea	Salvatore	Atessa	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Promozione del territorio attraverso la valorizzazione delle tradizioni e della cultura dei luoghi
Irene	Picciorelli	Lanciano	Selezione una categoria	Privato	-
Antonio	Rossi	Chieti	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Passeggiate ecologiche. Manifestazioni inerenti la valorizzazione dell'ambiente. Manifestazioni Alpine in genere.
Roberta	De Pamphilis	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Volontario
Piera	Zacchigna	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Volontaria
ANTONIO	DI RENZO	GUARDIAGRELE	Altro	Privato	Guida naturalistica e storica
Anna	Di Marino	Casoli	Società	Privato	Produzione Trasformazione e Commercio di prodotti tipici del territorio con particolare riferimento ad Aglio Rosso, Olio ed Olive Intosso, ortaggi tipici con particolare riferimento al Sedano Nero delle Coste di Torricella Peligna. Le suddette attività sono svolte in zone di particolare bellezza naturalistica, culturali, architettoniche, ad esempio gli storici orti irrigui della fonte delle Coste di Torricella Peligna. Resta di fondamentale importanza, attraverso un turismo lento, la conoscenza dei prodotti tipici coltivati sul territorio, in quanto rappresentano l'elemento principale della gastronomia locale.
Vincenzo	Troilo	Gessopalena	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Attività ludico-ricreative
Paolo	Granà	Lanciano	Impresa individuale	Privato	Accompagnatore di Media Montagna, Educatore Ambientale, Istruttore di Nordic Walking, Organizzatore di viaggi ed esperienze naturalistiche

fernando	carapella	torricella peligna	Impresa individuale	Privato	Studio grafico, editoria. Servizi per il web e social. siti internet, e-commerce, allestimenti museali, percorsi visita, progettazione eventi. Fotografia, video, virtual tour, sistemi di navigazione su touch screen.
Domenico	De	Petra	Ente pubblico	Pubblico	Componente comitato tecnico

PROGETTO INTEGRATO

Comunità di prodotto tipico Vigne e vini di Pretalucente

1 Analisi di contesto

1.1 Descrizione dell'ambito di intervento del Progetto

I vitigni Nero Antico e Vedovella di Pretalucente sono varietà autoctone e storiche, presenti sul territorio di Gessopalena da oltre un secolo. Il nome identificativo di "Pretalucente" che viene accostato ai due vitigni, è utilizzato nel dialetto locale per indicare il grande masso di gesso su cui fu costruito il nucleo medievale del borgo di Gessopalena che si caratterizza per la presenza di cristalli di selenite che riflettono la luce solare.

Le varietà in oggetto sono legate alla tradizione vitivinicola non solo di Gessopalena, ma anche in altri comuni limitrofi. Infatti, attraverso le testimonianze degli anziani del paese e grazie alle viti antiche rinvenute in tutta l'area d'interesse, è ragionevole desumere che il Nero Antico e la Vedovella, allevate ad alberello e sorrette da sostegni morti, erano diffusi in quasi tutte le vecchie vigne.

Attualmente la Comunità di Prodotto è rappresentata da pochi viticoltori di Gessopalena, possessori di piccoli appezzamenti che negli ultimi anni sono stati recuperati per ridare vita ai vigneti del Nero Antico e della Vedovella. Esiste quindi una realtà di produttori e portatori d'interesse molto attiva ma non ancora ufficialmente riconosciuta che in questi anni ha lavorato alacremente in cooperazione con l'Amministrazione comunale e la Pro Loco di Gessopalena alla promozione e valorizzazione dei due vitigni. Sono stati già svolti approfondimenti scientifici e tecnologici, tenuti convegni e presentate pubblicazioni, grazie al costante supporto delle Università di Perugia e Teramo, all'appoggio avuto dalla Cantina Orsogna e dalla Regione.

Questa Comunità, attingendo alla tradizione e al forte legame con il territorio intende portare avanti l'iniziativa di recupero e tutela con l'obiettivo di potenziare la filiera produttiva a partire dall'introduzione di corrette tecniche di gestione del vigneto, fino alle pratiche di vinificazioni. Saranno inoltre intraprese azioni volte alla promozione e alla commercializzazione per aumentare notorietà e prestigio dei vini, al momento del tutto sconosciuti fuori dall'ambito locale.

Per la valorizzazione si vuole fare leva sul legame esistente tra vini di qualità e territorio di provenienza valorizzandone il patrimonio di biodiversità viticola. Questo territorio beneficia di un ambiente pressoché intatto in termini di biodiversità. Ciò per questioni drammatiche: abbandono delle attività economiche tradizionali, drastico ridimensionamento demografico con conseguente sempre maggiore desertificazione dei servizi. Di tale patrimonio ambientale, che non a caso ha garantito la sopravvivenza delle due varietà di vitigni su cui vuole investire il progetto, si farà un fattore fondante del progetto stesso.

Tra le altre iniziative e attività, il progetto mira alla caratterizzazione e valorizzazione dei vitigni e dei vini Nero Antico e Vedovella di Pretalucente attraverso il loro riconoscimento come prodotti tipici regionali. Ciò per favorire il ritorno alla coltivazione le due varietà nella loro area d'origine per ottenere vini finiti che possano essere oggetto di promozione e commercializzazione utili a sostenere ed implementare l'economia locale del comune di Gessopalena anche favorendo il turismo enogastronomico basato sulle risorse del territorio e coinvolgendo i viticoltori e i piccoli imprenditori del posto.

L'analisi della platea vicina al progetto comprende 62 soggetti e rappresenta uno spaccato qualificato e significativo degli operatori interessati alla costituzione della Comunità di Prodotto Vigne e vini di Pretalucente.

1.2 Consistenza e dimensione dell'ambito di intervento

Come già detto, la platea vicina al progetto comprende 62 soggetti e rappresenta uno spaccato qualificato e significativo degli operatori interessati alla costituzione della Comunità di Prodotto Vigne e vini di Pretalucante.

Oltre a quelle dei viticoltori locali, le risorse umane coinvolte rappresentano svariate categorie funzionali per il raggiungimento degli obiettivi progettuali. In modo particolare gli enti di ricerca, utili a conferire attendibilità scientifica alle prove sperimentali. Non meno importanti sono le aziende e le associazioni qualificate di settore del territorio che hanno avuto modo di mostrare grande fiducia nel progetto di sviluppo dei due vitigni, non fosse altro che per le azioni di investimento di cui si sono rese protagoniste che hanno preceduto e che sicuramente accompagneranno le attività di progetto.

L'immagine attuale dei due prodotti è positiva. Entrambi i vini prodotti (Nero antico e Vedovella) sono molto apprezzati e reputati di pregio, chiaramente dagli abitanti di Gessopalena, ma anche da tutti coloro che fino ad oggi hanno lavorato per promuoverli. Quanto a vari enologi e sommelier abruzzesi, questi ne hanno osservato e sottolineato il considerevole potenziale. Anche gli appassionati di enogastronomia hanno espresso pareri molto positivi all'atto di degustazioni organizzate in occasione delle manifestazioni degli anni precedenti.

Quanto ad un primo dimensionamento dei prodotti e/o servizi coinvolti (produzione stimata - giro di affari), si stima una produzione per l'annata in corso di circa 3.000 kg di Nero Antico e 2.000 kg di Vedovella che porterebbero a generare un volume di affari pari a circa Euro 25.000 legati principalmente a iniziative per la promozione del territorio e pre-marketing (es. "Gessi Divini") e alle attività di ricerca. Questa valutazione non comprende la commercializzazione del prodotto stimabile in 4.000 bottiglie.

1.3 Analisi SWOT

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ol style="list-style-type: none">1. Stretta connessione tra vitigni e territorio;2. parte dell'attività di ricerca e studio dei prodotti già svolta;3. Qualità, esperienza e interesse dei partecipanti al progetto;4. peculiarità uniche ed originali dei prodotti;5. intervento in linea con gli obiettivi legati alla tutela e al ripristino della biodiversità in agricoltura	<ol style="list-style-type: none">1. prodotto poco conosciuto;2. limitata capacità produttiva;3. abbandono delle aree interne montane e pedemontane
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ol style="list-style-type: none">1. tendenza in aumento di una quota di consumatori a ricercare tipicità, e valore storico nei prodotti, e a riscoprire territori e tradizioni;2. presenza di operatori del territorio disponibili a collaborare per aumentare la risonanza delle attività svolte;3. possibilità di stabilire partnership e collaborazioni su territorio nazionale e internazionale	<ol style="list-style-type: none">1. difficoltà di ricambio generazionale2. concorrenza di grandi aziende strutturate3. poca disponibilità del consumatore medio a spendere per prodotti di qualità

1.4 Individuazione delle esigenze di intervento

La realtà socio economica e ambientale analizzata, ci descrive una microeconomia, caratterizzata da un forte fenomeno di abbandono delle attività economiche tradizionali e conseguente desertificazione demografica in cui opera una rete di piccoli produttori appassionati desiderosi di riportare in vita prodotti del territorio a rischio estinzione. Alla passione che dedicano a tale missione fanno da contraltare bassi volumi produttivi di aziende di dimensione ridotta. Anche se in un contesto di difficoltà diffusa, la passione e la convinzione dei protagonisti ha portato collaborazioni fruttuose cui hanno fatto seguito risultati importanti che con il presente progetto si vogliono ulteriormente migliorare.

Facendo leva sui punti di forza ed opportunità e tenendo nella giusta considerazione i punti di debolezza e le minacce descritte nell'analisi SWOT, sono state individuate due esigenze prioritarie di intervento:

1. il miglioramento delle tecniche di produzione e trasformazione funzionali anche ad un aumento delle quantità prodotte;
2. l'implementazione di una strategia comunicativa in grado di accrescere la notorietà del prodotto per incidere positivamente sulla commercializzazione ed aumentare il reddito prodotto

1.5 Modalità di consultazione degli attori locali in fase di analisi di contesto

Le consultazioni del partenariato sono state effettuate in diverse modalità assecondando le necessità di tutti i portatori d'interesse.

Riepilogo degli incontri

1. **29/06/2022** - Incontro in presenza tenuto presso la Sala Consiliare del Comune di Gessopalena per la costituzione del nucleo promotore della Comunità di Prodotto Vigne e Vini di Pretalucente e l'approvazione dell'*allegato 3* con relativa relazione illustrativa per tutti gli interessati della rappresentazione della CP;
2. **30/06/2022** – Caricamento degli *allegati 2 e 3*;
3. **Luglio 2022** – Ripetuti incontri in videoconferenza tra Referente tecnico e Mandatario per l'allestimento del sito web, interviste telefoniche per il reclutamento dei portatori d'interesse qualificanti per cui sono allegati gli elenchi richiesti, stesura del progetto integrato, redazione del progetto integrato (*allegato 7*), successivamente invio a tutti i portatori d'interesse del progetto integrato e invito a partecipare all'incontro in video conferenza con il nucleo promotore per la relativa approvazione;
4. **28/07/2022** – Incontro in videoconferenza con il nucleo promotore e tutti i portatori d'interesse che vorranno partecipare all'approvazione del progetto esecutivo e nomina del Comitato tecnico e del suo responsabile.

2 Strategia di intervento

2.2 Illustrazione del quadro strategico

Gli obiettivi specifici del progetto sono:

1. migliorare le tecniche di produzione e trasformazione;
2. attuare una strategia comunicativa per accrescere la notorietà del prodotto

2.3 Descrizione delle attività previste

1. Migliorare le tecniche di produzione e trasformazione:

1.1. Gestione del vigneto, formazione e redazione schede di caratterizzazione

Grazie ad una collaborazione con l'università di Perugia, è stato redatto e fornito a tutti i viticoltori interessati un protocollo tecnico per la gestione agronomica e fitosanitaria sia dei vigneti esistenti ed in piena produzione sia e per quelli di recente impianto. I viticoltori hanno avuto l'opportunità di frequentare un corso formativo gratuito di 10 ore (teoria + pratica) erogato dal Prof. Alberto Palliotti e dalla Dott.ssa Lucia Giordano dell'Università degli Studi di Perugia.

Sempre nell'ambito della collaborazione con l'Università di Perugia, sono state redatte le schede ampelografiche (OIV), approfondite e dettagliate per entrambi i vitigni Nero Antico e Vedovella.

Per quanto riguarda la cultivar Nero Antico, il lavoro sarà svolto per ottenere l'iscrizione del vitigno al Registro Nazionale delle Varietà di Vite (RNVV) ed alla conseguente ammissione all'Elenco delle varietà di Vite da Uve da Vino Idonee alla Coltivazione nella regione Abruzzo.

1.2. Caratterizzazione del prodotto

Attraverso la collaborazione con l'Università di Teramo soggetto specializzato nella caratterizzazione del prodotto, sono state condotte indagini su uva e mosto per:

- 1.2.1. determinare la presenza ed identificare le comunità fungine presenti sulle bucce;
- 1.2.2. realizzare analisi fisico-chimiche per lo studio dell'andamento del processo fermentativo;
- 1.2.3. condurre analisi del profilo aromatico

1.3. Assistenza nell'attività di vinificazione

Sarà affidato un incarico ad una cantina del territorio per fornire assistenza nell'attività di vinificazione. Alla cantina selezionata sarà richiesto il noleggio di attrezzature e la fornitura di manodopera, la realizzazione di analisi dei principali parametri chimici in fase di fermentazione e sul prodotto finale.

1.4. Assistenza agronomica in campo

Per assicurare una un'attività di assistenza agronomica in campo, Sarà affidato un incarico ad un agronomo specializzato per svolgere attività di assistenza tecnica agronomica sul campo ai viticoltori

2. Attuare una strategia comunicativa per accrescere la notorietà del prodotto

2.1. Saranno realizzate le seguenti attività:

- 2.1.1. affidamento di un incarico ad un professionista specializzato per lo studio e realizzazione grafica del marchio della Comunità, delle etichette dei prodotti e per la realizzazione di brochure;
- 2.1.2. acquisto di un frigorifero cantinetta per vino, di calici da vino e decanter da utilizzare per le degustazioni guidate nel borgo medievale di Gessopalena;
- 2.1.3. affidamento di un incarico ad un soggetto specializzato nella fornitura di servizi di organizzazione di iniziative di carattere degustativo da attuare sul territorio di Pretalucente;
- 2.1.4. affitto di gazebo da utilizzare nell'ambito dell'evento Gessi di Vino;
- 2.1.5. affidamento di un incarico a professionisti specializzati (guide del gusto) per la conduzione di degustazioni

2.4 Piano finanziario del progetto

Spese previste	Importi
Fase 1	
TOTALE PRIMA EDIZIONE	0,00
Fase 2	
Incarico a professionista specializzato per la realizzazione delle etichette e studi grafici per realizzazione di brochure e manifesti.	1.800,00
Acquisto di frigorifero cantinetta per vino (degustazioni nel borgo medievale di Gessopalena)	1.229,10
Acquisto di calici da vino e decanter da utilizzare per le degustazioni guidate	1.173,64
Convenzione con soggetto specializzato nella caratterizzazione del prodotto (Università di Perugia)	6.100,00
Convenzione con soggetto specializzato nella caratterizzazione del prodotto (Università di Teramo)	6.163,44
Incarico a soggetto specializzato nell'attività di vinificazione per le seguenti attività: noleggio di attrezzature e fornitura di manodopera, analisi dei principali parametri chimici in fase di fermentazione e sul prodotto finale, imbottigliamento	6.130,00
Incarico a soggetto specializzato nella fornitura di servizi di organizzazione di iniziative di carattere degustativo da realizzare nel territorio di Pretalucente	900,00
TOTALE SECONDA EDIZIONE	23.496,18
Fase 3	
Incarico a professionista specializzato per lo studio e realizzazione grafica del marchio della Comunità	600,00
Incarico a professionista specializzato per svolgere attività di assistenza tecnica agronomica sul campo ai viticoltori	2.850,00
Incarico a professionista specializzato per svolgere attività di assistenza legale e commerciale per la costituzione di un ente per la valorizzazione del prodotto	600,00
Incarico a professionisti specializzati (guide del gusto) per la conduzione di degustazioni	2.500,00
Incarico a società specializzata per l'affitto gazebo da utilizzare nell'ambito dell'evento Gessi di Vino	1.098,00
TOTALE SECONDA EDIZIONE	7.648,00
TOTALE COMPLESSIVO PROGETTO	31.144,18

ID	Nome	Cognome	Luogo di nascita	Categoria portatore di interesse	Tipologia	Attività svolte con particolare riferimento alla coerenza con la Comunità di progetto
1	GIUSEPPE	TIBERINI	Lanciano	Ente pubblico	Pubblico	Vice Sindaco ed Assessore all' Agricoltura del Comune di Gessopalena. Referente del Comune di Gessopalena del progetto di Caratterizzazione Viti-Vinicola dei Vitigni di Pretalucente e di redazione del dossier di registrazione al RNVV del Nero Antico di Pretalucente. Organizzatore Evento di promozione eno-turistico e di
2	Lucia	Giordano	Chieti	Istituto scolastico o universitario	Privato	Redazione del dossier per iscrizione al Registro Nazionale delle Varietà di Vite (RNVV) del Vitigno Nero Antico di Pretalucente Partecipazione all'edizione 2021 di "Gessi Divini" Collaborazione per pubblicazioni sulla tematica
3	Giuseppina	D'Orazio	Guardiagrele	Privati cittadini interessati	Privato	Tecnico
4	Antonio	Tiberini	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Interessato al progetto
5	Alessandro	Lannutti	Casoli	Altro	Privato	Altro
6	Nicola	Troilo	Guardiagrele	Altro	Privato	No
7	Camillo	Talone	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	Culturale
8	Angelica	Giammichele	Gissi	Privati cittadini interessati	Privato	Culturale
9	Marta	Pulcini	Teramo	Istituto scolastico o universitario	Privato	Caratterizzazione genetica Nero Antico di Pretalucente
10	Valerio	Di Falco	Padova	Altro	Privato	Sommelier
11	Marzia	Bordin	Padova	Altro	Privato	Appassionata di vino
12	Luca	Pellicciotta	Atessa (CH)	Privati cittadini interessati	Privato	attivista del movimento spontaneo di privati cittadini che vogliono valorizzare i vitigni autoctoni di Gessopalena organizzando eventi che ruotano intorno alla valorizzazione dei suddetti vitigni
13	Valerio	Melchiorre	Casoli	Impresa individuale	Privato	Si
14	NACCARELLI	TANIA	PALOMBARO	Privati cittadini interessati	Privato	.
15	Tonino	Bozzi	Casoli	Privati cittadini interessati	Privato	Impiegato
16	Andrea	Mucci	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Appassionato di enogastronomia
17	Nicola	Mattoscio	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	Viticoltore dei vitigni autoctoni di Pretalucente
18	Massimiliano	Pennelli	Venezia	Privati cittadini interessati	Privato	Hobby
19	Filomena	Lannutti	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	APPASSIONATA DI VINI
20	Francesca	Di Giuseppe	Pescara	Altro	Privato	Addetta Stampa e Comunicazione
21	Domenico	Di Falco	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	Dirigente Scolastico
22	Enca Cristina	Polidoro	Pescara	Privati cittadini interessati	Privato	Attenzione ad attività finalizzate alla promozione del territorio.
23	Annamaria	Acunzo	Pescara	Altro	Privato	Sommelier Comunicazione
24	Annamaria	Acunzo	Pescara	Altro	Privato	Sommelier Comunicazione
25	Antonella	Iride	Ginevra	Privati cittadini interessati	Privato	Nessuna attività
26	Elvira	Lannutti	Gessopalena	Altro	Privato	Ristoratrice
27	Filomena	Di Donato	Lanciano	Altro	Privato	Cuoco
28	Francesco	Tiberini	Lanciano	Impresa individuale	Privato	Bar
29	Alberto	Palliotti	Alanno (PE)	Istituto scolastico o universitario	Privato	Attività di sperimentazione e ricerca sui vitigni di pretalucente
30	Mariella	De Sanctis	Casoli	Privati cittadini interessati	Pubblico	Consigliere comunale Comune di Gessopalena
31	Annamaria	Acunzo	Pescara	Altro	Privato	Sommelier
32	peppino	lannutti	Lanciano	Altro	Privato	.
33	Valentina	Larcinese	L'aquila	Impresa individuale	Privato	Apicoltura e consulenza tecnica per quanto riguarda i biomonitoraggi ambientali
34	Stefano	Bagolini	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	Amatoriale
35	Mariano	Bozzi	Svizzera	Impresa individuale	Privato	Portatore d'interesse
36	Fausto	Troilo	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	Avvocato
37	ALAN	JAMES	London	Privati cittadini interessati	Privato	Io Sono interessata
38	Jane	Turner	England	Privati cittadini interessati	Privato	A
39	Armando	Fava	Pescara	Privati cittadini interessati	Privato	Viaggi e tempo libero
40	Alfonso	Daniele	Lanciano	Privati cittadini interessati	Privato	.
41	Rossella	Marcello	Guardiagrele	Privati cittadini interessati	Privato	Coltivazione uve da vino
42	Roberto	Lima	Roma	Società	Privato	distribuzione alimentare
43	Elena	Sico	Avezzano	Privati cittadini interessati	Privato	Attività di programmazione in qualità di Adg del PSR 2014/2022
44	Rita	Ferri	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	Amatore
45	GIUSEPPE	ESPOSITO	CASOLI	Associazione senza scopo di lucro	Privato	organizzazione eventi e convegni di promozione turistica ed enogastronomica. nello specifico l'associazione organizza in collaborazione con l'amministrazione comunale e le altre associazioni operanti sul territorio la manifestazione "Gessi diVini" evento che si svolge con cadenza annuale all'interno del borgo medievale di Gessopalena il quale ha come principale finalità quella di promuovere e far conoscere i vitigni di Pretalucente insieme a quelle che rappresentano le peculiarità gastronomiche del territorio attraverso l'organizzazione di convegni e degustazioni a tema.
46	GIUSEPPE	ESPOSITO	CASOLI	Privati cittadini interessati	Privato	proprietario conduttore di un vigneto storico nel quale sono coltivate le varietà oggetto della comunità di progetto
47	Stefano	Salomone	Atessa (Ch)	Privati cittadini interessati	Privato	Promozione

48	Fabio	Camerano Spelta Rapini	Torino	Altro	Privato	Avvocato iscritto UGIVI - Unione Giuristi della Vite e del Vino
49	Antonio	Pacella	Germania	Altro	Pubblico	Consigliere Comunale
50	Mario	Zulli	Casoli	Ente pubblico	Pubblico	Sviluppo socio-economico Turismo
51	Camillo	Zulli	Canosa Sannita	Cooperativa	Privato	In qualità di Direttore Generale di Cantina Orsogna ed Enologo: supporto tecnico ed economico per le attività di recupero dei vitigni Nero Antico e Vedovella e relativa vinificazione
52	Giuseppe	Micozzi	Guardiagrele	Cooperativa	Privato	In qualità di Rappresentante Legale di Cantina Orsogna: supporto tecnico ed economico per tutte le iniziative di collaborazione tra Cantina Orsogna e il Comune di Gessopalena per il recupero dei vitigni di Pretalucente e la loro vinificazione
53	Torino	Bellisario	Perth (Australia)	Altro	Privato	Ristoratore
54	Noemi	Battistelli	Teramo	Cooperativa	Privato	Monitoraggio fermentazioni. Studio delle comunità microbiche.
55	Michela	palmitesta	ortona	Privati cittadini interessati	Privato	monitoraggio fermentazione e analisi chimiche
56	Aurelio	Manzi	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	Ricerche in campo vitivinicolo
57	Federica	Lannutti	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	.
58	Andrea	Specchiarello	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	Interesse personale
59	Jenny	Viant Gómez	L'Avana	Altro	Privato	Giornalista. Comunicazione e divulgazione enogastronomica (MásWine) . Empowerment femminile, gruppo Pink Panel.
60	Roberto	Lima	Roma	Società	Privato	distribuzione alimentare
61	Daniela	D'Antonio	Grenchen	Società	Privato	distribuzione alimentare
62	Matteo	Lima	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	interesse nel progetto
63	Giulia	Sozio	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	interesse al progetto
64	Raimondo	Lima	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	interesse al progetto
65	Giorgia	Teti	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Supporto nella prima fase di progetto
66	Nicola	Santinelli	Roma	Società	Privato	Proprietario
67	Nino	Tiberini	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Servizio civile nazionale
68	Marco	Di Cimbrini	Chieti	Privati cittadini interessati	Privato	Promozione della progettualità e del territorio circostante. Passione per la natura e per l'"autoctonicità".
69	Rosanna	Tofalo	Sarnen (Svizzera)	Istituto scolastico o universitario	Privato	Selezione e caratterizzazione genetica e metabolica di microrganismi vinari per il miglioramento delle produzioni viti-vinicole.
70	Alessio Pio	Rossetti	Foggia	Istituto scolastico o universitario	Privato	Studio della biodiversità microbica delle uve e dei mosti mediante tecniche di next generation sequencing (NGS).
71	Giorgia	Perpetuini	Teramo	Istituto scolastico o universitario	Privato	Studio dei meccanismi molecolari coinvolti nella definizione del profilo aromatico dei vini
72	Marta	Pulcini	Teramo	Istituto scolastico o universitario	Privato	Caratterizzazione genetica molecolare di vitigni autoctoni
73	Enrico	Dainese	Padova	Istituto scolastico o universitario	Privato	Caratterizzazione genetica dei vitigni autoctoni ed identificazione di composti bioattivi
74	Giuseppe	Arfelli	Forli	Istituto scolastico o universitario	Privato	Caratterizzazione fenolica dei vini
75	ezio	bozzi	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	.
76	Tina	Lima	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	Organizzazione eventi
77	Claudio	D'Antonio	Grenchen	Privati cittadini interessati	Privato	Interesse per il progetto
78	Ezio	Bozzi	Gessopalena	Privati cittadini interessati	Privato	Appassionato
79	Ezio	Bozzi	Gessopalena	Ente pubblico	Pubblico	Turismo Sviluppo socio economico Pubblica amministrazione
80	Laura	Di Biase	Chieti	Altro	Privato	Responsabile Mediateca John Fante di Torricella Peligna, organizzazione di eventi culturali
81	Massimiliano	Tontini	Chieti	Privati cittadini interessati	Privato	Appassionato
82	Luigi	Somma	Mercato San Severino	Seleziona una categoria	Privato	
83	Marisa	Bozzi	Atessa	Privati cittadini interessati	Privato	Collaborazione alla salvaguardia dei vitigni
84	Francesco	Troilo	Gessopalena	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Esperto assaggiatore OVAV
85	Alessandro	Ventucci	Roma	Privati cittadini interessati	Privato	Tutte
86	Matteo	Lannutti	Lanciano	Impresa individuale	Privato	Sono un grafico pubblicitario e fotografo, ed ho collaborato nella creazione del materiale visivo dell'evento promotore del progetto. Dalle pubblicità cartacee ai banner per i social.
87	Cinzia	Montagna	Broni (PV)	Seleziona una categoria	Privato	Si
88	Donato	Fioriti	Roma	Associazione senza scopo di lucro	Privato	Si
89	Lisa	Antonucci	Guardiagrele	Istituto scolastico o universitario	Privato	Si