

FishingTourism Business Model

FishingTourism è un marchio commerciale sviluppato nell'ambito del progetto Interreg-Med "TOURISMED".

Premessa

La Commissione europea sottolinea l'importanza del turismo come settore chiave dell'economia europea. L'Unione Europea rappresenta infatti la prima destinazione turistica sul mercato mondiale. La consapevolezza dell'importanza del turismo per l'occupazione, ma anche per lo sviluppo regionale sostenibile, per la valorizzazione delle risorse naturali e del patrimonio culturale e per il consolidamento dell'identità europea, ha indotto la Commissione a individuare quattro azioni prioritarie:

- Stimolare la competitività del settore turistico europeo;
- Promuovere lo sviluppo di un turismo sostenibile, responsabile e di qualità;
- Consolidare l'immagine dell'Europa come insieme di destinazioni sostenibili e di alta qualità;
- Massimizzare il potenziale delle politiche finanziarie dell'UE per lo sviluppo del turismo.

Il settore del turismo costiero e marittimo è stato identificato come un settore con un potenziale particolare. Esso registra già un numero significativo di lavoratori, compresi molti giovani, e si stima che generi oltre un terzo del prodotto lordo dell'economia marittima. Inoltre, si prevede una crescita significativa nei prossimi anni. Si tratta di un motore economico fondamentale per molte regioni costiere e isole europee, soprattutto in termini di:

- turismo balneare
- turismo nautico e crociere
- navigazione ricreativa

Tuttavia, anche se molte aree beneficiano di questo mercato in rapida espansione, spesso i guadagni non ricadono sulle comunità di pescatori; al contrario, le attività turistiche possono avere un impatto negativo se non gestite correttamente. In effetti, è sempre più difficile per i pescatori e le loro comunità vivere solo di pesca. Il reddito e i posti di lavoro creati dal turismo possono quindi apportare un introito supplementare alle famiglie dei pescatori e garantire, in alcuni casi, la sopravvivenza della loro attività di pesca.

Le attività turistiche legate al mondo della pesca possono quindi rappresentare un'importante opportunità per le piccole comunità di pescatori e garantire sia la crescita economica che la salvaguardia dell'ambiente. E' infatti possibile attrarre visitatori alla ricerca di un'esperienza più autentica, diretta e personale, promuovendo così un turismo più sostenibile, in grado di arricchire la comunità locale, valorizzare il suo patrimonio e preservare l'ecosistema marino.

Il turismo può anche contribuire a promuovere la vendita dei prodotti ittici locali grazie a molteplici attività quali:

- vendita diretta ai turisti
- promozione dei prodotti presso i ristoranti locali
- eventi locali dedicati alle attività e ai prodotti della pesca.

Tuttavia, per raggiungere questo obiettivo è necessario garantire la partecipazione dei pescatori ai progetti turistici. Pertanto, diventa fondamentale:

- Coinvolgere i pescatori in tutte le fasi di sviluppo di un'offerta turistica legata alle attività di pesca e nella costruzione del modello di business.
- Coinvolgere i giovani e le donne
- Attivare i processi di emulazione mostrando esempi concreti dei vantaggi di attrarre turisti sul territorio e di condividere tradizioni e prodotti, nonché di collegarsi a flussi turistici preesistenti.
- Limitare il più possibile gli oneri burocratici, sostenendo lo sviluppo di progetti turistici.
- Fornire una formazione adeguata per i pescatori e le loro famiglie o assistenti.

FishingTourism

FishingTourism progetta, gestisce e realizza attività di **turismo esperienziale** svolte a bordo di pescherecci da parte di professionisti del settore della **pesca artigianale**, dietro compenso monetario, al fine di valorizzare e diffondere il loro lavoro nell'ambiente marino. *FishingTourism* può coprire una grande quantità di attività, che variano in base alle normative nazionali. Queste attività possono comprendere: escursioni a bordo di pescherecci professionali, dimostrazione dei metodi di pesca, in alcuni casi partecipazione attiva dei turisti al processo di pesca, conoscenza dei metodi e delle attrezzature di pesca, scoperta delle tradizioni locali, dei siti naturali o storici, nonché dell'ambiente marino e della sua biodiversità, in alcuni casi preparazione e consumo del pescato del giorno a bordo o fuori bordo, visite nell'entroterra e racconti. Inoltre, un'impresa *FishingTourism* può stabilire partnership con attori locali come alberghi, ristoranti, autorità pubbliche e operatori turistici. Il turismo della pesca è quindi una pratica che migliora la qualità della vita dei pescatori e delle loro comunità, riduce lo sforzo di pesca promuovendo così una migliore conservazione del pesce e delle risorse marine e rappresenta anche una nuova attività imprenditoriale basata sulla conservazione delle tradizioni locali e del patrimonio naturale marittimo.

Adattabilità

Il modello di business descrive la logica con cui l'azienda turistica legata all'attività di pesca turistica e ai prodotti ittici ad essa collegati crea e distribuisce valore.

Il Business Model elaborato per *FishingTourism* è il risultato dell'esperienza acquisita durante le attività di testing svolte in ogni territorio coinvolto nel progetto "TOURISMED". Le informazioni sono state poi elaborate attraverso l'applicazione di linee guida metodologiche comuni.

Poiché le situazioni individuali dei pescatori, degli ecosistemi marini e delle realtà economiche e turistiche locali sono estremamente diversificate a livello europeo, è impossibile, se non controproducente, sviluppare un unico modello di business per le attività di pesca turistica. Il modello di business tiene conto e si adatta alla diversità territoriale dei vari contesti europei e va inteso soprattutto come approccio metodologico da offrire ai pescatori per lo sviluppo del loro specifico modello di business, come espressione della condizione territoriale e del mercato di cui la loro comunità è parte attiva.

FishingTourism presenta quindi un'offerta turistica compatibile sia con il tipo di ecosistema marino che con lo scenario turistico di ogni area MED interessata.

Metodologia del Business Model Canvas

Il Business Model per *FishingTourism* è stato sviluppato attraverso l'approccio Business Model Canvas, un modello innovativo in grado di descrivere le quattro principali aree del business:

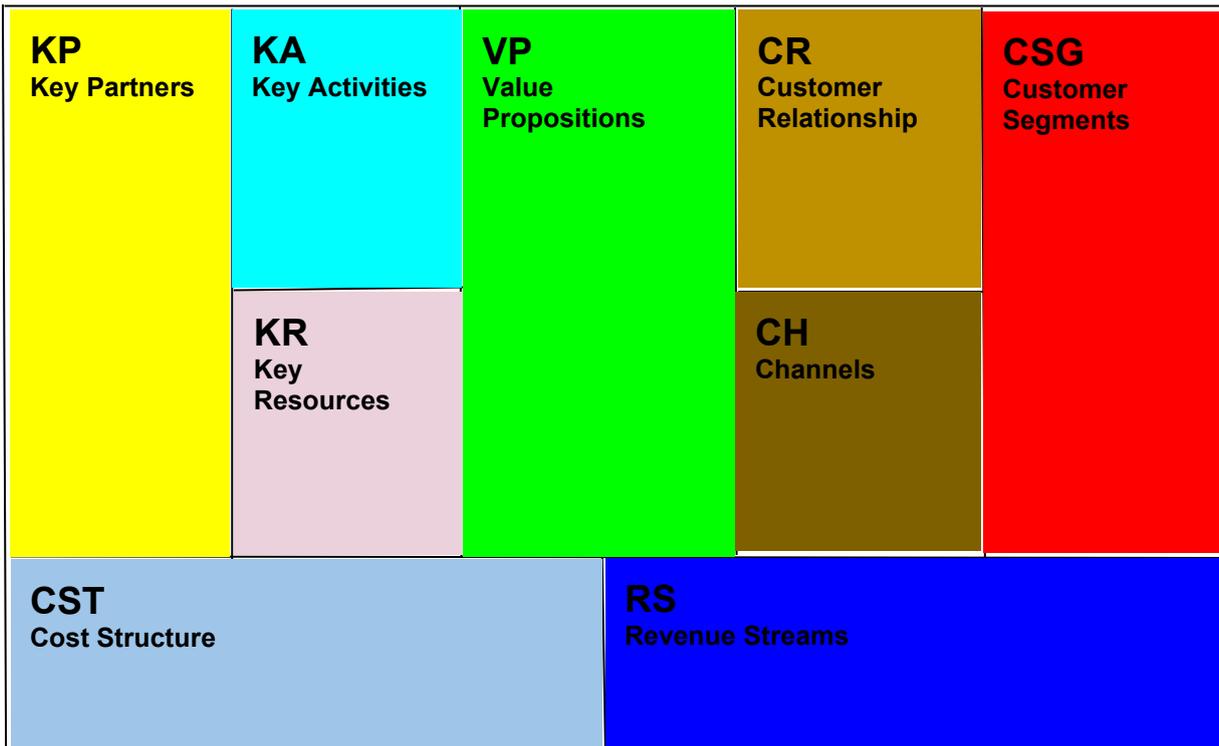
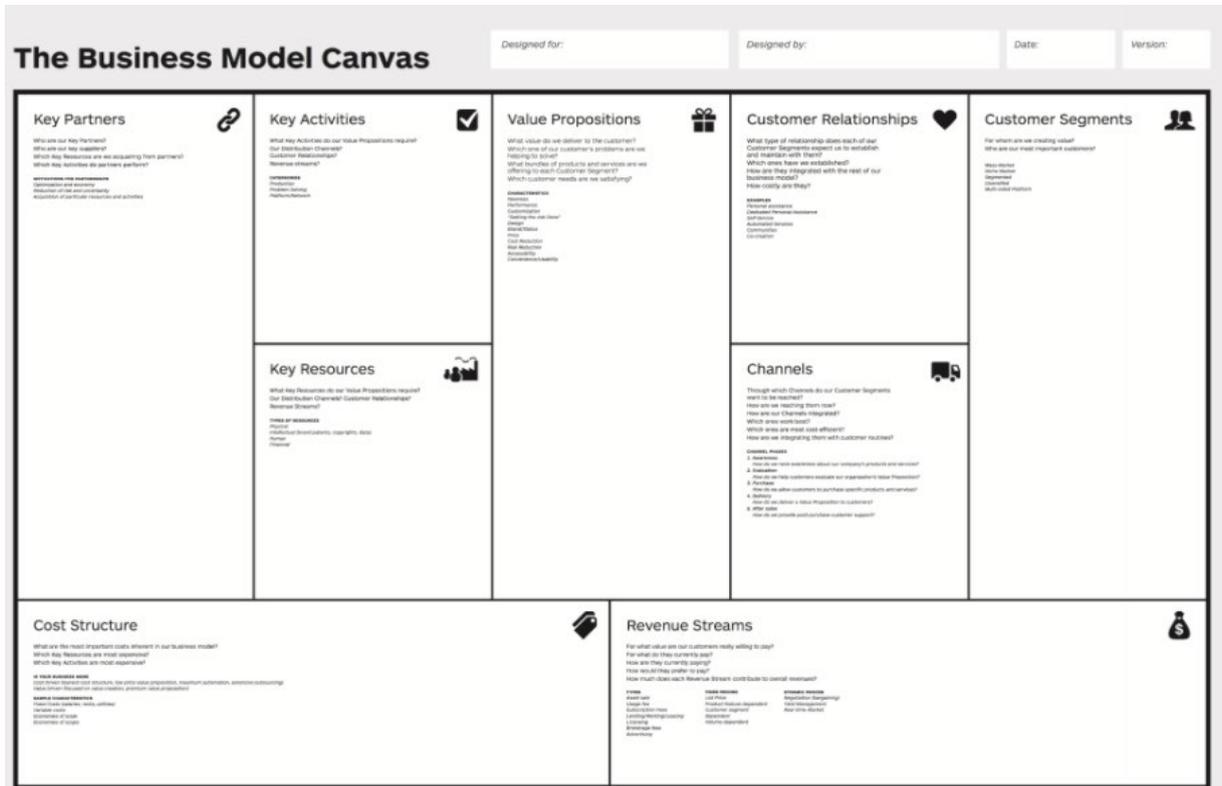
- il prodotto o servizio
- i clienti
- la sostenibilità finanziaria
- le infrastrutture necessarie

I nove elementi di base di un modello di business sono:

- *Customer Segments (CSG)*: Segmenti di Clientela
- *Value Proposition (VP)*: Offerta di Valore
- *Communication and Sales Channels (CH)*: Canali di Comunicazione e Vendite
- *Customer Relationship (CR)*: Relazione con il Cliente
- *Revenue Streams (RS)*: Flussi di entrate
- *Key Resources (KR)*: Risorse Chiave
- *Key Activities (KA)*: Attività Chiave
- *Key Partners (KP)*: Partner Chiave
- *Cost Structure (CST)*: Struttura dei Costi

Il Business Model realizzato con il metodo "Canvas" è particolarmente versatile in quanto consente la costruzione di uno specifico modello di business partendo da diverse prospettive. E' infatti possibile adottare uno dei nove elementi come punto di partenza e poi sviluppare tutti gli altri alla luce di quell'elemento. Il Business Model è un sistema in cui elementi diversi si influenzano a vicenda sulla base di variabili e relazioni interne. Pertanto, il modello acquista significato solo se considerato nella sua rappresentazione generale e coesa e può assicurare la sua coerenza interna sia per i processi logici che deve subire, sia per la possibilità di aggiornare e organizzare le sue parti fondamentali.

È importante capire che non esiste un unico tipo di "modello di business". I modelli di business sono potenzialmente infiniti e sono il risultato della costruzione imprenditoriale del pescatore, inserito in uno specifico contesto territoriale e con specifici segmenti di clientela come target di riferimento.



FishingTourism Business Model Canvas

KA – Key Activities (Quello che compi):

Le Attività Chiave sono le azioni che il pescatore compie. Questo include tutte le attività che il pescatore svolge, nel lavoro e nella vita, per rendere il modello di business sostenibile e funzionale.

Preparazione:

- *Procedure legali e amministrative*
- *Pianificazione ed esecuzione degli itinerari*
- *Marketing e promozione*

Esecuzione:

- *Dimostrazione o pratica dei metodi di pesca*
- *Degustazione di cibi - a bordo o a terra*
- *Escursioni nell'entroterra*
- *Nuoto*

CSG - Customer Segment (A chi sei utile):

Questo include tutti quei gruppi di persone o aziende a cui il pescatore vende o potrebbe vendere il servizio di pesca turistica. Più in generale, i "clienti".

- *Locali*
- *Turisti interessati al turismo esperienziale*
- *Turisti sensibili alle tematiche ambientali*
- *Coppie, famiglie, gruppi organizzati*
- *Chef o operatori del settore gastronomico e appassionati*

VP - Value Proposition (Come sei utile):

Si tratta di prodotti, servizi e più in generale quei "valori" che sono in qualche modo "unici" e possono attrarre clienti.

- *Esperienza unica ed esclusiva*
- *Approccio sostenibile ed ecologico*
- *Opportunità di apprendimento - Ruolo pedagogico del pescatore*

CH - Channels (Come raggiungi i clienti):

Questo blocco include tutti gli strumenti che permettono al pescatore di raggiungere i clienti.

- *Piattaforma Web*
- *Social Media*
- *Info Point Turistici*
- *Pannelli pubblicitari*
- *Passaparola*
-

CR - Customer Relationship (Come interagisci):

Il rapporto che il pescatore costruisce con i clienti si basa sui mezzi di interazione. Prima del viaggio, queste interazioni possono essere dirette - di persona - o indirette - tramite e-mail, social media o un sito web. Tuttavia, nel caso del turismo esperienziale, una relazione personale e un'interazione stretta e amichevole con il cliente a bordo è un elemento centrale del servizio.

- *Piattaforma di prenotazione*
- *Sito web*
- *E-mail*
- *Contatto diretto*
- *Partecipazione e coinvolgimento*
- *Competenze umane e di comunicazione*
- *Esperienza personale - in vivo, faccia a faccia*
- *Pannelli e opuscoli multilingue*

KP - Key Partners (Chi aiuta il pescatore):

Tra i Key Partner ci sono altri pescatori, amici, familiari, partner commerciali o persone che in qualche modo aiutano il pescatore nelle sue attività, o stakeholder che mostrano interessi nell'azienda e hanno risorse che il pescatore potrebbe sfruttare.

- *Istituzioni e associazioni nazionali, regionali, locali e locali - sia pubbliche che private*
- *Operatori turistici*
- *Alberghi e Ristoranti*
- *Associazioni di pescatori*
- *Gilde o cooperative di pesca*
- *Rivenditori di pesce*
- *Punti informativi*
- *Gestori di piattaforma*

RS - Revenue Streams (Ciò che guadagna):

I ricavi delle attività, sia economici che non quantificabili.

- *Biglietti: 30 o 40€ min. a 100€ max.*
- *Servizi opzionali*
- *Commissioni da ristoranti*
- *Pubblicità*
- *Finanziamento o promozione indiretta da parte di terzi*

STC - Cost Structure (Ciò che investi):

Ogni attività richiede energia, tempo, idee e denaro. Questa sezione include anche i costi materiali e immateriali come lo stress, il disagio fisico o meno tempo da dedicare ad altre attività.

- *Carburante*
- *Equipaggiamento di sicurezza*
- *Assicurazione*

- *Personale*
- *Spese di commissione*
- *Certificati e licenze*
- *Costi di pubblicità*
- *Commissione per le prenotazioni*
- *Tasse e previdenza sociale*

KR - Key Resources (Chi sei)

La risorsa chiave è il pescatore stesso. Questo blocco comprende gli strumenti, le attrezzature e le caratteristiche che contraddistinguono il pescatore e la sua attività: interessi, personalità, abilità, conoscenze.

- *Attrezzature di sicurezza*
- *Carburante*
- *Meteo*
- *Competenze umane*
- *Assicurazione*

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONS	CUSTOMER SEGMENTS
- Agenzia del turismo e Tour Operator - Alberghi & Ristoranti - Associazioni e cooperative di pescatori - Gilde della pesca - Rivenditori di pesce - Punti Info - Gestori di piattaforma - Istituzioni pubbliche: comuni, autorità portuali, guardia costiera, enti di certificazione, dipartimento del turismo - Consorzio locale	- Procedure legali - Pianificazione degli itinerari - Networking con le agenzie locali - Marketing e promozione - Dimostrazione o pratica di tecniche di pesca professionale - Degustazione dei cibi - Preparazione dei cibi - Visite nell'entroterra - Immersione - Racconti	- Esperienza turistica unica, personale, esclusiva, coinvolgente, pratica - Sostenibile ed eco-compatibile - Educazione alla pesca e al patrimonio culturale - Scoperta di luoghi accessibili solo in barca o conosciuti solo dai pescatori	- Piattaforma, sito web e social media - Indirizzo e-mail - Contatto diretto - Materiale informativo in più lingue - Partecipazione e coinvolgimento dei turisti - Capacità di comunicazione e narrazione di storie - Interazione personale, faccia a faccia	- Turisti locali e internazionali - Turisti in cerca di un turismo esperienziale diverso - Turisti sensibili alle tematiche ambientali - Famiglie, coppie, gruppi di amici, circoli sociali o associazioni culturali - Chef o operatori del settore gastronomico e appassionati - Tour operator e agenzie di viaggio interessati ad
	KEY RESOURCES - Carburante - Attrezzatura - Meteo - Competenze umane - Assicurazione e licenza		CHANNELS - Sito web - Piattaforma online - Social Media - Agenzie di viaggio e tour operator - Sede del Consorzio - Vendita diretta - Il passaparola	

	- Materiale promozionale e informativo		- Pubblicità esterna	organizzare pacchetti turistici
COST STRUCTURE <ul style="list-style-type: none"> - Carburante - Costi di manutenzione della nave - Il personale - Assicurazioni - Adattamento delle navi e dispositivi di sicurezza - Materiale informativo - Spese per provvigioni - Certificati e licenze - Costi di pubblicità - Commissione per le prenotazioni - Tasse e previdenza sociale 			REVENUE STREAMS <ul style="list-style-type: none"> - Biglietti sporchi: 30 - 100€. - Servizi opzionali a bordo e fuori bordo - Vendita di pacchetti alle agenzie di viaggio - Integrazione potenziale con la vendita di conserve di pesce o gadget sulla tradizione della pesca. - Potenziali sponsorizzazioni da negozi o ristoranti locali - Commissioni da ristoranti - Pubblicità a favore di terzi - Finanziamento o promozione indiretta da parte di terzi 	

Adattamento Territoriale

L'implementazione del modello di business è stata fortemente influenzata dalla situazione locale dei territori in cui si è svolta l'attività di *FishingTourism*.

Il Business Model, infatti, offre la possibilità di definire modalità specifiche di creazione del "prodotto" e di presentazione del "valore" dell'attività. Sono state quindi impiegate diverse strategie per l'elaborazione del Modello di Business e la realizzazione delle sue attività, sulla base delle risorse del territorio in cui è stato inserito *FishingTourism* e delle caratteristiche degli insediamenti turistici già presenti sul territorio.

L'interazione con il settore turistico locale e con le condizioni già presenti sul territorio è stata considerata cruciale nella realizzazione delle attività. A questo proposito, è stata condotta un'analisi approfondita a livello locale, al fine di valutare le risorse del territorio e di valutare la presenza sul territorio di servizi turistici in grado di soddisfare la domanda dei consumatori e di suscitare un interesse sufficiente tra i turisti. Questo ha incluso:

A. Analisi Preliminare

L'analisi preliminare consente di posizionare l'attività di pesca turistica rispetto alla situazione generale del settore turistico nella zona di intervento. Essa ha lo scopo di valutare se il turismo sia da considerarsi assente, in crescita, stabile o in declino e di determinare la presenza di operatori e organizzazioni turistiche, strutture e infrastrutture accessibili, alberghi e ristoranti e servizi generali.

B. Analisi Territoriale

Molte zone di pesca dispongono di risorse culturali e naturali che possono essere di grande richiamo turistico se rese accessibili ed efficacemente promosse. Queste risorse devono essere selezionate e promosse nell'ambito dell'offerta turistica locale. Queste possono includere risorse naturali come fiumi, laghi e spiagge, siti storici, porti marittimi per la pesca, feste e tradizioni di pesca, ricette tradizionali.

Sulla base delle analisi effettuate, è possibile distinguere tre diversi livelli di sviluppo turistico nelle aree identificate:

- Area con un'offerta turistica **sottosviluppata o assente**
- Area ad **alto potenziale** di offerta turistica
- Area con una **forte presenza** di offerta turistica

<i>Classificazione</i>	<i>Strategia di base nell'elaborazione del modello aziendale</i>
Area con un'offerta turistica sottosviluppata o assente	<p><i>Devono essere create le condizioni adeguate per lo sviluppo del turismo in generale e per le attività di pesca turistica in particolare.</i></p> <p>Sarà necessario prevedere un modello di business che sostenga la promozione, lo sviluppo o il consolidamento delle infrastrutture, dei servizi e delle attività turistiche di base.</p>

<i>Classificazione</i>	<i>Strategia di base nell'elaborazione del modello aziendale</i>
Area ad alto potenziale di offerta turistica	<p><i>Si tratta di aree turistiche meno conosciute ma con un notevole potenziale di sviluppo turistico.</i></p> <p>Il modello di business deve prevedere iniziative volte a promuovere la conoscenza del territorio e ad attrarre più visitatori sfruttando le attività di pesca come punto centrale dell'identità del territorio.</p>

<i>Classificazione</i>	<i>Strategia di base nell'elaborazione del modello aziendale</i>
Area con una forte presenza di offerta turistica	<p><i>Il modello di business deve sviluppare interventi per evitare che lo sviluppo del turismo possa aggirare le comunità di pescatori.</i></p> <p>Per promuovere le attività di pesca turistica è necessario lavorare a stretto contatto con le zone in cui il turismo è già un'attività consolidata.</p>

Aree Pilota

Ogni partner ha evidenziato un diverso aspetto del modello di business come distintivo della propria esperienza. Ciò non esclude tutti gli altri elementi precedentemente menzionati.

A • Area con un'offerta turistica sottosviluppata o assente

L'insediamento di un'impresa di pesca-turismo in un'area con un panorama turistico sottosviluppato o assente è una sfida impegnativa ma importante. In questo caso particolare, è consigliabile effettuare un'analisi dettagliata e una pianificazione accurata dei vantaggi e dei potenziali rischi di una scelta imprenditoriale così audace e innovativa.

In caso di successo, l'attività di pesca-turismo diventa così la principale attrazione turistica e punto focale del territorio, rappresentando un punto di svolta cruciale per lo sviluppo del settore turistico e dell'economia locale in generale. È quindi essenziale coinvolgere le autorità pubbliche e gli attori locali nell'attuazione di un modello turistico e nella realizzazione delle infrastrutture e dei servizi necessari per i potenziali turisti.

La strategia di marketing deve essere supportata da una campagna di comunicazione ampia e pervasiva, in grado di indurre una diffusa consapevolezza e suscitare un sufficiente interesse per l'attività di pesca-turismo, attirando così i turisti verso questo specifico servizio e promuovendo la valorizzazione del patrimonio ittico tradizionale di una zona altrimenti meno frequentata.

Sezioni principali del Business Model Canvas in un'area con offerta turistica sottosviluppata o assente

- ***Segmenti di clienti (CSG):*** *Abitanti locali, turisti interessati ad un'esperienza innovativa e sostenibile*
- ***Proposta di valore (VP):*** *Esperienza autentica, originale ed esclusiva*
- ***Canali di comunicazione e vendita (CH):*** *Campagna promozionale estesa*
- ***Risorse Chiave (KR):*** *Assenza di concorrenti*
- ***Partner chiave (KP):*** *Istituzioni pubbliche locali*

B • Alto potenziale di offerta turistica

Trabia, Italia

Trabia si trova sulla costa tirrenica della Sicilia. La sua economia tradizionale basata sulla pesca artigianale è andata in declino negli ultimi anni a causa dello sviluppo della pesca industriale. Tuttavia, Trabia presenta un forte potenziale di sviluppo turistico. Questo è il risultato sia della presenza di strutture ricettive, ristoranti e servizi generali, sia soprattutto della sua posizione strategica a metà strada tra Palermo e Cefalù, due siti di grande attrattiva turistica. Nonostante il suo potenziale sia elevato, Trabia non è considerata dal grande pubblico come un sito turistico e spesso viene ignorata dai turisti che si spostano da un luogo all'altro. E' quindi importante inserire la pesca-turismo a Trabia come parte di un più ampio quadro turistico presente sul territorio e presentarlo come un'opportunità per sperimentare il patrimonio di conoscenze e competenze dei mestieri tradizionali del mare. Tra le attività che si sono svolte a Trabia:

- Escursioni a bordo di navi da pesca artigianale
- Dimostrazione dei metodi di pesca, classificazione del pesce e partecipazione alle attività di pesca
- Storytelling
- Visita della città
- Mangiare il pescato del giorno

Focus del Business Model Canvas a Trabia:

- **Segmenti di clienti (CSG):** Turisti del percorso arabo-normanno UNESCO della zona
- **Canali di comunicazione e vendita (CH):** Campagna promozionale mirata ai potenziali turisti già presenti sul territorio
- **Attività Chiave (KA):** Partecipazione dei turisti ad attività di pesca, visite turistiche, racconti, nuoto e snorkeling in zone di difficile accesso per il pubblico.
- **Partner chiave (KP):** Infrastrutture e strutture turistiche del territorio



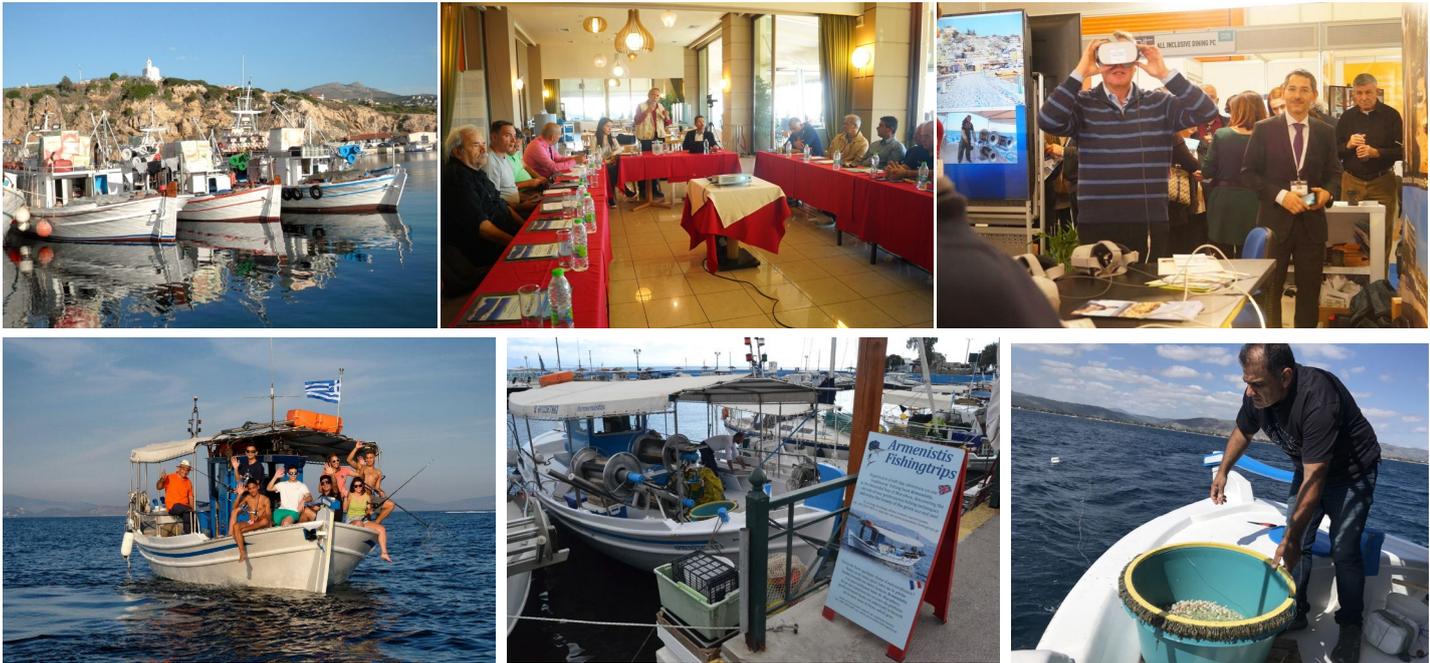
Rafina, Grecia

Rafina è una città portuale situata a breve distanza dalla capitale greca Atene. Il suo porto è il secondo più grande della regione dell'Attica. L'attuazione delle attività di pesca turismo a Rafina è il risultato di una pianificazione accurata, dettagliata e su misura; inoltre, è stata stabilita una stretta collaborazione con gli stakeholder locali e regionali e i Key Partner. Sono stati organizzati diversi incontri di co-progettazione e Focus Group, che hanno coinvolto non solo i pescatori, ma anche: il Dipartimento della pesca dell'unità regionale dell'Attica orientale, l'autorità che rilascia la licenza; l'Associazione locale dei pescatori artigianali di Rafina; l'Associazione Attica dei ristoranti; l'Associazione locale della zona costiera di Marikes - Associazione Nireas; un rappresentante di una scuola superiore di Rafina; agenti turistici locali.

Inoltre, l'innovativa tecnologia dei video in Realtà Virtuale è stata sviluppata e adottata come canale di comunicazione per promuovere le attività di pesca-turismo: speciali occhiali speciali consentono un'esperienza immersiva sull'imbarcazione, sott'acqua o in punti di riferimento culturali e naturali della zona.

Focus del Business Model Canvas a Rafina

- **Proposta di valore (VP):** Un biglietto tutto compreso è necessario per una migliore comunicazione tra pescatori, turisti, tour operator e ristoranti.
- **Canali di comunicazione e di vendita (CH):** Tecnologia innovativa per la promozione. Le strategie di comunicazione dovrebbero essere adottate in sinergia con i Comuni e gli operatori turistici e indirizzate anche ai mercati turistici al di fuori della Grecia. Inoltre, la comunicazione e la promozione non dovrebbero cessare nei mesi più freddi.
- **Customer Relationship (CR):** Brochure in più lingue; personale anglofono a bordo; mantenere i contatti con i turisti per fare affidamento sui referral.
- **Attività chiave (KA):** Itinerari alternativi per l'esperienza a piedi; in caso di scarso pescato o di gruppi numerosi, si dovrebbe aggiungere del pesce supplementare per preparare un pasto adeguato, se incluso nelle attività del tour. La cucina all'interno dell'imbarcazione si è rivelata pericolosa, non sicura a causa delle condizioni atmosferiche lungo il tragitto.
- **Partner chiave (KP):** Comuni, associazioni, ristoranti, alberghi, tour operator.



Puglia, Italy

Le aree della regione Puglia in cui è stato implementato il modello di business sono state Monopoli, Savelletri e Mola di Bari. La costa pugliese è investita ogni anno da flussi turistici stagionali, ma queste città in particolare si trovano in prossimità di grandi città come Bari e possono rappresentare un'attrazione turistica anche per i visitatori locali interessati a riconnettersi con le proprie radici e tradizioni. I pescatori sono stati assistiti da un biologo marino per fornire al turista informazioni sull'ecosistema marino, sulle varie specie catturate e sulle loro caratteristiche specifiche. L'esperienza è stata arricchita anche dalla visita a luoghi dell'entroterra legati alla pesca, come le tradizionali case dei pescatori, il faro, le cappelle religiose. I turisti sono stati accompagnati attraverso un'esperienza di trasferimento di conoscenze in tre fasi, soprattutto per quanto riguarda:

- Storie dell'entroterra e biodiversità;
- Specie ittiche e attrezzi da pesca;
- Tradizioni, usi e costumi dei pescatori.

Focus of the Business Model Canvas in Puglia

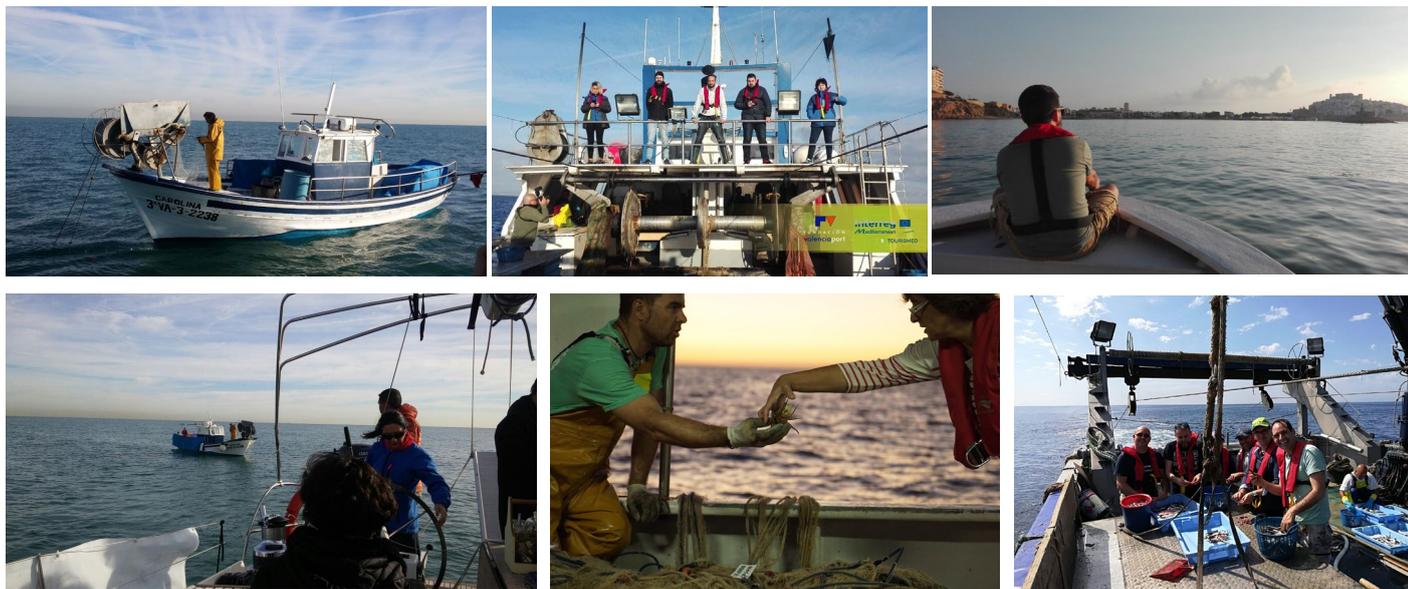
- **Customer Segments (CSG):** *Turisti stagionali e locale*
- **Value Proposition (VP):** *Riscoprire le tradizioni, conoscere l'ecosistema, svolgere attività sia in mare che a terra*
- **Communication and Sales Channels (CH):** *Social media e pubblicità*
- **Key Activities (KA):** *Partecipazione alle attività di pesca, uscite in barca e tour a terra, storytelling*
- **Key Partners (KP):** *Collaborazione con una cooperativa locale; un biologo per dettagli scientifici.*



C • Forte presenza di offerta turistica

Valencia, Spagna

La città di Valencia e la regione di Valencia sono un'importante destinazione turistica durante tutto l'anno. Pertanto, l'attuazione delle attività di pesca-turismo ha acquisito una dimensione regionale, che si svolge nelle tre province della Regione Valenciana. Nelle diverse province, ci sono stati diversi fattori di condizionamento, sia a livello amministrativo che meteorologico, che hanno alterato la pianificazione iniziale delle prove. Le imbarcazioni coinvolte erano sia barche da pesca artigianale che da traino; le metodologie adottate comprendevano: l'osservazione dei metodi di pesca dalla nave e un'attività di accompagnamento, in cui il turista viene imbarcato su una barca a vela che segue il peschereccio durante tutta la giornata lavorativa. È stata prevista una visita alle strutture del pescatore nell'area portuale e, nel caso di viaggi più lunghi, le uscite hanno incluso la colazione e il pranzo.



Corsica, Francia

Le quattro città di Ajaccio, Propriano, Bonifacio, Solenzara dove è stato testato il modello di business sono tutti importanti siti turistici in Corsica. La fase di pianificazione ha coinvolto diversi attori locali come **Key Partner**, tra cui associazioni di pescatori, enti pubblici e uffici di informazione turistica. L'approccio per l'implementazione delle attività ha testato due diverse strategie:

- **Info Point:** il ruolo degli Uffici di Informazione Turistica è stato strategico. Infatti, i professionisti del turismo che lavorano in queste istituzioni sono stati formati per informare i turisti sull'opportunità di sperimentare un viaggio di pesca turistica come parte dell'offerta turistica dell'area.
- **Pescatore:** il pescatore coinvolto ha agito come attore chiave dell'intero processo e ha deciso di utilizzare il proprio negozio di pesce - situato sulla strada principale di Solenzara - come vetrina per le sue gite di pesca turistica, rivolgendosi alla propria clientela abituale di acquirenti di prodotti ittici.

La promozione delle attività è stata organizzata nell'ambito dell'evento "*Il mese del turismo della pesca in Corsica*" durante il quale è stata realizzata una forte campagna di comunicazione basata sui social-media attraverso lo sviluppo di un piano giornaliero di contenuti e la pubblicazione di diverse immagini.

- **Segmenti di clientela (CSG):** turisti internazionali, clientela regolare del pescatore, giovani zaino in spalla, coppie e famiglie.

- **Proposta di valore (VP):**

- attrattore strategico in grado di collegare mare e montagna, turismo costiero con il turismo interno e l'agriturismo
- vetrina delle aree e dei prodotti interni e agro-turistici
- diversificazione delle attività turistiche del territorio

- **Canali di comunicazione e vendita (CH):** Campagna mirata sui social media, Info point, fisherman's shop
- **Flussi di entrate (RS):**
 - organizzazione di corsi di cucina a base di pesce catturato (30€)
 - opportunità di apprendimento informale organizzate durante il viaggio
 - acquisto di video/foto dell'esperienza di pesca turistica (50€)
- **Partner chiave (KP):** Info Point
- **Attività Chiave (KA):**
 - I partecipanti hanno sottolineato che il turismo della pesca è un "modo per scoprire i metodi di pesca artigianale", cioè un "modo per scambiare esperienze con i pescatori" e "per conoscere l'ecosistema marittimo".
 - I partecipanti hanno anche sottolineato che "è importante avere la possibilità di pescare" o almeno "essere attivamente coinvolti nella pesca, ad esempio aiutando i pescatori durante l'attività di pesca".
 - Un altro aspetto importante è quello relativo alla "possibilità di mangiare il pesce catturato". Quindi, l'attività di pesca turistica potrebbe essere arricchita con attività di itti-turismo e con l'organizzazione di corsi di cucina a base di pesce pescato;
 - Partecipare alle opportunità di apprendimento informale organizzate durante il viaggio come per l'ecosistema marittimo.
 - Acquisto di video/foto dell'esperienza di pesca turistica





Durazzo, Albania

Durazzo ha uno dei più importanti porti di pesca e turistici dell'Albania. Offre anche una serie di punti di vista, siti storici e attività complementari da includere nell'esperienza della pesca-turismo. A tal fine, la collaborazione con i Key Partners del settore turistico, come ristoranti, alberghi, siti archeologici e storici e aree di interesse ambientale, è stata fondamentale per lo sviluppo di itinerari turistici di pesca e per la loro integrazione nel panorama turistico locale. Le Attività Chiave svolte durante i test hanno compreso: l'osservazione e la pratica di diversi metodi di pesca; visite guidate di monumenti naturali e storici; pranzo con il pescato del giorno.

Il turismo della pesca è un'iniziativa senza precedenti in Albania, quindi c'è bisogno di una definizione giuridica, di atti normativi, di un quadro pratico e di esperienza in questo campo. Il potenziale di una combinazione tra il patrimonio di pesca artigianale e tradizionale e l'offerta turistica del distretto di Durrës è innegabile. Per questo motivo, è necessario definire un quadro operativo riguardante: lo sviluppo di itinerari e pacchetti, la fissazione di limiti stagionali, la definizione dei prezzi e l'attuazione di politiche di sostegno a livello nazionale e locale.

Valutazione della Fattibilità

La decisione di costituire un'impresa di *FishingTourism* richiede una valutazione preliminare dei potenziali vantaggi e svantaggi dell'iniziativa imprenditoriale, in grado di tenere conto di fattori economici e personali e delle esigenze della comunità locale. Questo può aiutare a prevedere gli ostacoli e a definire un'azione orientata alla gestione di situazioni sia positive che negative.

Vantaggi potenziali

(fonte: Farnet)

- Aumento e diversificazione del reddito dei pescatori; occupazione nella zona; maggiore contributo delle imposte allo sviluppo delle infrastrutture locali.
- Promuovere il consumo di pesce locale e dei prodotti locali in generale
- Preservare l'ambiente marino e l'ecosistema
- Rafforzare la sostenibilità economica e ambientale della pesca, aumentare l'attrattiva di questo settore per le giovani generazioni.
- Migliorare il riconoscimento e la visibilità della pesca: sensibilizzare i consumatori sull'importanza della pesca sostenibile e sottolineare l'importanza della pesca per l'identità e l'attrattiva di una zona.
- Migliorare la cooperazione sul territorio attraverso il coinvolgimento delle autorità pubbliche e degli attori locali.

Svantaggi potenziali

(fonte: Farnet)

- Concorrenza per le scarse risorse, in termini di approvvigionamento ittico, spazio, infrastrutture, personale
- Reddito insufficiente e incerto, lavoro stagionale

In aree con un settore turistico forte o in via di sviluppo:

- Investimenti interni all'area delle grandi imprese non locali: il reddito generato non rimane nell'area.
- Turismo su larga scala: importazione o esclusione del personale e delle risorse locali, minore attenzione alla qualità e alla sostenibilità.
- Pressione, conflitti settoriali e danni ambientali dovuti all'alta attività turistica
- mercificazione dei beni locali: i valori e gli stili di vita locali rischiano di essere adattati e deformati alla domanda turistica.

Fattibilità Economica

Garantire l'equilibrio economico e la creazione di profitto è al centro di un'azienda di successo. Naturalmente, i costi devono essere sottratti dai ricavi per creare profitti.

Tutte le attività legate ad un'azienda comportano dei costi. La creazione e la distribuzione del valore, il rapporto con i clienti, il marketing e la promozione sono tutte attività che implicano l'insorgenza di costi. Questi costi possono essere calcolati dopo la definizione di Risorse Chiave, Attività Chiave e

Partner Chiave. L'identificazione dei costi, sia fissi che variabili, nonché la definizione di una strategia per bilanciare e gestire tali costi è essenziale per la sopravvivenza dell'attività.

Struttura dei costi (CST):

- Carburante
- Costi di manutenzione della nave
- Il personale
- Assicurazioni
- Adattamento delle navi e dispositivi di sicurezza
- Materiale informativo
- Spese per provvigioni
- Certificati e licenze
- Costi di pubblicità
- Commissione per le prenotazioni
- Tasse e previdenza sociale

Flussi di entrate (RS):

La principale fonte di entrate di FishingTourism è la vendita di biglietti. Il prezzo dipende dalla struttura dei costi. Infatti, maggiori costi di carburante, assicurazione, orario di lavoro, determinano la necessità di prezzi più elevati. Pertanto, FishingTourism si concentra sulla valorizzazione dell'esperienza piuttosto che sulla deflazione dei prezzi per attirare i clienti.

Il costo complessivo della giornata di pesca turistica deve essere suddiviso tra il numero di turisti a bordo. Più basso è il numero di turisti che la nave può ospitare, più alto dovrebbe essere il prezzo. Pertanto, un numero minore di turisti a bordo potrebbe essere dannoso per la sopravvivenza dell'impresa e richiedere una valutazione e una pianificazione supplementari.

Analisi SWOT

Sia la progettazione che l'implementazione di *FishingTourism* sono state preziose opportunità per l'identificazione di Punti di Forza, Debolezze, Opportunità e Minacce del Modello di Business. Questi punti possono essere riassunti attraverso un'analisi SWOT.

S STRENGTHS	W WEAKNESSES	O OPPORTUNITIES	T THREATS
Capitalizzazione delle competenze che il pescatore già possiede e delle risorse e delle strutture del territorio.	Necessità di sviluppare capacità personali e sociali Necessità di una	Proporre un "motivo di soggiorno" ai turisti che già visitano i territori Ulteriore vendita di	Mancanza o insufficienza di pesce pescato per tutti i turisti - necessità di ulteriore pesce o altro

<p>Approfittare della presenza di turisti già in visita al territorio</p>	<p>strategia di comunicazione adeguata e di un'organizzazione logica delle attività.</p> <p>Necessità di una promozione territoriale congiunta degli itinerari</p>	<p>foto o video dell'esperienza</p> <p>Cucinare il pescato o realizzare un breve corso di cucina per imparare le ricette tradizionali</p> <p>Servizio di ritiro, migliore qualità di bevande e snack, gadget</p> <p>Servizio di hosting aggiuntivo fornito dai pescatori ai turisti attraverso le piattaforme di prenotazione online</p>	<p>cibo.</p> <p>Fattori incontrollabili: meteorologici, legali, legali</p> <p>Rischio di squilibrio finanziario dei costi e dei ricavi</p>
---	--	--	--

Allegato I: Documento di raccomandazione

Guida pratica e toolbox per l'implementazione del Modello di FishingTourism

Estratto della documento 4.2.3

Questa guida pratica e toolbox ha lo scopo di facilitare la diffusione del modello di turismo della pesca in tutta l'area MED, fornendo raccomandazioni operative e pratiche alle autorità locali e ai pescatori che desiderano implementare le attività di pesca turistica.

Il documento contiene **raccomandazioni su come attuare il modello di turismo della pesca** e misure appropriate che ne facilitano la realizzazione secondo i criteri stabiliti **per proteggere l'ecosistema marino e le risorse ittiche**.

I partner di TOURISMED hanno accettato di progettare questo documento di raccomandazione come **guida pratica e quadro metodologico operativo** per l'attuazione del modello di turismo della pesca a livello locale. Contiene:

- Una **nota metodologica sintetica e chiara** che descrive **passo dopo passo** le azioni da attuare,
- Un toolbox** che raccoglie tutti i documenti, gli strumenti e le linee guida prodotte durante il progetto TOURISMED che potrebbero essere utili sul campo per permettere il raggiungimento di ogni fase.

Raccomandazioni alle autorità locali e agli stakeholder collettivi

Questa prima parte si rivolge alle organizzazioni (cooperative di pescatori, gestori di destinazioni turistiche, autorità locali, ecc.) che desiderano sviluppare e consolidare le attività e l'offerta turistica della pesca sul loro territorio. Descrive, passo dopo passo, le azioni da attuare e le raccomandazioni metodologiche e pratiche per assicurare l'efficacia delle azioni.

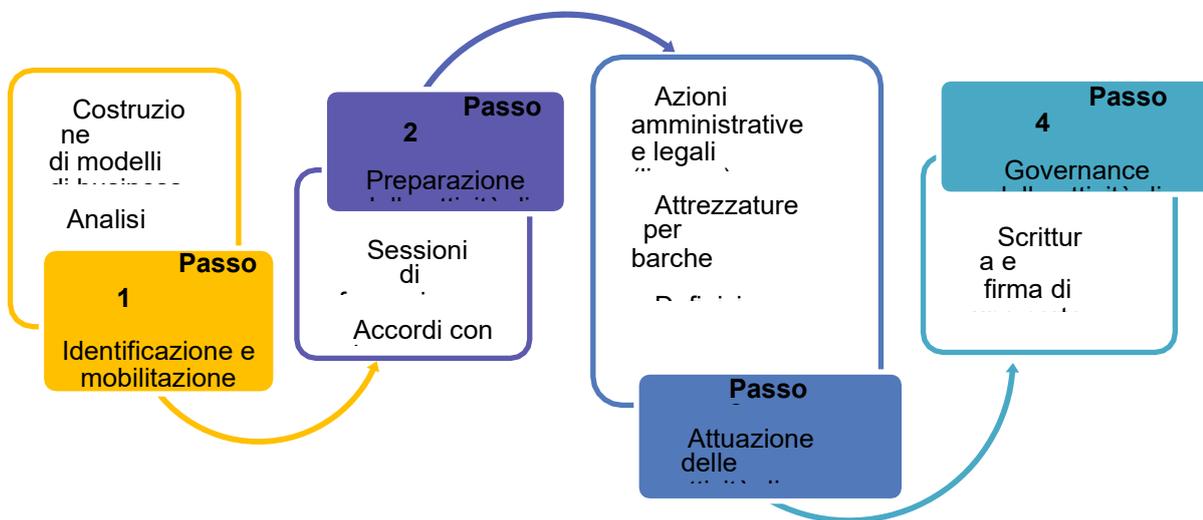


Figura 1: Fasi operative da seguire per lo sviluppo del turismo della pesca nel vostro territorio

FASE 1: Identificazione e mobilitazione delle parti interessate.

Azioni da attuare:

- ✓ **Adattamento del modello di business:** Uno dei principali risultati turistici è un modello di business per il turismo della pesca, che potrebbe essere adattato alle specificità locali. L'adattamento di questo modello permetterà di identificare gli aspetti centrali dell'attività di pesca turistica locale concentrandosi su attività chiave, risorse chiave, value proposition, relazioni con i clienti e segmenti, partner chiave, struttura dei costi e flussi di reddito.
- ✓ **Analisi territoriale:** Uno stato dell'arte fornirà informazioni sulla misura in cui il turismo della pesca è praticato sul territorio, mentre uno studio di fattibilità identificherà le informazioni chiave sulle specificità locali, come ad esempio: Caratteristiche delle risorse naturali e culturali; Considerazioni ambientali; Processi di autorizzazione e approvazioni necessarie; Sicurezza; Sostenibilità economica.
- ✓ **Focus group:**), secondo un approccio partecipativo, al fine di: promuovere l'impegno degli attori locali, ma anche di valutare come collegare il modello imprenditoriale del turismo della pesca con le specificità, le esigenze e le potenzialità locali legate al turismo della pesca.

Raccomandazioni:

- In questa fase, è **fondamentale pianificare le attività con tutta la comunità delle parti interessate**, in particolare con le associazioni e le organizzazioni dei pescatori. Fare attenzione a coinvolgere le organizzazioni collettive, avrà un effetto diretto in termini di fiducia, fiducia e legittimità.
- Non dimenticate di **invitare al primo incontro altri attori chiave indirettamente interessati, come ristoranti, alberghi, tour operator, autorità locali o anche rivenditori di pesce**. Devono far parte del gioco e contribuiranno direttamente al successo dei prodotti del turismo della pesca. È possibile evidenziare/ricompensare il loro impegno affiggendo loghi e adesivi nei posti dell'azienda.
- In questa fase iniziale, **cercare di individuare un leader, la persona buona che sia in grado di mobilitare e guidare la comunità** degli stakeholder coinvolti: potrebbe essere lo stakeholder che commercializzerà / commercializzerà il prodotto del turismo della pesca, nonché un pescatore.

Strumenti, modelli e linee guida:

- Raffinato modello di business del turismo della pesca (En)
- Linea guida per l'analisi territoriale (En)

Risultati utili, esempi e documenti:

- Rapporto di analisi territoriale (En)

FASE 2: Preparare le attività di pesca turistica

Azioni da attuare:

- ✓ Sessioni di formazione: Si raccomanda vivamente di organizzare corsi di formazione per i pescatori, per trattare argomenti legati al turismo della pesca: Procedure formali di autorizzazione, Misure sanitarie e di sicurezza a bordo delle navi da pesca, Norme di sicurezza della navigazione, Norme igienico-sanitarie e sanitarie relative alla manipolazione e allo stoccaggio dei prodotti alimentari, Misure di primo soccorso, Gestione di un'impresa di pesca turistica: aspetti burocratici e amministrativi, Nozioni di promozione e commercializzazione per il settore turistico e alberghiero, Biologia delle principali specie commerciali locali e conservazione degli ecosistemi marini e delle risorse ittiche, Principi di smaltimento dei rifiuti e norme ambientali per la salvaguardia del mare, Sistemi di pesca comuni e tradizionali e attrezzi rilevanti per il turismo della pesca.
- ✓ Accordi con i pescatori: al fine di assicurare il coinvolgimento dei principali stakeholder nello sviluppo di un prodotto turistico-pesca territoriale, si raccomanda vivamente di sottoscrivere accordi con: pescatori e/o organizzazioni della pesca (al fine di assicurare il coinvolgimento diretto del target group specifico che rappresentano, nelle attività), ma anche con potenziali partner e stakeholder esterni, che vogliono contribuire attivamente alla costruzione di un prodotto turistico-pesca integrato nel territorio.

Raccomandazioni:

- Per assicurare il successo dei corsi di formazione, **assicuratevi che il vostro approccio pedagogico mantenga l'attenzione dei pescatori**, utilizzando materiali attraenti, approccio interattivo e partecipativo.
- L'efficacia delle sessioni di formazione sarà aumentata se **il formatore è egli stesso un pescatore o un professionista del settore della pesca.**

Strumenti, modelli e linee guida:

- Accordo con il modello di pescatore (En)
- Linea guida del programma di formazione (En)
- Manuale per formatori (En, It, Fr, Al, Sp, El)
- Manuale per tirocinanti (En)
- Modello di certificato (En)

Risultati utili, esempi e documenti:

- Materiale di formazione (It, Fr, Al, Al, Sp, El)
- Certificati (It, Fr, Al, Al, Sp, El)

FASE 3: Attuazione delle attività di pesca-turismo

Azioni da attuare:

In questa fase, la vostra organizzazione dovrebbe sostenere i pescatori coinvolti nella preparazione, nell'attuazione e nella gestione delle attività di pesca turistica; essa comprende un supporto tecnico e amministrativo:

- ✓ Acquisto di licenze e rispetto dei requisiti legali
- ✓ Attrezzature per barche
- ✓ Definizione e realizzazione degli itinerari
- ✓ Integrazione degli itinerari sulla piattaforma
- ✓ Promozione e comunicazione degli itinerari

Raccomandazioni:

- Per ottenere la licenza di pesca turistica**, verificare la **capacità di utilizzo del materiale VHF**.
- A monte dell'equipaggiamento delle imbarcazioni, **consultare e associare gli organismi di certificazione e le autorità pubbliche**, per essere sicuri che **convalideranno l'equipaggiamento**.
- Nella **progettazione degli itinerari di pesca turistica**, sarà importante **associare e coinvolgere gli operatori turistici**: essi conoscono meglio i centri di interesse e le abitudini di consumo dei turisti, e saranno di buon consiglio per la progettazione dei pacchetti turistici, **per essere sicuri che il prodotto turistico attirerà i turisti**.

Strumenti, modelli e linee guida:

- Linea guida metodologica per i test pilota (En)
- Modelli di itinerari (En)
- Modello di pannello interpretativo (En)
- Segno all'aperto (En)
- Loghi e materiali di marca (En)
- Modello di indagine sulla soddisfazione del cliente (En)

Risultati utili, esempi e documenti:

- Piani di itinerari (En, It, Fr, Al, Al, Sp, El)
- Pannelli di interpretazione locale (En, El)
- Brochure e volantini locali (En, It)

FASE 4: Governance delle attività di pesca e turismo

Azioni da attuare:

- ✓ **Redazione e firma di una carta consortile locale:** per assicurare nel tempo la qualità costante e la sostenibilità delle attività di pesca turistica nel vostro territorio, è fondamentale costruire un consorzio locale (cioè un'organizzazione multi-stakeholder) che si occuperà della gestione delle attività di pesca turistica e dei prodotti da voi sviluppati sul territorio. Il processo di costruzione del consorzio dovrebbe includere la negoziazione e la co-scrittura di una carta locale che mira a regolare i ruoli, le funzioni e il sistema operativo di tale consorzio locale.

Raccomandazioni:

- La carta del consorzio locale dovrebbe essere redatta congiuntamente secondo un approccio partecipativo**, coinvolgendo tutte le parti interessate, al fine **di garantire l'impegno a lungo termine delle parti firmatarie** ed evitare un semplice "effetto opportunità".
- Le regole, gli impegni reciproci e il processo di controllo dovrebbero essere negoziati e decisi direttamente dalle parti firmatarie:** esse accetteranno i vincoli che hanno scelto meglio di quelli imposti da un'autorità superiore.

Strumenti, modelli e linee guida:

- Linea guida per gli accordi di pesca e turismo (En)

Risultati utili, esempi e documenti:

- Carte locali (It, Fr, Al, Al, Sp, El)

Raccomandazioni ai pescatori

Questa seconda parte della nostra guida pratica è rivolta ai pescatori che desiderano praticare la pesca turistica in un territorio dove esiste già un'autorità/ente preposto alla gestione e al coordinamento del turismo ittico locale (ente pubblico, gestore della destinazione turistica, consorzio locale di pesca turistica, cooperativa di pesca turistica, ecc.) Esso illustra, passo dopo passo, le azioni che i pescatori devono attuare e alcune raccomandazioni tecniche relative alle condizioni locali per la pratica del turismo della pesca.

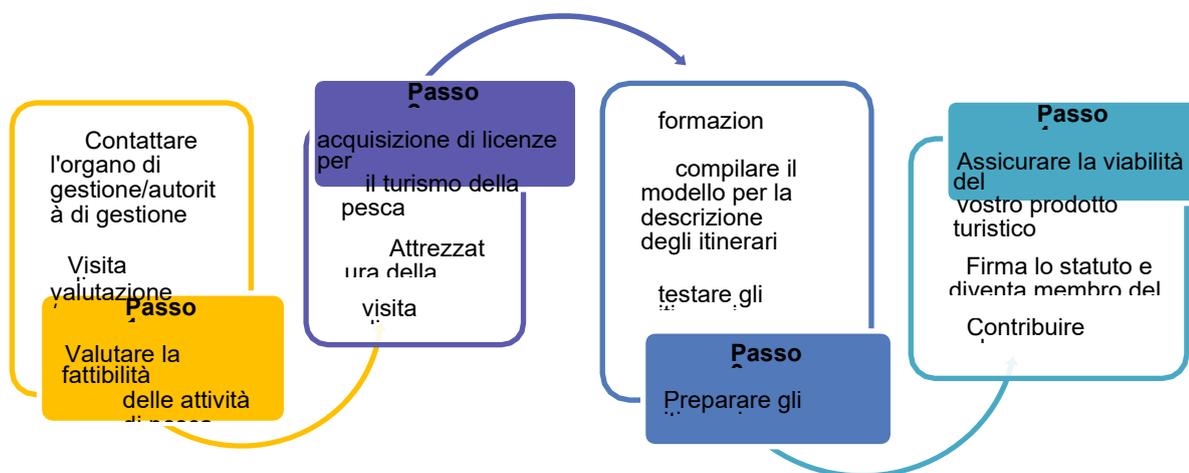


Figura 2: Misure operative che i pescatori devono seguire per la pratica del turismo della pesca

Raccomandazioni specifiche per Valencia (Spagna)

Fase 1 - Valutare la fattibilità delle attività di pesca turistica

Risorsa persona da contattare per consulenza e supporto: Carolina Navarro Correcher, Area Manager della Fundacion Valenciaport, Muelle del Turia s/n, +34 687 687 629 583.

Contatti dell'amministrazione responsabile: Generalitat Valenciana, Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, C/ DE LA DEMOCRACIA, 77 - Valencia, +34 961247178.

Fase 2 - Ottenimento della licenza di pesca turistica

Vincoli giuridici da rispettare per praticare il turismo della pesca e per ottenere la licenza:

Il regolamento giuridico per questa attività è stabilito dal regio decreto 56/2017, del 28 aprile, "del Consell, por el que se regulan las medidas para la diversificación pesquera y acuícola en la Comunitat Valenciana".

1. 4. Oltre alle persone fisiche, le seguenti persone giuridiche possono svolgere una qualsiasi delle attività il cui obiettivo principale è uno o più degli scopi di cui al paragrafo 3:

- ✓ Entità commerciali costituite da titolari di autorizzazioni, concessioni o licenze di cui al paragrafo 2, lettera a), associazioni di pescatori o organizzazioni di produttori ittici.
- ✓ Le imprese di servizi connessi alle attività turistiche, ricreative, educative o culturali contemplate dal decreto, nonché i titolari delle autorizzazioni, concessioni o licenze di cui al paragrafo 2, lettera a), le associazioni di pescatori o le organizzazioni di produttori, mediante

un accordo in cui i membri del settore della pesca hanno una percentuale decisionale superiore al 50 %.

- ✓ Entità commerciali costituite da società di servizi connessi allo sviluppo delle attività turistiche, ricreative, educative o culturali di cui al presente decreto, nonché dai titolari di autorizzazioni, concessioni o licenze di cui al paragrafo 2, lettera a), del presente articolo, da associazioni di pescatori o da organizzazioni di produttori, purché più del 50 % delle azioni o delle partecipazioni dell'ente appartengano a membri del settore della pesca.

2. Requisiti generali che devono soddisfare le persone fisiche o giuridiche che desiderano svolgere tali attività:

a) essere titolari di un'autorizzazione, concessione o licenza professionale per la pesca, l'acquacoltura o la molluschicoltura.

b) redigere una relazione descrittiva delle attività che intendono svolgere e dei mezzi tecnici e delle risorse tecniche da utilizzare a tal fine.

c) disporre delle corrispondenti polizze e assicurazioni a seconda dell'attività, in particolare le seguenti:

- ✓ Copertura della responsabilità civile del personale esterno all'imbarcazione quando l'attività si svolge a bordo di un peschereccio professionale.
- ✓ Copertura della responsabilità civile per il personale al di fuori del recinto quando l'attività si svolge in un impianto.
- ✓ Assicurazione di responsabilità civile che copre tutti i partecipanti all'attività quando l'attività si svolge a terra nell'ambito del turismo marino.

3. Requisiti complementari che devono essere soddisfatti dai richiedenti, nel caso in cui le attività si svolgano a bordo delle navi:

- ✓ Essere iscritti e registrati nel registro generale della flotta peschereccia.
- ✓ Certificare il rispetto di tutte le condizioni stabilite dall'articolo 74 ter della legge 3/2001, del 26 marzo 2001, sulla pesca marittima di Stato, nel caso in cui venga esercitata l'attività di pesca-turismo.

Lo svolgimento di attività di pesca turistica deve rispettare le seguenti condizioni di sicurezza:

- ✓ Esse devono essere effettuate nel rispetto delle condizioni previste dalla normativa specifica di attuazione della modalità di pesca, per quanto riguarda gli orari, i calendari, i limiti di cattura e le zone autorizzate.
- ✓ Deve essere disponibile un'assicurazione di responsabilità civile valida o altra garanzia finanziaria equivalente a copertura di eventuali danni all'intero passaggio, in conformità con i requisiti di cui all'articolo 74ter della legge 3/2001, del 26 marzo sulla pesca marittima di Stato, aggiunta dalla legge 33/2014 del 26 dicembre.
- ✓ Le imbarcazioni avranno gli elementi di salvataggio e di sicurezza in numero e tipologia sufficienti per tutte le persone che si imbarcano. La cassetta di pronto soccorso a bordo deve essere adeguata al tipo di navigazione effettuata dall'imbarcazione.
- ✓ Il comandante della nave è responsabile delle condizioni di sicurezza in cui avviene l'imbarco dei passeggeri. L'imbarco di minori non è consentito senza l'autorizzazione scritta del padre, della madre o del tutore o di persone che necessitano di assistenza speciale in condizioni non compatibili con l'esercizio sicuro dell'attività.
- ✓ La nave deve disporre di mezzi di accesso sicuri per il passaggio.

- ✓ L'attività di pesca può essere esercitata solo dall'equipaggio della nave. La manipolazione degli attrezzi da pesca e degli elementi ausiliari può essere effettuata esclusivamente dall'equipaggio. Tali operazioni devono essere effettuate in qualsiasi momento tenendo presente la presenza a bordo di passeggeri che non hanno dimestichezza con l'attività di pesca. Qualora il tipo di attrezzo, di manovra o di attività specifica lo renda necessario, per motivi di sicurezza, a bordo devono essere previsti spazi liberi da pericoli e l'accesso a determinate zone della nave è vietato durante le manovre a rischio.
- ✓ Tutte le informazioni sulla nave, le misure di sicurezza da rispettare e le condizioni alle quali l'attività deve essere svolta devono essere fornite per iscritto al passeggero prima dello sbarco. Tali informazioni sono trasmesse anche oralmente e in modo comprensibile.
- ✓ Il comandante della nave ha la responsabilità di garantire che le condizioni meteorologiche e operative della nave siano adeguate allo svolgimento dell'attività,
- ✓ Il passeggero deve sempre indossare il giubbotto di salvataggio e le altre caratteristiche di sicurezza necessarie per il tipo di attività svolta sulla nave in cui si svolge la pesca turistica.
- ✓ Indipendentemente dalle limitazioni imposte dai certificati della nave, dalle sue condizioni costruttive, dalle condizioni operative e dagli elementi di sicurezza e di salvataggio, il numero massimo di passeggeri consentito non deve superare:
 - Per imbarcazioni fino a 8 metri di lunghezza, 2 persone.
 - Per le imbarcazioni di lunghezza superiore a 8 metri fino a 12 metri, 4 persone.
 - Per navi o barche oltre i 12 metri fino a 20 metri di lunghezza, 8 persone.
 - Per navi o imbarcazioni di lunghezza superiore a 20 metri, 12 persone.
- ✓ Nel caso in cui l'attività sia svolta da imbarcazioni ausiliarie e da trasporto, rispettivamente dal quarto e dal sesto elenco del registro delle navi, che accompagnano le navi durante una parte della pesca senza praticare la pesca estrattiva, i limiti saranno:
 - Per imbarcazioni fino a 8 metri di lunghezza, 4 persone.
 - Per le imbarcazioni di lunghezza superiore a 8 metri e fino a 12 metri, 8 persone.
 - Per le navi di lunghezza superiore a 12 metri e fino a 20 metri, 12 persone.
 - Per le navi di lunghezza superiore a 20 metri, 14 persone.

Nel caso in cui fossero necessari, i lavori di adeguamento della nave per questa attività saranno trattati come un ammodernamento, come previsto dal Regio Decreto 1549/2009, del 9 ottobre, sulla gestione del settore

della pesca e l'adeguamento al Fondo europeo per la pesca o norma che lo sostituisce, senza poter aumentare, in ogni caso, la capacità della nave, né in GT né in Kw, così come la capacità di pesca.

Le disposizioni normative possono stabilire i tempi, i tempi e le zone autorizzate a svolgere attività di dimostrazione della pesca, intese come attività svolte con attrezzi o attrezzi da pesca professionali che possono portare alla cattura di prodotti della pesca.

Ad esempio, l'elenco delle attrezzature per le attività pilota condotte a Xávea è stato:

- ✓ PROGETTO DI INGEGNERIA NAVALE
- ✓ ABBANDONO DEI GIUBBOTTI DI SALVATAGGIO
- ✓ GIUBBOTTI AUTOGONFIABILI CON RADIOFARO
- ✓ TUTE DA IMMERSIONE
- ✓ PASSERELLA (DEVE ESSERE LARGA 38 CM) 0,38*2
- ✓ GILET DI ABBANDONO DEL BAMBINO
- ✓ SEGNALAZIONE (1 set completo)

- ✓ maniglie 30 CM
- ✓ Carburante

Fase 3 - Preparazione degli itinerari

Sessione di formazione e sostegno ai pescatori:

Le associazioni di pescatori possono contattare la Turisme Comunitat Valencia per aiutarli in questo compito. Turisme Comunitat Valencia ha un programma, CreaTurisme, che mira a sviluppare tutta una serie di azioni per accelerare i prodotti turistici che ampliano il catalogo di offerte creative, esperienziali, diversificate, sostenibili e stagionali, oltre a promuovere nuovi prodotti turistici di interesse, come Sailor o Fishing Tourism.

La frequenza della sessione dovrebbe essere decisa tenendo conto del numero di pescatori interessati. Consigli e raccomandazioni per la preparazione e l'organizzazione di nuovi itinerari:

Ci sono un sacco di potenziale su questa nuova attività turistica. Gli itinerari devono tener conto del periodo dell'anno, delle condizioni nautiche e meteorologiche, della posizione (le città o le zone turistiche sono più appropriate).

La visita guidata dovrebbe includere:

- ✓ Accoglienza
- ✓ Introduzione dell'equipaggio di pesca
- ✓ Spiegazione del programma giornaliero (ora di salatura, direzione, ora di pesca, ora di arrivo)
- ✓ Misure di sicurezza
- ✓ Tour attraverso la nave
- ✓ Spiegazione dei metodi di pesca
- ✓ Spiegazione delle principali specie marine
- ✓ Altre attività necessarie per l'attività di pesca (manutenzione della nave, selezione e preparazione.... del pesce)
- ✓ Spiegazione dell'asta ittica
- ✓ chiusura e addio

Fase 4 - Assicurare la fattibilità delle vostre attività di pesca turistica

Diventa membro del consorzio di pesca turistica locale:

Si prega di contattare Carolina Navarro all'indirizzo cnavarro@fundacion.valenciaport.com Promuovi i tuoi itinerari sulla piattaforma
www.fishingtourism.net

La piattaforma turistico-turistica TOURISMED è un prezioso strumento di promozione nei servizi degli operatori economici locali (pescatori, agende di viaggio, ristoranti). Ma per essere attraente per i turisti e gli utenti del web, la piattaforma dovrebbe promuovere solo informazioni aggiornate sugli itinerari, i costi e i recapiti dei pescatori. Assicuratevi che le informazioni relative ai vostri itinerari siano regolarmente aggiornate.

Raccomandazioni specifiche per la Corsica (Francia)

Fase 1 - Valutare la fattibilità per lo sviluppo di attività di pescatourism

Persona di riferimento: Rémi BELLIA, Petra Patrimonia Corsica, 2 Chemin de l'Announciade - 20200 Bastia, + 33 (0)4 95 38 38 38 05 70

Periodo 2 - Ottenimento della licenza di pescatourisme

Vincoli legali da rispettare per praticare il pescatourism ed ottenere la licenza:

La regolamentazione del pescatourism è disciplinata in Francia dal capitolo 10 della divisione 227 del decreto del 13 marzo 2012 che modifica la divisione 226, relativa alla sicurezza delle navi da pesca armata di lunghezza pari o superiore a 12 metri ma inferiore a 24 metri, e la divisione 227, per la sicurezza delle navi da pesca armata di lunghezza inferiore a 12 metri, con la rispettiva creazione dei capitoli 9 e 10.

Il pescatourism è un'attività regolamentata come parte delle attività di pesca professionale. Solo una nave titolare di una licenza di esercizio marittimo può farlo.

Le condizioni sono state integrate, sul lungomare, dalle dottrine delle Direzioni marittime interregionali durante le Commissioni regionali per la sicurezza.

Nel Mediterraneo, le condizioni meteorologiche devono essere specificate in funzione delle dimensioni della nave:

- Per le navi con cabina, le condizioni meteorologiche sono a discrezione del comandante,
- Per le imbarcazioni da 8m50 a 12m, senza cabina, le condizioni meteorologiche sono limitate alla forza del vento 3 e a mari agitati o leggermente agitati,
- Per le navi da 7m a 8m50 con o senza cabina, le condizioni meteorologiche sono limitate alla forza del vento 3 e a mari agitati o leggermente agitati,
- Per le navi di lunghezza inferiore a 7 metri, le condizioni meteorologiche sono limitate alla forza del vento 3 e alla forza del vento, mentre la navigazione in quarta categoria è limitata a 5 miglia dal porto di partenza e a 1 miglio dalla costa.

Per praticare il pescatourism, un pescatore deve chiedere alla DIRM del Mediterraneo un file di richiesta di attività di "pescatourism". Prima di completarla, egli deve chiedere al centro di sicurezza navale DIRM un'ispezione speciale della sua nave per valutare la conformità delle sue condizioni e attrezzature con le condizioni della divisione 227.

A seguito di tale visita, il capopesca deve presentare il fascicolo di domanda debitamente compilato, corredato dei documenti richiesti:

- Permis de navigation du navire
- Rapporto sulle visite di sicurezza
- Relazione sulla visita dell'Agenzia nazionale delle frequenze
- Fattura per l'acquisto di Abbigliamento flottante integrato (giubbotto di salvataggio)
- Documento unico di prevenzione
- Certificato di assicurazione civile professionale per il trasporto di passeggeri
- Copia del ruolo dell'equipaggio
- Copia della decisione sul personale
- Schema delle aree di lavoro su un estratto della mappa

Shom Vincoli riguardanti l'attrezzatura e la disposizione della

nave:

L'equipaggiamento obbligatorio è il seguente:

- Un numero sufficiente di reggiseni di sicurezza per il numero di passeggeri consentito a bordo,
- Abbigliamento galleggiante, sufficiente per il numero di passeggeri consentito a bordo, con obbligo di indossare per i passeggeri,
- Kit medico C (divisione 217),
- Abbastanza drone di soccorso a seconda del numero di membri dell'equipaggio e dei passeggeri,
- WC obbligatorio per qualsiasi viaggio in mare di più di 6 ore,
- Equipaggiamento della nave, radio VHF DSC,
- Sistema di arresto di emergenza del motore,
- Barriera di sicurezza con un'altezza di 1m sul posto a sedere dei passeggeri,
- Un sedile fisso (rimovibile) per passeggero con una larghezza libera di 45 cm (spazio autorizzato in cabina),
- Un'area dedicata al turista durante le manovre speciali, con un minimo di 0,5 m2 a persona.

Fase 3 - Preparazione dei percorsi e delle escursioni

Sessioni di formazione :

Ogni anno, durante i mesi invernali, durante la bassa stagione di pesca, si possono tenere sessioni di formazione di una giornata per tutti i nuovi capi di pesca che desiderano praticare il pescatourism.

Questi corsi di formazione potrebbero essere organizzati o dal Comitato regionale delle Pêches Maritimes et des Elevages Marins de Corse, che ha competenza esclusiva per la pesca in tutta la Corsica, o dai tribunali della pesca dei porti e dei distretti marittimi di Ajaccio, Bastia, Calvi e Bonifaccio.

Tuttavia, queste organizzazioni non hanno le risorse finanziarie per fornire ogni anno tale formazione. Il sostegno potrebbe essere fornito dai comuni portuali o da gruppi di comuni (Pôle d'Equilibre Territorial et Rural, communauté d'agglomération). Tuttavia, la questione delle risorse finanziarie rimarrebbe la condizione per la loro realizzazione.

Consulenza nella scelta degli itinerari e nell'organizzazione delle escursioni:

Qualsiasi attività di Pescatourism deve essere integrata nel suo territorio. La scoperta della professione di maestro di pesca a bordo della nave deve tener conto della storia del porto e della costa.

Inoltre, sarebbe opportuno che ogni nuovo pescatourista realizzasse il pescatourism secondo le sue abitudini di pesca, ma anche integrando un itinerario che potesse ripercorrere la storia della costa e dei pescatori locali: scoprire le spiagge dove i pescatori si fermavano per riposare, una cala frequentata da personaggi famosi (cantanti, attori...), un passaggio abituale di delfini o cetacei...

Per preparare questi itinerari è utile lavorare a stretto contatto con gli uffici turistici per avere tutte le informazioni necessarie o almeno per permettere al pescatore di completare le proprie conoscenze con i professionisti impegnati nella promozione del turismo locale.

Una prima gita, una sorta di eductour, può essere effettuata con agenti degli uffici turistici per testare la gita prima di ricevere i primi turisti.

Lo sviluppo di itinerari potrebbe portare alla formazione alla costruzione di un racconto sulla storia

della costa e/o del patrimonio portuale. Si tratta del problema dei mezzi necessari per raggiungerli.

In generale, i pescatori, per la passione per la loro professione e quando si impegnano in un approccio pescatouristico, sono buoni comunicatori della loro professione, che spesso illustrano con storie personali di storia familiare o aneddoti locali.

Fase 4 - Garantire la sostenibilità delle attività di pescatourism

Vers des chartes locales de pescatourisme ?

Una carta del pescatourism deve essere basata su un consorzio locale che sia trasversale ai campi di attività del pescatourism come attività di pesca professionale: comuni portuali, affari marittimi, organizzazioni professionali di pesca, organizzazioni per la promozione del turismo locale.

Per esperienza in Francia, è quando il pescatourism è curato dagli attori del territorio che funziona meglio, come ad esempio la SIBA del paese della Val de l'Eyre nel bastione di Arcachon.

Per la Corsica, i PETR e i comuni, compresi gli uffici del turismo, sono i più legittimi ad impegnarsi in un processo di charter.

Promuovi i tuoi itinerari sulla piattaforma www.fishingtourism.net

Una volta definiti gli itinerari, è importante comunicarli agli Uffici del Turismo e caricarli sulla piattaforma www.fishingtourism.net per promuoverli e raggiungere un pubblico più ampio. L'aggiornamento delle informazioni una volta all'anno, prima di ogni nuova stagione, è un requisito minimo.

Raccomandazioni specifiche per Rafina (Grecia)

Fase 1 - Valutare la fattibilità delle attività di pesca turistica

Risorsa persona da contattare per consulenza e supporto: Vassileios Tselentis, Università del Pireo, Karaoli & Dimitriou 80, Pireo, 18534, +306974022062.

Contatti delle amministrazioni responsabili:

Attica orientale e Atene settentrionale Settore Ufficio Pesca, 17 km Marathonos Avenue, Pallini, 15351, +302132005190

Unità regionale del Pireo, Ufficio Pesca, Psaron & Mpotsari 7, Drapetsona, 18648, +302131602662.

Fase 2 - Ottenimento della licenza di pesca turistica

Lista di controllo dei vincoli legali da rispettare per praticare il turismo della pesca e per ottenere la licenza:

- Possedere un peschereccio professionale fino a 15 metri max.
- Possedere una licenza di pesca professionale per gli attrezzi che esclude i pescherecci da traino e le sciabiche da spiaggia.
- L'imbarcazione deve essere conforme ai requisiti delle imbarcazioni da turismo professionali
- La prova di stabilità è effettuata con l'attrezzatura da pesca funzionante.
- Trasportare fino a 12 passeggeri
- Possedere un certificato di navigabilità
- Deve esserci spazio sufficiente per l'alloggio dei passeggeri senza ostacolare l'attività di pesca.

- Durante le battute di pesca, i pescatori professionisti dimostrano le tecniche di pesca conformemente alla legislazione nazionale o comunale vigente, utilizzando gli attrezzi e le tecniche definite nella licenza professionale della nave (esclusi i pescherecci da traino e le sciabiche da spiaggia). La licenza di pesca comprende anche l'attrezzatura che i passeggeri sono autorizzati a utilizzare.
- Gli attrezzi da pesca devono essere sistemati in modo da non ostacolare i movimenti liberi e sicuri dei passeggeri a bordo.
- I passeggeri possono pescare solo con ami su lenze di nylon (tirate dalla nave o calate dalla nave) senza supporto meccanico.
- I passeggeri possono partecipare alle attività di pesca solo se la loro sicurezza non è a rischio.
- Il capitano è responsabile della sicurezza dei passeggeri.
- È vietato l'imbarco per viaggi ricreativi con charter completo o gite giornaliere in mare.

Lista di controllo delle attrezzature che devono essere presenti a bordo per praticare il turismo della pesca:

- Attrezzatura da pesca (secondo la licenza professionale della nave)
- Creare spazio sufficiente per l'alloggio dei passeggeri senza ostacolare l'attività di pesca.
- Accogliere gli attrezzi da pesca in modo da non ostacolare i movimenti liberi e sicuri dei passeggeri a bordo.
- Luci di navigazione (per i viaggi notturni secondo gli obblighi portuali)
- Sistemi elettronici (radio, radar, ecoscandaglio, GPS, telefono satellitare, EPIRB) a seconda del tipo di imbarcazione.
- Giubbotti di salvataggio
- Salvagente rotondo con corda da 15 m.
- Fune di traino con ganci pronti per l'allacciamento (lunghezza minima 20 m.)
- Ancoraggio con corda e catena
- Ancoraggio galleggiante
- Razzi di segnalazione e segnali di fumo
- Telefono satellitare con batteria aggiuntiva
- Il fuoco distingue le attrezzature
- Attrezzature mediche
- Radio
- Pompe per acqua
- Jackknife
- Torcia elettrica con batterie aggiuntive
- remi
- Dispositivo galleggiante per il 50% dei passeggeri (a seconda del tipo di

imbarcazione) Lista di controllo dei vincoli legali da rispettare prima della partenza:

- Verifica delle responsabilità dell'equipaggio:
 - Adeguatezza dell'approvvigionamento di cibo, acqua e carburante
 - Macchine e parti elettriche
 - Sistemi elettronici (radio, radar, ecoscandaglio, GPS, telefono satellitare, EPIRB)
 - Estintore
 - Attrezzature di soccorso
 - Attrezzature di navigazione
 - Sterzo, motore e trasmissione (anche dopo la partenza)

- Pompe per acqua
- Generatore
- Sistemi di alimentazione di emergenza, luci e pompa antincendio
- Sistemi ad aria compressa
- Struttura della nave
- Scafo, boccaporti, corde, ancore, eliche
- Condizioni meteorologiche e previsioni del tempo/tide
- I pescatori devono garantire che l'imbarco/sbarco sia sicuro e contare i passeggeri in ogni imbarco/sbarco.
- I pescatori devono informare i passeggeri per motivi di sicurezza, intervenendo in caso di emergenza, attrezzature di soccorso, protezione solare (per le escursioni diurne), specie marine pericolose.

Fase 3 - Preparazione degli itinerari

Sessione di formazione e sostegno ai pescatori:

Nel caso in cui il consorzio potesse ottenere finanziamenti pubblici per l'organizzazione di sessioni di formazione, ciò consentirebbe al consorzio di offrire corsi sistematici. Stiamo considerando di consegnare materiale formativo prodotto all'interno di TOURISMED nel sito web del progetto o in altri siti web locali. Quando un nuovo pescatore mostrerà interesse per l'attività, sarà in grado di esaminare gli studi e il materiale formativo. In seguito, potremmo organizzare incontri più personalizzati per sostenere il nuovo pescatore nell'intero processo di ottenimento della licenza o di promozione della sua attività.

Consigli e raccomandazioni per la preparazione e l'organizzazione di nuovi itinerari:

A seconda del tipo di nuovi itinerari, i pescatori dovrebbero collaborare con le associazioni ambientaliste e culturali locali e con il comune in misura maggiore, al fine di sostenerli nell'etichettatura dei nuovi itinerari.

I nuovi itinerari devono essere organizzati in modo tale da essere conformi alle condizioni meteorologiche e di vento di ogni zona e di ogni mese. La stagione turistica è aperta da maggio a settembre ma non tutte le località costiere sono sicure e adatte alle famiglie per tutto il periodo estivo.

I pescatori dovrebbero tener conto del fatto che un biglietto tutto compreso è più conveniente per i turisti. Prima di pianificare l'itinerario, dovrebbero considerare i servizi e i costi potenziali, discuterne con le agenzie di viaggio e i ristoranti con cui vogliono collaborare, e poi pubblicizzare la loro giornata al mare ad un prezzo unico per persona/per famiglia.

I pescatori hanno bisogno di personale di lingua inglese per tutte le navi, indipendentemente dagli itinerari o dalla narrazione che scelgono. Ci sono naturalmente turisti greci, ma non potrebbero mai organizzare di avere solo clienti di lingua greca o solo turisti di lingua inglese. Quindi, hanno bisogno di personale che parli inglese tutto il tempo.

Lo storytelling può avere una serie di argomenti, come ad esempio:

- ✓ i metodi di pesca,
- ✓ il tipo di pesce locale, la biologia delle principali specie locali
- ✓ le difficoltà incontrate a seconda delle condizioni meteorologiche,
- ✓ il vero lavoro del pescatore dalla cattura del pesce fino alla vendita al mercato locale e ai ristoranti,
- ✓ ricette, prodotti ittici, dieta sana a base di pesce

- ✓ caratteristiche storico/culturali/naturali dei luoghi che visitano
- ✓ storia marittima locale

La narrazione non dovrebbe essere identica per tutti i viaggi di pesce e per tutti i turisti. Il personale dovrebbe comprendere gli interessi dei turisti e concentrarsi maggiormente sui temi che i turisti vorrebbero discutere e conoscere.

Fase 4 - Assicurare la fattibilità delle vostre attività di pesca turistica

Diventa membro del consorzio di pesca turistica locale:

Il Prof. Vassilis Tselentis sarà il responsabile del consorzio. Il processo (non ancora definito da tutti i membri) dovrebbe essere:

- a) discussione con il prof. Tselentis circa gli interessi del pescatore, area di pesca, itinerari, modalità di cooperazione con gli altri membri,
- b) completamento di una domanda,
- c) incontro con i membri esistenti,
- d) firma dell'accordo di cooperazione,
- e) fornire dettagli, offerte e immagini per il portale www.fishingtourism.net

Promuovi i tuoi itinerari sulla piattaforma www.fishingtourism.net

La piattaforma turistico-turistica TOURISMED è un prezioso strumento di promozione nei servizi degli operatori economici locali (pescatori, agende di viaggio, ristoranti). Ma per essere attraente per i turisti e gli utenti del web, la piattaforma dovrebbe promuovere solo informazioni aggiornate sugli itinerari, i costi e i recapiti dei pescatori.

I pescatori dovrebbero promuovere la piattaforma sui social media, sui siti web degli agenti turistici, sui siti web degli alberghi.

I pescatori dovrebbero verificare sistematicamente le informazioni fornite nella piattaforma e aggiornare il contesto. Inoltre, potrebbero aggiungere nuove immagini e commenti dei turisti.

Raccomandazioni specifiche per Trabia (Italia)

Fase 1 - Valutare la fattibilità delle attività di pesca turistica

Persona da contattare per consulenza e supporto: tutti i pescatori partecipanti di Trabia (consultare la piattaforma www.fishingtourism.net).

Dati di contatto dell'amministrazione responsabile: Capitaneria di Porto di Termini Imerese (Autorità Portuale), Via Lungomolo, 1, 90018 Termini Imerese PA, +39 091 814 1007

Fase 2 - Ottenimento della licenza di pesca turistica

Lista di controllo dei vincoli legali da rispettare per la pratica del turismo della pesca:

- Non oltre le 6 miglia per le navi autorizzate a pescare localmente sulla costa.

- Non oltre le 20 miglia per le navi autorizzate a praticare la pesca costiera stretta
- L'esercizio è consentito tutto l'anno tutti i giorni, compresi i giorni festivi, durante il giorno; se la nave è dotata di alloggi con le stesse caratteristiche di quelli previsti per l'equipaggio, anche di notte.
- Per il periodo dal 1° novembre al 30 aprile, le imbarcazioni devono essere dotate di alloggi, fissi o amovibili, per il ricovero sotto la copertura delle persone imbarcate.
- È consentita la partecipazione di turisti alle attività di pesca.

Lista di controllo dei vincoli legali da rispettare per ottenere la licenza:

Documenti da includere nella domanda:

- una copia delle note di sicurezza dell'imbarcazione;
- una copia della prova di stabilità e/o una copia della prova di stabilità occasionale;
- copia delle note di sicurezza, esclusivamente ai fini del turismo della pesca.

L'autorizzazione *non* ha una durata prestabilita per legge, ma dovrebbe essere rinnovata dopo la scadenza delle note di sicurezza per il turismo della pesca, ossia ogni tre anni. Tuttavia, ogni autorità portuale è libera di stabilire una scadenza per la licenza. ***Nel caso dell'Autorità Portuale di Termini Imerese, il rinnovo è richiesto ogni anno, rendendo insostenibile per il pescatore che è costretto ad impegnarsi in procedure burocratiche anno dopo anno.***

Oltre alle specifiche avvertenze di sicurezza per la pesca turistica, per il rilascio dell'autorizzazione è necessaria anche la prova pratica di stabilità effettuata dal RINA (Registro navale italiano).

L'autorizzazione di pesca-turismo deve essere rilasciata dal capo del compartimento entro sessanta giorni dalla presentazione della domanda.

Gli operatori del settore della pesca turistica sono tenuti ad aggiornare la documentazione di sicurezza e, in caso di modifiche delle caratteristiche tecniche della nave, a presentare una nuova domanda di autorizzazione.

In generale, l'Autorità Marittima richiede, al momento del rilascio dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività di pesca turistica, una polizza assicurativa a nome del proprietario, che deve essere estesa al capitano dell'imbarcazione e alle persone imbarcate, sulla base del numero massimo autorizzato. Il contratto di assicurazione deve avere per oggetto la copertura della responsabilità civile contro i danni che possono essere causati involontariamente alle persone a bordo, agli impianti portuali o a terzi, sia durante la navigazione che durante le operazioni in banchina.

La documentazione necessaria per il rilascio dell'autorizzazione al turismo della pesca e le note di sicurezza per il turismo della pesca devono essere presentate all'ufficio marittimo locale della capitaneria di porto:

- La domanda, conforme al bollo applicabile alla nave, deve essere riferita ad una sola nave e deve essere debitamente firmata dall'armatore;
- Licenza per navi più piccole e galleggianti, che certifica il servizio e la qualificazione dell'unità in corso di validità regolare;
- Scheda equipaggio, che certifica l'effettiva composizione dell'equipaggio in relazione al servizio prestato dall'unità. Al fine di garantire un livello di sicurezza ottimale, non sarà rilasciata alcuna autorizzazione di pesca turistica a unità armate con un solo membro dell'equipaggio. A tal fine, **un secondo membro dell'equipaggio dovrà essere imbarcato già al momento dell'emissione delle note di sicurezza per il turismo della pesca. Questo requisito è insostenibile per la maggior parte delle navi che hanno una capacità molto limitata.**
- Licenza di pesca, rilasciata dal Ministero delle risorse agricole, alimentari e forestali, Direzione generale per la pesca e l'acquacoltura, in corso di validità regolare, vale a dire la certificazione provvisoria per la pesca;
- Fotocopia del certificato Note di sicurezza per il servizio di pesca, valide per l'intero periodo. Per le navi di stazza inferiore a tre tonnellate deve essere fornita anche una copia delle avvertenze di sicurezza dell'unità;
- Fotocopia del certificato Note di sicurezza per il servizio Pesca Turismo. Nella stessa deve essere segnalato:
 - il termine di funzionamento, cioè un periodo, comunque compreso tra il 1o maggio e il 31 ottobre; se vi sono alloggi rimovibili per il ricovero coperto delle persone imbarcate, deve essere indicato e l'attività è consentita durante tutto l'anno;
 - il numero massimo di persone trasportate non deve essere superiore a 12;
 - la possibilità di un possibile utilizzo notturno;
 - l'esclusione dei sistemi di pesca TRAIN;
 - qualsiasi altra informazione richiesta dalla normativa vigente.
- Dichiarazione ai fini dell'emissione di note di sicurezza per il turismo della pesca, rilasciata dall'organismo riconosciuto, valida per un periodo regolare;
- Dichiarazione di prova pratica di stabilità ai soli fini della pesca, rilasciata dall'organismo riconosciuto, valida per un periodo regolare;
- Dichiarazione di prova pratica di stabilità ai soli fini della pesca turistica, rilasciata dall'organismo riconosciuto, in regolare corso di validità;
- Copia del rapporto di audit, se ci sono zattere di salvataggio autogonfiabili;
- Rapporto di prova/ispezione radiotelefonica, se del caso, in regolare validità;
- Licenza d'uso dell'impianto radiotelefonico di bordo, se del caso;
- Certificato limitato di operatore radiotelefonico per le navi di cui al Decreto 2005 per l'utilizzo delle apparecchiature radio di bordo;
- Fotocopia del vecchio permesso di pesca turistica, se rilasciato in precedenza;
- Assicurazione civile per terzi trasportati regolarmente in corso di validità per coprire i rischi e gli incidenti che possono verificarsi a bordo anche durante l'utilizzo dell'attrezzatura da pesca;
- Dichiarazione firmata dal comandante della nave sulla prevista esclusione del divieto di utilizzare sistemi di pesca a strascico durante la campagna di pesca turistica;
- Tasse addebitate per l'anno in corso;
- Timbro 14,62 euro da apporre sull'autorizzazione di pesca per il turismo.

Se viene richiesta l'emissione di note di sicurezza per il turismo della pesca, devono essere ricevuti i seguenti documenti:

- La domanda, in conformità con la prevista imposta di bollo relativa all'unità, si riferisce ad una sola unità, la stessa deve essere debitamente firmata dall'armatore;
- Rapporto di ispezione effettuato dall'ufficio locale, nello stesso deve attestare la presenza a bordo:
 - dei dispositivi di sicurezza di tipo collettivo e individuale, quest'ultimo riferito anche all'imbarco di bambini;
 - le attrezzature mediche previste dal decreto ministeriale 25 maggio 1988, n. 279;
 - della stazione radiotelefonica di tipo obbligatorio o dell'apparecchio VHF portatile in banda marina del tipo omologato MM.PP.TT. (indicando anche il tipo e il numero di serie);
 - attrezzature antincendio, segnalazione, segnalazione, ecc;
 - l'esistenza di quanto altro richiesto dalla normativa vigente in materia;
- Timbro 14,62 euro da apporre sulle note di sicurezza del certificato per il turismo della pesca;
- Fotocopia statica del certificato di pagamento delle tasse ai fini della visita effettuata per l'emissione di note di sicurezza per il turismo della pesca.

I controlli relativi all'esercizio della pesca turistica attraverso la verifica della documentazione (registri, fatture, ecc.), comprovante l'imbarco di persone a tali fini, non possono essere separati dai controlli più generali in banchina da parte dei rappresentanti delle autorità portuali.

Lista di controllo delle attrezzature che devono essere presenti a bordo per praticare il turismo della pesca:

- L'attrezzatura per il primo soccorso è richiesta dalla normativa vigente.
- Ogni barca deve essere dotata di un giubbotto di salvataggio con luce per ogni persona a bordo.
- Tutte le imbarcazioni autorizzate ad operare ad una distanza di oltre 3 miglia dalla costa, devono essere dotate di mezzi di salvataggio o zattere di salvataggio di capacità sufficiente per tutte le persone a bordo.
- Ogni nave, ad eccezione di quelle che operano entro un miglio dalla costa, deve inoltre essere dotata di salvagente. Il numero di salvagenti è proporzionale alle dimensioni del recipiente:
 - Meno di 10m: 1 salvagente anulare con linea galleggiante
 - uguale o superiore a 10 m e inferiore a 24 m:
 - 1 Salvagente ad anello dotato di una luce di accensione
 - formazione di fumo automatica e galleggiante
 - 1 salvagente anulare con linea di galleggiamento
 - uguale o superiore a 24 m:
 - 2 salvagenti dotati di luce di accensione
 - formazione di fumo automatica e galleggiante
 - 2 salvagente con linea flottante
- Tutte le imbarcazioni devono avere a bordo estintori, segnali di soccorso, bussola, carte nautiche dell'area e devono essere dotate di apparecchi radiotelefonici VHF, anche di tipo portatile.

Fase 3 - Preparazione degli itinerari

Sessione di formazione e sostegno ai pescatori:

Il consorzio può organizzare corsi di formazione e riunioni una volta all'anno o su richiesta specifica. Si

potrebbe anche includere l'opportunità di un programma di tutoraggio, al fine di trasferire le competenze di pesca turistica da un pescatore più esperto ad un altro attraverso la mediazione del consorzio locale.

Consigli e raccomandazioni per la preparazione e l'organizzazione di nuovi itinerari:

- Ottenere informazioni sui requisiti
- Mettetevi in contatto con i tour operator e i punti informativi locali
- Progettare un itinerario che includa tappe belle e storicamente rilevanti, e pianificare le tappe dell'itinerario in modo logico.
- Progettare itinerari multipli\options con diverse durate e punti focali per soddisfare le esigenze dei vostri clienti.
- Materiale di ricerca per lo storytelling
- Ricercare storie tradizionali e fatti storici relativi alle aree che si visitano.
- Sii chiaro e completo
- Essere aperti alle domande e all'interazione con i turisti.

Fase 4 - Assicurare la fattibilità delle vostre attività di pesca turistica

Diventa membro del consorzio di pesca turistica locale:

Contatti del consorzio rappresentante / manager: Agostino Vallelunga, Tel.: +39 328 2380161

Per diventare membro del Consorzio sarà fornita una scheda di adesione. Il modulo conterrà le informazioni di contatto e la dichiarazione di accordo sugli obiettivi e gli impegni del consorzio. Il Consiglio di Amministrazione approverà la domanda.

Promuovi i tuoi itinerari sulla piattaforma www.fishingtourism.net

- Includi quante più informazioni possibili nella tua registrazione online
- Utilizzare una bella immagine
- Aggiorna regolarmente le tue informazioni
- Controlla regolarmente i tuoi canali di prenotazione
- Messa in rete con altri pescatori (condividere consigli e idee).

Raccomandazioni specifiche per la Puglia (Italia)

Fase 1 - Valutare la fattibilità delle attività di pesca turistica

Risorsa persona da contattare per consulenza e supporto: Marialucrezia Colucci, vice presidente e responsabile per il turismo della Cooperativa Serapia, Via Mario Pagano, s.n. - Ostuni (BR), +39 328 647474719.

Contatti delle amministrazioni responsabili: Autorità Portuale - Sezione Pesca e Sicurezza, Viale Regina Margherita, 1 - Brindisi (BR), +39 0831 521022/23.

Fase 2 - Ottenimento della licenza di pesca turistica

Misure da rispettare per praticare il turismo della pesca e per ottenere la licenza:

- Invitare l'Organismo di certificazione (RINA/BureauVeritas) a visitare l'imbarcazione:
 - fornire indicazioni sui miglioramenti da apportare per ottenere l'autorizzazione;
 - eseguire prove di stabilità;
 - rilasciare un primo documento "Note di sicurezza" (che viene inviato - per informazione - anche all'Autorità Portuale)
- Acquistare l'attrezzatura necessaria e realizzare i miglioramenti richiesti all'imbarcazione
- Invitare l'autorità portuale (responsabile) a visitare la nave:
 - verificare il rispetto dei requisiti previsti dal documento "Safety notes" dell'Organismo di Certificazione;
 - emettere un secondo documento "Avvertenze di sicurezza";
 - rilasciare l'autorizzazione definitiva per la pesca-turismo

Lista di controllo delle attrezzature che devono essere presenti a bordo per praticare il turismo della pesca:

L'elenco esatto delle attrezzature e dei miglioramenti apportati alle navi dovrebbe essere verificato con l'organismo di certificazione, in quanto dipende dalle caratteristiche della nave e dal numero di persone da ospitare. In termini generali include normalmente:

- Giubbotti di salvataggio (per il numero di persone ammesse a bordo)
- Salvagenti di salvataggio, giubbotti di salvataggio, dan buoy
- Ratti gonfiabili di vita
- Kit di pronto soccorso
- Colpi d'angoscia
- Corde galleggianti
- Superfici di coperta non scivolose
- Bussole
- Dispositivi VHF
- Scala telescopica
- Estintori d'incendio
- Copertura della tenda da sole (ove possibile)
- EPIRB (per le navi di lunghezza superiore a 6 miglia)

Fase 3 - Preparazione degli itinerari

Sessione di formazione e sostegno ai pescatori:

Il rilascio della licenza di pesca turistica non richiede attualmente un certificato di formazione obbligatoria.

Non ci sono offerte di formazione prestabilite, ma su richiesta possiamo organizzare sessioni informative private. Non esitate a contattarci per ricevere dettagli sulle modalità e sugli eventuali costi.

Consigli e raccomandazioni per la preparazione e l'organizzazione di nuovi itinerari:

Raccogliere e valorizzare le storie e le fiabe della tradizione locale che riguardano il territorio circostante (su rocce, grotte, fari, ecc.).

Assicuratevi di avere e fornire informazioni corrette sull'ecologia marina del vostro territorio (il turismo della pesca è un'opportunità per trasmettere messaggi in termini di tutela ambientale, fenomeni naturali, specie ittiche e consumo di pesce, ecc.)

Si possono offrire tour di base o premium tour che ospitano biologi marini a bordo che potrebbero migliorare il servizio offerto al turista. Inoltre, possono permettervi di offrire il servizio in inglese, francese o spagnolo.

Preparare una serie di itinerari con diverse opzioni (con o senza pranzo, più o meno lungo o più breve) per rispondere alle esigenze dei turisti, ma assicuratevi di includere sempre la dimostrazione delle attività di pesca (altrimenti non si può chiamare "fishing tourism").

Utilizzare i social media per condividere le immagini dei viaggi. Possono rappresentare un plus per il turista a bordo (se danno il consenso) e attirare nuovi turisti.

Collegamento con altre attività a terra (ristoranti, alberghi, parchi, ecc.).

stipulare accordi con altri pescatori che praticano la pesca turistica nella zona, per coordinare le attività. Ciò potrebbe essere particolarmente rilevante in caso di:

- Richieste da parte di gruppi superiori al numero di persone che si possono ospitare a bordo;
- Nuove richieste di date in cui avete già preso altre prenotazioni;
- Problemi che impediscono di realizzare i servizi prenotati e che non possono essere rimandati (gli altri pescatori possono sostituirvi).

L'adesione al nostro consorzio potrebbe facilitarvi in questa prospettiva, coordinando diversi pescatori della zona.

Durante l'itinerario, cercate di utilizzare storie e racconti quando il turista può vedere l'elemento centrale della storia (un pesce o una grotta, ecc.). È possibile chiedere ai turisti se hanno storie simili dal loro territorio. Si sentirebbero più coinvolti e potrebbero portare nuove storie da altri territori che puoi menzionare nei tuoi viaggi.

Fase 4 - Assicurare la fattibilità delle vostre attività di pesca turistica

Diventa membro del consorzio di pesca turistica locale:

Si prega di contattare Maria Lucrezia Colucci della Cooperativa Serapia ai contatti sopra indicati. Riceverai informazioni sui vantaggi e gli svantaggi delle procedure di adesione al Consorzio.

Promuovi i tuoi itinerari sulla piattaforma www.fishingtourism.net

Investire in immagini di alta qualità della vostra attività di pesca turistica, in modo da poterle caricare sulla piattaforma (così come sui social media).

Aggiungere più di un itinerario, per rispondere alle richieste dei turisti.

Specificare con precisione il punto d'imbarco, ma cercando di tenere qualche passo lontano da eventuali altri pescatori già presenti nella piattaforma (altrimenti i profili sono sovrapposti).

La piattaforma richiede se si offrono servizi di pick-up e "keep the catch". Assicuratevi di avere disposizioni adeguate per loro (e specificate che devono essere richieste) se volete attivarle.

Allegato II: Raccomandazioni Politiche

Questa parte del documento contiene **raccomandazioni** per migliorare le **politiche** che influenzano il **quadro normativo per quanto** riguarda la combinazione di attività turistiche e di pesca, sia a livello europeo che nazionale, per facilitare la diffusione del modello di turismo della pesca in tutta l'area MED. Il documento sarà presentato alle autorità competenti e promosso attraverso il portale web e i canali di comunicazione del progetto. Il documento si concentrerà su di esso:

- **Problemi legati all'assenza di un quadro legislativo comune a livello UE e mediterraneo**
 - la mancanza di un quadro normativo comune e coerente a livello transnazionale;
 - la necessità di armonizzare e semplificare la legislazione preesistente;
 - gli ostacoli giuridici e amministrativi incontrati in ciascun paese di prova;
- **Strategie di sviluppo**
 - politiche e strategie adeguate per **facilitare** l'avvio e lo sviluppo delle attività di pesca turistica.

Problemi legati all'assenza di un quadro legislativo comune a livello UE e mediterraneo

L'assenza di una regolamentazione comune a livello transnazionale causa discrepanze quali:

- La Spagna è l'unico paese in cui è stata autorizzata la partecipazione dei pescherecci da **traino** alle attività di pesca turistica.
- Non tutti i territori consentono la partecipazione dei turisti alle attività di pesca.

<i>La partecipazione attiva dei turisti è consentita</i>	<i>La partecipazione attiva dei turisti è vietata - Solo osservazione</i>
<ul style="list-style-type: none"> ● Italia ● Grecia - solo con ganci su linee di nylon (trainate dalla nave o calate dalla nave) senza supporto meccanico. ● Albania - nessuna specifica legale 	<ul style="list-style-type: none"> ● Spagna ● Francia

- Requisiti giuridici insostenibili a livello nazionale

<p style="text-align: center;">Trabia - Sicilia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'autorizzazione non ha una durata prestabilita per legge, ma si consiglia di rinnovarla dopo la scadenza delle note di sicurezza per il turismo della pesca, cioè ogni tre anni. Tuttavia, ogni autorità portuale è libera di stabilire una scadenza per la licenza. Nel caso dell'Autorità Portuale di Termini Imerese, responsabile del rilascio delle licenze di pesca turistica di Trabia, il rinnovo è richiesto ogni anno, rendendo insostenibile per il pescatore che è costretto ad impegnarsi in pratiche burocratiche anno dopo anno. • Nessuna autorizzazione al turismo della pesca sarà rilasciata a unità armate con un solo membro dell'equipaggio. A tal fine, <i>un secondo membro dell'equipaggio dovrà essere imbarcato già al momento dell'emissione delle note di sicurezza per il turismo della pesca. Questo requisito è insostenibile per la maggior parte delle navi che hanno una capacità molto limitata.</i>
<p style="text-align: center;">Durrës - Albania</p>	<p>Assenza totale di regolamentazione: ciò provoca confusione e un elevato rischio di scoraggiare l'attività o, al contrario, di aumento delle attività di pesca turistica non regolamentate e non sicure.</p>

Strategie di sviluppo suggerite

Sulla base del suddetto quadro di riferimento, noi, come suggerisce il team di progetto TOURISMED:

- Stabilire un quadro legislativo comune e coerente che imponga requisiti fattibili e sostenibili.
- Promuovere l'inclusione del turismo della pesca nelle strategie di sviluppo UE/Nazionale/regionale/regionale/locale attraverso il coinvolgimento attivo delle autorità pubbliche e dei responsabili politici.

- Fornire fondi per la formazione dei pescatori locali per lo sviluppo di competenze imprenditoriali e sociali, nonché strumenti per l'implementazione di attività turistiche.
- Incoraggiare la creazione di un'associazione di pescatori e la collaborazione tra pescatori e attori locali del settore turistico.
- Capitalizzare gli strumenti creati nell'ambito del progetto TOURISMED per stimolare la creazione di imprese di pesca turistica nell'area MED.

Allegato III: Guida metodologica per

l'elaborazione di un Business Model

What is a Business Model?

A **Business Model** describes the **logic** with which an enterprise is able to create, distribute and capture the **value** of its product or service and address its target audience.

This model is developed through the **Business Model Canvas** approach, which describes in **nine elements** the four main **areas** of business:

- the product or service
- the customers
- the financial viability
- the infrastructures required

The nine elements of a Business Model Canvas

- Customer Segments (CSG)
- Value Proposition (VP)
- Communication and Sales Channels (CH)
- Customer Relationship (CR)
- Revenue Streams (RS)
- Key Resources (KR)
- Key Activities (KA)
- Key Partners (KP)
- Cost Structure (CST)

The Business Model created through the "Canvas" method is particularly versatile as it allows the construction of a specific business model starting from **different perspectives**. It is in fact possible to adopt one of the nine elements as a **starting point** and then develop all of the others in light of the starting element. The Business Model is a system in which different elements influence each other based on internal variables and relations. Thus, the model acquires significance only if considered in its general and cohesive representation and can ensure its internal consistency both for the logical processes it must undergo, and for the possibility to update and arrange its fundamental parts.

The business models are potentially endless since they are adapted to the **fisherman**, a specific **territorial** context and a specific **customer** segments.

This information can be gathered through:

- **Preliminary analysis** of the **positioning** of the **fishing tourism activity** - touristic market in general in the area;
- **Analysis** of the **territorial strengths** of the cultural tourism proposals in the area, to integrate the fishing tourism offer into the system.

Positioning and Preliminary Analysis

Territorial Analysis

Business Model

Preliminary Analysis and Positioning

<i>The tourism sector situation in the operational area</i>	Absent	Growing	Steady	Decline
<i>Possible competitive advantages deriving from the connection with the tourism sector in an area</i>				
<i>Resources of the fishing area (fishing vessels, buildings, other structures) useful for tourist activities</i>				
<i>Presence of interest among fisheries operators to collaborate more closely with tour operators</i>			YES	NOT
<i>Presence of the skills necessary to carry out a tourist activity</i>			YES	NOT

Preliminary Analysis and Positioning

Classification	Basic strategy in processing the Business Model	Classification	Basic strategy in processing the Business Model
Areas where tourism is poorly developed or absent	<p><i>The appropriate conditions must be created for the development of tourism in general and of fishing tourism activities in particular.</i></p> <p>It will be necessary to envisage a Business Model that supports the promotion, development or consolidation of infrastructures, services and basic tourism activities</p>	Areas with "high potential" for tourism	<p><i>These are less known fishing areas but have a considerable potential for the tourism development.</i></p> <p>The Business Model must provide for initiatives to promote knowledge of the area and to attract more visitors by exploiting fishing activities as a central point of the identity of the area.</p>

Classification	Basic strategy in processing the Business Model
Areas with a strong tourist presence	<p><i>The Business Model must develop interventions to prevent that the development of "traditional" tourism could bypass the fishing communities.</i></p> <p>To promote fishing tourism activities it is necessary to work in close contact with the areas where tourism is already a well established activity.</p>

Preliminary Analysis and Positioning

PROS	CONS
<ul style="list-style-type: none"> ● Creation of income and work opportunities ● Promoting consumption of local products and fish ● Increasing economic and environmental sustainability of fishing ● Cooperation on the area 	<ul style="list-style-type: none"> ● Competition for resources ● Seasonal job ● Conflicts in case of high touristic activity ● Commodification of local assets

Territorial Analysis

Resources related to fishing		YES	NO
Natural resources:	rivers, lakes		
	beaches and bathing establishments		
Traditions	fishing vessels seaport		
	fishing vessels and their activities		
	farms and fish farms		
	shipyards and boat building		
	fishing festivals and traditions		
	maintenance and repair of nets		
	sport fishing places		
	fish processing plants		

Fish resources:	fresh fish and seafood		
	worked or canned traditional delicacies		
	local tradition recipes		
	fish markets and auctions		
	smoke facilities		
	seafood restaurants		
	fish bar and gastronomy take away		
	fish processing plants		

Local tourist context	tour operators and organizations		
	accessibility and infrastructure		
	services		

From each basic "starting element" it is possible to create different business models based on the interrelations that the focus point develops with the other basic elements.

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

Building the Business Model: Key Resources (KR)

Who are you? What material and immaterial resources do you own?

vs.

"What do I need to build and maintain my fishing tourism activity?"

- physical resources
- financial resources
- intellectual resources - knowledge and competence
- human resources

KR - KEY RESOURCES: physical, intellectual, human financial	VP - VALUE PROPOSITION CR - CUSTOMER RELATIONSHIP CH - COMMUNICATION CHANNELS CSG - CUSTOMER SEGMENTS RS - REVENUE STREAMS
KR I hold	KR I do not hold
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.

Building the Business Model: Key Actions (KA)

"What do you do?"

These are the basic actions that must be taken to successfully implement the fishing tourism activity.

- Activities related to the implementation of fishing tourism;
- Activities related to the creation of solutions related to requests from customers;
- Activities related to the provision of services that allow the realization of the fishing tourism activity and its management and promotion.

KA - KEY ACTIONS: implementation, solutions, services	VP - VALUE PROPOSITION CR - CUSTOMER RELATIONSHIP CH - COMMUNICATION CHANNELS CSG - CUSTOMER SEGMENTS RS - REVENUE STREAMS
KA I do	KA I do not do
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.

Building the Business Model: Customers Segments (CS)

These are different groups of people or organizations that we want to reach and serve with the activity of fishing tourism, both “internal” and “external” customers.

For whom do we want to create value?

Who are our most important customers?

The segmentation allows to improve the tourist offer of the area trying not to duplicate activities or services already available. The proposal of individual tourist packages or oriented by customer segments can also:

- encourage tourists to stay in the area longer
- encourage visitors to make use of local resources that otherwise would not have known
- favour the division of marketing costs between individual operators
- allow all operators to take advantage of reservations and advance payments
- propose a more attractive tourist offer.

Building the Business Model: Value Proposition (VP)

“How are you useful?”

This is the set of **products** and **services** and overall “**benefits**” that represent a “**value**” for a specific customer segment. This value is the reason why a customer chooses our fishing offer. Important elements to remember are:

- Quality of the service
- Seasonality
- Timeline and Change

What value do we transfer to the customer?	
What customer needs do we meet?	

What set of products and services do we offer to each customer segment?	
Segment:	
Segment:	

Personal values that I can transmit in the activity of fishing tourism	
--	--

Some elements that can contribute to the creation of value for customers in the fishing tourism business:

- Innovation
- Customization
- Price
- Accessibility

Building the Business Model: Communication and Selling Channels (CH)

A Communication Plan is based on the differentiation between **national** and **international** audience, as well as **online** and **offline** communication tools. Its purpose is to:

- make the service recognizable to current and potential customers
- communicate the offer to the other tour operators in the area
- communicate to the local community the presence of the activity.

Choice of Communication Channel

In which environment do I act?	
Where can I identify opportunities, dangers, competition and complementary activities? Which public markets do I address?	
How many different groups can be interested in my product and what are their dimensions?	
What are their characteristics?	
Through which Communication Channels do the Customer Segments want to be achieved?	
How are they currently achieved?	
How are the different communication channels integrated?	
Which Communication Channels are the most effective?	
What are the most convenient communication channels?	
How do they integrate with customer habits?	

Communication Tools Characterisation

Services and Products Awareness	How can we raise public awareness about the services offered in our fishing activity?
They help customers in the evaluation of products and services	How can we help customers evaluate us in order to have continuous improvement prompts for the Customer Segment?
They allow customers to make the purchase	How do we give customers the opportunity to purchase our services?
They deliver the Value Proposition to Customers	How do we disclose (distribute) our value to customers?
Through the assistance they assure the Post sale satisfaction	How do we maintain the relationship with the customers after the experience of fishing in order to favour their return or encourage them to become our best distributors to get new customers?

OFFLINE TOOLS	ONLINE TOOLS
<ul style="list-style-type: none"> • brochures, posters, leaflets, maps and other printed material • presence in publications specialised in tourism • press and professionals in the tourism sector visit programs • brand to identify the fishing activity • business cards • word of mouth. 	<ul style="list-style-type: none"> • Website: to provide information and sell • E-mail: direct marketing and contact with customers and adapt to their preferences. A good database is indispensable. • Online advertising • Social media: use Facebook to learn more about the customer's preferences, or to communicate with potential customers, promote events.. Twitter can help increasing visibility. It is important to guarantee interactivity and invest the creation of content. • Online communities: chat rooms, forums and social networks

Building the Business Model: Communication and Selling Channels (CH)

From the point of view of the Personal Business Model Canvas, the question to ask becomes:

" How do I get customers to know me? How do I bring the Value Proposition to Customers?"

This question therefore contains the five classic phases of the sales process in direct marketing, namely:

- How potential customers can learn how you can help them and satisfy their needs
- How they decide whether to purchase the services we want to offer them
- How can they buy them
- How we deliver what customers buy
- How customer satisfaction is ascertained by the post-sales service

How do my Customers get to know the service I offer?	<input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> radio <input type="checkbox"/> leaflets <input type="checkbox"/> websites <input type="checkbox"/> e-mail <input type="checkbox"/> phone calls... <input type="checkbox"/> word of mouth <input type="checkbox"/> _____
How do they decide whether or not to buy my products/services?	
How do you describe and communicate the service you offer?	
How do they buy them?	<input type="checkbox"/> From the website <input type="checkbox"/> by a tour operator <input type="checkbox"/> in a hotel <input type="checkbox"/> talking to you <input type="checkbox"/> _____
How do you supply the purchased service?	<input type="checkbox"/> they must come to you <input type="checkbox"/> take them at the hotel <input type="checkbox"/> _____
How can I make sure they are really satisfied?	

Building the Business Model: Customer Relationship (CR)

"How do you interact with customers?"

- Acquire customer
- Keep clients faithful customers
- Increase sales

What kind of relationship does each segment of our customers expect to establish and maintain with us?	
What relationships have we established?	
Are these relationships expensive?	
How do these relationships integrate with our Business Model?	

- **Research about customer segments**
- **Maintaining multiple lines of communication**
- **Be as clear as possible when interacting with a customer**
- **Always look for feedback**
- **Avoid discussing with a client**
- **Always be honest with the customer.**

Customers relationships in the Personal Business Model

I interact above all:	<input type="checkbox"/> <i>face to face</i> <input type="checkbox"/> <i>by e-mail</i> <input type="checkbox"/> <i>by telephone</i> <input type="checkbox"/> _____
Development of relationships over time	<input type="checkbox"/> <i>occasional</i> <input type="checkbox"/> <i>ongoing</i> <input type="checkbox"/> <i>to provide assistance</i> <input type="checkbox"/> <i>to give information</i> <input type="checkbox"/> <i>to propose new services</i> <input type="checkbox"/> _____
You tend to take care of the customers <i>you already have</i> , focusing especially on their requests	
Do you tend to <i>increase the number of new Customers</i> ?	

Building the Business Model: Key Partners (KP)

"Who helps you?"

- Alliances between non-competitors
- Collaborative competition: partnership between competitors
- Development of new businesses
- Buyer-supplier relationships to ensure reliable suppliers

Who are my Key Partners?	
Who are my Key Suppliers?	
What key resources do I get from Partners?	
What Key Activities are performed by Partners?	

Three reasons for creating partnerships:

- Optimization and economies of scale
- Reduction of the risk and uncertainty
- Acquisition of particular resources or activities

Building the Business Model: Revenue Streams (RS)

"What do you get?"

"For what Value is each customer segment really willing to pay?"

- Selling of the Service
- Registration fees
- Renting
- Sale of goods
- Advertising
-

Naturally, personal and "intangible" benefits must also be included.

The value that generates revenue streams

For what value are our customers really willing to pay?	
What do they pay for now?	
How do they pay currently?	
How would they prefer to pay?	
How does revenue stream contribute to general revenue?	

Determination of price and price list based on certain variables

Price List: Fixed prices for individual products, services or other offered value propositions	<i>Dependent on product characteristics:</i> the price depends on the number or quality or characteristics of the value proposition
	<i>Dependent on the Customer Segment:</i> The price depends on the type and characteristics of a customer segment
	<i>Dependent on the Amount:</i> The price varies according to the quantity purchased

Building the Business Model: Cost Structure (CS)

"What do you give?"

Costs must be subtracted from revenues to create profits.

What are the most important costs of our Business Model?	<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____
Which key resources are more expensive?	<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____
Which key activities are more expensive?	<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____

The cost structures can have different characteristics:

- Fixed costs
- Variable costs
- Economies of Scale

Identification of the main costs compared to the different areas of activity

What do you have to do to keep your business going?

What are your costs?

	COSTS OF KEY RESOURCES KEY ACTIONS KEY PARTNERS	Monthly Cost Evaluation
<p>Fixed costs: Costs that remain unchanged regardless of the value of the goods or services produced</p>	<input type="checkbox"/> Salaries <input type="checkbox"/> Rent <input type="checkbox"/> Boat Costs <input type="checkbox"/> _____	_____ _____ _____ _____
<p>Variable Costs: Costs that vary proportionally to the amount of goods or services produced</p>	<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____	_____ _____ _____
<p>Economies of scale: Possible cost reduction when activities expand</p>	<input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> _____	_____ _____

PROJECT PARTNERS

