

Chiara Francesconi

Di padre in figlio

Una ricerca etnosociologica
sul turismo balneare romagnolo

Presentazione di Roberto Zoffoli



**Turismo, consumi,
tempo libero**

FrancoAngeli

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Chiara Francesconi

Di padre in figlio

Una ricerca etnosociologica
sul turismo balneare romagnolo

Presentazione di Roberto Zoffoli



**Turismo, consumi,
tempo libero**

FrancoAngeli

Copyright © 2011 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.
L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it

A mio padre, a mio figlio...

Indice

Presentazione , di <i>Roberto Zoffoli</i>	pag.	9
Introduzione	»	11
1. L'evoluzione e i caratteri del turismo balneare romagnolo	»	21
2. I dati strutturali del cambiamento nell'area cer- vese	»	35
3. Analisi d'ambiente e ricerca visuale	»	53
4. <i>Postcards</i> fra passato e presente	»	61
5. Analisi focalizzata e <i>case studies</i>: gli stabilimenti balneari	»	85
6. La «trasmissibilità tradizionale»	»	99
7. La «trasmissibilità innovativa», di <i>Emilia Lanciotti</i>	»	115
Conclusioni	»	129
Riferimenti bibliografici	»	139

Presentazione

Cervia offre una spiaggia eccellente, ... ; offre parecchi casotti costruiti in legno e disposti presso il mare a cura del Municipio; offre un magnifico ombreggiato viale che congiunge la città con la spiaggia che dista da quella solo 300 metri accessibilissima senza bisogno di vettura; offre una cittadinanza ospitale;... a Cervia circondata per un raggio di qualche chilometro dalla più ricca vegetazione, in contatto col superbo e magnifico Bosco Pineto, coll'Adriatico che si può ben dire ne bagna le mura...

Così promuoveva la città di Cervia nel 1873 il sindaco Tiberio Muccioli, prendendo spunto dalle località vicine che avevano iniziato a sviluppare la nuovissima attività turistica. L'Amministratore definiva la città del sale umile e modesta e decideva di caratterizzare la proposta turistica per «tutti i poveri diseredati dalla fortuna, pei quali è pio desiderio il poter disporre di 10 lire al giorno».

Oggi, a distanza di quasi 140 anni Cervia non è più “umile e modesta”, ma è la città giardino; una città ai vertici del panorama turistico nazionale e internazionale; una località che ogni anno registra 4 milioni di presenze di turisti che, facoltosi o meno, giovani o anziani, famiglie o persone sole, sportivi o amanti della natura, qui trovano il posto ideale per trascorrere le loro vacanze e rigenerarsi all'insegna del benessere, del vivere bene e del relax.

In 140 anni, intervallati da due conflitti mondiali e dalle conseguenti ricostruzioni e crisi economiche, la città di Cervia, grazie alla lungimiranza delle amministrazioni e alla dinamicità e intraprendenza degli imprenditori ha saputo diventare una località turistica di fama internazionale, con strutture all'avanguardia sia dal punto di vista della qualità sia dell'offerta turistica.

Oggi siamo quello che siamo grazie allo sforzo e all'impegno di tutti i protagonisti della città, del pubblico e del privato che insieme hanno costruito e mantengono il "modello Cervia".

Oggi siamo quello che siamo grazie alla qualità che abbiamo fortemente cercato in tutte le nostre attività.

Oggi siamo quello che siamo perché in 140 anni abbiamo sempre saputo intercettare le esigenze del turista e non abbiamo mai avuto paura di innovarci e rinnovarci nel rispetto della nostra storia e della nostra identità.

Oggi siamo quello che siamo perché non abbiamo mai trattato il "turismo di massa", nel senso che non abbiamo mai considerato il turista un semplice numero che crea una "massa", ma abbiamo sempre saputo instaurare con il nostro ospite un rapporto unico, diretto, sviluppando quindi un rapporto tra il turista e la "destinazione Cervia".

La ricerca di Chiara Francesconi, pubblicata in questo volume, rappresenta un importante contributo all'analisi e alla comprensione dello sviluppo del turismo nelle diverse località di Cervia, meta turistica che deve continuare a crescere e affrontare le sfide del futuro puntando sempre sulle proprie prerogative e caratteristiche, su quegli stessi ingredienti che il sindaco Muccioli ci indicava 140 anni fa e che devono continuare a essere la nostra carta vincente passando attraverso la modernizzazione e l'innovazione.

Roberto Zoffoli
Sindaco di Cervia

Introduzione

... è fuorviante parlare del mondo così com'è, o di un mondo singolo. Ha più senso pensare a varie versioni del mondo che gli individui possono avere in mente, diverse caratterizzazioni della realtà che possono essere presentate in parole, immagini, diagrammi, affermazioni logiche od anche composizioni musicali... Tutto quello che noi realmente abbiamo, sono quelle versioni, ed è solo attraverso di esse che noi abbiamo accesso a quello che definiamo a caso "il nostro mondo"¹.

La riviera balneare romagnola, dall'avvento e consolidamento del *turismo di massa* alla sua crisi e all'affiorare di forme di *turismi post-moderni* segmentati e diversificati, è stata soggetta ad indubbe evoluzioni e trasformazioni sia a livello sociale che territoriale. Dal punto di vista dell'offerta l'imprenditoria del turismo si è dovuta senz'altro destreggiare nel tempo, fra una prima forte domanda di prestazioni principalmente standardizzate ed una successiva richiesta di servizi specifici e differenziati.

Nel tentativo di approfondire empiricamente le tematiche sopra espresse in questo volume viene presentato un *percorso di ricerca etno-sociologico* – nel quale le tecniche di indagine più tradizionali di stampo qualitativo si integrano con quelle *visuali* – mirato allo studio e all'evoluzione di alcune località balneari collocate sulla *costa adriatica* del Comune di Cervia: Cervia stessa, Milano Marittima e Pinarella.

Tali luoghi, anche se in tempi e forme diverse, sono stati definitivamente "sacralizzati" alla vacanza balneare proprio a partire dal secondo dopoguerra, in concomitanza con l'espansione del processo di industrializzazione e con quella conseguente del *turismo di massa*. Su questi due fenomeni, che hanno viaggiato a lungo paralleli, le tre località si sono plasmate, modellate e caratterizzate socialmente e territorialmente. A distanza di trent'anni si sono, però, trovate di fronte a richieste di esperienze turistiche improntate alla "valorizzazione della soggettività", di turisti sempre più consapevoli che le loro possibilità di scelta, nella post-modernità, sono cresciute a dismisura.

¹ H. Gardner, "Gifted Worldmakers", in *Psychology Today*, Sept. 1980, pp. 92-94.

In concomitanza luoghi poco o nulla interessati dal fenomeno sono diventati in breve reali *competitor* in grado di conquistare spazi d'azione trasversali rispetto alle aree turistiche codificate come tali.

Dai recenti studi sociologici interessati a questo passaggio epocale è stato ben messo in luce come la riviera romagnola da noi presa in esame ha cercato di mettere in campo diverse risorse e opportunità consone a rispondere alle nuove esigenze. Nel fare ciò, gli imprenditori, a livello locale hanno spesso intrapreso nuovi percorsi di differenziazione dell'offerta, per sottrarsi il più possibile dall'appiattimento indotto dal *turismo di massa*, ed al contempo hanno avviato comuni processi organizzativi tesi a riequilibrare a loro favore i sistemi di relazione turistica².

A partire da queste considerazioni è nata l'idea di comprendere e mostrare come si è evoluto e come funziona oggi il "preciso mondo" definito dai nove chilometri del litorale di Cervia, dove le componenti sociale e territoriale, come già accennato, si intersecano costantemente con l'esperienza turistica.

Consapevolmente nella ricerca qui presentata si è assunta una precisa prospettiva, quella *etno-sociologica*, che da un punto di vista teorico definisce i suoi oggetti a partire da fenomeni sociologici, ma metodologicamente e per le tecniche utilizzate rimanda all'indagine antropologica ed etnografica. Tale prospettiva, come sottolinea C. Geertz, cerca di ottenere una descrizione in profondità del proprio oggetto sociale, attraverso uno studio sul campo che si va specificando sempre di più, mano a mano che le conoscenze sull'oggetto stesso aumentano³. Una delle tesi assunte dall'*etno-sociologia*, come ho già ribadito in un altro contesto, sta nel ritenere che i criteri e le caratteristiche alla base di un preciso mondo sociale si ritrovino in ciascuno dei soggetti che a questo mondo appartengono. In tal modo osservando e cercando di indagare i significati che alcuni di questi attri-

² Su questo processo si fa riferimento principalmente ai seguenti studi: A. Savelli, *Sociologia del turismo balneare*, FrancoAngeli, Milano 2009; A. Savelli (a cura di), *Spazio turistico e società globale*, FrancoAngeli, Milano 2008.

³ Per approfondimenti sulla *ricerca etno-sociologica* si rimanda a D. Bertaux, *Racconti di vita. La prospettiva etnosociologica*, FrancoAngeli, Milano 1999 [ed. or. 1998]; C. Geertz, *Works and Lives. The Anthropologist as Author*, Stanford, U.P. 1988.

buiscono al proprio *microcosmo* è possibile risalire a parte delle regole e delle norme sociali fondamentali nel loro *macrocosmo*⁴.

L'orizzonte di studio appena espresso deve buona parte dei suoi contributi alla Scuola di Chicago, considerata pionieristica non solo per l'uso di nuovi metodi di raccolta delle informazioni, come quello dell'*osservazione partecipante*, ma anche per avere mostrato l'importanza della ricerca sociologica basata sulla conoscenza diretta dei fenomeni sociali⁵. La Scuola di Chicago si è sempre, inoltre, focalizzata sull'analisi di fenomeni pensati "con il loro ambiente" e su quella dei mutamenti del comportamento umano in relazione al tempo e allo spazio. Ecco perché la sua prospettiva risulta simile a quella degli antropologi: le *analisi di sfondo* in cui si delineano i caratteri socio evolutivi e quelli strutturali di determinati oggetti sociali sono sempre seguite dall'osservazione diretta di questi ultimi all'interno del loro contesto spaziale, da colloqui in profondità, dallo *studio di casi* e dalla raccolta di *storie di vita*. Fondamentale risulta, pertanto, l'immersione del ricercatore al fine di comprendere come le persone attribuiscono un senso a ciò che accade mediante i propri processi interpretativi. Le combinazioni che ne scaturiscono vengono presentate quali risultati dell'indagine sotto la veste di *narrazioni*, o *etnografie complete*, che soprattutto nella loro parte finale cercano di cogliere l'universo degli individui osservati, il loro vissuto, le loro prospettive. Nella maggior parte di questi studi, infatti, si trova sempre esplicitato inizialmente un obiettivo generale ed una definizione del fenomeno che stimolano però ad una verifica diretta ed immediata: l'enfasi è posta sulla necessità di essere fedeli a ciò che si vede, si ascolta, si sperimenta direttamente.

La logica che la Scuola di Chicago segue è metaforicamente simile ad una sorta di "imbuto": si inquadra il fenomeno generale utilizzando prevalentemente fonti storiche, statistiche e risultati di precedenti indagini, per poi andarlo ad analizzare mediante un'entrata diretta sul campo che inizia da un'osservazione a largo spettro, che va, però, sempre più focalizzandosi fino allo studio di specifici casi in-

⁴ C. Francesconi, *Segni di impoverimento. Una riflessione socio-antropologica sulla vulnerabilità*, FrancoAngeli, Milano 2003, p. 39.

⁵ J. Platt, "La metodologia di Chicago: reputazione e realtà", in L. Tomasi (a cura di), *La scuola sociologica di Chicago. La teoria implicita*, FrancoAngeli, Milano 1997, pp. 297-313.

renti il fenomeno stesso, attraverso l'integrazione di più tecniche di ricerca qualitativa.

Chiaramente, proprio in relazione alla forte immersione del ricercatore, occorrono un apparato e un ragionamento metodologico rigorosi che gli consentano di equilibrare l'*osservazione dall'interno* degli oggetti sociali e il distacco scientifico che deve mantenere al fine di rendere valido ed attendibile il suo studio. In tal senso, nelle *narrazioni* è opportuno che egli sempre fornisca i fondamenti logici, coerenti e comprensibili rispetto alle scelte metodologiche operate, nonché spieghi i processi attraverso i quali si sono raggiunti determinati risultati⁶. Vi è, pertanto, una volontà esplicita da parte di chi effettua l'indagine di mettere al corrente i lettori circa le condizioni che hanno reso possibili determinate interpretazioni, con un "intenzionalità dialogica" non facilmente rinvenibile in ricerche ispirate ad altri tipi di prospettive⁷.

Abbracciando in pieno questo modo di procedere, nello studio qui presentato ogni fase viene sempre correlata dalle motivazioni che hanno portato a precise opzioni metodologiche: dall'*analisi di secondo livello* – parte più ampia del nostro "imbuto" – a quella dello studio di singoli casi, in cui il campo viene ristretto a veri e propri *microcosmi*.

A tale proposito nel primo capitolo è tracciata a grandi linee l'evoluzione del turismo balneare romagnolo puntando da subito il *focus* sulle nostre tre località, grazie agli stimoli e ai chiarimenti ottenuti dalle precedenti ricerche sull'argomento. Si è cercato di evidenziare come, pur trattandosi di una area costiera di pochi chilometri, esse hanno avuto origini diverse, ma tutte e tre sono entrate nell'immaginario collettivo quali tradizionali *luoghi turistico balneari*. Da Cervia, cittadina storica in cui il turismo appare solo verso la fine del XIX secolo; a Milano Marittima, nata nel 1912 su un'idea di città giardino in grado di accogliere il turismo d'*élite* dell'alta borghesia del nord Italia; a Pinarella, sorta per ultima, negli anni '40, e svilup-

⁶ R. Cipriani (a cura di), *L'analisi qualitativa. Teorie, metodi, applicazioni*, Armando Editore, Roma 2008, p. 195.

⁷ U. Fabietti, V. Matera, *Etnografia. Scritture e rappresentazioni dell'antropologia*, Carocci, Roma 1999, pp. 266-271. Da sottolineare che, in assenza di una riflessione metodologica che corra trasversalmente alla ricerca, il rischio è che il ricercatore involontariamente finisca per rinunciare al suo stesso ruolo. Facile è, infatti, che l'interpretazione delle informazioni "cada nelle mani" inesperte del lettore, il quale lasciato a sé stesso può produrre analisi arbitrarie e poco attendibili.

patasi per rispondere a flussi turistici che chiedevano un sistema di ospitalità più popolare.

Pur con connotazioni diverse queste tre località si sono evolute come un unico sistema che è stato in grado di affermarsi ai massimi livelli con il pieno sviluppo del *turismo di massa*, a partire dal secondo dopoguerra. Sono state capaci di creare un vero e proprio modello turistico rinomato a livello internazionale, nel quale l'informalità e la convivialità degli imprenditori turistici, prevalentemente autoctoni, si sono a lungo coniugate con servizi standardizzati ma di qualità. I grandi mutamenti socio-economici degli ultimi anni e le conseguenti ripercussioni sul fenomeno turismo hanno, però, fatto vivere alle località momenti di grande incertezza per il superamento dei quali, già in questa prima fase di ricostruzione storico-sociale, appare fondamentale il ruolo dell'imprenditoria e della popolazione locale.

La zona adriatica appare oggi, infatti, come una "regione turistica dotata di un'immagine polivalente", complessa e capace di offrire ai turisti inesauribili possibilità di scelta e di esperienza⁸. D'altra parte, però, è anche un luogo in cui il mantenimento di una certa cultura locale e di specifici modelli turistici consolidati fin dall'avvento del *turismo di massa* continuano ad essere ricercati e percepiti come valori qualificanti rispetto a bisogni e offerte che stimolano un modo di fare turismo artificiale e "in-autentico"⁹.

Di conseguenza ci si è chiesti quanto e come ha inciso questa evoluzione nel contesto territoriale a livello strutturale, e quali mutamenti, di ordine *macro*, possano essere avvenuti. Per rispondere a tali quesiti nel secondo capitolo si rende conto di un'analisi, sempre di *secondo livello*, che fa riferimento a dati sui flussi turistici dal 1964 ad oggi e ad informazioni circa l'evoluzione urbanistico-territoriale. Ciò che si evince è che un ritmo di crescita per lungo tempo vertiginoso, sia in relazione allo sviluppo delle strutture e degli immobili che in ordine al numero di turisti, ha comportato un tale cambiamento spaziale e sociale da fare ipotizzare un inevitabile processo di forte de-territorializzazione nelle nostre tre località, che si traduce principalmente in una perdita di identità generalizzata.

⁸ A. Savelli (a cura di), *Spazio turistico e società globale*, op.cit.

⁹ M. Gilli, *Autenticità e interpretazione nell'esperienza turistica*, FrancoAngeli, Milano 2009.

Al fine di indagare più in profondità gli argomenti sopra accennati da un punto di vista metodologico si è scelto di stringere “l’imbuto” e delimitare il campo ad uno specifico ambito della realtà in esame: abbiamo spostato l’asse del ragionamento sul territorio, che nel terzo e quarto capitolo è divenuto l’oggetto stesso della ricerca. Abbracciando una logica prevalentemente di taglio *ecologico* si è osservato il territorio cervese mediante un confronto fra fotografie che ritraggono le tre località nel passato e nel presente. Utilizzando un archivio di cartoline postali, dall’inizio del secolo scorso agli anni ’70, il ricercatore ha effettuato un’osservazione diretta sul campo e ha tentato di ri-fotografare i medesimi luoghi oggi. È cominciato così il lavoro “per le strade”. Il distacco dell’*analisi secondaria* viene sostituito dall’immersione del ricercatore dentro il “mondo” delle tre località: insieme al taccuino, però, egli porta con sé la macchina fotografica.

Cambiamento visuale e sociale, infatti, sono generalmente connessi così che spesso è possibile ottenere conoscenze rilevanti riguardo cosa è successo entro uno specifico contesto sociale analizzando determinate evidenze visuali. Le fotografie divengono “l’oggetto di studio”, vale a dire *comunicazioni che danno forma a concetti*, che sono esaminabili in termini di contenuto in quanto “ritratti di determinati mondi”.

Questa prima osservazione ad ampio spettro sul campo ha portato ad evidenziare i complessi e intrecciati aspetti che delineano l’evoluzione socio-territoriale delle tre località: vecchio e nuovo spesso convivono, così come l’autenticità e la standardizzazione dell’offerta turistica. Questo comporta una difficile e non univoca lettura dei “segni” e dei “simboli” che definiscono la nostra area.

Quello che si desume con certezza è l’importanza che sempre ha avuto ed ha la “scena” per eccellenza del turismo balneare: la spiaggia, che si è nel tempo potenziata in rapporto alle strutture, ai servizi, all’accoglienza, ma che resta il “prodotto turistico per eccellenza” attraverso la quale le località si sono rappresentate e continuano ad auto-rappresentarsi nella propria specifica evoluzione.

Gli stabilimenti balneari dal secondo dopoguerra in avanti, in tale senso, costituiscono insieme agli alberghi le principali realtà imprenditoriali sui quali si è forgiato il modello turistico balneare romagnolo. Nei capitoli successivi si è deciso, pertanto, di procedere al restringimento “ad imbuto” dell’indagine attraverso un’*osservazione*

focalizzata di questi ambienti, in cui imprenditori e turisti sono in contatto diretto e continuo. Tale fase ha comportato una prima raccolta di informazioni generali e di sfondo ed un'osservazione diretta sul campo ne emerge come gli stabilimenti stessi siano ambiti in cui è di facile lettura il passaggio dal *turismo di massa* ai *turismi post-moderni* in rapporto alla forte differenziazione dell'offerta che manifestamente propongono, e che si è confermata con quella della domanda dei turisti.

Ma altrettanto fortemente si evince che questa differenziazione ha in molti casi un particolare significato, in specifico per chi la produce. Buona parte di queste realtà è ancora gestita dalle seconde o terze generazioni degli imprenditori del luogo che le hanno avviate. Nonostante le evidenti differenze fra chi ha puntato sulla congruenza con il passato e chi si è specializzato verso offerte più particolari, tutti tendono a ribadire e a comunicare le proprie origini e la propria continuità. Durante l'*osservazione focalizzata* ha colpito in particolare il fatto che in ogni stabilimento fossero presenti immagini e fotografie che raccontavano l'origine e l'evoluzione di quel pezzetto di spiaggia, quasi a voler comunicare visualmente alla clientela la propria "identità" e la propria appartenenza al luogo.

Nell'ultima fase della ricerca, in virtù di quanto è emerso, si è quindi pensato ad un approfondimento in questa direzione. Abbiamo deciso di effettuare uno *studio di casi* su nove stabilimenti balneari utilizzando anche le fotografie. Si è così abbracciata l'impostazione *metodologica visuale* che ne deriva, e la si è integrata all'ottica etno-sociologica effettuando diversi colloqui in profondità e raccogliendo delle *life histories*¹⁰ sulla nascita e l'evoluzione degli stabilimenti in relazione al vissuto familiare degli imprenditori che li gestiscono. Quest'ultima fase coincide chiaramente con la parte finale della logica ad "imbuto", dove lo scoglio più arduo è stato quello di vagliare i criteri di scelta dei singoli casi, considerati i *microcosmi* della nostra ricerca etno-sociologica. Nel presente volume, per ovvi motivi di sintesi, si è ulteriormente ristretto il campo e ci si è limitati a riportare l'analisi di due stabilimenti fra loro all'apparenza totalmente opposti. L'uno, infatti, realizza la propria offerta turistica secondo un modello "tradizionale", ancora significativamente legato a quello sviluppatosi durante l'epoca d'oro del *turismo di massa*. L'altro, invece, mette a

¹⁰ Cfr. G. Losito, *L'intervista nella ricerca sociale*, Laterza, Roma-Bari 2004, pp. 60-66.

disposizione della clientela un vero e proprio villaggio turistico sulla spiaggia, improntato sulla differenziazione funzionale dei *turismi post-moderni*, e in virtù di questa particolarmente rivolto al *turismo sportivo*.

Attraverso lo studio approfondito di queste due realtà così diverse ma gestite fin dall'inizio, come molte altre, da famiglie di imprenditori locali, si evidenzia come ad oggi il territorio cervese offre al turista una svariata gamma di possibilità di scelta che si somma, però, ad un autentico modello in cui la cultura imprenditoriale locale è ancora ricercata quale carattere che qualifica e distingue le tre località balneari da mille e mille altre. Pertanto l'esperienza degli imprenditori locali, trasmessa "di padre in figlio", risulta uno dei "vettori" fondamentali in grado di guidare lo sviluppo turistico verso mete sempre più complesse e articolate da gestire, pur rimanendo in equilibrio con il proprio contesto territoriale.

A conclusione di questa parte introduttiva e di spiegazione dell'*iter* che ha seguito la ricerca vorrei rivolgere un ringraziamento a coloro che, in modo diverso, hanno concorso alla sua realizzazione. Ovviamente se dovessi citare tutti l'elenco sarebbe veramente troppo lungo. Tuttavia non voglio dispensarmi dal rivolgere un pensiero particolare a qualcuno di questi.

In *primis* ad Asterio Savelli, non solo per avermi accolto nella collana editoriale da lui diretta, ma anche perché senza le riflessioni che mi hanno offerto i suoi studi il mio lavoro di ricerca non sarebbe senz'altro decollato. Un grazie di cuore va ad Emilia Lanciotti, per avermi affiancato in tutto il lavoro di osservazione e a Luisella Dal Monte Casoni per avere costantemente letto e riletto le bozze del volume.

Ringrazio inoltre il Comune di Cervia, che ha patrocinato l'iniziativa, e in particolare il Sindaco Roberto Zoffoli, a cui devo una presentazione del lavoro veramente incisiva.

Infine un sentito ringraziamento lo voglio rivolgere a Danilo Piraccini, Presidente della Cooperativa Bagnini di Cervia, alla signora Nadia e agli imprenditori e amici che si sono resi disponibili ad un confronto con la sottoscritta, spesso ricorrente e a volte emotivamente pesante: in particolare Daniela e Lina Mazzotti, Claudio e Federica Fantini, Maurizio Zoli e Viviana Tiozzi.

Queste ultime righe, invece, le riservo ai miei affetti. A mio padre e a mio figlio dedico il libro perché sono i due principali *fari* attraverso i quali meglio vedo la luce della “trasmissibilità” dei valori del passato che si incarnano nel futuro. A mia madre e a mio marito va il riconoscimento più grande, per avermi dato la forza che mi ha spinto avanti nel lavoro anche in alcuni momenti personalmente difficili e incerti di questi ultimi anni. Alle mie amiche di Cervia più care, invece, devo il sostegno – anche organizzativo – e l’affetto che solo un vero sentimento può ispirare: pertanto grazie a Valentina, Cristiana, Tina e Carol.