



Fondazione  
di Sardegna

II FASE

REPORT DI LAVORO SU OUTPUT SPECIFICO

***Montiferru-Alto Campidano- Planargia  
come area pilota per il turismo sostenibile.***

***Progettazione pregressa ed in itinere, individuazione di buone pratiche  
e loro implementazione per un contributo al laboratorio di sviluppo del territorio***

OUTPUT (DI SECONDA FASE):

ANALISI COMPARATA DEI CASI

**PARTENARIATO DI PROGETTO**



## Introduzione

I casi aziendali sono stati selezionati perché ritenuti particolarmente rappresentativi rispetto ad alcuni dei processi in atto inerenti il turismo rurale e sostenibile, oltre che essere espressione di una ricchezza e varietà territoriale. Le aziende coinvolte sono diverse per tipologia; si tratta di 5 alberghi diffusi, 5 agriturismi, 1 azienda agricola, 3 hotel/bnb, 5 operatori turistici.

Tutte le aziende sono dislocate o operano principalmente sul territorio del Montiferru e della Planargia, fatta eccezione per alcune che si trovano su delle aree di confine e che, di fatto, appartengono ad altre regioni storiche quali il Marghine e il Sinis. Sono tutte aziende facente parti della filiera turistica, e nella maggior parte dei casi sono aziende multifunzionali. Si tratta per lo più di aziende familiari nate una ventina di anni fa, tra le quali spiccano realtà più recenti e giovani ove l'elemento di genere rappresenta un connotato da non trascurare. In linea generale, la maggior parte delle aziende intervistate offrono ospitalità e pernottamento.

Le aziende agricole si occupano prevalentemente di agricoltura: ortive, frutteti, vigne, erbe aromatiche e soprattutto oliveti. Alle produzioni agricole si aggiunge l'allevamento, nello specifico ovino, suino e bovino. Le produzioni agricole. Tra le aziende che hanno come attività produttiva prevalente quella agricola emerge la viticoltura, quale attività principale (si produce principalmente Malvasia, Vernaccia, Vermentino e Cannonau), cui si aggiungono, a seconda dei casi e in maniera assai importante, l'orticoltura e la cerealicoltura (avena e orzo). Nelle aziende agrituristiche è sempre presente un orto, un frutteto e, soprattutto, un uliveto. Una sola azienda è specializzata nell'allevamento del Bue Sardo. Tutte le produzioni delle aziende agricole coinvolte possono essere destinate, a seconda dei casi, e in minima parte, al mercato ma sono rivolte soprattutto all'autoproduzione per la ristorazione in agriturismo e/o all'autoconsumo in famiglia.

Le aziende ricettive intervistate si dividono in due tipologie: albergo diffuso e bnb/hotel. Tra di esse alcune vantano un'esperienza quasi ventennale, mentre la più giovane ha aperto i battenti nel 2018. Le strutture variano da un massimo di 3 edifici e 70 posti letto, ad un minimo di 6 stanze e 13 posti letto. Tra gli alberghi diffusi l'elemento della tradizione è particolarmente significativo, con un forte richiamo nelle decorazioni interne e nello stile architettonico; il legame alla classicità dei borghi fa da collante per tutte le opzioni raccontate. Gli alberghi fondano tradizione e innovazione, non soltanto negli ambienti interni ma anche nei servizi offerti, soprattutto nella ristorazione.

I servizi nel territorio sono svariati, e i tour operator concentrano la loro offerta principalmente in pacchetti studiati su misura per i turisti e per le loro esigenze. Le offerte riguardano per lo più sport di acqua, trekking e percorsi sentieristici alla scoperta dei beni archeologici del territorio.

L'analisi che segue ha come obiettivo la comparazione di tutti i casi aziendali coinvolti nel progetto. La lettura dei racconti emersi dalle interviste svolte, metterà a confronto le aziende in base alla tipologia del servizio offerto. L'analisi si focalizza principalmente nel fare ordine circa: a) struttura e storia aziendale b) prodotti servizi e sostenibilità c) reti e relazioni.

## **1) Struttura e storia aziendale**

La maggior parte delle aziende analizzate nei 19 casi studio nascono da una tradizione familiare nel settore. Molte di esse sono sorte dopo interventi di recupero di casolari antichi a seguito di una lunga formazione nel settore della ricezione altre invece dalla scelta di alcuni imprenditori di affacciarsi nel panorama turistico dopo un percorso di studi in altre discipline. I titolari delle aziende ricettive e agrituristiche vantano studi che variano dal campo umanistico, ingegneristico e architettura o quello amministrativo, economico e gestionale. Coloro che operano invece come tour operator sono altamente specializzati con una formazione in comunicazione e valorizzazione ambientale; un operatore turistico è un ingegnere mosso da un forte interesse per la cura dell'ambiente. Le aziende agricole nascono da lunghe tradizioni familiari nell'allevamento: Un'azienda in particolare racchiude la storia di tre generazioni di allevatori e agricoltori.

In generale, tutte le aziende coinvolte sono spinte da forte passione per il territorio in cui operano.

### **1.1 Aziende agrituristiche e agricole**

Le 6 aziende si dividono tra chi ha una lunga storia alle spalle, perché fondata dalla generazione precedente o, addirittura, dalla generazione dei propri nonni e aziende che sorgono completamente da zero tramite l'acquisto dei terreni da parte di giovani coppie che si sono dedicate alla realizzazione sia delle strutture produttive sia che di quelle per l'ospitalità. Nella maggior parte si tratta di ristrutturazioni di vecchie aziende agricole e casolari risalenti alla fine del 1800 o inizi del 1900.

In caso di azienda familiare, si narra di mutamenti che di solito coincidono con il passaggio da una generazione all'altra, con l'ingresso in famiglia e quindi in azienda di nuovi membri che spesso

coincide con il rientro in Sardegna. Caponieddu è una srl di gestione familiare nata nel 2005 come azienda di produzione di vini e olio e allevamento di cavalli; era una sorta di passatempo per i genitori di Francesca (co-titolare insieme alla madre) trasformato poi in agriturismo nel 2011, dopo un anno di lavori. La trasformazione e l'estensione dell'azienda hanno necessitato il rientro in Sardegna di Francesca, che lasciò il suo lavoro di dirigenza presso il Comune di Milano per dedicarsi alla costruzione dell'agriturismo, considerandolo un progetto da lasciare in eredità al figlio:

*“ho lasciato Milano, ero in dirigenza al Comune di Milano, mi sono licenziata e mi sono buttata a capofitto in questa avventura e per fortuna la mia esperienza a Milano mi ha aiutata, in fatto di permessi, certificazioni, quindi in 6 mesi siamo riusciti ad avere i permessi. Siamo in una zona ZPS quindi era un pò difficile avviare, costruire fare, quindi siamo riusciti a trasformare la casa che avevamo costruito per il ricovero attrezzi e stalla in agriturismo”.*

Ci sono poi quei casi in cui l'azienda sorge ex-novo ma il titolare è comunque dedito all'attività agricola sin da piccolo all'interno di un'azienda familiare, mantenendo nella nuova azienda la vocazione produttiva principale o modificandola per le mutate condizioni di mercato. È il caso di “Su Forraghe”: dopo vari impieghi nei settori più disparati 3 fratelli maturano l'idea di aprire un'azienda agrituristica e nel 2015 aprono le porte ai primi clienti. Le ragioni di questa scelta sono connesse in parte alla loro forte passione verso i prodotti della propria terra, ma anche e soprattutto dall'esigenza di voler mettere a valore il proprio prodotto. Su Forraghe infatti si inserisce all'interno di una tradizione familiare tramandata da ben tre generazioni, ma anche soprattutto di una vocazione territoriale nell'allevamento dei bovini di razza Sarda Modicana (comunemente detto Bue Rosso).

La Tinaia è un casale di campagna risalente alla fine del 1800 ristrutturato negli anni '90, situata a circa 3 Km dal mare, nel comune di Magomadas, poco distante dal borgo di Bosa. Nasce dall'impegno di Giovanni e Ilaria che nel 2019 hanno deciso di recuperare una villa di famiglia ed adibirla ad affitta camere con ristorazione. Giovanni è diplomato come cuoco alla scuola alberghiera e vanta una lunga esperienza nella ristorazione; questo fa della Tinaia una vera locanda, o “domus” dalle parole di Giovanni.

È interessante evidenziare le aziende di giovane formazione, o nate ex novo, non necessariamente gestite da giovani titolari. Si tratta di persone che vantano una lunga esperienza nel campo agricolo o nella ristorazione.

Su Nuratolu nasce nel 2004, quando il titolare allevava poche pecore ma credeva fortemente nelle potenzialità del turismo turale. Non aveva una formazione o tradizione nell'accoglienza, a differenza della moglie, la cui famiglia gestiva un ristorante. L'idea imprenditoriale del titolare nasce per caso:

*“Mah, è partito tutto da un'estate senza far niente. Beh, perché una volta sfalciato il fieno, poi (...) non sapevo già più cosa fare (...). Non mi ricordo chi mi aveva detto che c'erano questi contributi e alla fine ho detto: via, dai, e l'ho fatto!. Ci sono 25 anni che faccio questo lavoro ormai”.*

Spesso sono realtà nate per caso. L'agriturismo Bellu nasce a negli anni Ottanta con la ristrutturazione di un'antica casa padronale di Riola Sardo di fine 1800 utilizzata come caserma dei Carabinieri.

Si tratta di una delle prime realtà di turismo rurale nate nel territorio da Gabriele che era un allevatore e si interessò di ospitalità per caso, dall'incontro con l'allora presidente della Cooperativa Allevatrici Sarde (CAS) e dal racconto di un'esperienza in Francia in agriturismo.

Dietro l'idea imprenditoriale ci può essere un lungo progetto di studio, come è il caso dell'Agriturismo Orto, situato nelle campagne del comune di San Vero Milis, che nasce nel 2001, dall'unione di Francesca, studentessa, e Giorgio, imprenditore agricolo attualmente titolare dell'agriturismo Orto, come ditta individuale. Come racconta Francesca:

*“Questo progetto è nato nella mia tesi di laurea, con lui imprenditore agricolo, mettendo insieme la mia passione per i viaggi, in un posto dove potevo continuare a stare con lui. L'azienda agricola è ereditata”.*

In ogni caso, si tratta spesso di aziende familiari in cui i ruoli sono definiti e complementari allo stesso tempo: la gestione dell'azienda così ricade sull'intera famiglia.

In tutti i casi studio elaborati l'elemento di genere è fortemente connotativo: sono state interviste donne, che si occupano, nella totalità dei casi, della amministrazione dell'azienda. Il genere è inoltre relazionato al tipo di attività svolta in azienda: le donne si occupano principalmente della ristorazione e dell'amministrazione, mentre gli uomini del lavoro nell'azienda agricola.

La maggior parte delle aziende operano nel comparto turistico come conseguenza di un ampliamento o di un'estensione aziendale. Due aziende non dispongono di posti letti per il pernottamento.

Dalle più storiche alle più recenti, sono tutte aziende che valorizzano, producono nel territorio per offrire attività di pernottamento. Spesso questo aspetto passa attraverso le importanti opere di ristrutturazione effettuate negli antichi edifici. Gli interventi di ristrutturazione sono caratterizzati dalla volontà di mantenere inalterata la struttura degli edifici preesistenti, ripristinandone i caratteri principali quali elementi in pietra e mattone caratteristici degli edifici rurali. Nella maggior parte dei

casi a questo è legata anche l'attività di ristorazione. La ristorazione è fortemente connessa alla stagionalità: nel periodo estivo, all'offerta della mezza pensione, si lega il servizio di cena (o pranzo, per alcune aziende) su prenotazione.

Analizzando i dati relativi alle strutture aziendali agricole emerge che 2 su 6 conciliano l'attività zootecnica con quella di coltivazione. Dunque sono in minoranza le aziende in cui prevale una vocazione all'allevamento con un importante numero di capi di bestiame: solo un'azienda dispone di 500 pecore; l'altra azienda invece alleva bovini. Il possesso di equini (asini e cavalli) è connesso soprattutto alle attività di coinvolgimento dei consumatori: dalle fattorie didattiche alle visite guidate in azienda. I cavalli vengono inoltre utilizzati soprattutto per l'organizzazione di escursioni e trekking a cavallo.

L'utilizzo dei terreni è dedicato prevalentemente a vigne, oliveti, frutteti e ortive. Due aziende coltivano foraggere e cereali o erba medica per l'alimentazione animale. Le aziende a prevalente vocazione agricola incentrano la loro produzione principalmente sulla viticoltura (Malvasia, Vermentino e Cannonau). In Salto di Coloras l'organizzazione e la struttura dell'azienda risentono degli sforzi economici individuali del titolare volti a minimizzare i costi optando sull'utilizzo di macchinari di seconda mano in vista di importanti innovazioni. Il signor Angelo concentra tutta la sua attività nella produzione e commercializzazione dei vini. Produce in media 400 quintali d'uva all'anno mettendo a frutto le sue competenze da enologo, che vanta 35 anni di esperienza.

A questa poi si aggiunge, a seconda dei casi, l'orticoltura l'olivicoltura che possiamo definire onnipresente, frutteti/agrumeti.

Per quanto riguarda l'attività agrituristica, nella quasi totalità dei casi è presente sia il servizio di ristorazione sia quello di pernottamento. Il numero di coperti a tavola varia da un minimo di 35 ad un massimo di 200. Nelle aziende in cui sono disponibili coperti per un numero che va dai 100 in su si dichiara di offrire un servizio di ristorazione apposito per feste e cerimonie. Servizi che, ovviamente, per loro natura necessitano di essere prenotati in tutti i casi e dei quali si può fruire magari anche solo nel fine settimana. Il servizio di pernottamento è presente in tutte le aziende tranne che in due: una racconta che i lavori previsti per la loro realizzazione sono ormai in fase di ultimazione, mentre l'altra offre esclusivamente visite e degustazioni legata alla sua attività vitivinicola. I posti letto comunque disponibili vanno da un minimo di 9 ad un massimo di 20.

Le strutture ricettive teoricamente lavorerebbero tutto l'anno, nel senso che i titolari dichiarano che il servizio è disponibile dodici mesi su dodici; di fatto, invece, il problema della mancata

destagionalizzazione è assai sentito e presente, pertanto le aziende lavorano nel migliore dei casi 7 mesi su 12. Normalmente si va da maggio/giugno a settembre/ottobre, i mesi più estivi -maggio e ottobre- risultano operosi solo in presenza di un meteo favorevole.

Il lavoro in azienda è svolto principalmente dal nucleo familiare secondo la suddivisione di genere già menzionata. Per quanto riguarda l'utilizzo di lavoratori dipendenti è necessario distinguere, in primo luogo, tra attività agricola e attività agrituristica; in questo secondo caso bisogna distinguere ulteriormente tra pernottamento e ristorazione.

Per quanto riguarda il lavoro agricolo si riscontra la presenza di dipendenti fissi, impiegati soprattutto nell'agricoltura e nell'allevamento.

In genere però i dipendenti fissi si possono trovare quasi esclusivamente nel settore agricolo e dell'allevamento. Inoltre, in tutti i periodi di raccolta dei prodotti, ad esempio per le fasi di raccolta della vite o delle olive, si utilizzano spesso lavoratori stagionali che vanno ad incrementare la manodopera fissa.

Nella maggior parte dei casi il lavoro in azienda agricola è interamente gestito dal titolare, a cui si affianca un aiuto in caso di necessità. In questo il Covid ha particolarmente colpito la possibilità di collaborazioni per le aziende.

Diverso è il discorso per quanto riguarda il settore turistico. I lavoratori fissi sono quasi esclusivamente i membri della famiglia e l'impiego dei dipendenti varia a seconda delle esigenze dell'azienda: in alcuni casi vengono impiegati dipendenti per la pulizia delle camere, ma è soprattutto la ristorazione l'attività che richiede il maggior numero di dipendenti stagionali nella gestione delle sale e nell'accoglienza dei clienti.

Uno degli elementi che emerge dalle interviste è sicuramente quello della difficoltà di selezionare il personale qualificato, sia per la gestione delle sale che per la conoscenza delle lingue straniere. Un'ulteriore difficoltà che emerge è la possibilità di affidarsi ad un personale giovane di età, sia per mancanza di qualifica che per un discorso connesso alla fidelizzazione: come raccontano alcuni intervistati, spesso uno degli elementi vincenti nell'accoglienza e nella ristorazione è la possibilità per il cliente di ritrovare anno dopo anno lo stesso personale di sala.

È inoltre necessario menzionare il ruolo dei figli e della formazione dei figli dei titolari nell'aiuto alla gestione dell'azienda. L'agriturismo si avvale della formazione e degli studi dei loro figli, intenzionato a tornare dall'estero per condurre l'attività familiare, come racconta lo stesso Gabriele:



*“Io ho la fortuna che c'è mio figlio che opera in questo settore e ha deciso che tra due anni chiuderà i battenti con Inghilterra, Australia, Germania (...). Lui ha fatto la scuola ad Alba, però vorrebbe associare questa alta cucina agli schemi dell'agroturismo, a quello che siamo noi, infatti io gli ho detto, va be', io mi occupo delle ortive e tu della cucina e lui mi ha detto: "no, no, ma a me la tua cucina serve comunque", quindi sembra che voglia prendere lui tutto in mano e quindi... [sorride con fierezza]. Io devo essere sincero, se lui non prendesse in mano l'attività non penso che continuerei a fare l'attività di agriturismo”.*

## **1.2 Aziende ricettive: albergo diffuso, hotel, bnb e locanda.**

Le strutture a sola vocazione ricettiva coinvolte nel progetto hanno una storia più recente rispetto agli agriturismi: le prime sorgono nel 2002/2003, l'azienda più giovane inizia la sua recente attività nel 2018. Spesso le aziende nascono dal recupero di vecchi edifici di famiglia o da case contadine appartenenti ai nonni dei titolari. Tra di esse spicca il nome dell'Hotel Lucrezia, nato dalla fusione della grande professionalità e passione di Davide, tecnico appassionato di recupero degli edifici in terra, che con sua cugina, commerciante di tessuti, tendaggi e con una passione per gli oggetti d'arte, eredita una casa contadina dei nonni:

*“Dall'unione delle nostre capacità siamo riusciti a tirar su in recupero di questa casa utilizzando tutti gli arredi presenti nella casa ma togliendo un pò della cupezza di queste case buie e tristi con case che incutono timore. Mia cugina aveva dato questo tocco di freschezza”* racconta Davide

È il caso anche di Bisos, e del titolare, l'architetto Francesco Urgu che, dopo aver ereditato una prima parte del palazzo appartenente alla sua famiglia da oltre due generazioni, ha deciso di acquistare il resto dell'antica dimora “si prestava a diventare una struttura ricettiva”. L'antico palazzo ospitava originariamente un emporio al piano terra, dove si vendevano oggetti quotidiani e in particolare stoffe (il bisnonno del titolare, che costruì il palazzo, era un commerciante di Bosa e nella metà dell'800 si spostò a Paulilatino perché era un punto di passaggio strategico, lungo la strada Carlo Felice); gli altri piani erano adibiti a residenza di famiglia, che era particolarmente numerosa. In altri casi si tratta di recuperi e ristrutturazioni di nuovi acquisti. È il caso di Villa Asfodeli, un albergo diffuso di proprietà di Guglielmo e sua moglie Maria Cristina che nasce in seguito al restauro di un gruppo di case vicine tra loro, nel rispetto di forme, materiali e colori che richiamano la storia del cuore del centro storico di Tresnuraghes. Originariamente costituito da un immobile principale in Piazza Giovanni a Tresnurgahes, apre i suoi battenti nel 2009.

Il rappresentante legale della società è Guglielmo, architetto che ha sempre operato nell'ambito della ristrutturazione e valorizzazione dei centri storici. Lavora nel turismo dal 1995, quando aprì un ristorante tradizionale a Bosa con sua moglie Maria Cristina. L'esperienza nella ristorazione spianò la strada verso la vocazione turistica con l'apertura del primo albergo diffuso a Bosa nel 2008; da quel momento si dedicano alla loro idea imprenditoriale basata sulla valorizzazione degli edifici del centro storico di Tresnuraghes.

*“Durante l'attività di ristorazione ci siamo ulteriormente resi conto che moltissimi avrebbero gradito fare l'esperienza turistica soggiornando nel centro storico di Bosa e in quel momento non c'era alcuna attività di questo genere nella città. C'erano soltanto un paio di alberghi ubicati o in periferia o nella frazione di Bosa Marina per cui abbiamo fatto un primo albergo diffuso dentro Bosa dal quale poi siamo usciti nel 2008-2009 per cui non abbiamo più questa proprietà e poi abbiamo fatto un secondo tentativo a Tresnuraghes in quegli anni”.*

Gli altri alberghi diffusi coinvolti, raccontano di un lungo progetto pensato come evoluzione naturale di nuove forme di turismo e sviluppo delle comunità del Marghine/Planargia. È il caso indubbiamente di Antica Dimora del Gruccione, casa madre dell'albergo diffuso e dimora patrizia del XVIII secolo che si affaccia su un giardino fiorito e di Gabriella, laureata in Filosofia a Roma, che ai suoi studi sulla natura, l'interdisciplinarietà dei saperi, la microstoria, ha trasversalmente abbinato l'attenzione per la lettura del cibo come fatto sociale. Da queste esperienze ha orientato l'apertura della “Antica Dimora del Gruccione” nel 2002 a Santu Lussurgiu come frutto di un interesse per lo sviluppo locale diventando così il racconto di un territorio di cui Gabriella si fa portavoce. L'avvio dell'Antica Dimora è stata preceduta da un lungo periodo di osservazione del territorio, come racconta Gabriella:

*“Ho impiegato questi anni antecedenti la nascita dell'albergo a mappare il territorio e vedendo quello che c'era e a valutarlo immediatamente in una relazione simbiotica con l'erigendo albergo diffuso. Quindi i concetti di ricettività nei confronti del coinvolgimento preciso con gli altri luoghi di sviluppo attività intorno a me era molto importante”.*

O di Corte Fiorita che si trova a Bosa ed è un albergo diffuso nato nel 2003 da uno dei primi progetti di sviluppo in cui fu coinvolto Marco, direttore della struttura e laureato in economia, che lavorò allo sviluppo del progetto fornendo un contributo dal punto di vista statistico e di analisi dei fabbisogni del territorio. In seguito sviluppò concretamente l'idea di albergo diffuso insieme ad un architetto locale: l'obiettivo era fornire una valida opportunità di crescita di lungo periodo ai potenziali albergatori e attività del territorio, in continuità con le nuove generazioni.

Un unico caso di srl riguarda Maison Tresnuraghes, che fonde le esperienze di un ingegnere, un carpentiere e un fabbro provenienti dalla Lombardia, e che hanno affidato la gestione a due collaboratrici: Claudia e Sophie.

Inizialmente l'albergo era composto da due strutture; oggi si contraddistingue per fornire ricettività utilizzando stabili appartenenti a un tessuto abitativo preesistente che è diventato modello di ospitalità. La missione dell'azienda si riflette nella sua struttura: il cuore è un'antica casa di famiglia, la "ANTICA DIMORA DEL GRUCCIONE", alla quale fanno capo altri tre stabili: la "DEPANDANCE", "SOS GELMINOS", "SA MURIGHESSA" e una BIBLIOTECA a cui gli ospiti di tutte le strutture possono accedere.

Il punto forte dell'azienda ruota intorno alla tradizione, richiamo costante nelle struttura attraverso la presenza di travi in quercia, ferro battuto, volte in pietra, antichi arredi, libri e collezioni che rinnovano un'atmosfera elegante e affascinante. Gabriella ritiene che la missione autentica dell'albergo diffuso in un piccolo borgo come quello di Santu Lussurgiu sia quella di essere "presidio" di un territorio: saper essere attenti alle spinte rivoluzionarie e resilienti allo stesso tempo, in una terra in cui fare impresa equivale al rispetto della voce dei propri luoghi.

La Depandance è invece una piccola casa unifamiliare espressione del tessuto abitativo del paese. È adatta soprattutto per le esigenze di una famiglia, essendo dotata di soggiorno e cucina con possibilità di utilizzo in autonomia. È composta da: due camere doppie, un bagno, soggiorno con cucina e caminetto, televisione al primo piano. Due camere singole, bagno esterno al piano terra.

Sos Gelminos prende nome dalla parete di gelsomini del giardino segreto. L'edificio, di antico impianto, si raggiunge attraversando la casa madre oppure entrandovi dal suo ingresso esterno sulla via Angioy. La tradizione si riflette negli arredi dei primi del novecento e nell'artigianato di design curati dallo stilista cagliaritano Luciano Bonino. Sos Gelminos è articolata in tre camere doppie e una camera singola adatte a diverse esigenze.

Sono presenti inoltre una serie di spazi riservati agli ospiti: La Biblioteca, il Servizio di Caffetteria autonomo e Il Salottino, con caminetto e frigorifero a disposizione.

Sa Murighessa è invece lo storico edificio abitazione di Antonio Gramsci nel periodo in cui giovanissimo, tra il 1905 e il 1907, frequentò il ginnasio Carta- Meloni. Tra gli spazi riservati agli Ospiti si trova la sala al piano terra dedicata ad Antonio Gramsci con raccolta delle sue opere.; un salotto con grande televisione da condividere con gli amici. Una saletta prospiciente il giardino con Servizio di Benvenuto: bollitore con selezione di caffè, tè e tisane da agricoltura biologica, piccolo

frigorifero a disposizione. Quattro camere doppie, due camere triple e una camera quadrupla adatte a diverse esigenze. In tutte le camere è presente una televisione, uno o due bagni privati accessoriati.

Dal punto di vista della struttura, gli alberghi contano generalmente di 3/6 strutture, una principale a cui si associano le altre dislocate nel borgo. Gli alloggi variano da un massimo di 29 camere, 6 monolocali e residence come è l'offerta di Villa Fiorita a 3 camere con 9 posti letto di Pessighette. In tutte le strutture vi è una perfetta fusione tra tradizione e innovazione, che caratterizzano gli alloggi ben curati e valorizzati. Le formule proposte nelle varie strutture variano:

Corte Fiorita è costituito da cinque strutture per un totale di 29 camere, 6 monolocali e residence. Gli ospiti possono scegliere tra tre opzioni: la formula hotel, la formula residence e gli appartamenti. La Formula Hotel prevede il servizio Bed and Breakfast e la scelta della camera che si preferisce: dalle camere doppie alle suite, dislocate in 5 differenti edifici nella città di Bosa. Le camere si trovano al piano e ai piani superiori con vista sulla città o sul fiume. Lo stile delle camere è contraddistinto da elementi della tradizione arda. Si affacciano sul cortile interno oppure su una piazzetta. Hotel Lucrezia ha molto poco degli hotel classici, ha 8 camere con massimo 20 posti letto che affacciano su un bellissimo giardino centrale curato da due giardinieri di Milis rientrati in Sardegna dopo un'esperienza negli Stati Uniti. Bisos – Ospitalità Diffusa Ecosostenibile dispone di 6 camere per un totale di 13 posti letto ma a seguito del recente acquisto da parte del proprietario di un'altra sezione adiacente al palazzo, la struttura presto diverrà un albergo diffuso e ospiterà un totale di 8 camere, di cui due indipendenti e dotate di una piccola cucina.

Maison Tresnuraghes è un albergo diffuso composto da case padronali, raccolte attorno ad una grande corte adibita a giardino e circondata da mura che ne proteggono la privacy. Nasce nel 2010 come albergo a 3 stelle e nel 2013 diventa albergo diffuso dopo l'annessione di strutture aggiuntive e il passaggio da 11 a 17 stanze a disposizione per gli ospiti. Attualmente l'albergo conta 17 camere dislocate in tre diverse case: Il Cortiletto, a circa 50 metri da la Maison, la struttura principale, che dista 20 metri dalla Petite Maison. Nel corpo principale è presente una terrazza-solarium che accoglie gli ospiti nel silenzio tra le verdi colline digradanti verso il mare.

Lo stile architettonico, è il costante legame con la tradizione espressa nelle varie strutture. Racconta il titolare di Corte Fiorita

*“Ci può essere una “declinazione”. Il nostro è un albergo diffuso declinato alla cultura locale perché noi non puntiamo a un segmento specifico [...]noi lo leghiamo più a un'esperienza culturale legata alla classicità del borgo quindi l'architettura del posto...poi abbiamo l'edificio principale che è una vecchia casa padronale che è anche sul fiume e poi abbiamo anche quattro camere nel complesso*

*delle vecchie conzerie, le quali stiamo declinando sui settori dell'artigianato locale con vari tipi di richiamo".*

Bisos rappresenta perfettamente questo richiamo. L'antico palazzo di Bisos ospitava originariamente un emporio al piano terra, dove si vendevano oggetti quotidiani e in particolare stoffe (il bisnonno del titolare, che costruì il palazzo, era un commerciante di Bosa e nella metà dell'800 si spostò a Paulilatino perché era un punto di passaggio strategico, lungo la strada Carlo Felice); gli altri piani erano adibiti a residenza di famiglia, che era particolarmente numerosa. Sebbene numerosi ambienti del palazzo abbiano cambiato la loro destinazione d'uso originaria, il titolare ha cercato di mantenere intatta l'architettura di una casa signorile tradizionale: le volte a vela, i soffitti affrescati, i pregiati pavimenti e gli arredi della struttura hanno ciascuno un loro significato, una loro storia da raccontare. Ogni camera, identificata con il nome di un colore in lingua sarda, è arredata con mobili artigianali e con pezzi di antiquariato sardo e opere di vari artisti locali. A catturare subito l'attenzione sono le testiere dei letti realizzate in legno e rivestite con fili di lana sarda colorati con elementi naturali. Gli arredi, le finiture e le tipologie strutturali testimoniano la ricerca di una forte identità territoriale, ma che allo stesso tempo vuole garantire un'ospitalità di alta gamma.

Villa Asfodeli ha invece uno stile più liberty, nei suoi due edifici, la Casa Deriu e la Villa Liberty, dove l'intento è quello di far rivivere la vita del borgo antico. L'albergo è costituito da 21 camere tra camere doppie e suite in grado di accogliere circa 50-55 posti letto.

In tutte le strutture turistica, sostenibilità e tradizione si fondono per dare vita a un piccoli angoli di tranquillità nel cuore della Sardegna.

Per quanto riguarda l'organizzazione del lavoro in struttura, tutti gli alberghi si servono principalmente di un aiuto in cucina, di personale addetto alle pulizie, e spesso esperti sommelier per la scelta e il racconto dei vini in abbinamento ai piatti del menu, sempre altamente stagionale. Solo in un albergo, Corte Fiorita, non è compreso il servizio di colazione, ma è garantito quello di pulizia attraverso alcuni dipendenti di supporto. È da menzionare il caso di Bisos, unico caso a conduzione interamente femminile: L'intera attività è gestita da due giovani ragazze di Paulilatino che si occupano rispettivamente dell'accoglienza e della pulizia delle camere, mentre il titolare risiede stabilmente a Cagliari, dove ha sede legale la società ("Salocanda" s.a.s). La gestione della struttura, giovane e tutta al femminile, costituisce una peculiarità particolarmente apprezzata soprattutto per la gestione delle tecnologie, social network, comunicazione e marketing trend.

Una piccolo bnb invece, Pessighette, è gestito interamente dai titolari, marito e moglie. I gestori delle strutture si avvalgono della collaborazione di personale con un'età inferiore ai 40 anni, ma lamentano

difficoltà nella ricerca di personale giovane qualificato. Avere molte opzioni tra le camere richiede un'attenzione particolare per i bisogni del cliente, e spesso questo dai racconti si è tradotto nella necessità di fidelizzazione del personale.

Spesso marito e moglie gestiscono l'albergo avvalendosi della collaborazione di personale locale che conosca le lingue straniere: la conoscenza delle lingue straniere è il requisito fondamentale nella ricerca del personale.

### **1.3 Operatori turistici e guide**

Il progetto ha coinvolto anche coloro che si occupano di servizi turistici nel territorio. In totale sono 5 realtà: l'Associazione Archeoclub d'Italia con sede a Santu Lussurgiu dal 2015 che è costituita da un gruppo di appassionati di archeologia e di tematiche legate all'ambiente e alla cultura del territorio; Esedra Escursioni che lavora dal 1998 nel campo dei servizi per il turismo culturale e ambientale promuovendo la tutela, la conoscenza, la divulgazione del patrimonio culturale e naturalistico del territorio del Marghine e della Planargia; Ivo Pirisi che lavora dal 2007 come tour operator e fonde i suoi interessi sullo studio della longevità, cultura e vita quotidiana delle comunità di centenari, e offre percorsi e esperienze che si adattano alle differenti tipologie di turisti, in un'ottica strettamente connessa alla sostenibilità; IXA Sardinia Excursions and Tours, guida ambientale professionista che dal 2016 organizza tour vacanze e attività di trekking e outdoor in tutto il territorio dell'Oristanese, ma specialmente nella zona del Montiferru; Nuadventure un'associazione nata nel 2016 dalla passione di Fabrizio e sua moglie Lohene per le attività sportive all'aria aperta.

Sono associazioni e società nate spesso da zero. Come si legge si tratta di realtà molto giovani che si basano sul lavoro di operatori esperti e qualificati: la maggior parte di essi ha una formazione connessa allo studio ambientale (Esedra Escursioni, IXA, Archeoclub) altri, come è il caso di Fabrizio di NuAdventure e Ivo Pirisi, hanno saputo cogliere gli aspetti della loro formazione su marketing e comunicazione, per applicarlo alla passione per il territorio e all'offerta e gestione di servizi.

Tra i tour operator ci sono persone che arrivano in Sardegna per legami familiari o per una forte passione per il territorio:

Umberto è il presidente dell'Associazione Archeoclub È marchigiano di origine, appassionato di musica e di cultura. Arriva in Sardegna nel 1970 e diventa direttore della banda della Brigata Sassari.

Insegna lettere dal 1985 sino al 2001, quando nel frattempo (nel 1979) aveva aperto con la moglie il ristorante La Bocca del Vulcano, ormai chiuso da dieci anni in seguito alla morte della moglie.

Umberto ha inoltre costituito il CEAS Centro Educazione Ambientale alla Sostenibilità, un progetto di educazione ambientale sulle più ampie tematiche pertinenti la sostenibilità

Lohene e Fabrizio di NuAdventure rientrano in Sardegna per una *“scelta di vivere la Sardegna, di vivere la vita in un certo modo con l’attività sportiva”*. Lohene mette a frutto le sue esperienze precedenti nella gestione per 4 anni di un hotel a Bosa. a formazione di entrambi e la conoscenza del territorio si coniuga per offrire competenze tecniche ben precise nel turismo come racconta Fabrizio:

*“sia io che Lohene da delle skill precedenti, nel senso che io ho una laurea in comunicazione e marketing e ho già lavorato con diverse aziende tra cui alcune legate al turismo territoriale anche a livello nazionale. io parallelamente ho sviluppato delle competenze tecniche come pilota di parapendii e sport outdoor, stand-up paddle (sup) e altro. Sono passioni che mi portavo dietro da sempre. Alcune erano già sfociate in un aspetto più lavorativo se vogliamo dire. Lohene ha avuto lo stesso esperienze nel settore turistico che aveva gestito un hotel per quattro anni a Bosa, nella Planargia, e poi ha fatto attività d’insegnamento di yoga, ecc.. Quindi ha avuto un buon background che ci ha permesso di ingrandire un po’ il progetto e di pensare a tutte queste competenze in una maniera più strutturata”*.

Dal punto di vista dell’organizzazione, Esedra Escursioni è la società più complessa. Ha un organico composto da 9 collaboratori, la sua sede legale è a Macomer ma la loro attività si svolge tra Macomer e Bosa - sede del trenino point per la tratta turistica a scartamento ridotto Macomer/Bosa - e centro escursioni. Il team è composto da professionisti qualificati nel campo del turismo culturale e ambientale. Mettono a disposizione guide turistiche e guide ambientali escursionistiche (iscritte regolarmente all'Albo Regionale delle Professioni Turistiche), tecnici dei servizi educativi e didattici con funzione di promozione esterna, laureati in valorizzazione dei beni culturali e creazione di eventi, archeologia.L’età media dei soci è di 40 anni.

Ivo Pirisi invece si forma e cresce da solo nel mercato, in cui costruisce la sua professione e passione, a partire da una fondamentale esperienza avvenuta nel 2007, quando fotografo, svolse un servizio fotografico che riguardava il tema dei centenari in Sardegna con un confronto con Israele: *“è da lì che in qualche modo inizia la mia avventura, perché da quel momento entro in contatto con una serie di professionisti e di esperti del settore, lì in Israele, e da quell'anno e ogni anno sino ad oggi, organizziamo dei gruppi a tema dove in qualche modo si viaggia e si esplora a 360 gradi il mondo della bellezza della longevità. Essendo poi la Sardegna indicato come come un hotspot, in virtù del*

*fatto che siamo una delle cinque blue zone del mondo, mi è venuto naturale sfruttare questo questo brand per farmi trovare, mettiamola così”*. Oggi Ivo sta lavorando all’apertura di una Accademia della Longevità; questo ha portato il suo lavoro ad essere particolarmente apprezzato e conosciuto poiché altamente specializzata in alcuni settori.

Anche in IXA l’attività è interamente portata avanti dal titolare, che esprime un forte rammarico per l’incapacità di poter assumere o creare nuove forme di collaborazione con altre giovani guide, la cui presenza porterebbe a suo parere innovazione, oltre ad assicurare una maggiore qualità del servizio.

L’età media di tutti gli operatori è di circa 40 anni.

## **2) Servizi, prodotti e sostenibilità**

Dai casi studio analizzati emerge in primo luogo che il concetto di qualità connesso a servizi e prodotti si distingue a seconda dei pareri degli intervistati. Si può sostenere che, sulla base dell’analisi delle interviste, coloro che definiscono la qualità si suddividono in due categorie. La maggioranza degli intervistati concepisce la qualità secondo un punto di vista materiale, connettendola fortemente al processo di produzione: essi affermano che la qualità sia sinonimo di filiera corta, importanza delle materie prime e stagionalità dei prodotti. Ma dall’analisi delle interviste emerge anche chi associa il concetto di qualità ad un punto di vista simbolico e immateriale, concependola come il risultato dell’espressione di identità e rispetto della tradizione.

### **2.1 Agriturismi e aziende agricole**

Quattro su cinque aziende agroturistiche e agricole intervistate hanno una vigna. Hanno una rilevanza particolare i vitigni autoctoni di Malvasia e Vernaccia, ma si produce anche Vermentino, Cannonau e Bovale. Un’azienda in particolare (Salto di Coloras) massimizza la sua produzione dall’uva Malvasia, da cui ottiene quattro tipologie di vini: tre vini da dessert e uno da pasto dei quali vengono esaltate le caratteristiche naturali. La specificità dell’azienda è legata in particolare alla produzione di un passito della Malvasia.

La specificità dell’azienda che rende la sua Malvasia di Bosa “Salto di Coloras” un vino dolce intenso e avvolgente, è un fungo– Botrytis Cinerea – che necessita di particolari condizioni climatiche



perché si sviluppi positivamente, senza degenerare nella deleteria muffa grigia. “Salto di Coloras” vanta l’esclusività e il primato in Sardegna, come sottolinea Angelo: “Questo lo faccio solo io finora. Ci sta provando anche qualche altra azienda però non è sul mercato. Praticamente sono le uve muffate. Lo fanno in alcune zone d’Italia per esempio nell’Umbria oppure nel Southern in Francia i cui vini sono i più famosi in assoluto. Io sono l’unico in Sardegna finora che fa tale tipo di vino”.

Dall’azione congiunta del lavoro in cantina e con la Botrytis Cinerea Angelo produce Malvasia di Bosa dolce che offre in bottiglia con la capsula blu. Nelle annate senza Botrytis Cinerea produce invece Malvasia di Bosa dolce con la capsula verde. Sempre nell’ambito dei vini dolci, viene prodotta una Malvasia di Bosa Riserva nel rispetto del processo di produzione naturale che richiede quattro anni di fermentazione in botte e dei lieviti flor. La florizzazione, imprevedibile per tempistica ed esiti, dona singolarità alla produzione della Malvasia riserva manifestando talvolta notevoli variazioni da botte a botte. Il vino più venduto è invece un vino da pasto con malvasia e vermentino IGP, a cui si aggiungono un Vermentino DOC e un Cannonau DOC: “Quindi di sei bottiglie faccio un cinque DOC e un IGP”, precisa Angelo.

Caponieddu produce vino Cannonau e Vermentino “Produciamo due vini DOC Cannonau e Vermentino (17.000 bottiglie in totale) on assistenza di un enologo, abbiamo spostato tutto a Magomadas in una struttura dell’enologo per far spazio all’agriturismo. Portiamo le uve a lui”. Ottiene due prodotti in particolare: “Orassale” ottenuto da uve Cannonau coltivate sui basalti della costa occidentale della Sardegna, vinificate con cura e impegno. E’ un vino di carattere, pieno, vellutato e di corpo con sentori di frutti di bosco che si abbina ai piatti della grande cucina di terra, ai formaggi stagionati e agli arrostiti. E “Silbanis” un Vermentino, dal colore giallo paglierino brillante e il bouquet intenso, sapido con retrogusto lungo ed avvolgente.

Anche Su Forraghe e L’Agriturismo Bellu producono vino da piccole vigne: il primo produce bovale che viene consumato esclusivamente in azienda, mentre l’Agriturismo Bellu produce cannonau e vernaccia: *“Allora, come azienda agricola, produciamo principalmente foraggere, facciamo leguminose, cereali, queste cose. Cioè, viene intervallato il terreno un anno a frumento, un anno a leguminose e poi olivicoltura. Poi qui dietro abbiamo il vitigno del cannonau, l'impianto di vernaccia l'anno scorso me l'ha bruciato la brina, ma adesso lo reimpiantiamo, diciamo che l'azienda si avvale di queste cose (...) però diciamo che la cosa principale è sempre stata l'olivicoltura, comunque, perché da un reddito bene o male.”*

Per quel che riguarda le altre produzioni, un peso specifico lo ha indubbiamente la produzione di olio. Quattro aziende producono olio dai propri oliveti: Bellu e Su Nuratolu, la cui produzione è limitata per uso interno, mentre Su Forraghe produce, a seconda dell'annata, circa 3-4 mila litri di olio l'anno, gran parte dei quali viene commercializzato all'esterno dell'azienda, anche se *“è diventato un po' difficile il commercio dell'olio, abbiamo solo la soddisfazione di dare un olio di eccellenza e i clienti rimangono molto soddisfatti perché molti non conoscono il vero olio di oliva”*. Sempre all'interno della filiera olivicola, l'azienda produce le olive da tavola in salamoia che vengono consumate come antipasto oppure utilizzate come condimento di carni e altri piatti della tradizione.

Caponieddu è circondato da un uliveto fortemente voluto dalla titolare Silvia. Da circa 300 piante si produce olio in un frantoio molto vicino a Cuglieri. La maggior parte della produzione viene utilizzata in agriturismo, il resto è destinato alla vendita. È presente inoltre un ettaro di orto per la produzione di verdure da utilizzare in ristorante.

La produzione di ortaggi e frutta accomuna tutte le aziende. L'agriturismo Bellu nello specifico produce anche cereali, leguminose e una parte del frutteto è destinato alla produzione di Kiwi; Su Forraghe coltiva anche avena e orzo.

Allevamento riguarda invece L'Orto, Su Forraghe e Su Nuratolu e si concentra su ovini, suini e bovini.

L'Orto produce principalmente latte, che viene conferito ad un caseificio e in parte trasformato in formaggi per uso privato o per l'agriturismo. Gli agnelli sono destinati alla vendita, e possiedono certificazione di cui l'intervistata non ricorda il dettaglio.

Su Forraghe alleva ovini, suini e bovini di razza sardo-modicana. Per quanto concerne la filiera casearia, invece, il latte di pecora e di vacca sono utilizzati per la produzione di pecorino sardo e casizolu, realizzati ancora secondo il sistema tradizionale:

*“facciamo un po' di pecorino dagli ovini, mentre facciamo una produzione più alta con il casizolu, il vero casizolu, fatto ancora col sistema tradizionale, come è nato lo facciamo ancora oggi, con la pasta filata, ormai tutti fanno casizolu ma non è la stessa cosa (...) non è campanilismo il mio, ma è la realtà (...). La modicana anche lì ha la sua particolarità col latte, e lì facciamo sia il casizolu che un liquore, però anche lì il liquore si presta solo al latte delle sarde modicane perché come qualità è completamente diverso.”*

Una volta soddisfatto il fabbisogno interno all'azienda, il restante latte viene conferito all'industria.

Su Nuratolu conta 200 pecore e 20 scrofe, cui prodotti vengono impiegati principalmente nella ristorazione e in parte nella trasformazione. Una parte del latte è impiegato in azienda mentre il restante viene conferito. I prodotti caseari non vengono trasformati a differenza della carne da cui si producono salsicce, coppa, lonza e altri salumi destinati sempre al soddisfacimento della richiesta interna.

Tutte le aziende offrono il servizio di ristorazione in totale rispetto della tradizione. A partire dal menu, che spesso non è ampio in accordo con un concetto di semplicità e autenticità e stagionalità delle materie prime. Alcuni agriturismi si differenziano per un tocco di innovazione o di specificità, come ad esempio l'utilizzo del limone in ogni piatto del Menu dell'Agriturismo Bellu, le cui ricette spaziano da ravioli di ricotta al profumo di limone rigorosamente fatti in casa, gnocchetti alla campidanese, fregola con carciofi e pancetta, oppure con asparagi selvatici o con le cozze, risotto con pomodoro fresco aromatizzato al limone, maialetto allo spiedo e grigliate di carne mista. La cucina si avvale delle ortive coltivate direttamente in azienda e propone dolci tipici tra cui le pardulas di ricotta, i dolci di mandorla come ricciolini e gueffus, is arrubious, is pirichiteddus, is pippias de zuccuru.

Tutto ciò che si propone in tavola rispecchia sempre fedelmente la cultura locale, come racconta un intervistato: *“mi dispiace se qualcuno sentirà questo ma, per esempio, io non propongo mai le seadas, non è un piatto nostro. Io propongo sa pippia 'e zuccuru, is pirichiteddus, is arrubiaus, quei dolcetti di ricotta con la buccia di arancio, le uova, un po' di latte, quello è proprio un piatto vecchio vecchio, un dolce locale, quindi propongo la ricotta con la marmellata d'arancia scaldata con un pizzico di acquavite, per cui quando mi chiedono queste benedette seadas io dico (...)”*.

Il limone, presente in diversi piatti, richiama la specificità della cucina di Gabriele. Accomuna infatti gran parte delle pietanze: il pesce di Cabras viene cucinato con il succo di limone, così il risotto con limone e zafferano, considerato da Gabriele uno dei suoi piatti forti. È una cucina ricca di sapori ma basata sulla semplicità delle ricette del passato: *“proponendo questi piatti poveri di una volta riesci anche a conquistare le persone, poi certo, mi manca un po' la presentazione dei piatti come vorrebbero oggi ma [ride] purtroppo non sono andato a scuola di cucina... aspettiamo che germogli il fiore”*.

Anche Caponieddu e Su Nuratolu propongono una cucina semplice e tradizionale. La cucina di Caponieddu aggiunge però una chiave moderna, utilizzando produzioni proprie e materie prime naturali, fatte di soli prodotti locali di terra e di mare. Lo chef propone piatti della cucina sarda e

mediterranea genuini attingendo alle svariate colture della tenuta, degli orti, dei frutteti, sempre con le erbe aromatiche tipiche del territorio.

Il piatto tipico di Su Nuratolu è il maialetto, al quale i titolari dedicano una cura particolare affinché i clienti siano sempre soddisfatti nel rispetto della freschezza:

*“noi il maialetto lo tagliamo a tutti quanti in tavola. Io ti cucino il maialetto, lo cucino per te, e quel pezzo è esclusivamente per te, tutto quello che rimane o lo portate via o me lo mangio io. Non tagliamo maialetto di nascosto [ride]. Il maialetto va cotto e mangiato bello caldo, fresco di giornata”.*

Per tutte le aziende, la cura dei piatti prodotti in tavola sono strettamente connessi al rispetto del cliente in chiave di autenticità. Autenticità e qualità sono sinonimi per i titolari dell'azienda, che preferiscono focalizzare la propria attività sulle materie prime e non sulla presentazione dei piatti:

*“Premetto che è un modesto parere, però facendo tutti questi ricami nei piatti secondo me si perde un po' l'autenticità dell'agriturismo... poi diventa un'altra cosa, poi diventa un ristorante stellato, mi capisci cosa voglio dire?”.*

Le altre specificità sono seadas, ravioli e mirto. Solo un'azienda produce pasta fresca, ma si tratta di un'attività che richiede molto tempo e difficilmente è possibile coniugarla con la gestione dell'intera azienda. Su Forraghe produce pasta fresca, e in particolare ravioli e malloreddus; dolci, marmellate e liquori, come ad esempio il mandarino, il nespolino, il mirto...oltre al liquore di latte di sarda modicana. Tra i prodotti trasformati dall'azienda rientrano inoltre diverse specialità regionali (PAT), per i formaggi su casizolu e il pecorino: l'obiettivo è quello di garantire una cucina che valorizzi i prodotti e i piatti della tradizione proponendone una rivisitazione in chiave moderna, *“anche perché una persona si annoierebbe”*- racconta il titolare.

Tutte le produzioni sono coltivate in biologico, seppur non certificate.

Solo un'azienda, Su Nuratolu fa il servizio di Agripizza, sospeso da qualche stagione. Spesso la cura del prodotto è legata anche alla scelta di privilegiare la qualità sulla quantità. La ristorazione è destinata principalmente a chi pernotta in struttura e si offre soltanto su prenotazione.

Per quel che riguarda le attività offerte, principalmente si tratta di attività di trekking o passeggiate nei sentieri, corsi e sport acquatici come diving o vela. Una parte dei turisti, soprattutto quelli stranieri, sono attratti dalle attività all'aria aperta come il trekking e il golf, piuttosto che dagli sport acquatici. Gli stranieri sono perlopiù attratti da attività legate al territorio, ai sentieri, ai percorsi enogastronomici e ai beni culturali e archeologici. Come racconta il titolare di L'Orto:

*“Trekking, golf (c’è un campo da golf a is arenas). Abbiamo avuto una buona collaborazione con il campo da golf poi hanno aumentato i prezzi e piano piano abbiamo iniziato a perdere questo tipo di utenza. Adesso va molto di moda la camminata, il trekking, molti vengono in bici, molti vengono in moto. Più che sport di mare, le persone vengono per attività legate al territorio, strada, sentire, percorsi enogastronomici, archeologia”.*

Si tratta di turisti di nicchia, che vengono attratti da ciò che offre il territorio e che generalmente si autogestiscono a causa della mancanza di servizi soprattutto nell’offerta di percorsi outdoor. Le zone umide del Sinis e le popolazioni di fenicotteri attirano i turisti che pernottano nell’Orto. Caponieddu ad esempio offre ai suoi ospiti: l’organizzazione di percorsi di visite a siti archeologici, musei trekking, tour in mountain bike, pesca d’altura, canoeing, corsi di surf , Kitesurf , Stand Up Paddleboard.

L’offerta di servizi aggiuntivi e esperienziali dipende da una domanda differente tra i mesi estivi e di bassa stagione. In agosto le principali richieste riguardano le esperienze legate al mare: noleggio gommone, gita in barca a vela e escursioni in jeep per raggiungere le spiagge più distanti. Mentre a maggio e settembre è più comune che, soprattutto, le persone anziane siano interessate a gite culturali, degustazioni enogastronomiche, laboratori sui prodotti lattiero caseari o visite in cantina.

*“D’estate soprattutto in Agosto alle persone che vogliono andare al mare, propongo il massaggio in camera, di andare nell’agriturismo nel nuorese, fare delle gite culturali, ma non ne vogliono sapere, l’unico servizio che riesco a dargli è il noleggio del gommone, giro in barca a vela, escursioni con le jeep per andare nelle spiagge particolari, quindi questo durante l’estate, le persone vogliono godersi il mare. Invece maggio-settembre, persone più anziane mi richiedono gite culturali, degustazioni enogastronomiche, fare il formaggio, visitare la cantina”.*

Tra le aziende è comune l’esperienza laboratoriale in cucina o in generale attività che coinvolgono attivamente i clienti in azienda. Come racconta il titolare di Su Nuratolu:

*“facciamo partecipare anche quando stiamo cucinando, gli diamo anche la cucina a disposizione, cioè entrano come se fossero a casa loro, però poi a quelli che arrivano estranei no, mangiano e basta”.*

Salto di Coloras organizza degustazioni in cantina su prenotazione, a causa dello spazio limitato e della necessità di investire a piccoli passi in un’azienda ancora giovane e basata su sforzi economici personali: *“Non ho un vero e proprio spazio per le degustazioni, ho una cantina piuttosto grossolana perché, ripeto, è un’azienda giovane, fatta tutta di tasca mia senza interventi pubblici e per cui riesco*

*a fare quel che riesco a fare. Su richiesta e su prenotazione faccio anche delle degustazioni collettive. Ci sediamo attorno a un tavolo o stiamo in piedi, presento tutti i miei prodotti, li faccio assaggiare e chi vuole comprare compra. Però ripeto che mi sto attrezzando per fare una sala di degustazione dove fare qualche evento o qualcosa del genere”.*

Caponieddu propone una esperienza di degustazione e racconto del processo produttivo dell’olio, attraverso la narrazione della frantumazione, pressatura e centrifugazione a freddo per chi vuole gustare la bontà di un sapore antico ed immutato.

Le aziende inoltre sponsorizzano eventi che hanno luogo nel territorio. Non è facile invece organizzare la fattoria didattica. Come raccontano:

*“Lo proponevo nei primi anni di vita dell’azienda ma ho preferito abbandonare per il carico di lavoro da gestire e per l’aumento dell’offerta nel mercato agroturistico”.*

E ancora:

*“Sono interessato anche alla possibilità di fare fattoria didattica ma non ha mai trovato un bacino di clienti tale da portarlo a prendere in considerazione l’idea”.*

Due aziende sono intenzionate ad avviare l’attività di agricampeggio. Il titolare di Su Forraghe dice:

*“stiamo facendo qualche lavoretto e speriamo di essere pronti per la nuova stagione. (...) nel progetto ci sono due grandi piazzole, quanto meno vorremmo finire almeno una per iniziare e tastare con mano, vedere un po’...”.*

Anche Su Nuratolu vorrebbe ospitare i camperisti e organizzare un campeggio per cogliere nuove opportunità e aumentare la richiesta soprattutto per la ristorazione: *“anche gratuitamente nella loro sosta, perché permette poi di poter lavorare con la ristorazione oltre che offrire un ulteriore servizio nel territorio. camperisti, (...) già mi hanno contattato, mi hanno inserito in un paio di pagine, perché anche a loro interessa trovare dei posti affidabili e gratuiti, loro non pagheranno niente per parcheggiare qua, però a me interessa arrivare alla media giornaliera della cena, consumano la cena e noi gratuitamente li facciamo sostare. Io raggiungerò il mio obiettivo di clienti giornalieri e loro risparmiano...”.*

Un’azienda si è avvicinata alle pratiche olistiche come cura della persona in termini di emozioni e benessere psico fisico. L’Orto infatti propone una serie di esperienze che si servono di professionisti

del settore olistico per incontri di benessere, coerentemente arricchiti da menù studiati per l'occasione, e in linea con la filosofia olistica.

Coloro che hanno a disposizione più coperti offrono il servizio di matrimoni; Caponieddu offre la possibilità di organizzare matrimoni per un massimo di 200 persone sfruttando il giardino, la terrazza e la zona della piscina. Nelle sale interne si possono organizzare matrimoni sino a 150 persone. I matrimoni sono particolarmente curati in ogni dettaglio, dai fiori, agli allestimenti ai menu e il nostro staff è a disposizione per ogni richiesta degli sposi. Caponieddu inoltre è ideale per organizzare cene di gala, feste di compleanno, battesimi, comunioni e feste di ogni genere.

Per quel che riguarda l'ospitalità di persone affette da disabilità, gli agriturismi hanno disposizione camere predisposte all'accoglienza, ma tale possibilità si scontra spesso con barriere naturali o artificiali dei territori.

Sono garantiti anche i servizi verdi attraverso la cura degli orti, del giardino e delle strade di ingresso all'agriturismo. Le aziende sono attente ai servizi non commodity green: non utilizzano fertilizzanti chimici e altri prodotti chimici per le coltivazioni e limitano al minimo le lavorazioni del terreno. Vengono utilizzati composti naturali come fertilizzanti e *“concimi complessi che sono praticamente dei granuli che incapsulano il principio attivo e vengono ceduti lentamente”*. E ancora racconta un altro intervistato: *siamo contrari al chimico ma non per il discorso (...) perché si sa che una cosa chimica è sempre più produttiva di un'altra, (...) è che tanto poi il prodotto chi lo mangia? è inutile che mi avveleno con le mie mani. [...] Se dobbiamo fare dei trattamenti come il diserbo utilizziamo il biologico (...) il chimico è un danno per tutto. Abbiamo un terreno in cui nascono le ferule e i funghi, parecchi, è tutto recintato e lì abbiamo fatto dei trattamenti col diserbante biologico che non ha sterminato i funghi.”*

Alcuni sono dotati di impianti di fotovoltaico o hanno intenzione di farlo in attesa dei vincoli imposti dalla sovrintendenza ambientale nella zona in cui è ubicata l'azienda.

La qualità dei prodotti dipende fortemente dalle competenze tecniche e specifiche dei titolari delle aziende, che spesso si rivolgono a consulenti esterni o vantano esperienze specifiche pluriennali come enologi: *“Io non voglio vantarmi però in certi prodotti mi differenzio per cui.. ripeto: io sono 35 anni che faccio l'enologo e come l'ho fatto per gli altri lo faccio anche per me e quindi la gente viene e mi cerca appositamente”*.

L'attenzione per i processi produttivi e la competenza sono la chiave per la costruzione di un prodotto eccellente nell'ambito del turismo rurale. In questa ricerca della qualità si riserva particolare

attenzione alla cura dell'ambiente e agli interventi di manutenzione delle strade e del territorio. La valorizzazione del territorio passa perciò anche attraverso i muretti a secco, che Angelo definisce "patrimonio dell'umanità. Dove non è necessario lo tolgo, lo sposto e lo rifaccio".

## **2.2 Aziende ricettive: albergo diffuso, hotel, bnb e locanda.**

Oltre al pernottamento, due alberghi offrono il servizio di ristorazione insieme al servizio di colazione: l'Antica Dimora del Gruccione e La Tinaia.

L'Antica Dimora del Gruccione offre il servizio di ristorazione attivo sia per i clienti dell'hotel che per le prenotazioni esterne, per un totale massimo di 45-50 coperti. Il ristorante si trova in un'ampia sala della casa padronale dell'Albergo, decorata con collezioni d'arte e riscaldata dal fuoco di un grande camino per le serate invernali; in primavera ed estate, invece, la colazione e la cena vengono servite nel giardino fiorito.

Il cibo ha un ruolo centrale nell'offerta di questi due alberghi. Utilizzano prodotti del territorio con particolare riguardo ai Presidi Slow Food: nello specifico, il formaggio vaccino a latte crudo Casizolu e il bovino di razza sardo-modicana, sono locali e fanno parte dello storico paniere dell'Arca del Gusto contenente i primi 100 prodotti italiani da tutelare.

La cucina si fa interprete della tradizione in chiave gourmet e innovativa e si basa su concetti come selezione, scelta, rispetto delle materie prime del territorio e conoscenza. La qualità sta alla base di ogni proposta dell'Antica Dimora del Gruccione e di La Tinaia. Come racconta Gabriella, titolare dell'Antica Dimora del Gruccione, la qualità è strettamente connessa alla passione, professionalità e sviluppo di conoscenze adeguate dei collaboratori:

*“È chiaro che questo si sviluppa cercando i vari comparti che esistono con delle autonomie proprie, tra i principali vi è quello del vino. Ciò implica delle conoscenze adeguate, delle ricerche continue e un approfondimento. La persona che approfondisce tale discorso ha una sua autonomia e nel contempo sviluppa anche una sua passione”.*

Anche la scelte delle materie prime da utilizzare in cucina è spesso affidata ad un referente che si occupa della ricerca della migliore qualità dell'isola, soprattutto per quel che riguarda la carne: *“Abbiamo un nostro referente carni che è di Bonarcado da cui prendiamo delle carni che sono da lui garantite nella provenienza e anche per i prodotti che riguardano l'aia questo macellaio si rivolge*



*ad aziende che sono un po' dislocate in Sardegna” – racconta Gabriella dell’Antica Dimora. “Per gli ortaggi invece possiamo far capo a un orto che è sempre nel Campidano e quindi dove abbiamo la garanzia di un prodotto dove si sente la differenza”.*

Anche per la Tinaia la scelta dei prodotti è molto ricercata: il pesce viene fornito direttamente dai pescatori di Bosa e la carne dagli allevatori di Macomer e Bortigali.

Il rispetto della stagionalità è un altro punto fondamentale della ristorazione; la prenotazione obbligatoria permette di evitare sprechi in un’ottica sostenibile che rispetta soprattutto la produzione del territorio. Le due aziende sono molto attente alle richieste alle richieste vegetariane, vegane e senza glutine o per motivi religiosi.

Le colazioni offrono prodotti locali come formaggi e salumi prodotti nel territorio, come racconta Giovanni: *“per i salumi mi rivolgo a un piccolo salumificio di Ploaghe; formaggi dai vari allevatori di questa zona”.*

Corte Fiorita, Bisos e Hotel Lucrezia offrono pernottamento e prima colazione

La colazione, è spesso servita come buffet e prevede prodotti di caffetteria e prodotti tipici del territorio (salumi, formaggi, pane, ecc). Incontra i gusti e le abitudini locali oltre che internazionali.

La ricca colazione di Bisos viene servita su un unico grande tavolo nella sala che un tempo ospitava l’emporio, ed è improntata alla sostenibilità: le torte e crostate sono artigianali, così come i formaggi, le marmellate biologiche, il pane etc. sono tutti prodotti locali che provengono dal territorio. La scelta di far consumare la colazione agli ospiti in un unico grande tavolo è strettamente legata all’idea di convivialità e condivisione, ma le recenti disposizioni in materia di contenimento e gestione dell’emergenza da Covid19 hanno costretto i gestori della struttura a rivoluzionare completamente le modalità di fruizione della sala.

Sono tante le attività laboratoriali proposte, e spesso si legano ad aspetti specifici come l’agrobiodiversità. L’obiettivo delle esperienze è far riscoprire la capacità manuale del saper fare in modo che funga da veicolo di trasmissione alle future generazioni. Tra gli alberghi diffusi spiccano le esperienze proposte dall’Antica dimora del Gruccione che vanno da lavoratori sulla pasta, latte, pane, e vino. Le esperienze proposte sono:

Le Paste della Tradizione: Un excursus sulla pasta fresca, secca e ripiena della tradizione sarda a partire dalla semola dei grani locali. Pratica e assaggio sui sapori del passato e dell’oggi.

Le Forme del Latte: Un racconto, una dimostrazione e una pratica per vivere da vicino, il Casizolu, storico presidio Slow Food del Montiferru.

Le Forme del Pane: il laboratorio vuole trasmettere la sapienza antica del pane attraverso un percorso pratico che utilizza la semola dei grani locali.

La Terra e il Vino: un percorso e un racconto del territorio proposto dal sommelier attraverso tutti i sensi.

“Cannonau”: Una degustazione con 5 vini da uve cannonau di diversi produttori in diversi stili.

“Viaggio in Sardegna”: Viaggio nell’Isola attraverso 5 diverse uve prodotte nell’isola.

In generale le aziende offrono o orientano i loro ospiti verso i corsi di cucina, e di produzioni della tradizione. Anche Bisos, oltre al servizio di pernottamento e prima colazione, offre ai propri ospiti la possibilità di svolgere dei laboratori esperienziali, sia all’interno che all’esterno della struttura. Tra questi, vi sono i laboratori di cucina (per la realizzazione di dolci e pasta fresca tradizionali) e quello di caseificazione, denominato “Parola d’Ordine: Formaggio Casizolu!”, che si svolge presso un’azienda agricola situata a pochi chilometri dal paese.

Un’altra innovativa iniziativa di ospitalità diffusa proposta e gestita da Bisos è quella denominata “Bisos social eating”. Si tratta di un’attività che mira a mettere in connessione i turisti ospiti dell’albergo, in cerca di un’esperienza gastronomica e culturale autentica, con le famiglie di Paulilatino che li ospitano, a pagamento, a pranzo o cena nelle loro abitazioni private. Il turista ha la possibilità di mangiare prodotti e piatti tipici locali e soprattutto di poter vivere un’esperienza unica a stretto contatto con le persone del luogo.

Maison Tresnuraghes offre lezioni di cucina e una serie di attività e percorsi che regalano un’esperienza che passa anche attraverso la cura del proprio corpo. È posta attenzione anche alla cura del corpo e all’equilibrio psicofisico, attraverso diverse tipologie di massaggio proposte: Massaggio ayurvedico, che – da quanto descritto sul sito internet- agisce sui muscoli contratti, l’accavallamento di nervi etc. Il massaggio è eseguito con degli oli specifici.

Massaggio californiano, che agisce sia a livello fisico sia a livello psichico, aiutando ad alleviare stress e tensioni, e infine il massaggio drenante dedicato al linfodrenaggio delle tossine.

Tra i servizi alla scoperta del territorio, vi è il noleggio giornaliero di biciclette e Vespa. È possibile inoltre scoprire la costa Ovest in barca a vela a bordo della barca Hansiosa (una imbarcazione di 13,5m). Partendo da Bosa, si veleggia lungo la costa verso Alghero o verso l’Isola di Mal di Ventre, alla scoperta delle numerose cale, grotte e spiagge come Cala e Moro, Cala Rapina, Porto Alabe, Torre Argentina. Il costo dell’escursione giornaliera è di € 90 per persona. In alternativa è possibile

optare per un'escursione aperitivo verso la Torre di Columbargia o verso nord a Porto Managu, il cui costo è di 50 euro.

Tra le attività che vedono coinvolti gli alberghi, un'attenzione particolare merita il Festival "VULCANI Blues" nel Montiferru che fonde l'incontro tra cibo e musica e che vede coinvolta l'Antica Dimora del Gruccione. Si tratta di piccolo Festival che si svolge ogni anno nelle notti d'estate. È nato da un'idea di Diego Pani (Direttore artistico di "Talk about Records") e di Lucilla Speciale (Direttore della "Antica Dimora del Gruccione", figlia di Gabriella) nel 2014 e oggi è diventato un importante appuntamento con la musica blues acustica. Si svolge nella corte fiorita interna dell'Albergo in cui musicisti e pubblico si incontrano in un clima di intima condivisione.

Ogni concerto è accompagnato da una cena strutturata sui prodotti delle aziende del territorio e ogni serata ha un suo focus speciale che permette di conoscere l'azienda e il produttore che collabora alla sua realizzazione.

Identità, trasmissione culturale e narrazione del territorio sono costanti che caratterizzano le aziende ricettive. Vengono proposte passeggiate urbane, racconti della cultura agro pastorale e artigianale, e spesso è possibile prenotare visite ai musei e escursioni con tour operator locali.

Questo ovviamente varia a seconda dell'ubicazione dell'albergo.

Corte Fiorita a Bosa approfitta della sua posizione per offrire agli ospiti un servizio nel fiume: *"Noi siamo sul fiume, gli altri possono essere sul mare o in collina e tutto questo è una sua unicità oggettiva per altro perché c'è chi apprezza la cosa e chi no. Posso fare cento esempi: gli stranieri apprezzano l'albergo diffuso e lo sforzo fatto per realizzare l'albergo diffuso e son contenti se gli fai fare quattro piani di scale nell'edificio più lontano dal luogo di ricevimento. Gli italiani sono tutti gasati con il concetto di albergo diffuso ma nessuno si vuole muovere dal ricevimento. Vogliono un albergo tradizionale. Gli piace il concetto ma di fatto non lo vogliono"*.

L'innovazione spesso risiede nel cogliere i bisogni dei clienti e saperli gestire al meglio, nel cercare di fornire diversi tipi di servizi *"a seconda dei luoghi e del momento; oppure individuando dei nuovi bisogni e cercando di essere più inclini a soddisfarli"*.

Spesso però idee e innovazione si scontrano con la realtà della burocrazia. Corte Fiorita, ad esempio, ha in progetto l'ospitalità dei clienti che arrivano in barca, riservando loro un tratto di banchina che eleverebbe Corte Fiorita a unicità nel territorio, ma questo sembra ancora difficile da realizzare.

La sostenibilità spesso passa attraverso le importanti opere di recupero e valorizzazione degli edifici. Gli attenti lavori di restauro spesso hanno fatto in modo che le dimora conservino intatte tutte le loro

peculiarità architettoniche ma, allo stesso tempo, assicurino un'altissima prestazione energetica. La struttura di Bisos ad esempio è interamente coibentata con pannelli di fibra di legno e sughero; le finestre sono dotate di vetri selettivi, che impediscono il surriscaldamento estivo, nelle pareti a Sud e a Ovest, mentre quelle a nord hanno vetri basso emissivi; la doccia ha un sistema luminoso che mostra la quantità d'acqua consumata in tempo reale; mentre il sistema di riscaldamento e raffrescamento è radiante a pavimento e l'aria viene ricambiata 24h su 24 dalla ventilazione meccanica controllata a recupero di calore. Il restauro è anche un progetto di bioedilizia, infatti, sono stati utilizzati solo materiali naturali ed ecologici, gran parte dei quali di recupero o comunque locali. La coibentazione è stata realizzata con pannelli in fibra di legno e sughero, gli intonaci e le pitture sono in calce naturale e gli arredi e gli infissi sono tutti in legno, pitturati con vernici ecologiche 100% naturali. Per l'insieme di queste caratteristiche la struttura è diventata un edificio NZEH, (Nearly Zero Energy Hotel), a energia quasi zero. Si tratta di una delle prime Dimore Storiche italiane il cui consumo di energia fossile è pari a zero, quindi senza emissioni di polveri e CO2.

Il richiamo alla sostenibilità è costante, ed è rappresentato nel territorio dal Centro di Educazione all'Ambiente e alla Sostenibilità (CEAS) attraverso cui l'Antica Dimora del Gruccione è impegnata per i servizi verdi di tutela e conservazione del territorio.

Anche l'utilizzo di plastica è ridotto al minimo, principalmente sostituita dal vetro. Come racconta un intervistato: *“volevamo prendere le certificazioni “plastic-free” e infatti anche nel GAL in cui stiamo partecipando abbiamo inserito il depuratore d'acqua per utilizzare l'acqua della rete depurata. A oggi utilizziamo l'acqua in bottiglia di vetro però volevamo evitare che i clienti si portassero l'acqua nelle bottigliette di plastica e quindi fornire la borraccia”*.

### **2.3 Operatori turistici e guide**

La **sostenibilità** è il cuore delle attività proposte dagli operatori turistici. Tutti i servizi proposti ruotano intorno percorsi, itinerari di trekking che spesso contribuiscono alla creazione di vere e proprie reti sentieristiche mai mappate.

ArcheoClub è un'associazione nata con lo spirito e lo scopo di valorizzare il turismo esperienziale In Sardegna offrendo esperienze culturali e ambientali a partire dal territorio di Santu Lussurgiu per poterne conoscere non solo le qualità naturalistiche e archeologiche ma anche artigianali, artistiche e

condividerne valori, costumi e tradizioni. La sua attività è sostenuta dal Comune, che ha affidato la gestione di alcuni spazi comuni come l'area SIC di Sos Molinos, Sos Lavros e Monte Urtigu.

Nella zona SIC ArcheoClub ha delimitato e individuato una serie di percorsi, tracciato alcuni itinerari trekking e realizzato una vera e propria rete sentieristica. Per delimitare e far conoscere il territorio, si è tracciato un cerchio ideale, fissando il centro a Santu Lussurgiu e, calcolando un raggio di circa 50 km. I collaboratori di Archeoclub hanno così circoscritto le regioni storiche confinanti del Barigadu e del Guilcier ad Oriente, quelle del Marghine e della Planargia a settentrione, per scendere lungo la costa occidentale e abbracciare il Montiferru, la penisola del Sinis e dell'alto Campidano a sud. Gli itinerari sono disponibili al loro sito internet in cui si raccontano i santuari dell'archeologia e della storia, gli artigiani e i loro manufatti, i prodotti agropastorali e dell'enogastronomia, il microclima e il millenario sapere e abilità delle donne. Racconta Umberto: “in questa circonferenza ideale si raccoglie la storia, le tradizioni, l'archeologia, le cose fantastiche che il nostro territorio possiede...dalla città di Tharros (...) insomma, cercare di dare un'idea unitaria di questa zona, non divisa, come vedo spesso”.

Archeoclub offre delle proposte per la vacanza attraverso suggestivi **itinerari naturalistici, archeologici, etnografici e spirituali** che si sposano continuamente con il racconto delle tradizioni millenarie della Sardegna, dei canti, dei balli, dei colori, dei costumi, delle corse di cavalli e cavalieri (homines de abbastu), della religiosità e della fede.

L'intento dell'associazione è quello di rendere fruibili gli itinerari in base alle scelte dei turisti, che possono essere a piedi o in macchina.

La sostenibilità si declina in più attività e in più sfumature. Per tutti gli operatori passa attraverso i percorsi offerti, la **selezione limitata a piccoli gruppi** a cui rivolgersi, la tutela e la valorizzazione del territorio. Alla base dell'attività vi è una precisa idea circa il significato del turismo esperienziale che si rivolge sempre a piccoli numeri e soprattutto si fonda sulla **profondità e ricercatezza**. Approfondimento e arricchimento sono due elementi chiave nella definizione di esperienza e di ciò su cui sarebbe necessario impegnarsi secondo Ivo Pirisi: *“Io penso che qualunque formula esperienziale debba passare intanto attraverso l'approfondimento. Questo è fondamentale e quindi io sfuggo da tutto quello che è esperienza breve e fugace, e un'altra cosa importante è l'arricchimento che consegue dall'incontro; questi sono due elementi per me fondamentali. Quindi io sarei per*

*spingere più questo tipo di formula, magari fare meno cose ma meglio strutturate più lunghe e più formative”.*

**Bird watching** con i grifoni e lungo il fiume Temo a Bosa, sono due tra le tante offerte naturalistiche di Esedra Escursioni. I percorsi sono sempre arricchiti dall'educazione alla **conoscenza dei prodotti locali e delle piccole produzioni**. Paesaggio e cibo si fondono nella contemplazione di luoghi del Marghine, con la scoperta delle tradizioni culinarie, della genuinità e della stagionalità.

In questa chiave, la società Esedra offre anche un percorso turistico contraddistinto da produzioni agricole ed enogastronomiche tipiche e tradizionali di alta qualità, inserite in una cornice di attrattive paesaggistiche, storiche ed artistiche, che mette insieme formaggi, pani, miele, e altri prodotti tipici, nell'ambito di un prodotto integrato con la visita al museo del pane rituale di Borore e ai laboratori dell'agroalimentare (minicaseifici, panifici ecc.).

Una delle innovazioni principali riguarda l'offerta riguarda **l'attività vinicola**: “l'ultima novità che si sta portando avanti è legata alla gastronomia. L'ultima arrivata, dopo cucina e attività dolciaria, è l'attività vinicola per mostrare le cantine del territorio e la produzione”.

Oltre ai percorsi gli operatori turistici organizzano spesso **attività laboratoriali legate ai piatti della tradizione**. Collaborano con alcune cantine che si prestano alle visite in vigna, in una esperienza che va dalla raccolta alla produzione del vino.

Tra le proposte, un aspetto importante ruota intorno al **tour della longevità** di Ivo Pirisi: un viaggio alla scoperta dei segreti della longevità sarda visitando alcune delle zone dell'isola dove vivono molti centenari. Il viaggio parte da Cagliari fino alle montagne di Seulo, il villaggio con la più alta percentuale di uomini centenari in tutto il mondo. L'obiettivo è imparare a conoscere la cultura delle Blue Zones accompagnati da Ivo, biologo e nutrizionista (PHD) pienamente qualificato. Il tour mira a far conoscere i benefici di cibo e vino biologici coltivati localmente, i siti del patrimonio preistorico, le ricette, la convivialità e quindi l'approccio locale alla vita stessa. Il viaggio prevede l'incontro con gli abitanti di Seulo e la possibilità di fare laboratori sulla panificazione e antiche ricette.

La proposta di NuAdventure è legata principalmente ad **attività outdoor** che si svolgono in Sardegna. Hanno base a Bosa ma l'attività si allarga a tutto il territorio dell'isola. Le attività sono semplificate in 3 elementi della natura: **aria, acqua terra**. Ad ogni elemento corrispondono attività precise che il cliente può decidere di associare, costruire e prenotare. Fabrizio precisa: *“Insomma attraverso gli*

*elementi abbiamo quel che facciamo. L'offerta si divide poi in opzioni diverse. Potete vivere un'esperienza perché quello che noi offriamo sono delle esperienze più o meno prolungate (dal weekend ai quattro giorni fino alla settimana) piuttosto che una singola e breve uscita. In linea di massima questo è come è strutturata la nostra offerta".*

Ci sono delle attività che son presenti tutto l'anno, come ad esempio lo yoga. Mentre le altre sono attività legate alla stagionalità.

Le attività di aria sono:

**Parapendio Tandem:** Il parapendio in tandem è guidato da uno dei nostri istruttori professionali – e il cliente è seduto di fronte a lui per vivere l'esperienza del volo libero;

**Safari Con I Grifoni:** L'avventura con questa particolare specie di avvoltoi inizia generalmente al mattino, dopo un breve tragitto all'interno della riserva, seguito da una camminata per raggiungere l'isolata montagna dove generalmente vengono avvistati i Grifoni. L'attività inoltre si accompagna di una visita in fattoria e si può associare al Parapendio

**Le attività in acqua riguardano principalmente il sup:** Lohene e Fabrizio insegnano a stare in piedi/in equilibrio sull'acqua sulla tavola. Il sup si può fare in mare, lungo il fiume di Bosa per scoprire la città da un altro punto di vista; e come pratica Yoga.

Le attività in terra prevedono i percorsi di trekking a cui si può abbinare una sessione di yoga all'aria aperta. Le proposte variano da pacchetti di una giornata, opzioni per il weekend fino a una settimana di attività differenti in tutta la Planargia: *"Noi offriamo sia la proposta giornaliera per cui chi è lì può fare la risalita del fiume con le tavole piuttosto che lungo il mare ed è un'offerta che può andare dalle due - tre ore fino alla mezza giornata, se non addirittura la giornata intera. Oppure abbiamo il weekend a Bosa e durante questo weekend si fanno delle attività diverse. Abbiamo anche la settimana dove abbiamo il "campo base" qui a Bosa e da lì ogni giorno ci spostiamo e facciamo diverse attività in tutta la Planargia".*

Garantire le attenzioni a poche persone è il segreto del vero turismo esperienziale; costruire la possibilità di vivere l'esperienza in compagnia e in modo sostenibile è ciò che Ivo tiene a mente quando costruisce un pacchetto da offrire ai suoi clienti. Sostenibilità significa **riprodurre esperienze di qualità con poche persone**. Le offerte variano sempre e si modellano a partire dalla conoscenza delle persone con cui si entrerà in contatto. Costruire un percorso o un viaggio richiede molto tempo, dedizione, competenza e professionalità: elementi che non possono prescindere dalla conoscenza dagli interessi delle differenti tipologie di turista e viaggiatori. Non esistono pacchetti

preconfezionati o pre-ideati che si possono prenotare. La proposta di ogni percorso e pacchetto varia a seconda delle esigenze e richieste del cliente che si può orientare tra le offerte già predisposte. Si tratta di pacchetti costruiti su misura, nel senso che *“se qualcuno ci richiede attività specifiche le includiamo ma la nostra proposta è già abbastanza varia”* – raccontano i ragazzi di Nu Adventure. L’esperienza diventa quindi una doppia occasione di crescita: per il turista e per chi conduce il percorso: *“Per fare quello che facciamo noi lo possiamo fare solo dopo che capiamo e conosciamo la persona che sta interagendo con noi. Molto spesso la strutturazione di un tema, di un percorso, di un viaggio dura anche anni. Ovviamente questo non è il modo col quale possono operare tutti, è soltanto il modo che abbiamo trovato noi per far sì che ciò che facciamo sia importante, un’occasione di crescita anche per noi”* - racconta IXA.

La **salvaguardia della propria identità** è possibile andando oltre il semplice modello turistico. Secondo Ivo Pirisi, non tutti possono fare turismo esperienziale, è una tipologia di turismo che deve fondarsi sulla specificità e sulle competenze che solo alcune tipologie di professionisti possono avere. Le aziende, da sole, rischiano di snaturare la vera identità dei territori riproducendo un modello che è soltanto economico e non identitario: *“ Quindi fare turismo secondo me è soprattutto fare turismo esperienziale ( Anche se questo secondo me è un concetto abbastanza vuoto è superato dal mio punto di vista), non è possibile che lo facciano tutti: non è compito dell’impresa, non è compito dell’azienda essere interessante dal punto di vista turistico. spesso l’azienda non ha né l’interesse né gli strumenti e le possibilità di poter interagire con un gruppo di stranieri che parlano una altra lingua. non sono le imprese, non sono le aziende che devono diventare operatori turistici. Per questo, ho delle figure particolari che hanno un certo tipo di formazione e competenza e devono fungere da filtro”*.

Tutti gli intervistati mettono a disposizione le loro conoscenze, passioni, studi e curiosità che riportano sui **siti internet** in cui raccontano le potenzialità del turismo esperienziale e sostenibile in Sardegna. Dietro alla qualità dei servizi vi è infatti la formazione e la professionalità dei soci delle società e associazioni. Si tratta di una ricerca costante da oltre vent’anni al servizio del soddisfacimento delle richieste dei clienti e cura del target, con l’incontro con la valorizzazione e conoscenza del territorio. Nei siti internet sono presenti portali che propongono esempi di esperienze che devono fungere da modello di ispirazione per individuare il canale principale all’interno del quale si vuole costruire il viaggio esperienziale. Vino, cibo e longevità risultano elementi costanti nelle proposte.

In generale, la **personalizzazione dell’esperienza** sembra essere un tassello fondamentale per il successo professionale. È proprio grazie a escursioni “cucite su misura” in base alle esigenze degli



escursionisti, che riesce a rendere accessibili le sue esperienze ad un pubblico molto diversificato, ivi comprese persone con disabilità.

Nell'ambito dei **servizi verdi** inoltre, ArcheoClub insieme ad un gruppo di giovani, ha dato vita a "Isiones"; hanno cioè provveduto al recupero delle vecchie prese di acqua utilizzate dai pastori per abbeverare il bestiame e alla loro valorizzazione. Il passato ha fatto spazio alla nuova arte urbana della Street Art tramite il contributo interpretativo dei giovani. Si tratta di interventi molto delicati e di investimenti che vengono finanziati all'Associazione.

I servizi al territorio offerti sono dunque numerosi. Si va dal, recupero dei siti di interesse, alla pulizia delle strade fino alla creazione di mappe digitalizzate dei siti di interesse archeologico e degli itinerari: *“Un importante servizio riguarda la pulizia dell’autostrada che collega i nuraghi abbiamo fatto un lavoro di inizio pulizia di questa autostrada famosa che collega nuraghi importanti, (...) a parte questo discorso della mappatura di questi siti che è una cosa per certi versi nuova (...) la creazione di una mappa digitalizzata per creare degli itinerari tra i vari siti archeologici e segnalare i percorsi”*.

ArcheoClub organizza inoltre **convegni e giornate formative** a partire dalla ricerca storiografica del territorio. Lo studio di Umberto è spesso rivolto ai personaggi storici legati alla Sardegna e in particolare a Santu Lussurgiu.

Gli operatori e le guide parlano italiano, inglese e francese. Per ulteriori necessità linguistiche si avvalgono di collaboratori maggiormente esperti. Infine, è doveroso menzionare che il rapporto con le scuole con le quali si organizzano laboratori archeologici e naturalistici, tour guidati tra i siti archeologici e i centri storici.

### **3) Reti e relazioni**

Analizzando le reti è essenziale in primo luogo distinguere tra: reti commerciali dipese dalla vendita di prodotti agricoli e servizi (pacchetti turistici, escursioni) e i canali sviluppati con i clienti per il servizio di ospitalità o di attività nel territorio.

Nel primo caso emerge che nessuna azienda agricola vende in maniera diretta i suoi prodotti ad un mercato estero. È diverso invece il caso degli operatori turistici e delle guide: non solo sono strettamente in contatto con le nicchie di turisti stranieri, ma spesso fanno rete con le aziende agricole e ricettive per organizzare tour e attirare ospiti nelle loro strutture. La rete è considerata

indubbiamente vantaggiosa per la condivisione degli obiettivi e le strategie di medio e lungo periodo. Si privilegia la collaborazione diretta con alcuni tour operator nel territorio ed esteri. Le collaborazioni con fornitori esterni alla società sono costanti e continuative. Si tratta di collaborazioni contrattualizzate che variano a seconda dell'esigenza, ma che non rientrano in una rete formale, nonostante vi sia una forte necessità. Si tratta di canali che possono essere sia fisici che online con i quali il rapporto è garantito da un costante studio sui prodotti e sulla vendita diretta al cliente: *“Questo può avvenire ad esempio con i turisti francesi. C'è un portale francese che, grazie ad una ragazza italo-francese che promuove la Sardegna, promuove le nostre attività e servizi. Con lei abbiamo un accordo. I turisti prenotano tramite lei e poi siamo noi che realizziamo i servizi proposti”*. In questa chiave è interessante il caso raccontato da Claudia di Maison Tresnuraghes: Negli ultimi anni, l'azienda aveva stretto una collaborazione con un tour operator olandese, che aveva inserito la Maison nel proprio tour in Sardegna e garantiva una prenotazione minima di due notti nella struttura. La collaborazione è nata perché: *“Loro stavano cercando dei contatti per creare dei tour e noi abbiamo accettato la loro proposta. Era un mercato molto interessante per noi perché quasi tutti prenotavano con prima colazione e poi si fermavano a bere un aperitivo e poi cenare”*.

Le prenotazioni degli alberghi e agriturismi avvengono soprattutto tramite Booking o agenzie e piccoli tour operator esteri: *”ho una collaborazione con un tour operator in Olanda, in Germania entrambi specializzati in esclusiva sulla Sardegna. Grandi tour operator no”*.

#### **a) Aziende agrituristiche e agricole**

Gli agriturismi ospitano principalmente turisti internazionali - provenienti dal Nord Europa - e nazionali - proveniente da Lombardia, Lazio e Toscana. Si tratta generalmente di amanti degli sport nel territorio, come ciclisti, motociclisti o appassionati di altro sport all'aria aperta come golf e in generale trekking. Negli ultimi due anni il Covid ha inciso fortemente nella riduzione dei turisti sportivi, soprattutto nei mesi invernali; ha segnato un importante cambiamento per quel che riguarda la provenienza dei turisti che pernottano negli agriturismi, come racconta il titolare di Caponieddu: *“Prima del covid erano prevalentemente stranieri Svizzera, Belgio e Francia, qualche inglese e qualche tedesco e Olanda. Ad Agosto invece italiani del nord Lombardia, Veneto, Toscana che*

*facevano le classiche vacanze da 15 giorni come si usa da noi. Gli altri tipi di turisti sono invece da 2-3 giorni perché sono un pò itineranti in giro per la Sardegna”.*

Durante la pandemia, nel luglio del 2021, le strutture hanno accolto principalmente sardi che sceglievano di fermarsi nel weekend alla scoperta di una zona della Sardegna ancora a loro sconosciuta, mentre è stato difficile lavorare con turisti extra isolani e stranieri. Inoltre la tipologia e la provenienza della clientela varia a seconda del servizio offerto: per cerimonie come battesimi, cresime e occasioni speciali i clienti sono principalmente locali, mentre per pranzi e cene “regolari” prevale la presenza di clienti regionali, benché non manchino le occasioni in cui servano turisti di provenienza nazionale o estera.

Accogliere turisti stranieri e amanti degli sport porta a intessere relazioni e collaborazioni con operatori del territorio: **P’Orto** collabora in modo informale con una piccola scuola di vela e windsurf gestita da alcuni ragazzi. Si tratta di una piccola realtà che ben si sposa con l’attitudine dei gestori di volersi occupare solamente dell’accoglienza e del lavoro nella propria azienda, e affidare ad altri professionisti del territorio le eventuali richieste degli ospiti: *“C’è questo movimento ma è molto basic, non è niente di strutturato è una cosa tra me e loro. Se un ospite mi chiede dove poter affittare una bicicletta so dove indirizzarlo però potrei anche dire “su questo portale trovi queste indicazioni” ma già da prima che arrivino. Perché io preferisco rimandare a chi se ne occupa. Così come la vendita di prodotto tipico, vai in caseificio ti fanno assaggiare 40 tipi di prodotto diverso e poi scegli”.* **L’Agriturismo Bellu** collabora con Trekking Italia, un’associazione di guide che propone escursioni ai clienti della struttura.

**Salto di Coloras** è inserita all’interno di una rete definita. Il suo titolare è il presidente della rete Strade della Malvasia. La Strada della Malvasia di Bosa è costituita da aziende vitivinicole, agrituristiche, da hotel, da ristoranti, da sei comuni e dalla Comunità Montana Marghine Planargia, e da altri attori locali come *“tutti gli operatori economici e non solo i produttori di vino quindi anche gli affittacamere, i ristoranti, quelli che noleggiavano le biciclette o le barche per fare le uscite sul fiume”.*

La rete è molto giovane ed è previsto un lungo percorso di crescita. Nel suo ambito vengono organizzati alcuni eventi di esposizione di vini e in particolare la *“Primavera dei Borghi”.*

Il vantaggio dello stare in rete si traduce già in visibilità per il territorio e per coloro che ne fanno parte, come racconta lo stesso Angelo: *“tutti quanti ne traggono vantaggio nel senso che se uno viene qua può trovare i manifestini o i biglietti da visita di quello che noleggia le biciclette o che affitta e la camere e viceversa. Andiamo ancora per perfezionarci perché siamo appena agli inizi”.*

L'azienda fa inoltre parte di altre reti territoriali: *La rete delle imprese della Planargia*, un nuovissimo marchio collettivo territoriale il cui fine è l'inserimento nei circuiti turistici; della *Rete di Imprese della Malvasia* e si valuta anche l'inserimento all'interno del Consorzio della Malvasia di Bosa.

Il **passaparola** è lo strumento di vendita e marketing principale e, anche a distanza di anni, resta il più efficace nella fidelizzazione dei clienti. Come racconta Gabriele di Agriturismo Bellu:

*“Anche l'hanno scorso ho avuto dei clienti che sono ritornati dopo 30 anni, quindi se semini bene riesci a raccogliere. poi tanti anni di attività ti permettono di (...), poi riuscire anche a mantenere i sapori di una volta, è importante allo stesso modo. A volte, non ti dico con prepotenza, però con un po' di impeto, proporre i nostri piatti poveri di una volta”.*

Anche Caponieddu ospita spesso turisti indirizzati da altri amici o altre aziende locali.

Anche la **presenza sul web** gioca un ruolo chiave: le aziende hanno spesso un loro sito internet, e sono presenti sui social (Facebook e Instagram) oltre che essere inserite all'interno della piattaforma di viaggi “Trip Advisor”, “Booking” le cui recensioni contribuiscono enormemente al loro posizionamento su Google.

Non si rilevano reti di relazioni formali con altre aziende del territorio nonostante si riconosca l'importanza della sua esistenza soprattutto per l'approvvigionamento della qualità delle materie prime, oltre che per creare nuove opportunità di vendita e pernottamento.

Secondo il titolare de La Tinaia le reti di relazioni sono sinonimo di innovazione e crescita economica per tutto il territorio: *“L'innovazione è per me e soprattutto per la Sardegna e per il territorio in cui viviamo e operiamo, è il fare rete. Secondo me è la base di tutto [...] per far sì che il cliente rimanga qui e spenda i suoi soldi nel territorio e rendere la sua vacanza indimenticabile perché potrebbe portare beneficio a tutti”.* La Tinaia guarda infatti al futuro prossimo soprattutto in vista della creazione di una rete che permetta di attivare laboratori ed esperienze che possano coinvolgere attivamente i turisti che scelgono di vivere un'esperienza di pace nella campagna che circonda la struttura.

Nonostante la consapevolezza dell'enorme valore del tessere legami territoriali, sono tante le difficoltà riscontrate dalle aziende nel crearli e metterli in pratica. Esse sono generalmente connesse alla burocrazia: come racconta una intervistata la sua azienda *“partecipato a un bando GAL sul turismo sostenibile. Con Terras de Olia. Siamo passati nella prima graduatoria, abbiamo presentato il progetto e adesso attendiamo risposta. Speriamo bene perché è l'unica risorsa che possiamo prendere. Lo Stato non sta facendo nulla e ci sta costringendo a chiudere”.*

In questo quadro, si sottolineano alcuni punti di debolezza del territorio che ostacolano la creazione di reti territoriali che mirano alla promozione e allo sviluppo. Si annovera la necessità di: *“sistemare le strade. Perché prima di riempire il contenitore devi avere il contenitore, prima di proporre un territorio devi avere un territorio. Il territorio ce l’abbiamo, è bellissimo, ma per poterlo utilizzare dobbiamo avere le strade, i percorsi. La spiaggia di Sa mesa Longa è bellissima, fammici arrivare, non dico l’asfalto, ma almeno un mezzo parcheggio che una volta al mese ripassa tutte le strade della marina che lavora quindi tutti i mesi invernali perché finisce e ricomincia. perché non è giusto che chi viene a fare surf, windsurf, sono ragazzi che spendono soldi, a loro non gliene frega niente però magari hanno genitori a Milano che vedono le foto dei figli che fanno kitesurf e dicono “andiamo anche noi a fare la vacanza lì”. Funziona così. Allora anzitutto sistemerei le strade, da fare punto”*.

Si evince la necessità di un progetto che tenda alla creazione e al coordinamento di offerte e percorsi nel territorio che vadano incontro a forme di turismo lento come quelle provenienti dagli amanti del trekking, ciclismo, camperisti: *“Se qualcuno avesse voglia di prenderli in mano funzionerebbe. Loro avrebbero voglia di prendere contatti da casa e avere un referente qui che ti dice “li ti aspetta a tale ora quella guida perché insieme al trekking fine fine e stesso c’è un nuraghe lì dietro che puoi andare a vedere solo se c’è una guida del posto”*.

Si sottolinea la necessità di un ente che metta insieme diverse realtà del territorio, che organizzi le richieste dei turisti e la possibilità di offrire esperienze che spesso però si scontrano con le proposte dell’economia circolare e sommersa. Le azioni di valorizzazione territoriale provengono da singole iniziative dei titolari che lamenta l’inesistenza degli enti locali nella promozione e comunicazione a fronte delle richieste dei turisti: *“Manca chi da informazioni precise anche agli aeroporti. Vanno tutti ad Alghero perché è famosa ma nessuno che da informazioni sulla nostra zona”*.

Si tratta dunque di reti informali che si instaurano per rispondere e soddisfare le richieste degli ospiti alla ricerca dei prodotti locali da acquistare o di nuove esperienze da fare nel territorio. Le relazioni con gli enti istituzionali territoriali non si traducono invece in sinergia con le esigenze delle altre aziende. Gli incontri con le associazioni di categoria (Confagricoltura) sono utili per recepire aggiornamenti legislativi o burocratici, ma sembrano lontane dall’accogliere le tante richieste di una realtà complessa come quella delle aziende agricole multifunzionali. In particolare l’esperienza negativa all’interno del Consorzio Bue Rosso ha portato i fratelli di Su Forraghe a maturare una profonda sfiducia verso tali forme consortili.

## **b) Aziende ricettive: albergo diffuso, hotel, bnb e locanda.**

Le aziende ricettive si inseriscono all'interno di un quadro di relazioni differente rispetto alle aziende agricole.

La colorata e prestigiosa realtà aziendale e lo sviluppo di tutte le attività proposte dagli alberghi, oltre al pernottamento e alla ristorazione, sono il risultato della grande capacità dei/delle titolari di mettere insieme diversi attori territoriali. La rete è infatti alla base dell'intera diversificazione delle offerte delle aziende coinvolte. La condivisione dei contatti, delle relazioni è fondamentale per costruire soprattutto l'odierna realtà aziendale dell'albergo diffuso; Gabriella dice dell'Antica Dimora del Gruccione dice essere *“entrata in relazione con le aziende e con le realtà aziendali da cui appunto acquistiamo, e si son così creati tutta una serie di consolidati rapporti e via via tutta una serie di conoscenze a riguardo di quello che stavano facendo loro che è entrato da una parte nella nostra realtà aziendale sottoforma di prodotto ma in realtà è entrato anche sottoforma di collaborazioni”*.

Il Festival Blues è un esempio concreto della collaborazione nata dalla condivisione di interessi e saperi. Condividere una giornata dedicata alla musica permette di tenere unite arte e territorio di cui l'azienda si presenta come attore chiave. Gabriella definisce la sua rete di relazioni un insieme di referenti territoriali che sono amici o “nodi della rete”: *“Questa è stata una diversificazione ragionata ma nata insieme all'immissione aziendale (creazione di contatti). Quindi il ragionato è nato successivamente all'infittirsi di tutta una serie di rapporti, e ovviamente li strutturi, e ogniqualvolta capiti una situazione particolare poi ci ragioni con coloro che potremmo chiamare i tuoi “referenti territoriali” che alla fine diventano degli amici o “nodi di una rete”*.

Sempre annoverando il caso dell'Antica Dimora del Gruccione, la professionalità, la cura dell'offerta gastronomica e l'attivismo come referente del presidio slow food è stata inoltre riconosciuta dal learnign center dell'Università degli studi gastronomici di Pollenzo: *“il learning center ci è stato dato come riconoscimento dall'università degli studi gastronomici di Pollenzo in base alle attività che avevo sviluppato con slow food e principalmente quando ero referente. Io ho fatto un periodo di grande attivismo con slow food come referente all'inizio della presentazione dei presidi”*.

Anche Bisos appare fortemente legata ad una consolidata e fitta rete di relazioni su tutto il territorio. In particolare, oltre a rifornirsi dai piccoli produttori locali e promuovere al suo interno diversi prodotti artigianali ed enogastronomici, la struttura propone ai propri ospiti una vasta gamma di

attività esterne frutto di collaborazioni di natura informale e occasionale, in quanto la scelta di fruire o meno di tali servizi rimane nella totale discrezionalità dei propri clienti.

Su un piano più generale, tra le relazioni più significative che Bisos ha intrapreso con altri operatori del settore, configurabili in forme più o meno strutturate dal punto di vista giuridico, citiamo: quelle con i tour operator che promuovono e vendono i servizi dell'azienda, quelle con altre strutture ricettive di media-alta gamma ("Associazione Nazionale Alberghi Diffusi", "Dimore d'Epoca") e la neocostituita "Rete Ecoturismo Sardegna", nata dall'incontro di 40 imprenditori che lavorano da anni nel turismo e sono attenti ai temi della sostenibilità. Da ultimo, ma non meno importante, citiamo l'adesione all'Associazione "Tourism Under 40", una rete formata da giovani operatori con meno di 40 anni attivi nel settore della filiera del turismo, dei viaggi e della formazione in Sardegna, che ha giocato un ruolo importante nella costruzione delle competenze utili alla gestione dell'attività. Rispetto al tema delle reti della conoscenza, Claudia racconta:

*"Devo dire che ho avuto diversi confronti [con altri operatori del settore] perché l'anno scorso, intendo 2019 [...] ho partecipato a una sorta di Master del turismo da "Sun and Sand Sardinia". In quell'occasione ho conosciuto diverse persone che lavorano nel settore e il confronto con loro è stato molto utile, e poi è anche tramite lui [si riferisce a Maurizio Orgiana, il CEO di "Sun and Sand Sardinia"] che sono entrata a far parte dell'Associazione Tourism Under 40. Là facevamo lezioni sul marketing e altri aspetti del turismo molto interessanti, e poi c'erano operatori, per la maggior parte giovani, devo dire la verità, da tutta la Sardegna e quindi è stato molto bello e istruttivo."*

I legami con i tour operator sono molto stabili.

Corte Fiorita propone tour nel territorio attraverso la collaborazione con NuAdventure, azienda coinvolta nel progetto. Da un punto di vista generale, la struttura fa parte di un progetto che si chiama "Boutique Sardinia" che nasce dall'esigenza di unire informalmente una rete di strutture con cui scambiare i clienti.

*"Boutique Sardinia" è un gruppo allargato di amici che si sono dati una sorta di ordine di marchio perché succedeva che da Bosa se io dovevo mandare dei clienti ad Alghero, li mandavo da amici che sapevo che li avrebbero trattati come noi. Al sud la stessa cosa, li mandavo solo all'hotel Lucrezia a Riola e vicendevolmente ce li scambiavamo. Poi è chiaro che loro avevano un altro riferimento. Ci siamo incontrati in una rete ancor più larga e ci stiamo allargando dandoci questo marchio di "Boutique Sardinia".*

Boutique Sardinia è una rete informale di hotel che si è creata dalla volontà di diversi albergatori di unire le diverse esperienze dei loro ospiti, di ascoltare le richieste e saper offrire consigli. Gli hotel di Boutique Sardinia collegano zone differenti della Sardegna ma ciò che li lega è la cura e l'attenzione speciale per il cliente, la disponibilità e la passione per il tessuto culturale sardo. Gli hotel in rete sono: Hotel su Lithu (Bitti), l'Agnata di De Andrè (Tempio Pausania), Domu Antiga (Gergei), Stazzo Lu Ciaccaru (Porto Cervo), Alghero Resort Country Hotel (Alghero), Bajaloggia Resort (Castelsardo), MiraMare Hotel (Cagliari), Hotel Lucrezia (Riola Sardo), Antica Locanda Lunetta (Mandas), Hotel Su Sergenti (Villasimius).

La rete è disponibile all'indirizzo [www.boutiquesardinia.com](http://www.boutiquesardinia.com), sottoforma di catalogo in cui è possibile trovare le informazioni riguardanti gli hotel, i servizi offerti, tour nel territori e contatti.

L'Hotel Lucrezia vanta legami fiduciari con i produttori della zona, che forniscono i prodotti per le colazioni e le cene; il vino è invece di produzione familiare. Attualmente fa parte della rete "Rete ecoturismo Sardegna", un gruppo che si è costituito durante il lockdown. Hotel Lucrezia fa inoltre rete con altre realtà ricettive di Cabras e Oristano.

Due alberghi lamentano molto l'assenza di una pianificazione istituzionale dell'accoglienza turistica, affermando di non aver mai assistito ad una vera promozione e valorizzazione turistica. Dice che in alcuni casi il Comune ha anche frenato alcune iniziative di promozione turistica. Maison Trsnuraghes riporta alcune difficoltà nel saper fare rete che si traducono soprattutto nell'impossibilità di coinvolgere i produttori locali. Un esempio riportato è relativo alla creazione della carta dei vini:

*"Quando abbiamo fatto la carta dei vini, volevamo vendere solo vini locali e nella nostra carta dei vini non potevano mancare vini di Tresnuraghes o dei dintorni. Abbiamo veramente faticato alla fine nessuno si è reso disponibile, non si sono presentati, tranne una cantina. Forse chi segue queste realtà è stanco di lavorare, forse perché sono sempre più grandi".*

L'inesistenza di una rete e la difficoltà nel coinvolgimento degli attori locali è sicuramente uno svantaggio annoverato dalla titolare di Maison Trsnuraghes. Secondo l'intervistata si tratta di una conseguenza dovuta alla mancanza di spirito di valorizzazione territoriale: "Cose che mancano di più, a parte quello che dicevamo prima e quindi avere poche realtà a livello agro pastorale che valorizzano i loro prodotti, anche la mancanza di vita, se uno vuole fare un'escursione, dove lo indirizziamo?" Manca lo spirito degli abitanti del posto di fare qualcosa, di valorizzare. A volte ci arrabbiamo perché non è che possiamo fare tutto e poi penso che a ognuno il suo mestiere, non posso mettermi a fare dimostrazioni di cucina ecc.."



Ulteriori svantaggi sono legati all'assenza di servizi e infrastrutture nel territorio nonché la mancanza di "cartellonistica stradale. Ci sono dei posti che meritano davvero ma non essendo segnalati uno non riesce a trovarli". Queste lacune sono da intendersi come una mancanza di consapevolezza del valore e delle potenzialità turistiche del territorio.

Le competenze digitali e informatiche sono particolarmente curate da tutti gli alberghi attraverso l'affidamento della gestione della promozione a professionisti del settore, o sviluppando le proprie competenze acquisite negli anni.

Per quel che riguarda la gestione dei clienti e la vendita, il sito internet oltre ad essere una vetrina online della variegata realtà delle aziende è anche piattaforma per la prenotazione diretta. Il sito è sempre disponibile in Italiano, inglese, francese e tedesco, spagnolo. In un caso anche in sardo. I social network, infine, sono costantemente aggiornati e utilizzati nella promozione e comunicazione.

### **c) Operatori turistici e guide**

La clientela si differenzia in base ai percorsi richiesti. Di base gli operatori turistici si rivolgono a coloro che non conoscono il territorio del Montiferru-Planargia: sardi provenienti dal cagliaritano o famiglie provenienti dal resto d'Italia che prediligono dedicarsi alle attività outdoor soprattutto nella stagione primaverile. Anche la clientela internazionale predilige la stagione primaverile e quella autunnale, mentre *"le scolaresche si muovono tra marzo e maggio con le quali facciamo attività di tipo laboratoriale che riguardano sia l'ambiente che la storia, la cultura e l'archeologia"* – racconta Esedra Escursioni. I clienti sono in larga misura escursionisti livello intermedio o principiante, aspetto limitante in termini di una standardizzazione dell'offerta ma molto interessante per un aspetto connesso alla sostenibilità e inclusione.

La **formazione è in continuo sviluppo** grazie alla partecipazione a corsi di formazione e di aggiornamento e riguarda sia ciò che è obbligatorio per la sicurezza ma anche la tutela dei beni culturali piuttosto che nuovi modi per approcciare i mercati e conoscere le nuove tendenze in termini di innovazione. L'acquisizione competenze per la gestione dell'attività è legata spesso a precedenti esperienze professionali, ma soprattutto alla passione e all'approfondita conoscenza del territorio e delle sue peculiarità in campo ambientale. Inoltre, la periodica frequenza ai corsi di aggiornamento volti all'acquisizione dei crediti formativi professionali (cfd) rappresenta un ulteriore canale utile

all'acquisizione di competenze specifiche strettamente legate alla figura professionale della guida ambientale escursionistica.

Costruire **reti di relazioni privilegiate è la chiave dei loro progetti**. Le reti sono variegatae: sono costituite da imprese o da semplici agricoltori, pastori, produttori locali, artigiani e artigiane, o attori chiave di comunità delle aree rurali. Nessun dettaglio è da trascurare, anche l'aspetto della salute e la conoscenza del personale medico per un eventuale accesso al servizio sanitario diventano parti di una rete funzionante, come racconta Ivo Pirisi: *“per poter offrire uno spaccato fedele, c'è bisogno di avere un rapporto preferenziale con chi macina grano ancora pietra e lo fa anche in modo, non solo in modo artigianale, ma in modo semi industriale; c'è bisogno di avere rapporti con gli esperti del settore, bisogno di avere rapporti con gli agricoltori; c'è bisogno di avere rapporti con le massaie, in modo tale da poter articolare un'esperienza formativa e completa, che parte dall'incontro col coltivatore e quindi grazie al quale magari si approfondiscono anche argomenti quali tecniche colturali o anche varietà, piuttosto che l'incontro con il reparto medico che magari disquisisce gli aspetti legati alla salute, fino alle parti laboratoriali che sono fatte grazie alle imprese o comunque quelle entità che lavorano nel settore”*.

In alcuni casi, soprattutto per Ivo Pirisi e IXA, i legami di fiducia sono il frutto di un **lavoro etnografico costante**, di una conoscenza fatta giorno dopo giorno, coltivata nel tempo, in particolare con famiglie con le quali si collabora più spesso. Questo significa arricchire costantemente le proprie conoscenze e proporre quindi esperienze uniche e autentiche. Significa anche creare nuove opportunità nei territori tra coloro che sanno cogliere i vantaggi di tali reti. Le aziende agroturistiche o agricole, e le aziende ricettive sono un tassello fondamentale della rete che si affidano ai professionisti e alle opportunità che una rete sa creare, dedicandosi interamente alla propria offerta di qualità. Secondo Ivo, *“L'azienda deve e deve far bene ciò a cui è vocata. l'azienda deve fare gli interessi del proprio prodotto. Il resto deve venire di conseguenza. Che poi in qualche modo ci riesce anche a pubblicizzare o a metterlo in bella mostra o anche a venderlo il proprio prodotto sfruttando di sponda i canali turistici ben venga”*.

Le **collaborazioni esterne sono costanti e continuative**. Si tratta di collaborazioni contrattualizzate che variano a seconda dell'esigenza, ma che non rientrano in una rete formale, nonostante vi sia una forte necessità, come racconta Francesca di Esedra Escursioni: *“Si è sempre parlato di fare una rete ma non è stato reso operativa nessuna. Forse adesso si muove qualcosa con qualche progetto ma siamo ancora in fase embrionale. Bisogna vedere chi resiste, chi ci crede veramente e continua ad andare avanti. Sostanzialmente il problema è quello.*

È una rete che sta nascendo proprio perché ci sono vari progetti dietro, legati anche a finanziamenti europei per cui si vuole portare avanti un progetto coinvolgendo anche altri territori creando un vero e proprio circuito, dove ogni territorio darà il proprio supporto con le proprie attività. Se il progetto, come ci si augura, andrà in porto di fatto la rete nascerà”.

Le **relazioni con i piccoli artigiani e produttori locali** che fanno da protagonisti dei percorsi spesso sono **instabili**. Pertanto è nell’interesse degli operatori turistici costruire una rete di relazioni forti nonostante le forti difficoltà nel perseguire tale obiettivo, come racconta soprattutto IXA. Tra gli ostacoli maggiori di una “messa in rete” di successo egli riconosce la mancanza di una visione comune e coerente a livello territoriale, che riconduce a sua volta in una mancanza di determinazione e consapevolezza da parte degli imprenditori della zona:

*“Sfiducia, indecisione, magari va un po’ unta come ruota, bisogna far partecipare le persone... c’erano le condizioni, non dovevano manco mettere dei soldi se non le spese per creare formalmente la rete, ma non c’è stata la partecipazione che ci voleva. La gente non rispondeva. Non so se è una questione di incontri e basta, ma io credo che alla base ci sia anche una questione culturale...forse la cosa è poco organizzata, troppo lasciata nelle mani (...) però la partecipazione da parte delle aziende del territorio è fondamentale, ci deve essere...non è che li puoi prendere per mano?! [...] sicuramente molto è stato determinato dal fatto che c’era il Covid di mezzo e non ci si poteva incontrare, però se ci fosse stata consapevolezza, determinazione da parte degli imprenditori qualcosa si sarebbe potuta fare”.*

Non utilizzano canali OTA o grandi piattaforme connesse generalmente alla ricezione e accoglienza. I canali utilizzati sono il sito internet, la pagina Facebook, Instagram, Twitter, canale YouTube e Blog dedicati e costantemente aggiornati. Anche ogni pagina Facebook è specifica sul contenuto.

I canali di comunicazione e i social network sono considerati un solo strumento per raggiungere coloro che sono interessati alle esperienze. Non lavorano tanto sulla pubblicità quanto sull’ottimizzazione delle chiavi di ricerca attraverso le quali il turista può trovare l’azienda in rete. La comunicazione sui portali è sempre disponibile anche in lingua straniera, nel rispetto della scelta di lavorare preferenzialmente con un mercato extra europeo. Poi ci sono delle campagne ad hoc e l’immancabile passaparola.

Per quel che riguarda le **relazioni costruite nel Montiferru – Planargia**, è da menzionare la collaborazione tra Ivo Pirisi con L’Antica Dimora del Gruccione di Santu Lussurgiu, con la quale ha costruito un rapporto privilegiato nel corso degli anni : “sono una porta preferenziale che ho sempre proposto e offrono uno spaccato di quella parte di Sardegna che ha sempre in qualche modo

contribuito ad arricchire la storia che raccontiamo. Quindi ho sempre avuto un rapporto preferenziale con loro, ho sempre lavorato molto con loro; grazie a loro e grazie ai loro contatti ci è capitato spesso, soprattutto in passato, di incontrare i produttori del comune. Quindi ci siamo sempre occupati di allevamento e di caseificazione, bue rosso e casizolu”. Archeoclub nel corso degli anni ha costruito per lo più relazioni con guide certificate. Una è ArcheoAttivamente: un’associazione di ragazze di Scano Montiferro alle quali ArcheClub si rivolge per organizzare visite certificate meramente archeologiche.

Un’altra associazione è Bau Mela Onlus: il contatto diretto è il direttore dell’associazione che, nelle occasioni richieste, mette a disposizione la sede come punto di appoggio nel tragitto. In occasione di S'Istrampu de s'ainu mortu, ed esempio la sede dell’associazione diventa punto di ritrovo laboratoriale. Partecipano attivamente a fiere e workshop: “Abbiamo partecipato alla BIT a Milano, alla BITESP a Venezia, e quest’anno vedremo perché alcune sono riuscite a organizzarsi online ma altre hanno ancora delle date incerte e altre sono state rinviate”.

Sono inoltre guida specializzata inserita nel Touring Club, nella Guida Sardegna e in molte altre. Il rapporto è nato online senza un contatto diretto con la redazione.

NuAdventure si appoggia a diverse aziende: l’albergo diffuso Corte Fiorita per quanto riguarda la ricettività, a diverse cantine di Bosa per le degustazioni così come locali e ristoranti del territorio. La ricerca delle specificità e eccellenze del territorio è continua. Il marketing è centrale nella attività di tutti gli operatori, coinvolti in una formazione continua.

## **CONCLUSIONI**

Le aspettative verso il progetto sono diverse e ricalcano le maggiori esigenze delle aziende emerse durante l’intervista. Una delle principali aspettative connessa al Progetto Turismo in MACP riguarda sicuramente lo sviluppo concreto di opportunità di messa in rete nel territorio. Le aziende sono consapevoli che uno strumento formale non sia sufficiente per un funzionamento di una rete che non passi attraverso la competenza e la motivazione degli attori coinvolti.

L’assenza di collaborazioni stabili è uno svantaggio particolarmente sofferto da tutte le aziende coinvolte. La necessità di una rete che metta insieme più offerte territoriali attraverso una capacità organizzativa attualmente manca, così come la lettura dei fabbisogni e delle reali opportunità di valorizzazione da parte delle istituzioni.

