

Materiali | **PROMETEA**
PRoMozione della Multifunzionalità dEl seTtorE Agro-turistico

PROMETEA

PRoMozione della Multifunzionalità
dEl seTtorE Agro-turistico



1)SCHEMA PROGETTO

Informazioni preliminari

Partner	Rif./Contatto
Regione Toscana (CAPOFILA)	Valter Nunziatini valter.nunziatini@regione.toscana.it +390554386588
QUINN - Consorzio Universitario in Ingegneria per la Qualità e l'Innovazione	Giacomo Petrini +39 (0)50 2201232
Uniss DipNeT - Università di Sassari	P.Pulina
Agenzia Laore Sardegna Maria Grazia Manca mariagraziamanca@agenziaiore.it	Maria Grazia Manca mariagraziamanca@agenziaiore.it
CCIAS - Camera di Commercio della Corsica del Sud	Veronique Sciaretti veronique.sciaretti@sudcorse.cci.fr +33 (0)495515554
AViTeM - Agenzia delle città e dei territori sostenibili del Mediterraneo	Caroline De Broissia c.debroissia@avitem.org

INFORMAZIONI GENERALI

BACKGROUND CHECK

I territori interessanti dal progetto (Sardegna, Toscana, Corsica, Var-Alpi Marittime) presentano un alto potenziale di attrattività turistica delle aree rurali, ciononostante, la sfera della micro, piccola e media impresa agrituristica vede le sue traiettorie di sviluppo e livelli di competitività minati da una mancanza composita in

- (1)strategie di **investimento** di lungo termine;
- (2)**rinnovo** generazionale;
- (3)**integrazione** tra zone turistiche costiere e aree rurali;
- (4)**programmazione** dell' offerta turistica tra stagioni intermedie;

pertanto, il progetto si propone di far fronte a tre esigenze specifiche di sviluppo territoriale

- ❖ **Sostegno all'innovazione** della micro, piccola e media impresa presente sul territorio e all'autoimprenditorialità giovanile, con particolare riguardo all'imprenditorialità femminile. La base dell'innovazione è rintracciata nella distinzione e nella tipicità del prodotto e/o del servizio offerto. -----> I fattori di unicità territoriale divengono elementi locali di competitività (territoriale stessa e) aziendale.
- ❖ Supporto alla **messa in rete delle imprese** per la fruizione di servizi ecoturistici territorialmente integrati tra aree costiere, urbane e rurali, capaci di far fronte a una diversificazione della domanda turistica orientata sempre più al rispetto ambientale, conoscenza culturale e enogastronomica, e a al "fare esperienza" di un complesso di qualità specifico e proprio dei singoli sistemi territoriali su cui si orienta.
- ❖ Definizione e costruzione partecipata di un **marchio di qualità transfrontaliero** come innesco di un processo condiviso di conoscenza e fiducia tra domanda e offerta ecoturistica al fine di

valorizzazione i prodotti del territorio, garantirne la tracciabilità e tutelarli nella loro unicità e irriproducibilità.

OBIETTIVI

Generale

Il progetto PROMETEA è teso a **definire, affinare e promuovere modelli di imprenditorialità multifunzionale** orientata alla **creazione di valore** all' interno di **sistemi territoriali integrati**. Le azioni progettuali mirano a rafforzare un profilo aziendale post-produttivistico con carattere di innovazione sociale e **sostenibilità**, dal ruolo attivo, responsabile e consapevole al fine di connettere il ruolo delle singole aziende in un sistema di **progettazione e promozione territoriale condivisa e partecipata**. Si parte da un sistema di conoscenza dei territori target tramite l'istituzione di percorsi formativi per l'innovazione "Innovation Way" e seminari all'autoimprenditorialità nelle Università affiancando poi la stipulazione di protocolli congiunti per l'introduzione di contratti di rete e del ruolo di "manager di rete" al fine di agevolare il networking tra PMI. Si punta così a fare dell'unicità del territorio e del suo sistema di competenze e prodotti specifici, un elemento di **competitività e differenziazione** sul mercato dei servizi ecoturistici che porta territori e aziende a riposizionarsi e ampliarsi in termini di **qualità dell'offerta e destagionalizzazione** di quest'ultima.

Specifici

Macro	Micro (– azioni progettuali)
DIAGNOSI DI SETTORE/ ANALISI TERRITORIALE Analizzare la strutturazione e l'operatività del settore agroturistico nei territori partner, identificarne bisogni, buone pratiche e sfide in una prospettiva di sviluppo aziendale e territoriale multifunzionale.	<ul style="list-style-type: none"> - Craterizzazione struttura settore agrituristico. - Analisi di business model all'interno dell'azienda agrituristica multifunzionale. - Identificazione livello di integrazione nelle imprese in reti estese/esterne. - Individuazione buone pratiche imprenditoria innovativa già in atto.
FORMAZIONE Sviluppo attività formative tese al rafforzamento della diversificazione e innovazione di processo e di prodotto	<ul style="list-style-type: none"> - Attivazione Laboratori Innovation Way (per imprese esistenti) al fine di svolgere una prima analisi di ogni singola azienda partecipante, individuare criticità e soluzioni possibili, nonché linee di miglioramento e facilitazione dei rapporti di networking e collaborazione. - Realizzazione seminari sull'autoimprenditorialità (per imprese emergenti) al fine di valutare la coerenza del progetto aziendale e strutturarlo seguendo il Business Model Approach e il Lean Startup.
MESSA IN RETE Integrazione in rete delle imprese per accesso e condivisione sistema buone pratiche.	Supporto dello scambio di buone pratiche tra le strutture di PROMETEA attraverso un sistema di strutturazione e gestione reti che prevede: <i>(per tutti i territori partner)</i> <ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione Scuola d'autunno - Incontro/scambio transfrontaliero di buone pratiche e condivisione esperienze relative a problematiche comuni delle aziende agrituristiche e sistemi rurali nei territori target. - Formazione Manager di Rete: trasmissione di competenze specifiche e strumenti manageriali per la definizione percorsi

	<p>turistici e costituzione contratti di rete.</p> <p>-</p> <p><i>(per singoli territori) → SFERA PERCORSI</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sardegna: Percorso di co-progettazione con gli stakeholders. ○ Corsica del Sud: Sviluppo di 6 percorsi per l'esplorazione del patrimonio materiale/immateriale Corso, tra cui istituzione percorso eno-storico per promozione cultura pastorale e vitivinicola. ○ Toscana: Rafforzamento itinerari enogastronomici esistenti (es. Strada dei Vini e dei Sapori della Toscana) e identificazione di nuove proposte commercializzabili innovativamente attraverso piattaforme online (es. Booking Amiata). ○ Territori del Var e Alpi Marittime: promozione reti esistenti (es. Bienvenue à la Ferme, Route des Vins de Provence); sviluppo di tre nuovi percorsi di integrazione alla Via dei Vini di Provenza.
<p>CAPITALIZZAZIONE/DISSEMINAZIONE Sviluppo sinergie inter-progettuali sul tema sviluppo del turismo sostenibile.</p>	<p>Organizzazione seminari/eventi divulgativi + partecipazione a incontri per promuovere e integrare PROMETEA con progettualità parallele.</p>

Seguono tabelle d'analisi di output specifici relative alle seguenti voci:

- **Catalogo di casi aziendali**
- **Catalogo promozionale percorsi**
- **Piattaforma digitale promozionale**

CATALOGO DIGITALE PROMOZIONALE DEI PERCORSI ECO-TURISTICI METODOLOGIA DI CONSEGUIMENTO DELL' OUTPUT

Individuazione e analisi di azioni innovative mirate alla valorizzazione delle specificità locali

→ Censimento analitico delle buone pratiche d'imprenditoria innovativa

(azione a) analisi desk delle reti esistenti e delle buone pratiche multifunzionali;

(azione b) realizzazione interviste socio-etnografiche condotte in contesti aziendali innovativi mediante questionario.

→ Analisi delle buone pratiche individuate

(azione c) realizzazione focus group al fine di restituire e verificare dati raccolti in prime fasi - tecnica Metaplan.

ELEMENTI RILEVANTI AL FINE – del conseguimento dell' output in oggetto – e per IMPLEMENTAZIONE PROGETTUALITÀ FUTURA con output simile (FOCUS su area Planargia-Montiferru)

(azione a) Emerge una **preesistenza di strategie** per la **valorizzazione** di elementi di potenziale attrattività turistica radicati e contestualizzati a **territori** specifici e per la **destagionalizzazione** in un quadro di mercato di nicchia delle esperienze turistiche; a tal proposito si nota l'esistenza di un'offerta compatibile con lo sviluppo di forme di turismo esperienziale nelle aree rurali (es. agriturismo, albergo diffuso, fattorie didattiche, ippoturismo e il cicloturismo e itinerari tematici come la Strada della Malvasia di Bosa).

Nello specifico dell'area Montiferru-Planargia si segnala la presenza dei seguenti casi rilevanti:

- **Le Meraviglie della valle del Temo:** mercato contadino della città di Bosa a cui partecipano sia aziende dell'agro-food che ristoratori (tra Marghine, Planargia e Montiferru). Trattasi di un mercato a "km 0" e "miglio 0" in cui collaborano circa 18 aziende artigiane del food tra Bosa, Marghine e Montiferru. ¹Tale collaborazione sembra gettare le basi per un futuro **CONTRATTO DI RETE**, quale strumento formale partecipato di collaborazione e consociazione ritenuto essere più dinamico rispetto agli strumenti consortili. Delle aziende incluse da Prometa, partecipa al progetto (A1) Columbu.

- **Associazioni e consorzi** per la valorizzazione della Razza Sardo-Modicana e della produzione casearia derivante, Casizolu. Già inquadrata dalle azioni previste dal Piano di Azione Locale (PAL) del GAL Montiferru, negli ultimi due decenni si è puntato alla costruzione di un DISCIPLINARE DI PRODUZIONE CONDIVISO che ha condotto all' **ANNIDAMENTO** nel mercato attraverso il riconoscimento del Presidio Slow Food. Nonostante il successo commerciale del Bue Rosso si nota una scarsa potenzialità nel contrastare la contraffazione mentre per quanto riguarda la valorizzazione del Casizolu emerge un'altrettanta scarsa capacità di includere un numero ampio di produttori e di mettere a valore il capitale sociale che lo sottende. Si segnala l'adesione al "Consorzio Il Bue Rosso – Soc. Cooperativa Consortile a r.l." delle aziende (A2) Elighes 'Uttiosos e (A3) Agriturismo Su Forraghe.

- **Strade della Malvasia di Bosa:** strada del vino promossa da omologa associazione pubblico/privata di viticoltori → la distinzione vitivinicola e il saper fare ad essa connessi divengono principale strumento di integrazione con gli altri elementi a vocazione turistica del territorio. Gli associati sono i seguenti: (A1) Azienda Vitivinicola G. Battista Columbu, (A4) Azienda Vitivinicola Fratelli Porcu, (A5) Azienda Vitivinicola Emidio Oggianu, (A6) Azienda Vitivinicola Raimondo Zarelli, (A7) Azienda Agrituristica S'Ortu 'e su Riu, Cantina Cooperativa Viticoltori della Planargia, Comunit. Montana Marghine-Planargia, Comune di Bosa, Comune di Flussio, Comune di Magomadas, Comune di Modolo, Comune di Suni, Comune di Tinnura, Comune di Tresnuraghes, Hotel Ristorante Al Gabbiano, Hotel Ristorante Mannu, Ristorante Pizzeria La Margherita, Ristorante Sa Pischedda, Hotel Corte Fiorita, (A8) Agriturismo Montiferru, Ferrovie della Sardegna. I report Prometea sottolineano che negli ultimi anni il sistema di governance della strada si trova in una impasse, dovuta anche al deterioramento del rapporto di fiducia tra gli attori coinvolti¹⁸, tanto che lo stesso sito internet della strada non è più disponibile. Si delinea pertanto l'ipotesi di riprendere alcune aziende coinvolte nel progetto Prometea e rivitalizzare la strada.

- **Ecomuseo della Vernaccia di Oristano Associazione Culturale:** ha l'obiettivo di CREARE PERCORSI ESPERIENZIALI capaci di far conoscere al visitatore saper fare locali tramandati nel tempo connessi alla produzione della Vernaccia. Azienda di riferimento: (A9) Famiglia Orro.

- **Albergo diffuso:** si nota nei casi presi in esame (es. (A10) Antica Dimora del Gruccione a Santu Lussurgiu, (A1) Aghinas – della famiglia Columbu a Bosa e (A11) Villa Asfodeli Tresnuraghes) la sostenuta crescita in termini di posti letto (che si traduce dunque anche in **recupero del patrimonio materiale** dei piccoli centri interni e la sua messa a valore) e **capacità di occupazione**.

- **Fattorie didattiche:** a tal riguardo vi è da sottolineare che le fattorie didattiche sarde condividono un **marchio di qualità** che lega le singole aziende a una formazione specifica riconosciuta, e a un sistema produttivo a (a basso impatto ambientale o inserito in particolari sistemi di certificazione) finalizzato alla produzione specifica di prodotti altamente territorializzati. A marzo 2019 risultano iscritte all'Albo Regionale della Multifunzionalità delle aziende agricole e ittiche – sezione Fattorie Didattiche²⁵, 9 aziende di cui 1 in

Montiferru Planargia (A8)Agriturismo Montiferru). A queste vanno aggiunte – nello stesso territorio - altre 6 aziende che hanno dichiarato, durante le interviste, di aver fatto il corso per operatori di Fattoria Didattica e in varia forma offrono ai propri ospiti delle esperienze in Fattoria: (A12)Fattoria S'Imbiligu, (A13)Sa Loza, (A14)S'Ispiga, (A15) Agriturismo Su Nuratolu , (A16) Agriturismo Orosu, (A17)Agriturismo Maius.

-Forme di turismo lento e sostenibile (Ippoturismo , cicloturismo e escursionismo). Le attività che rientrano in questa voce, sono tra quelle a maggior potenziale di **destagionalizzazione** in quanto la loro realizzazione si adatta meglio alle temperature di stagioni intermedie. Emergono però criticità nella continuità dell'offerta proposta che si rivela spesso essere estemporanea e basata su un sistema infrastrutturale insufficiente. Tra le vie di turismo lento quella che sembra avere una maggiore strutturazione nonché relativo supporto pubblico/privato vi è quella dell'ippoturismo il quale si avvale sia di importanti manifestazioni “a cavallo” come Sa Carrela 'e Nanti e la Fiera regionale del cavallo di Santu Lussurgiu, sia di un sistema di ippovie recuperate che in alcuni casi rientrano nel sistema delle “ippovie italiane certificate”. Tali percorsi sono riconosciuti da un **marchio di qualità** e prevedono dei **percorsi integrati tra ambiente e ospitalità**.

(azione b/c) da queste azioni i principali elementi rilevanti che emergono riguardano schematicamente:

- Definizione di nuovi prodotti turistici partendo da **competenze pregresse** e consolidate familiari.
 - Necessità di fare rete attraverso un sistema strutturato e trasparente che permetta alle “offerte” di incontrarsi e costituire un percorso integrato
- acquisizione di **nuove competenze** organizzative, legali, manageriali → fare sistema →
- -> il “fare sistema” (e la relativa integrazione geografica) deve essere supportato anche da un rafforzamento del **sistema di trasporti**.
 - Le **specificità** divengono **meta-prodotti** per la creazione di percorsi eco-turistici esperienziali.

STRUTTURAZIONE FINALE DELL' OUTPUT - CATALOGO

Sulla base dei dati emergenti dalle azioni sopradescritte attraverso una prima “Network Analysis” e una successiva analisi delle tipologie di networking territoriale tra imprese, si deduce che il **CONTRATTO DI RETE** risulta essere uno strumento utile e strategico nell'incentivare la multifunzionalità del settore agrituristico. In questa prospettiva d' analisi il sistema rete permette di far fronte a debolezze di singole aziende. Questo marca pertanto – a livello progettuale – la necessità di uscire da una concezione di multifunzionalità aziendale e andare verso una **MULTIFUNZIONALITÀ INTEGRATA DI SISTEMA TERRITORIALE**.

La ipotesi di formulazione dei percorsi sono state condivise con aziende e stakeholder al fine di avere una elaborazione definitiva per l'inserimento nel catalogo digitale.

IL CATALOGO prevede dunque uno spazio descrittivo riguardante i territori target, una scheda di presentazione delle singole aziende partecipanti ai percorsi proposti, e schede etnografiche di approfondimento per offrire una prima panoramica su determinati sistemi di “saper fare” locali connessi a prodotti e casi aziendali.

I percorsi offerti devono riflettere un principio di modularità/dinamicità del “pacchetto” al fine di essere adattabili a una domanda basata su una differente disponibilità di tempo e denaro. Pertanto, si ritiene che il visitatore del catalogo debba avere un primo accesso a linee tematiche guida che possano consentirgli di orientarsi su un insieme di esperienze di base (proposto da un gruppo di precise aziende) per integrare e arricchire il proprio percorso con ulteriori esperienze e servizi extra.

I percorsi presentati in Sardegna all' interno del progetto PROMETEA si distinguono in 4 principali di cui 3 interessano l'area Montiferru-Planargia:

A CAVALLO TRA MARE E MONTAGNA

Percorso a tema cultura equestre, percorsi di ippo-escursionismo, e collegamento tra aree interne e zone costiere (Guilcer, Montiferru, Sinis), specificità territoriali e enogastronomia.

Aziende coinvolte: (A18)Azienda Mandra Edera, (A2)Agri-campeggio Elighes 'Uttiosos, (A9)Famiglia Orro.

Luogo di partenza: Abbasanta.

Copertura geografica

I percorsi in esame interessano i seguenti comuni:

- Abbasanta
- Cabras
- Tramatza
- San Vero Milis
- San Leonardo
- Santo Lussurgiu
- Cuglieri
- Scano di Montiferro

Vi sono al suo interno 5 itinerari differenti (Sinis, Montiferru, Sinis-Montiferru, Gulicer-Montiferru Sinis, San Leonardo) che da un percorso base di 1/2 giorni attraverso percorsi a cavallo e attività extra di ristorazione e/o esperienze enologiche si diramano in itinerari/percorsi estesi attraverso l'inserimento di ulteriori attività e estensione dei giorni dedicati. Tra le attività extra troviamo soprattutto le esperienze enologiche (Visita in cantina o visita al Museo della Vernaccia come costante nella maggior parte degli itinerari, soprattutto quelli di 1/2 giorni; il pernottamento nell'agricamping e la visita del borgo di Santu Lussurgiu con eventuale sosta per visita a botteghe artigiane).

VITIGNI NURAGICI: TRA MONTIFERRU, PLANARGIA E SINIS

Percorso a tema vini Ossidativi quali Malvasia e Vernaccia; vini nuragici; Prodotti artigianali del territorio (lavorazione della canna, orafa, filato); patrimonio agroalimentare.

Aziende coinvolte: (A9) Azienda Famiglia Orro, (A1) Azienda Columbu, (A19) Azienda agricola Zoccheddu (degustazione olio e visita in azienda), (A20)B&B Su Riu (pernottamento), Artigiani del coltello (visita presso botteghe artigiane), (A21)Distillerie Lussurgesi (visita presso botteghe artigiane), (A1)Aghinas (pernottamento), (A22)Associazione Manos de oro e varie botteghe artigiane (visita presso bottega orafa per lavorazione filigrana; visita presso bottega artigiana del filet), (A23)Sandalia Green (escursione archeologica presso sito Dos Nuraghes)

Luogo di partenza: Tramatza o Bosa.

Copertura geografica

I comuni direttamente interessati dal percorso sono i seguenti:

- Tramatza
- Bosa
- Seneghe
- Santi Lussurgiu
- Borore

Vi sono al suo interno 2 itinerari (Alla scoperta della Vernaccia; Alla scoperta della Malvasia), entrambi da 1/2 giorni; il meta-prodotto in entrambi i casi è il vino, sul quale attraverso degustazioni e visita alle cantine ruotano le attività base. Si apre poi una serie di attività extra che nel caso del primo itinerario include aziende apistiche (attività di laboratorio sulla produzione del miele), ricettive e della ristorazione (pernottamento e ristoro extra), e aziende artigiane (Laboratori della pasta e del pane). Nel secondo caso tra le attività extra tra Bosa e Borore si aggiungono la visita ai laboratori orafi della filigrana, l'organizzazione di attività all'area aperta come yoga, trekking e parapendio, l'escursione archeologica (sito di vinificazione di epoca nuragico-romana; siti archeologici di Borore), e il laboratorio di caseificazione.

Paesaggi pastorali; cultura lattiero-casearia e trasmissione della stessa; patrimonio agroalimentare territoriale.

Aziende partecipanti: (A2)Agri-campeggio Elighes 'Uttiosos, (A8)Agriturismo Montiferro (pernottamento, visite guidate e degustazioni), (A10)Albergo diffuso Antica Dimora del Gruccione, (A14)Agriturismo S'Ispiga (visite in azienda e degustazioni), (A24)Azienda agricola Tucone (Laboratorio tessile "Sa prendidura" e laboratorio "Sa Panada" con degustazione), (A23)Sandalia Green (Attività "Esperienza con il gregge" con partecipazione alla tosatura tradizionale), Artigiani del coltello (visita presso botteghe artigiane), (A21)Distillerie Lussurgesi (visita presso botteghe artigiane)

Luogo di partenza: Santu Lussurgiu o Scano di Montiferro.

Copertura geografica

I comuni interessati dal percorso sono i seguenti:

- Santu Lussurgiu
- Scano di Montiferro
- Cuglieri
- Borore

In questo caso abbiamo 2 itinerari: Itinerario Pecorini e Itinerario Casizolu che si estende poi a un sotto-itinerario bis Bue Rosso. In tutti i casi le attività chiave di base ruotano attorno alle visite in azienda con degustazione dei prodotti omonimi dei percorsi, a cui si affiancano attività extra come il pernottamento e la ristorazione (queste appaiono come una costante nel gruppo delle attività extra in tutti i percorsi ideati) e laboratori e visite presso artigiani (es. Laboratorio sul pane "Pintau", lab. di produzione mielistica o di caseificazione). Da notare, nella prospettiva della messa a valore del saper fare locale, l'inserimento – all'interno della sfera attività extra dell'itinerario pecorini – della partecipazione alla tosatura tradizionale, il quale fa fronte a una nuova domanda eco-turistica emergente che vede il turista come soggetto partecipativo incluso attivamente all'interno delle attività offerte.

PIATTAFORMA DIGITALE PROMOZIONALE

BACKGROUND CHECK

Il progetto si propone la promozione e la valorizzazione dell'offerta turistica e dei prodotti creati all'interno di diverse piattaforme a scala locale. Guardando al caso sardo, l'offerta turistica sulle pagine web appare frammentata in quanto sebbene vi sia (si veda ad esempio la piattaforma dei servizi turistici della RAS o la piattaforma Gooristano, etc.) una presentazione a ventaglio dell'offerta che va dall'enogastronomia, al turismo balneare, alle esperienze culturali, non emerge un'offerta integrata e compartecipata con e tra aziende proponenti servizi e prodotti diversi. Aprendo queste pagine, a parte alcuni casi esemplari (in quanto più completi nel fare emergere il sistema di rete sottostante) come quello delle Strade della Malvasia promosso all'interno della piattaforma RAS, la domanda si trova davanti a un'offerta varia ma completamente disconnessa. Ciò che traspare è un "affidare" la composizione dell'itinerario o del percorso esperienziale completamente – o quasi – alle mani della domanda, la quale però non è messa in grado di accedere a tutte le fonti d'offerta (soprattutto aziendali) presenti sul territorio. È ovviamente un gioco a perdere per entrambe, la domanda accede così a un sistema frammentato e limitato dell'offerta turistica mentre imprese e territori – come offerta – non intercettano una potenziale domanda diversificata emergente.

BUONE PRATICHE

Tra i casi a cui invece guardare come sistema di "buone pratiche" riproducibili per la creazione di piattaforme digitali promozionali attraverso linee di progettualità futura vi sono piattaforme che sono state integrate e/o strutturate ex-novo attraverso il lavoro PROMETA: La Route des Vins de Provence e la piattaforma Booking Amiata.

La prima, attraverso la promozione del sistema vitivinicolo locale, crea un insieme di itinerari facilmente accessibili e visualizzabili in maniera completa via web che promuovono l'intero territorio e connesso sistema

di aziende eco-turistiche che operano al suo interno. Gli itinerari sono presentati in una pagina iniziale dove il visitatore può orientarsi scegliendo il tempo di percorrenza (in base alla propria disponibilità) e, una volta selezionato l'itinerario, una mappa indica le tappe (aziende vitivinicole e cantine) di percorso affiancandole a suggerimenti di ristorazione e pernottamento e/o ulteriori cantine (extra-percorso) nelle vicinanze. Ogni voce/tappa è completata da foto, descrizione dell'azienda e prodotto offerto nella route, informazioni di localizzazione, contatti e informazioni pratiche (come le lingue parlate dallo staff). La piattaforma offre inoltre una sezione di approfondimento storico e culturale del territorio, nonché un tour virtuale nei siti di interesse principali.

AMIATA

Il portale Booking Amiata offre all'utente la possibilità di acquistare direttamente online pacchetti in strutture ricettive (Hotel, B&B, Agriturismi, ecc.) ma anche attività complementari come ingressi ai musei, visite guidate, noleggi, degustazioni ed ogni altro servizio che possa essere d'interesse agli utenti del web sia in abbinamento al soggiorno sia come singolo servizio. Dunque accanto alla possibilità di "prenotare solo la struttura" o "prenotare solo singole esperienze" il portale affianca l'utente nel "COSTRUIRE LA PROPRIA VACANZA PERSONALIZZATA" o propone direttamente pacchetti selezionabili sulla base della propria disponibilità di tempo in base all'orientamento di scelta verso percorsi: natura, sport e outdoor, terme e benessere trekking, viaggi di gusto. L'organizzazione dei pacchetti riflette in gran parte la logica utilizzata per la costruzione degli itinerari turistico-esperienziali sopradescritti nel caso del Montiferru-Planargia, dunque cerca di creare una rete tra imprese che offrono servizi differenti unificandoli in una singola offerta.

Vi è poi la possibilità di prenotare esperienze singole su diverse tematiche

Sport e outdoor (Escursioni a piedi ed e-bike, Passeggiata a Cavallo sul Monte Amiata, Ingresso Parco avventura, semplice noleggio biciclette)

Natura (in questa sezione si ripropongono sostanzialmente le attività già proposte nella sezione precedente)

Gusto (possibilità di prenotare tramite la piattaforma ristoranti e degustazione vini in cantina)

Cultura (acquisto di biglietti di ingresso a musei locali o a laboratori artigiani- laboratorio delle candele/laboratorio del cartaio).

CATALOGO DEI CASI ESEMPLARI

Il catalogo dei casi esemplari è orientato a dar di conto di riferimenti aziendali che risultano essere rilevanti in un processo di incremento del loro profilo multifunzionale nei territori target in Sardegna (Nurra e Montiferru-Planargia). Nel territorio Montiferru-Planargia vengono riportati 9 casi aziendali sebbene non tutti si trovino effettivamente in questo territorio ma ai confini con esso (es. Pialza in Marghine). Quest' inclusione estesa è infatti utile al fine di individuare casi aziendali che potrebbero essere cruciali nella costruzione di una rete di imprese che vada verso una multifunzionalità dei territori e una cooperazione/integrazione tra essi. Il catalogo organizza i profili aziendali attraverso 5 voci: struttura e storia aziendale, prodotti e specificità, strategie aziendali e organizzazione produttiva: Multifunzionalità, reti e relazioni, implicazioni progettuali.

2) INTERVISTA A RESPONSABILE DI PROGETTO

(Intervista a Fabio Madau -Uniss- 07/12/2020)

D: a quali esigenze di sviluppo territoriale va incontro Prometea e quali mancanze o difficoltà dei territori interessati si è voluto affrontare?

R: il progetto Prometea è stato un progetto ampio, che ha coinvolto diverse competenze a più scala territoriale e come sa una delle regioni su cui ci siamo più concentrati è proprio la regione della Planargia e del Montiferru. Sul piano economico noi abbiamo cercato di dare risposte a tre domande

che riguardavano meramente l'offerta agrituristica delle due regioni pilota ovvero del Montiferru – Planargia e della Nurra (due realtà che rimangono molto dissimili sotto vari punti di vista). Ovviamente, essendo un progetto INTERREG, lo stesso metodo e le stesse domande li abbiamo voluti riproporre anche per gli altri territori coinvolti anche se la risposta non è stata quella che ci aspettavamo perché il lavoro in Sardegna è stato più capillare rispetto a quello che è stato fatto in Sardegna, Corsica e Toscana.

Queste tre domande sono:

- 1- Capire quanto l'integrazione al reddito derivante dall'eventuale attivazione di un'attività turistica e di relativi servizi che si possono espletare nella somministrazioni di parti, nel pernottamento, in altre attività, rappresenti un'integrazione nei redditi dell'imprenditore agrario.
- 2- Valutare l'efficienza (non solo in termini di risultati finali) dei processi economici andando a vedere se si annidano degli sprechi, se si possono evidenziare delle sacche di risparmio da parte degli imprenditori che si accingono a sviluppare tale tipo di attività in modo tale da poter dare delle prescrizioni a chi si avvicina a tale tipo di attività.
- 3- Valutare la c.d. "catena del valore". Siccome quelle agrituristiche sono attività di produzione di servizi da parte delle aree rurali (e non solo di quelle agricole), siamo andati a valutare, attraverso dei casi studio, come e quanto tale valore si crea nel momento in cui si passa dalla mera produzione di un prodotto primario (che poi andrà a prendere una strada esterna all'impresa che è quella della commercializzazione) a un'opzione in cui tutto ciò avviene fino alla somministrazione del prodotto finale al consumatore in azienda.

D: che differenze avete notato tra Nurra e Planargia e cosa può prendere un territorio dall'altro al fine d'implementare la propria multifunzionalità e di conseguenza la propria integrazione al reddito..

R: Sì. Abbiamo riscontrato delle differenze sostanziali dovute alle connotazioni dei due territori, di come l'agricoltura sussiste nei due territori e di come si sono sviluppate le attività agrituristiche. Questo l'abbiamo già rilevato dalle indagini desk ma è comunque una cosa nota questa delle differenze che vi possono essere tra i due territori: la Nurra è un territorio dove c'è un'agricoltura tra le più avanzate in Sardegna e che ha iniziato a trovare delle sinergie con altre attività e in primo luogo con il turismo. Ricordiamoci sempre che il turismo in Sardegna non nasce in Costa Smeralda. Il turismo di massa come noi lo conosciamo nasce ad Alghero, nella Riviera dei Coralli e quindi nel territorio della Nurra. Quindi nella Nurra l'agriturismo rappresenta una realtà ben avanzata già da diversi decenni. Questo non significa che sia esente da criticità però diciamo che i processi a cui è andato incontro lo sviluppo del territorio e dell'agricoltura si possono considerare come una sorta di "vocazione naturale". Cosa molto diversa nel Montiferru dove si ha una maggiore vocazione verso l'attività di allevamento piuttosto che verso l'agricoltura e già questo ci dà un indice di differenza tra le due zone sotto vari aspetti (superfici, conduzione dell'azienda, prospettive, introduzione delle innovazioni, ecc..). Tale zona solo negli ultimi quindici anni ha iniziato ad avere una vocazione turistica. Questo significa che l'agriturismo rappresenta un fenomeno nuovo rispetto alla Nurra. Di conseguenza oltre alle imprese già consolidate abbiamo trovato diverse imprese innovative, di cui alcune in fase di start-up, che hanno iniziato l'attività da meno di cinque anni. Ciò ci ha portato a confrontarci con due realtà molto differenti e anche le risultanze sul piano economico ci hanno fatto vedere che esistono delle differenze. In termini di bilancio abbiamo trovato come i redditi derivanti dalle attività di agriturismo (per quanto per motivi di legge presenti un vincolo importante dato dalla prevalenza dell'attività agraria su quest'ultima) incidano in maniera maggiore nella Nurra che nel

Montiferru. Ciò deriva dal fatto che si tratta di sistemi diversi e di imprese che hanno comunque un'età più matura e che si trovano in una fase di sviluppo **che potrebbe portare l'impresa a cambiare da prevalentemente agricola a "agrituristica"** visti i profitti maggiori.

D: Quindi mettendoci in un'ottica di multifunzionalità debole – forte, in Montiferru abbiamo una maggioranza del campione che si poneva su una multifunzionalità più debole o come ci possiamo collocare?

R: Secondo me bisogna fare una differenza per quello che s'intende con il concetto di multifunzionalità che, come sappiamo, non dobbiamo confondere con la pluriattività o con la ricerca di attività ad essa connesse. Se andiamo a vedere quale è l'incidenza delle attività connesse rispetto all'agricoltura certamente oggi possiamo avere un approccio più debole nel Montiferru rispetto alla Nurra. Abbiamo imprese che sono in uno stato di maturità in media differente e con sistemi di agricoltura agraria differenti. Se poi entriamo nel merito del sistema di multifunzionalità ci dobbiamo innanzitutto ricordare che si tratta di un concetto a 360°, che non si limita alla differenziazione delle attività dell'impresa. **L'impresa multifunzionale è un'impresa che anche in modo indiretto produce dei beni che magari non trovano sbocchi nel mercato ma risultano comunque utili in termini di benessere della collettività.** Pensiamo al paesaggio, al ruolo che l'agricoltura può avere in termini di presidio del territorio.. Da tale punto di vista non mi sento di dire che c'è una differenza tra Montiferru e Nurra. Se invece andiamo a vedere il ruolo della pluriattività allora si che tale differenza si nota maggiormente (se andiamo a fare un rilievo tra beni e servizi che prendono la strada dei mercati ecco che la Nurra prevale sul Montiferru).

D: Bene. Guardando invece agli output e soprattutto a quello del catalogo percorsi riesce a dirti qualcosa su come è stato strutturato? Ci sono state delle criticità nel creare il sistema di rete e nell'integrare l'offerta su quelli che sono i percorsi individuati?

R: Premetto che questa è un'attività che è stata seguita da altri partner, noi siamo stati un po' più a supporto. Questa ha rappresentato senz'altro una parte importante del progetto. Ricordiamoci che, oltre a definire tali percorsi (il che è stato reso possibile grazie al coinvolgimento di parecchi stakeholders), uno degli scopi di tale progetto era quello di favorire la creazione di rete d'impresa. Il progetto si è chiuso senza che venisse raggiunta la creazione di una rete d'impresa vera e propria ma è riuscito a suggerire un metodo per creare delle sinergie tra le imprese e anche una metodologia su come si dovrebbe procedere passo dopo passo nel caso in cui si debba costruire una rete. Un altro output importante è stato l'aver fatto a Seneghe un corso per poter creare i c.d. **"manager di rete"**. Sulle reti il progetto PROMETEA ci ha investito proprio parecchio.

D: È uno dei suoi principali lasciti, no?

R: Sì. Adesso bisogna che qualcuno faccia frutto di quell'esperienza ed eventualmente decida di mettersi in rete. So che in Toscana si stava percorrendo qualche esperienza ma non so se è andata a buon fine e non so a che punto siano. Sempre in Toscana c'è stata la possibilità di coinvolgere imprese che avevano la possibilità di collaborare con l'agricoltura pur essendo delle imprese di servizi che fanno delle attività molto simili ai tour-operator e che saranno utili nelle attività di supporto nel momento in cui si viene a creare un circuito.

D: Sicuramente lì la piattaforma Booking-amiata li aiuta nel creare il pacchetto finito, no?

R: Certo.

D: Le difficoltà del far rete, dal suo punto di vista, quali possono essere oltre che da un punto di vista giuridico? Proprio a livello territoriale quali sono i limiti principali alla formazione delle reti?

R: Questo è un problema atavico dell'imprenditoria sarda e non soltanto in agricoltura. Vi è della difficoltà nel fare della vera cooperazione e non solo in senso stretto ma anche nel mettere da parte risorse ed energie. Penso che finché non si supererà tale mentalità ci saranno delle forti limitazioni per quanto riguarda il fare rete.

D: Quindi pensa che possa servire una figura esterna che coordini la rete e che dia una sorta di consequenzialità? (*25:40)

R: Assolutamente. L'esterno riguarderebbe sia una figura che in termini di innovazione che può essere introdotta e in seguito metabolizzata secondo quelle che sono le consuetudini dei sistemi sardi. Ci vuole certamente tale tipo di impulso che viene dall'esterno. Spesso le imprese che in Sardegna fanno agricoltura si dimostrano restie all'innovazione ed è ovvio che un'azione molto più energica debba essere promossa dalle autorità pubbliche e in primo luogo dalla Regione. Si pensi ai piani di sviluppo rurale, dove a ogni ciclo di programmazione viene destinato parecchio denaro in cui la gran parte va a misure di ammortizzazione sociale e i pochi soldi destinati agli investimenti spesso non trovano concretezza perché spesso vi è un problema serio di accesso al credito e probabilmente tali misure andrebbero ripensate per accompagnare uno sviluppo vero.

D: Quindi più accompagnato e con una buona strategia dietro..

R: Esatto. Al momento mi pare che non ci sia niente di simile. Confido in questo periodo di programmazione ma... è inutile che si mettano a emanare denari quando poi per accedere a tali soldi occorre cofinanziare da parte dell'impresa altre imprese che spesso non godono di buona salute economica e finanziaria e che hanno grosse difficoltà di accesso al credito, creando una sorta di "corto-circuito" che negli ultimi due periodi di programmazione ha fatto sì che molte risorse non siano state intercettate. Vale a dire che molte imprese non partecipavano volutamente ai bandi. Ci sarebbe poi da chiedersi quanti di questi bandi accompagnino processi di innovazione vera e propria.

D: criticità riscontrate su PROMETEA?

R: [...] Nel momento in cui gli imprenditori non vedono che l'azione è pubblica e notano che non si sta generando lo sviluppo atteso per un lungo periodo è chiaro che aumenta la diffidenza nei confronti dell'autorità pubblica e di chi fa ricerca. Ciò l'abbiamo rilevato pure con PROMETEA e pur approcciandoci in una maniera molto colloquiale la reticenza è stata tanta. In alcuni casi valori importanti come le voci di reddito non ci sono state fornite. Oppure spesso non siamo riusciti a capire come sia organizzato il lavoro in queste imprese e l'abbiamo quindi dedotto. Altre imprese ci hanno fornito solo delle informazioni frammentarie e altre ci hanno risposto in maniera più compiuta.

D: Mi sa dire le aspettative che avevano le imprese inserendosi in questa progettualità? Anche in un breve periodo cosa si aspettavano?

R: Devo dire che anche nel breve periodo non ho riscontrato aspettative positive. C'è da dire che su questi temi vi hanno lavorato altri partner del progetto. Aspettative nel lungo periodo invece ne ho riscontrate. Per esempio le imprese del Montiferru (dove vi sono delle start-up che hanno cambiato l'imprenditoria) non si aspettavano progressi nel breve periodo ma intuivano i vantaggi per il lungo periodo. Le aspettative sono molto alte e si tratta comunque di imprese che hanno scelto di aderire al progetto dimostrando di essere suscettibili a particolari temi.

D: C'è una volontà di acquisire degli elementi e delle competenze esterne che comunque riguardino degli aspetti dell'azienda stessa come elementi di marketing o altro?

R: Sì. Però se proprio devo individuare le aspettative la trovo nella ricerca di una collaborazione con le altre imprese. Sembra un po' paradossale. Non contraddice quello che ho detto prima riguardo alla diffidenza tipica dell'ambiente agrario imprenditoriale sardo. Poiché queste imprese hanno voluto aderire al progetto, mi hanno manifestato anche la volontà di volersi mettere in rete e molte imprese si sono così conosciute.

[...]

3) COMMENTI FINALI

Come traspare dalla prima scheda di progetto e dall'intervista, il progetto PROMETEA non ha portato ha la creazione di una rete costituita giuridicamente e di un marchio riconoscibile sul mercato, ciononostante il suo lascito principale è rappresentato dall'avvio di un processo di dialogo e conoscenza interna dei soggetti operanti nel tessuto aziendale dei singoli territori. Il processo partecipativo innescato ha gettato le prime basi per avviare collaborazione tra singole imprese all'interno di un sistema interconnesso che sia capace non solo di offrire servizi integrati al consumatore bensì servizi multipli al territorio; è in questo passaggio – identificabile come sviluppo di innovazione e produzione di valore aggiunto sul servizio o bene offerto – che la multifunzionalità aziendale, sia questa forte o debole, si converte in una multifunzionalità del territorio declinabile, ad esempio, in servizi verdi come la salvaguardia della biodiversità, servizi legati alla cura del paesaggio, servizi sociali come la creazione di nuovi posti di lavoro in contrasto al rapido spopolamento dei piccoli centri interni, o la salvaguardia di specifiche competenze e pratiche produttive contestualizzate e riferibili a un più ampio capitale sociale unico dei territori.

Il processo di conoscenza interna tra aziende è il primo passo di una sequenzialità composta di fasi specifiche della creazione della rete; sebbene il territorio e l'identità territoriale che si riflette nei servizi e prodotti offerti possano rappresentare un elemento costante di unificazione e innesco della rete stessa, la necessità di far fronte a singole limitazioni e mancanze a livello aziendale gioca un ruolo altrettanto determinate e di non secondaria importanza nel confluire in un tessuto comune. La rete infatti permette di condividere e sommare risorse ed energie, le quali singolarmente avrebbero limitatezza d'azione, mentre unite garantiscono non solo un'offerta più ampia, diversificata e integrata ma anche una capacità maggiore di investimento, si pensi ad esempio alla necessità di investire in ricerca e innovazione spesso inaffrontabile da parte di piccole realtà aziendali. In conclusione, la via della rete appare dunque come la via da seguire per mettere in funzione e capitalizzare gli strumenti individuati e ideati tramite PROMETEA, primi fra tutti i percorsi e la piattaforma integrata di prenotazione (su modello Booking Amiata). È un percorso che si sviluppa su un terreno fertile dato da una imprenditorialità attenta e interessata a specifiche tematiche proprie delle multifunzionalità come la salvaguardia ambientale o la riproduzione del capitale sociale, tuttavia il processo di formazione della rete autogestito risulta essere ancora debole e non facilmente

percorribile, pertanto la figura del manager di rete risulta essenziale per guidare un sistema di acquisizione competenze, acquisizione di una mission e identità comune, gestione della diversità interna e azione unitaria sul mercato.