



## 1) SCHEDA PROGETTO - PROGETTO IN CORSO

### BACKGROUND CHECK

SardiniaSpopTourism nasce in Sardegna nel mese di maggio 2020. La collaborazione tra le fondatrici nasce spontaneamente dal desiderio di lavorare attivamente per il proprio futuro e per la Sardegna interna.

SardiniaSpopTourism è un progetto di comunicazione e promozione dei paesi in via di spopolamento e per il momento si rivolge ai comuni con meno di 3000 abitanti. Il progetto si sviluppa a partire dalle seguenti aree geografiche: Marmilla; Sarcidano-Barbagia di Seulo; Mandrolisai; Barigadu-Guilcier; Planargia-Montiferru; Logudoro-Goceano. Nel mese di novembre 2020 le fondatrici hanno fondato l'associazione di promozione sociale RU.RA.LE. (RUoli, RAdici, LEgami), le cui finalità principali sono quelle di promuovere le aree rurali della Sardegna, non solo attraverso la loro promozione, ma soprattutto lavorando contestualmente per il potenziamento del capitale sociale delle imprese collocate nelle medesime aree.

Nel mese di dicembre 2020 il progetto è stato finanziato dal Corpo Europeo di Solidarietà, e prevede lo svolgimento delle seguenti attività per i prossimi 12 mesi:

- Continuare la mappatura dei paesi e realtà virtuose: privilegiando le attività imprenditoriali giovanili, si selezioneranno e conosceranno ulteriori paesi e realtà economiche.
- Attività di relazione tra le realtà coinvolte nell'azione precedente: le finalità di tale azione sono da una parte quella di creare nuovi legami amicali tra gli imprenditori in prossimità geografica al fine di favorire la nascita di collaborazioni formali. Dall'altra mettere in contatto gli imprenditori con professionisti esterni (informatici, marketing, storytelling, consulenti professionali) che possano supportarli in questo percorso.
- Due cicli di incontri informali in ciascuna delle tre macroaree (6 incontri in totale) che avverranno col supporto di un facilitatore. L'obiettivo è far entrare in contatto gli imprenditori con le competenze di cui sentono di aver bisogno attraverso il coinvolgimento di professionisti quali: consulenti di impresa e rete di imprese, esperti di marketing, facilitatori. Ancora, favorire la formazione di collaborazioni formali.

### OUTPUT INIZIALI

A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, le azioni finora svolte si concretizzano in:

- Mappatura di associazioni, imprese, cittadini nei territori coinvolti per la costituzione di una rete attiva;

<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizzazione di attività di promozione territoriale e turistica attraverso la creazione di un sito web che raccoglie le “cartoline” delle realtà imprenditoriali coinvolte. Nei prossimi mesi è prevista la traduzione del sito in inglese, francese e tedesco.</li></ul>
<b>REFERENTE PROGETTO</b>
Claudia Puligheddu

## 2) INTERVISTA

SardinaSpopTourism nasce a maggio 2020, in pieno lockdown, durante una delle innumerevoli call su Zoom che hanno caratterizzato quel periodo. L'idea è nata quasi per gioco, come semplice progetto di comunicazione sui social, per poi trasformarsi in qualcosa di molto più strutturato. Sin dai primi incontri è emersa l'idea di creare un qualcosa di digitale che permettesse di valorizzare le realtà, che ci piace definire “virtuose”, presenti nei paesi in via di spopolamento.

Riflettendo sul fenomeno dello spopolamento, ci siamo rese conto di quanto esso venga tendenzialmente analizzato a partire da quegli elementi che contribuiscono al suo manifestarsi: i fattori socioeconomici a livello macro (sistema economico, mercato del lavoro, società, carenza di servizi) e micro (comportamenti, attitudini, stili di vita degli individui). In questo modo l'interpretazione si colora spesso di connotati negativi, rendendo di fatto difficile proporre una riflessione propositiva sul tema. Sulla scia di tali riflessioni, abbiamo pensato di contestualizzare il fenomeno nel quadro del settore turistico: le attuali contingenze dovute alla diffusione della Covid-19 e la conseguente adozione delle misure contenitive rendono necessario un ripensamento dei modelli tradizionali di fruizione delle destinazioni turistiche, per fare spazio a nuove forme di mobilità che ben si sposano con le diverse realtà presenti nei piccoli paesi della Sardegna. Infatti, le stesse condizioni del presente hanno indotto il gruppo a ritenere che gran parte delle aree rurali dell'isola, per le loro caratteristiche intrinseche quali la scarsa densità abitativa e la ridotta dimensione dei flussi turistici, possono sfruttare a loro vantaggio tali specificità, contribuendo di fatto a valorizzare gli stessi fondamenti demografici dello spopolamento e dunque rileggere il fenomeno sotto una nuova luce. In questo quadro, siamo convinte che la presenza di alcune realtà virtuose distribuite nei vari piccoli comuni della Sardegna, se adeguatamente supportate e conosciute, potrebbero fornire una tempestiva, se pure insufficiente, risposta ad una dinamica demografica che appare sempre più evidente e preoccupante.

Dal contesto sopra descritto, risulta chiaro che l'obiettivo generale del progetto è quello di **aumentare il capitale sociale promuovendo il turismo** nelle aree interne, mettendo in relazione tra loro abitanti e imprenditori da tutta l'Isola. Il turismo non è l'obiettivo, bensì lo strumento, scelto per promuovere e aiutare le attività imprenditoriali, produttive o turistiche, presenti all'interno dei piccoli paesi spopolati.

Il progetto SardiniaSpopTourism si pone diversi obiettivi, concatenati tra loro:

- mappare e contattare le attività turistiche e/o produttive situate nei paesi in via di spopolamento o in stato di malessere demografico delle aree interne/rurali della Sardegna;
- mettere questi attori in relazione tra loro per dargli occasione di conoscersi e aumentare la fiducia reciproca e per individuare comuni bisogni di apprendimento;
- offrire occasioni concrete per sviluppare tra loro nuove partnership;
- porre le prime condizioni necessarie alla costituzione di una rete formale che raggruppi le realtà turistiche e/o produttive delle aree interne/rurali della Sardegna;
- proporre occasioni di APPRENDIMENTO INFORMALE di modo da fornire agli attori coinvolti nuove competenze per la promozione della propria attività imprenditoriale, grazie all'aiuto di professionisti della cultura d'impresa;
- far conoscere e promuovere una nuova narrazione del turismo in Sardegna che coinvolga attività turistiche e/o produttive poco note, ma caratterizzate da alti standard qualitativi.

Il progetto si rivolge ad un gruppo target costituito da piccoli imprenditori sparsi su tutto il territorio regionale, ma accomunati dalla stessa condizione di marginalità geografica, infrastrutturale e socioeconomica. Tale marginalità spesso non consente agli abitanti e, in particolare, agli imprenditori di costituire un solido capitale sociale indispensabile per la sostenibilità delle imprese e la conseguente ripresa demografica del territorio. Tuttavia, come si è potuto constatare già nella fase preliminare di mappatura, questi imprenditori sono accomunati da una grande capacità di resilienza, oltre che dall'attaccamento ai propri territori, tanto da divenirne custodi e profondi conoscitori: questo ha portato molti di loro a maturare la scelta di restare o di tornare nei loro paesi a vivere e lavorare.

Per raggiungere gli obiettivi sopra citati si sta portando avanti un lavoro di mappatura delle realtà produttive e/o turistiche, che andrà gradualmente ad incrementare il sito internet ideato appositamente per contenere e promuovere le realtà coinvolte. Sono loro, a nostro parere, la linfa vitale di questi luoghi. Loro, che scelgono di rimanere e di investire sul paese. Loro, che re-esistono ancora.

Come lo facciamo? Lo facciamo bussando alle porte degli imprenditori e facendoci raccontare le loro storie, che prendono poi vita sul nostro sito tramite la cartolina. Il medium comunicativo scelto

per raccontare le attività coinvolte è infatti, quello di una cartolina virtuale, secondo lo slogan che recita “*da chi resta per chi viaggia*”, una cartolina al contrario, mandata dagli imprenditori ai viaggiatori, sardi, italiani e internazionali, per invogliarli a visitare le realtà di eccellenza dell'interno della Sardegna.

Per agevolare la navigazione all'interno del sito e far comprendere l'importanza del contesto di riferimento, abbiamo creato “*il semaforo dello Spopolamento*”: uno strumento visivo, senza pretese scientifiche, attraverso il quale abbiamo suddiviso i paesi: in rosso i comuni che hanno meno di mille abitanti, in giallo i paesi che arrivano ai 2000 abitanti, in verde quelli che arrivano ai 3000. A questi abbiamo aggiunto il colore blu, per i paesi costieri con meno di 3000 residenti.

Nel mese di dicembre il progetto è stato finanziato dal Programma Corpo Europeo di Solidarietà (CES). Abbiamo richiesto questo finanziamento come gruppo informale di giovani, mentre l'Associazione di promozione sociale RU.RA.LE. APS, è stata costituita successivamente alla partecipazione al bando. Tale finanziamento è per noi il primo passo per fare qualcosa di ancora più concreto. Lo abbiamo chiesto proprio in quanto consapevoli che il digital è utile ma non basta. Infatti, a nostro avviso ci sono diverse carenze da un punto di vista relazionale. Spesso mancano delle relazioni reali tra imprenditori e abitanti delle diverse parti dell'Isola. Relazioni che favoriscono lo scambio, la crescita, la valorizzazione e l'incremento del capitale sociale, che facciano nascere nuove collaborazioni e idee, una società più unita e un'economia più forte. Il finanziamento sarà pertanto destinato a creare dei momenti d'incontro informali tra diverse figure: imprenditori, giovani e professionisti. Saranno momenti fatti per conoscersi, formarsi e favorire anche l'incontro tra le competenze lavorative dei vari attori coinvolti.

In tanti ci dicono che il nostro valore aggiunto è proprio questo: andare a conoscere personalmente gli imprenditori, vivendo un pezzo delle esperienze che propongono a chi va a visitarli. Per esempio, Aldo ci ha fatto fare un giro nel suo Ape-Calessino, partendo da Barumini fino ad arrivare alla Giara di Gesturi. Rosa Lugas, a Laconi, ci ha fatto degustare i suoi liquori. Ancora, abbiamo visto come vengono intrecciati i cestini a Flussio, osservando l'ultima artigiana del paese. Abbiamo pranzato alla Locanda Minerva, ospiti di Maria, una meravigliosa struttura immersa nella natura a Villanova Monteleone. Queste esperienze all'apparenza semplici, ci hanno arricchito molto, ci hanno dato la possibilità di toccare con mano la potenzialità dei territori rurali e degli imprenditori che li abitano. Siamo convinte che, se supportati e incoraggiati a fare rete, rispettando i loro tempi e ascoltando i loro bisogni, gli imprenditori stessi possano davvero contribuire a cambiare la percezione che si ha delle aree rurali della Sardegna.

Il progetto vede le persone come protagoniste nella creazione di valore per il territorio. Il capitale umano, inteso come bagaglio di conoscenze specifiche delle persone, insieme al capitale sociale che ne rappresenta il valore collettivo, costituiscono la fonte prioritaria del vantaggio competitivo dei territori a cui ci rivolgiamo.

In primis, attraverso l'attività di mappatura delle realtà economiche e/o turistiche, della creazione ed implementazione del sito web, intendiamo mettere in risalto i singoli capitali umani, tradizioni e saperi spesso poco noti, al fine di permettere alle stesse comunità che li custodiscono di vederli sotto nuova luce. In secondo luogo, intendiamo far convergere gli interessi di tutti i singoli attori detentori di questo elevato capitale umano, coinvolgendoli in occasioni informali di conoscenza e dialogo.

Gli incontri previsti in ciascuna fase delle attività saranno realizzati in maniera rispondente alle necessità delle diverse macro aree coinvolte, al fine di riunire realtà tra loro affini ed ubicate sullo stesso territorio, e allo stesso tempo con esigenze e competenze simili o complementari. Inoltre, la scelta di realizzare i sei incontri in tre macroaree diverse risponde alla necessità di venire incontro agli imprenditori dislocati in territori marginali e pertanto favorire la partecipazione alle attività.

Spinti dalle attività informali di facilitazione relazionale, le persone coinvolte avranno da un lato la possibilità di conoscersi e acquistare reciproca fiducia, dall'altra godere del vantaggio dato dalla condivisione di risorse fisiche e relazionali, e dunque costituire un contesto fertile utile alla costituzione di forme associative più strutturate.

L'eventuale formalizzazione delle relazioni nate in seno al progetto potrà costituire un primo passo verso la crescita del territorio sia dal punto di vista sociale che conseguentemente, dal punto di vista economico. Infatti, non soltanto tale rete costituirebbe un modo per formalizzare un capitale sociale incrementato, ma è anche occasione concreta per poter generare nuove possibilità di sviluppo economico, per i singoli imprenditori così come per le comunità di appartenenza che godrebbero dell'indotto generato.

In terzo luogo, l'acquisizione da parte degli stessi imprenditori di nuove abilità dal punto di vista della comunicazione per la propria impresa permetterà al territorio di provenienza di fruire indirettamente di tali competenze. Per esempio, una rinnovata ed efficace campagna di comunicazione di una realtà che ha preso parte al progetto, potrebbe portare visibilità sul comune e promuovere tutto il territorio circostante l'attività stessa. Ciò significherebbe una ricaduta concreta ed immediata non soltanto sulla sola attività coinvolta, ma anche sulla sua comunità di appartenenza.

In sintesi, gli imprenditori coinvolti saranno responsabili del trasferimento dei benefici acquisiti attraverso il progetto alle proprie comunità di appartenenza, grazie alla creazione di relazioni e partenariati e il conseguente empowerment del capitale sociale.

