

Scuola Estiva di Sviluppo Locale Sebastiano Brusco

Tredicesima edizione

PERCORSI, SPAZI FISICI E VIRTUALI,
NARRATIVA DELL'OFFERTA

Progettare percorsi: ipotesi di
catalogo digitale percorsi
esperienziali territoriali



Francesca Uleri (Associazione Culturale Terras)

Turismo sostenibile e aree interne.

A partire da un progetto pilota

5-9 Luglio – Seneghe, Casa Aragonese

Gruppo di lavoro

Giulia Antinori, Norma Baldino, Stefano Carboni, Claudia Licheri, Francesca Uleri

Responsabile Scientifico: Benedetto Meloni

COORDINAMENTO SCIENTIFICO OPERATIVO TREDICESIMA EDIZIONE

TERRAS Benedetto Meloni, DEA UNISS Pietro Pulina , CREA-RRN Franco Mantino, Comune di Seneghe Maria Giovanna Caddeo, Sardarch Nicolò Fenu

PARTENARIATO DI PROGETTO

Le Scuola è interna al progetto *“Planargia-Montiferru come area pilota per il turismo rurale sostenibile”*

COMITATO SCIENTIFICO DELLA SCUOLA

Filippo Barbera, Enrico Ciciotti, Ester Cois, Maria Fonte, Benedetto Meloni, Serafino Negrelli, Paolo Perulli, Angelo Pichierri, Silvia Sivini

Progetti analizzati

PROGETTO	TERRITORI TARGET	PERIODO DI REALIZZAZIONE
Cambio Via: CAMmini e Biodiversità: Valorizzazione e Itinerari e Accessibilità per la transumanza (INTERREG FR-IT MARITTIMO).	Toscana, Liguria, Sardegna, Corsica.	2019-2022
La Sapienza del Villaggio	Unione dei Comuni del Montiferru e Alto Campidano (Capofila); Unione della Planargia e Montiferru Occidentale.	2019-2022
Me.Co: Mentoring e Comunità per lo sviluppo eco-sostenibile (INTERREG FR-IT MARITTIMO).	Territori (soprattutto dell'entroterra) della Sardegna (tra cui l'area MACP), Corsica, Liguria, Toscana.	2019-2022

<p>Piano d'Azione GAL Terras de Olia</p>	<p>PLANARGIA: Bosa, Flussio, Magomadas, Modolo, Montresta, Sagama, Tinnura, Suni.</p> <p>MONTIFERRU: Bonarcado, Cuglieri, Santu Lussurgiu, Scano di Montiferro, Seneghe, Sennariolo, Tresnuraghes.</p> <p>CAMPIDANO DI ORISTANO: Bauladu, Tramatzu, Zeddiani.</p> <p>SINIS: Milis, Nurachi.</p>	<p>→</p>
<p>PRoMozione della Multifunzionalità del settore Agro-turistico (INTERREG FR-IT MARITTIMO).</p>	<p>Sardegna (Nurra e Montiferru Planargia), Toscana, Corsica, Var-Alpi Marittime.</p>	
<p>RETE ECOTURISMO SARDEGNA</p>	<p>Tutta la Sardegna.</p>	<p>→</p>
<p>SIS.TI.NA</p> <p>SIStema per il Turismo INnovativo nell'Alto mediterraneo (INTERREG FR-IT MARITTIMO).</p>	<p>Corsica, Sardegna (Nurra, Gallura), la Liguria, cinque province della costa Toscana e i dipartimenti francesi delle Alpi-Marittime e del Var.</p>	<p>2017-2019</p>

SMARTIC: Sviluppo Marchio Territoriale Identità Culturale (INTERREG FR-IT MARITTIMO)	Territori del VAR, Corsica, Liguria, Toscana, e Sardegna (Area Metropolitana del Nord Sardegna).	2017-2019
SPOPLAB	Nughedu Santa Vittoria (OR).	2019-tot.6 mesi (1° implementazione)
TERRAGIR 3: Promozione del territorio per la competitività delle PMI del turismo Green&Blue dello spazio transfrontaliero (INTERREG FR-IT MARITTIMO)	Il progetto Terragir 3 coinvolge diverse realtà territoriali quali la Sardegna (provincia di Nuoro), la Liguria, le province toscane Lucca, Grosseto, Pisa, Massa Carrara e Livorno, la regione francese della Corsica.	La durata del progetto è di 26 mesi e 30 giorni con data inizio il 02.05.2018 e data fine il 31.07.2020.
TRIS: Turismo Rurale Identitario e Sostenibile(INTERREG FR-IT MARITTIMO).	Territori del VAR, Corsica, Liguria, Toscana, e Sardegna (tutta l'isola; nel 2020 è stato aperto bando manifestazione interesse a	2019-2021

	aziende in tutto il territorio isolano).	
VIVIMED: SerVIzi innovativi per lo sVIluppo della filiera del turismo nell'entroterra dell'area MEDiterranea (INTERREG FR-IT MARITTIMO).	Toscana (Garfagnana, Amiata, Lunigiana), Liguria (parco del Beigua), Sardegna (Barbagia, Montiferru, Ogliastra), Corsica (Pays de Balagne, Corsica orientale), Francia (Lacs et Gorges du Verdon).	2016-2019
GENIUS LOCI	Santu Lussurgiu	2020-2021
SPOP-TOURISM	Territorio regionale (Sardegna)	2020 →

Letture progettazione

I progetti sono stati letti individuando **elementi essenziali di comparazione sugli output**:

- (a) catalogo percorsi
- (b) catalogo casi aziendali esemplari
- (c) strutturazione spazio espositivo
- (d) piattaforma promozionale
- (e) paniere dei prodotti

tuttavia elementi rilevanti in riferimento all'**output catalogo percorsi** sono stati individuati in cinque progetti: **La Sapienza del Villaggio, PROMETEA, VIVIMED, SIS.TI.NA, SMARTIC, e Rete Eco-Turismo Sardegna** (che è in continuo aggiornamento sugli itinerari proposti).

Su questi progetti in fase di comparazione (I fase) è stato fatto un lavoro di analisi che spaziava dall'individuazione dei tematismi, alla struttura stilistica del catalogo, indipendentemente dal territorio di implementazione progettuale. Tuttavia, nella fase II che prevede il lavoro diretto sui percorsi del territorio, l'attenzione si è focalizzata su quanto emergente dalle progettualità che con questo output specifico si muovono totalmente o in parte nell'area MACP, specificamente:

La Sapienza del Villaggio, PROMETEA, VIVIMED e Rete Eco-Turismo Sardegna.

Percorsi individuati

I PERCORSI “LA SAPIENZA DEL VILLAGGIO”

PERCORSI AMBIENTALI, DEI FIUMI E DELLE ACQUE:

LE VIE DELL'ACQUA si dirama dal mare verso l'interno in un duplice accesso:

- 1) da Bosa fino a Magomadas grazie al miglioramento dell'accessibilità di un percorso ciclo pedonale sul mare che si connette con le reti del progetto Sardegna Ciclabile;
- 2) dal Centro di informazione, accoglienza e documentazione “Esposizione del mare” ubicato a Santa Caterina di Cuglieri fino all'area attrezzata presso Sos Molinos - Sos Lavros – M.Urtigu attraverso un percorso ciclo-pedonale immerso nella natura (in agro di Seneghe, Bonarcado e Santu Lussurgiu) che, adeguatamente riqualificato e strutturato, è in grado di collegare il mare alla punta più alta del Montiferru (La Marmora a Su Mullone a 1050 metri).

PERCORSO DI VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E DEL PAESAGGIO PRODUTTIVO TRADIZIONALE-IDENTITARIO

(Malvasia e Vernaccia)

SENTIERI DEL VINO: valle della Malvasia (Suni, Tinnura, Flussio, Magomadas, Bosa);
Comuni della Vernaccia (Nurachi, Zeddiani e Tramatzia)

ITINERARIO CULTURALE-ARCHEOLOGICO INTEGRATO si sviluppa tra un insieme di
tracciati
rurali e siti di pregio culturale e archeologico.

Percorsi individuati

LE VIE DELLA CULTURA E DELL'IDENTITÀ legato alle:

- tradizioni equestri;
- gioiello e costume tradizionali.

LE VIE DELLA FEDE

I PERCORSI PROMETEA:

A CAVALLO TRA MARE E MONTAGNA

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

Luogo di partenza: Abbasanta.

Comuni: **Abbasanta, Cabras, Tramatzza, 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).

VITIGNI NURAGICI: TRA MONTIFERRU, PLANARGIA E SINIS

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

Luogo di partenza: Tramatzza o Bosa.

Comuni : **Tramatza, Bosa, Seneghe, Santu Lussurgiu, Borore.**

Vi sono al suo interno 2 itinerari (Alla scoperta della Vernaccia; Alla scoperta della Malvasia),

Percorsi individuati

VITIGNI NURAGICI: TRA MONTIFERRU, PLANARGIA E SINIS

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

Luogo di partenza: Tramatza o Bosa.

Comuni: **Tramatza, Bosa, Seneghe, Santu Lussurgiu, Borore.**

Vi sono al suo interno 2 itinerari

(Alla scoperta della Vernaccia; Alla scoperta della Malvasia).

PAESAGGI PASTORALI E LA VIA DEI FORMAGGI

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

Luogo di partenza: Santu Lussurgiu o Scano di Montiferro.

Comuni: **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.



Percorsi individuati

PERCORSI VIVIMED

BENVENUTO IN MONTIFERRU! LA TRADIZIONE SI VESTE DELLE FORME DELL'OGGI

Durata variabile con possibilità di escursioni di uno o due giorni; l'itinerario fa "esperienza" del patrimonio naturalistico e paesaggistico locale attraverso un percorso che inizia tra Cuglieri e Santu Lussurgiu e si conclude del borgo antico di Santu Lussurgiu. L'esperienza naturalistica/paesaggistica è accompagnata da una narrazione storica e da una degustazione di prodotti tipici (street food autoctono). La dimensione storica è arricchita dalla visita al borgo di **Santu Lussurgiu e dalla visita al "Museo della Tecnologia Contadina"** il quale offre una visione sulla cultura agropastorale locale.

L'ACQUA IL BENE PIÙ PREZIOSO

Il secondo itinerario ha una durata di due giorni; **parte dalle fonti di San Leonardo di Siete Fuentes** con una visita dei dintorni del sito tra cui la **Chiesa romanica e la sorgente dei "lecci gocciolanti"** per proseguire poi con la visita di Santu Lussurgiu e delle botteghe artigiane (produzione acquavite e coltelli). Rimangono come costanti, rispetto all'itinerario precedente, la sosta/ pernottato presso **l'albergo diffuso**, la visita al museo della tecnologia contadina e il consumo/degustazione di prodotti tradizionali. Il secondo giorno l'itinerario prosegue verso **Bosa** dando la possibilità di visitare il **quartiere storico di "Sa Costa"**, e visitare cantina storica dove degustare Malvasia e altri prodotti tipici. L'itinerario si conclude dopo una "passeggiata" in battello lungo il **Temo** e la visita alla chiesa romana nella **località campestre di Calmedia**.

Percorsi individuati

PERCORSI VIVIMED

BENVENUTO IN MONTIFERRU! LA TRADIZIONE SI VESTE DELLE FORME DELL'OGGI

Durata variabile con possibilità di escursioni di uno o due giorni; l'itinerario fa "esperienza" del patrimonio naturalistico e paesaggistico locale attraverso un percorso che inizia tra Cuglieri e Santu Lussurgiu e si conclude del borgo antico di Santu Lussurgiu. L'esperienza naturalistica/paesaggistica è accompagnata da una narrazione storica e da una degustazione di prodotti tipici (street food autoctono). La dimensione storica è arricchita dalla visita al borgo di **Santu Lussurgiu e dalla visita al "Museo della Tecnologia Contadina"** il quale offre una visione sulla cultura agropastorale locale.

L'ACQUA IL BENE PIÙ PREZIOSO

Il secondo itinerario ha una durata di due giorni; **parte dalle fonti di San Leonardo di Siete Fuentes** con una visita dei dintorni del sito tra cui la **Chiesa romanica e la sorgente dei "lecci gocciolanti"** per proseguire poi con la visita di Santu Lussurgiu e delle botteghe artigiane (produzione acquavite e coltelli). Rimangono come costanti, rispetto all'itinerario precedente, la sosta/ pernottato presso **l'albergo diffuso**, la visita al museo della tecnologia contadina e il consumo/degustazione di prodotti tradizionali. Il secondo giorno l'itinerario prosegue verso **Bosa** dando la possibilità di visitare il **quartiere storico di "Sa Costa"**, e visitare cantina storica dove degustare Malvasia e altri prodotti tipici. L'itinerario si conclude dopo una "passeggiata" in battello lungo il **Temo** e la visita alla chiesa romana nella **località campestre di Calmedia**.

Percorsi individuati



TRENINO VERDE E MALVASIA

L'itinerario parte da Bosa con tappa stazione Trenino Verde per arrivare poi alla stazione di Tresnuraghes, tappa sosta assaggio Malvasia. Al termine della degustazione il treno prosegue la sua corsa lungo l'altipiano, superato il paese di Sindia, il treno sosterrà nei pressi dell'antica abbazia cistercense di **S. Maria di Corte**, dove si visiteranno i resti dell'antico complesso monastico datato al 1147 e considerato fra i più antichi d'Europa. Il treno proseguirà ancora la sua corsa fino a Macomer, capoluogo del Marghine, e qui, immersi nell'atmosfera di un'antica casa ottocentesca, visita al **Museo Etnografico "Le Arti Antiche"** che ospita una collezione di strumenti usati e forgiati dalle mani dei maestri artigiani, con degustazione di prodotti locali.



Strutturazione catalogo

Alla luce degli itinerari individuati, nella strutturazione catalogo si è lavorato:

- (1) presentando in maniera unitaria gli itinerari che risultano già completi in termini di offerta esperienziale legata ad aziende che direttamente offrono o erogano i servizi descritti nel catalogo (in questo caso, questa completezza risulta solo in PROMETEA);**
- (2) interconnettendo e ampliando gli itinerari che presentano temi simili;**
- (3) inserendo nuovi nodi negli itinerari già esistenti attraverso l'inserimento delle aziende o di ulteriori aziende sull'offerta esperienziale proposta.**

Gli itinerari sono presentati attraverso le voci:

- **Titolo**
- **Descrizione**
- **Tema**
- **Proponenti e Partecipanti**
- **Luogo di Partenza**
- **Scheda dettagliata con durata, attività base e attività extra**

Vs frammentazione offerta

Effetti eccessiva **frammentazione dell'offerta**:

- a) Frammentazione dei target. Ognuno ha i “propri clienti”
- b) Offerte disomogenee e di livelli qualitativi diversi e difficilmente comunicabili in maniera chiara
- c) Focus sull'attrazione turistica più che su produzioni e pratiche specifiche
- d) Basso potere contrattuale degli attori di destinazione rispetto ai T.O.
- e) Difficoltà in termini di comunicazione globale nel «**raccontare il territorio**»
- f) Concorrenza interna

Il modello frammentato rende più difficili le strategie di destination management

Necessità di strutturare un'offerta distintiva integrata attraverso la creazione di offerte e prodotti turistici co-definiti, lo sviluppo di servizi di informazione e di accoglienza, il coinvolgimento degli attori territoriali e dei residenti, il controllo e lo sviluppo della qualità dell'offerta.

Vs frammentazione offerta

L'offerta dei sistemi turistici rurali deve saper valorizzare peculiari ricchezze e attrattive del territorio che ne determinino unicità e conseguente alta competitività sul mercato.

L'**unicità** – intesa come immagini, messaggi, valori propri solo di quel territorio e difficilmente riproducibili altrove – si articola attraverso tre proprietà che gli attori locali devono tutelare, riscoprire, rafforzare e promuovere:
la diversità, la qualità, e la coerenza (Brunori et al. 2020).

Natura e intensità di attrazione nel tempo (capacità di innovazione, di conservazione, di comunicazione e marketing, di politiche di marca – DESTINATION BRANDING)

Accessibilità fisica e virtuale della destinazione e della sua offerta
(infrastrutture e sistemi di trasporto; piattaforme promozionali e di Prenotazione integrata)



Vs frammentazione offerta



PIATTAFORME

La creazione di una piattaforma di consultazione e prenotazione online dell'offerta è elemento strategico per garantire visibilità alle **singole aziende che altrimenti "faticherebbero" maggiormente nell'intercettare i nuovi orientamenti e specifiche richieste della domanda**, sia uno strumento di rapida consultazione che permette agli **utenti** di scoprire i punti di interesse, le strutture e le eccellenze del territorio, strutturare informazioni in base alle proprie esigenze e aspettative e, soprattutto, arrivare a una **costruzione dinamica e personalizzabile dei pacchetti tramite i collegamenti ai portali turistici dei partner in un'ottica di dynamic packaging**.

L'idea del pacchetto dinamico e malleabile garantisce di andare incontro a esigenze e richieste specifiche e personalizzate mantenendo un'integrazione territoriale dell'offerta e garantendo una proposta che vada oltre l'alta stagione attraverso proposte legate ad esempio al folklore, al patrimonio museale, al turismo attivo, all'outdoor, ecc.



Domanda

La corretta definizione della domanda rappresenta la seconda condizione per affrontare il problema della destagionalizzazione, che non può essere affrontato, infatti, guardando alla sola offerta, in quanto difficilmente sarà possibile modificare le abitudini dei turisti. Il punto è però che *“non ha senso dal punto di vista teorico definire un’unica domanda per il turismo [...] La nozione di domanda può essere riferita solamente a segmenti del mercato turistico entro cui si raggiunge un livello sufficientemente elevato di omogeneità”* (Candela, 1996, pag. 169). È necessario quindi segmentare il mercato, cioè dividerlo *“in sottoinsiemi il più possibile omogenei con esigenze riconducibili ad un unico prodotto o un unico tipo di prodotti costituenti, quindi, in una logica market oriented, un ben preciso target”* (Confalonieri, 2011, pag. 17). Questa operazione è un elemento cruciale per il successo di una politica di destagionalizzazione perché, vista la continua crescita dell’eterogeneità della domanda, l’offerta deve riorganizzarsi per catturare specifiche tipologie di turisti secondo logiche guidate da una sempre maggiore personalizzazione. Oggi, infatti, ha ancora più senso parlare di *“turismi”*, in quanto le motivazioni di viaggio si sono ampliate e sviluppate anche nella direzione della ricerca del *“particolare”* e della nicchia, privilegiando luoghi capaci di coniugare tradizione e innovazione.

Fonte: Mundula e Meco, 2016



Domanda e offerta agrituristica in periodo pandemico



Quarto Rapporto Agriturismo e multifunzionalità (si veda Ismea-RRN 2021): il 67,8% delle imprese (incluse in un campione di 500 imprese totali oggetto dello studio) ha registrato una riduzione delle relative richieste. Ciononostante il 29,7% delle imprese ha registrato un aumento, rispetto al 2019, della richiesta di servizi agrituristici da parte di persone locali. Si è notato poi che oltre la metà delle imprese agrituristiche (55,7%) ha ideato e lanciato **nuovi servizi già nelle prime fasi dell'emergenza (primavera 2020), come ad esempio la consegna a domicilio** dei prodotti aziendali e dei pasti preparati in azienda al fine di calmierare la perdita derivante dalla quasi totale interruzione dei servizi agrituristici ma, parallelamente, è emersa anche la riorganizzazione dell'offerta di **ospitalità per incontrare nuove esigenze e nuovi target di consumatori turistici** (es: «soggiorni più lunghi, spazi attrezzati per lo smart working dove poter continuare la propria attività lavorativa, attività didattiche, ricreative, sportive, sociali rivolte a famiglie e singoli, portatori di bisogni emersi con maggiore forza a seguito del periodo di lockdown» (Ismea-RRN 2021:7)



Prossimi passi

RETI E GOVERNANCE

Il passaggio dall'attività di business aziendale alla attività del territorio è importante per capire come la creazione di beni pubblici può essere catturata per generare valore per l'intero territorio. Sappiamo che in una logica generale, alcuni aspetti, alcuni beni e servizi che si connotano come fattori di successo dell'azienda, dipendono dalle attività interne: produzione alimentare, ristorazione e in qualche modo servizi ricreativi.

Tuttavia, soprattutto nei casi aziendali relativi alla multifunzionalità nel settore agro-turistico, alle reti d'impresa e percorsi di **turismo rurale i fattori di successo che generano attrazione non possono essere ricondotti alle sole capacità aziendali**, ma vanno aldilà di tali contesti per interessare l'ambito della complessità territoriale. Infatti, la riproduzione dipende sempre più direttamente dalla capacità del territorio di legittimare in qualche modo le capacità e i valori dell'azienda

Prossimi passi

RETI E GOVERNANCE

Nessun sistema di governance turistica può prendere avvio se non vi è un perfetto allineamento tra le finalità degli Enti Locali ed il sistema delle imprese, nella loro accezione aggregativa;

Le tempistiche attuative relative alla programmazione in ambito turistico devono essere – tra i vari soggetti coinvolti – **note, coordinate e condivise**;

Tanto più il sistema di governance coinvolge un numero maggiore di Municipalità, tanto più è necessario avere chiaro lo schema di gestione della materia turistica.

Grazie per l'attenzione

francescauleri@gmail.com