

AGRITURISMO SU FORRAGHE

“Non avendo sbocchi più di tanto con il commercio dei prodotti abbiamo deciso di ristrutturare questo vecchio fienile, più la vecchia stalla, e creare una sorta di agriturismo per dare i nostri prodotti direttamente alla clientela. I nostri clienti mangiano i nostri prodotti a km 0, completamente”.

Intervista a S. Catzeddu, Bonarcado, 4 gennaio 2021



1. STORIA E STRUTTURA AZIENDALE

L'agriturismo *Su Forraghe* nasce dalla ristrutturazione di una vecchia azienda agricola di proprietà della famiglia Catzeddu, risalente ai primi del '900. Come attestano le numerose foto appese alle pareti, la struttura è stata ricavata da un antico fienile che ora ospita la sala dove viene svolto il servizio di ristorazione, mentre nei due ambienti adiacenti che un tempo ospitavano gli animali dell'azienda agricola, sono stati ricavati un'ampia veranda e i servizi igienici. L'impresa è totalmente a gestione familiare: i tre fratelli Catzeddu, titolari della struttura, si occupano rispettivamente della ristorazione, dell'allevamento del bestiame e della parte agricola.

Dopo vari impieghi nei settori più disparati S. e i suoi 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, dal momento che i precedenti tentativi di commercializzazione a detta di S. sono stati un vero fallimento:

“Abbiamo tentato di avere l'iscrizione sul bue rosso, come associazione, però è stato un fallimento perché non c'è stata mai commercializzazione, valorizzazione del vero prodotto, quindi, avendo un buon prodotto, particolare, a sistema brado, completamente in biologico, e una carne che si differenzia dalle altre, abbiamo deciso di farla gustare direttamente noi in azienda attraverso i piatti della tradizione”.

S. iscrive la nascita di questa attività 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), protagonisti di tante sue ricette.

L'azienda agricola è localizzata nei pressi della struttura ricettiva, per un totale di circa 150 ettari, interamente di proprietà della famiglia Catzeddu. Una ventina di ettari sono destinati a oliveto, pochi ettari a vigneto e a un piccolo orto stagionale volto a soddisfare esclusivamente il fabbisogno dell'agriturismo, mentre il resto è destinato al pascolo. Si registra anche la produzione di piante da semina (avena, orzo) destinate alla produzione del foraggio per gli animali e infine l'allevamento di ovini, suini e bovini di razza sardo-modicana.



Per quanto attiene alla struttura agrituristica, l'ampia sala, assieme al portico esterno, riescono ad accogliere fino a 200 coperti, sebbene la capienza media si attesti intorno ai 30-40 coperti giornalieri, che avvengono di norma sotto prenotazione, unico modo per garantire gusto e qualità del prodotto:

"[...] L'importante è prenotare, sempre! (...) Il sugo, per esempio, lo faccio il giorno, prima, bassa cottura, deve sobbollire, perché ha un gusto completamente diverso (...) tendo poi solitamente a concordare il menu in anticipo, cioè do dei consigli su cosa mangiare."

L'azienda di ospitalità attualmente non dispone di camere e strutture dove poter alloggiare, ma i lavori previsti per la loro realizzazione sono ormai in fase di ultimazione:

"Io spero, adesso nel 2021, di partire finalmente con queste benedette camere. (...) tutto dipende da come ci impostano i lavori, cioè questo continuo chiudere, aprire, chiudere, non si capisce più nulla."

Come si evince dal *render* mostratomi al momento dell'intervista, lo spazio destinato alle camere risulta indipendente rispetto al portico esterno, al fine di garantire una certa riservatezza ai futuri avventori della struttura.

L'arredamento rustico, le finiture e le tipologie strutturali testimoniano la ricerca di una forte identità territoriale. C. racconta che l'intervento di ristrutturazione è stato caratterizzato dalla volontà di mantenere inalterata la struttura dell'edificio preesistente, ripristinandone i caratteri principali quali elementi in pietra e mattone caratteristici degli edifici rurali. Inoltre, le spesse mura dell'edificio, realizzate nella tipica pietra locale, ospitano una ricca collezione di antichi attrezzi agricoli che un tempo venivano usati per svariate incombenze: arare, portare il grano, mietere il grano o la farina, setacciare il grano e trasportare i cibi. Nel portico esterno che, come si è detto, un tempo era destinato a stalla per i bovini, erano presenti delle mangiatoie in muratura che però sono state abbattute per rendere la struttura accessibile ai disabili:

"questo era un fienile, diciamo che non abbiamo modificato niente, abbiamo solo modificato un po' il camino, che c'era lo stesso in una piccola stanza, però aveva la campana in fango e quindi non era tanto sicura dopo anni e anni che c'era, c'era l'ingresso...poi lì dove abbiamo fatto i bagni c'era la stanza per il maiale, lì nel portico c'erano i bovini con le mangiatoie di una volta, solo che le abbiamo dovute buttare giù perché abbiamo voluto fare tutto per disabili."

"[...] abbiamo deciso di realizzare qualcosa che fosse accessibile a tutti, quindi per accedere al cortile abbiamo la rampa, per andare nel portico c'è il secondo ingresso al quale si può accedere sia con la carrozzina che a piedi, percorrendo il tracciato per non vedenti che è molto difficile trovare oggi....penso che la ASL mi ha chiesto come mai avevo deciso di fare un pavimento decorato, e io gli ho detto: "guardi che è un percorso per non vedenti, queste piastrelle le trova anche in aeroporto, nelle stazioni"

L'intero edificio, comprese le future unità immobiliari che ospiteranno le stanze da letto, è stata pensata per garantire a persone con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale di fruire di tutti gli spazi in condizioni di adeguata sicurezza e autonomia. Una tale attenzione al tema dell'accessibilità gli ha consentito di riservare parte dei suoi servizi a una specifica nicchia di mercato, a dimostrazione del fatto che è possibile garantire l'accessibilità ai disabili senza rinunciare al valore architettonico delle strutture.

“Infatti abbiamo avuto anche parecchi disabili, abbiamo ospitato per esempio le conferenze dell'AIMS, dell'AIDO, e, cioè, più associazioni con persone disabili perché il locale si presta, diciamo, sia dalla carrozzina ai ciechi.”

C. riferisce di servirsi di lavoratori dipendenti stagionali, il cui reperimento diventa sempre più difficile. In particolare, egli ha riscontrato una forte difficoltà a reperire manodopera giovanile per la stagione estiva, tanto per il settore della ristorazione che per quello agricolo, in cui il problema emerge in maniera ancora più rilevante. A giudicare dalle sue recriminazioni, la mancanza di manodopera riguarderebbe la diffusa pigrizia e inerzia delle coorti più giovani, al quale si aggiungono i dannosi effetti derivanti dalle misure di sostegno economico come il Reddito di Cittadinanza:

“Il giovane cosa fa? se lavora, lavora due giorni, poi chiede la paga, viene pagato e non si vede più, quindi sono tutti oltre i 40 anni. (...) Purtroppo la sopravvivenza mentale ce l'ha solo chi ha superato i 40 anni, i giovani di oggi sono con il Reddito di Cittadinanza. (...) è difficile...la categoria della ristorazione sta trovando difficoltà a reperire giovani. In fatto agricolo assolutamente, non si può fare neanche più la domanda, dicono: "c'è puzza", le mani non se le vuole sporcare più nessuno (...). I giovani una volta si trovavano, anche se erano studenti, nel periodo estivo quando non si andava a scuola, per il foraggio, ora è veramente molto difficile reperire personale”.

2. SERVIZI, PRODUZIONI E SOSTENIBILITÀ

L'azienda Su Forraghe realizza autonomamente alcune piccole produzioni, che rispondono in larga misura alle esigenze della ristorazione dell'attività turistica. L'oliveto produce, a seconda dell'annata, produce 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 C. 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. Grazie alla piccola vigna, viene prodotto il vino della casa (principalmente bovale) che viene consumato esclusivamente all'interno dell'azienda. 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. A questo proposito, il titolare ci tiene a precisare che il latte prodotto dalle vacche di razza sardo-

modicana è superiore sia in termini di resa che di qualità, tanto da essere venduto ad un prezzo superiore rispetto al classico latte vaccino.

“Allora, Bonarcado, Santu Lussurgiu e Sindia hanno una particolarità del latte in analisi, sia come resa, sia come qualità, infatti noi (...). Ci sono delle erbe in tutta questa zona che conferiscono al latte una qualità diversa, infatti il latte conferito proveniente da questa zona viene lavorato separatamente dal resto del latte.”

Sempre per la ristorazione vengono prodotte paste fresche, 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 diverse specialità regionali (PAT), per la pasta citiamo *i malloreddus*, per i formaggi *su casizolu* e il pecorino, per le carni citiamo l’agnello e la carne di razza Sardo-Modicana, per i liquori il mirto. In generale, l’obiettivo di C. 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”*.

“Tentiamo di dare il gusto tradizionale, presentato anche in modo diverso, cioè, per l’appunto l’agnello porchettato. [...] Lo facciamo per non essere né il classico arrosto di bovino, né il classico agnello, quindi un mix di due carni con un suo gusto tutto particolare.”

Nella cucina di Su Forraghe la ricerca continua di nuove ricette e la rivisitazione dei piatti tradizionali costituisce il vero fattore critico di successo. Per C. innovare significa infatti:

“dare un qualcosa di diverso, è il desiderio futuro per un'altra innovazione. Cioè, mai fermarsi a una cosa, mai stare fermi. Noi abbiamo clienti che vengono qua proprio per quello, dicono: ogni volta che veniamo non mangiamo mai le solite cose.”



Agnello porchettato, specialità della cucina di Su Forraghe

Per sopperire alla temporanea assenza di camere presso cui fare alloggiare i propri ospiti, l'azienda porta avanti forme di scambio con altri operatori del settore; in particolare, si appoggia ad altre strutture ricettive, principalmente B&B, che a loro volta gli mandano i propri clienti.

L'azienda agricola differenzia il suo potenziale produttivo puntando sulla qualità dei propri prodotti, che si distinguono da quelli convenzionali grazie anche all'acquisizione della certificazione biologica, oppure muovendosi lungo la filiera attraverso la vendita diretta delle proprie carni:

“Per i prodotti dell'azienda funziona tramite un passaparola, ormai avendo l'allevamento di sarda modicana (...) poi si sanno che sono pochi gli allevamenti di sarda modicana (...) magari c'è stato un rapporto da più generazioni, perché conta soprattutto quello, da padre in figlio, i vecchi commercianti di una volta che acquistavano i bovini... rimane sempre il nome.”

C. ritiene inoltre che la garanzia della qualità del prodotto si raggiunga innanzitutto a partire dal processo di produzione, che deve essere conforme ai requisiti previsti dai disciplinari di produzione e/o al metodo produttivo prescritto, con l'obiettivo di contrastare ogni forma di sleale concorrenza da parte di prodotti generici e di consolidare la “reputazione” di tali produzioni sul mercato.

“Il controllo qualità in primis ce l'ha sempre chi lo produce il prodotto, io parlo sempre partendo da un discorso di onestà eh, (...) è molto importante. Poi una qualifica al prodotto dovrebbe restare della zona, (...) si sta facendo una concorrenza tra poveri...si stanno facendo prodotti simili però non sono quelli originali. Posso fare l'esempio, ma non per campanilismo, gelosie o chissà che, però, ripeto, il casizolu, che è una cosa nata e creata dal Montiferru, ormai si sta allargando in tutta la Sardegna, e mi sta bene...però deve avere tutte quelle caratteristiche, non solo la forma, perché sì, è un formaggio a pasta filata, ma non può essere fatto né dal latte di capra né dal latte ovino, mentre oggi stanno facendo così... lo stanno facendo con tutti i tipi di latte (..) diamogli un altro nome e può diventare di qualità anche quello”.

Con riferimento alle altre attività che producono reddito, pur essendo del tutto indipendenti dalla produzione agricola vera e propria, l'azienda offre esclusivamente il servizio di ristorazione. C. sottolinea a tal proposito che gran parte delle attività collaterali, come quelle legate al cicloturismo, ippoturismo, visite guidate ed escursioni sono strettamente legate al servizio di pernottamento, pertanto verranno attivate solamente una volta che l'azienda sarà in grado di fornire tale servizio. Non risultano inoltre ricavi derivanti dalla fornitura di servizi ad altre imprese, professionisti o enti o altre entrate accessorie.

“Allora, avendo la possibilità delle camere, uno può anche pensare di integrare e organizzare l'escursione a cavallo o situazioni simili, per dire, ho amici che già praticano il cavallo, hanno già il patentino di istruttore, [...] anche di biciclette, c'è quello che si è offerto anche lui di metterle a disposizione [...] quindi un domani il futuro sarà anche agganciarci a tutte queste cose.”

Anche in riferimento alle attività di tipo esperienziale come corsi di cucina, corsi di pasticceria e fattoria didattica, che ben si coniugherebbero ai servizi attualmente offerti dall'azienda, C. esprime delle forti perplessità legate alla mancanza di tempo e di flussi turistici costanti:

“No, non li abbiamo mai fatti per una questione di tempo, (...) è molto impegnativo, va seguito il tutto. (...) poi ci vuole un afflusso di turismo più alto, qui in provincia non c'è un'affluenza di turismo così.”

L'azienda sponsorizza eventi che hanno luogo nel territorio, in particolare le gare di ciclismo e “La sagra del Bue Rosso”, fondata da C. e un suo amico chef diversi anni fa e ora sospesa per via del Covid. L'intervistato afferma di non aver mai partecipato a ricerche né a specifici progetti di sviluppo del territorio ma, come dimostrano le sue parole, egli è particolarmente sensibile al tema:

“Un'altra idea che vorrei realizzare in seguito quando avrò le camere, sarebbe quella di una sorta di tour, cioè associarmi con altri agriturismi, che ne so, uno al mare e uno in montagna, distanziati da Bonarcado, in cui si fa un pacchetto unico: il turista arriva in Sardegna, fa due giorni in zona Nuoro e visita le montagne e le bellezze della zona, poi arriva a Bonarcado e si fanno le escursioni qui a Bonarcado e qui in zona mare. Il cliente trova tre situazioni diverse in una settimana. Immaginiamo una sorta di furgone in cui il cliente viene preso dall'aeroporto (...) secondo me funzionerebbe in Sardegna (...), avere un minimo di organizzazione, perché il turista molto spesso in Sardegna si trova allo sbando, perché sappiamo che non abbiamo mezzi pubblici affidabili per lo spostamento, cioè chi viene a Bonarcado sta a Bonarcado...se non viene con la macchina non può andare da nessuna parte. (...) non c'è organizzazione. [...] Perché da noi la pubblicità la fai su Videolina. [ride] Qui c'è tanta paura di scoprire, il sardo ha paura di scoprire le cose, di scoprire la Sardegna. Io dico sempre: ma perché devo andare in vacanza a Roma, me ne devo andare alle Hawaii, quando non conosco bene la Sardegna? (...) io non capisco i sardi che dicono: "ah, me ne vado a Barcellona", è un po' una mania, ma la Sardegna la conosci? no. E allora (...) è bello anche girare andare all'estero perché si imparano un sacco di cose, per carità, però è anche bello conoscersi in casa. Se non riusciremo a conoscerci in casa non riusciremo mai a conoscere gli altri.”

L'azienda è attenta anche ai servizi *non commodity green*: si prevede di installare sopra le tettoie dei parcheggi destinati agli avventori della struttura un impianto fotovoltaico per la produzione di energia solare. Non utilizzano i fertilizzanti e altri prodotti chimici per le coltivazioni, ritenendole dannose in primis per la loro salute ma anche per quella delle altre forme di vita presenti:

“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.”

Per quanto attiene ad altri Servizi non Commodity Materiali emerge una particolare attenzione verso la cura e la manutenzione del paesaggio, sia all'interno che all'esterno dei confini aziendali. Ad esempio, C. dichiara di occuparsi della manutenzione delle alberature e delle strade di accesso all'azienda, così come della costruzione dei muretti a secco che delimitano le terre di loro proprietà:

“le facciamo perché tanto è una necessità locale, e poi ne può usufruire chiunque, per esempio, nel periodo degli innesti tendiamo a fare sia all'interno che all'esterno, anche su strada innesti di pere. Si trovano, ci sono parecchi innesti fatti così, cioè uno può dire: "perché hai innestato

in strada?", perché passi e ti mangi una pera, o una ciliegia, quello che c'è. Manutenzione delle strade lo stesso, la pulizia delle strade va fatto lo stesso. Le recinzioni noi ce le abbiamo tutte in muro a secco, ma anche l'azienda principale che è qua, andando verso Milis, quando è passata la circonvallazione hanno messo la rete (...) noi abbiamo deciso di costruire il muro a secco, sia come recinzione, ma anche come bellezza, come stile. Cioè ci riporta sempre alle origini".

3. RETI E RELAZIONI

L'esperienza negativa all'interno del Consorzio Bue Rosso ha portato C. e i suoi fratelli a maturare una profonda sfiducia verso tali forme consortili a favore del territorio. In particolare, C. lamenta diverse criticità derivanti da una mala gestione del Consorzio e dai conseguenti oneri finanziari che superavano di gran lunga i benefici:

"siamo stati iscritti al Consorzio Bue Rosso ma è stato un fallimento totale. Una gestione, non so neanche come descriverla, perché non era una gestione, infatti, è fallita. Non siamo più aderendo perché hanno anche venduto il marchio (...). Siamo andati via anni fa perché alla fine c'erano solo spese ma nessuna convenienza, perché alla fine il mercato del Consorzio si era allargato talmente tanto che erano arrivati ad avere 12 rivendite però nessuno vendeva gli animali. Abbiamo anche perso alcuni i clienti privati."

Come si è detto, i rapporti più significativi che Su Forraghe intrattiene con altri soggetti del territorio sono di natura informale e non continuativa; sono pertanto strettamente connessi alle esigenze dei loro clienti e alla conseguente portata dei flussi turistici. Pur riconoscendo l'importanza di una maggiore cooperazione con le altre realtà del territorio *"perché tanto se c'è l'intenzione di lavorare si lavora tutti, e anche meglio"*, C. riscontra numerose difficoltà a incontrare imprese locali con cui collaborare, tendenza che tra l'altro egli estende a tutta la regione:

"è una cosa molto difficile da fare in Sardegna, anche se io ho sempre avuto l'idea che invece bisogna avere più la mentalità aperta e collaborare tutti insieme (...) però è molto difficile, non si può. (...) qui in Sardegna c'è questa mentalità di crearsi una concorrenza sleale, una cosa un po' bruttina, perché tanto se c'è l'intenzione di lavorare si lavora tutti, e anche meglio"

Per quanto concerne l'attività di promozione offline, un'importante forma di pubblicità per l'azienda è data dal passaparola: il titolare racconta di aver accolto in più occasioni clienti che erano stati mandati da altri amici e di averne tratto grande soddisfazione. Anche la presenza sul web gioca un ruolo chiave: pur non avendo un proprio sito internet, la struttura è presente sui social (Facebook e Instagram) ed è inserita all'interno della piattaforma di viaggi "Trip Advisor", le cui recensioni contribuiscono enormemente al loro posizionamento su Google:

"Se lei va può vedere le recensioni, ci affidiamo parecchio a quelle, perché i social fanno una parte di lavoro. Quando passano sulla 131 là scattano i social perché vanno su Google che gli suggerisce le strutture ricettive in quella determinata zona".

La tipologia e la provenienza della clientela variano 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.

Tra i vantaggi territoriali C. annovera la qualità dell’aria e dei prodotti agroalimentari dell’isola, che tuttavia non sono sufficientemente messi a valore a seguito di una scarsa azione di marketing a livello nazionale e internazionale. Una corretta comunicazione permetterebbe secondo C. di individuare i canali di vendita strategici e accelerare il processo di internazionalizzazione:

“Beh, i vantaggi, torniamo lì, la Sardegna è una bella isola, tutti ci invidiano, vengono a trovarci direttamente a casa nostra: abbiamo un’aria pulita, prodotti di qualità, si può lavorare tranquillamente in Sardegna. Svantaggi forse che non siamo pubblicizzati, ognuno deve fare per sé, trovare i canali giusti, diventa anche lì una guerra per trovare il cliente, ma su tutto eh, in tutti i settori. Noi non siamo bravi a farci conoscere, è quello lo svantaggio più grande che abbiamo. (...) Cioè, non è solo nel settore turistico, anche nel settore edilizio, per dire, non c’è una vera informazione su chi può fare i lavori o meno. Anche aziende qualificate, specializzate in determinati lavori è molto difficile rintracciarle.”

Tra gli svantaggi del territorio si segnalano anche l’assenza di un efficiente sistema di trasporti pubblici, il quale incide fortemente sulla distribuzione dei flussi turistici sull’intero territorio regionale e in particolare sulle aree rurali e periferiche.

Per quanto attiene all’azienda agricola, ci si avvale della consulenza di un quarto fratello esterno all’azienda che svolge la professione di agronomo; mentre per le consulenze in ambito culinario C. si rivolge ad un suo amico chef, gestore di un ristorante nel centro di Oristano, con il quale ha precedentemente collaborato. La sua pluriennale esperienza nel settore della ristorazione ha giocato un ruolo centrale nella costruzione delle competenze utili per la gestione dell’attività. Egli riferisce inoltre di sostenere dei corsi di aggiornamento per la conservazione, la preparazione e la somministrazione degli alimenti, così come quelli specifici sull’utilizzo in ristorazione dei funghi.

C. Afferma di non conoscere il contratto di rete e a una mia breve spiegazione sui possibili vantaggi di un tale tipo di formalizzazione risponde:

Mah... torniamo sempre lì col discorso, perché un risparmio di costi penso che sia impossibile perché creando una rete del genere ci sono tutti i costi di gestione e andando a creare una rete del genere andrebbero ad aumentare soltanto... poi, da sardo, ti dico che scoppierebbe la gelosia, secondo me infatti non penso che sia tanto funzionale. Finché si tratta di un accordo tra un gruppo ristretto di persone che si creano il loro giro ci può stare (...) creando una rete così cosa succede: che poi alla fine ci sarà quello che dice: ah, ma tu hai fatto più pubblicità per quel determinato prodotto o servizio rispetto al mio, perché, diciamocelo, il sardo questo lo fa. scatta subito la gelosia. Noi perché in Sardegna non abbiamo nessun tipo di cooperative che vanno a lungo? è sempre tutto uno sfascio, quindi non so quanto possa essere funzionale. Chi ha le attività non può andare anche a creare la rete perché perderebbe parecchio tempo, quindi, si tratterebbe sempre persone esterne che, giustamente, gestiscono e giustamente vanno retribuite. [si scusa e mi lascia di nuovo per controllare il sugo e riprende]. Se noi sardi fossimo uniti, una rete di gestione avrebbe funzionato benissimo! Il problema è quello, che in Sardegna non si riesce a gestire mai niente quando è consorziata... Se vogliamo prenderla più seriamente vediamo le unioni dei comuni come sono finite. (...) dal centro al nord è tutto funzionale con cooperative e tutte queste cose, qui

in Sardegna non c'è verso. Qui le persone sono rimaste scottate, delle cooperative le persone hanno solo dei ricordi pessimi. (...) Dare fiducia non vuol dire essere fregati.

CONCLUSIONI

C. si mostra interessato al progetto ma ribadisce le sue perplessità rispetto alle modalità con cui verranno gestiti gli incontri previsti per le fasi successive. In particolare, avendo preso parte personalmente alle attività di relazione nell'ambito del progetto Prometea, segnala di aver riscontrato delle difficoltà di conciliazione dei tempi di lavoro con quelli degli incontri. Il titolare si auspica pertanto che in un eventuale suo coinvolgimento nelle fasi successive del Progetto si tenga conto di questo aspetto.

"[...] perché quando mandavano le mail per il progetto Prometea, infatti questo glielo volevo dire, se le riunioni venivano fatte magari di meno ore, perché poi uno lavora, le facevano a Bosa dalle 8 del mattino alle 6 di sera, se io ho delle persone qua non posso permettermi di fare tutte quelle ore. Poi venivano fatte sempre nei periodi in cui si lavorava, o prima di Pasqua, o prima di Natale, dove c'è più movimento di persone. A mio avviso va trovato un periodo in cui siano più leggeri per tutti, che ne so, il mese di novembre, di febbraio... e poi con meno ore, cioè stare tutte quelle ore, anche se si fa una pausa, diventa pesante da seguire."