



COMUNE DI SINISCOLA
PROVINCIA DI NUORO

ANAPIA RIGENERA

#AltaBaronia

Valorizzazione delle filiere turistiche e
agroalimentari della Baronia per la
creazione di lavoro stabile e continuativo.



IL PROGRAMMA DELLA GIORNATA

WORKSHOP

- 10.00** Saluti del sindaco di Siniscola **Gianluigi Farris**
- 10.15** Presentazione ANAPIA ETS & ANAPIA RIGENERA: Il progetto pilota nell'Alta Baronia – **Domenico Nobile** - Direttore Generale di ANAPIA ETS
- 10.30** Il Progetto «ANAPIA RIGENERA #AltaBaronia» - **Giovanni Cutini** – Progettista e Consulente di Marketing Territoriale di ANAPIA ETS
- 11.15** Inizio della Tavola rotonda moderata da **Luciano Serpillo** – Presidente di ANAPIA Sardegna
- 12.15** Sintesi e Conclusioni del Presidente di ANAPIA ETS – **Mario Serpillo**
- 12.30** Fine dei lavori e Aperitivo di saluto

Le presentazioni dei relatori e gli atti dei lavori della giornata, potete scaricarli direttamente:

- www.ANAPIA.it
- Inquadrando QR CODE che troverete nei manifesti presenti in sala



Saluti del Sindaco di Siniscola **Gianluigi Farris**



Intervento di **Domenico Nobile**

Direttore Generale ANAPIA ETS

Presentazione ANAPIA ETS & ANAPIA RIGENERA: Il progetto pilota nell'Alta Baronia

ANAPIA ETS è un Ente di Formazione Professionale, di diretta emanazione del **Sindacato Datoriale UCI** (Unione Coltivatori Italiani), fondata nel 1967. E' presente in **7 regioni** (Abruzzo, Lazio, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Veneto) per un totale di **71** tra proprie sedi, e scuole ed enti di formazione associati, tutti accreditati a livello regionale.

ANAPIA ETS è una **associazione di reti di scuole, di enti di formazione e di centri di formazione professionale**. È un hub di esperienze e di competenze che mette al centro le ambizioni, le aspirazioni e progetti di vita delle persone.

ANAPIA ETS è dal 2022 Ente del Terzo Settore nella sezione "ALTRI ENTI DEL TERZO SETTORE" del RUNTS.

ANAPIA ETS svolge attività di **sperimentazione con progetti di politiche attive del lavoro, di digitalizzazione e contaminazione didattica**. ANAPIA ETS ha avviato negli ultimi anni una serie di sperimentazioni sull'introduzione di tecnologie digitali per favorire gli **incroci della domanda e dell'offerta di lavoro e la raccolta di dati per l'orientamento**, focalizzato sulla fase di transizione tra scuola e lavoro.

ANAPIA ETS, nel perseguire la propria missione di **favorire l'occupazione dei giovani**, prosegue la collaborazione con la propria rete per contribuire a ridurre il mismatch di competenze e la disoccupazione giovanile e ridurre la distanza tra mondo della scuola e mondo del lavoro attraverso processi sperimentali di innovazione digitale e innovazione sociale.

L'obiettivo consiste nel raccogliere gli elementi per **ridurre le asimmetrie nei contesti locali** in cui avviare la sperimentazione e, a partire dalla piattaforma **#facciamorete** e dalla APP sostenuta dalle risorse della legge 40 del Ministero del lavoro, costruire uno strumento per la lettura del mercato del lavoro sulle due direzioni: le persone e le aziende.

La Legge 40 del 14 febbraio 1987 è **finalizzata a garantire continuità gestionale e di governance alle strutture di coordinamento nazionale degli Enti di Formazione privati** che operano a livello locale su più amministrazioni regionali.

A partire dalla Legge 40/87, che prevedeva "norme per la copertura delle spese generali di amministrazione degli Enti privati gestori di attività formative", e tramite una serie di provvedimenti successivi (tra cui il DM 107/2015), il Ministero del Lavoro concede agli Enti privati che svolgono attività rientranti nell'ambito delle competenze statali sulla formazione (come definite dall'articolo 117 della Costituzione e dalle normative in materia contributi), contributi per le spese di amministrazione relative al coordinamento operativo a livello nazionale degli Enti medesimi, non coperte da contributo regionale.

Obiettivo della Legge 40 è pertanto quello di **promuovere attività di formazione, di qualificazione, di aggiornamento professionale dei lavoratori e di orientamento al lavoro**, tenendo conto delle reali esigenze delle persone, delle imprese e dei **territori**, attraverso enti privati accreditati al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

ANAPIA è uno di questi enti.

ANAPIA Sardegna e il progetto della Comunità Educante Alta Baronia

ANAPIA Sardegna è impegnata nel progettare la formazione e il lavoro per lo sviluppo di micro comunità territoriali sarde in funzione del fabbisogno economico lungo la **filiera TAA (Turismo Ambiente Agricoltura)** utilizzando i meccanismi della **comunità educante**, declinati nell'ambito dei temi delle politiche del lavoro nel contesto dei cambiamenti determinati dall'innovazione tecnologica e sociale.

Le comunità educanti sono le comunità che **trasferiscono saperi e competenze utili alla vita quotidiana, alla gestione dei rapporti interpersonali e al lavoro**. La comunità trae la sua identità dalla stratificazione del saper fare e dalle competenze delle persone e dalla capacità di gestire fasi di cambiamento.

IL PROGETTO 2023 presentato da ANAPIA ETS Nazionale sulla Legge 40 e che è stato finanziato prende il nome di **RIGENERA**.

Il progetto vuole lanciare un "Seme di Rigenerazione" nel territorio socio economico attraverso un azione di Marketing Territoriale .

L'obiettivo principale è quello di creare occupazione duratura e continuativa per contrastare la non-occupazione vera piaga di questo territorio e contestualmente dare una risposta alla richiesta per lo più disattesa dal mercato, di lavoratori professionalizzati, da parte degli imprenditori Turistici della zona. **Il Focus** è quindi la «Valorizzazione delle filiere turistiche e agroalimentari della Alta Baronia per la creazione di lavoro stabile e continuativo».

ANAPIA ETS vuole proseguire la progettazione intrapresa e iniziata nel 2022 che ha visto l'associazione concentrare le sue azioni su micro-territori di aree interne con forti problematiche Economiche e di Occupazione individuate all'interno dei territori in cui operano i regionali ANAPIA ETS.

ANAPIA RIGENERA Il progetto Pilota Alta Baronia

L'idea di base è stata partire da un **piccolo territorio** e dalle sue **eccellenze/emergenze**, sviluppando un progetto sperimentale che sia replicabile come metodo su altri territori/comunità al fine di promuovere l'occupazione.

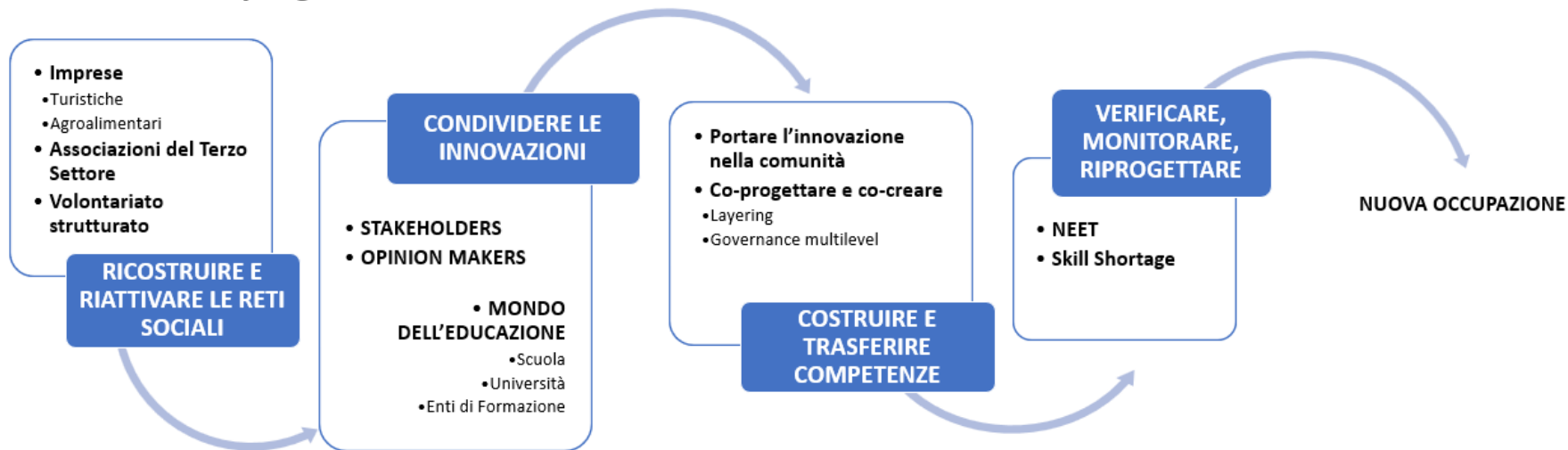
Abbiamo Coinvolto diversi tipologie di attori :

- Le scuole, gli enti formativi, i CAF, le agenzie per il lavoro, i centri per l'impiego
- Le imprese del territorio dei settori turistico e agricolo
- le persone inoccupate del territorio,

Tutto ciò in una sorta di **patto sociale per valorizzare il lavoro professionale** come collante delle comunità locali, finalizzato alla creazione di nuova occupazione e nuova imprenditorialità partendo dalle eccellenze del territorio: **Il turismo e l'agricoltura.**

ANAPIA Sardegna e il progetto della Comunità Educante Alta Baronia

Dinamiche del progetto



PERCHE L'ALTA BARONIA ?

Per l'avvio del progetto sperimentale **ANAPIA ETS** ha scelto **ANAPIA Sardegna** che ha deciso di focalizzandosi sul comprensorio dell' **Alta Baronia**, un piccolo territorio (un'area di 35.000 ha con una popolazione di circa 21.000 abitanti), allargando il focus, in un secondo momento, anche ad altri comuni della Bassa Baronia e della Bassa Gallura.

Si tratta di territori con economia, storia e tradizioni omogenee, ma anche con una situazione del lavoro e della in-occupazione alquanto emergenziale.

Un territorio ricco di attrazioni turistiche e paesaggistiche, molte varie e con una cultura agricola e di trasformazione millenaria.

Per la riuscita del progetto sperimentale risulterà determinante il coinvolgimento dei Comuni che sono gli enti che conoscono meglio il territorio e che sono in grado di fornire risposte per coniugare le esigenze di destagionalizzazione delle aziende turistiche con le aspettative di lavoro dei cittadini inoccupati.

I. ANAPIA Nazionale ETS :

- I. Mario Servillo (Presidente)
- II. Domenico Nobile (Direttore Generale)
- III. Fabrizio Bellesi (Segreteria Generale e Progettazione)

II. ANAPIA Sardegna:

- I. Luciano Servillo (Presidente)
- II. Susanna Sanna (Segreteria)
- III. Chiara Corrias (Segreteria)

III.SLOW & DEEP Comunicare le Geografie:

- I. Giovanni Cutini (Progettazione e Attuazione)
- II. Fabrizio Giuttari (Strategic Planning, Analisi Dati, Studi di Fattibilità Turistici)
- III. Tiziana Protopapa (Ufficio Stampa e PR Turistiche)
- IV. Anna Pasquino (Tecniche Partecipative e Segreteria Organizzativa)
- V. Agnese Piccoli (Comunicazione Digitale)



Intervento di **Giovanni Cutini**

Progettista e Consulente di Marketing Territoriale di
ANAPIA ETS

IL PROGETTO «ANAPIA RIGENERA#ALTABARONIA»

- **RIGENERARE** operando su un territorio con Azioni di Marketing Territoriale, lo si può fare in un solo modo: con **UMILTÀ**; siamo venuti in punta di piedi, siamo una componente che mette a disposizione risorse e vuole condividere idee e progetti.
- Non vogliamo **duplicare processi già esistenti**, non vogliamo sostituirci a nessuno, ma usare quello che c'è già coinvolgendo e integrando tutti gli attori del Territorio.
- Nel 2023 il mercato del turismo della Sardegna ha **dati contrastanti**: aumento sensibile degli arrivi nei vari hub logistici di turisti a cui si accompagna però una contemporanea sensibile diminuzione delle presenze nelle strutture ricettive e di ospitalità tradizionali.
- **Dal lato delle aziende turistiche**: imprenditori che hanno dovuto chiudere le attività perchè non hanno trovato manodopera qualificata.
- **Dal lato del lavoro**: le grandi dismissioni e la grande infelicità del lavoro; non si vuole più lavorare con sacrificio e nei giovani si rafforza il fenomeno NEED
- Il nostro obiettivo ultimo è quello di **creare occupazione** rigenerando il tessuto sociale dal basso, coinvolgendolo.

- La meta Sardegna: **alti costi e difficoltà per arrivare**
- **Destagionalizzare** i flussi turistici lo si può fare solo attraverso il **turismo sostenibile**
- Solo, quindi se si comunica all'intera comunità (comunicazione interna) come essere dei buoni ospiti;
- la Comunità deve diventare una **Comunità Educante** che forma i propri individui all'ospitalità (BARONIA ACCADEMY)
- Agricoltura e turismo devono integrarsi in filiere sinergiche: fruire dei prodotti tipici della Baronia, in primis sul territorio grazie alle aziende turistiche di ospitalità
- Il ruolo sempre più determinante del digitale e delle piattaforme
- Una proposta di posizionamento della Baronia a cui dare enfasi: **Atmosfera** ed **Emozioni Ancestrali**

1. I due assiomi/Il doppio binario

- 1. TURISMO** La destagionalizzazione dell'offerta turistica, espandendo la stagione turistica alla primavera e all'autunno, attraverso la creazione di pacchetti turistici che offrano una diversa fruizione del territorio costiero e dell'entroterra con il **Turismo Outdoor o Turismo Attivo**.
- 2. OCCUPAZIONE** Un importante azione **di censimento** (sui desiderata dei giovani inoccupati e sul fabbisogno di risorse umane delle aziende turistiche con la relativa creazione di database) e **di formazione** sul territorio sulle tematiche turistiche e di organizzazione sistemica dell'offerta che coinvolgano su diversi piani:
 1. i **ragazzi** degli ultimi anni delle scuole superiori (alternanza scuola-lavoro)
 2. gli **imprenditori** Turistici e quelli Agricoli
 3. gli **inoccupati** con un particolar focus sugli under 35
 4. la **neo-imprenditorialità**

2. L'integrazione fra i due settori caratterizzanti del territorio

«**Progettare la formazione e il lavoro nei territori dell'Alta Baronia, in coerenza con le risorse e del fabbisogno economico, per lo sviluppo di una micro comunità territoriale omogenea**»

Il progetto Alta Baronia si basa sull'assunto che **l'integrazione fra turismo e agroalimentare** (i due settori che caratterizzano l'economia del territorio) possano diventare **la chiave di svolta** per sviluppare la comunità locale in grado di utilizzare competenze specialistiche sul proprio territorio, integrando le nuove strade dell'innovazione sostenibile.

Il fine da perseguire è quello di:

- formare ed avviare i giovani (e più in generale l'intera comunità locale) al lavoro stabile nel territorio,
- promuovere l'auto imprenditorialità, grazie a nuove competenze innovative che favoriscano l'integrazione sinergica dei due settori strategici per il territorio (turismo e agroalimentare),
- interagendo con tutti gli attori dalle scuole alle pubbliche amministrazioni, dai CAF agli enti formativi, dalle aziende alle associazioni.

Si tratta di **avviare un percorso che accompagni** passo dopo passo, la comunità a creare al suo interno le competenze innovative in funzione delle potenzialità specifiche del suo territorio.

IL TERRITORIO E IL BACINO D'UTENZA 1/3

AREA PRIMARIA DEL BACINO

• Comuni Alta Baronia:

- Bitti
- Lodè
- Posada
- Siniscola
- Torpè



ALTRE AREE DEL BACINO

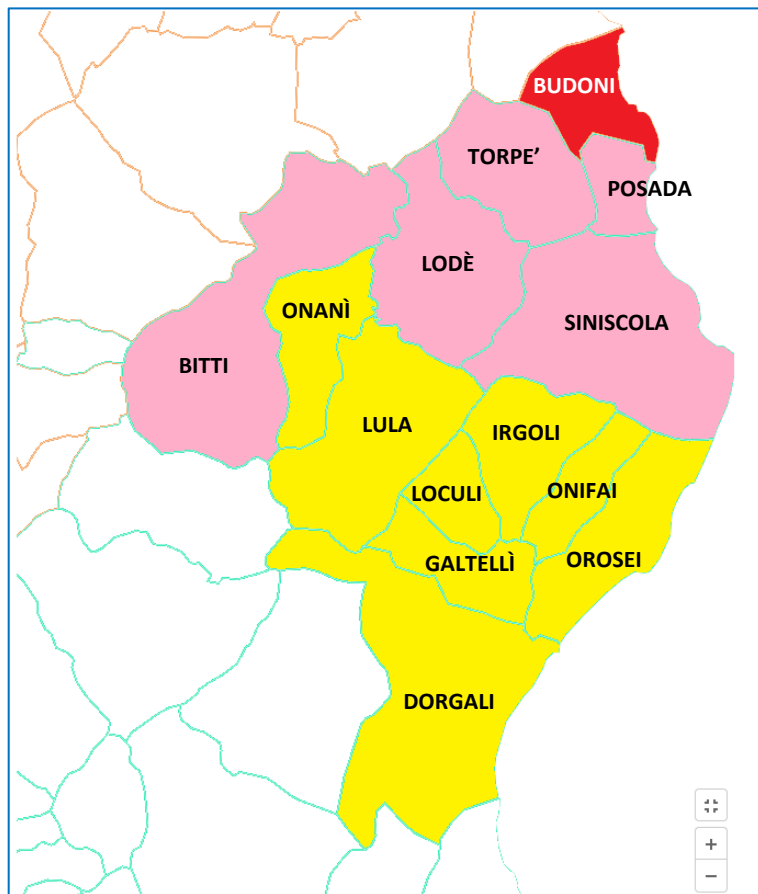
• Comuni a sud - Bassa Baronia

- Dorgali
- Galtellì
- Irgoli
- Loculi
- Lula
- Onanì
- Onifai
- Orosei



• Comuni a nord - Gallura del Sud

- Budoni



VOCAZIONE : Turistica - Agricola - Allevamento

EMERGENZE AGROALIMENTARI

- Pompia (presidio Slow Food)
- Pastorizia – Formaggio Pecorino (presidio Slow Food)
- Enologia – Viticoltura – Cantine di Dorgali

EMERGENZE TURISTICHE

- Parco Regionale di Tepilora Area Unesco BioSfera «*Tepilora, Rio Posada, Montalbo*»
- Aree SIC Siti Interesse Comunitario «*Berchida & Bidderosa*»
- Spiagge di interesse Paesaggistico (*Dune di Capo Comino, Orvile, San Giovanni, La Caletta, Cala Ginepro*)
- Borghi più belli d'Italia (*Posada*)
- Altri borghi di interesse storico e urbanistico (*Santa Lucia, Lodè*)
- Monumentali (*Chiese, Santuari, Nuraghi, Tombe dei Giganti e Aree Archeologiche*)

L'OFFERTA PER IL TURISMO ATTIVO ED ESPERIENZIALE

- **PARCHI CULTURALI**

- Grazia Deledda

- **SAGRE ED EVENTI**

- Torpé Produce (enogastronomia)
- Lula: Festa con Maschere Settimana Santa
- Santuario di Nostra Signora del Miracolo

- **ENOGASTRONOMIA**

- Pastorizia Esperienziale di Torpè
- Pecorino Dop Latte Crudo Presidio Slow food Gianni Mele Casu e Babbu
- Cantine di Dorgali
- Agrumi di Siniscola (Pompà)
- Panificazione di Torpé

- **TURISMO ESPERIENZIALE**

- Folk Torpé Eugenio Chessa e Niglia Carai
- Terracotta di Siniscola

- **TURISMO ATTIVO**

- Tennis e Padel (Torpé)
- Kayak e canoa (Maccaronis)
- Vela (Maccaronis)
- MbtK elettriche (Torpé) – Sentieri e Circuiti
- Road bike e Ciclo turismo – Itinerari
- MotoBike – Itinerari
- Trekking e Nordic Walking – Sentieri e Circuiti
- Escursioni con Asini (Torpé) - Sentieri
- Mongolfiere
- Sardegna Explorer Tour (Lodè)

0. FASE DI ESPLORAZIONE Nov 22 - Lug 23

- I. Studi, Analisi e Ricerche sul Territorio dell'Alta Baronia (Fotografia della Situazione Turistica e Occupazionale)
- II. Incontro one-to-one con ca 25/30 aziende del bacino primario (Imprese Turistiche e Imprese Agricole/Agroalimentare)
- III. Incontro one-to-one con le Istituzione scolastiche interessate al progetto
- IV. Incontro one-to-one con le Amministrazioni Pubbliche interessate al progetto (Comuni; Unione dei Comuni; Provincia Nuoro, ASPAL-CPI)
- V. Incontro one-to-one con stakeholder interessati al Progetto
 - Comunità Montane e GAL
 - Forestas
 - Aeroporto di Olbia
 - Università di Sassari, Olbia e Nuoro
 - Distretto Rurale Baronia; Reti d'impresе (Baronia Green Land) e Destinazioni Turistiche già esistenti («*DestinationInsideSardinia*» - «*BestBikeSardegna*» - «*SardegnaRide*»).
 - Agenzie e Tour Operator (Sardinia Explorer Tour)
 - Enti Datoriali
 - Enti Formativi
 - Media Locali

LA CAPACITÀ RICETTIVA

Capacità ricettiva per Comune - 2022

ALTA BARONIA

COMUNI	N° STRUTTURE	N° CAMERE	N° POSTI LETTO
BITTI	8	48	106
LODÈ	3	22	44
POSADA	101	525	1.311
SINISCOLA	280	1.517	3.759
TORPÈ	31	109	226
TOTALE ALTA BARONIA	423	2.221	5.446

BASSA BARONIA

COMUNI	N° STRUTTURE	N° CAMERE	N° POSTI LETTO
DORGALI	468	2.809	6.319
GALTELLI'	49	157	306
IRGOLI	26	81	206
LOCULI	8	23	51
LULA	7	24	52
ONANI' *	5	17	40
ONIFAI	11	30	65
OROSEI	555	4.167	10.547
TOTALE BASSA BARONIA	1.129	7.308	17.586

SUD GALLURA

COMUNI	N° STRUTTURE	N° CAMERE	N° POSTI LETTO
BUDONI	518	3.914	9.623
TOTALE BUDONI	518	3.914	9.623

TOTALE COMPENSORIO	2.070	13.443	32.655
---------------------------	--------------	---------------	---------------

Capacità ricettiva per tipologia di alloggio - 2022

TOTALE COMPENSORIO (Alta e Bassa Baronia + Budoni)

TIPOLOGIA RICETTIVA	N° STRUTTURE	N° CAMERE	N° POSTI LETTO
Affittacamere	73	309	595
Agriturismo	64	402	845
Albergo	83	4.426	8.719
Albergo diffuso	2	32	56
Albergo residenziale	12	592	1.806
Alloggi privati	1.592	3.326	7.687
Bed and breakfast	132	315	617
Campeggio	11	1.946	6.786
Case e appartamenti per vacanze	65	495	1.804
Locanda	4	17	36
Ostelli per la gioventù	1	7	29
Residence	4	115	313
Turismo Rurale	18	146	280
Villaggi turistici	2	162	446
Villaggio albergo	7	1.153	2.636
TOTALE COMPENSORIO	2.070	13.443	32.655

Fonte: elaborazioni su dati Osservatorio Sardegna Turismo – SIRET

* Dati Onani stimati

MOVIMENTI TURISTICI NEL COMPRESORIO – ARRIVI E PRESENZE

Arrivi e Presenze per comune - Anno 2022

ALTA BARONIA

COMUNI	ARRIVI	PRESENZE
BITTI	1.449	2.793
LODE'	92	301
POSADA	10.597	29.128
SINISCOLA	25.745	165.565
TORPE'	500	2.107
TOTALE	38.383	199.894

BASSA BARONIA

COMUNI	ARRIVI	PRESENZE
DORGALI	112.995	470.506
GALTELLI'	3.585	10.216
IRGOLI	684	3.099
LOCULI	7	15
LULA	20	27
ONANI' *	19	25
ONIFAI	528	1.398
OROSEI	141.900	863.116
TOTALE	259.738	1.348.402

SUD GALLURA - BUDONI

COMUNI	ARRIVI	PRESENZE
BUDONI	93.168	664.236
TOTALE	93.168	664.236

TOTALE COMPRESORIO	391.289	2.212.532
---------------------------	----------------	------------------

Trend Arrivi e Presenze 2019 - 2022

	ANNO 2019		ANNO 2022	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
TOTALE COMPRESORIO	355.234	2.116.823	391.289	2.212.532
	<i>Variazione % 2022 su 2019</i>		<i>+10,15%</i>	<i>+4,52%</i>

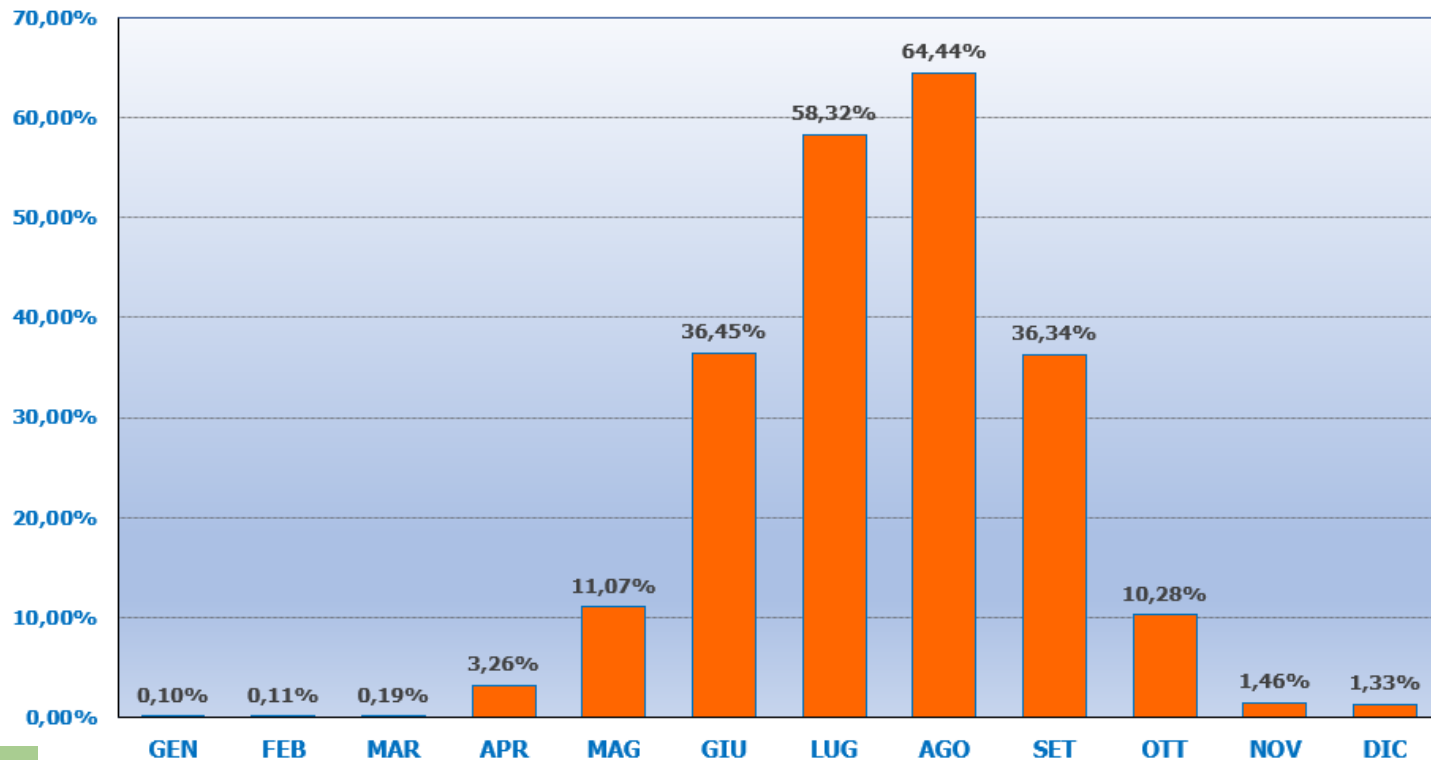
	ANNO 2019		ANNO 2022	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
TOTALE SARDEGNA	3.557.557	15.825.037	3.720.189	16.388.122
	<i>Variazione % 2022 su 2019</i>		<i>+4,57%</i>	<i>+3,56%</i>

Fonte: elaborazioni su dati Osservatorio Sardegna Turismo – SIRET

* Dati Onani stimati

TASSI DI COPERTURA DEI POSTI LETTO DISPONIBILI

TASSO DI COPERTURA MEDIA PER MESE DEI POSTI LETTO DISPONIBILI
NEL COMPRESORIO - ANNO 2022



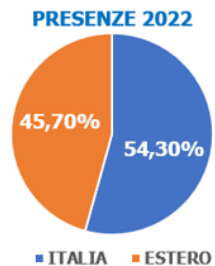
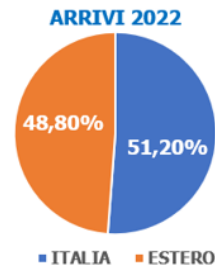
NOTA

Le percentuali esprimono il valore medio mensile; nel corso di ciascun mese, i tassi di copertura giornalieri possono raggiungere valori più elevati (come per esempio nei giorni a cavallo di Ferragosto).

MOVIMENTI TURISTICI NEL COMPENSORIO – ARRIVI E PRESENZE PER PROVENIENZA

Arrivi e presenze turistiche dall' **estero** per paese di provenienza - Anno 2022

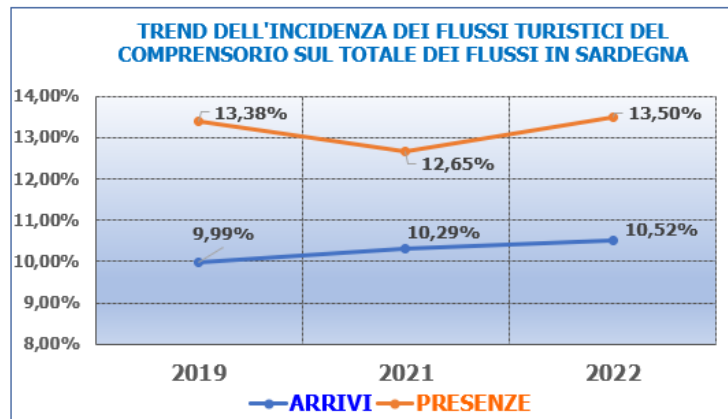
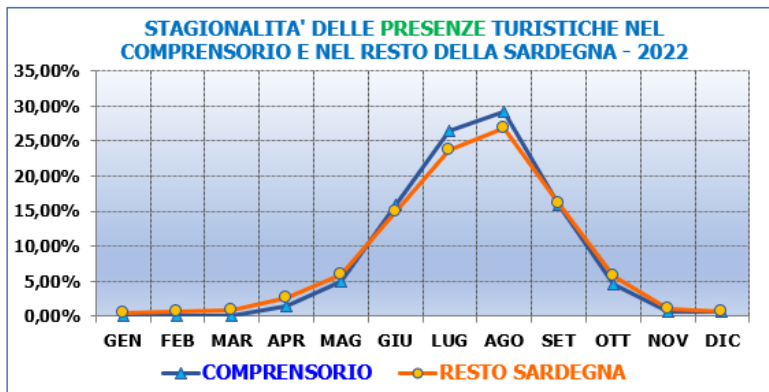
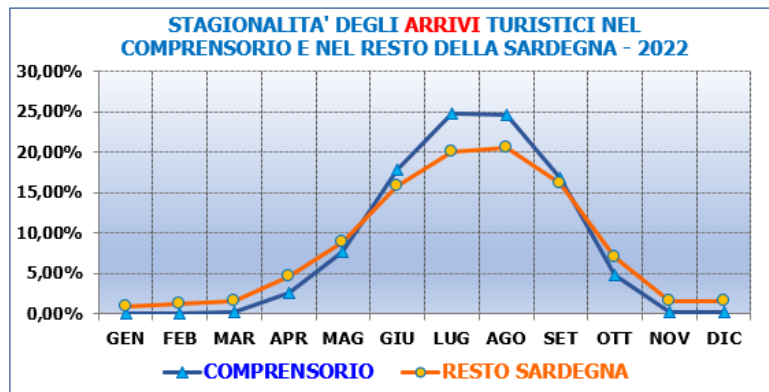
PROVENIENZA	ARRIVI	PRESENZE	PERMANENZA MEDIA (in gg)	PESO% ARRIVI	PESO % CUMULATO ARRIVI
Germania	54.447	305.339	5,61	28,52%	28,52%
Francia	41.918	235.537	5,62	21,95%	50,47%
Svizzera (incluso Liechtenstein)	21.071	115.879	5,50	11,04%	61,51%
Regno Unito	13.825	100.852	7,29	7,24%	68,75%
Spagna	7.699	22.191	2,88	4,03%	72,78%
Austria	7.423	35.237	4,75	3,89%	76,67%
Paesi Bassi	7.411	32.000	4,32	3,88%	80,55%
Polonia	5.960	31.123	5,22	3,12%	83,67%
Repubblica Ceca	3.846	18.527	4,82	2,01%	85,68%
Belgio	3.192	13.498	4,23	1,67%	87,35%
Stati Uniti d'America	2.323	8.948	3,85	1,22%	88,57%
Slovenia	1.755	5.728	3,26	0,92%	89,49%
Portogallo	1.597	6.171	3,86	0,84%	90,33%
Slovacchia	1.485	8.670	5,84	0,78%	91,10%
Svezia	1.356	5.785	4,27	0,71%	91,82%
Brasile	1.202	3.332	2,77	0,63%	92,44%
Cina	1.184	3.868	3,27	0,62%	93,06%
Romania	1.078	5.323	4,94	0,56%	93,63%
Danimarca	1.034	4.458	4,31	0,54%	94,17%
Bulgaria	940	6.076	6,46	0,49%	94,66%
Altri paesi	10.190	42.537	4,17	5,34%	100,00%
TOTALE FLUSSI DALL'ESTERO	190.936	1.011.079	5,30	100,00%	



Arrivi e presenze turistiche dall' **Italia** per regione di provenienza - Anno 2022

PROVENIENZA	ARRIVI	PRESENZE	PERMANENZA MEDIA (in gg)	PESO% ARRIVI	PESO % CUMULATO ARRIVI
Sardegna	48.089	141.701	2,95	24,00%	24,00%
Lombardia	43.716	328.798	7,52	21,82%	45,82%
Lazio	20.294	147.528	7,27	10,13%	55,95%
Piemonte	16.765	119.662	7,14	8,37%	64,32%
Toscana	14.334	95.863	6,69	7,15%	71,47%
Emilia Romagna	12.786	82.857	6,48	6,38%	77,85%
Veneto	11.807	76.519	6,48	5,89%	83,75%
Campania	6.194	44.297	7,15	3,09%	86,84%
Liguria	5.016	30.598	6,10	2,50%	89,34%
Puglia	3.116	19.868	6,38	1,56%	90,90%
Umbria	2.913	20.248	6,95	1,45%	92,35%
Marche	2.686	15.374	5,72	1,34%	93,69%
Bolzano	2.446	17.398	7,11	1,22%	94,91%
Trento	2.303	15.333	6,66	1,15%	96,06%
Friuli-Venezia Giulia	2.072	12.054	5,82	1,03%	97,10%
Sicilia	2.048	10.645	5,20	1,02%	98,12%
Abruzzo	1.588	9.352	5,89	0,79%	98,91%
Calabria	735	4.204	5,72	0,37%	99,28%
Valle d'Aosta	645	4.422	6,86	0,32%	99,60%
Basilicata	535	3.167	5,92	0,27%	99,87%
Molise	265	1.565	5,91	0,13%	100,00%
TOTALE FLUSSI DALL'ITALIA	200.353	1.201.453	6,00	100,00%	

STAGIONALITÀ E INCIDENZA SUL TURISMO REGIONALE



Fonte: elaborazioni su dati Osservatorio Sardegna Turismo - SIRED

COMMENTI

- L'offerta ricettiva del territorio nel 2022 contava su **2.070** strutture registrate (in netta prevalenza alloggi privati – oltre il 75%) per un totale di **32.655** posti letto (di cui circa un quarto disponibili in alloggi privati).
- Dopo il fisiologico calo del biennio 2020-2021 legato alla crisi pandemica, nel 2022 i flussi turistici nel comprensorio della Baronia hanno registrato una crescita significativa superando i valori raggiunti nell'anno 2019.
- In particolare, rispetto al 2019 nel 2022 il comprensorio della Baronia ha fatto registrare una crescita delle **presenze** più che doppia rispetto al dato medio regionale (+10,15% nel comprensorio contro il +4,57% a livello regionale); anche gli **arrivi** nel comprensorio nel 2022 hanno fatto registrare un incremento rispetto al 2019, ma con un ritmo inferiore rispetto a quello delle presenze e anche in questo caso, il dato del comprensorio è stato migliore di quello medio regionale (+4,52% nel comprensorio contro +3,56% a livello regionale).
- I flussi turistici in Sardegna sono storicamente concentrati nei mesi estivi. Le dinamiche di arrivi e presenze turistiche nel 2022 nel comprensorio della Baronia evidenziano una concentrazione ancora più elevata nei mesi estivi rispetto al resto della regione.

COMMENTI

- In termini di **arrivi** turistici il peso del comprensorio sul totale degli arrivi regionali risulta in leggera e costante crescita dal 2019 al 2022. In termini di **presenze** turistiche dopo il calo nel 2021, l'incidenza del comprensorio Baronia sul totale delle presenze regionali nel 2022 è cresciuto raggiungendo un livello di poco superiore al dato del 2019.
- Il tasso di utilizzo medio mensile delle strutture ricettive del comprensorio della Baronia conferma l'elevata concentrazione nei mesi estivi e soprattutto nei mesi di **Agosto** (66,4%) e **Luglio** (58,3%).
- Per quanto riguarda la provenienza dall'estero dei turisti, nel 2022 **tedeschi** e **francesi** hanno rappresentato oltre la metà degli arrivi dall'estero nel comprensorio, e i primi 6 paesi di provenienza (Germania, Francia, Svizzera, Regno Unito, Spagna e Austria) hanno coperto oltre il 76% degli arrivi complessivi.
- Per quanto riguarda i turisti italiani, oltre ai residenti in Sardegna che nel 2022 hanno coperto quasi **un quarto degli arrivi** nazionali nella Baronia, si segnalano i **lombardi** con oltre il 21% di arrivi.
- La permanenza media dei turisti sardi è decisamente più bassa della media (2,9 giorni contro una media generale di 6,0 giorni): si tratta del turismo interno «a km 0» , normalmente basso spendente.

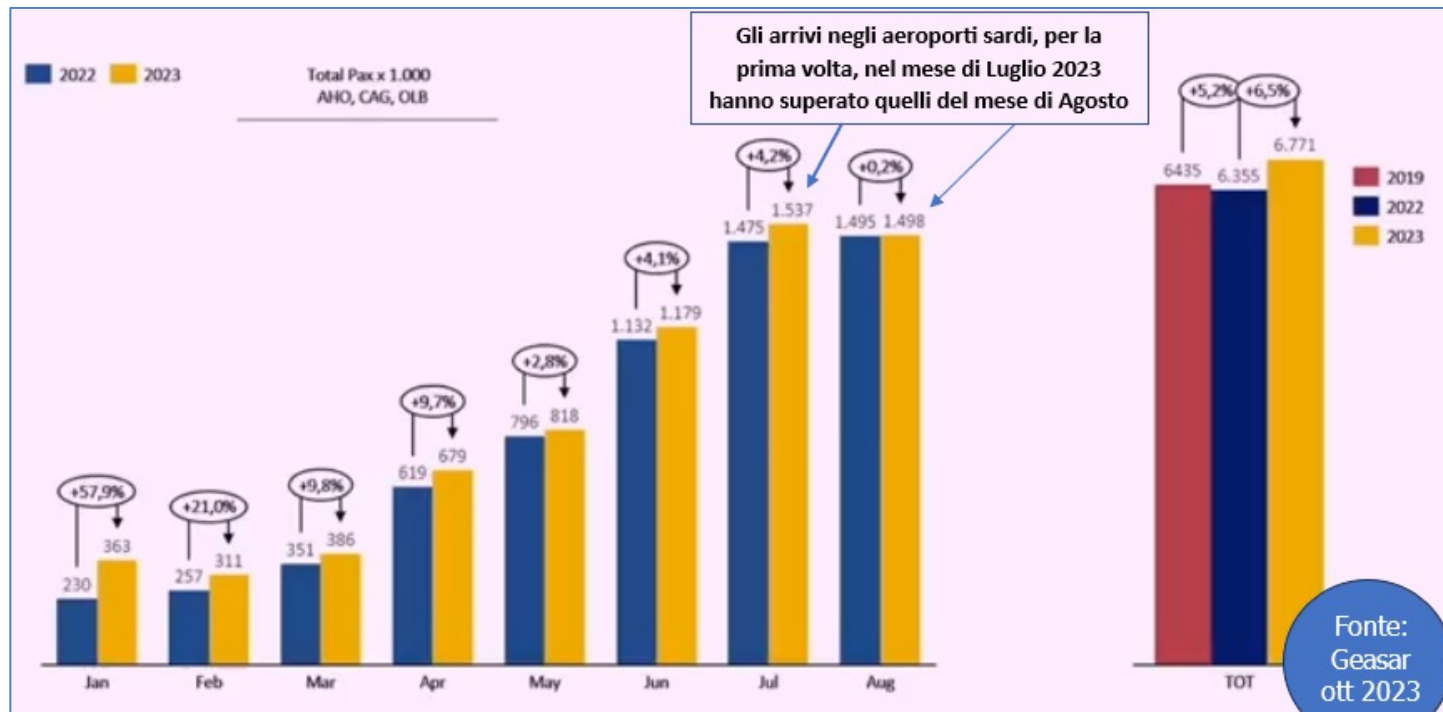
INDICAZIONI SULLA STAGIONE ESTIVA 2023

- L'andamento turistico dell'estate 2023 in Sardegna, in attesa dei dati consuntivi, fornisce indicazioni discordanti:
 - da una parte ci sono i numeri di aeroporti e porti che in termini di arrivi sembrano aver premiato la Sardegna;
 - dall'altra le strutture ricettive alberghiere che sono state ben lontane dal tutto esaurito, anche nel periodo di Ferragosto, con prenotazioni nei grandi portali rimasti sostanzialmente invariati rispetto all'anno precedente;
 - mentre va registrato un incremento del +25% della ricettività extra alberghiera ufficiale (dato confermato dalla Regione) soprattutto tramite la piattaforma AirBnB;
 - si deve infine tener conto anche dell'ottimo andamento della ricettività extra-alberghiera dei privati che non passa dalle registrazioni «ufficiali».
- Nei tre aeroporti sardi il traffico complessivo **da gennaio a luglio 2023** è stato di **5.263.147**; nell'analogo periodo 2022, si era fermato a 4.822.850 e nel 2019 a 4.941.211.
- Per quanto riguarda gli arrivi nei 4 principali porti serviti da compagnie di navigazione di linea (Cagliari, Olbia, Porto Torres e Golfo Aranci), **da gennaio a luglio 2023** sono stati **1.446.630**, contro i 1.345.431 dell'analogo periodo 2022 e 1.346.729 del 2019.
- Anche per gli arrivi di diportisti nei porti turistici della regione nel 2023, pur in assenza ancora di dati ufficiali, si ipotizzano a consuntivo dati importanti.

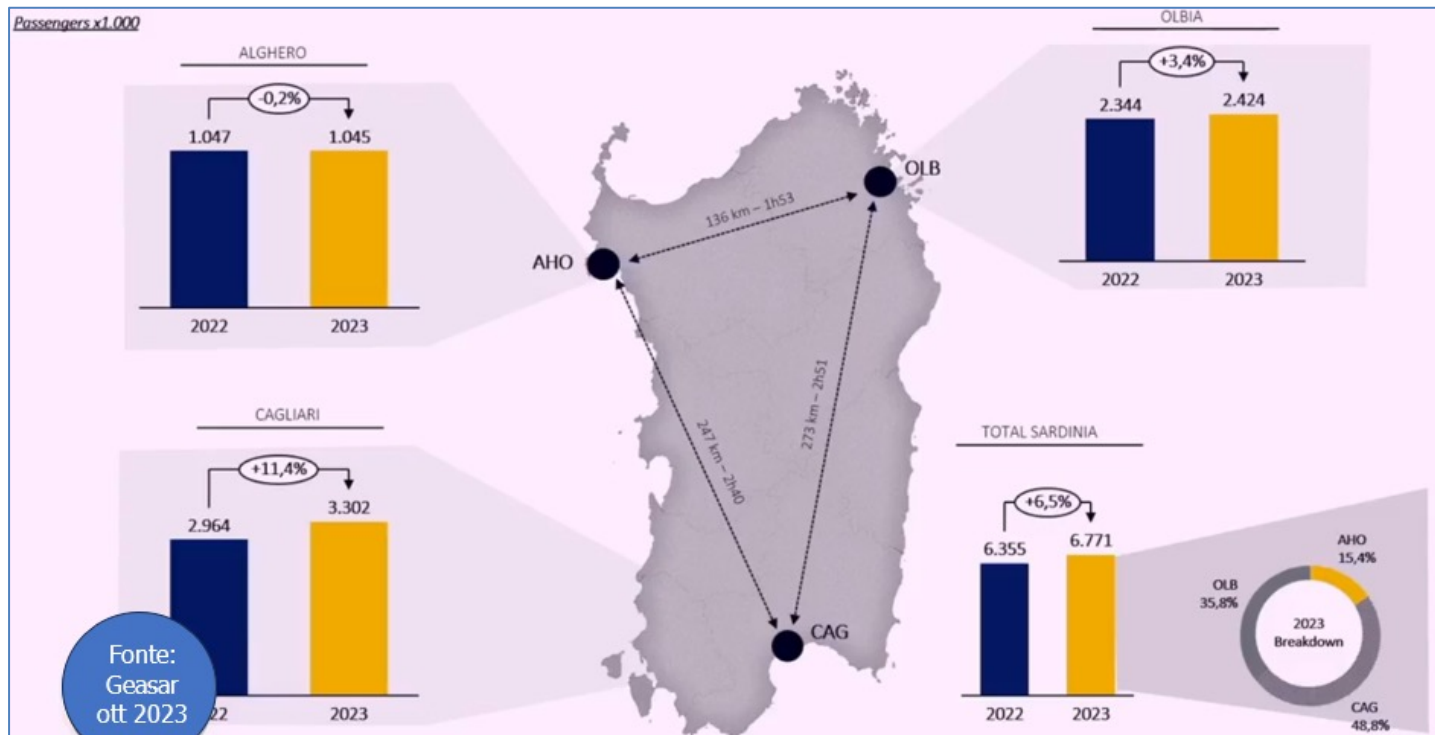
INDICAZIONI SULLA STAGIONE ESTIVA 2023

- Per quanto riguarda gli arrivi negli aeroporti nei primi otto mesi del 2023, l'ente di gestione (Geasar) ha evidenziato:
 - l'incremento di arrivi negli aeroporti del Nord Sardegna è stato determinato anche dall'ampliamento dell'offerta complessiva cresciuta ad ottantaquattro destinazioni garantite da oltre quaranta compagnie aeree da/per ventiquattro mercati europei;
 - sebbene tutti mesi del 2023 fino a luglio abbiano fatto registrare incrementi di arrivi negli aeroporti sardi rispetto ai corrispondenti mesi del 2022, va evidenziato come il mese di agosto 2023 sia rimasto invariato rispetto ad agosto 2022 e sia risultato, per la prima volta, inferiore al mese di luglio in termini di arrivi ad indicare che, molto probabilmente, ad Agosto si è ormai raggiunta la saturazione di capacità del traffico aereo.

ARRIVI MENSILI NEGLI AEROPORTI SARDI - GEN-AGO 2023



ARRIVI COMPLESSIVI NEGLI AEROPORTI SARDI - GEN-AGO 2023



IL TERRITORIO: LA SITUAZIONE OCCUPAZIONALE NEL 2022 1/2

DATI SULLA FORZA LAVORO

Peso % medio - 2022

PESO % DELLE CLASSI DI ETÀ DELLA POPOLAZIONE NEL COMPRESORIO				
TOTALE	15-24 anni	25-34 anni	35-49 anni	50 - 74 anni
100,00%	12,44%	13,49%	24,60%	49,47%

	POPOLAZIONE TOTALE	INCIDENZA % FORZA LAVORO SU POPOLAZIONE
Bitti	2.584	48,50%
Lodè	1.510	51,10%
Posada	3.019	52,10%
Siniscola	11.189	50,30%
Torpè	2.683	49,50%
TOTALE BACINO ALTA BARONIA	20.985	50,29%

PROIEZIONE FORZA LAVORO 2022				
TOTALE	15-24 anni	25-34 anni	35-49 anni	50 - 74 anni
1.253	156	169	308	620
772	96	104	190	382
1.573	196	212	387	778
5.628	700	759	1.384	2.784
1.328	165	179	327	657
10.554	1.313	1.424	2.596	5.221

Dorgali	8.333	53,20%
Irgoli	2.199	49,20%
Loculi	491	51,10%
Lula	1.253	42,20%
Onifai	703	48,30%
Orosei	6.809	45,90%
TOTALE BACINO BASSA BARONIA	19.788	49,32%

4.433	551	598	1.090	2.193
1.082	135	146	266	535
251	31	34	62	124
529	66	71	130	262
340	42	46	84	168
3.125	389	422	769	1.546
9.760	1.214	1.317	2.400	4.828

Budoni	5.438	57,20%
TOTALE BACINO SUD GALLURA	5.438	57,20%

3.111	387	420	765	1.539
3.111	387	420	765	1.539

TOTALE COMPRESORIO	46.211	50,69%
---------------------------	---------------	---------------

23.424	2.914	3.161	5.761	11.588
---------------	--------------	--------------	--------------	---------------

NOTA

Elaborazioni e stime interne su dati ISTAT 2022:

- Popolazione residente per comune e fasce età
- N° Occupati per provincia
- Incidenza % occupati su popolazione per provincia

ANAPIA
RIGENERA
#AltaBaronia

IL TERRITORIO: LA SITUAZIONE OCCUPAZIONALE NEL 2022 2/2

DATI SULLA DISOCCUPAZIONE

	TASSI % DI DISOCCUPAZIONE PER CLASSI DI ETÀ'				
	TOTALE	15-24 anni	25-34 anni	35-49 anni	50 - 74 anni
Tasso medio disoccupazione - 2022	7,80%	14,86%	14,33%	7,63%	4,33%

	STIMA N° DISOCCUPATI 2022				
	TOTALE	15-24 anni	25-34 anni	35-49 anni	50 - 74 anni
Bitti	98	23	24	24	27
Lodè	60	14	15	14	17
Posada	123	29	30	30	34
Siniscola	439	104	109	106	121
Torpè	104	25	26	25	28
TOTALE BACINO ALTA BARONIA	823	195	204	198	226
Dorgali	346	82	86	83	95
Irgoli	84	20	21	20	23
Loculi	20	5	5	5	5
Lula	41	10	10	10	11
Onifai	26	6	7	6	7
Orosei	244	58	60	59	67
TOTALE BACINO BASSA BARONIA	761	180	189	183	209
Budoni	243	58	60	58	67
TOTALE BACINO SUD GALLURA	243	58	60	58	67
TOTALE COMPENSORIO	1.827	433	453	439	502

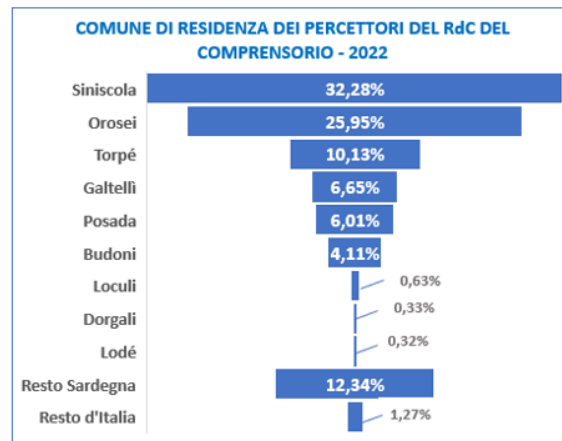
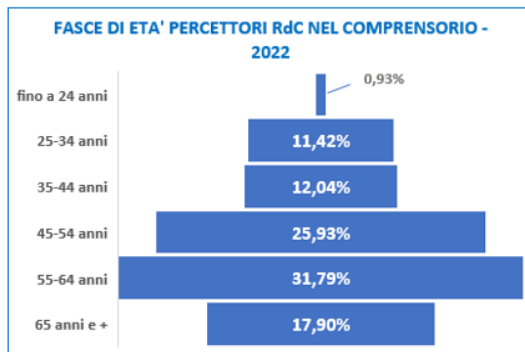
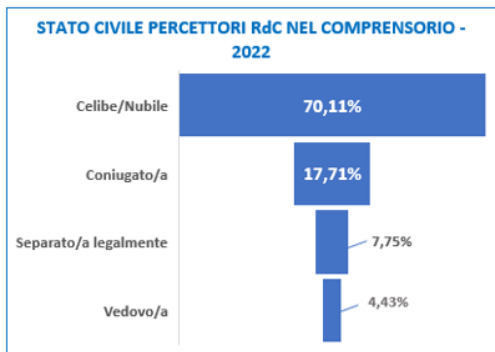
La stima del numero di disoccupati è stata elaborata partendo dai dati ufficiali ISTAT sui tassi di disoccupazione in provincia di Nuoro per fasce di età ed applicando questi tassi alla forza lavoro disponibile nelle medesime fasce di età nei vari comuni del comprensorio.

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT 2022

DATI SUL REDDITO DI CITTADINANZA

I PERCETTORI DEL REDDITO DI CITTADINANZA (RdC) NEL 2022 NEL COMPRESORIO

Non avendo a disposizione dati regionali specifici, abbiamo fatto una seconda verifica per stimare le dimensioni della disoccupazione nel comprensorio, analizzando i dati dei patronati sui percettori del Reddito di Cittadinanza nel 2022. Secondo questi dati si può stimare in circa **1.600** il numero di percettori di RdC nelle aree della Baronia e Budoni. Analizzando i dati del Patronato Uci, si evidenziano i seguenti profili dei percettori del RdC nel 2022:



La nuova «vision» turistica 1/2

- Sviluppare una immagine di destinazione “Alta Baronia” fortemente identitaria basata sui valori del territorio
- Realizzare una innovativa “filiera corta dell’accoglienza”, al fine di ottimizzare e mettere a sistema l’offerta territoriale per aumentare l’ospitalità, agevolare l’apertura ai mercati e destagionalizzare i flussi turistici.
- Diversificare l’offerta tenendo conto dei nuovi profili di fruizione turistica, che spesso si integrano fra loro :
 - **turismo outdoor o turismo attivo**
 - **turismo esperienziale come per esempio quello enogastronomico**
 - **turismo well-being (master yoga, esperienze e meditazione immersi nella natura)**
 - **turismo green** sostenibile e responsabile
 - **turismo orange** (creativo e partecipativo)
 - **neverending tourism** (holiday working)

La nuova «vision» turistica 2/2

- Aprire l'offerta a profili di turisti specifici come i **turisti attivi ed esperienziali** normalmente alto spendenti
- **Destagionalizzare i flussi turistici** incrementando il numero di giorni di attività turistica nella destinazione Alta Baronia grazie ai nuovi target che preferiscono sempre di più i periodi primaverili e autunnali (non sovrapponendosi quindi al turismo balneare tipico di Luglio e Agosto)
- Incrementare i flussi e le presenze turistiche attraverso **l'ottimizzazione del prodotto** destinazione da realizzarsi con un deciso **allargamento e diversificazione delle proposte in funzione dei nuovi target** e avendo sempre il focus **sulla qualità** dell'offerta turistica esperienziale (attraverso una formazione continuativa sull'accoglienza).
- **Migliorare la qualità complessiva dell'offerta della destinazione** attraverso la collaborazione pubblico privata in funzione anche dei nuovi territori da offrire ai Turisti (le aree interne dell'Alta Baronia)
- Ricercare la **qualità dei turisti rispetto alla quantità**
- **Incrementare la spesa turistica media giornaliera** nella destinazione Alta Baronia

La strategia occupazionale 1/2

Il progetto mira a favorire l'occupazione stabile (soprattutto giovanile) nei territori della Baronia.

Come? Attraverso la valorizzazione delle risorse del territorio innescando un circolo virtuoso di collaborazione con la rete di risorse formative, sociali ed economiche presenti nell'area in modo da contribuire alla riduzione:

- del mismatch tra competenze e disoccupazione giovanile
- della distanza tra mondo della scuola e mondo del lavoro

attraverso percorsi e processi mirati di innovazione sociale e valorizzazione del territorio.

L'obiettivo da perseguire consiste nel potenziare i meccanismi della comunità educante, sfruttando l'eterogeneità sia della rete di servizi ANAPIA sia delle risorse umane del territorio, declinandole nell'ambito dei temi concreti delle politiche locali del lavoro nel contesto dei cambiamenti determinati dall'innovazione tecnologica e sociale.

Ri-creare rete e co-creare legami di comunità sono i presupposti per favorire sia le attività di promozione della formazione orientata al lavoro, sia il concreto inserimento stabile delle risorse umane nel mondo del lavoro locale, fermando l'esodo di giovani fino ad ora troppo spesso obbligati ad abbandonare il territorio in cerca di occasioni professionali e di vita altrove, tenendo conto che la parte finale del processo che porta a competenze abilitanti al lavoro va fatta in azienda.

La strategia occupazionale (2/2)

I concetti chiave attorno ai quali si struttura la strategia occupazionale del progetto sono:

- individualizzazione dei percorsi di orientamento e dei servizi di accompagnamento al lavoro
- valorizzare la multi-dimensionalità dei bisogni e gestione dell'aumentata complessità sociale
- supportare le aziende del territorio in difficoltà nel progettare politiche sulle risorse umane a medio termine
- ripensare a livello locale i servizi per il lavoro «con» gli utenti e non più solo «per» gli utenti
- favorire e aumentare il coinvolgimento degli attori del territorio
- apprendere le esigenze e le necessità sia dagli utenti, sia dal territorio stesso, attraverso l'acquisizione, l'elaborazione e l'analisi dei dati
- sviluppare una forte attrazione occupazionale per i giovani nel settore turistico ed agroalimentare del territorio
- promuovere strategie occupazionali orientate al lavoro continuativo «a Km 0» per i giovani sia in termini di lavoro dipendente che di autoimprenditorialità.

LIGURIA Territorio con molte affinità paesaggistiche all'Alta Baronia

- **ALASSIO**

<https://www.visitalassio.com/it/eventi-e-attivita/itinerari>

<https://www.ridetheplanet.it/bike-adventures/alassio-blu-bike-adventures>

- **PARCO NAZIONALE 5 TERRE**

<https://www.parconazionale5terre.it/sentieri-outdoor.php>

0. FASE DI ESPLORAZIONE Nov 22 - Lug 23

- I. Studi, Analisi e Ricerche sul Territorio dell'Alta Baronia (Fotografia Situazione Turistica e Occupazionale)
- II. Incontro one-to-one con tutte le aziende del territorio (Imprese Turistiche e Agricole/Agroalimentari)
- III. Incontro one-to-one con le Istituzione scolastiche interessate al progetto
- IV. Incontro one-to-one con le Amministrazioni Pubbliche interessate al progetto (Comuni; Unione dei Comuni; Provincia Nuoro, ASPAL-CPI)
- V. Incontro one-to-one con stakeholder interessati al Progetto
 - Comunità Montane e GAL
 - Forestas
 - Aeroporto di Olbia
 - Università di Sassari e Olbia e Nuoro
 - Distretto Rurale Baronia; Reti d'impresе (Baronia Green Land) e Destinazioni Turistiche già esistenti («*DestinationInsideSardinia*» - «*BestBikeSardegna*» - «*SardegnaRide*»).
 - Agenzie e Tour Operator
 - Enti Datoriali
 - Enti Formativi
 - Media Locali

1. FASE DI PROGETTAZIONE PARTECIPATA Nov 23 – Feb 24

- I. Incontro collettivo con le Imprese Turistiche e Agricole/Agroalimentari
- II. Incontro di approfondimento con gli attori gestori della Formazione
- III. Animazione Territoriale con Calendario di incontri con le Imprese per la Progettazione Partecipata di pacchetti Turistici legati alla destagionalizzazione (Turismo Attivo/Outdoor ed Esperienziale)
- IV. Censimento delle esigenze aziendali (mappatura dei Fabbisogni Formativi) nel campo delle figure professionali da inserire nel contesto territoriale da realizzare con le imprese Turistiche e con quelle Agricole
- V. Progettazione dei 4 Programmi formativi e relativa ricerca di una Matrice di Finanziabilità.
 - Alternanza scuola lavoro (4 e 5 scuole superiori) nel settore turismo e agricoltura
 - Formazione per non occupati nel settore turismo e agricoltura
 - Auto imprenditorialità nel settore turismo e agricoltura
 - Formazione sull'approccio sistemico e sul lavoro condiviso e sulla progettazione di una efficiente destinazione turistica per imprenditori
- VI. Realizzazione di un Programma di Animazione Partecipata Occupazionale per la promozione sul territorio del progetto; Target i Giovani inoccupati (road show: Bitti; Siniscola; Orosei; Budoni)

2. FASE ORGANIZZATIVA Gen 24 - Mag 24

- I. Identificazione di un contenitore che riunisca tutti gli attori (anche Associazioni d'Impresa o Reti d'Impresa esistenti)
 - a. Destinazione Alta Baronia
 - b. Distretti Agricoli
- II. Definizione di uno statuto e di un regolamento interno
- III. Studio di una Matrice di Finanziabilità sui 4 livelli (Comunitaria – Nazionale – Regionale - Locale)
- IV. Progettazione dello Studio di Fattibilità della Destinazione Turistica con obiettivi economici di presenze e di occupazione.
- V. Progettazione del Piano Promocommerciale della Destinazione Turistica con identificazione dei vari nuovi core target (geografici e sociodemografici) e dei vari canali distributivi.

3. IMMAGINE COORDINATA E COMUNICAZIONE Nov 23 - Apr 24

- I. Realizzazione di una Brochure di Progetto
- II. Realizzazione di un Sito web di Progetto integrato da una app
- III. Realizzazione di un blog della destinazione Baronia connesso al sito web (es: baroniaexperience.it) con relativa newsletters per un buon DM
- IV. Realizzazione di pagine social di progetto (su: LinkedIn - Facebook - Instagram)
- V. Sviluppare un Piano di Coinvolgimento di Influencer Sardi (come per esempio Daniele Cabras o EnricoTravelsinSardinia, Maria Paolucci, ecc.), nazionali e internazionali
- VI. Piano di Comunicazione Interna di Progetto (strumenti)
- VII. Piano di Promo-commercializzazione della Destinazione Turistica
- VIII. Marchio Destinazione Turistica conseguente
- IX. Piano di Comunicazione Esterna della Destinazione Turistica



Moderatore **Luciano Serpillo**
Presidente di ANAPIA SARDEGNA

TAVOLA ROTONDA

MODALITA

Definizione di Brainstorming

È una discussione di gruppo che si basa sull'associazione di idee di tutti i partecipanti, per trovare soluzioni a problemi o scelte da compiere

Regole del Brainstorming

- Non si giudica l'altro
- Non si fanno commenti sulle altre idee
- Si deve produrre idee senza filtri
- Si deve operare «in aggiunta»

TEMPI

Durata del Panel:

70 minuti

Durata Scrittura Post-it

10 minuti

Durata degli Interventi:

2/3 minuti cadauno

Giri di tavolo : 2

1° intervento leggendo il post-it (Fase Divergente)
+
2° intervento di replica (Fase Convergente)

STRUMENTI

- Disposizione a ferro di cavallo del pubblico partecipante
- Lavagna Fogli Mobile con trascrizione in tempo reale delle proposte
- Post-it da attaccare su parete (A5 colorati)
- Registrazione interventi
- Instant-book (da scaricare dal sito Anapia)

CONTENUTI POST IT

Da scrivere e leggere

- Accordo/Disaccordo sul progetto
- Come i comuni possono interagire col progetto
- Idee da proporre
- Criticità da risolvere
- Suggerimenti



Mario Serpillo

Presidente ANAPIA ETS

CONCLUSIONI

Viviamo in un contesto caratterizzato da «transizioni» destinate a cambiare il futuro del **Pianeta**:

- il Digitale
- l' Intelligenza Artificiale
- i nuovi modi di pensare l'economia e il progresso e il lavoro (Le grandi Dismissioni americani ed europee)
- la sostenibilità,
- i cambiamenti climatici
- i grandi movimenti migratori

In questo contesto globale, l'Italia, si scopre alle prese con ulteriori problemi:

- una **situazione Ambientale** sempre più insostenibile
- una **pressione Migratoria** che ha bisogno di risposte più di lungo periodo
- un **incubo Demografico** che ci toglie il futuro
- una **situazione economica e sociale** che richiede interventi non più rinviabili
- un **PNRR con risorse** che se ben usate, potrebbero sostenere la ripartenza dopo anni di stagnazione, **ma che stenta a decollare**
- una **forte polarizzazione** e una **forte disuguaglianze** territoriale e sociale, che si traduce in veloce aumento della povertà
- una **povertà** non solo **economica** ma anche di **competenze** e di **infrastrutture**
- fortissime tensioni sul mercato del Lavoro dove l'incrocio domanda /offerta è sempre in disequilibrio (forte disoccupazione contemporaneamente a forti richieste di lavoro dal mondo aziendale che non trova risposte) e di conseguenza anche nel mondo della scuola e della Formazione

Tutti questi fattori ostacolano una crescita armonica dell'ecosistema-Paese e determinano una perdita di posizione su scala globale progressiva e tendenziale.

Noi Viviamo in **Sardegna** :

- L'isola con una forte identità e con solide tradizioni e antichi mestieri
- L'isola con la minore densità di Europa
- L'isola dei Centenari grazie alla sua dieta Mediterranea
- L'isola con le più belle spiagge di Europa e forse del Mondo
- L'isola con aree interne incontaminate e con una stupefacente Biodiversità

L'altra faccia della medaglia :

- L'isola che ospita i Rifiuti Speciali di tutta Italia perchè non è una ragione sismica (da punto di Forza siamo riusciti a trasformarlo in punto di Debolezza)
- L'isola con il territorio più militarizzato d'Europa (basi Nato)
- L'isola dove è negato il diritto alla mobilità ai suoi abitanti (Trasporto con prezzi elevatissimi) e che quindi aumenta il suo isolamento

Il passaggio all'economia digitale e green implica nuove modalità di lavorare e di vivere, una **progressiva perdita di posti di lavoro** resi obsoleti dalla tecnologia e una conseguente **polarizzazione delle ricchezze**.

La trasformazione dei processi produttivi legata alle innovazioni tecnologiche in atto e la transizione all'economia verde richiedono una **costante e crescente attenzione al processo di formazione e di aggiornamento delle competenze**, un trasferimento ed una manutenzione continua di saperi e competenze che consentono e valorizzano la digitalizzazione e l'automazione di questi processi.

I concetti chiave in questa ottica sono:

- il rafforzamento della co-gestione e la co-progettazione degli interventi in funzione di una politica per lo sviluppo e di welfare per la gestione dei **bisogni delle persone** sempre più multidimensionali.
- Sul versante delle imprese, in particolare delle PMI, oltre alla necessità dei trasferimenti di tecnologie, prevale la necessità di mettere assieme **formazione e lavoro** in ambiti territoriali locali omogenei, creando le condizioni per nuovi percorsi di sviluppo che **ridistribuiscono il valore generato a tutti gli attori dei territori**.



Giovanni Cutini

I PROSSIMI PASSI

I PROSSIMI PASSI

Riunione con operatori economici

Novembre 2023

Progettazione di massima Partecipata del Pacchetto Turistico di destagionalizzazione

Dicembre 2023/Febrero 2024

Partenza dei corsi di Formazione

- Scuole Superiori 4/5 anno: Alternanza Scuola Lavoro
- Operatori Turistici
- Neo Imprenditori Giovanili

Gennaio/Maggio 2024

Progetto Pilota Realizzazione Offerta Turistica

Maggio/Novembre 2024

APPENDICE

**Note preliminari sulle successive fasi di
Animazione e Organizzazione del progetto
«ANAPIA RIGENERA ALTA BARONIA»**

FINALITÀ

Lo sviluppo del progetto di destinazione Alta Baronia deve mettere al centro dell'azione locale le tre risorse che sono alla base del futuro: le **persone**, le **comunità** e il **territorio**, attraverso programmi di animazione «dal basso» che favoriscano la coesione economica e sociale degli attori del territorio e la loro capacità di "sentirsi comunità".

Il modello di riferimento dovrebbe essere quello delle "Piccole Patrie» (coerente con le linee guida del Green New Deal e dell'Agenda 2030, orientata dal progetto pilota UE "Smart Villages") che si basa sul principio che solo liberando le energie creative e cooperative delle persone e valorizzando le specificità dei territori è possibile raggiungere un adeguato livello di coesione sociale necessaria per affrontare le sfide delle transizioni che siamo chiamati a compiere per guadagnare un futuro migliore.

Si renderà dunque necessaria una programmazione di attività informative e formative volte:

- alla diffusione di una conoscenza condivisa del territorio, delle sue risorse ed eccellenze (naturalistiche, paesaggistiche, storiche, culturali, agroalimentari ed enogastronomiche), dei prodotti/servizi delle strutture ed infrastrutture esistenti ed in via di realizzazione;
- al trasferimento alle risorse umane del territorio di skills e competenze mirate necessarie per formare profili professionali qualificati e coerenti con il fabbisogno del territorio, promuovendo per questa via, lavoro stabile (soprattutto per le giovani generazioni)
- alla diffusione di competenze economiche, gestionali ed organizzative necessarie per promuovere l'auto-imprenditorialità nel territorio

La condivisione di una strategia unitaria di animazione dal basso, dovrà favorire la scoperta o ri-scoperta della comune identità per la creazione di un'offerta Alta Baronia di qualità fondata sui concetti di accoglienza e ospitalità ed orientata da un lato, alla soddisfazione di turisti/visitatori sempre più esigenti alla continua ricerca di esperienze uniche e coinvolgenti, e dall'altro alla creazione di lavoro stabile nel territorio.

OBIETTIVI SPECIFICI

Tra i suoi obiettivi specifici, l'animazione territoriale e socioeconomica nel comprensorio dell'Alta Baronia, attraverso i programmi mirati di (in)formazione coordinati da **ANAPIA Sardegna**, dovrà:

- favorire la coesione sociale, economica e istituzionale;
- fare emergere e rafforzare il protagonismo degli attori locali;
- produrre una cultura della responsabilità;
- mobilitare risorse locali diffuse, nascoste o comunque poco considerate in termini di valore (come i beni comuni);
- favorire la crescita di «saperi» locali;
- rafforzare il ruolo e il radicamento nel territorio delle persone e della cultura di rete per crescere insieme;
- coinvolgere i privati negli obiettivi comuni dello sviluppo del territorio;
- rendere più efficaci i programmi di alternanza «scuola-lavoro» nel territorio
- incrementare l'attitudine all'auto imprenditorialità (soprattutto dei giovani);
- fornire strumenti per affrontare i cambiamenti;
- realizzare una innovativa «filiera corta dell'accoglienza».

TARGET COINVOLTI

Il programma di animazione nel territorio dovrà coinvolgere i seguenti gruppi:

- residenti, giovani, centri di aggregazione e socializzazione
- istituti scolastici e formativi del territorio
- operatori economici, in particolare esercizi pubblici, commerciali, artigianali, creativi, culturali e di servizi
- operatori dei servizi pubblici in particolare operanti nel circuito dei servizi informativi
- operatori delle strutture turistiche e ricettive
- turisti/visitatori del territorio

LA RETE DI OPERATORI - FINALITÀ

Per costruire il progetto di Destinazione Alta Baronia è necessario definire i processi organizzativi. La logica della «rete di operatori», ovvero un network di cooperazione e collaborazione, è il miglior meccanismo per accelerare il processo di realizzazione del progetto.

La rete di operatori è una forma di aggregazione e cooperazione tra enti, associazioni imprese pubbliche e private del territorio finalizzata alla creazione dell'offerta di destinazione.

Si tratta di una formula organizzativa costituita da una pluralità di soggetti operanti nel territorio (in ambito turistico, agroalimentare, dei servizi e della formazione, dell'amministrazione del territorio), che si uniscono per perseguire e raggiungere le finalità comuni del comprensorio Alta Baronia. All'interno della rete, ogni operatore mantiene la propria autonomia operativa e continua a svolgere la sua principale attività.

La rete serve agli operatori perché definisce regole comuni per distinguersi sul territorio con offerte mirate e di alta qualità, e allo stesso tempo rappresenta per i turisti una garanzia e una risposta a specifiche esigenze. Il meccanismo che unisce entrambi gli interessi è il fatto che all'interno della rete esistano strutture/operatori selezionati, che propongono servizi mirati con uno standard qualitativo superiore e con un certo grado di specializzazione.

Tale livello qualitativo deve essere garantito dall'organo decisionale e di controllo della rete che ne gestisce le adesioni e il suo funzionamento.

L'integrazione fra il pubblico e il privato è in grado di offrire al mercato in maniera efficace ed efficiente tutto il sistema di proposte tematizzate del territorio.

L'esistenza di una rete integrata pubblico-privato di operatori del sistema destinazione Alta Baronia vuol dire che tanto il pubblico quanto il privato dovranno andare nella stessa direzione interagendo in modo coordinato, facendo emergere la proposta del territorio e rendendo tangibili e fruibili i vari elementi di offerta.

LA RETE DI OPERATORI - VANTAGGI

Per gli operatori del territorio partecipare alla rete comporta dei vantaggi:

- Maggiore facilità di essere identificati dai potenziali target (turisti, intermediari turistici)
- Utilizzo di un marchio di qualità
- Partecipazione ad una rete di promozione con costi ridotti o nulli
- Collaborazione pubblico privata per la promozione
- Partecipazione diretta ed indiretta all'attività promozionale e visibilità sul sito ufficiale della destinazione Alta Baronia
- Presenza nei diversi mercati obiettivo

La strutturazione della destinazione Alta Baronia attraverso la rete di operatori permetterà di superare le logiche di concorrenza e di diffidenza locale per lavorare in ottica di mercato e di focalizzarsi sulle reali necessità e bisogni dei target obiettivo identificati.

In particolare, la rete risulterà utile per:

- Organizzare la destinazione Alta Baronia, in un'ottica unitaria, strutturando un'offerta pluri-tematica (turistica, agroalimentare, culturale, paesaggistica, ambientale, ecc.)) adatta alle esigenze di target differenziati.
- Diffondere tale offerta, promuovendo i pacchetti/prodotti specifici, identificati con la strategia di prodotto, nei segmenti specifici individuati
- Incrementare i flussi turistici verso l'Alta Baronia, specialmente in periodi diversi dalla stagione estiva (primavera e autunno)
- Immettere sul mercato un volume rilevante di proposte turistiche innovative ed esperienziali per incrementare la visibilità e la notorietà della destinazione Alta Baronia.

LA RETE DI OPERATORI - FUNZIONI

Le attività che la rete di operatori dovrà mettere a punto e portare avanti sono:

- progettare e gestire prodotti, proposte, esperienze e servizi nel comprensorio, a partire dalle sue risorse e specificità
- promo-commercializzare servizi e proposte aggregate, sia in modo individuale, sia sotto l'ombrello del marchio
- Dell'Alta Baronia, ovvero assumere l'attività di informazione e diffusione di dati e notizie relative al proprio prodotto/servizio, alle strutture e attività che lo offrono, alla logistica, al patrimonio e agli eventi del territorio e dell'ambito di riferimento
- promuovere proposte aggregate dei singoli prodotti e servizi che gli aderenti offriranno al mercato

La promo-commercializzazione includerà inoltre la promozione e le iniziative di tipo pubblicitario e di pubbliche relazioni per promuovere i prodotti/servizi specifici e l'immagine complessiva del brand Alta Baronia e delle aziende/enti/associazioni coinvolte nella rete.

NOTA

È importante sottolineare che, tuttavia, la rete, intesa come soggetto, non dovrebbe svolgere attività di commercializzazione diretta di soggiorni, esperienze e servizi del territorio (anche perché ciò potrebbe portare alla condizione di «pacchetto turistico» che, secondo la disciplina vigente, può essere commercializzato solo da tour operator e agenzie di viaggi). La vendita dovrebbe essere effettuata in maniera indipendente dai singoli operatori aderenti alla rete o attraverso eventuali intermediari (tour operators, agenzie di viaggio, portali e siti di e-commerce, ecc.)

LA RETE DI OPERATORI - DISCIPLINARE

Per garantire che l'offerta della destinazione Alta Baronia sia di qualità e rispetti determinati standard, in modo che sia percepita in modo positivo dal mercato e per fare in modo se ne parli positivamente, l'adesione alla rete dovrà essere regolarizzata da un apposito disciplinare.

Il disciplinare dovrà stabilire i requisiti che gli operatori dovranno avere e rispettare per farne parte: in particolare, per ogni tipologia di azienda o operatore saranno previsti dei requisiti minimi di servizio adeguato ai bisogni delle tipologie del segmento di mercato di riferimento.

Nel dettaglio il disciplinare dovrà contenere:

- Scopi ed obiettivi della Rete
- Tipologie di imprese che possono aderire
- Modalità di accesso
- Vantaggi e diritti per gli aderenti
- Oneri ed obblighi per gli aderenti
- Requisiti minimi generici e per tipologia di impresa
- Cause di espulsione
- Modalità di recesso

LA RETE DI OPERATORI – CHI PUÒ PARTECIPARE

Gli operatori del comprensorio dell'Alta Baronia che possono aderire alla rete potranno far parte delle seguenti categorie/aree:

Operatori economici

- Ricettività (alberghiera ed extralberghiera)
- Ristorazione
- Guide turistiche, escursionistiche, cicloturistiche
- Operatori di well being
- Attrattive turistiche
- Noleggio bike, ecc
- Trasporti
- Agenzie e Tour Operators Incoming
- Commercio
- Stabilimenti balneari
- Attività di pescaturismo
- Commercio
- Agenzie immobiliari di locazione appartamenti
- Servizi sanitari
- Operatori di esperienze turistiche
- Gestori di servizi turistici

Operatori non economici

- Enti e consorzi pubblici territoriali ed amministrativi
- Scuole
- Enti formativi
- Associazioni ed enti di categoria, territoriali, ambientalistici, ecc.

Un ruolo centrale dovrà essere attribuito alle amministrazioni comunali del comprensorio, sia organizzativo che operativo, per le seguenti motivazioni:

- ✓ *sono gli enti che conoscono meglio il territorio e le sue potenzialità*
- ✓ *non hanno interessi economici diretti*
- ✓ *hanno rapporti costanti sia con gli stakeholder del territorio ed esterni*
- ✓ *sono i soggetti che mettono a disposizione suolo pubblico, spiagge, attrattive, ecc*
- ✓ *sono i soggetti che possono mettere a disposizione risorse economiche*