

AVANZAMENTO ATTIVITÀ E PRODOTTI

COMPONENTE T2.4 (INCONTRI TERRITORIALI)

Nell'ambito di questa attività sono state coinvolte le aziende certificate nel corso del progetto Interreg SMARTIC, le imprese QMBac e TRIS e avviare, con il supporto dei consulenti un confronto tra le varie esperienze,

L'incontro si è tenuto lunedì 22 novembre 2021 alle ore 17:30, su piattaforma Meet.

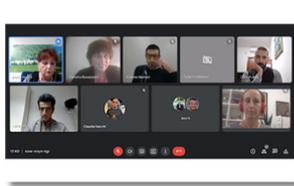
QM bac

Quality Made Business Acceleration



Incontro di networking Progetto QMBAC e TRIS con aziende sarde

22 Novembre 2021



NETWORKING Quality Made
LABORATORIO VIRTUALE TRA LE IMPRESE QM SARDEGNA
LUNEDÌ 22 NOVEMBRE ORE 17.30

Incontro territoriale per la circolazione delle esperienze Quality Made

Il progetto
I partner
Che cosa realizza?
Eventi
Notizie
Contatti

Programma:

Benvenuto e apertura dei lavori
Lo stato dell'arte dei diversi progetti
Il nuovo brand QM TRAVEL DIFFERENT: azioni di mktg e comunicazione
La Community QM: obiettivi e strumenti a servizio delle imprese
Apertura dei lavori. Tavola rotonda
Presentazione e contributi delle imprese.

[Tweet](#)

[Mi piace 0](#)

Di seguito il report dell'incontro territoriale:

Il presente documento ha l'obiettivo di fornire delle indicazioni in merito allo svolgimento delle attività relative alla sviluppo della rete di imprese Quality Made, nell'ambito dei progetti QM Bac e TRIS.

Obiettivo della riunione odierna è la COSTRUZIONE DELLA RETE QMBACK e smartic con le imprese che hanno già fatto un percorso di quality made;

- Organizzatori dell'incontro territoriale (partners dei 2 progetti)

Sono intervenuti: SIMONE MARIANI (partner Senior progetto), GRAZIA MANCA (Laore Tris) e Prof. Madau (UNISS), che ricorda come quasi tutte le imprese del progetto TRIS : componente T1 analisi strategica ed energetica, componente T2 ed oggi si inaugura con la costruzione della rete e definizione del piano di MKT.

Per SMERALDA CONSULTING ELEONORA DENUGHES, LUCA PUDDU per AGORA' che accenna alle due imprese : Explorendi e In Our Garden, Veronica che rappresenta DAFNE, Luca Sechi e GIOVANNI Farigu, VERONICA Littardi che fa parte di tris e QMBACK.

Si fa accenno alla DOTTORESSA ROBERTA MILANO che ha creato il piano di mkt finalizzando le attività per accrescere il marchio Q back e per avere un valore aggiunto del marchio quality made mediante fiere turritche, ttc, fiera rimini, ed in prospettiva la : per presentare il marchio spiegandolo come un'attività primaria : si è dato accenno al bio logo (pay off) e alla creazione identitaria forte che ha come base il turismo, il travel different. L'esperienza delle aziende crea e genera nei viaggiatori consapevoli alla ricerca di un modo diverso di viaggiare, un reale viaggio nella realtà dei luoghi allontanandosi dal turismo in senso ampio ma puntando ad un diverso ciclo

esperienziale andando a cercare le attività e l'ambiente su più territori e regioni dove poi si sviluppano i progetti.

- Indicazione del numero di imprese presenti, distinte per progetto (inserire lista partecipanti)

AZIENDE TRIS: AGRITURISMO LA GENZIANA Annalisa di Alghero si occupano di piccola turistica : ospitalità, alloggio e vitto 85% del cibo viene prodotto da loro (allevamento suini e ovini) pasta fresca e dolci tipici ristorante solo per chi alloggia, si dedicano molto tempo agli ospiti :puntano su tradizioni ,arredamento e menu (uniscono la le bellezze marine all'entroterra) hanno una fattoria didattica e sociale, attività con ampia presenza sociale mediante reinserimento delle persone, effettuano anche interventi assistiti con animali; ALBERTO FLORE dell' agriturismo da Nino di Samugheo si occupa di allevamento di suini, anche loro offrono ospitalità con 10 camere, sono specializzati in matrimoni tra i 400 e i 600 persone, sono operativi dal 2017 gestiscono anche una fattoria didattica e sociale (sono in fase di strutturazione per la produzione di carne e formaggio a km 0, offrono VINO MANDROLISAI, DEGUSTAZIONI NEI VIGNETI CENTENARI, VENDEMMIA CON FOLKLORE; MARIA

GRAZIA SA MADRA : CITTA DI Alghero, si occupano di attività agricola e poi zootecnica e agriturismo, effettuano attività didattiche, hanno un museo a cielo aperto basato sulla tradizione attraverso la cultura, hanno effettuato modifiche negli ultimi anni : vendita on line sul prodotto agricolo : propongono cicli di experience e innovazione dell'azienda agrituristica con coloro che l'azienda la gestiscono, sono nella fase di impostazione (componente culturale molto forte rappresentata dai manufatti artigianali e presentazione di libri e testi) ; il lock down li ha aiutati per pensare cosa

fare : essere più piccoli per accogliere e intercettare i viaggiatori presenti in Sardegna : essenzialità con artisti contemporanei perchè raccontino la NATURA e il PROCESSO NATURALE DEL MONDO AGRICOLO E riallaccino alle persone il SAPER vivere in campagna e creano una soft boll con spazio di cultura tramite la materia prima quale lino e cotone e attraverso un libro e un premio letterario : come finalità la creazione di una biblioteca di ultima generazione che racconti i territori di tutta europa e la bellezza del luogo.

Quale è stato l'impatto del digitale e esperienze on line DOMANDA DI SIMONE : da quanto tempo lo avete messo in campo, sponsorizzato e come? Durante il covid hanno lavorato e pensato a seguire il mercato e al dopo la pandemia hanno ipotizzato cosa avrebbero trovato e studiando un modo nuovo di viaggiare senza monotonia del passato e facendo riscoprire l'autenticità e unicità, delle esperienze da vendere sul sito Prometea per entrambi gli agriturismi.

PIETRINA LECCA HOTEL ORLANDO RESORT dal bosco secolare di Villagrande Strisalidi : hotel intitolato al fratello scomparso che unisce la bellezza del mare a quella dell'interno : sono posizionati al centro dell'isola lontano dal mare ma per loro vince la tradizione, l'arte e la cultura, dal 5 luglio 2008 lavorano bene, periodo covid molto meno, hanno avuto diversi problemi di recensioni e personale. I turisti arrivano all'hotel orlando per la natura, non accolgono il turismo di massa, fanno vivere dei

cicli esperianziali importanti : Pane e pasta preparato da donne esperte e vissute, escursioni con cavalli e asini locali, assaggi enogastronomici locali (cantine locali etc) fare turismo nelle loro parti è difficile fanno poco internet senza rete, fibra ottica zero, lei e le sorelle credono nel progetto del fratello orlando che non c'è più. Hotel orlando ha mandato le foto effettuate con un drone.

CARLO CONI : uno tre ballu community have sono uno spazio di poliving e coworking viaggiano e lavorano on line, i loro clienti sono persone che gestiscono aziende su internet tramite un turismo sostenibile : sono unici in questo genere, il loro target si basa sulla persona che opera on line e può viaggiare, offrono una comunità nello spazio e offrono esperienze di lungo periodo. Fino a 30 gg hanno la possibilità di ospitare aiutano a scoprire la Sardegna al visitatore come fosse un viaggiatore e non un turista, sono giovani, nati nel 2019 come coworking e poliving nel 2020, stanno per formalizzare collaborazioni con realtà di nomadismo digitale e la capienza aumenterà nel 2022. Offono anche consulenza digitale, fanno progettazione europea e mkt e comunicazione, si trovano a Laconie d offrono anche collegamenti con realtà locali per eccellenze alimentari quali : tartufo e distilleria, degustazioni ed esperienze sul territorio e sul parco, mediante la guida turistica, creano empatia tra viaggiatore e azienda.

CLAUDIO SECCHI : SARDINIA SOUTH BESPRIENCE GUIDA TURISTICA E ESPERIENZA ESCURSIONI IN TUTTA LA SARDEGNA, LABORATORI, PICCOLI PRODUTTORI E SUPPORTO L'ECNOMICO e locale, collaborano con reti e hanno apertura ai giovani come loro che si sono messi in gioco, offrono autenticità e semplicità, rispetto ed etica, filosofia e natura e territorio sono i loro must, RETE COTURISTICA REGIONALE hanno intrecci e legami con altre imprese che fanno parte di tris, sono nel circuito di slowfood dal 2008.

ELEONORA CARBONI: hanno a Sedilo un'azienda agricola collegata con Norbello al centro dell'isola, è una giovane imprenditrice agricola dal 2017 si occupa di allevamento ovino, il suo obiettivo è un'azienda multifunzionale, con allevamenti bovini e un minicaseificio : asizolu vaccino, laureata in lingue e turismo la sua idea è bissare parti

della Toscana, il nostro dice è un territorio vergine dal punto di vista turistico, spunti toscani la aiutano molto, ha intrapreso il percorso per la qualifica come fattoria didattica, attende un finanziamento per poter fare i lavori che servono per accogliere le persone, ha attualmente poca accoglienza diretta, offerta ancora da creare. Degustazioni, vendita diretta sono i loro obiettivi.

GIORGIO OGGIANO agricolo 24 anni di cooperazione sociale nel carcere di Sassari con i detenuti al lavoro, ha trasformato coop sociale di tipo b agricola, sono certificati biologico hanno delle serre del comune di Paulilatino da 20 anni : 5 ha e 600 mq di serre tutte ripristinate e funzionanti erano abbandonate, si dedica all'innovazione tecnologica con i sensori all'esterno, obiettivi sono l'accoglienza, fattoria didattica con titolo acquisto. Già lavorano con le scuole mediante un giardino sensoriale appena avviato. Coltivano Orticolo fanno parte di agrobirete Sardegna, i loro prodotti sono nel circuito delle mense aziendali conad.

SILVIA PIRAS : AZIENDA agrituristica ruspina non intervenuta.

VALENTINA LUGAS DELAL COOP EXPLORENDI parco moentargius, effettuano noleggio bici e tour, hanno creato un nuovo tour culturale e architettonico del parco, con presenza dei forzati ,hanno creato eventi e convegni nel rispetto delle normative covid, ed escape room.

RAMONA Bavassano : eseguono attività di Finanza sociale, producono vino naturale, mandorle e arance ed erbe spontanee, offrono eventi mensili di rigenerazione umana, in collaborazione con un OP per rendere l'azienda funzionale per progettare spazi e azioni olistiche, supportando spazi locali e di sviluppo, si dedicano alla produzione

dell'olio e del pane, piccolo festival e fulgore delle piantine, effettuano teatro e mediante 2 appartamenti e glampine fanno accoglienza, innovazione e impatto sociale.

GIOVANNI FARIGU : domande vs le aziende explorendi e in our garden sono entrambe start up, godono di managerialità poca, concetti principali espressi : pacchetto turistico e che valore aggiunto possono portare vs qmbac.

- Sintesi degli scambi in funzione delle tematiche trattate

5 valori : ACCRESCIMENTO, POSIZIONAMENTO, PRESENZA SUL MERCATO, ESPRESSIONE DELLE POTENZIALITA', VISIONE FUTURA

- Bilancio degli incontri

Ritorni DEGLI INCONTRI : creazione della community, valori e collante dei partecipanti, punti di contatto su fb, chat wa, newsletter, per potenziare e rendere fruibili i contatti diretti, fino a giungo ci si è confrontati moltissimo, ma da stasera si lavorerà insieme, l'altro aspetto su cui ci siamo focalizzati è l'immagine : foto e video rappresentativi come biglietto da visita fondamentali per l'espressione delle aziende, ottimizzazione delle foto (in più stagioni dell'anno) che gestiamo e che abbiamo acquisito, creazione della biografia accattivante e aperta che dia il benvenuto ai turisti, appetibilità e utilità con fondamentali elementi e esigenze, STUDIO e analisi dei target prevalenti necessita diventare promotori delle esperienze, alla domanda su quali fossero le aree di cui hanno più bisogno, le imprese si sono accomunate su questi elementi : social network e campagne pubblicitarie, fatturazione e strumenti

tecnologici da sfruttare, (se il mio visitatore ha interesse a svolgere interessi diretti. Valori quality made). Target di riferimento e descrizione del cliente. Servizi e copertura degli stessi, da quali canali arrivano le prenotazioni, post acquisto dei prodotti, poi ultima parteda el docemnto : SPECIFICHE di interesse e aree su cui forcalizzare l'attenzione, per mettere a disposizione i contenuti e i temi sui quali potremmo approfondire, da usare come spunto per offrire il miglior supporto possibile).

pacchetto turistico e che valore aggiunto potete portare vs qmback

VALENTINA LUGAS : 10200 followare vs facebook eventi per coinvolgere altre realtà cultuirale artigianale enogastronomico e valotrizzare territrorio, nidificazione dei fenicotteri risorsa che arricchisce e può arricchire. Riconosimento da trip advisor, come il network può aiutarvi a crescere social media manager che fa ricerche. Puntare sui Fenicotteri, sul pollo sultano, sul pellicano. Campagna pubblicitaria, fb e istagram, blog e pagine dedicate.

Cosa si aspettano le imprese da questo progetto in termini di crescita :

RAMONA : opportunità di crescita e consulenza specifica.

VALENTINA : creazione di network e strategie.