

Aprirà a giugno il primo showroom "Insula"

Artigianato ed enogastronomia in vetrina a Porto Cervo, al Forte Village e sulle navi Moby e Tirrenia

di **Giandomenico Mele**

OLBIA

La delocalizzazione del gusto. I corner Insula diventano gli ambasciatori dei sapori e delle tradizioni della Sardegna nei luoghi che incarnano la fama dell'isola nel mondo. La piattaforma nata da una intuizione del Cipnes di Olbia per valorizzare e, soprattutto, vendere i prodotti della lunga filiera dell'agroalimentare, porterà il meglio della produzione isolana nelle piazze fisiche, non più solo virtuali, dei centri nevralgici del turismo sardo. Nasce così il programma di marketing territoriale "Insula Sardinia quality world", con la definizione per la stagione 2019 del network promozionale Insula, all'interno dei "Sardinia village", in attesa dell'apertura della piattaforma "Expo Sardegna": i cui lavori - finanziati dalla Regione con 17 milioni di euro - saranno ultimati entro il mese di marzo 2020, come previsto da un recente accordo sottoscritto dall'impresa appaltatrice.

Porto Cervo. Non poteva essere che il luogo simbolo della Costa Smeralda, Porto Cervo, a inaugurare l'apertura del villaggio nel giugno di quest'anno, nell'area della Nuova Marina, ritenuta strategica per poter intercettare il target del turismo internazionale. La struttura commerciale, di circa mille metri quadrati, sarà suddivisa in due blocchi: una parte si affaccerà nella piazza centrale di Porto Cervo Marina e sarà dotata di vetrine espositive, due show room tematici dedicati alla promozione e vendita dell'artigianato artistico, moda e design della Sardegna, con la presentazione e vendita



Uno dei primi corner Insula allestiti a Milano

IL PROGETTO DEL CIPNES

In mille metri quadrati cucina, moda, design, arte e biodiversità

Il format del Sardinia Village è composto da un'area espositiva di 1000 metri quadrati, con pavimento in legno, una piazza centrale dedicata alla "food court" e al corner enogastronomico Insula (punto di ristorazione a chilometro zero e attività di show cooking), un'area eventi e nella parte dedicata agli showroom tematici. Il format originario prevedeva diversi punti sulla base di aree tematiche: da "L'isola dei sapori", il corner enogastronomico; "Sardegna moda, artigianato e design" dedicato alla

dell'artigianato sardo, dei capi e accessori di moda prodotti da stilisti e designer sardi; "L'isola delle biodiversità" dedicata alla promozione delle piante officinali, spezie e produzioni cosmetiche realizzate con essenze dell'isola; poi la "Insula gourmet"; "Insula break", con punti bar, caffetteria e gelateria con prodotti sardi e, infine, "Sardegna arte e territori": un modulo dedicato a mostre fotografiche, esposizioni di pittori e scultori con la presentazione dei programmi naturalistici, turistici e storico-culturali dei distretti territoriali sardi.

delle produzioni food&wine di filiera sarda. Di fronte al porto turistico invece, ci sarà un'area tecnica interna, con cucina e centri di stoccaggio, più un'area coperta di circa 300 metri quadrati, destinata alla sommini-

strazione di cibi e bevande. Per realizzare questa struttura, in seguito all'accordo con il Comune di Arzachena e Smeralda Holding, il Cipnes ha acceso con il Banco di Sardegna un mutuo di 1,8 milioni di euro, nell'ambito

del programma triennale delle opere pubbliche 2018-2020, dell'elenco annuale dei lavori per il 2018 e del programma biennale degli acquisti 2018-19. **Santa Margherita di Pula.** Il secondo "Sardinia village" sarà in un

altro dei luoghi simbolo del turismo internazionale in Sardegna: il Forte Village di Santa Margherita di Pula. Qui sarà allestito un nuovo format promozionale con l'assegnazione di un'area molto più ampia rispetto alla stagione 2018, composta da un ristorante Insula, con 60 coperti di fronte alla piscina centrale e da una zona commerciale già presente nel 2018. La novità dell'estate 2019 sarà però Porto Rotondo. Qui un corner Insula sarà ospitato a Marinella all'interno dell'hotel 5 stelle Abi d'oro, di proprietà del gruppo Zuncheddu e sarà dedicato alla promozione delle imprese associate. Confermato anche per il 2019 lo show room all'interno della nave Moby Dada (che copre la tratta Olbia-Civitavecchia) e nuove aperture sulla Moby Wonder (Olbia-Livorno) e Tirrenia Janas (Olbia-Genova). Sono inoltre in corso trattative con il gruppo Loi e con il Forte Village per l'allestimento di spazi presso il noto gruppo alberghiero Iti hotels (Resort Marina Beach di Orosei) e in un prestigioso hotel (Forte Village City), di prossima apertura nel centro di Cagliari.

Il progetto. L'idea del Cipnes nacque oltre un anno fa, con la creazione dei modelli di "Temporary store", nei quali vendere i prodotti dell'isola e creare eventi collaterali come show cooking con i più importanti chef sardi e nazionali. Il progetto "Insula-Sardinia village tour" aveva ricevuto il via libera da parte dell'assemblea del Consorzio industriale, che ne aveva tracciato il percorso di marketing e le linee strategiche del programma di azione promozionale.