

la mia Isola

EstatE

# Si scrive "Insula", si legge eccellenze sarde nel mondo

● di Ilenia Giagnoni

●●●●  
**NOVITÀ**  
Dopo il Forte Village, a Santa Margherita di Pula, e l'hotel Abi d'Oru, a Porto Rotondo, "Insula" arriva a Porto Cervo

➔ Dici Sardegna e pensi alle spiagge bianche e al mare cristallino, al vento di maestrale e alle rocce, all'aria che profuma di salsedine ed elicriso, a tradizioni e sapori che tutti ci invidiano.

Prodotti che faticano, a volte, a varcare i confini dell'Isola. È così che nasce "Insula", un progetto di marketing territoriale nato dall'intuizione del Cipnes del presidente Mario Gattu, che nel 2016, approfittando di un bando regionale, pensò bene di diversificare l'attività rispetto ai soliti servizi offerti alle aziende del Nord-Est Sardegna. «Insula è un grande network», ha spiegato il project manager responsabile Massimo Masia all'inaugurazione del punto Insula della Marina di Porto Cervo, ultimo della serie aperto a fine giugno e realizzato dal Cipnes in collaborazione col Comune di Arzachena e la Smeralda Holding: all'interno della struttura un ristorante, una pizzeria, un wine bar e spazi espositivi in ogni dove.

## Raccontare la cultura

«Serviva un progetto così, che presidiasse porti e aree di accesso all'Isola per raccontare la Sardegna più profonda e la sua cultura millenaria attraverso le produzioni dell'artigianato artistico, il design e il food di eccellenza», ha proseguito Masia. «Credo che sia un'occasione da cogliere al volo per allargare il business dei produttori sardi, tutelando e valorizzando i loro prodotti mettendoli in vetrina». Punti come Porto Cervo, e prima ancora il Forte Village di Santa Margherita di Pula e l'hotel Abi d'Oru di Porto Rotondo, i cui ristoranti utilizzano i

## Un grande network nato in Gallura per valorizzare i prodotti dell'Isola e raccontare una storia millenaria



prodotti della filiera agroalimentare di "Insula", che rappresenta il 70 per cento del business, risultano, poi, particolarmente strategici.

## Mercati internazionali

«Occorrono aree dedicate al target internazionale perché una delle missioni è di internazionalizzare i sistemi produttivi», dice ancora Masia. E allora ben venga il tour fieristico di "Insula", iniziato l'anno scorso al Sial di Parigi e proseguito nel 2019 a Mila-

no, in una due giorni in cui sono stati presentati i progetti Sardinia Quality World e Sardinia Longevity Food: prossima tappa la Germania. Intanto a Olbia, a pochi passi dalla sede del Cipnes, in zona industriale, sta sorgendo un'area espositiva di 10mila metri quadri, consegna 2020, che ospiterà i prodotti dell'argomentare sardo ma anche la moda, il design e i laboratori dove i produttori potranno dar bella mostra delle loro abilità artigianali.

## Tandem con l'Isre

Ciliegina sulla torta, la partnership con l'Isre Sardegna, per iniziative a carattere strettamente culturale, e l'omonimo magazine. Al momento, "Insula" conta una sessantina di produttori ma la quota 100 fissata come prossimo obiettivo è di là a venire: dall'apertura a Porto Cervo sono piovute sul Consorzio decine di domande di adesione.

RIPRODUZIONE RISERVATA



## Chi mangia sardo campa cent'anni: una felice realtà

●●●●  
**IN EVIDENZA**  
L'immagine di prodotti locali dell'agroalimentare

Chi mangia sardo campa cent'anni: potrebbe essere lo slogan delle filiere produttive della piattaforma "Insula", invece è un dato di fatto. Sottolineato sul sito ufficiale della piattaforma targata Cipnes. «La Sardegna ha un territorio di 24.000 km2 con una bassa densità di popolazione, appena 69 abitanti per km2 e un alto numero di centenari (22 ogni 100.000 abitanti)», recitano due righe in alto a destra della home page. Quale che sia la ragione di tanta vita, oggetto peraltro di studi approfonditi, e non da ieri, l'argomento va cavalcato facendo leva sull'appeal del tema oltre i confini dell'Isola. Nell'elenco dei prodotti promossi col brand Insula non mancano le carni e i salumi sardi, il grano e i suoi derivati, pane, pasta fresca e dolci tipici locali, latte e formaggi, ortofrutta, ittica, miele, olio, vino, distillati, birra e perfino l'acqua. Manca il sapore, unico al mondo. Ma quello non può essere raccontato. Non prima di aver assaggiato i prodotti sardi: provare per credere. (i.g.)