

**COMUNE DI CARBONIA**  
*Assessorato al Turismo*



Foto di **Roberto Agostinelli**

# **PIANO MARKETING TURISTICO**

***Progetto realizzato da: Rossano Pirisi***

*Piano Marketing Turistico - Comune di Carbonia*

# INDICE

## **PIANO MARKETING TURISTICO**

- Presentazione.....pag. 08
- Il Marketing Territoriale.....pag.10
- Analisi della domanda.....pag.14
- Analisi dell'offerta.....pag.22
- Analisi S.W.O.T.....pag.29
- Proposta di interventi.....pag.31
- Comunicazione.....pag.45

## **APPENDICI**

- A. Analisi del Potenziale territoriale
- B. Itinerario

# **PIANO MARKETING TURISTICO**

Nei suoi 72 anni di vita, la nostra città e il suo territorio hanno vissuto diverse fasi storiche:

dopo l'entusiasmo della sua fondazione, che sappiamo derivare dall'esistenza di giacimenti di carbone e dalla conseguente esigenza di avere manodopera (per la sua estrazione) che fosse facilmente utilizzabile e controllabile, è seguito il declino socio-economico e demografico causato dalla chiusura delle miniere ma, diversamente da quelle che erano le previsioni, cioè la contestuale chiusura della città dormitorio, Carbonia ha avuto una ripresa, grazie alla fermezza dei suoi abitanti che, pur provenendo dalle più disparate parti dell'Italia, hanno saputo socializzare con le comunità già presenti nel nostro territorio, integrandosi e fondendosi con esse.

La memoria di questo passato resta ben viva nelle famiglie ed è stata tramandata alle generazioni più giovani che non hanno conosciuto la fatica, il rischio ma anche la ferma determinazione di chi non esita a scendere nelle viscere della terra per estrarne il suo prodotto, pur di garantire una vita dignitosa ai propri cari.

I segni di questo percorso sono profondamente incisi nei caratteri della nostra comunità e dei luoghi che essa abita, luoghi che ha trasformato, grazie a una lunga e faticosa opera.

Le stesse strutture materiali delle miniere, le alte torri metalliche, gli edifici, gli spazi circostanti punteggiati da grandi macchine in disuso, come pure la stessa città, un esempio rilevante delle moderne "città di fondazione", tutto ciò costituisce una testimonianza vivente e persistente di una storia intensa, appassionata, più volte resa incerta nel suo epilogo, ma infine risolta grazie alla capacità, alla caparbia e all'iniziativa dei suoi abitanti, mai piegatisi di fronte alle difficoltà.

Carbonia è sopravvissuta alle sue miniere, assumendo essenzialmente un ruolo di epicentro delle funzioni amministrative del Sulcis. Il profilo produttivo della città è completato peraltro da nuclei di piccola e media impresa, da un settore commerciale significativo e da un persistente retroterra agro-pastorale ed enogastronomico. Tutto ciò basta per garantire alla città una prospettiva di sviluppo socio economico e di benessere?

E' attuale la presa di coscienza dell'assoluta necessità di perseguire vie di sviluppo che rilancino l'attività del Polo Industriale di Portovesme e che perseguano, al contempo, vie di sviluppo complementari e alternative.

Come tutte le città nell'epoca della globalizzazione, Carbonia non può fermare la propria ricerca del futuro, pre-condizione per stabilizzarsi e quindi crescere, assicurando ai propri cittadini, soprattutto ai giovani, maggiori e migliori opportunità di vita.

Attivato negli ultimi anni, il processo di terziarizzazione deve dunque continuare in una direzione ben precisa: dopo avere utilizzato le opportunità offerte dal sistema pubblico (Regione, Stato, Unione Europea), bisogna orientarsi maggiormente verso la produzione di ricchezza in ambito locale. Per poter perseguire questo ambizioso ma strategico obiettivo, è necessario promuovere ed incentivare un processo di sviluppo delle risorse umane e professionali e strutturali/materiali nella direzione delle moderne attività d'impresa.

Occorre, peraltro, attrarre nell'area di Carbonia investimenti produttivi significativi, a supporto dei progetti di innovazione economica e sociale.

Per conseguire questa precondizione per il decollo dell'area in senso produttivo, è necessario, urgente e prioritario intervenire per superare l'immagine negativa che tuttora avvolge Carbonia e il Sulcis, nonostante gli sforzi notevoli già compiuti in tal senso negli ultimi anni: questa regione della Sardegna risente agli occhi dell'opinione pubblica regionale e nazionale ancora pesantemente dell'immagine di area marginale, in perenne crisi, assistita, veicolata da una comunicazione monocorde, che circuita quasi esclusivamente la cronaca di industrie pesanti in stato pre-comatoso, e poco altro.

Carbonia e il Sulcis non sono solo questo: hanno costruito una realtà diversa a cui però non corrisponde un'immagine adeguata, veritiera, attrattiva.

Per ribaltare questa situazione occorre mettere a punto e lanciare un organico Piano di Marketing territoriale che –nel volgere di qualche anno– mostri sia all'interno che all'esterno la città e il Sulcis in una luce positiva, accogliente, pronta a sostenere la realizzazione di impegnativi progetti di innovazione socio-economica.

Affinché questo Piano possa attuarsi, occorre individuare le coordinate delle possibili linee di sviluppo economico. Quali sono le risorse su cui la città e il Sulcis possono contare per questo programma? La risposta è sotto gli occhi di tutti: il turismo.

È infatti incontestabile che il territorio presenti una ricchezza di siti storici, archeologici e naturalistici di primario interesse; inoltre, esso offre una notevole varietà di prodotti e tradizioni eno-gastronomiche. Infine, i musei già attivati e la stessa "città museo" di Carbonia (Carbonia Itinerari dell'Architettura Moderna) possono costituire gli ingredienti di un'offerta molto interessante per flussi di turismo culturale di medio livello.

Se questo scenario è delineabile in termini virtuali, è altrettanto evidente che Carbonia e il Sulcis presentano attualmente una significativa inadeguatezza rispetto agli obiettivi di riconversione socio-economica da perseguire: manca una domanda sostenuta in campo turistico e manca un'offerta organizzata ed efficiente. Il territorio, pur avendone le potenzialità, non è ancora predisposto culturalmente e strutturalmente alla gestione di turisti in numero tale da dare una scossa all'attuale assetto economico locale e promuovere l'attesa fase di sviluppo.

Partendo dalle linee del documento guida dell'Amministrazione - il Piano Strategico Comunale - questo Piano di Marketing turistico costituisce un necessario ed utile ingrediente del più ampio Piano di Marketing territoriale che dovrebbe finalizzare e far convergere tutte le opportunità presenti nella zona e prontamente utilizzabili verso un comune obiettivo di rilancio in senso turistico dell'area.

In esso, sono evidenziati sia i caratteri dell'offerta potenziale di beni e servizi per i turisti che il profilo di una possibile domanda turistica, dai connotati ben delineati: il turista che Carbonia e il Sulcis possono attrarre e più facilmente soddisfare, è un turista interessato al mare sardo ma curioso verso la storia locale e attratto dai luoghi di turismo non massificati, che ama e apprezza la storia, la natura e il buon cibo.

Per realizzare il Piano di Marketing turistico, è necessario creare quattro fondamentali condizioni:

attuare interventi di adeguamento delle dotazioni strutturali ed infrastrutturali per la mobilità e l'accoglienza turistica;

promuovere la formazione di un'adeguata cultura e professionalità negli operatori locali;

sviluppare la sinergia Carbonia – Sulcis per ampliare e variegare il paniere dell'offerta turistica;

cambiare l'immagine della città nel circuito comunicativo sardo, nazionale ed europeo.

Per conseguire risultati tangibili occorrerà certamente reperire ed investire risorse economiche ingenti, tutte da trovare. Tuttavia, prioritariamente, deve emergere soprattutto la diffusa consapevolezza del proprio potenziale destino di area turistica affinché la creatività culturale e l'iniziativa imprenditoriale possano ben orientarsi verso obiettivi concreti e remunerativi.

L'Amministrazione pubblica deve giocare un ruolo di direzione e di sostegno al processo che si intende innescare, sia agendo sulla leva della comunicazione di una nuova immagine dell'area sia favorendo processi di cooperazione fra i diversi soggetti interessati, a cominciare dagli enti locali e regionali, spesso inutilmente attardati nella difesa ad oltranza di sfere municipalistiche del tutto impotenti di fronte alle dinamiche emerse in questo primo scorcio di XXI secolo, sia in ambito nazionale che globale.

Nella prospettiva dell'atteso decollo socio-economico di Carbonia e del Sulcis, l'opzione turistica è molto forte, costituisce davvero una grande sfida, sia sul piano dell'elaborazione culturale che politica.

Ma è una grande sfida anche per l'intera comunità: tutti sono chiamati a svolgere un ruolo da protagonisti in questo quadro di trasformazione, essendo la posta in gioco –il futuro della città e del Sulcis- di vitale importanza per il benessere dei cittadini.

L'Assessore al Turismo,  
Sport e Spettacolo  
Luisa Poggi

# **Presentazione**

L'elaborazione del Piano di Marketing Turistico consente di acquisire maggiore consapevolezza in ordine alla problematica del ri-orientamento sociale, culturale e produttivo di un'intera comunità complessa finalizzato allo sviluppo economico e civile locale.

Il Piano di Marketing Turistico diventa un utilissimo strumento di valorizzazione territoriale capace di perseguire efficacemente l'obiettivo di innestare a Carbonia le forme economiche orientate tipicamente al turismo. Detto Piano prende avvio dalla preliminare descrizione di quello che è lo strumento chiave per la promozione e per lo sviluppo socio - economico del territorio, il **Marketing Territoriale**. Verranno estrinsecati perciò i concetti chiave del Marketing Territoriale e le modalità di una sua applicazione al territorio del Sulcis.

Si passerà, quindi, all'analisi della domanda, dell'offerta e all'analisi S.W.O.T. (Strengths=forza, Weaknesses=debolezza, Opportunities=opportunità e Threats=minacce).

Attraverso l'**analisi della domanda**, il Piano Marketing si pone il fine di definire il profilo del target turistico reale e potenziale.

Con l'utilizzo dei dati primari (analisi della domanda attraverso questionari posti all'interno dei musei, in occasione di mostre ed eventi ecc.) e secondari (analisi della domanda attraverso dati esterni come ad esempio osservatori economici, istituzioni private ecc.) si otterranno importanti dati su come organizzare un'offerta avanzata e integrata e su come segmentare la domanda.

Si passerà poi all'**analisi dell'offerta** con la quale si evidenzierà l'articolazione dell'offerta turistica nel territorio carboniese: si passeranno in rassegna quelle che sono le dotazioni territoriali (attrazioni naturali, storiche, museali ecc.), i servizi di trasporto (esterni ed interni), le strutture ricettive e gli esercizi

complementari, individuandone carenze ed efficienze e permettendo di individuare il posizionamento da adottare sul mercato.

Le due analisi, quella della domanda e quella dell'offerta, permetteranno di verificare quali sono i punti di forza e di debolezza del territorio e quali le opportunità e le minacce per lo stesso (**analisi S.W.O.T.**).

I risultati di queste analisi permetteranno di individuare le **proposte degli interventi di valorizzazione del territorio**. L'efficacia degli interventi prospettati risentirà in modo sensibile di alcune capacità concorrenti:

1. cooperazione tra istituzioni, imprese e collettività locali;
2. integrazione con le industrie sussidiarie;
3. differenziazione dalle offerte concorrenti;
4. valorizzazione integrata delle risorse;
5. soddisfazione delle domande diversificate.

Elaborato il piano di valorizzazione, si passerà al **piano di comunicazione**: esso si propone di sostenere, con appropriati interventi, la riconversione dell'immagine della città e del territorio, il potenziamento della notorietà e dell'offerta turistica sia in ambito sardo che nazionale ed internazionale.

Il Piano contiene, altresì, due **Appendici** (A e B) che ne sono parte integrante ma al contempo possono essere utilizzate come strumenti autonomi: una contenente l'analisi del potenziale territoriale (asset) con indicazioni riguardanti la viabilità, l'accessibilità e il tempo necessario per la visita; l'altra contiene, soltanto a scopo esemplificativo, il progetto di un itinerario turistico realizzabile nel territorio di Carbonia.

# **Il Marketing Territoriale**

## ***I concetti chiave***

Il territorio non rappresenta più soltanto un'area geografica, con confini politici e fisici delineati che rimanda ad accezioni più canoniche ed in parte limitanti. E' un contesto che è diventato ormai maturo per sviluppare nuove idee, per aiutare nuove professionalità e per sostenere la crescita ed il consolidamento dell'economia. Per supportare questa nuova accezione di territorio e per creare le condizioni dello sviluppo, sono stati definiti nuovi approcci concettuali. Il territorio diventa fonte di creatività e di iniziativa concreta, dove le diverse espressioni dei tempi e delle culture in esso succedutesi ed evolutesi possono fornire nuovi spunti progettuali: economia, tecnologia, storia, arte, tradizione, ambiente e natura. Il marketing territoriale ne diventa lo strumento imprescindibile.

Il marketing territoriale è una disciplina che si basa sull'identificazione dell'insieme dei valori o dotazioni e di vocazioni che caratterizzano un territorio. Oltre che dalla componente morfologica e naturale, esso è caratterizzato dalla presenza di una comunità che, nel corso del tempo, ha generato personalità, stili di vita, cultura, economie che lo rendono unico.

Il marketing territoriale ha come obiettivo la promozione, sia a livello locale, sia a livello internazionale – se attuabile – delle caratteristiche produttive, dei beni prodotti, degli elementi di valore (asset) legati ad una data area, per costituire un'aggregazione di forze, servizi, infrastrutture, opportunità imprenditoriali. Il suo fine ultimo è quello di ottimizzare le risorse fisiche, naturali, produttive per giungere ad un interessamento da parte degli stakeholders (portatori di interesse) coinvolti e coinvolgibili (enti governativi, potenziali investitori e, non ultimi, i turisti attraverso opportuni processi di feedback) che porti ad una crescita economica tangibile e strutturata, quindi duratura.

Le scelte strategiche che il marketing territoriale suggerisce si riferiscono al confronto aperto di un territorio con altri contesti ad esso simili, per verificare il livello di risultati raggiunti, creare eccellenza e sviluppare e curare il core business.

Il marketing applicato al territorio offre fertili contributi per la sua valorizzazione, in quanto attiva e dinamizza il complesso delle relazioni con l'obiettivo di creare valore per i suoi pubblici di riferimento: pubblici/clienti interni ed esterni. Il marketing territoriale è, in particolare, un'attività organizzata che aiuta i policy maker a seguire un orientamento strategico in grado di generare attrattività territoriale. Territorio inteso come insieme di componenti tangibili e non dove questi ultimi assumono, in una società avanzata, maggiore importanza.

Il buon marketing agisce all'interno e all'esterno del territorio:

1. all'interno, è orientato sia alla soddisfazione che alla generazione della fiducia dei clienti interni;
2. all'esterno, è orientato all'attrazione e generazione della fiducia esterna nei confronti dei clienti esterni.

Marketing interno ed esterno sono tra loro strettamente interrelati per produrre valore. Infatti, quanto più il territorio è attrattivo nei confronti delle differenti categorie di pubblici di riferimento, in particolare nei confronti dei potenziali apportatori di capitali di vario genere, tanto più è in grado di soddisfare i clienti interni che beneficiano dell'aumento del maggior valore. Tale incremento di valore costituirebbe un incoraggiamento per tutti coloro che hanno interessi nel territorio, più inclini ad affrontare nuova imprenditorialità ed investimenti che ne facciano aumentare ulteriormente l'attrattività; alimentando, in questo modo, una continua circolarità del fertile rapporto soddisfazione-attrattività-valore.

Pertanto, si può rilevare come, nella dinamica dello sviluppo virtuoso, non possa mancare all'esterno il consenso interno e all'interno l'attrattività esterna. L'esperienza del marketing territoriale insegna, infatti, che qualsiasi iniziativa promossa sul territorio, se non è supportata dall'opinione pubblica e non è compatibile con la vocazione del territorio, è destinata all'insuccesso. La circolarità soddisfazione-attrattività-valore rappresenta la compatibilità tra interno ed esterno, nonché l'insieme delle relazioni fiduciarie, che emergono nei processi di scambio tra territori e clienti per produrre risorse di conoscenza, fondamentali per guidare le strategie di marketing territoriale.

### ***Il "Prodotto Territorio"***

Nonostante il settore turistico venga considerato strategico per lo sviluppo del "Territorio Carbonia" ed, in particolare, per far recuperare competitività all'intero sistema economico locale, fino ad oggi le potenzialità offerte dallo stesso sono state sfruttate in minima parte. Le spiagge, il mare del Sulcis Iglesiente e alcuni siti di grande pregio naturalistico sono stati fino ad ora l'unico vero attrattore in grado di convogliare nel territorio la domanda turistica, seppur esigua e concentrata in poche settimane, creando un turismo "mordi e fuggi" tale da non poter costituire un volano economico per l'economia della neonata Provincia di Carbonia - Iglesias.

In effetti, anche dall'ascolto del territorio è emerso che il patrimonio ambientale, culturale, archeologico, enogastronomico e religioso diffuso nel Sulcis Iglesiente non viene percepito all'esterno come elemento caratterizzante: d'altronde, non potrebbe essere altrimenti visto che nell'immaginario comune locale predomina tuttora la forte identità industriale e mineraria, con la totale dimenticanza per quelle che sono le restanti dotazioni culturali.

Alla luce di queste considerazioni, è necessario ripensare il ruolo del turismo nel Sulcis Iglesiente sì che possa rappresentare un'importante risorsa per la

riqualificazione strategica del territorio provinciale, in stretta connessione con le politiche territoriali di valorizzazione del patrimonio culturale, rurale ed ambientale.

E' necessario, quindi, realizzare degli interventi che facilitino il passaggio da una percezione del turismo come opportunità da cogliere in maniera occasionale e poco sistematica alla visione del territorio come di un vero e proprio "prodotto turistico integrato".

Tuttavia questo passaggio rappresenta un'attività complessa che richiede forti investimenti, soprattutto perché si tratta di posizionare nella mente dei turisti una destinazione semi-sconosciuta ma, parimenti, con grosse potenzialità e con risorse di incredibile valore e varietà. Occorre anche evidenziare che, alla ricchezza del patrimonio culturale, storico e paesaggistico non fa riscontro un'organizzazione turistica che sia in grado di utilizzare appieno le potenzialità disponibili sul territorio. Pertanto, l'Amministrazione Comunale di Carbonia si pone l'obiettivo di predisporre un piano di sviluppo turistico che, tenendo conto delle molteplici dotazioni territoriali (culturali, paesaggistiche, folcloristiche), sappia interagire con le attività economiche locali (alberghi, ristoranti, bed & breakfast, artigianato locale, agriturismo) al fine di contribuire ad attrarre e trattenere i turisti per determinare una ricaduta economica e di immagine a favore del territorio.

In particolare, è fondamentale sviluppare un turismo che non distrugga le risorse culturali e naturali e le specificità della società locale, ma, al contrario, possa valorizzare le identità culturali, già a forte rischio di omologazione, promuovendo un turismo sostenibile, compatibile, consapevole e integrato.

# **Analisi della domanda**

## ***Premessa***

Negli ultimi decenni si è verificato in Sardegna un processo sempre più marcato di diversificazione della domanda, a cui, si risponde in generale con un processo di estensione dell'offerta verso nuove tipologie e proposte di soggiorno ma in un contesto coerente di servizi complementari alla ricettività: strutture per il tempo libero e gestione dei beni culturali. Più complessa e, in un certo senso ribaltata, è la situazione nel territorio del Comune di Carbonia ove si risente della mancanza oramai cronica di strutture ricettive (anche se si è notevolmente sviluppato il sistema dei bed and breakfast e agriturismo).

## ***I flussi turistici: la situazione della domanda nel Sulcis***

Monitorare la domanda è esercizio necessario:

1. per comprendere come organizzare la propria offerta;
2. per mirare gli investimenti di comunicazione del prodotto territorio.

Dai dati acquisiti dall'Ufficio Informazioni Turistiche di Carbonia e dalle presenze censite nei musei della città nella stagione 2009, si evince che alcuni mercati sono già a conoscenza del "Prodotto Territorio Carbonia" e dunque si dovrebbe cercare di fidelizzare tale target puntando in maniera adeguata sulla sua promozione verso quei mercati.

Da tali dati si nota che il mercato italiano, soprattutto nel mese estivo, risponde abbastanza bene all'appeal prodotto dal nostro territorio anche se i numeri relativi alle presenze potrebbero essere oltremodo migliorabili. Diverso è il discorso relativo alle presenze straniere: le presenze sono ancora molto basse ma si nota una diversità apprezzabile di visite provenienti da diversi continenti, soprattutto europei. Questi mercati dovrebbero essere bersaglio di

una vera e propria campagna di valorizzazione finalizzata alla fidelizzazione del "Prodotto Carbonia" per quell'utenza che ne ha già fruito, ma anche per i potenziali nuovi utenti.

Parlano chiaro i dati, i numeri e le statistiche relativi alla stagione turistica 2009. Da gennaio a dicembre, infatti, gli arrivi totali (turisti italiani più esteri) hanno raggiunto un **+3,3 %** rispetto al 2008 e le presenze sono aumentate del **+1,6%** in netta controtendenza rispetto all'Italia e con un vero e proprio boom degli stranieri (rispettivamente **+21,59 %** e **+ 9,99 %**), in testa i tedeschi (+6 %), poi gli inglesi (che calano però del 17,51 %), francesi (+22 %) e spagnoli (+91 %).

E' altresì positivo l'andamento del flusso turistico della Provincia di Carbonia-Iglesias che vede un aumento degli arrivi totali del **13,5 %** e un aumento delle presenze totali dell' **11%**. (*Fonte: Osservatorio Economico della Sardegna*). Sono positivi, parimenti, i dati relativi alle presenze nei musei cittadini che non vedono un grosso aumento di presenze ma evidenziano, comunque, una situazione positiva che sta vivendo il territorio: il Parco Archeologico di Monte Sirai nell'anno 2008 ha registrato 5607 presenze mentre nel 2009 si è arrivati a **6970** fruitori; il Museo Martel nel 2008 ha registrato 1031 presenze a fronte delle **2692** del 2009 (l'inaugurazione del nuovo museo è stato sicuramente un importante attrattore); il Museo di Villa Sulcis aveva registrato nel 2008 2075 visitatori a fronte di **3256** nel 2009. (*Fonte: "Cooperativa Mediterranea"*). Sono parimenti in positivo i dati del C.I.C.C. (nel 2008 si sono registrate 14.282 presenze a fronte di **14.354** del 2009 - *Fonte "Centro Italiano della Cultura del Carbone"*) e dell'Ufficio Informazioni Turistiche che ha incrementato il numero di presenze di 621 unità, passando da 1271 fruitori nel 2008 a **1892** nel 2009 (*Fonte: Ufficio Informazioni Turistiche*).

Questi dati vanno non a caso a braccetto col boom di traffico dell'Aeroporto di Cagliari-Elmas, che grazie alla Ryanair è diventato il 4° aeroporto in Europa (il migliore in Italia) per crescita di traffico nel 2009. Ad Agosto è stata superata la soglia dei 400 mila viaggiatori, in aumento del **20,33 %** rispetto al 2008,

che si somma agli ottimi risultati dei mesi precedenti, + 26,40 % ad aprile, + 14,42 % a maggio, + 10,87 a giugno e + 20,96 % a luglio. Un incremento di traffico nei primi otto mesi dell'anno dell' **11,13 %**: numeri in controtendenza col resto d'Italia e destinati a migliorarsi considerando che la compagnia irlandese sta investendo parecchio sugli scali isolani.

### ***Segmentazione della domanda: i prodotti***

Al fine di realizzare gli obiettivi di marketing, si ritiene fondamentale differenziare i segmenti di domanda turistica (segmenti diversi in termini di comportamento sociale, stili di vita, età e rapporto con la famiglia) oltre che i mercati (italiano, britannico, tedesco etc.) che il territorio già attrae e che dovrebbe consolidare.

Tuttavia, se molti possono essere i prodotti sviluppabili, si ritiene che competere su tutti con lo stesso livello di efficacia sia assai difficile e molto costoso. Si descriveranno, ora, le linee di prodotto già sviluppate nel territorio di Carbonia:

1. Linea balneare: l'ambiente competitivo su questa linea è piuttosto aggressivo, popolato da concorrenti in grado di mantenere leadership di costo o con gli spazi e la capacità di mobilitare enormi investimenti indirizzati al segmento extra-lusso. Il bacino di domanda è molto ampio ma presenta tassi di crescita e una redditività nel complesso inferiori alla media. Come già detto l'Amministrazione dovrebbe far in modo di integrare la propria linea di turismo con questa, usufruendo del grande bacino d'utenza che la linea balneare riesce a creare.
2. Linea "Paesaggio Culturale": la domanda è fortemente attrattiva per spesa e redditività del territorio. E' un mercato in cui il numero di concorrenti non è vastissimo ma che sta diventando molto competitivo. Se per l'area del Mediterraneo la fruizione del patrimonio diffuso è una modalità di turismo relativamente nuova, va considerato che in altre regioni essa ha radici molto antiche. Per quanto, dunque, questo mercato tenda ad essere considerato una novità, vi sono degli attori molto

consolidati da considerare, soprattutto nel Nord Europa (Irlanda, Inghilterra , Scozia) ma anche in zone più mediterranee: Provenza e Toscana ma anche Umbria.

Gli alti margini consentiti da questo tipo di linea e le ottime ricadute che il tipo di fruizione ha sul territorio hanno però attirato un gran numero di nuovi entranti: Spagna, Sicilia, Marche e, sebbene il mercato sia cresciuto, alcune destinazioni consolidate (Provenza) faticano a mantenere la loro quota di mercato. Rispetto al culturale puro, questa linea si configura più aggredibile da parte del nostro territorio in cui peraltro sono già state avviate alcune iniziative in questo senso (itinerari fenici, itinerari delle miniere, educational tours). E' inoltre importante ricordare che questa linea è differente dalle altre proprio per il suo carattere itinerante, per la fruizione di diversi aspetti del territorio e per una spiccata tendenza da parte del turista a confezionarsi il prodotto su misura: richiede, pertanto, per caratteristica propria del prodotto, un'ampia disponibilità dell'informazione e un sistema di offerte piuttosto organizzato.

3. *Linea "Turismo Naturalistico"*: i prodotti riconducibili a questa linea sono assai interessanti anche perché adatti ad appoggiare le altre linee. La competizione è piuttosto intensa tra le destinazioni alpine e nel Nord Europa ma l'ambiente competitivo nell'area del Mediterraneo non è molto aggressivo. Le caratteristiche morfologiche del territorio e la singolarità in termini di flora e fauna permettono di offrire una vasta gamma di prodotti , dalla speleologia alla visita ai parchi naturalistici.

Si dovrebbero concentrare gli interventi su alcuni fattori principali:

- una maggiore integrazione tra settore ricettivo e organizzatori di escursioni, guide e operatori turistici in genere che consenta alla domanda di avere più facile accesso a questo tipo di offerta, su cui oggi appare difficile organizzarsi;
- il completamento e miglioramento dell'opera di manutenzione, segnaletica e messa in sicurezza della sentieristica per tutti i tipi di mezzo (cavallo, mountain bike, trekking) e della segnaletica da e per i

parchi e le aree turisticamente interessanti, in modo da mettere la domanda in grado di organizzarsi anche da sola;

- rafforzamento della comunicazione su questi aspetti del territorio che sono già percepiti dalla domanda ma su cui si ritiene opportuno rafforzare l'informazione per facilitarne la fruizione. Qualsiasi prodotto turistico presenta un'elevata quantità di contenuto informativo. Infatti, l'informazione è parte del prodotto stesso poiché consente al turista di scegliere cosa fare, come arrivare, come trascorrere i suoi giorni. In nessun altro settore, infatti, le guide hanno la stessa importanza. Questo costituisce un'opportunità di sviluppo di nuovi prodotti: potenziare e rendere efficace l'informazione a disposizione del turista fa sì che sia lui stesso a costruire il prodotto. Sarebbe, dunque, auspicabile la creazione e la distribuzione di mappe e brevi guide specifiche per alcune tipologie di turismo come ad esempio: mappa del turismo enogastronomico; mappa degli itinerari archeologici e dell'archeologia industriale; mappa per il cicloturismo; mappa per gli itinerari trekking; mappa per gli itinerari mountain bike; mappa per gli itinerari in camper; mappa per l'ippoturismo; calendario e guida a tutti gli eventi tradizionali e musicali. Le mappe/guida dovranno riportare i punti di interesse secondo il tipo di esperienza scelta, orari di apertura dei siti, musei, monumenti e informazioni specifiche utili alla tipologia del turismo. Queste, inoltre, dovrebbero contenere un calendario di massima di tutti gli eventi e le manifestazioni del territorio, almeno di quelle già consolidate ("Estiamoinsieme", "Monumenti Aperti", "Carnevale", il calendario della stagione teatrale).

### ***Segmentazione della domanda: i mercati***

Una volta identificate le linee di prodotto sviluppate nel territorio, è necessario differenziare il messaggio turistico per segmenti/mercati turistici:

## 1. Mercato Italiano

- *Giovani (18-25 anni): mantenere la visibilità sugli aspetti di vacanza balneare di classe, ma cercare di "catturare" anche segmenti più attivi;*
- *Pre-family (25-34 anni) e post-family (oltre 60 anni): insistere maggiormente su aspetti naturalistici e enogastronomici per diversificare i segmenti;*
- *Famiglie: mettere in luce il rapporto qualità/prezzo insieme agli aspetti di attività possibili per i bambini/ragazzi sul territorio.*

## 2. Mercato Britannico

- *Pre-family (27-34 anni) e post-family (coppie con figli già indipendenti): enfatizzare maggiormente gli aspetti naturalistici e attivi; valorizzare la cultura e le tradizioni in riferimento a tutte le aree, anche quelle più conosciute per alcuni aspetti di mondanità;*
- *Pre-family inurbati: insistere su aspetti di fuga dallo stress.*

## 3. Mercato Francese

- *Pre-family e post-family: mettere in luce gli aspetti culturali, di paesaggio e di scoperta e tutto ciò che è differenziato rispetto alla Corsica.*

## 4. Mercato Tedesco – Svizzero – Belga – Paesi Bassi

- *Pre-family e post-family e famiglie: rafforzare la comunicazione sul rapporto qualità prezzo, sottolineare gli aspetti di rapporto con il territorio, l'enogastronomia e il paesaggio culturale.*

## 5. Mercato U.S.A.

- *Mercato appena aperto su cui si valuta opportuno insistere con iniziative che spieghino cosa sia il nostro territorio, mettendolo in rapporto con il territorio regionale e nazionale, enfatizzando il made in Italy ed evidenziando i legami con i personaggi e gli artisti più noti e con il mare. Si ritiene importante insistere sulle peculiarità enogastronomiche e cercare l'inserimento in circuiti consolidati offrendo settimane mare-cultura in appoggio a tour in altre aree d'Italia.*

## 6. Mercato Russo

- *Anche questo come quello americano è un mercato che si è appena affacciato alla Sardegna: ha però un tasso di evoluzione molto rapido e quindi a breve si presenterà assai più sfaccettato.*

### ***Carenze strutturali***

La stagione turistica 2009 si è chiusa in maniera certamente soddisfacente ma, anche se la prospettiva per il futuro è abbastanza buona, questa è più incerta per i territori con servizi turistici meno strutturati. Restano nel territorio sulcitano carenze strutturali e debolezze infrastrutturali nei trasporti esterni ed interni che rendono comunque problematico lo sviluppo del turismo che ne subisce le conseguenze, rendendone difficile la crescita. Purtroppo si tratta di osservazioni che vengono rilevate da anni e per le quali non si registrano cambiamenti positivi significativi.

Inoltre l'aumento degli arrivi e delle presenze non è di per sé soltanto un fattore positivo: la crisi economica e la scarsa capacità di spesa delle famiglie colpisce anche il settore del turismo, soprattutto quello sardo, particolarmente costoso rispetto ad altre mete nazionali e internazionali. Tutto ciò non fa altro che frenare lo sviluppo del comparto, determinando, comunque, al di là dei flussi in crescita, una sostanziale stabilità nella spesa del turista durante il suo soggiorno nell'isola.

Le carenze strutturali continuano ad essere uno degli elementi frenanti dello sviluppo turistico in Sardegna. Ci sono moltissimi territori dove il turismo è bloccato dalla loro inaccessibilità per la mancanza di strade, segnaletica adeguata e servizi efficienti. Il buon andamento della stagione infatti non è omogeneo e, come succede da anni, quelli che sono maggiormente in affanno, nonostante i flussi positivi, sono proprio i territori con forti debolezze nelle strutture, nelle infrastrutture e nella qualità dei servizi offerti.

Il turista si trattiene in Sardegna per brevi periodi, soprattutto attirato dalle vacanze marino balneari, il cui flusso l'Amministrazione Comunale dovrebbe cercare di attirare. E' auspicabile un pieno decollo dei Sistemi turistici Locali, della promozione e dell'attività di marketing che, ad oggi, sono deboli e poco efficaci a svolgere la loro funzione di animatori del prodotto turistico.

Con il sistema attuale (carenze infrastrutturali e ricettive) è difficile raggiungere l'obiettivo di incrementare le presenze dei vacanzieri.

### ***Domanda esterna ed interna***

Dall'analisi dei dati presi in considerazione, si precisa una situazione abbastanza stagnante per ciò che riguarda la domanda esterna (turisti nazionali ed internazionali); questo è, tuttavia, un mercato in continua evoluzione e pertanto va seguito con particolare attenzione. Sarebbe soprattutto interessante, come già detto, intercettare i flussi turistici rivolti al turismo balneare e convogliarli verso il territorio comunale. Tale fine si potrebbe ottenere con una promozione a livello capillare presso i paesi interessati al turismo balneare e, nondimeno, nei territori che sono sede di quest'ultimo.

Per quanto concerne la domanda interna (visitatori locali e regionali), a causa della sua variabilità, sarebbe opportuno favorire un processo di fidellizzazione attraverso un'innovazione costante del prodotto in modo da renderlo sempre appetibile.

La domanda, inoltre, sia essa interna od esterna, molto probabilmente condizionata da una crisi economica sempre più pressante, ha subito una flessione per ciò che concerne la richiesta di alberghi con più di tre stelle, preferendo, gioco forza, aziende agrituristiche e bed and breakfast (+ 83,71 % negli arrivi e + 72,41 % nelle presenze - Fonte: Osservatorio Economico della Sardegna. Dati relativi all'intera Regione Sardegna). Tale crisi, come si è già

detto, ha permesso, inoltre, una crescita costante dei voli low cost che permettono ad un target sempre più ampio il raggiungimento di mete turistiche a basso costo. La creazione di itinerari ad hoc legati a tali flussi permetterebbe al territorio sulcitano di essere conosciuto, apprezzato e, dunque, valorizzato in maniera adeguata in mercati che si sono appena affacciati sul mercato sardo e che rappresenterebbero un'importante risorsa.

## **Analisi dell'offerta**

### ***Premessa***

L'analisi dell'offerta presente all'interno di un contesto territoriale permette di percepirne, in modo chiaro e dettagliato, il posizionamento all'interno del mercato.

Gli obiettivi di maggior rilievo legati all'analisi dell'offerta territoriale sono principalmente di carattere conoscitivo e sono volti a comprendere, da un lato, la vocazione del territorio, dall'altro a valutare quali potrebbero essere gli elementi di forza legati ad un determinato prodotto e quali invece quelli di debolezza nel confronto con i concorrenti.

Non si deve dimenticare che l'offerta culturale non è data soltanto dai musei, dai monumenti, dagli edifici e dai siti, ma si compone di tutta quella serie di prodotti, servizi, itinerari e informazioni che sono propedeutiche alla fruizione del territorio stesso.

Gli asset (dotazioni) di cui il territorio è dotato sono descritti analiticamente nell'appendice A. In questa sezione si analizzeranno i servizi accessori agli asset che –si evidenzia- dovrebbero essere affiancati da un insieme di

prestazioni che ne favoriscano la comprensione e il pieno godimento da parte del fruitore.

Il fruitore/turista cerca qualità, valore aggiunto e, soprattutto, servizi di buona se non di ottima qualità; egli compra benefici e facilitazioni: è chiaro che non vuole preoccupazioni. Ma nello stesso tempo paga prestazioni cioè servizi.

### ***Articolazione dell'offerta turistica***

Gli elementi che entrano a far parte dell'offerta turistica si possono classificare nel modo seguente:

- 1- dotazioni territoriali (attrazioni naturali, storiche, socio-culturali);
- 2- servizi di trasporto;
- 3- strutture ricettive;
- 4- esercizi complementari (servizi di supporto).

#### ➤ Dotazioni Territoriali

Il territorio di Carbonia presenta una notevole ricchezza di siti storici, urbanistici, archeologici e naturalistici (in totale ben 21) e museali (in totale 4) (v. Appendice A).

L'offerta della dotazione territoriale è, pertanto, oltremodo variegata anche se, soprattutto alcuni asset storico-archeologici, non risultano accessibili. Quella dell'accessibilità e, dunque, della fruibilità del sito è condizione necessaria per lo sviluppo dell'offerta turistica: c'è bisogno, infatti, di una grande disponibilità di orari e giorni dedicati alla visita, con chiara visibilità e accessibilità grazie ad una segnaletica il più possibile esaustiva e completa di puntuali informazioni multilingue. A tutto ciò si deve affiancare un'adeguata capacità di accoglienza per evitare quantomeno le code, con facile disponibilità di servizi annessi quali caffè, bar, bookshop, visite guidate e itinerari. La situazione dei musei di Carbonia sotto questo punto di vista è apprezzabile ma migliorabile; a questo

proposito andrebbero fatti dei distinguo per i diversi musei cittadini dal momento che i servizi offerti da questi sono abbastanza diversificati.

Occorre precisare, in primis, che i musei cittadini di Carbonia, per permettere agli utenti una migliore fruizione del patrimonio museale, si sono dotati di un **biglietto unico** che permette l'ingresso senza scadenza in tutti i musei cittadini; tale servizio è fondamentale dal momento che, non solo permette agli utenti un non indifferente risparmio per l'acquisto dei ticket d'ingresso ma anche perché fa sì che il biglietto stesso costituisca un veicolo promozionale fra i diversi musei.

Per ciò che attiene gli altri servizi, va detto che le realtà dei musei comunali sono abbastanza organizzate per ciò che riguarda i servizi accessori: sono dotati, infatti, di bookshop e di servizio guida; l'Amministrazione sta parimenti lavorando alla creazione e/o allo sviluppo di punti di ristoro all'interno delle diverse realtà museali di Carbonia. Il Parco Archeologico di Monte Sirai è già dotato di un efficiente punto di ristoro/ristorante mentre, il C.I.C.C. e il Museo Paleontologico ne saranno presto dotati.

La presenza di un punto di ristoro nei Musei tende a favorire nei clienti la curiosità e l'interesse verso il museo a cui è collegato, aumentandone l'utenza. Esso funzionerebbe, dunque, non solo come autonomo punto di attrazione e come luogo di comunicazione per la visita del Museo, creando un proficuo circolo virtuoso, ma anche come integrazione dell'offerta per i turisti estivi (che visitano i musei soprattutto durante l'ora di pranzo) ai quali, avendo spesso tabelle di marcia molto serrate, risolverebbe il problema del pranzo.

Il Comune di Carbonia si è dotato di un ulteriore servizio accessorio, l'Ufficio Turistico, gestito in collaborazione con la Pro Loco cittadina, capace di dare informazioni e supporto per l'organizzazione e la gestione della realtà museale e delle attività culturali cittadine.

## ➤ Trasporti

Servizio fondamentale è quello dei trasporti che hanno la funzione di consentire ai turisti di recarsi presso le mete prescelte: questo si suddivide in esterno ed interno.

-Il trasporto esterno misura quanto è facile raggiungere una destinazione dall'esterno: questa dipende dalla presenza dell'aeroporto, del porto, da una rete ferroviaria capillare e da un sistema stradale efficace.

-Il trasporto interno è, di contro, la facilità che si ha, una volta giunti in una località, di usufruire di tutti gli aspetti culturali, ludici e di svago della città: questo è dato essenzialmente dal sistema di trasporto urbano, dalla segnaletica e dall'arredo urbano.

Il territorio sulcitano per ciò che concerne i trasporti risulta essere abbastanza deficitario: è mancante, infatti, di un efficace sistema di trasporti interno che potrebbe facilitare il collegamento fra il centro cittadino e i vari musei che sono ubicati in posizione decentrata (Polo culturale di Serbariu e Parco Archeologico di Monte Sirai) e quindi difficilmente raggiungibili. L'ultimazione del Centro Intermodale potrebbe costituire un'importante opportunità: affiancare al trasporto su rotaia un sistematico trasporto urbano non solo attraverso bus o navette ma sfruttando, parimenti, l'opportunità del bike sharing (servizio di biciclette a noleggio) che è uno degli strumenti più efficaci di mobilità sostenibile per quei comuni che intendono ridurre i problemi derivanti dalla congestione stradale e il conseguente inquinamento. Il servizio consiste nella messa a disposizione dei cittadini di una serie di biciclette, dislocate in diversi punti di parcheggio, che i cittadini possono utilizzare durante il giorno, noleggiandole, con il vincolo di consegnarle alla fine dell'utilizzo presso uno dei vari punti di raccolta.

Altra mancanza riscontrata è quella di un'assenza di una linea diretta di collegamento che dall'aeroporto di Cagliari-Elmas conduca nel territorio sulcitano.

➤ Strutture ricettive

Altro punto cardine dell'offerta turistica è dato dalla presenza di strutture ricettive.

L'offerta del settore ricettivo è caratterizzata da diverse modalità di fruizione e viene generalmente suddivisa in tre componenti fondamentali:

- strutture alberghiere, costituite dagli alberghi articolati nelle diverse categorie;
- strutture extralberghiere, ossia campeggi, villaggi turistici, B&B, ostelli, alloggi agrituristici, colonie, aree di sosta per i camper;
- abitazioni secondarie e case per le vacanze, costituite da residenze utilizzate per uso privato o per essere affittate per soggiorni turistici.

La pianificazione, la realizzazione ed il controllo delle strutture ricettive divengono fattori di fondamentale importanza in un'ottica di sviluppo strategico ed economico della destinazione. Il panorama dell'accoglienza del territorio di Carbonia non è dei migliori: un territorio che dovrebbe avere vocazione turistica non si può permettere una pressoché totale assenza di strutture ricettive.

Dagli ultimi censimenti fatti dall'Ufficio Informazioni Turistiche di Carbonia, risultano essere presenti nel territorio comunale soltanto due alberghi a tre stelle e un affittacamere a tre stelle che sono insufficienti a far fronte alla domanda turistica. Tale domanda viene, quindi, soddisfatta dalle strutture extralberghiere e nella fattispecie da strutture agrituristiche e dai bed and breakfast: nel territorio di Carbonia si contano tre strutture agrituristiche e dieci bed and breakfast; in totale sono circa trecento i posti letto che si contano in città, raggruppati in un massimo di cinque/sei per struttura (fonte: "Ufficio Informazioni Turistiche").

In buona sostanza, si tratta di strutture molto piccole adatte ad un turismo "mordi e fuggi" che, alla fine, metterà assieme molti numeri ma che non incide in maniera consistente sull'economia cittadina. Una dotazione a tutti gli effetti

troppo esigua perchè il settore possa diventare trainante; se in città ci fosse la stessa disponibilità di posti letto in un numero limitato di strutture, la situazione sarebbe interessante. Sembra paradossale ma Carbonia, che spesso è punto di riferimento per arrivi anche consistenti, traina di fatto le aziende ricettive del resto del territorio. E' certamente impensabile accogliere comitive in città dividendole in una miriade di strutture.

Non sono, invece, scandagliabili i numeri relativi alle abitazioni secondarie e alle case per le vacanze che hanno creato una sorta di mercato turistico sommerso. Per sopperire alla mancanza di posti letto nel territorio di Carbonia, nel **Piano Strategico** si era ipotizzata la realizzazione di un albergo diffuso a Sirri che permetterebbe non solo l'implementazione di posti letto ma, precipuamente il recupero e la riconnessione di attività legate all'agricoltura e la peculiarità dell'insediamento tipica del medau sulcitano, di un sistema ricettivo, dunque, attento alla cultura e all'ambiente (turismo rurale).

Infine si conta, a tempi brevi, sulla nascita dell'albergo "Sirai" la cui costruzione dovrebbe essere ultimata entro il 2011 e fornirà un numero cospicuo di posti letto in città (circa 120) sì da poter davvero pensare a Carbonia come ad una località turistica. E', altresì, importante sottolineare le enormi potenzialità turistiche del territorio della circoscrizione di Bacu Abis il quale, all'interno del **P.U.C.** , è stato identificato come quello più indicato per l'implementazione delle strutture e delle attività turistiche, soprattutto in virtù della prossimità (2 Km) del medesimo alla marina di Gonnese e di Portoscuso.

#### ➤ Esercizi Complementari

Queste attività comprendono tutte le branche economiche in genere (produzioni agricolo-alimentari, artigianali, manifatturiere), i servizi sanitari e finanziari (banche, assicurazioni ecc.) i servizi di cura personale (centri fitness ed igiene, lavanderie ecc.) sino alle imprese di supporto ed assistenza alle aziende direttamente coinvolte nel settore turistico (imprese edili, professionisti ecc.). All'interno di una destinazione turistica, sarebbe sempre

utile individuare settori industriali e commerciali che possano trarre benefici dalla presenza di visitatori.

### ***Conclusioni: il posizionamento nel mercato turistico***

Alla luce dell'analisi sopra effettuata, si evince che per il "Prodotto Carbonia" sarebbe da adottare una scelta di posizionamento medio che, parimenti, dovrebbe coniugarsi, almeno nel primo quinquennio di programmazione, con un'opzione economico/produttiva tendente a contenere i costi per i turisti rispetto alle altre offerte turistiche (leva del prezzo). Questa manovra appare necessaria in quanto il Sulcis deve compensare in qualche modo, soprattutto nella fase di start-up, l'handicap della posizione decentrata in un'isola decentrata rispetto al continente europeo e ai principali flussi turistici continentali.

Il turista cui rivolgere l'offerta del Sulcis è un fruitore eco-sensibile, amante della storia, della cultura, della natura e dell'enogastronomia; un turista non massificato, attratto dalla storia locale e amante della tranquillità.

Sviluppando tale tipo di offerta, il turismo nel Sulcis può diventare un fenomeno economico rilevante. I fattori critici di successo per lo sviluppo di un'area possono essere quindi ricondotti anche ad un'offerta turistica articolata, nella quale grande importanza assume senz'altro la presenza integrata di un buon sistema museale, di eventi culturali, sportivi e scientifici in grado di arricchire il pacchetto turistico di un territorio.

La valorizzazione di un patrimonio culturale, coniugata con iniziative imprenditoriali, può offrire ritorni economici estremamente interessanti; l'obiettivo deve essere quindi quello della trasformazione dell'offerta di un prodotto turistico, oggi essenzialmente balneare, in un multi prodotto fatto di natura-ambiente, arte, archeologia, cultura, congressistica, enogastronomia, sport, ecc.

L'offerta turistica del Sud-Ovest sardo gode dell'influenza positiva di un insieme di risorse naturali ed ambientali di inestimabile valore. La varietà e la bellezza del paesaggio, la ricchezza del patrimonio artistico e culturale, le condizioni climatiche favorevoli per gran parte dell'anno, sono infatti solo alcuni dei punti di forza che fanno del territorio suscitano una zona dalle elevate potenzialità per il turismo, non solo per quello comunemente definito "balneare" ma anche e soprattutto culturale.

Bisogna puntare sulle risorse dell'interno, tenendo in dovuto conto che il turismo culturale dipende strettamente anche dal turismo balneare e non può esserne un'alternativa, ma deve integrarsi con questo.

## **Analisi S.W.O.T.**

La scelta di utilizzare l'analisi S.W.O.T.(Strengths=forza, Weaknesses=debolezza, Opportunities=opportunità e Threats=minacce) come strumento di valutazione ha permesso di individuare, accanto agli elementi di debolezza dell'area, anche i settori di intervento e dunque le opportunità offerte dalle stesse caratteristiche del luogo.

<b>Punti di forza</b>	<b>Punti di debolezza</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altissimo valore del patrimonio culturale e ambientale</li> <li>• Carattere e tipicità di luoghi e genti</li> <li>• Tentativi di iniziative economiche dal basso</li> <li>• Possibilità di innalzare la permanenza del turista nella zona</li> <li>• Forte associazionismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scarsa accessibilità del territorio</li> <li>• Basso livello dei servizi di accoglienza</li> <li>• Mancanza di personale qualificato nel settore ricettivo</li> <li>• Insufficienti rapporti tra istituzioni e rappresentanti dell' economia locale</li> <li>• Insufficiente coscienza delle potenzialità culturali, ambientali, turistiche della zona</li> <li>• Mancanza di competenze riguardo interventi di valorizzazione territoriale ed</li> </ul>

	<p>operazioni di marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitato contributo al turismo</li> </ul>
--	---

<p><b>Opportunità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura della popolazione ad orizzonti culturali ampi ed internazionali</li> <li>• Sollecitazione delle amministrazioni alla soluzione di problemi contingenti quali l'accessibilità al territorio</li> <li>• Ampia possibilità di sviluppo dell'occupazione</li> <li>• Spazio alla nascita di Associazioni rivolte alla valorizzazione del territorio (Educational Tours)</li> <li>• Spazio allo sviluppo del settore turistico</li> <li>• Recupero di ampie zone di forte attrattività culturale</li> <li>• Miglioramento delle condizioni di vita della cittadinanza</li> </ul>	<p><b>Minacce</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mancata apertura della popolazione verso realtà e progetti di valorizzazione esterni</li> <li>• Chiusura della popolazione nei confronti di un possibile aumento dei vincoli d'uso del territorio</li> <li>• Interventi esterni invasivi</li> </ul>
--	--

Alla luce di queste analisi (domanda, offerta e S.W.O.T.), si possono precisare gli obiettivi di carattere generale che permettono l'elaborazione di una proposta di interventi coerente con le esigenze effettive del distretto sulcitano.

## **Proposta degli interventi**

In questa sezione si delinea una strategia di valorizzazione basata su alcune azioni prioritarie riguardanti il prodotto-territorio di Carbonia. Sono state individuate cinque macro aree sulle quali intervenire: l'area informativo/promozionale, l'area politica, l'area museale, l'area della mobilità e l'area del sistema della ricettività.

### **➤ Area informativo/promozionale**

#### **1. ITINERARI TEMATICI**

Creazione di itinerari specifici (archeologici, storico-industriali, urbani, enogastronomici, naturalistici) per rendere più appetibile il prodotto-territorio Carbonia. Diverse potrebbero essere le tipologie di itinerario da creare, soprattutto in un territorio come quello di Carbonia che si presta ad essere fruito in più modalità; una possibile strada da percorrere sarebbe quella della creazione di itinerari/sentieri da trekking nell'areale a est della città caratterizzato dalla presenza di pendii non scoscesi che permettono, anche d'inverno (vista la mancanza di ghiaccio e neve), lunghe camminate immergendosi in una natura incontaminata. Si presenterà, in appendice (Appendice B), a mero titolo esemplificativo, un esempio di itinerario che potrebbe rendere più appetibili alcuni asset del territorio di Carbonia, creare un maggiore flusso turistico e, parimenti, costituire un volano anche per gli altri asset non contemplati nel suddetto itinerario.

#### **2. TURISMO "FERROVIARIO"**

Rendere nuovamente fruibili, di concerto con la Provincia di Carbonia-Iglesias, e facendo seguito all'idea lanciata dall'Amministrazione durante il convegno "Urban Sport" (ottobre 2006), i vecchi tracciati delle Ferrovie Meridionali Sarde. Avendo la Provincia di Carbonia-Iglesias deciso di inserire in bilancio un finanziamento di mezzo milione di euro per la trasformazione dei vecchi

tracciati in piste ciclabili, e, non trattandosi di interventi diretti ma di erogazioni come finanziamenti ai comuni che realizzeranno tali interventi, sarebbe opportuno per l'amministrazione comunale di Carbonia, trasformare queste vecchie tratte ferroviarie in piste ciclabili e sentieri trekking.

### **3. TURISMO ATTIVO**

Implementare quella che si può definire la nuova frontiera del turismo sostenibile e cioè il cosiddetto *Turismo Attivo*: si tratta di una filosofia di viaggio che combina avventura, ecoturismo e cultura (cicloturismo, trekking, equitazione e ippoterapia, attività dedicate a diversamente abili). Nel turismo attivo rientrano sicuramente tutte le tipologie di fruizione turistica a basso impatto ambientale che non sono esclusiva osservazione del territorio ma implicano un impegno del visitatore. Il turismo attivo rappresenta un segmento in forte espansione del mercato globale: rispetto alle forme di turismo più classico questo ha il vantaggio di garantire flussi nell'arco di tutto l'anno, di coinvolgere territori a vocazione non tradizionalmente turistica e di attrarre nuove tipologie di visitatori normalmente non catturati dall'offerta tradizionale. Secondo le ultime stime del W.T.O. (World Tourism Organisation), i tassi di crescita generati nei prossimi anni dalla vacanza attiva saranno vicini al 20% a fronte di un 4% dei segmenti di turismo tradizionali. Per le peculiarità del territorio, Carbonia ben si presta allo sviluppo di questo settore nell'ottica di una delocalizzazione dell'offerta verso le zone interne, quindi non balneari, e di una destagionalizzazione nei mesi invernali: le potenzialità sono enormi ma ancora in larga parte inesprese. Il turista attivo è un soggetto che non ha un'età definita, che non ha a disposizione molto tempo, che ama i voli low-cost, usa internet e spesso si muove da solo; egli cerca, in primis, servizi idonei per le diverse attività e trasporti sia per le persone che per le attrezzature.

Accanto alla linea del turismo attivo, si potrebbe creare una linea di turismo che si appoggi alle molteplici attività sportive, questa potrebbe benissimo entrare a far parte del turismo attivo e costituire un incremento dei flussi turistici.

#### **4. TURISMO IN CAMPER**

Il turismo in camper rappresenta per l'industria turistica italiana un'importante fetta di mercato: sono 800mila le persone che ogni anno si muovono in camper creando sul territorio nazionale un indotto superiore ai 700 milioni di euro.

Oggi a scegliere il camper sono prevalentemente le famiglie, le coppie senza figli, gruppi di amici e pensionati; analizzando, però, i trend futuri si scopre che i camperisti del futuro saranno più giovani: l'età media sarà, infatti, compresa tra i 25 e i 34 anni. Lo studio evidenzia, inoltre, che questa tipologia di turisti pratica abitualmente lo shopping sul territorio, dimostrando di apprezzare i prodotti tipici locali, come l'enogastronomia e le produzioni artigianali.

Nonostante il trend positivo, però, anche questo settore sembra risentire della crisi generale: si registra infatti un 10% in meno degli arrivi e un 30% delle presenze in Italia anche a causa dell'aumento dei carburanti e delle tariffe autostradali.

Sarebbe oltremodo conveniente per l'Amministrazione Comunale riuscire a catturare questa fetta di trend turistico non solo perchè, vista la carenza di posti letto, risulterebbe essere una valida alternativa al turismo classico che si basa sul pernottamento in albergo, ma anche perchè darebbe un considerevole impulso al turismo culturale visto l'apprezzamento che tale tipo di turista ha verso le produzioni locali, l'enogastronomia e le visite artistico-culturali.

#### **5. TURISMO ENOGASTRONOMICO BIOLOGICO E DELL'ARTIGIANATO**

Sviluppare di concerto con associazioni culturali, privati cittadini e imprenditori una linea comune di sviluppo dell'artigianato, dell'enogastronomia e del folclore che possa identificare l'identità della città di Carbonia. Come sappiamo la peculiarità della città di Carbonia è quella della multietnicità: vennero impiegati nelle neonate miniere genti provenienti da tutte le province della Sardegna e da tutte le regioni d'Italia. Questo, che potrebbe sembrare un punto di debolezza per l'identità di Carbonia, deve, in realtà, essere identificato come punto di forza: la multietnicità e la multiculturalità costituiscono in realtà un di più poiché rende l'offerta enogastronomica, folcloristica e dell'artigianato molto

più vasta e particolareggiata di quella degli altri territori della Sardegna. Si tratterebbe, a questo punto, di sviluppare le linee che associazioni, privati ed imprenditori, attraverso un concorso di idee, vogliono portare avanti sì da creare un **brand** identitario. Un brand che dovrebbe puntare su un valore aggiunto che potrebbe essere il biologico e cioè una produzione agricola non intensiva che non utilizza parassiti, concimi chimici e di sintesi, diserbanti, non utilizza tecniche di lavorazione della terra distruttive come scassi ed arature profonde ma, al contrario, considera il terreno come qualcosa di simile ad un organismo e non come un semplice supporto per le colture. Le **produzioni biologiche** dovrebbero trovare un mercato elettivo nella rete alberghiera e della ristorazione, con uno specifico marchio di qualità e riconoscibilità. Cercare, inoltre, di insediare nel territorio comunale (area Miniera di Serbariu) un polo dell'artigianato artistico che abbia come vocazione principale quella di promuovere i prodotti dell'artigianato locale. Tale centro potrebbe, altresì, funzionare come location da destinare alle attività di formazione per gli artigiani.

## **6. INFO POINT TURISTICO**

Apertura di un secondo Info Point nel nuovo Centro Intermodale da affiancare a quello già avviato di Piazza Roma. L'apertura di tale punto di informazione turistica sarebbe strategico poiché darebbe la possibilità all'ipotetico fruitore del "Prodotto Carbonia", che giunge nel territorio con il treno o in corriera, di venire direttamente a contatto con la realtà della città, conoscerne l'offerta culturale e ricettiva e le diverse modalità di trasporto per raggiungere tali luoghi.

## **7. COMUNICAZIONE TELEMATICA**

Implementare, sviluppare e ammodernare il sito istituzionale del Comune per ciò che concerne le informazioni turistiche: da una verifica effettuata on line, si è constatato che il sito istituzionale del Comune di Carbonia, inserendo nei più noti motori di ricerca la parola Carbonia, è il primo a comparire come risultato della ricerca, ed è pertanto palese che è conveniente, al fine di fornire maggiori

informazioni sul territorio, implementare le informazioni in detto sito, creando una sezione ad hoc per il turismo.

In particolar modo si intende intervenire sulla home page col fine di inserire una sezione dedicata al turismo implementando le informazioni con video e immagini; creando una sezione di "link turistici" col fine precipuo di interscambio di informazioni e inserendo mappe con le indicazioni per raggiungere i diversi siti.

### **8. CENTRO SERVIZI DEL TURISMO CULTURALE**

Questo servizio potrebbe dare maggiore impulso e vigore al comparto turistico: tale Centro diverrebbe la sede naturale per lo sviluppo di gran parte delle azioni precedentemente descritte e, in seno ad esso, potrebbe nascere una sorta di tour operator che si occuperebbe, in primis, della valorizzazione e promozione del patrimonio culturale, archeologico e ambientale del territorio di Carbonia e, secondariamente, della vendita attraverso il sito internet di pacchetti turistici e gadgets del Sistema Museale. Tale Centro si potrebbe, altresì, occupare di mettere assieme un pool di esperti per le visite ai siti non accessibili, naturalmente su prenotazione, e, non ultimo, della formazione del personale. Il Centro supervisionerebbe il lavoro dei due Info Point, quello di Piazza Roma e quello che dovrebbe nascere nel Centro Intermodale, e nella fattispecie si porrebbero in essere le azioni per:

- **raccolta** e **distribuzione** materiale turistico informativo e promozionale;
- **promozione "pacchetti turistici"** creati dal Centro Servizi del Turismo Culturale;
- **formazione** per gli operatori turistici;
- **rapporti** con le altre Pro Loco, le Comunità dei Sardi, le città gemellate e i vari soggetti che si occupano di turismo;
- implementare il **Turismo Scolastico** comunale, provinciale, regionale e nazionale appoggiandosi, prevalentemente, a quegli operatori che organizzano visite guidate di elevato contenuto formativo aventi come

finalità precipua la valorizzazione degli attrattori turistici e delle produzioni enogastronomiche. In tal modo si favorirebbe non solo la conoscenza del territorio delle scolaresche locali fin dalla scuola primaria, ma, parimenti, si svilupperebbero parallelamente a questa linea di turismo, quella del turismo culturale, enogastronomico e ambientale.

## **9. FIERE**

E' necessario fare una scelta oculata per quello che riguarda la partecipazione alle fiere: si consiglierebbe la partecipazione a quelle fiere collegate a Carbonia da voli low cost al fine di consentire un legame diretto tra fiera e territorio visitabile. Come già detto in precedenza la prassi da adottare è quella della promozione diretta e cioè scelta ponderata del target, del luogo e della modalità di promozione.

## **10. PROMOZIONE TERRITORIALE DIRETTA**

L'Amministrazione Comunale di Carbonia intende già prendere parte a progetti che hanno come fine precipuo quello della promozione territoriale diretta volta ad affermare la Sardegna a livello internazionale quale meta preferenziale.

La scelta della meta cui indirizzare tali progetti non è naturalmente casuale: le indagini e il monitoraggio annuale svolto dagli studi di settore permettono di individuare le mete che nel panorama europeo emergono quale promotrici assolute dei flussi turistici in arrivo nell'isola.

E' proprio in tale ottica che l'Amministrazione Comunale, per promuovere il territorio del Sud Sardegna cercando di destagionalizzare la domanda ma, soprattutto nel tentativo di attrarre turismo da alcuni mercati emergenti, in particolare individuati nei giovani che creano il loro pacchetto turistico on line utilizzando voli low cost, dovrebbe prevedere dei tours in loco della durata di 5-10 giorni con soste nelle principali piazze e campus universitari delle città scelte che godono di collegamenti diretti e low-cost con l'aeroporto di Cagliari-Elmas. Nelle città prescelte verranno allestiti degli stands promozionali nei

quali verranno accolti gli ipotetici fruitori: personale qualificato distribuirà materiale divulgativo fornito dagli enti territoriali e una guida multilingua con specifici approfondimenti sulle opportunità di visita dei luoghi di particolare interesse culturale e naturalistico.

Gli utenti contattati saranno invitati alla compilazione di un questionario su natura e modalità della propria vacanza tipo e, in particolare, su esigenze e aspettative di un soggiorno nell'isola. Mediante un data base preventivamente predisposto, saranno quindi guidati da operatori specializzati alla creazione della propria vacanza ideale. L'attento monitoraggio consentirà di indirizzare l'utenza, sulla base delle esigenze evidenziate, verso pacchetti preventivamente elaborati o in alternativa ideare al momento un soggiorno vacanza personalizzato.

Inoltre, i recapiti e-mail e telefonici ottenuti confluiranno in un data base del quale enti e soggetti finanziatori potranno usufruire in seconda istanza per contattare il cliente potenziale per l'invio di preventivi di soggiorno e di ogni altra informazione pubblicitaria su manifestazioni, eventi e servizi offerti.

La pratica della promozione territoriale diretta potrebbe e dovrebbe essere posta in essere anche con le città con cui l'Amministrazione Comunale è legata da un gemellaggio: Oberhausen (Germania), in primis, con la quale Carbonia è gemellata dal 2002 e Beheren les Forback (Francia) con cui Carbonia è gemellata dal 2006. In queste città sarebbe opportuno pianificare un sistema di promozione territoriale diretta costante, con un interscambio di informazioni tra le città e la creazione di una sorta di osservatorio capace non solo di promuovere il "Territorio Carbonia" in loco ma, soprattutto, promuoverlo nel resto del continente (Germania e Francia appunto) e, altresì, effettuare un monitoraggio continuo della domanda.

Tale prassi si potrebbe, inoltre, adottare con le città di Albona e Arsia (Repubblica di Croazia) con le quali l'Amministrazione Comunale si è gemellata

e con tutti i "Circoli dei Sardi": ciò permetterebbe la promozione del territorio in un nuovo scenario che per ora non si è ancora affacciato sul nostro mercato e che, pertanto, risulta essere molto appetibile e aggredibile.

## ➤ **Area museale**

### **11. ECOMUSEO**

Sviluppare, affiancandola al classico turismo balneare, una linea di turismo che non distrugga le risorse culturali e le specificità della società locale, ma, al contrario, possa valorizzare le identità culturali, già a forte rischio di omologazione, quindi un turismo sostenibile, compatibile, consapevole e integrato. Tale finalità si potrebbe ottenere con la creazione di un Ecomuseo; secondo la definizione data da Giovanni Pinna, presidente dell'I.C.O.M Italia (International Council Of Museum), si definisce Ecomuseo un museo destinato a raccogliere testimonianze della cultura materiale e oggetti un tempo d'uso comune il cui significato e la cui utilità si vanno perdendo; musei legati ad un territorio volti a raccontare storie locali, a ricordare le proprie radici a comunità che tendono a dimenticare il proprio passato. Un ecomuseo è, in sostanza, un territorio caratterizzato da ambienti di vita tradizionali, patrimonio naturalistico e storico-artistico particolarmente rilevanti; esso interviene sullo spazio di una comunità, nel suo divenire storico, proponendo come oggetti del museo non solo gli oggetti della vita quotidiana ma anche i paesaggi, l'architettura, il saper fare e le testimonianze orali della tradizione. Fine precipuo dell'ecomuseo è, dunque, quello di raccontare lo stretto rapporto fra comunità locale e territorio e si precisa nella creazioni di percorsi tematici che evidenziano tali strette connessioni. La creazione dello stesso, sarebbe legata indissolubilmente al punto 1 (Itinerari tematici): la creazione di percorsi-itinerari legati allo stretto rapporto intercorso tra territorio e comunità ivi insediata sta alla base della nascita di un ecomuseo. Utilizzando la pratica del benchmarking, e cioè quel processo di marketing che consiste nell'analizzare le prassi e le metodologie di altre aziende-enti per migliorare e incrementare le

performance della propria impresa-ente assicurando un miglioramento continuo grazie al confronto costante con l'esterno, si potrebbe prendere ad esempio la "buona prassi" adottata dalla Provincia di Pistoia nella gestione dell'Ecomuseo della Montagna Pistoiese. Questo nacque nel 1989 con un solo sito visitabile col fine di raccontare lo stretto rapporto, incentrato sull'acqua e il bosco, che lega il territorio montuoso alla sua comunità. Ad oggi i siti visitabili sono sei, caratterizzati da percorsi tematici (itinerario del ghiaccio, del ferro, dell'arte sacra, della vita quotidiana, del verde e della pietra) che evidenziano il suddetto legame; i promotori dell'ecomuseo sono la Provincia di Pistoia, la Regione Toscana, l'Unione Europea, la Comunità Montana dell'Appennino Pistoiese e alcuni Comuni. L'ecomuseo registra circa 17.000 visitatori l'anno, metà dei quali di provenienza locale; ciò a dimostrazione del fatto che il legame fra comunità locale e territorio è veramente saldo, e l'ecomuseo punta proprio a corroborare tale legame. Tale legame potrebbe proprio essere al centro dell'idea cardine attorno alla quale potrebbe nascere l'Ecomuseo di Carbonia: un ecomuseo incentrato sullo stretto legame tra i popoli che hanno vissuto nel territorio di Carbonia, lo sfruttamento del suo sottosuolo (dal periodo prenuragico fino alla nascita delle miniere in epoca fascista), lo sfruttamento della terra per l'agricoltura e l'allevamento (boddeus e furriadroxius) e l'utilizzo delle diverse cavità naturali ivi presenti (Su Carroppu, Grotta dei Fiori). La fase di start-up potrebbe avvenire, almeno in prima fase, appoggiandosi al percorso tematico del C.I.A.M.(Carbonia Itinerari di Architettura Moderna) e all'appena avviata pratica dell'*Educational Tours* (pratica avente l'intento di valorizzare, tutelare e rendere fruibili determinate emergenze archeologiche, ambientali e naturalistiche con una finalità educativa) sperimentata con grande successo con la visita alla Valle Carsica del Rio Cannas; potrebbero essere, questi, percorsi immediatamente fruibili attorno ai quali potrebbero ruotare altri itinerari, non ultimo quello descritto nell'Appendice B.

Per ciò che concerne la gestione dello stesso si potrebbe ipotizzare una gestione basata sulla costituzione di due organismi, associazione e agenzia, capace di agire su due fronti con due strumenti: l'Associazione capace di

produrre gratuità e consenso fra il pubblico (no profit), mentre l'Agenzia, data la sua natura puramente commerciale, garantisce la sopravvivenza economica del progetto (for profit).

<b>Attività Associazione NO PROFIT</b>	<b>Attività Agenzia Turistica</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promozione visite guidate</li> <li>• Promozione seminari e workshop</li> <li>• Gestione eventi, manifestazioni e fiere in loco</li> <li>• Didattica e formazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Progettazione: pacchetti per le scuole, piccoli gruppi</li> <li>• Progettazione itinerari</li> <li>• Creazione di un logo e di un sito ufficiale</li> </ul>

### ➤ **Area della mobilità**

#### **11. SEGNALETICA TURISTICA STRADALE**

Strettamente connesso allo sviluppo del turismo da camper è sicuramente lo sviluppo e l'implementazione della segnaletica d'accoglienza: questa è il primo biglietto da visita che si porge al visitatore e dalla sua qualità dipende, almeno in parte, la qualità del soggiorno e quindi la soddisfazione del turista. Una segnaletica di qualità contribuisce decisamente alla stessa "immagine di marca" della località: pannelli d'informazione permettono al visitatore di orientarsi senza perdere tempo e, elemento non secondario, ai cittadini di rafforzare il proprio senso di identità. Non bisogna dimenticare infatti che una località si può "vendere" solo se i suoi abitanti sono coscienti del patrimonio di cui, in un certo senso, sono custodi e se, dunque, lo conoscono e lo "riconoscono".

La segnaletica turistica offre stimoli e suggerimenti per mete, strutture turistiche e per il tempo libero; questa è, di per se stessa, accoglienza, informazione, suggerimento. L'Amministrazione ha già in progetto di studiare e riorganizzare la segnaletica, compresa quella turistica. Bisogna organizzare un sistema di segnaletica per la promozione interna ed esterna del territorio costituita da una rete di punti di informazione articolata su diversi livelli:

- I LIVELLO:

descrivono l'intera area e sono collocati agli "ingressi" delle strade principali, nelle aree d'accoglienza e nelle frazioni;

- **II LIVELLO:**

sono collocati nel centro cittadino e descrivono la città e i dintorni;

- **III LIVELLO:**

sono collocati nei punti d'interesse (singolo edificio, bene culturale, museo).

## **12. TRASPORTI LOCALI E REGIONALI**

Creazione di una rete low cost di trasporti interni, che si appoggi naturalmente alla rete aerea low cost, capace di collegare in maniera capillare non solo Carbonia con l'aeroporto e il porto di Cagliari, ma, soprattutto, che renda fruibili e raggiungibili i diversi siti del territorio. Sarebbe opportuno creare una rete capillare di mobilità interna a basso costo (potrebbe anche funzionare solo su prenotazione e con tariffe fisse) capace di collegare i diversi siti, fruibili e non, del territorio di Carbonia; a tale servizio andrebbe aggiunto un trasporto per disabili che permetta loro non solo l'arrivo e la visita ai siti fruibili ma, altresì, la possibilità di visionare il sito attraverso un tour interattivo.

## **13. BIKE SHARING**

Dotare il territorio di un sistema di noleggio biciclette: i cittadini e i turisti interessati si iscrivono e ricevono una chiave che abilita all'uso delle biciclette. Una volta usate, le bici devono essere riposte nella posizione d'origine. Il servizio funziona tutto l'anno, di giorno.

## ➤ Area politica

### **14. ACCORDO DI PROGRAMMA**

Porre in essere le azioni affinché si dia nuova linfa all'Accordo di Programma stipulato tra il novembre e il dicembre 2006 fra 12 Comuni della Provincia di Carbonia-Iglesias, ormai arenato, avente come fine precipuo quello della realizzazione di un **sistema integrato per la gestione dei Beni Culturali e Ambientali**. La mission dell'Accordo di Programma prevedeva la costituzione di un sistema integrato in grado di attivare tutte le risorse necessarie per gestire, valorizzare e promuovere i beni culturali ed ambientali connessi ad un sistema di offerta territoriale, basato sull'archeologia, la cultura e l'ambiente del Sulcis Iglesiente. L'Accordo di Programma aveva messo chiaramente in luce alcuni punti che sono a tutt'oggi molto attuali e che avrebbero permesso al territorio del Sulcis Iglesiente di giocare d'anticipo sugli altri territori regionali poiché, appunto, prendeva atto di determinate situazioni il cui sviluppo avrebbe fatto sì che il territorio sulcitano potesse essere il primo in Sardegna a dotarsi di tale strumento.

Considerato ciò che l'Accordo di Programma prevedeva, è necessario che l'Amministrazione operi per riavviarlo e, se utile e necessario, assumere il ruolo di capofila tra i Comuni firmatari. Bisogna riprendere le argomentazioni cardine dell'Accordo, tenendo, naturalmente, conto degli accadimenti politici verificatisi in questo lasso di tempo: nascita della Provincia di Carbonia-Iglesias e del Sistema Turistico Locale.

## ➤ Area del sistema della ricettività

### **15. STRUTTURE RICETTIVE**

Cercare di superare il problema dei posti letto implementandone l'offerta: di recente l'Amministrazione Comunale ha preso parte ad un progetto regionale che prevede uno studio di fattibilità per il recupero a fini turistici di vecchi insediamenti rurali quali medaus e furriadroxius (turismo rurale); inoltre, nel

piano strategico si ipotizzava lo sviluppo di un piano di fattibilità per la nascita di un albergo diffuso nella località di Sirri che permetterebbe, appunto, non solo un rilancio della località suddetta ma, soprattutto una maggiore offerta per l'ipotetico turista.

La permanenza di attività legate all'agricoltura e la peculiarità dell'insediamento tipica del medau sulcitano rendono Sirri particolarmente adatto ad un intervento di recupero e riuso all'insegna dello sviluppo locale e alla creazione di un sistema turistico-ricettivo attento alla cultura e all'ambiente. Il progetto di albergo diffuso a Sirri prevedeva una struttura ricettiva unitaria le cui componenti sarebbero state dislocate in immobili diversi: il cuore dell'albergo diffuso, da localizzare in zona centrale rispetto a tutte le altre strutture, è uno spazio adibito a reception nel quale si trovano anche altri servizi quali un ristorante ed uno spazio vendita di prodotti tipici locali. Nello stesso nucleo centrale si troverebbero anche una parte delle camere, mentre la restante parte sarà dislocata in diverse abitazioni di residenti per le quali si prevede, nei casi necessari, il restauro e l'adeguamento funzionale.

Come già si è detto, inoltre, si ripongono grandi speranze per la prossima apertura del nuovo "Albergo Sirai" e per le ottime possibilità turistiche offerte dai territori della circoscrizione di Bacu Abis i quali, all'interno del **P.U.C.**, sono stati identificati come quelli adatti allo sviluppo di strutture e di attività di tipo turistico vista la loro prossimità alla marina di Gonnese e Portoscuso. La distanza di detti territori al mare (circa 2 Km) risulta essere di fondamentale importanza per la costruzione di nuove strutture ricettive.

Altra carenza che si è riscontrata è la quasi totale assenza di **siti internet relativi alle strutture ricettive**: detta mancanza fa sì che le strutture ricettive del territorio risultino escluse da quella tipologia di turismo "fai da te" ovvero sia da quella categoria di fruitori che creano il loro pacchetto da casa tramite la rete. Questa è una mancanza che l'Amministrazione dovrebbe cercare di colmare cercando di sensibilizzare gli operatori affinché creino i siti internet della loro attività ricettiva, in modo tale da poter essere pubblicizzati

non solo nel sito ufficiale del Comune ma, parimenti, in tutti i siti linkabili dal sito istituzionale (Pro Loco, C.I.C.C. , Museo Archeologico ecc.). E' inoltre opportuno che gli stessi operatori creino una rete tra loro in modo da assicurare standards minimi ai fruitori e, parimenti, escludere quegli operatori che non soddisfano tali standards. Lo sviluppo dei siti web da parte dei vari operatori turistici può favorire notevolmente l'informazione relativa all'offerta turistica locale.

Si dovrebbe, altresì, puntare sulla creazione di una rete di ospitalità comunale costruendo le condizioni affinché le aziende dell'area possano fare sistema presentandosi con una piattaforma promozionale unitaria che permetta la valorizzazione complessiva dell'offerta. Per implementare i servizi offerti dalle strutture ricettive non si dovrebbe sottovalutare l'ipotesi di realizzare progetti finalizzati all'abbattimento delle barriere architettoniche nelle strutture ricettive e commerciali.

#### **16. FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO OPERATORI TURISTICI**

E' necessario che l'Amministrazione si faccia carico della formazione degli operatori con corsi e seminari (meglio se riconosciuti a livello regionale o nazionale) affinché si creino degli standards minimi di accoglienza: tali corsi e seminari avrebbero come fine principe quello di conferire ai proprietari delle strutture ricettive un alto grado di professionalità e un'efficace formazione del personale.

Le stime dei costi e dei tempi di completamento per la realizzazione delle suddette proposte di intervento saranno meglio specificate in altra trattazione.

# **Comunicazione**

## ***Premessa***

La "sfida" che il Piano lancia riguarda l'uso delle risorse storiche, culturali e naturali presenti numerose sul territorio carboniese e sulcitano ai fini dello sviluppo socio-economico incentrato sul turismo.

A tale scopo, nel Piano Marketing Turistico sono esaustivamente definite tutte le coordinate necessarie per il perseguimento degli obiettivi indicati: il marketing turistico, opportunamente ricavato all'interno del più generale contesto del marketing territoriale, evidenzia l'importanza dell'attrattività territoriale, dei vantaggi competitivi, della vocazione del territorio, ma anche dell'immagine percepita, del prodotto turistico integrato, del più avanzato turismo sostenibile e -finalmente- del posizionamento di mercato.

A questo punto, occorre richiamare il ruolo della comunicazione nel sostenere l'attuazione del Piano, attraverso l'enunciazione dei suoi specifici sotto-obiettivi e la loro articolazione in una manovra programmata attraverso interventi coerenti e convergenti nel perseguimento della stessa finalità: affermare il profilo turistico dell'area carboniese e sulcitana in modo incisivo e distintivo rispetto alle altre presenti sul territorio sardo, nazionale ed europeo.

## ***Le opzioni del Piano del Marketing turistico***

### *Gli obiettivi sintetici*

1. Ridefinire il profilo socio-economico e produttivo della città/area in senso moderno, attualizzandolo alla odierna situazione di "città di servizi", superando quindi il precedente, vetusto profilo industrial-minerario-in crisi permanente che tuttora (in misura progressivamente decrescente, ma significativa) viene circuitato a livello regionale e nazionale/internazionale.

2. Favorire il ri-orientamento dell'economia locale, oggi basata principalmente sul terziario di emanazione pubblica, verso forme economico-produttive remunerative e auto sostenute, capaci cioè di generare ricchezza, incentrate sui servizi al turismo.
3. Creare le condizioni strutturali e infrastrutturali adeguate affinché il territorio possa effettivamente accogliere crescenti flussi turistici e fidelizzarli.

### ***Il posizionamento di mercato***

L'opzione suggerita dal Piano è a favore di un "prodotto turistico integrato" (Carbonia + Sulcis), nel quale la città definisce il proprio ruolo attrattore distinguendosi dalle altre città del territorio, evitando inutili e controproducenti competizioni localistiche.

In tal senso, appare del tutto coerente l'indicazione di definirne il profilo come moderna **città delle cultura**, in particolare in campo storico, e dell'ambiente naturale (non marino).

L'opzione turistica incentrata sulle componenti storia+natura (non marina) trova una significativa base reale nello straordinario patrimonio storico-archeologico, monumentale, urbanistico e naturalistico presente a Carbonia e nei dintorni. Tale ricchezza (il vero "tesoro" della comunità locale) costituisce senza alcun dubbio il nucleo essenziale (anche se non esclusivo) dell'offerta turistica, il suo valore distintivo rispetto ad altri territori, del tutto inimitabile.

È però importante sottolineare che la scelta di un posizionamento medio dovrebbe coniugarsi –almeno nel primo quinquennio- con una chiara e condivisa scelta economico-produttiva tendente a contenere i costi dei servizi per i turisti rispetto ad altre offerte turistiche territoriali. Un siffatto uso della leva del prezzo tiene conto dell'opportunità di compensare in qualche modo i maggiori costi affrontati dai turisti nell'accostare un'area (Carbonia e il Sulcis) certamente decentrata nell'isola, nel paese e in Europa e ancora esclusa dai circuiti turistici internazionali.

## ***Target sociali e geografici***

Sulla base delle importanti informazioni di contesto fornite dal Piano, è possibile definire i target sociali e geografici, decisivi per impostare gli interventi comunicativi.

In ordine ai target sociali, il destinatario naturale del prodotto turistico Carbonia/Sulcis sono i ceti medi, di età tardo giovanile/adulta, sensibili sia al richiamo della cultura che dell'ambiente naturale e della gastronomia biologica. In ordine ai target geografici, si confermano le scelte suggerite dal Piano: Germania, Francia, Gran Bretagna, Svizzera, Belgio, Paesi Bassi, Russia, USA. È però importante considerare che -almeno nella prima fase- è indispensabile conquistare quote del mercato "interno" (Sardegna), il più vicino e il più accessibile ed aggredivibile rispetto al mercato nazionale ed internazionale.

## ***La comunicazione***

Sulla base delle opzioni selezionate nel Piano del Marketing turistico, è possibile elaborare le coordinate del piano di comunicazione a supporto degli obiettivi individuati, evidenziando fin da subito che tutti gli interventi sono fra loro coordinati e non possono essere valutati isolatamente l'uno dall'altro, a pena di svilirne la funzione e renderli incomprensibili.

### ***Obiettivo 1 – Modificare l'immagine percepita***

L'intervento comunicativo più urgente riguarda la modifica dell'immagine percepita di Carbonia/Sulcis, sia all'interno che all'esterno del territorio, oggi ancora legata alla sua origine di città produttiva mineraria, in crisi permanente.

### ***Comunicazione obiettivo 1 – Un logo per il Sulcis***

Occorrerebbe lavorare affinché si possa affermare in maniera più distintiva il logo del territorio. Riprodotto in tutti i contesti turistici, il logo

d'area diverrebbe una sorta di "filo di Arianna" capace di collegare e contestualizzare ciò che oggi resta isolato e non valorizzato. L'uso di un medesimo logo, infatti, suggerirebbe la presenza di una unica filosofia che sostiene l'offerta turistica nella sua interezza, al di là dei confini amministrativi tra le varie città del territorio. La convergenza dei vari enti locali su tale progetto di per se stessa costituirebbe un passo significativo verso la costituzione del "prodotto turistico integrato" così come evidenziato nel Piano.

### Obiettivo 2 – Aumentare la notorietà dell'area Carbonia-Sulcis

Per poter collocare l'offerta turistica Carbonia-Sulcis nel contesto sardo, nazionale ed internazionale, è necessario aumentare la notorietà della città-area nei vari contesti socio-geografici.

### Comunicazione obiettivo 2 – Promuovere un intervento di risonanza regionale/nazionale

Per lanciare il prodotto turistico "Carbonia-Sulcis", è necessario pianificare ed attuare un evento capace di darne risonanza favorevole dapprima in Sardegna, poi in Italia e –in futuro- in Europa. Tale evento dovrebbe essere caratterizzato dalle ciclicità e dalla elevata qualità culturale connessa al taglio divulgativo. Esso, infine, dovrebbe consentire di integrare i già attivi (pur se limitati) flussi turistici estivi, integrandoli e dilatandoli temporalmente. A titolo esemplificativo si citano alcuni eventi che potrebbero avere tali caratteristiche: uno potrebbe essere il recupero della rassegna fumettistica "Nuvole Parlanti" il cui successo a livello nazionale dovrebbe indurre l'Amministrazione a farne un appuntamento fisso nel panorama delle attività culturali nazionali. Altri esempi potrebbero riguardare il campo del cinema, della fotografia e della botanica.

### Obiettivo 3 – Potenziare l'informazione inerente l'offerta

La comunicazione deve anche porsi l'obiettivo di valorizzare le due componenti chiave dell'offerta turistica: la cultura e l'ambiente. A tal fine occorre impiegare massicciamente l'informazione sul prodotto e presso il prodotto.

### Comunicazione obiettivo 3 – La comunicazione coordinata sul prodotto

Gli strumenti al servizio di questo obiettivo sono:

- le campagne di comunicazione istituzionali periodiche (strettamente connesse a festival ed eventi);
- la produzione di prodotti e servizi informativi a carattere specificamente turistico (depliant, guide, itinerari cicloturistici, trekking, ippovie...);
- l'attivazione/potenziamento di risorse informative telematiche (lo sportello web turistico, pagine su facebook, newsletter) capace di confezionare pacchetti turistici personalizzati, per tutte le esigenze, come pure di distribuire informazione in tutto il mondo e in tempo reale, sui principali eventi e siti di interesse turistico;
- la realizzazione di una segnaletica stradale e di un sistema informativo di prossimità, capace di orientare efficacemente i turisti verso le mete prescelte e di valorizzare adeguatamente siti, spazi, aree, monumenti di valore nell'ambito dell'offerta turistica;
- attuazione di un concorso annuale sulle migliori tesi di laurea dedicate al territorio (area storica, naturalistica, enogastronomica);
- attuazione di un concorso annuale sul miglior cortometraggio (sezione documentario e sezione fiction) riguardante Carbonia e il Sulcis.

# **APPENDICI**

# A) SCHEDATURA ASSET STORICO ARCHEOLOGICI

## Riparo sotto roccia di "Su Carroppu"



Si tratta di una cavità naturale aperta sulla roccia a nord per una decina di metri, che domina dall'alto una piccola valle, regno ancor oggi incontrastato di pastori. Sono stati rinvenuti numerosi frammenti dei primi recipienti ceramici della storia della Sardegna (5.500 a.C. Circa) che si riferiscono a ciotole e pentole panciute a fondo convesso munite talora di piccole anse a maniglia orizzontale od obliqua forate verticalmente. La decorazione è realizzata mediante impressioni a crudo, oblique o verticali, del bordo dentellato di conchiglie marine del genere "Cardium". L'industria litica appare esclusivamente in ossidiana, nelle qualità traslucide e opache che in Sardegna si trovano nel monte Arci. I resti di pasto documentano un'economia basata sulla caccia e la pesca. Sono presenti le ossa di animali selvatici come il cervo e il cinghiale, quelle abbondanti del "Prolagus sardus Wagner" il piccolo roditore senza coda da tempo estinto, e quelle di un probabile montone. Le sepolture erano di sicuro in grotta infatti qui sono stati rinvenuti due scheletri umani trovati in posizione contratta, con accanto oggetti

d'ornamento, diverse conchigliette levigate e forate.

**Viabilità':** sufficiente. Strada asfaltata fino alla frazione di Sirri, parte terminale sterrata (circa 1 km)

**Accessibilità':** impegnativa.

Raggiungibile in auto con 15 minuti circa di salita a piedi

**Tempo per la visita:** due ore circa con la necessità di un accompagnatore.

## Necropoli a Domus de Janas di Cannas di Sotto

La necropoli preistorica a Domus de Janas di Cannas di Sotto si trova all'interno dell'abitato di Carbonia, fra il corso Iglesias e la via Alghero. Ricavata in un affioramento di roccia calcarea, fu scelta dai gruppi che abitavano la zona tra la fine del periodo Neolitico (Cultura di Ozieri 3200-2800 a.C. circa) e le fasi iniziali del periodo dei primi metalli (Eneolitico Iniziale e Medio 2800-2400 a.C. circa). Le sepolture ritrovate, finora 25, sono state realizzate scavando camere sotterranee accessibili da pozzetti verticali o da corridoi orizzontali. Mentre alcune di esse sono state purtroppo visitate dai tombaroli, una soltanto è stata oggetto di scavi sistematici nel 1983.



Si tratta della tomba n° 12, caratterizzata da un corridoio orizzontale, un breve scivolo d'accesso al portello, una prima cella di pianta grosso modo rettangolare, una seconda

di pianta circolare ed un terzo ambiente in asse coi primi due.

Al suo interno, in particolare nella prima cella, sono stati rinvenuti numerosi elementi di corredo, sia di recipienti ceramici, sia di strumenti litici per la caccia, sia ancora di oggetti più personali e sacri, particolarmente preziosa una statuetta di una dea madre in terracotta. Le ossa degli individui sepolti, rinvenute in posizione apparentemente disordinata, testimoniano l'uso delle camere per le sepolture collettive.

**Viabilità:** strada asfaltata fino alla prossimità del sito

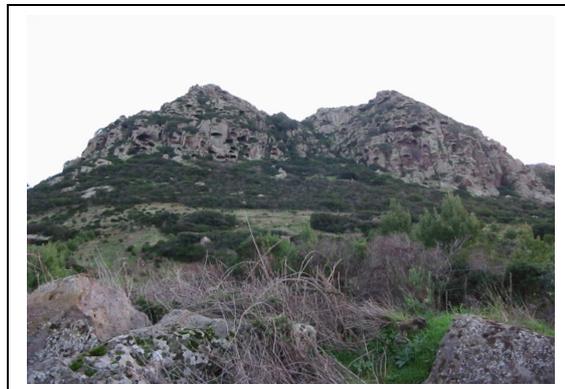
**Accessibilità:** è prevista l'inaugurazione di un Parco Urbano entro il 2010

**Tempo per la visita:** quaranta minuti circa.

## **Necropoli di Monte Crobu**

A circa due Km a sud di Carbonia, sul versante sudorientale di Monte Crobu si trova una necropoli a domus de janas realizzata sfruttando un bancone di tufo trachitico. Di grande interesse risulta una delle tombe della necropoli, la tomba n°1, di carattere monumentale, con un imponente prospetto scavato nella roccia e preceduto da un lungo e ampio corridoio d'ingresso; anche lo spazio antistante ha una importante funzione, essendo dotato di venti cavità circolari di circa un metro di diametro, destinate ad offerte o a particolari riti. Tramite un portello ci si immette in un ambiente semicircolare (anticella), che presenta al centro del pavimento un focolare rotondo e due banconi laterali simmetrici; un secondo portello permette l'ingresso alla vera e propria camera funeraria: la pianta è rettangolare e il soffitto riproduce assai realisticamente un tetto a doppio spiovente, diviso da un massiccio architrave di colmo scolpito nella roccia. Nelle pareti laterali si aprono quattro loculi, rialzati rispetto al pavimento,

mentre la parete di fondo presenta una piccola nicchia. La camera, con il soffitto a doppio spiovente (finora un esemplare unico nella Sardegna Meridionale), raffigura chiaramente l'interno di un tipo di capanna realmente esistito in epoca neolitica.



Gli scavi hanno permesso il recupero di numerose ceramiche appartenenti alla cultura di Ozieri (Neolitico Recente/Finale: 3400-2800 a.C.): tripodi, vasi a cestello, tazze, ciotole. Si sono anche recuperati strumenti litici, quali lame e punte di freccia ed inoltre alcune "picozze" di scavo, utilizzate probabilmente per lo scavo dello stesso ipogeo.

**Viabilità:** strada asfaltata fino alla prossimità del sito, parte terminale sterrata (all'incirca 20/30 minuti a piedi)

**Accessibilità:** buona

**Tempo per la visita:** un'ora con necessità di accompagnatore.

## **Percorso Necropoli Cortoghiana**

All'interno della pineta di Cortoghiana sono state rinvenute, su un pendio ricoperto dalla macchia mediterranea, di proprietà del Corpo Forestale Italiano, un numero considerevole di "case delle fate". Queste, che versano oramai in uno stato di totale abbandono, sono in sostanza tombe scavate nella roccia, il cui culto si sviluppa a partire dal Neolitico Recente e finale (3400 - 2800 a.C.). Sono in

sostanza strutture ipogee, scavate nel tufo costituite da una o più stanzette che potevano essere circolari o quadrangolari: quando la domus era costituita da più stanzette, queste comunicavano tra loro attraverso una cella centrale. In quelle più antiche, l'accesso era dato da un pozzetto verticale, mentre quelle più recenti sono dotate di porte piccole e rettangolari rivolte sempre verso est.



Spesso le stanze erano fornite di vaschette per le offerte, di nicchie ove venivano riposti oggetti del defunto. In sostanza, la struttura della domus tendeva a riprodurre, a copiare, la capanna circolare o rettangolare prenuragica: le porte piccole e rettangolari, le finestrelle, anch'esse minute, le nicchie scavate nel muro, i pilastri che partono dal soffitto e arrivano fino a terra. Così facendo l'uomo del Neolitico intendeva probabilmente creare un legame fra la casa e la sepoltura, fra i defunti e i vivi, fra l'uomo, la terra (la dea madre dispensatrice di vita) e il cielo (nella fattispecie il sole che penetrava nelle piccole porte rettangolari delle domus, rivolte ad est, per riportare la luce sui defunti).

**Viabilità:** strada asfaltata fino alla pineta. Sterrato per almeno 5 km

**Accessibilità:** migliorabile. Le domus de janas si trovano all'interno di una riserva naturalistica la cui gestione è demandata all'Ente Forestale della Sardegna; questa cura la percorribilità dei sentieri e dei tratturi ma non l'accessibilità ai monumenti che risulta essere alquanto difficoltosa

**Tempo per la visita:** due ore e mezzo circa con necessità di accompagnatore.

## **Nuraghe Sirai**

L'area archeologica del Nuraghe Sirai, inclusa nel Parco Archeologico di Monte Sirai e nel circuito delle visite del Sistema Museale di Carbonia, comprende un castello nuragico quadrilobato (XIV sec. a.C.) ed un insediamento fortificato (fine VII sec a.C.) esteso circa un ettaro, racchiuso da poderose fortificazioni.

La fortezza, costruita dai fenici e abitata da una comunità mista di nuragici e fenici, rappresentava un presidio funzionale allo strategico snodo stradale – con Monte Sirai – fra il tronco meridionale e quello settentrionale dell'antica Via Sulcitana (da Sulky-Sant'Antioco a Cagliari).



*Nella foto: plastico del Nuraghe Sirai.*

Delle fortificazioni si osservano i terrapieni spessi fino a sei metri, costruiti con una base in muratura di pietra e l'elevato in mattoni crudi. E' particolarmente interessante la porta pedonale, composta di due vani successivi racchiusi entrambi da una coppia di muri d'anta e dotata di posto di guardia e di scale per l'interno della fortezza e per la sommità delle fortificazioni. Grazie agli scavi più recenti è possibile osservare la struttura delle fortificazioni anche a Nord Ovest della porta, con uno spesso muro a cremagliera, realizzato con grandi ortostati, il terrapieno ed anche i poderosi crolli dell'elevato delle mura.

Alle spalle della porta si trova una strada anulare che divide il quartiere esterno, costruito a ridosso delle fortificazioni, dagli isolati più interni dell'abitato: in questa zona si trova un edificio ellittico di carattere religioso, ed un complesso di edifici fenici a pianta rettangolare e di costruzioni nuragiche, circolari ed ellittiche che si armonizzano in un'unica pianificazione. La tipologia dell'insediamento è unica in Sardegna.

**Viabilità:** strada asfaltata, piccolo tratto sterrato

**Accessibilità:** il sito è ancora oggetto di scavo, visitabile su appuntamento

**Tempo per la visita:** un'ora circa con necessità di accompagnatore.

## [Parco Archeologico di Monte Sirai](#)

Il pianoro di Monte Sirai, a 2 Km a Nord di Carbonia, abitato sin dal periodo Calcolitico (prima metà del III millennio a.C.) deve la sua importanza alla presenza di un insediamento fenicio e punico, fondato intorno al 750 a.C., per il controllo di uno strategico incrocio nella antica Strada Sulcitana. Il parco di Monte Sirai, caso unico in Sardegna, offre la possibilità di visitare un centro di tradizione fenicia e poi punica in ogni sua parte, perché privo di sovrapposizioni o modifiche da parte di costruzioni successive.



L'abitato mostra l'aspetto assunto durante la pianificazione punica del III secolo a.C. ed è accessibile attraverso la porta nord, aperta su due linee

fortificate, che conduce ad una piccola piazza, dominata dal tempio della dea Ashtart, cuore dell'abitato fin dal principio dei suoi giorni. Tre strade parallele separano quattro quartieri di case a schiera: di particolare rilevanza sono la "casa Fantar" e la "casa del lucernario di talco". Nella valletta a nord dell'abitato si possono visitare sia la necropoli fenicia, con oltre 250 tombe a fossa scavate nella terra o nella roccia, e la necropoli punica, con le suggestive tombe familiari a camera scavate nel sottosuolo roccioso e dotate di sarcofagi litici e la necropoli a inumazione in fossa, di età punica, scoperta di recente. A nord della necropoli si trova una collina sulla quale sorgono il tofet, santuario riservato ai bambini morti in età perinatale. Nel luogo sacro si distinguono un tempio, ed uno spazio aperto antistante destinato alla deposizione sia delle urne cinerarie, sia dei piccoli monumenti scolpiti con raffigurazioni di divinità, offerti come ex voto.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il Parco Archeologico è perfettamente fruibile e dotato di servizi aggiuntivi (bookshop; bar e ristorante)

**Tempo per la visita:** un'ora circa.

## [Antica Strada Sulcitana \(percorso Arqueo-Trekking\)](#)



La strada sulcitana antica è individuabile a partire probabilmente dall'età Neolitica e con certezza dal periodo Nuragico, come dimostra la

posizione delle torri, disposte a controllo di un percorso che congiungeva l'Isola di Sant'Antioco con l'incrocio situato presso Monte Sirai, e da qui si dirigeva verso le valli di accesso al Campidano. Infatti la strada antica si componeva di un tronco meridionale (Sant'Antioco- Monte Sirai) e di uno settentrionale (Monte Sirai-Cagliari); da entrambi i tronchi principali si dipartivano altre strade minori, che raggiungevano i vari centri e le zone minerarie, come quella per le miniere del basso Iglesiente, attraverso la valle del Flumentepido. La strada assunse grande importanza in età fenicia, quando divenne essenziale per l'occupazione capillare del territorio sulcitano, ed in età punica, sia per le fasi della conquista che per quelle del consolidamento del dominio cartaginese. Le maggiori testimonianze vengono tuttavia dall'età romana, ed in particolare dal periodo imperiale, a cui risalgono i miliari, cioè le colonne che recavano il numero delle miglia calcolate da Cagliari a Sulci ( Karalibus-Sulcos); ben nove di essi provengono dal territorio di Carbonia, alcuni dal porticato della chiesetta di S. Maria di Flumentepido, uno da Tanì (ora al Museo di Villa Sulcis), uno da Corongiu.

La visita ripercorre, con un percorso di grande interesse naturalistico, un tratto secondario della antica strada: quello che conduceva al costone occidentale di Monte Sirai dopo aver costeggiato il Nuraghe Sirai, Nuraxeddu e il passo di Arcu de Is Ulmus, presso cui si osservano ancora le tracce dei carri incise sul fondo roccioso.

**Viabilità:** sterrato

**Accessibilità:** il sito è fruibile per il tratto fra Monte Sirai e Nuraghe Sirai

**Tempo per la visita:** due ore circa con necessità di accompagnatore e tenuta da trekking.

## [Chiesa medioevale di Santa Maria di Flumentepido](#)

Edificata nell'XI secolo e proprietà dei monaci di Montecassino dal 1066, la chiesetta di S. Maria di Flumentepido sorge su una piccola altura in prossimità dell'attuale strada che da Carbonia conduce a Portoscuso.

Di stile architettonico romanico, mostra un impianto molto semplice, a navata unica senza abside e con una facciata con campanile a vela.

L'altare, insieme al fonte battesimale, costituito da una semplice conca di forma irregolare, è stato purtroppo asportato dalla sede originaria dell'edificio.

Nel XVII secolo la piccola chiesa fu arricchita con un portico che ha conservato, fra le sue colonne, alcuni miliari romani relativi all'antica Via Sulcitana (da Cagliari a Sant'Antioco) provenienti dai dintorni: tre di essi si trovano ancora in loco e conservano le iscrizioni.

Del complesso faceva parte anche un monastero di cui si conservano solo alcune labili tracce, coperte dalla vegetazione, ad est dell'edificio.



**Viabilità:** strada asfaltata con un breve tratto sterrato

**Accessibilità:** il sito è visitabile previo appuntamento

**Tempo Per La Visita:** un'ora circa .

## [Paese di Serbariu](#)

Il rione di Serbariu sorge a sud-est di Carbonia.

Fino ad alcuni decenni or sono il tessuto delle viuzze strette sulle quali si affacciano le case basse a struttura tipicamente sulcitana, con cortile interno e lolla, risultava nettamente separato dal contesto urbano di Carbonia di cui il paese era diventato frazione in seguito al Regio Decreto Legge n. 2189 del 28 novembre 1937. Oggi la notevole espansione dell'edilizia privata ha unito le propaggini della città al nucleo originario di Serbariu che era stato elevato alla dignità di comune dal decreto legge dell'11 luglio del 1853 con l'assegnazione dei nuclei abitativi di Garamatta, Flumentepido, Barbusi. La prima esigenza fu quella di erigere la chiesa, un edificio a croce latina con campanile a vela con doppia monofora, dedicata a San Narciso. La costruzione, cominciata nel 1855 e terminata nel 1860, non è più visibile perché demolita e sostituita da un nuovo edificio eretto nello stesso sito intorno al 1950. Poco distante in linea d'aria venne individuato il terreno per il Cimitero originario utilizzato fino ai primi anni del novecento, quando venne sostituito da una nuova struttura nota oggi come Cimitero Monumentale di Serbariu. Del primo si era totalmente persa la memoria fino al 2002 anno in cui, a seguito di lavori di sterro e pulizia, vennero alla luce i poveri resti degli antichi inumati, da qui la volontà del Comune di Carbonia di trasformare il luogo in una piazza con un monumento a memoria. Del nucleo originario non rimangono che la memoria storica, alcuni resti del Cimitero Monumentale e alcune casupole.



In una di esse, alla periferia del paese, lungo la strada per Perdaxius, è stata organizzata "sa domu antiga": dall'ingresso principale si passa in un

vano ampio nel quale sono esposti alcuni oggetti testimonianza dell'antico artigianato locale e da qui alla cucina, organizzata secondo la tradizione, con strumenti usati per la lavorazione del pane. All'esterno, nell'ampio cortile, sono raccolti gli utensili necessari alla lavorazione della vigna ed alla produzione del vino.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** due ore circa con necessità di accompagnatore.

## **Insedimenti agricoli storici (Furriadroxius e Boddeus)**

Tra la fine del 1600 e gli inizi del 1700 l'occupazione delle coste sarde da parte degli arabi aveva determinato l'abbandono dell'attività estrattiva, il crollo dunque, delle miniere, delle gallerie e dei pozzi costruiti da fenici e romani e utilizzati in seguito dai pisani e dagli spagnoli. Fu per il Sulcis un momento storico abbastanza difficile dal momento che tale parte della Sardegna veniva utilizzata solamente dai pastori barbaricini, assidui frequentatori delle desolate campagne sulcitane, i quali innalzarono strutture abitative provvisorie chiamate medaus: si trattava di dimore rurali in molti casi divenute definitive e in altri trasformate in moderne aziende per l'allevamento del bestiame, soprattutto ovino. I contadini sulcitani, invece, restarono raggruppati in nuclei minuscoli che presero il nome di furriadroxius. Il furriadroxiu è l'elemento elementare del popolamento: è stato considerato come un insieme formato da qualche povera capanna e da un chiuso per il bestiame, indica dunque un'azienda agro-pastorale anche se abbastanza primitiva. Il termine verrà utilizzato dalla seconda metà dell'Ottocento in poi per indicare i luoghi di rientro sia degli uomini che degli animali (dal termine sardo furriai= rientrare). I medaus e i furriadroxius si trasformarono in

boddeus, gruppi di case di campagna o borghi di varia consistenza che possedevano piccoli centri con due o tre chiusi finalizzati alla sorveglianza notturna del bestiame. Pare che molti boddeus dopo il 1853 siano stati eretti in comuni. Oggi tali realtà sono difficilmente distinguibili anche se la toponomastica ci può aiutare: spesso questi luoghi abitati vengono denominati con un patronimico comunemente attribuito alla famiglia-ceppo, in genere quella del fondatore. L'operazione onomastica consiste nell'uso al plurale del cognome, preceduto dall'articolo determinativo, al maschile. Nel sistema toponimico locale questa denominazione designa la linea di discendenza e indica il gruppo residenziale (ad esempio "Is Maccionis"). L'operazione onomastica poteva altresì consistere nel far precedere il cognome della famiglia fondatrice dal sostantivo medau (ad esempio "Medau Brau").

Queste realtà agro-pastorali erano organizzate in maniera molto semplice: la struttura unitaria conteneva la casa (is domus) o meglio lo spazio domestico del gruppo familiare che costituiva il perno delle maggiori attività che si rapportavano al territorio, e i terreni (is terras). Questi comprendevano il terreno boschivo, l'oliveto, la vigna, le terre coltivate (perlopiù a cereali). Le rappresentazioni dello spazio enfatizzano fortemente il modello combinatorio come modello spaziale della policoltura, dell'autosufficienza e della ottimizzazione produttiva.

Il casamento, situato spesso in punti d'altura, è il complesso rustico-abitativo tipico di tutta la zona: esso manifesta prevalentemente una morfologia funzionale composta dall'allevamento e dall'agricoltura. L'insieme architettonico si caratterizza per l'immediata rispondenza dell'organizzazione dello spazio al modulo produttivo, per la stretta integrazione fra abitare e produrre. La corte è in acciottolato o in terra battuta; in essa la stalla è ad uno spiovente e a più luci che partono da semplici pilastri di sostegno di legno. La copertura è fatta con il sistema della

travatura e delle tegole. Nei muri, in pietra e non intonacati, i pali in legno per legare il bestiame (bovino, ovino e caprino), la mangiatoia in legno o, più spesso, sul pavimento, le mangiatoie in pietra. Nei nuclei elementari, gli elementi delle tecniche di costruzione che conferiscono omogeneità alla complessiva tecnologia di questo habitat sono i materiali locali come la pietra, i mattoni crudi, le tegole. I tetti delle case con il soffitto a incannucciata erano sorretti da travature in legno, in genere a due spioventi, di cui uno era spesso allungato con effetto asimmetrico. Il pavimento poteva essere in terra e acqua, lastricato con grandi pietre piatte, mattonellato con mattonelle decorate o con comune mattone. Le pareti dell'abitazione erano intonacate con argilla e calce, bianche all'esterno e con colori pastello (celeste, verde, rosa) all'interno; tuttavia pare risultare preferito l'uso omogeneo del bianco all'esterno e all'interno.

Lo spazio abitabile risulta composto da una o più cellule, ad un piano, e meno frequentemente, a due piani. In questo caso la parte superiore era generalmente in legno, veniva chiamata solaio ed era adibita a deposito di derrate. All'interno, l'arredo era abbastanza semplice. Le tecniche di costruzione tradizionali offrivano, specialmente in cucina, alcune soluzioni per riporre oggetti di uso quotidiano: un armadietto a muro con ripiani a vista conteneva in genere i piatti, una bassa sporgenza della parete serviva per poggiare le brocche d'acqua, la cappa del camino con uno o due ripiani veniva usata per riporre tazze, bicchieri e bottiglie. Nelle pareti venivano appese inoltre le conche di terracotta, i recipienti in paglia, cioè panieri, canestri, canestruoli. Nella camera da letto, oltre il letto in legno o in ferro, un oggetto abbastanza tipico della cultura locale e dell'estetica locale è la cassapanca dipinta a mano.

La microlocalità del Sulcis, indifferentemente dalle loro origini e funzioni prevalenti (agricole e pastorali), indipendentemente dalla loro appellazione storica (medaus,

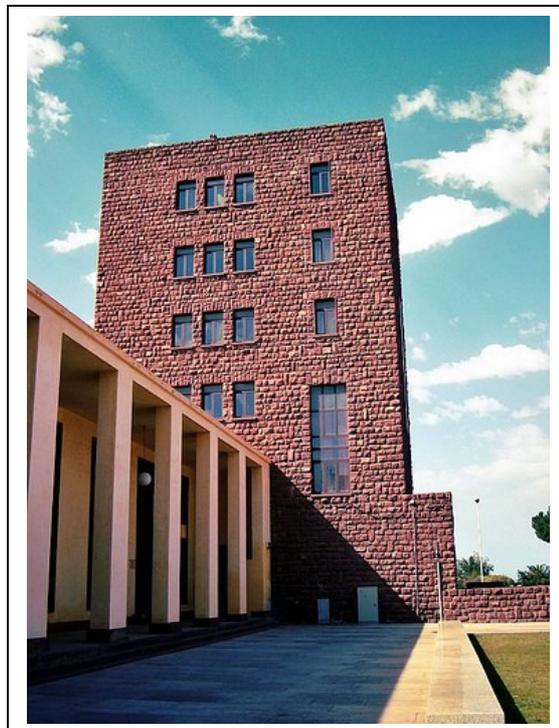
furriadroxius o boddeus), pur nella crisi che attualmente ne caratterizza i cambiamenti di funzioni, le riconversioni d'uso, le limitazioni produttive, gli abbandoni, sembrano manifestare, sia pure in modi parziali e limitati, il tradizionale controllo tecnico sull'ambiente e sulle sue risorse. Esso viene esercitato essenzialmente con i propri mezzi materiali, con una propria cultura del territorio, concepito come unità produttiva autonoma e autosufficiente.

## **SCHEDATURA ASSET CITTÀ DI FONDAZIONE**

### **Torre Civica**

La Torre civica è nata come Torre Littoria sede della casa del Fascio, il simbolo più prestigioso del fascismo cittadino. Durante la cerimonia di posa della prima pietra, il 10 maggio 1937, venne calata, insieme con il primo masso, un'artistica pergamena firmata, a ricordo della cerimonia, dalle autorità, in corrispondenza dell'angolo sud-ovest della Torre.

La Torre, come tutti gli edifici importanti, era rivestita di bugnato rustico di trachite rossa, proveniente dalle cave locali.



Il rivestimento di rude lavorazione voleva ricordare la severità delle costruzioni nuragiche. La Torre, alta 27,50 metri, si suddivide in 5 piani: al pian terreno era situato il Sacrario, dedicato ai martiri fascisti, dove venivano custoditi i gagliardetti, le altre insegne littorie e il ritratto del Duce; qui si può ammirare il bassorilievo marmoreo dello scultore Crocetti, il quale esprime tutti gli aspetti della vita della Nazione nel clima del Fascismo. Al centro la Vittoria Alata, simbolo di potenza e, intorno le quattro rappresentazioni allegoriche: il Lavoro, la Famiglia, la Milizia e le Organizzazioni del Regime. Al primo piano si trovava il Direttorio, dal quale si poteva accedere al balcone che domina Piazza Roma, da cui il 18 Dicembre del 1938 Benito Mussolini si affacciò per inaugurare la nascente città di Carbonia. Lateralmente all'ingresso del Sacrario, era situato un leone di bronzo oggi scomparso. Negli altri 4 piani superiori erano sistemati gli uffici del Fascio e delle varie organizzazioni ad esso dipendenti. Con la caduta del Fascismo nel 1943, il pian terreno divenne sede del Partito Sardo d'Azione; il bassorilievo venne coperto da un tramezzo e la sua esistenza fu riscoperta negli anni '80: nell'operazione di recupero venne

danneggiato lievemente. La Torre divenne sede della Pretura fino alla fine degli anni '70. In seguito fu sede dell'ufficio di Collocamento e, prima e dopo la chiusura per restauro, degli Uffici Comunali.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** un'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## [Piazza Roma \(Carbonia\) e Piazza Venezia \(Cortoghiana\)](#)

Piazza Roma è lo spazio pubblico principale della città; al suo interno campeggiano i principali simboli architettonici della politica fascista: la chiesa di San Ponziano, la Casa del Fascio, il Municipio, il Cine-Teatro e il Dopolavoro. La Piazza nasce come primo elemento della fondazione: questa è pensata come uno spazio articolato nel quale gli edifici si



*Carbonia: Piazza Roma*

distribuiscono sull'originale percorso di cresta proveniente dall'antico villaggio di Barbusi.

La Piazza è pensata come un'ampia terrazza panoramica affacciata sul

paesaggio circostante: un grande rettangolo perimetrato dagli edifici pubblici su tre lati, con il quarto lasciato aperto in una prospettiva che si estende verso le miniere e il mare.

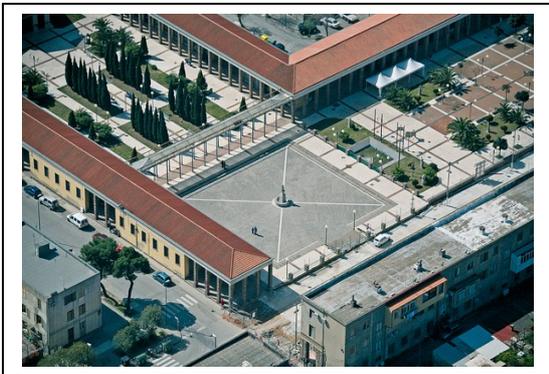
In parziale difformità dalle altre città di fondazione, Piazza Roma assomma in uno spazio unitario funzioni civili e religiose articolato però in porzioni di suolo differenziate, ognuna in relazione al singolo edificio che vi prospetta. La stessa è stata riconosciuta come una delle sessanta piazze più belle e vivibili d'Europa e tra le migliori dodici d'Italia: riconoscimento che arriva dall'eccellenza degli urbanisti e architetti che hanno realizzato uno studio condotto da cinque Università. Anche la Piazza Venezia di Cortoghiana assomma tutte le caratteristiche architettoniche dell'epoca fascista: l'intero perimetro della piazza è circoscritto dalle lunghe stecche degli edifici porticati, destinati a servizi collettivi nei livelli su piazza e a residenze nei piani superiori.

Il progetto originario, di entità ben maggiore rispetto alla dimensione attuale, è lasciato in parte incompiuto, dal momento che è stata interrotta l'estensione in lunghezza che avrebbe ancora di più enfatizzato l'effetto straniante dovuto all'inserimento di una grande piazza urbana in quello che è poco più di un villaggio. Resta incompiuta anche la chiesa che, su progetto dello stesso Muratori (progettista del villaggio operaio), avrebbe dovuto occupare una delle estremità della piazza con un edificio disegnato secondo evidenti echi romani naturalmente reinterpretati.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** mezz'ora circa per ciascuna piazza senza necessità di accompagnatore.



Cortoghiana: Piazza Venezia.

## Chiesa di San Ponziano

La chiesa, intitolata a S. Ponziano, si trova nel centro urbano, sulla piazza Roma. L'edificio realizzato nel 1938 su progetto dell'ing. Cesare Valle e dall'arch. Ignazio Guidi, è in stile romanico moderno, con la pianta a croce, suddivisa in tre navate. La facciata è di forma rettangolare, con un protiro in granito di Teulada e la parte alta in trachite. Tipico elemento romanico è, all'esterno, il rosone chiuso da una vetrata a colori realizzata su cartone di Filippo Figari rappresentante le figure di S. Ponziano e di S. Barbara, patrona dei minatori, contornate da allegorie del lavoro e della famiglia. Il rosone fu gravemente danneggiato durante la guerra dall'incursione aerea del 9 Giugno del '43 insieme al muro perimetrale della Chiesa e alla statua lignea di S. Ponziano, donata nel '39 insieme a quella di S. Barbara dallo scultore austriaco Carl Mahlknecht.



In occasione della consacrazione della Chiesa avvenuta il 18 Novembre 1939

venne anche benedetta la Via Crucis, opera di notevole valore artistico, in pannelli di legno, dello scultore Eugenio Tavolara su modello di gesso dell'artista Pasquale Tilloca. Alla destra della Chiesa si trova la torre campanaria la cui costruzione iniziò nell'ottobre del 1937 per essere terminata il 15/10/1938. Il campanile, era stato realizzato a pianta quadrata, sviluppata verticalmente su 5 moduli. Il rivestimento esterno è in trachite rossa per tutta l'elevazione, eccetto che per la cuspidale terminale in mattoni rossi. Esso riproduceva le linee di quello di Aquileia veneta, in onore dell'alto contributo di sangue versato dai sardi della Brigata Sassari nelle pianure venete nella grande guerra. Il campanile di Aquileia è alto 73 metri, mentre quello di Carbonia è alto 46 metri. Di fianco alla Chiesa c'è il chiostro, dove dal 1994, è stata collocata la statua di S. Barbara, realizzata in marmo bianco di Carrara da Gavino Tilloca.

**Viabilità:** strada asfaltata

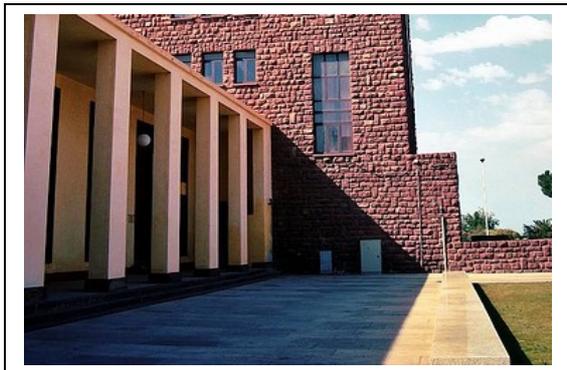
**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** mezz'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## Dopolavoro Centrale

La sede del Dopolavoro si trova al centro di Carbonia in Piazza Roma. Il complesso Dopolavoro Cine-Teatro è formato da due corpi indipendenti disposti ad angolo retto, a chiudere l'angolo est della Piazza. L'edificio del Dopolavoro si stacca elegantemente dal fianco Nord-Est con un porticato di due piani. Si impone, con uno sviluppo sostanzialmente orizzontale, a pianta rettangolare, appiattito ulteriormente dalla grossa mole della vicina Torre. Il Dopolavoro è un edificio a due piani; nella facciata anteriore presenta un porticato con colonne. L'obiettivo principale dell'OND (Opera Nazionale Dopolavoro) era quello di organizzare il tempo libero dei lavoratori in coerenza con la politica del Partito Nazionale Fascista .

La sede centrale destinata agli impiegati, organizzava attività ricreative e altre più specificatamente utili. Infatti, oltre alla proiezione dei cinegiornali, alle proiezioni cinematografiche e alle



rappresentazioni teatrali (rigorosamente censurati), l'Organizzazione Nazionale Dopolavoro organizzava: corsi scolastici di alfabetizzazione; corsi di economia domestica; corsi sportivi; attività artistico-culturali; una biblioteca; "Orti Giardino" (realizzazione di un orto familiare per un'autonomia alimentare); gli allevamenti di conigli e polli. Ai lavoratori venivano concessi: ribassi sui biglietti del cinema e del teatro e anche riduzioni sugli alimenti e sul vestiario acquistati in determinati magazzini. Dopo la caduta del fascismo l'edificio fu sede di altre attività; ultimata la ristrutturazione avviata dall'attuale Amministrazione Comunale, oggi i locali ospitano una sala polifunzionale, dove si riunisce anche il Consiglio Comunale e un Centro Servizi.

**Viabilità:** strada asfaltata

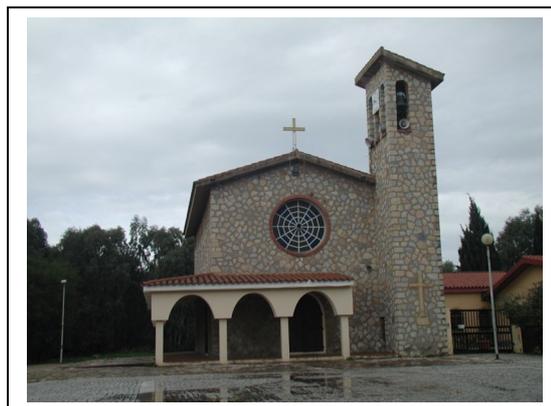
**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** mezz'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## **Chiesa di Santa Barbara (Bacu Abis)**

Percorrendo tutta la Via Santa Barbara dall'ingresso del paese, si raggiunge un piazzale su cui si affacciano la chiesa, la "Grotta di Lourdes" e il Monumento ai Caduti. L'edificazione della chiesa iniziò nel 1934, a seguito di un voto degli

operai per superare la crisi che investì la miniera negli anni '30. Realizzata secondo l'architettura razionalista fascista, fu inizialmente dedicata a San Vittorio, in seguito a Santa Barbara, patrona dei minatori. Si presenta con il portale d'ingresso a est, un porticato sorretto da pilastri squadrati e archi a tutto tondo, che prosegue anche sul lato sud. La facciata d'ingresso è impreziosita da un rosone con vetro bicolore. A destra della facciata principale si eleva il campanile di circa 15 metri. All'interno si trovano diverse statue degli anni '30 (Santa Barbara e la Vergine), realizzate da artigiani di Ortisei, le formelle rappresentanti le stazioni della Via Crucis, il fonte battesimale in alabastro, il seggio sacerdotale e un Cristo del '700. A destra, rivolta a sud, si trova la "Grotta di Lourdes", meta di pellegrinaggi, voluta da Don Nazzareno, fu realizzata dal maestro muratore Ortu di Gonnese e dal Sig. Cadoni ed inaugurata nel 1953. L'opera in cemento, disposta in modo da formare un arco roccioso, presenta all'interno un altare, a destra una nicchia con la statua della Madonna (ai cui piedi, si racconta, sia stata murata una cassetta contenente i voti degli abitanti) e, separata da un rigagnolo d'acqua, la statua di Bernadette.



Di fronte, il Monumento ribattezzato "Il Cannone", fu inaugurato intorno al 1950 per onorare la memoria dei caduti delle due Guerre Mondiali. Ogni anno, il 4 novembre, una cerimonia suggestiva raccoglie gli abitanti del paese, i rappresentanti dei corpi militari e istituzionali per commemorare i caduti.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** mezz'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## Chiesetta operaia di via Sicilia

I sacerdoti della parrocchia di San Ponziano, al fine di favorire la partecipazione alla vita religiosa degli abitanti del rione periferico del Lotto B, nei primi anni quaranta, ottennero dalla Carbosarda il permesso di celebrare la Messa domenicale in un camerone che serviva come ritrovo delle guardie addette alla vigilanza di quella zona. Alcuni anni dopo Don Vito Sguotti, rientrato a Carbonia dopo un periodo di lontananza, decise di consacrare il rione alla Beata Vergine Addolorata. Verso la fine del 1947, la messa poté essere celebrata in un ex camerone ubicato in via Sicilia a due passi dal dopolavoro rionale di Piazza IX Maggio (attuale 1° Maggio). Il progettista Granata diede un'immagine particolare alla nuova Cappella, la cui facciata risultava caratterizzata da un campaniletto "a vela", con un apposito arco campanario, al cui interno era contenuta una piccola campana.



L'interno fu reso accogliente mediante la costruzione di un altare in muratura, l'edificazione delle balaustre, l'acquisto di un armonium e la collocazione della statua della Beata Vergine Addolorata, donata dalla Chiesa di San Ponziano. Solo in un secondo tempo altre due

donazioni arricchirono la Cappella: la statua di San Giovanni e il bellissimo Crocifisso ligneo.

La casa canonica fu realizzata dietro la Chiesetta e nello spazio tra le due costruzioni un cortile, chiuso lateralmente da due muri, nel quale i bambini potevano giocare a calcio. Nel 1953 la Cappella venne affidata ai religiosi dell'Opera di Don Luigi Orione, i Figli della Divina Provvidenza, e il 28 Ottobre dello stesso anno la piccola Cappella di Rosmarino venne eletta canonicamente a Parrocchia con il titolo di "Beata Vergine Addolorata". Essa continuò ad essere utilizzata fino al 1958, anno in cui venne ultimata la nuova chiesa di Rosmarino, dedicata sempre alla Vergine Addolorata. Il Comune di Carbonia ha deciso la ristrutturazione dell'ex Chiesetta operaia includendola nel progetto di riqualificazione di tutto il quartiere, al fine di ridestinarla al suo antico uso.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** mezz'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## Quartiere "Lotto B" e dopolavoro

Il quartiere denominato Lotto B è situato nella zona nord della città, ai piedi e dietro il colle Rosmarino; si estende lungo la via Sicilia e le sue traverse, delimitato a sud-est dalla parte finale della via Tirso e a nordovest dalla Piazza 1° Maggio. Nel Lotto B vennero montati i primi capannoni, edificati inizialmente in legno e trasformati in seguito in



fabbricati in muratura, utilizzati sia per riporre gli attrezzi, sia per dare alloggio alle centinaia di operai edili che erano stati assunti dalle imprese per la costruzione della nuova città di Carbonia; in seguito ospitarono anche i minatori scapoli o senza famiglia al seguito. Le abitazioni, progettate dall'Ufficio Tecnico dell'ACaL, rappresentano la tipologia edilizia più semplice ed economica, la Gra-B, che delinea in gran parte la fisionomia del quartiere, storicamente considerato uno dei più poveri e desolati della città. Le costruzioni a "camerone", erano costituite da un unico piano con pianta rettangolare allungata e tetto a due spioventi, non avevano tramezzature ed i servizi erano ridotti al minimo. Un unico ingresso si apriva al centro di uno dei lati minori mentre sui lati più lunghi si affacciava una serie ritmica di finestre. Le parti murarie non risultavano in origine intonacate ma si presentavano con mattoni a vista. Gli operai alloggiati in questi edifici erano costretti a sopportare estreme condizioni di disagio documentate da ricorrenti richieste di intervento alle autorità sanitarie per le disinfestazioni o alle forze dell'ordine per le risse che nascevano dalla forzata convivenza. Il quartiere rimase densamente popolato almeno sino al 1943, quando, ultimata la costruzione dei primi alberghi operai, i lavoratori vennero trasferiti nei nuovi alloggi e i caseggiati furono destinati al presidio militare. Particolare importanza rivestiva nell'ambito del quartiere il dopolavoro rionale di piazza I maggio. Identificato al n° 5 è intitolato alla Medaglia d'Oro Ernesto Zorcolo. È stato inaugurato il 06.04.1941 ed ha

cessato l'attività il 30.09.1966. Il dopolavoro svolgeva attività ricreativa ed era annesso al locale per lo spaccio bevande. È stato ristrutturato nell'ambito del progetto di riqualificazione del quartiere lotto B.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** un'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## **Rifugio antiaereo di via Nuoro**

La necessità di dotare la città di Carbonia di ricoveri antiaerei si profilò nei primi mesi del 1943, subito dopo le prime incursioni nemiche sull'abitato di Cagliari. Il progetto fu presentato il 2 Aprile 1943 dall'Azienda Carboni Italiani al Superiore Ministero dell'Interno che lo approvò il 27 maggio dello stesso anno. A Carbonia furono realizzati 9 ricoveri "in galleria", dislocati nei vari quartieri della città, più un ricovero in calcestruzzo di cemento armato, di tipo tubolare, nella Piazza Impero (l'attuale Piazza Roma). Un ulteriore ricovero fu ricavato nella roccia sul Colle Rosmarino. Il rifugio antiaereo di via Nuoro, realizzato secondo la tipologia a galleria, in calcestruzzo cementizio armato, presenta una forma rettangolare con una copertura semi-ogivale. Internamente è costituito da due ambienti strettamente comunicanti forse, in origine, separati da una porta divisoria taglia- fuoco, della quale si possono ancora osservare i pesanti cardini.

Era dotato di impianto di illuminazione ed aerazione e di acqua corrente. Vi potevano trovare riparo circa 45 persone ma era prevalentemente destinato al Comando tedesco e ai militari dell'esercito italiano alloggiati nelle immediate vicinanze.



I rifugi realizzati a Carbonia sono stati tutti coperti o distrutti nel corso degli anni; il rifugio di via Nuoro è l'unico ad aver mantenuta intatta la struttura originaria e permane, dunque, come una delle poche significative testimonianze nella memoria storica dei tragici anni della guerra.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** mezz'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## **Cineteatro di Bacu Abis**

Per raggiungere questo sito bisogna percorrere la Via S.Barbara fino al Largo omonimo e svoltare a destra, immettendosi così in una piazza in cui ammiriamo la facciata del cinema teatro, la scultura del maestro Staccioli, il palco per le manifestazioni all'aperto, il dopolavoro e la ex sede del sindacato fascista. Il cinema teatro fa parte di un grande edificio che si prolunga sino alla Via Gavorrano. La facciata si presenta con sette finti finestroni e tre porte d'ingresso, sopra le quali sono disposte



pietre calcaree trapezoidali, che sugli stipiti diventano rettangolari e disegnano degli archi etruschi con i rispettivi pilastri. All'interno si presenta un androne con a destra il bancone della biglietteria e a sinistra due porte per l'ingresso alla sala degli spettacoli e una scalinata che conduce al primo piano. Lì è situata una piccola platea con alle spalle una sala-proiezione. Nel salone ci si può accomodare su accoglienti poltrone rosse. Di fronte campeggia il palcoscenico, largo quanto la parete, a cui si può accedere dalla platea e dai camerini. In questo cine-teatro si sono avvicendate compagnie di teatro (in lingua sarda e italiana), di varietà (cabaret), sono stati proiettati film in bianco e nero e successivamente a colori. La pubblicità, realizzata con cartelloni a manifesto, simili a quelli di oggi, consentiva a chiunque di sapere quali spettacoli venivano proposti. Una figura caratteristica, su banditori (il banditore), percorreva le vie del paese annunciando i vari tipi rappresentazioni. L'edificio prosegue con il dopolavoro e la sede dell'ex sindacato fascista, costruita a forma di torre e abbellita da mattoni di pietra calcarea rettangolari a faccia a vista, mentre mattoni rettangolari in trachite rossa, delimitano il portone d'ingresso e il balconcino al primo piano. Di fronte ad esso sorge la monumentale "casa del Direttore", forse costruita da Anselmo Roux, in uno stile molto semplice, circondata da due ampi giardini. Secondo alcuni avrebbe ospitato il Re Vittorio Emanuele, di cui si conserva il mezzo busto.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** mezz'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## **Pozzo Castoldi di Bacu Abis**

Il sito si trova a Bacu Abis, nella zona ovest, subito dopo l'ingresso da Iglesias. La coltivazione del carbone, inizialmente a cielo aperto, venne effettuata, a partire dal 1915 e dopo vari tentativi falliti, in sotterraneo mediante i pozzi Santa Rosa (1915), Emilio (1917), Roth (1918), Castoldi (1929), Nuovo (1937) ed Est. La costruzione del nuovo pozzo di estrazione "Castoldi", così denominato in onore del suo costruttore, iniziò nel 1929 mentre all'anno successivo risalgono il montaggio del castello e



della cabina per l'argano. Nel 1931, terminati gli impianti esterni, si proseguì con i lavori di scavo delle gallerie e il pozzo suddetto entrò in esercizio.

Completamente rivestito in muratura, a grande sezione (dimensioni m 3,50 x 1,50), permetteva il transito di due gabbie. Il castelletto, a traliccio in ferro, misurava 22 metri. L'argano di estrazione, del diametro di m. 1,18, era azionato da un motore elettrico ed era protetto dalle intemperie da una costruzione chiamata "la casa dell'argano".

Il pozzo Castoldi fu attivo sino al 1941, in seguito, per evitare lo sconfinamento nella concessione di Cortoghiana venne utilizzato come via di riflusso. L'attività estrattiva dell'area di Bacu Abis terminò nel 1954: degli impianti, abbandonati a se stessi, rimangono diversi resti (laveria, pozzo Roth, forno della calce, stazione vecchia, ecc.). L'unico monumento ristrutturato è la base della casa dell'argano di pozzo Castoldi, in cui è possibile ammirare alcuni strumenti e strutture dell'attività mineraria (centine, vagoni e motori).

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** Il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** mezz'ora circa senza necessità di accompagnatore.

## **Carbonia Itinerari dell'Architettura Moderna (CIAM)**

Il C.I.A.M. (Carbonia Itinerari dell'Architettura Moderna) è un progetto che si precisa nella forma espositiva del museo diffuso, o a cielo aperto, tipologia museale che in questi ultimi anni è stata sperimentata per la fruizione di contesti e territori complessi. Il fine principe è quello della divulgazione e promozione del patrimonio architettonico di Carbonia attraverso l'organizzazione di una capillare rete informativa che, disseminata nelle strade e nelle piazze, ricostruisce la storia e il significato della città di fondazione con il presupposto di favorire una nuova consapevolezza del valore storico e i presupposti per la sua riqualificazione. Il C.I.A.M. è infatti un museo che ha come fine precipuo quello di avvicinare l'abitante alla sua città e mostrare al visitatore l'importanza e il valore delle architetture razionaliste. Dal punto di vista dell'organizzazione espositiva, la struttura museale è basata su due sistemi: una sede istituzionale, che è il luogo dove si concentra l'attività di

promozione e ricerca, e il sistema di percorsi e luoghi che collegano le emergenze architettoniche e le parti meno note della città. I percorsi sono intercalati da una serie di unità espositive principali che descrivono la vicenda fondativa della città e che si configurano come punti di partenza per gli itinerari: i percorsi scanditi dalle unità espositive illustrano specifici argomenti sull'architettura e l'urbanistica della città di fondazione; questi sono stati posizionati in luoghi strategici della città e cioè nella Miniera di Serbariu, in Piazza Roma, tra via Gramsci e piazza Repubblica, tra piazza Iglesias e via Sanzio, a Bacu Abis in piazza Santa Barbara e a Cortoghiana in Piazza Venezia.



## **SCHEDATURA ASSET MUSEALI**

### **Museo Archeologico "Villa Sulcis"**

Del vecchio Museo (1988), il nuovo, inaugurato nel 2008, conserva la doppia vocazione di Museo territoriale e di Museo legato alle ricerche sulla presenza fenicia e punica nell'area di Monte Sirai. Il Nuovo museo Villa Sulcis è tuttavia certamente nuovo. I nuovi, rivoluzionati, allestimenti facilitano la comprensione degli oggetti, con la riproduzione del contesto di ritrovamento o dell'ambiente in cui

venivano utilizzati o mediante l'associazione con altri oggetti, anche attuali, che chiariscono il loro uso o significato. Un nuovo edificio dedicato al Laboratorio di restauro completa la funzione del Museo Villa Sulcis come propulsore della ricerca e della divulgazione del linguaggio dell'archeologia. L'esposizione si articola sui temi significativi delle antiche culture, fruibili singolarmente o in un flusso cronologico suggerito attraverso un nastro colorato, aderente alle pareti delle sale. La prima sala, la Sala del Territorio riguarda l'intero comprensorio. Seguendo la parete destra si visitano i temi e i siti che raccontano la preistoria e la protostoria. La nascita dell'agricoltura, la nascita dei villaggi, il culto delle divinità e le città dei morti nel Neolitico (6000-2800 a.C. ca); i contatti con le altre culture europee, la lavorazione dei primi metalli nel periodo Eneolitico (2800-2200 a.C. ca); il culto nelle grotte, la vita quotidiana delle comunità nuragiche, lo sfruttamento delle miniere nell'Età del Bronzo (2200-900 a.C. ca); i cambiamenti dell'Età del Ferro con i contatti con i Greci, gli Etruschi e soprattutto i Fenici (900-550 a.C. ca). Nelle rampe di collegamento i siti diventano paesaggi archeologici; attraverso le vedute della antica Via Sulcitana, che collegava Cagliari a Sant'Antioco, si giunge alla seconda sala, dedicata al Sulcis fenicio, illustrato dai materiali di Sulky- Sant'Antioco, il centro dominante, e il centro costiero di Bitia. Entrando ancora di più nello specifico si giunge alla sala di Monte Sirai di Carbonia, la sala 3. La vita del centro fenicio e punico (dal 750 al 100 a.C. ca) è ancora descritta attraverso i temi (il tempio e le divinità, l'architettura e le attività domestiche, le sepolture e i riti funerari), ma soprattutto attraverso gli spaccati della vita quotidiana, con la ricostruzione di una cucina punica, di sepolture in fossa, dello spaccato di una tomba a camera, della parete esterna di una casa.

Seguendo poi il percorso circolare, sul lato sinistro, si giunge ai periodi



successivi. Percorrendo poi le rampe a ritroso si ritrova il paesaggio in età fenicia e punica (rampa 1) e romana (rampa 2), con le vedute di una villa, del lastricato di una strada romana di Carbonia e del tempio "regionale" di Antas.

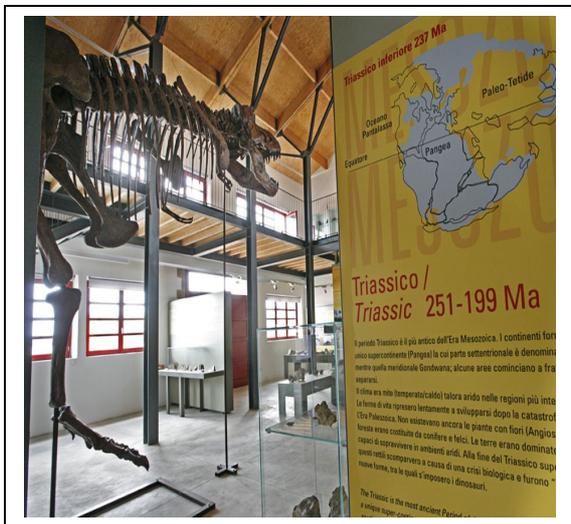
La parete destra della scala 1, infine, descrive il territorio in età romana (238 a.C. - 500 d.C. ca), con la diffusione del culto di Demetra, la monetazione, la nuova rete di strade con i miliari della via Sulcitana e le evidenze di Carbonia romana; infine il territorio sommerso, con gli antichi approdi e i relitti ricostruibili con i materiali provenienti da Cala Piombo.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** due ore circa con necessità di accompagnatore.

## [Museo di Paleontologia e Speleologia "E.A.Martel"](#)



Il Museo Paleontologico "E.A. Martel" fondato nel 1972 dal Gruppo Ricerche Speleologiche "E.A. Martel" e divenuto civico nel 1996 grazie alla donazione in comodato d'uso delle collezioni all'Amministrazione cittadina, sinora ospitato negli spazi di via Campania, è stato riallestito in nuovi ampi locali, appositamente riconvertiti, nel

padiglione delle vecchie Officine della Grande Miniera di Serbariu dove gli sono destinati 1740 mq totali con oltre la metà dedicati al percorso espositivo e alla didattica.

La collezione storica del Martel è stata implementata con importanti reperti, in originale e calco, di grande interesse scientifico che hanno consentito di rinnovare completamente i criteri dell'allestimento.

Il tema centrale dell'esposizione allestita negli ambienti del piano terra del Museo P.A.S. "Martel" riguarda i bioeventi ed i geoeventi registrati nelle rocce del sudovest della Sardegna con particolare attenzione verso i fossili in esse conservati. Qui seguendo un generale criterio geocronologico-stratigrafico sono presentate rocce e fossili pertinenti al territorio sulcitano con un excursus temporale che va dal pre-cambriano sino all'attuale. Nel piano alto centrale è allestita la sezione dedicata alle paleobiodiversità dove sono esposti reperti, provenienti da differenti località mondiali, con una panoramica generale sugli organismi del passato documentata seguendo le differenti classi tassonomiche.

La parte centrale del piano terra ospita inoltre la sezione delle Estinzioni di Massa e Dinosauri con reperti fossili marini e continentali relativi al Mesozoico, tra i quali spicca il calco completo di un adulto di Tyrannosaurus rex.

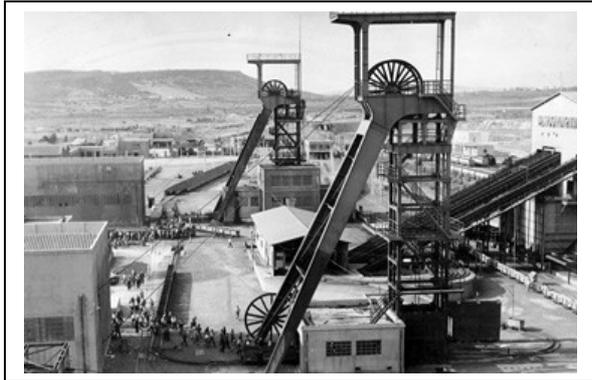
**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** due ore circa con necessità di accompagnatore.

## Museo del Carbone - Grande Miniera di Serbariu

Il Centro Italiano della Cultura del Carbone (C.I.C.C.) nasce nel 2006 come associazione tra il Comune di Carbonia e il Parco Geominerario Storico e Ambientale della Sardegna, con lo scopo di gestire e valorizzare il sito della Grande Miniera di Serbariu. Il sito minerario di Serbariu, attivo dal 1937 al 1964 e dismesso



definitivamente nel 1971, ha caratterizzato l'economia del Sulcis e rappresentato tra gli anni '30 e '50 una delle più importanti risorse energetiche d'Italia. Il complesso è stato recuperato e ristrutturato a fini museali e didattici; il progetto per il recupero e la valorizzazione del sito ha reso fruibili gli edifici e le strutture minerarie che oggi costituiscono il Museo del Carbone. Il percorso museale include i locali della lampisteria, della galleria sotterranea e della sala argani. Nella lampisteria ha sede l'esposizione permanente sulla storia del carbone e di tutti coloro che nel bacino carbonifero sulcitano hanno lavorato, sofferto e troppe volte perso la vita. L'ampio locale accoglie una collezione di lampade da miniera, attrezzi da lavoro, strumenti, oggetti di uso quotidiano, fotografie, documenti, filmati d'epoca e videointerviste ai minatori. La galleria sotterranea mostra



l'evoluzione delle tecniche di coltivazione del carbone utilizzate a Serbariu dagli anni '30 alla cessazione dell'attività, in ambienti fedelmente riallestiti con attrezzi dell'epoca e grandi macchinari ancora oggi in uso in miniere carbonifere attive. La sala argani, infine, conserva quasi completo, il grande macchinario con cui si manovrava la discesa e la risalita delle gabbie nel pozzo 1 di Serbariu per il trasporto dei minatori e delle berline vuote o cariche di carbone. Nel Museo si trovano inoltre il bookshop, nel quale è possibile acquistare libri tematici e gadgets, la caffetteria e una sala conferenze con 130 poltroncine e moderno impianto audio-video.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** due ore circa con necessità di accompagnatore.

## Esposizione etnografica "Tanit"

Curiosità di vario genere, momenti di vita degli antenati sardi che coltivavano la terra o seguivano le greggi, voli di fantasia per come si gestivano certe situazioni della quotidianità nelle campagne del Sulcis: sono tutti momenti ed epoche compresi nella Collezione Etnografica "Tanit", conservata, a cura di un privato, in località Sirai a pochi chilometri da Carbonia. Macine, telai, frantoi oleari, caseifici primordiali, mezzi agricoli, aratri, utensileria comune, impianti di

vinificazione, suppellettili della casa contadina, attrezzi per il confezionamento del pane: tutti scenari di millenni o secoli addietro in cui il visitatore può immedesimarsi, grazie alle leggibili testimonianze dei reperti raccolti in questa ricca collezione che la famiglia Frongia è riuscita a mettere insieme. Foghile, mola, triaxiu, carru, frantoiu, s'arau de lina, cannisteddu, cascia, cradaxiu, imburu, quarra, lacu, prezza, fascellau, trabutzu sono solo alcuni esempi di oggetti presenti in questa esposizione.



Ogni reperto ha un suo lessico dialettale e italiano. Mediante essi e con adeguata illustrazione, è possibile visitare e vivere a ritroso momenti e sistemi di vita del popolo che abitò anticamente

il Sulcis o il resto della terra sarda. La Collezione Etnografica "Tanit" è forse tra le più completa e ben conservata dell'Isola. Si riscoprono così telai dell'orbace, della lana grezza, di tessuti sempre più fini ed aggiornati. Così pure è possibile visionare "su magasinu de su binu" (cantinetta) dove veniva prodotto il vino, o il confezionamento del pane casareccio, per la preparazione della farina, per la cottura del pane nel forno sardo.

**Viabilità:** strada asfaltata

**Accessibilità:** il sito è perfettamente fruibile

**Tempo per la visita:** un' ora circa senza necessità di accompagnatore.

## SCHEDATURA ASSET INIZIATIVE CULTURALI

### Carnevale

Come ogni anno nella città di Carbonia si rinnova il tradizionale appuntamento con la sfilata di carnevale per le vie del centro città. Accompagnati dalla mascotte Crabò, simbolo del legame tra la città e la miniera di Serbariu, sfilano i carri e i gruppi della tradizione sarda carnevalesca. La sfilata organizzata in collaborazione con la Pro Loco cittadina e sponsorizzata dal Centro Italiano della Cultura del Carbone, è diventata la manifestazione carnevalesca più importante del territorio e riesce, infatti, a coinvolgere gruppi e carri allegorici provenienti da tutto il circondario.

### Monumenti Aperti

Manifestazione ormai rodata (nella scorsa edizione ha registrato quasi novemila presenze), "Monumenti Aperti" offre ai partecipanti accesso libero a 26 tra siti e monumenti. L'obiettivo è creare degli itinerari attraverso i luoghi dell'archeologia storica e industriale, dell'architettura razionalista e dell'arte contemporanea. Fu proprio in occasione della penultima edizione che venne inaugurato il Nuovo Museo Archeologico di Villa Sulcis, con un ricco ed originale allestimento. Per l'occasione, oltre ai siti visitabili durante tutto l'anno, si rendono fruibili anche quelli che, per vari motivi, non sono aperti al pubblico. La mission non è solo quella di aumentare i siti visitabili di anno in anno, ma, soprattutto, quella di rendere edotte le giovani generazioni, nella fattispecie le scolaresche, sul

patrimonio culturale, ambientale e folcloristico di cui è dotato il territorio. Sono diversi i siti che hanno un grande impatto sui visitatori: le Celle di sicurezza, che si trovano nel sottopiano dell'edificio del Commissariato di Pubblica Sicurezza, la Casa dei mutilati e degli invalidi di Guerra, il Cineteatro di Bacu Abis e la Grotta dei Fiori. Di grande importanza la miniera di Serbariu, testimonianza del passato minerario risalente al 1936, aperta al pubblico anche grazie alla collaborazione del Parco Geominerario Storico e Ambientale della Sardegna. Anche quest'anno Carbonia Monumenti Aperti sarà l'occasione per ripercorrere le numerose testimonianze di architettura razionalista: il percorso della città di fondazione, la Torre Civica e il Dopolavoro Centrale (C.I.A.M.). Sul fronte delle testimonianze archeologiche, saranno visitabili il sito di Monte Sirai, la Necropoli di Monte Crobu, quella di Cannas di Sotto (con le Domus de Janas) e i nuovi scavi effettuati nella pineta di Cortoghiana. Aperti ai visitatori anche la Chiesetta campestre di Santa Maria di Flumentepido, le domus de Janas a Cortoghiana e il Tanit, esposizione etnografica sulla cultura contadina.

## **"Estiamoinsieme"; Stagione Teatrale; Mostre ed Eventi**

Programma estivo di eventi sportivi, culturali e di spettacolo organizzato dall'Amministrazione Comunale. Durante il periodo estivo l'Amministrazione Comunale promuove e organizza manifestazioni, eventi e spettacoli che tengono viva e vitale la Città; tali manifestazioni, che si svolgono quotidianamente durante tutto il periodo estivo, alcune delle quali di respiro nazionale, potrebbero implementare e costituire un attrattore per quella linea di turismo che si basa precipuamente sugli eventi e sulle manifestazioni. Altro attrattore, non da tralasciare, potrebbe essere costituito dalla stagione teatrale durante la quale

vengono proposti spettacoli di ogni genere: classici, contemporanei, satirici ecc. Non meno importanti e di minor rilievo sono le mostre d'arte e gli eventi posti in essere dall'Amministrazione Comunale, tutte di carattere nazionale: Giornata Touring Club; Settimana della Cultura; Giornata Europea del Patrimonio Culturale; Anniversario della Fondazione della Città.

## **Festa Patronale di San Ponziano e Santa Barbara**

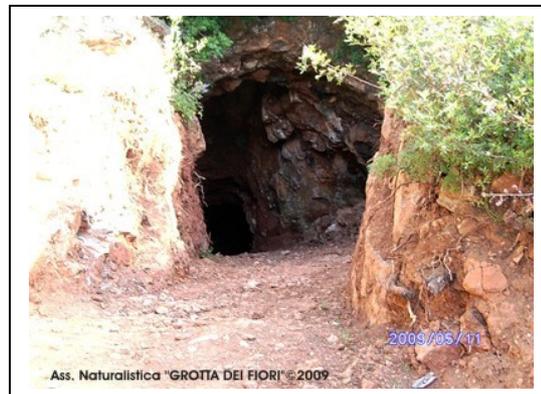
Ponziano, discendente di una delle più nobili famiglie di Roma, quella dei Calpurni, successe nel 230 al Papa S. Urbano sotto l'imperatore Alessandro Severo. Durante il suo pontificato si aprì nella chiesa romana uno scisma, una divisione interna, provocata da Ippolito, sacerdote coltissimo, conoscitore delle scritture. Ippolito è considerato il primo antipapa, cioè primo Papa separato e contrapposto a quello legittimo per elezione e ortodosso per dottrina. Alla morte di Alessandro Severo, il suo successore Massimiliano riprese la persecuzione contro i cristiani e così la distinzione tra eretici ed ortodossi, legittimi e scismatici passò in secondo piano. La Chiesa di Roma appariva divisa e mostrava due Papi: Ponziano vero pontefice e Ippolito antipapa, tutti e due vennero esiliati in Sardegna. Era la prima volta che un Papa veniva deportato lasciando senza guida la comunità cristiana. Ponziano rinunciando al pontificato commosse l'antipapa Ippolito che dichiarò disciolta la sua chiesa illegittima e invitò i seguaci a rientrare nella vera chiesa. Morirono ambedue nelle miniere di Sardegna.

Barbara nacque a Nicomedia nel 273. Si distinse per l'impegno nello studio e per la riservatezza, qualità che le giovarono la qualifica di "barbara", cioè straniera, non romana. Tra il 286-287 Barbara si trasferì nella villa rustica di Scandriglia, oggi in provincia di Rieti, al seguito del

padre Dioscoro, collaboratore dell' imperatore Massimiano Ercoleo. Il padre aveva destinato Barbara in sposa al prefetto di Nicomedia, ma lei rifiutò di sposarsi. Il padre furente la fece processare e condannare a morte, a causa della sua fede cristiana. La ragazza fu così costretta a rifugiarsi in un bosco dopo aver distrutto gli dei nella villa del padre. Trovata, fu consegnata al prefetto Marciano. Venne allora rinchiusa in una cella della fortezza di Nicomedia. Nella prigione, un giorno, si sprigionò un incendio: Barbara uscì viva dalle fiamme. Durante il processo, che iniziò il 2 dicembre 290, Barbara difese il proprio credo ed esortò Dioscoro, il prefetto ed i presenti a ripudiare la religione pagana per abbracciare la fede cristiana. Questo le costò dolorose torture. Il 4 dicembre infine, fu decapitata con la spada dallo stesso Dioscoro, che fu colpito però da un fulmine. La tradizione invoca Barbara contro i fulmini, il fuoco e la morte improvvisa. I suoi resti si trovano nella cattedrale di Rieti.

In occasione delle due feste patronali la città e il comitato organizzatore allestisce una serie di iniziative religiose e civili.

## **"Tour Educativi"**



Col fine di promuovere, valorizzare e tutelare il proprio territorio, impegnandosi nella realizzazione di iniziative di alto valore scientifico, culturale e sociale, l'Amministrazione Comunale ha ritenuto opportuno mettere in atto le pratiche finalizzate alla creazione di Tour Educativi con l'intento precipuo di rendere fruibili, e pertanto valorizzabili, le emergenze ambientali e naturalistiche presenti nel territorio di Carbonia.

Considerata pertanto la grande affluenza di visitatori nelle edizioni 2008 e 2009 della manifestazione di "Monumenti Aperti", l'Amministrazione Comunale, in collaborazione con l'associazione naturalistica "Grotta dei Fiori" e con quella speleologica "E.A. Martel", ha stabilito di dare avvio, nella valle del Rio Cannas, alla pratica degli "Educational Tours": nella fattispecie, le due associazioni si occuperanno di accompagnare i visitatori nella valle del Rio Cannas e, precipuamente, all'interno delle diverse cavità carsiche ivi presenti. Tale pratica, in un secondo momento, potrà essere adottata anche per altri siti sì da permettere ad un più vasto pubblico la loro conoscenza, fruizione e valorizzazione.

Il territorio comunale è prevalentemente costituito da rilievi poco marcati anche se con morfologia spesso aspre con pareti verticali soprattutto in corrispondenza delle zone carsificabili. Il carsismo è quel fenomeno che porta alla dissoluzione delle rocce carbonatiche, creando delle forme particolari sia in superficie che nel sottosuolo.

I tipici fenomeni caratteristici del carsismo superficiale non sono molto

frequenti, sono presenti solo rare *doline* di dimensioni contenute, anche i fenomeni di microcarsismo tipo *karren* sono poco sviluppati, si osservano soprattutto fori e scannellature nei versanti settentrionali, probabilmente a causa della prevalenza di calcari e dolomie di elevata compattezza e alla fratturazione sub-verticale che caratterizza la tettonica del Sulcis-Iglesiente; a ciò va sommato il clima caldo che provoca la rapida evaporazione dell'acqua piovana ostacolando l'interazione chimico-fisica con il terreno. Più comuni e diffuse le morfologie legate alla presenza di vegetali che danno origine alle vaschette di corrosione (*kamenitze*).

Attualmente sono censite dal punto di vista speleologico ben 215 cavità naturali, anche se il numero è sensibile di aumento, per lo più distribuite nelle formazioni carsificabili, calcari ed in subordine dolomie. Non mancano esempi di *paracarso* con diverse cavità anche di sviluppo apprezzabile formatesi nelle "quarziti", ed esempi di *pseudocarso* con cavità di origine tettonica e/o di erosione nelle rocce vulcaniche dell'area del Monte Crobu. In generale si può affermare come il livello di carsificazione del territorio sia ben superiore a quanto conosciuto, come del resto lascia intravedere il numero delle *crovasse* senza comunicazione naturale con la superficie intercettato dalle coltivazioni minerarie.

Analizzando l'insieme delle cavità naturali ubicate nel comune di Carbonia appare evidente una netta predominanza di quelle ad andamento sub-orizzontale con prevalenti morfologie tettoniche poi alterate dalla circolazione idrica sotterranea con ampi ambienti generatisi per crolli lungo le intersezioni dei maggiori sistemi di faglie e fratture e frequenti salti verticali. Morfologie del resto comuni alla maggior parte delle grotte conosciute nel bacino del Sulcis-Iglesiente. Sono comunque presenti morfologie da scorrimento idrico di tipo

*vadoso* e *freatico* con le derivanti forme da corrosione ed erosione idrica.

Tra le grotte ricordiamo Sa Domu' e S'Orcu (la casa dell'orco) nel versante sud del monte Tasua che è in assoluto il sistema carsico più esteso fino ad oggi esplorato nel territorio comunale, con uno sviluppo spaziale di poco superiore al chilometro ed una profondità di -104 metri. Si presenta come una grande cavità sub-verticale impostata su una grossa frattura, ampliata da fenomeni graviclastici, che si ferma in corrispondenza di un livello di falda dando vita ad un fangosissimo laghetto pressoché perenne, che si sviluppa su una superficie di una quarantina di metri quadri.

Nella valle carsica del Rio Cannas, dove è oggi la più alta concentrazione di fenomeni carsici ipogei conosciuti, ricordiamo la Grotta dei Fiori, con 800 metri di sviluppo, utilizzata durante la seconda guerra mondiale come rifugio durante i bombardamenti degli alleati: conserva un'importanza scientifica rilevante per i numerosi reperti umani (pre-nuragico e nuragico) rinvenuti, per le brecce ossifere con le tipiche associazioni quaternarie a micromammiferi tra cui il *Prolagus Sardus*, resti di *Cynotherium sardous* e varia avifauna tra cui spicca per l'unicità la *Ciconia nigra*, e il rinvenimento di esemplari di fauna ipogea tra i quali una specie unica di formica cieca. Inoltre la cavità viene utilizzata come *grotta nursey* da una numerosa colonia di *Chiropteri*.

La Grotta dei Geotritoni, con 480 metri di sviluppo è una complessa cavità meandriforme con estesi ambienti freatici, funge da sistema di troppo pieno per l'alveo sotterraneo del Rio Cannas che vi scorre parallelo.

All'interno è stata individuata una colonia di una nuova sottospecie di *Speleomantes* (geotritone) propria dell'areale sulcitano. Sono inoltre da menzionare: le Grotte della Campana n° 1 (230 m di sviluppo) e n° 2 (358 m), la Grotta di Bacu Arru o delle Anfore, che hanno restituito reperti archeologici di epoche pre-nuragica e nuragica in parte conservati nel Museo

Archeologico cittadino; Sa Grutta Srinta (270 metri) e la Grotta prima di Beghe Forru (400 metri), complesse cavità con belle concrezioni parietali ed eccentriche e reperti paleontologici.

In prossimità dell'abitato di Barbusi si trova l'importante Grutta'e Corona sa Craba, con uno sviluppo di 250 metri nelle cosiddette "quarziti": presenta al suo interno notevoli depositi di guano e delle rare nonché splendide cristallizzazioni di Barite tabulare di colore azzurro ricoperte in condizioni vadose da concrezioni aragonitiche. Queste associazioni cristalline sono frequenti anche nei calcari in prossimità di Barega nella Grotta Eraldo, nella Crovassa di Barega, e nella Grutta de is Ominis, dove in un vasto salone lungo 130 metri oltre una quarantina di stalagmiti sono contornate da un bellissimo paleo-livello idrico concrezionato.

Nella valle del Canale Peddori è ubicato l'importante sito archeologico del riparo sotto roccia di Su Carroppu (Sirri) che ha restituito resti umani e reperti riconducibili al VI millennio a.c. (Neolitico Antico).

## **B) ITINERARIO "E LE STELLE STANNO A GUARDARE"**

### **I - Introduzione e obiettivi generali**

Conoscere la storia del proprio paese e' come dare le fondamenta ad una costruzione. Sapere ciò che è successo nel passato significa valorizzare il presente e dargli un lustro diverso. La storia locale, quindi, diventa un'occasione per raccontare episodi storici generalmente tralasciati nei libri scolastici. La nostra è una storia molto antica e, proprio per questo motivo, poco conosciuta. Ripercorrerla dal periodo prenuragico fino alla seconda metà dell'ottocento sarà un'occasione per sentirsi appartenenti ad una comunità radicata nel territorio. E' per questo motivo che l'Amministrazione propone di valorizzare un territorio, quello dell'area vasta di Carbonia, in cui l'uomo, la cui presenza è databile già dal neolitico antico (6000-3700 a.C.), ha da sempre cercato di vivere in simbiosi con l'ambiente, sfruttando le risorse del sottosuolo e quelle agricole. Questa regione antichissima mostra ancora oggi gli effetti del lungo travaglio cui è stata sottoposta per quattro ere geologiche: le fratture, le incisioni, le gallerie hanno creato un paesaggio assolutamente diverso e caratteristico. Ci poniamo, dunque, come obiettivo generale quello di tracciare la storia della presenza umana nel Sulcis evidenziando l'indissolubile legame che intercorre fra uomo, astri e le attività economiche ivi sviluppatesi: tutta la storia economica della Sardegna, e

*Comune di Carbonia – Piano Marketing Turistico 2010*

dunque anche quella del Sulcis, è caratterizzata da una forte interdipendenza fra l'uomo, il sottosuolo e gli astri.

Già nel periodo prenuragico e nuragico tale legame era evidente: le attività economiche quali l'agricoltura e la pastorizia erano fortemente legate allo studio degli astri, ed è per questo motivo che gli indigeni prenuragici e nuragici costruirono in un primo momento strutture ipogee (Domus de Janas = case delle fate) che seguivano l'andamento del ciclo solare e in un secondo momento strutture imponenti (Nuraghi) in grado di misurare le fasi celesti (solstizi e equinozi).

Questo lo ritroviamo anche in epoche più vicine alla nostra; sembra quasi banale dirlo, ma l'economia agropastorale dei "boddeus-furriadroxius" nella metà del 1800 è legata imprescindibilmente all'osservazione degli astri.

Si è, quindi, pensato alla realizzazione di due itinerari con specifici obiettivi da raggiungere:

Itinerario archeologico-ambientale: "Le case delle fate, i nuraghi nascosti e gli invasori africani"

Itinerario legato all'economia agropastorale: "La vita contadina: furriadroxius e boddeus".

### **II - Itinerario "Le case delle fate, i nuraghi nascosti e gli invasori africani"**

Volgere lo sguardo al passato per creare un migliore futuro. Proprio quel passato che ha sparso a piene mani vestigia straordinarie: nascosti tra la macchia, ma ancora perfettamente distinguibili, resti di domus de janas (case delle fate), nuraghi e villaggi preistorici.

Sono, questi, frutto di una cultura architettonica e astrale fuori dal comune dal momento che non solo presupponevano tecniche di edificazione impensabili per l'epoca ma,

soprattutto, una conoscenza insolita degli astri.

Per quel che concerne le domus de janas, il territorio da prendere in considerazione è quello di Carbonia, località Cannas di Sotto, e Cortoghiana. Queste sono in sostanza tombe scavate nella roccia, il cui culto si sviluppa a partire dal neolitico recente (3500 – 2700 a.C.) Di cosa si tratta? Sono in sostanza strutture ipogee, scavate nella roccia, costituite da una o più stanzette che potevano essere circolari o quadrangolari: quando la domus era costituita da più stanzette, queste comunicavano tra loro attraverso una cella centrale. In quelle più antiche, l'accesso era dato da un pozzetto verticale, mentre quelle più recenti sono dotate di porte piccole e rettangolari rivolte sempre verso est. Spesso le stanze erano fornite di vaschette per le offerte, di nicchie ove venivano riposti oggetti del defunto. In sostanza, la struttura della domus tendeva a riprodurre, a copiare, la capanna circolare o rettangolare prenuragica: le porte piccole e rettangolari, le finestrelle, anch'esse minute, le nicchie scavate nel muro, i pilastri che partono dal soffitto e arrivano fino a terra. Così facendo l'uomo del Neolitico intendeva probabilmente creare un legame fra la casa e la sepoltura, fra i defunti e i vivi, fra l'uomo, la terra (la dea madre dispensatrice di vita) e il cielo (nella fattispecie il sole che penetrava nelle piccole porte rettangolari delle domus, rivolte ad est, per riportare la luce sui defunti).

Tali conoscenze, architettoniche e astrali, le registriamo anche nella costruzione dei nuraghi i quali, non solo avevano funzioni militari e difensive, ma avevano funzioni di veri e propri calendari in grado di stabilire, con incredibile precisione, i solstizi e gli equinozi: tutto ciò tornava sicuramente utile ai nuragici per ciò che concerneva la semina e il raccolto. Da non dimenticare, poi, il tipo di costruzione,

fatta sempre a secco, cioè composta da pietre unite le una alle altre senza l'uso

della calce; di solito le pietre sono grezze anche se talvolta mostrano tracce di martello o scalpello. Altra caratteristica è la forma tronco conica, sostanzialmente comune a tutti, e la presenza al loro interno di una, due o anche tre camere sovrapposte: queste variano per dimensione a seconda del piano al quale appartengono.

Le camere interne, soprattutto quelle dei piani inferiori, presentano quasi sempre due o tre cellette o delle grandi nicchie ricavate nello spessore del muro. Allo splendore architettonico si affianca, per ciò che attiene al percorso di Cortoghiana, quello naturalistico: l'itinerario si sviluppa all'interno di una riserva naturalistica di proprietà dell' "Ente Foreste della Sardegna" in cui si possono ammirare specie arboree quali il corbezzolo (oliòne), il cisto (murdègu), il fior d'oro (caragànzù), l'asparago pungente (sparàù), l'asfodelo mediterraneo (cadillòni), lo scardaccione spinosissimo (cardu aresti), l'eucalipto rostrato (ocalittu), l'euforbia doppia ombrella (lua), la ferula comune (fèrula) e la scarlina (càrdù pintu).

Tale civiltà indigena, non si sa bene ancora per quale motivo, attorno all'anno mille a.C. inizia un inesorabile declino che si concluderà attorno al 750 a.C. con le prime incursioni fenice proprio nel Sulcis: prima la creazione della città di Sulci, l'odierna Sant'Antioco, poi Sirai, nei pressi di Carbonia.

## **IIa - Obiettivi specifici del primo itinerario**

Creazione di un itinerario archeologico-ambientale percorribile a piedi, a cavallo o in mbk che valorizzi e faccia conoscere le numerose e sconosciute strutture ipogee e nuragiche presenti nel territorio di Carbonia, e le diverse tipicità della macchia mediterranea;

Censimento e mappatura di queste strutture  
Attrezzare tali luoghi per l'osservazione astronomica

Studi, seminari e workshop sull'archeologia astrale.

### **I Ib - Operazioni previste del progetto**

**Per l'obiettivo specifico 1** (Creazione di un itinerario archeologico-ambientale percorribile a piedi, a cavallo o in mbk che valorizzi e faccia conoscere le numerose e sconosciute strutture ipogee e nuragiche presenti nel territorio di Carbonia, e le diverse tipicità della macchia mediterranea).

Attrezzare l'itinerario con pannelli multilingue descrittivi le diverse tipicità arboree e le principali caratteristiche architettoniche dei monumenti ivi presenti

Attrezzare l'area con un piccolo maneggio e un noleggio di mbk.

**Per gli obiettivi specifici 3 - 4** (Attrezzare tali luoghi per l'osservazione astronomica; Studi, seminari e workshop sull'archeologia astrale).

Posizionamento di una tensostruttura in grado di ospitare un piccolo osservatorio astronomico;

Organizzazione di una due giorni di studi e seminari aventi come tema l'architettura prenuragica e nuragica e la loro interconnessione con gli astri;

Workshop riguardante l'osservazione astronomica.

### **III - "La vita contadina: furriadroxius e boddeus"**

Tra la fine del 1600 e gli inizi del 1700 l'occupazione delle coste sarde da parte degli arabi aveva determinato l'abbandono dell'attività estrattiva, il crollo, dunque, delle miniere, delle gallerie e dei pozzi costruiti da fenici e romani e utilizzati in seguito dai pisani e dagli spagnoli. Fu per il Sulcis un momento storico abbastanza difficile dal momento che tale parte della

Sardegna veniva utilizzata solamente dai pastori barbaricini, assidui frequentatori delle desolate campagne

sulcitane, i quali innalzarono strutture abitative provvisorie chiamate medaus: si trattava di dimore rurali in molti casi divenute definitive e in altri trasformate in moderne aziende per l'allevamento del bestiame, soprattutto ovino.

Fissatisi a dimora dopo il 1850, i pastori restarono raggruppati in nuclei minuscoli che presero il nome di furriadroxius. Il furriadroxiu è l'elemento elementare del popolamento: è stato considerato come un insieme formato da qualche povera capanna e da un chiuso per il bestiame, indica dunque un'azienda agro-pastorale anche se abbastanza primitiva. Il termine verrà utilizzato dalla seconda metà dell'Ottocento in poi per indicare i luoghi di rientro sia degli uomini che degli animali (dal termine sardo furriai = rientrare).

I medaus e i furriadroxius si trasformarono in boddeus, gruppi di case di campagna o borghi di varia consistenza che possedevano piccoli centri con due o tre chiusi finalizzati alla sorveglianza notturna del bestiame. Pare che molti boddeus dopo il 1853 siano stati eretti in comuni. Oggi tali realtà sono difficilmente distinguibili anche se la toponomastica ci può aiutare: spesso questi luoghi abitati vengono denominati con un patronimico comunemente attribuito alla famiglia-ceppo, in genere quella del fondatore. L'operazione onomastica consiste nell'uso al plurale del cognome, preceduto dall'articolo determinativo, al maschile. Nel sistema toponimico locale questa denominazione designa la linea di discendenza e indica il gruppo residenziale (ad esempio "Is Maccionis"). L'operazione onomastica poteva altresì consistere nel far precedere il cognome della famiglia fondatrice dal sostantivo medau (ad esempio "Medau Brau").

Queste realtà agro-pastorali erano organizzate in maniera molto semplice:

la struttura unitaria conteneva la casa (is domus), o meglio lo spazio domestico del gruppo familiare che costituiva il

perno delle maggiori attività che si rapportavano al territorio, e i terreni (is terras). Questi comprendevano il terreno boschivo, l'oliveto, la vigna, le terre coltivate (perlopiù a cereali). Le rappresentazioni dello spazio enfatizzano fortemente il modello combinatorio come modello spaziale della policoltura, dell'autosufficienza e della ottimizzazione produttiva.

Il casamento, situato spesso in punti d'altura, è il complesso rustico-abitativo tipico di tutta la zona: esso manifesta prevalentemente una morfologia funzionale composta dall'allevamento e dall'agricoltura. L'insieme architettonico si caratterizza per l'immediata rispondenza dell'organizzazione dello spazio al modulo produttivo, per la stretta integrazione fra abitare e produrre. La corte è in acciottolato o in terra battuta; in essa la stalla è ad uno spiovente e a più luci che partono da semplici pilastri di sostegno di legno. La copertura è fatta con il sistema della travatura e delle tegole. Nei muri, in pietra e non intonacati, i pali in legno per legare il bestiame (bovino, ovino e caprino), la mangiatoia in legno o, più spesso, sul pavimento, le mangiatoie in pietra.

Nei nuclei elementari, gli elementi delle tecniche di costruzione che conferiscono omogeneità alla complessiva tecnologia di questo habitat sono i materiali locali come la pietra, i mattoni crudi, le tegole. I tetti delle case con il soffitto a incannucciata erano sorretti da travature in legno, in genere a due spioventi, di cui uno era spesso allungato con effetto asimmetrico. Il pavimento poteva essere in terra e acqua, lastricato con grandi pietre piatte, mattonellato con mattonelle decorate o con comune mattone. Le pareti dell'abitazione erano intonacate con argilla e calce, bianche all'esterno e con colori pastello (celeste, verde, rosa) all'interno; tuttavia pare risultare

*Comune di Carbonia – Piano Marketing Turistico 2010*

preferito l'uso omogeneo del bianco all'esterno e all'interno.

Lo spazio abitabile risulta composto da

una o più cellule, ad un piano, e meno frequentemente, a due piani. In questo caso la parte superiore era generalmente in legno, veniva chiamata solaio ed era adibita a deposito di derrate.

All'interno, l'arredo era abbastanza semplice. Le tecniche di costruzione tradizionali offrivano, specialmente in cucina, alcune soluzioni per riporre oggetti di uso quotidiano: un armadietto a muro con ripiani a vista conteneva in genere i piatti, una bassa sporgenza della parete serviva per poggiare le brocche d'acqua, la cappa del camino con uno o due ripiani veniva usata per riporre tazze, bicchieri e bottiglie. Nelle pareti venivano appese inoltre le conche di terracotta, i recipienti in paglia, cioè panieri, canestri, canestruoli. Nella camera da letto, oltre il letto in legno o in ferro, un oggetto abbastanza tipico della cultura locale e dell'estetica locale è la cassapanca dipinta a mano.

La microlocalità del Sulcis, indifferentemente dalle loro origini e funzioni prevalenti (agricole e pastorali), indipendentemente dalla loro appellazione storica (medaus, furriadroxius o boddeus), pur nella crisi che attualmente ne caratterizza i cambiamenti di funzioni, le riconversioni d'uso, le limitazioni produttive, gli abbandoni, sembrano manifestare, sia pure in modi parziali e limitati, il tradizionale controllo tecnico sull'ambiente e sulle sue risorse. Esso viene esercitato essenzialmente con i propri mezzi materiali, con una propria cultura del territorio, concepito come unità produttiva autonoma e autosufficiente.

#### **IV - Obiettivi specifici del terzo itinerario**

Creazione di un itinerario legato all'economia agro-pastorale che

valorizzi le antiche strutture sociali contadine;  
Studi e seminari sull'influenza degli astri nell'agricoltura;  
Enogastronomia contadina e laboratorio dedicato alla produzione enogastronomica.

#### **IVb - Operazioni previste del progetto**

**Per l'obiettivo specifico 1** (Creazione di un itinerario legato all'economia agro-pastorale che valorizzi le vecchie strutture sociali contadine).

Messa in sicurezza e recupero di un casamento nel quale si evidenzino le principali caratteristiche abitative del periodo in questione (Medau di Cannas di Sotto).

Mappatura dei Medaus al fine di permettere una loro fruibilità.

**Per l'obiettivo specifico 2** (Studi e seminari sull'influenza degli astri nell'agricoltura).

Organizzazione di una due giorni di studi dedicata all'influenza astrale sull'agricoltura nonché ai modi di vivere e alle tecniche agro-pastorali adottate dalla seconda metà dell'ottocento.

**Per l'obiettivo specifico 3** (Enogastronomia contadina e laboratorio dedicato alla produzione enogastronomica).

Coinvolgimento della popolazione locale e workshop avente come argomento la produzione enogastronomica locale:

*-Pane: Civraxiu*

*-Piatto unico: Matzamurru*

*-Pasta: Cullurgionis, Maloreddus*

*-Carni: Sartizzu (salisiccia), Angioni (agnello), Brebei (pecora), Porceddu (maialino)*

*-Dolci: Pardulas*

*-Liquori: Mirto*

#### **V - Obiettivi accessori**

Creazione di un consorzio fra Comuni sulcitani in grado di implementare

l'offerta turistico-culturale; fare sistema fra tutte le strutture ricettive ivi presenti

Proporre un'alternativa al turismo tradizionale rivolgendosi a turisti culturali e locali che vogliono un rapporto reale col territorio

Rinsaldare il rapporto di riconoscimento della popolazione locale con il suo territorio

Vendita pacchetti turistici

Promozione attraverso sito web e canali di comunicazione.

# **PIANO MARKETING TURISTICO**

COMUNE DI CARBONIA  
ASSESSORE AL TURISMO  
Luisa Poggi

DIRIGENTE DEL SERVIZIO V  
Silvia Mocci

RESPONSABILE DEL SETTORE  
CULTURA TURISMO SPORT SPETTACOLO  
Elio Mei

SETTORE  
CULTURA TURISMO SPORT SPETTACOLO  
Rossano Pirisi