

# **Enoturismo a Sella&Mosca: dove l'enoturismo parte da lontano**

scritto da Lavinia Furlani e Fabio Piccoli | 23 Luglio 2021



**Nonostante avessimo visitato più volte [Sella&Mosca](#), la più nota azienda vitivinicola della Sardegna, in questi ultimi vent'anni, non eravamo mai entrati nel museo realizzato all'interno della Tenuta a Piani di Sotgiu a pochi chilometri**

da Alghero.

Una mancanza gravissima considerando cosa è possibile scoprire dentro questo museo, uno dei più interessanti allestiti da un'azienda vitivinicola.

Il museo è costituito da due sezioni: **una archeologica e una di storia aziendale**. La prima documenta la storia del sito di "Anghelu Ruju", la più grande necropoli preistorica della Sardegna, scoperta nel 1903, che è compresa, con i suoi 38 ipogei, nei terreni della tenuta vinicola. L'altra sezione è caratterizzate dalle straordinarie foto d'epoca di **Vittorio Sella**, che raccontano in maniera unica e fantastica la storia dell'azienda dal 1899 al 1938.

Osservare con attenzione le foto di Vittorio Sella è **un'esperienza veramente unica** non solo perché sono bellissime e fanno emergere la sua capacità fotografica e artistica, ma anche perché ti consentono di immergerti completamente nella storia di un'azienda e di un territorio **riportandoti indietro di oltre un secolo**.

Per questa ragione la mostra fotografica di Sella&Mosca la si può considerare una vera e propria **macchina del tempo** che testimonia, meglio di qualsiasi parola, la storicità di quest'azienda e il suo ruolo chiave nello sviluppo di un intero territorio, di una regione.

L'esperienza enoturistica da Sella&Mosca, pertanto, **rappresenta in maniera molto concreta cosa significa il termine storico quando riferito ad un'azienda vitivinicola**. Sappiamo bene quanto l'aggettivo storico sia tra i più abusati nelle descrizioni di imprese del vino. Ma da Sella&Mosca questo termine diventa una chiave di lettura straordinaria per comprendere al meglio i valori di questa azienda che ha dato un contributo fondamentale allo sviluppo della vitivinicoltura in Sardegna riuscendo a dare testimonianza di come costruire un'impresa moderna, evoluta e per certi aspetti rivoluzionaria, oltre 120 anni fa.

Se concentriamo questo aspetto al tema enoturistico si riesce facilmente a comprendere come **la “storia” possa rappresentare un fattore di grande attrattività.**

E l'esempio offerto da Sella&Mosca è perfetto per comprendere **come si può trasformare la propria storia in un contenuto comunicativo assolutamente attrattivo**, capace di dare valore a tutta l'immagine del noto brand sardo. Attenzione: per trasformare la “storia” in un fattore comunicativo interessante ed enoturisticamente efficace è essenziale che vi sia una costante “traduzione” da parte dei protagonisti dell'azienda. Per questa ragione **il racconto che ci è stato fatto in Sella&Mosca è assolutamente credibile**, perché è stato in grado di attualizzare la storia dell'azienda e farci percepire che essa prosegue, pur con proprietà che nel tempo sono cambiate (dal 2016 appartiene al gruppo Terra Moretti) con quell'impostazione votata all'innovazione, all'investimento costante in risorse umane, con il rinnovarsi dell'impegno di essere ancora oggi, a distanza di oltre 120 anni, la colonna portante della vitivinicoltura sarda.

**Questo è lo storytelling che ci piace:** non quello puramente evocativo, ma quello che è **in grado di spiegare le ragioni che hanno portato Sella&Mosca ad essere quella che è oggi.**

Lo abbiamo ripetuto spesso nel corso di questi anni, ma ci teniamo ad insistere ancora: **i brand più famosi sono anche quelli più esposti alle critiche**, sono quelli che generano le maggiori aspettative e quindi non è facile per questa tipologia di aziende mantenere sempre alta la propria reputazione. In questa direzione, in Sella&Mosca (grazie anche all'impulso dato dall'amministratore delegato di Terra Moretti, **Massimo Tuzzi**) grande spazio è stato dato alle risorse umane interne, in particolare quelle sarde, come il direttore generale **Giovanni Pinna** e il direttore commerciale **Roberto Salis**, tanto per citare i due nomi più rilevanti.

Avere esaltato l'anima sarda, quella più autentica anche sul fronte delle risorse umane è stata una scelta decisamente

vincente dando oggi un'ulteriore spinta all'**autorevolezza di Sella&Mosca**.

L'accoglienza di Sella&Mosca, grazie anche all'**elegante e funzionale Casa Villamarina**, posta al centro della Tenuta, è **stata sicuramente tra le più suggestive dei nostri tour**.

Il poter vivere a tutto tondo un'azienda vitivinicola rappresenta una delle esperienze enoturistiche più belle ed interessanti. **Svegliarsi tra i 500 ettari vitati di Sella&Mosca è un'esperienza difficile da dimenticare per chiunque**.

---

## **Le persone che ci hanno accompagnato:**

**Sella&Mosca regala un'esperienza di enoturismo studiata nei minimi dettagli: dalla cantina al resort Casa Villa Marina, dal museo al wine bar. Ma sono le persone che abbiamo incontrato che ci hanno permesso di cogliere le sue vere sfumature.**

**Antonella Ninniri è colei che si occupa, assieme ad Anna Cadeddu, di accogliere gli ospiti e guidarli attraverso i numerosi pacchetti di enoturismo. Ci ha colpito la sua prima frase: "Il mio non è un lavoro. Nasce dalla passione per la mia terra e per il vino che mi guida in un costante impegno per trasferire agli ospiti tutto ciò che la Sardegna del vino può offrire".**

**Abbiamo poi incontrato Giovanni Pin, Direttore generale dell'azienda, che ci ha accompagnato in un percorso tecnico facendoci comprendere il potenziale vitivinicolo sardo. Di Giovanni ci ha colpito soprattutto la visione fortemente incentrata sul lavoro di gruppo: per lui il team e la visione sono alla base del successo. "Abbiamo bisogno di tempo e di**

persone dedicate che credano in questo progetto". E prosegue: "sono infatti la disciplina e l'attaccamento che determinano i concreti passi avanti di una azienda". **Giovanni è riuscito a trasmetterci l'orgoglio sardo, la volontà di passare dal sentirsi isolani al sentirsi talvolta isolati, per arrivare all'essere semplicemente e autenticamente sardi.**

E tutto quello che a parole ci ha trasmesso lo abbiamo poi ritrovato non solo nei vini, ma anche nel dialogo con le risorse aziendali. Parlando con **Roberto Salis (direttore commerciale)** e **Chiara De Lorenzo (responsabile marketing)** abbiamo ritrovato tutti i valori con linearità e coerenza. **Grazie poi al tocco di Massimo Tuzzi (AD del gruppo Moretti)** le risorse umane sono veramente valorizzate e messe al centro del gioco.

**"I confini di ognuno di noi si fermano dove inizia la competenza del nostro collega"**. Sembrano parole belle solo da pronunciare, ma questo team ancora molto giovane (in termini aziendali) sta costruendo un futuro sentito e ragionato.