



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORATO DELLA PROGRAMMAZIONE, BILANCIO,  
CREDITO E ASSETTO DEL TERRITORIO

CENTRO REGIONALE DI PROGRAMMAZIONE

## **RAPPORTO D'AREA**

### **ALLEGATO 5 - LINEE DI INTERVENTO – I CONTRIBUTI DEL FORUM**

LABORATORIO TERRITORIALE DELLA PROVINCIA DI SASSARI

## Indice

1	FORUM SUL TEMA SVILUPPO SISTEMI RURALI	5
1.1	Premessa	5
1.2	Elementi discussi	5
1.2.1	Concetto di "ruralità"	5
1.2.2	Concetto di "multifunzionalità"	6
1.2.3	Nuovi strumenti di finanziamento comunitari	6
1.2.4	Qualità e sostenibilità del territorio	6
1.2.5	Sostenere la qualità della vita in aree rurali	7
1.2.6	Paesi albergo	7
1.2.7	Produzioni agro-alimentari tipiche ed Artigianato tipico	8
1.2.8	Formazione per creare intelligenze	9
1.2.9	Informazione	9
1.3	Conclusioni	10
2	SVILUPPO SISTEMA TURISTICO COSTIERO E INTEGRAZIONE OFFERTA COSTIERA CON QUELLA DELLE ZONE INTERNE	10
2.1	I Risultati del gruppo di lavoro	10
2.2	Temi degli interventi	11
2.2.1	Risorse territoriali	11
2.2.2	Accessibilità e mobilità	11
2.2.3	Integrazione e ambiente	13
2.2.4	Comunicazione e promozione	13
2.3	Posizionamento e comunicazione	13
2.3.1	Diversificazione	14
2.3.2	Formazione	14

2.3.3	Cultura	15
2.3.4	Offerta ricettiva	15
2.4	Alcune proposte:	16
2.5	Conclusioni	16
2.6	Due ulteriori riflessioni:	17
3	<b>FOCUS SUL TEMA QUALIFICAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI</b>	17
3.1	Premessa	17
3.2	Linea di intervento	18
3.3	Criticità del sistema	18
3.4	Iniziative da realizzare	18
3.4.1	Filiere parcellizzate	19
3.4.2	Filiere strutturate	19
3.4.3	Comparto in generale	19
3.4.4	Promozione dei prodotti	19
3.4.5	Commercializzazione	20
4	<b>FOCUS SUL TEMA RIQUALIFICAZIONE URBANA E TERRITORIALE</b>	20
4.1	Piani di analisi	20
4.1.1	Reti di governance urbana	21
	Parole chiave	21
4.1.2	Valorizzazione attività commerciali dei centri urbani	22
	Parole chiave	22
4.1.3	Azioni per l'innovazione, il recupero e la valorizzazione	24
	Parole chiave	25
4.1.4	Sviluppo delle reti comunicative	25



# 1 FORUM SUL TEMA SVILUPPO SISTEMI RURALI

## 1.1 Premessa

Il focus, coordinato dal Direttore del CRP, Dr. Salvatore Orlando, ha visto la partecipazione di numerosi soggetti appartenenti a diverse categorie di attori locali: amministratori comunali e funzionari della PP.AA., rappresentanti di organizzazioni professionali, rappresentanti del mondo accademico, imprenditori agricoli, consulenti di impresa - con particolare riferimento al settore ambientale, dei beni culturali e turistici - nonchè operatori della formazione professionale e dei servizi alla persona.

Nel complesso hanno partecipato circa 40 persone, assistite dai funzionari Ersat facenti parte del Laboratorio, i quali hanno avuto il compito di presentare la scheda sul tematismo in oggetto, preventivamente distribuita ai partecipanti al "focus".

La scheda ha costituito la base di lavoro per la successiva discussione del gruppo il quale, dopo averne analizzato i contenuti e condividendone spesso le riflessioni, si è soffermato in particolare sugli aspetti di seguito descritti.

## 1.2 Elementi discussi

1. concetto di "ruralità";
2. concetto di "multifunzionalità";
3. nuovi strumenti di finanziamento Comunitari;
4. percezione della qualità del territorio;
5. area dei servizi alle persone;
6. sistemi turistici;
7. produzioni agro-alimentari tipiche ed Artigianato tipico;
8. formazione culturale ed imprenditoriale;
9. informazione a sostegno delle imprese e dei cittadini.

### 1.2.1 Concetto di "ruralità"

A conferma dell'estrema difficoltà di classificazione delle aree rurali, si è messa in evidenza la semplificazione nel classificare il territorio come rurale basandosi solamente sugli indicatori scelti dal laboratorio (densità

demografica, intensità attività agricole). Il dibattito ha apportato quali ulteriori requisiti di classificazione l'indice di spopolamento e di invecchiamento della popolazione.

### **1.2.2 Concetto di "multifunzionalità"**

Allegato 5.1 - Report Sistemi rurali assumere le aziende agricole, le quali, pur restando ancorate nell'assicurare le loro funzioni tradizionali, erogherebbero servizi innovativi e trasferimento di saperi come tramite fra generazioni presenti e quelle future (es. fattorie didattiche, attività sportive e ricreative, ecc.). Ciò consentirebbe l'innalzamento sociale dell'agricoltore che diventerebbe, attraverso una specifica formazione, "*maestro di saperi e di cultura contadina*", valorizzando e tutelando, tra l'altro, tutti gli aspetti inerenti la biodiversità (tutela di tutto il patrimonio di specie progenitrici in via di estinzione delle specie coltivate, quali l'oleastro, il perastro, il caprifico, le varie specie di prunus e la vite selvatica, anch'esse a salvaguardia dell'identità territoriale)

### **1.2.3 Nuovi strumenti di finanziamento comunitari**

Durante il "focus" è stata evidenziata la sensibilità da parte dell'Unione Europea nei confronti dello sviluppo delle Aree Rurali che si è tradotta nella istituzione di uno strumento unico di finanziamento della politica di sviluppo rurale, il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR), destinato a migliorare la competitività dei settori agricolo e forestale, l'ambiente e la gestione dello spazio rurale nonché la qualità della vita e la diversificazione dell'economia rurale. A tal proposito si è rimarcata la necessità di una puntuale conoscenza degli indirizzi programmatori e delle relative fonti di finanziamento Qualità e sostenibilità del territorio

### **1.2.4 Qualità e sostenibilità del territorio**

Così come riportato nella scheda, i partecipanti al forum riconfermano il territorio non più come un "contesto impercettibile sottosviluppato", ma un serbatoio di risorse che bisognerebbe valorizzare su un percorso di alta qualificazione. Non un "*libro dei sogni*", come qualcuno ha evocato, ma contenitore di piccole-medie attività economiche che bisognerebbe mantenere e sviluppare, contenitore di ambienti idonei per la conservazione di biotipi, luoghi di riproduzione e insediamento della fauna selvatica, luogo e

conservazione della flora e del patrimonio forestale, quadro naturale di svago e riposo. Non ultima è stata rimarcata la funzione sociale dello spazio rurale, punto di convergenza dell'identità culturale, risultante dal legame fra il territorio e le sue tradizioni.

### **1.2.5 Sostenere la qualità della vita in aree rurali**

Tale concetto è stato particolarmente sostenuto dalla gran parte dei partecipanti, paventando in esso una "disparità di cittadinanza" fra l'area rurale e quella cittadina. In un contesto territoriale in cui si vanno progressivamente acutizzando le problematiche ed i disagi nei riguardi principalmente degli anziani e dei giovani, andrebbero rivisti, tramite adeguate ed appropriate politiche strutturali, degli interventi volti ad assicurare servizi, sempre più soggetti alle leggi dell'economia, come nei settori produttivi (negozi), socio-assistenziali (asili nido, centri di prima accoglienza, ecc.), culturali (biblioteche, scuole, ecc.), e, più in generale, per il miglioramento della qualità della vita e della sua sostenibilità. Tali iniziative, oltre ad arginare la fuga della popolazione residente, farebbero leva come potenziali attrattori di soggetti che vorrebbero risiedere e/o investire in loco. Di fondamentale importanza sarebbero le ricadute nei riguardi delle donne, che vedrebbero garantite pari opportunità nel poter espletare appieno le proprie attività, specie all'interno del nuovo quadro multifunzionale.

### **1.2.6 Paesi albergo**

In un contesto di sistemi turistici locali è stata sottolineata l'importanza che rivestirebbero i "nuovi percorsi e modelli" di accoglienza ed ospitalità. Un turismo non solamente ancorato alle tradizionali conoscenze dei luoghi, delle bellezze naturali o artistiche, ma instaurato e integrato con la cultura del posto, con la quotidianità degli abitanti del paese e/o del borgo, all'interno del quale il turista possa percepire di "essere a casa" e non in un residence affollato o nel grande albergo. Sono state rimarcate dai presenti le potenzialità di diversi paesi nell'"accogliere" l'aumento di domanda di turismo rurale verso località turistiche minori, capaci di offrire i loro centri storici, razionalmente recuperati nelle loro originali tipologie edilizie, le risorse enogastronomiche del territorio, i prodotti artigianali abbinati a percorsi ed itinerari paesaggistici di notevole interesse. Spesso tale opportunità vengono ulteriormente valorizzate dalla presenza di grandi attrattività archeologiche

e/o monumentali, oltre che dalla vicinanza dell'area costiera sulla quale creare incentivanti modelli di sinergia.

E' stato, altresì, rimarcato a tal proposito un invito per un maggiore sforzo da parte del mondo politico nel voler destinare una maggiore attenzione sul recupero delle testimonianze culturali in genere, visto che a tutt'oggi sono ben pochi, a confronto dell'enorme patrimonio regionale, i siti che potenzialmente risultano fruibili e inseribili in una rete, in un "circuito di eccellenze".

### 1.2.7 Produzioni agro-alimentari tipiche ed Artigianato tipico

Sono stati affrontati aspetti inerenti il tema sull'**agroalimentare** (Valorizzare le tipicità, politica seria di marchio, riconversione agricola, rivalorizzazione dei prodotti, spinta verso la cooperazione e la costituzione di consorzi intercomunali, ecc), che in maniera più articolata sono presenti nell'apposito report ma che sommariamente si incentrano sul:

- consolidamento strutturale delle aziende agricole;
- potenziamento e aggiornamento delle attività di trasformazione (nuove tecnologie, macchinari-attrezzature);
- integrazione delle imprese con il mercato e con il turismo locale tramite adeguate strategie commerciali;
- creazione di un organismo snello preposto alla promozione delle tipicità agricole locali tramite la concessione del *Marchio* ("*Marchio ombrello*") d'area alle imprese del territorio che rispettino l'utilizzo di materie prime locali nei loro processi produttivi. Tale organismo dovrà agire in simbiosi con i centri di prenotazione ed assistenza turistica.

Di non secondaria importanza è il peso e la varietà delle tipologie imprenditoriali (alimentazione, edilizia, trasporti, impianti, servizi alla persona, artigianato artistico, ecc.) che costituiscono l'Artigianato della Provincia di Sassari. Le imprese, pur poco strutturate e deboli rispetto al mercato globale, possono contare su validi elementi di creatività, qualità e capacità di rischiare di proprio, nonostante gli ostacoli finanziari e burocratici. Per quanto suddetto, la programmazione regionale dovrà puntare sui seguenti interventi:

- promozione all'associazionismo, spesso disdegnato dagli imprenditori a causa di costi troppo elevati necessari al funzionamento di tali strutture;
- promozione dell'innovazione e della cultura tecnologica, attraverso azioni di formazione assistenza tecnica alle nuove tecnologie ( per es. solo il 20% dei comuni del nord Sardegna ha la copertura ADSL);



- realizzazione di interventi per individuare ed avviare canali commerciali più idonei per i produttori locali, tramite politiche non necessariamente rivolte all'internazionalizzazione, in quanto troppo complesse e lontane rispetto alla gran parte delle microimprese provinciali.

### **1.2.8 Formazione per creare intelligenze**

Nell'espone i fabbisogni e le possibili iniziative indispensabili per una crescita professionale degli operatori economici e della popolazione rurale in genere, particolare enfasi è stata posta da parte degli intervenuti sulla necessità di garantire un sufficiente livello di formazione, assistendosi frequentemente ad un'elevata mortalità scolastica con conseguente mancato raggiungimento della scolarizzazione minima. Tale constatazione dovrebbe far riflettere, non solo le istituzioni, ma l'intera collettività, deputata a cercarne le cause e a trovarne le opportune soluzioni.

Viene tuttavia rimarcata la presenza sul territorio di vari laureati e diplomati, oggi disoccupati, i quali, sulla "soglia della fuga", garantirebbero le loro professionalità nel caso venissero richieste dai nuovi ed incentivanti indirizzi politici di sviluppo.

Vista la disorganicità delle imprese a proporsi unitariamente sui mercati, risulta indispensabile una adeguata formazione rivolta agli operatori sul vero significato di "consorzio", coagulante di soggetti che si capiscano e possano percorrere assieme gli stessi obiettivi.

### **1.2.9 Informazione**

Oltre alla formazione, è stata messa in evidenza la necessità di dotare il territorio di qualificati "servizi e strumenti informativi" ("Centri di comunicazione") che siano a sostegno, oltre che delle attività d'impresa, anche delle semplici esigenze del cittadino nella soluzione dei problemi quotidiani, pur evidenziandosi che spesso nelle aree rurali la distinzione tra servizi alle imprese e servizi alle famiglie è molto sottile, perché spesso le unità produttive e le unità di consumo coincidono con il nucleo familiare. Tale esigenza si inquadra per sopperire alla distanza dai centri urbani ed al costo di accesso alla stessa informazione.

### 1.3 Conclusioni

In ultima analisi: “Lo sviluppo rurale non è la coda del turismo o l'appendice dell'agricoltura”. La predetta affermazione, emersa durante il dibattito, ha voluto rimarcare la valenza intrinseca del territorio rurale il quale, ben conscio dello spessore turistico delle zone costiere e della qualificante e preponderante azione agricola, vuole affermarsi dignitosamente in tutte le sue potenzialità sociali, culturali, produttive ed ambientali. L'area rurale, cioè, non va vista come “*coda del turismo costiero*”, come corollario di esigenze di un sistema turistico già affermato, ma come entità a se stante, forte delle sue risorse e delle sue attrattività, che pur sempre comunque deve tendere a creare sinergismi con la costa e viceversa.

Inoltre, non come “*appendice dell'agricoltura*”, che pure ha la sua valenza inconfutabile economica e sociale, ma come contenitore di altre attività artigianali, ambientali, ricreative e sanitarie che necessiterebbero di maggiore attenzione, consolidamento ed integrazione nello sviluppo sostenibile del territorio.

## 2 SVILUPPO SISTEMA TURISTICO COSTIERO E INTEGRAZIONE OFFERTA COSTIERA CON QUELLA DELLE ZONE INTERNE

### 2.1 I Risultati del gruppo di lavoro

Il focus ha visto la partecipazione dei principali soggetti pubblici e privati interessati alla filiera turistica: rappresentanti delle principali associazioni di categoria e dei consorzi turistici, sindaci e amministratori locali e di comunità montane, singoli operatori privati e consulenti di impresa, ricercatori universitari, per un totale di oltre 100 partecipanti. Alcuni partecipanti hanno preferito consegnare al laboratorio della documentazione a sostegno delle argomentazioni proposte o in alternativa all'intervento nel forum.

Il Laboratorio provinciale ha trascritto la sintesi degli interventi svolti dai partecipanti durante la discussione ed ha sintetizzato le priorità emerse dai documenti consegnati. Dall'analisi che ne è derivata sono emerse alcuni tematismi.

Una delle principali considerazioni a valenza “trasversale” esposte è relativa al fatto che si ritiene innanzitutto necessario individuare delle linee strategiche di fondo, al fine di ricondurre a sintesi in un disegno unitario,

tutte le possibili iniziative del territorio. Da un lato emerge infatti la difficoltà di organizzazione dei territori a livello sovracomunale, dall'altro la constatazione che è impensabile costruire dei prodotti turistici nei confini provinciali ovvero "imbrigliare" la programmazione integrata nei soli perimetri amministrativi provinciali. La costruzione di strategie condivise riveste tra l'altro un'importanza maggiore in vista della costituzione dei Sistemi Turistici Locali (STL), che prevedono il coinvolgimento dei privati in collaborazione con la Pubblica Amministrazione e relativamente ai quali l'integrazione costa-interno è un elemento chiave per la buona riuscita.

## **2.2 Temi degli interventi**

Gli interventi esposti nel corso della giornata e le ulteriori considerazioni presenti nei documenti consegnati sono di seguito sintetizzati secondo alcuni principali denominatori comuni:

### **2.2.1 Risorse territoriali**

Si è posto l'accento sul fatto che è necessario individuare quali risorse abbiano "valenza territoriale". Tale individuazione va effettuata da un'autorità a livello sovracomunale. Per alcune risorse (aeroporto di Alghero, Parco dell'Asinara) tale caratterizzazione è abbastanza evidente. Per le altre – per es. i siti archeologici – per i quali una valorizzazione diffusa non ha sinora prodotto risultati significativi, causando solamente una dispersione di risorse, occorrerebbe predisporre una mappatura ed uno studio che ne evidenzii le peculiarità (posizione strategica, numero di frequentatori ecc.), in modo tale da valorizzare solo quelle effettivamente significative. Stesso discorso è stato fatto relativamente alle attrezzature sportive (Es non possiamo riempire il nord Sardegna di campi da golf, bisogna individuarne uno a servizio di tutti), strutture diportistiche ed eventi culturali. Relativamente a questi ultimi, occorrerebbe organizzare un calendario, evitando la sovrapposizione di eventi similari nello stesso periodo.

### **2.2.2 Accessibilità e mobilità**

Uno degli elementi fondamentali dello sviluppo del sistema turistico è l'accessibilità, i cui fattori chiave sono: porti e aeroporti adeguati e ben gestiti, servizi di collegamento frequenti e a costi sostenuti, buona viabilità interna e segnaletica.

E' su questi fattori che occorre lavorare. E' stata evidenziata l'esigenza non

solo di potenziare l'aeroporto di Alghero, ma di investire su altre modalità di accesso, come per esempio gli eliporti.

Relativamente al traffico aereo, occorre incentivare la frequenza dei collegamenti, la disponibilità di posti ad un prezzo contenuto in modo da consentire un afflusso di turisti nell'arco più ampio possibile dell'anno parallelamente all'organizzazione e all'offerta di prodotti integrati.

La continuità territoriale di oggi, pensata solo per i residenti, contribuisce a vanificare gli sforzi promozionali fatti a monte e frena i flussi in entrata. Si auspica perciò una sostanziale modifica delle impostazioni delle tariffe per i non residenti; si potrebbe ad es. definire una griglia di 5 prezzi per i non residenti e agganciare tali prezzi ai tempi di prenotazione e/o ai periodi in cui si vuole fare il viaggio ad esempio.

Si evidenzia inoltre l'importanza dei voli low cost, che rappresentano l'unico modo per competere nei territori europei, in quanto il turista che spende meno nel trasporto ha maggiore disponibilità di budget per i servizi e la ricettività. Il traffico low cost, contrariamente al traffico dei charter, non è un traffico balneare. Da un'indagine effettuata è emerso che il turista medio che utilizza i voli low cost è un turista che sta bene, che può permettersi di viaggiare quando vuole, è sposato e non ha figli, prende la macchina a noleggio e viene per vedere il mare ma non sta al mare (circa il 40% di loro non sa nuotare).

Un altro beneficio derivante dall'avvento dei voli low cost è che l'utente che vuole raggiungere la meta prefissata al minor costo possibile sa che per soddisfare questa esigenza deve prenotare con largo anticipo il biglietto e di conseguenza prenota anche la struttura ricettiva. Di conseguenza la struttura ricettiva ha la possibilità di incamerare una prenotazione e pianificare le sue presenze con notevole anticipo.

In linea generale, appare opportuno risolvere i problemi strutturali, di mercato e di servizio agli utenti. Innanzitutto va assicurata la garanzia dei rapporti di mercato tra la compagnia aggiudicataria e la società di gestione dell'aeroporto; va evitato che una compagnia possa assumere una posizione dominante verso gli scali sardi e di conseguenza influenzare le politiche stesse dei vari aeroporti. È opportuno vigilare che non si generino potenziali problemi di penalizzazione degli scali minori e che le compagnie aeree aggiudicatarie dispongano di macchine sufficienti a far fronte ad un incremento del traffico generato dai non residenti.

### **2.2.3 Integrazione e ambiente**

Un aspetto strategico del sistema di gestione del territorio, sia allo stato attuale che in considerazione del fatto che tra 5 o 10 anni anche le aree interne potrebbero trovarsi in difficoltà nel gestire flussi turistici cresciuti in maniera esponenziale, è la difesa dell'ambiente. Sulla scia dell'esempio di qualche amministrazione che ha già provveduto in proposito, da più parti è stata segnalata l'opportunità di avvalersi di un Sistema di certificazione Ambientale del Territorio.

### **2.2.4 Comunicazione e promozione**

Si è segnalata la necessità di una politica di marketing più efficace nei confronti dell'utente finale attraverso:

Un piano di marketing operativo che preveda il rilancio dell'immagine e dell'affermazione del brand Sardegna sui mercati e che consenta alle imprese turistiche sarde di non essere più sole nella competizione con le altre località concorrenti.

## **2.3 Posizionamento e comunicazione**

Il posizionamento è un elemento del marketing mix strategico ai fini dell'affermazione dei prodotti turistici sardi sui mercati. Non si deve cadere nell'errore di soffermarsi sulla considerazione che in Sardegna vi sia il miglior ambiente del Mediterraneo o del mondo. Un'indagine Doxa ci dice che l'immagine della Sardegna è prevalentemente legata alla bellezza del mare e delle coste, della natura e dei paesaggi. L'operazione di promozione deve sottolineare che le coste che, per quanto interessate in alcuni punti da forte presenza di insediamenti residenziali, mantengono intatta la loro capacità di attrattiva.

Un marchio comune, la cui gestione e promozione venga affidata ad una struttura consortile concepita come fonte di servizi alle imprese che dovrebbe occuparsi di tutte le attività di comunicazione, diffusione di informazioni e sponsorizzazione degli eventi.

Si è segnalato il fatto che occorre fare promozione non solo nelle porte di accesso al territorio, come gli aeroporti, ma direttamente all'estero, tramite presidi permanenti che intercettino i flussi turistici e dialoghino con i potenziali turisti, come una sorta di vetrina di rappresentanza del territorio,

qualche iniziativa in tal senso è già in corso di realizzazione.

E' stata evidenziata inoltre l'opportunità comunicativa offerta, a partire dal 2006, dal digitale terrestre, ovvero networks che portano sul continente l'informazione turistica sulla Sardegna a costi bassissimi.

### **2.3.1 Diversificazione**

Diversi interventi si sono soffermati sulla necessità di diversificare l'offerta turistica puntando sulle valorizzazione e promozione integrata delle molteplici risorse territoriali e quindi sullo sviluppo e potenziamento di prodotti e servizi a favore di diversi target di turisti, senza trascurare le necessarie offerte rivolte al turista balneare, sempre più attento e disponibile ad effettuare incursioni nelle aree interne dell'isola (da un'indagine conoscitiva sui flussi delle auto noleggiate ad Alghero, emerge infatti che in città sosta solo il 20% del flusso turistico).

I nuovi prodotti da affiancare a quello balneare, nati dalle diverse motivazioni di viaggio, possono essere molteplici, quali:

- congressuale;
- sportivo (es: golf, cicloturismo, calcio, tennis, diving, equitazione che consente una fruizione del territorio a portata dei soggetti disabili ecc.);
- nautico;
- crocieristico, ;
- culturale (circuiti, itinerari ecc.);
- enogastronomico, ecc.

Tutti questi prodotti hanno delle caratteristiche di stagionalità assolutamente complementari, se non alternativi, a quello balneare e possono essere sviluppati e attivati nelle località in prossimità della costa contribuendo in maniera notevole al riequilibrio dei flussi turistici.

### **2.3.2 Formazione**

In molti casi, i corsi di formazione attivati fino ad ora non sono stati rispondenti alle esigenze, in termini di figure professionali, delle aziende ricettive. Occorrerebbe, a tal fine, organizzare un ufficio di coordinamento che possa sovrintendere all'individuazione dei fabbisogni, all'organizzazione ed allo svolgimento di quei corsi che sono di reale utilità alle imprese.

Si registra comunque la carenza di operatori con capacità relazionali, conoscenze linguistiche, formazione tecnica e imprenditoriale. Si potrebbe trarre qualche spunto da un Sistema tipo Baleari (con l'hotelliere) oppure un sistema che coinvolga giovani e imprese.

### **2.3.3 Cultura**

Si è evidenziata l'importanza di radicare la cultura dell'accoglienza, che non è cultura dell'ospitalità, e la cui affermazione richiede un processo culturale molto lungo.

La salvaguardia, inoltre, della cultura e dei saperi locali, così come delle produzioni di nicchia, assume un'importanza sempre più rilevante, anche alla luce del fatto che i grandi processi di produzione si stanno delocalizzando sempre più all'esterno dell'Europa.

### **2.3.4 Offerta ricettiva**

Occorre fare una distinzione tra due tipi di turismo: il turismo legato ad attività classificate e il turismo legato ad attività non classificate ("turismo di seconde case").

Quest'ultimo tipo di turismo si è molto accentuato: 600.000 posti letto a fronte dei 156.000 relativi al turismo classificato secondo dati Crenos in Economia del turismo in Sardegna 2004.

Da questi valori emergono le esternalità negative che si traducono in una serie di disfunzioni sul territorio e sui residenti relativi alla depurazione, alla raccolta dei rifiuti, al traffico, alla mancanza di parcheggi, alla pressione delle spiagge, ecc.

Non esente da problematiche è comunque anche il primo tipo di turismo: da uno studio effettuato in proposito emerge che la quantità e qualità dell'offerta alberghiera nel nord Sardegna è medio bassa tranne alcune eccezioni. Occorre quindi rafforzare il sistema ricettivo ed è necessario definire azioni che consentano alle strutture ricettive l'adeguamento alle esigenze della domanda: creazione spazi congressuali, centri benessere, attività sportive, che consentano di ampliare l'offerta in termini di prodotti e di periodi dell'anno.

E' stata inoltre messa in rilievo da un lato l'opportunità, con particolare riferimento alle aree interne, di puntare, avvalendosi di alloggi e strutture già esistenti, sull'albergo diffuso, dall'altro la necessità di una regolamentazione

delle tipologie di ricettività alternative a quella alberghiera e dei campeggi (aziende agrituristiche e B&B).

Nella prospettiva di uno sviluppo turistico che si integra con l'offerta di prodotti agro-alimentari tipici e della tradizione enogastronomia e, allo stesso tempo, ne diventa un potente volano, si suggerisce infine che le strutture ricettive si debbano rivolgere all'offerta locale per l'approvvigionamento delle vettovaglie.

## **2.4 Alcune proposte:**

- Terme di Casteldoria
- Distretto fluviale-lacustre Coghinas (sport acquatici)
- Stagno di Platamona (oasi naturalistica) – Spiaggia di Platamona: modello Gardaland
- Recupero caserme forestali abbandonate in aree naturalistiche eccellenti e riuso a fini turistici
- Recupero delle strutture all'Asinara
- Formalizzazione di convenzioni fra i consorzi turistici delle località costiere e la rete dell'ospitalità locale.
- Realizzazione di eventi spettacolari innovativi, laboratori teatrali e di luoghi di lavoro per complessi musicali nei centri urbani e nei siti di alto valore paesaggistico, archeologico e architettonico, come strutture industriali dimesse, aziende agricole e altre strutture rurali, edifici ecclesiastici abbandonati e edifici scolastici inutilizzati, gli spazi idonei per la realizzazione dei laboratori teatrali, vedi in particolare area dell'Ex-Mattatoio di Sassari

## **2.5 Conclusioni**

E' emersa la constatazione che le aree interne siano delle aree appetibili, che presentano grosse potenzialità. E' necessario però risolvere alcuni limiti (ricettività e gestione dei siti ad es.). Il fattore costo potrebbe inizialmente indurre ad una maggiore integrazione ( Es chi andrà in un paese dell'interno perché i prezzi sono più bassi rispetto alla costa avrà la curiosità di visitare i siti del posto ....).

Altra considerazione è stata effettuata sulla necessità che gli operatori turistici si "mettano a sistema" (si costruisce la filiera dal volo alla



ristorazione, accordandosi su prezzi di bassa stagione).

## **2.6 Due ulteriori riflessioni:**

Una vera politica strategica basata sul turismo non può prescindere dal pianificare la destinazione di adeguate e sostanziali risorse a favore di questo settore non soltanto in termini di spesa per le attività di promozione ma orientando anche i fondi per la creazione di infrastrutture, per il potenziamento delle porte d'accesso all'isola ed al collegamento con le zone interne, fondi di incentivazione delle strutture per adeguarsi ai mercati. Visto e considerato che il turismo è un settore ad alto tasso di utilizzo di manodopera sarebbe necessario pensare a politiche di defiscalizzazione dei contributi delle risorse umane impiegate, con la previsione di sgravi fiscali per la manodopera.

In considerazione della necessità di elaborare nuove forme di sostegno agli interventi per lo sviluppo e la qualificazione dell'offerta turistica si propone la costituzione di un Fondo di Rotazione. Il fondo dovrebbe sostenere le piccole e medie imprese turistiche mediante finanziamenti a tassi di interesse agevolati per investimenti nel settore turistico allo scopo di supportare i processi di qualificazione e potenziamento dell'offerta turistica. Questo consentirebbe di intervenire su diversi aspetti, quali: adeguamento, ampliamento, ristrutturazione, ammodernamento e riqualificazione

## **3 FOCUS SUL TEMA QUALIFICAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI**

### **3.1 Premessa**

La discussione in seno al gruppo interessato al tematismo "Qualificazione e commercializzazione delle produzioni agroalimentari" è stata condotta sulla base degli assunti elaborati dal laboratorio e presentati nella scheda distribuita ai presenti.

La qualificata, composizione degli intervenuti, numerosi imprenditori del settore unitamente a docenti universitari ed esperti di marketing, ha consentito una discussione fruttuosa ed equilibrata che è stata in grado di produrre interessanti integrazioni alla scheda suddetta.

### **3.2 Linea di intervento**

La scelta del tema “Qualificazione e commercializzazione delle produzioni agroalimentari”, operata dal laboratorio in quanto settore strategico del sistema economico-produttivo della Provincia di Sassari, è stata validata dal gruppo, che ha confermato la percezione secondo cui nel territorio sussiste un elevato livello qualitativo delle produzioni agroalimentari parallelamente, però, ad evidenti difficoltà a raggiungere masse critiche di prodotto.

Sostanzialmente c'è stata una generale condivisione di quanto individuato dal laboratorio nella scheda centrata sul tematismo in questione, in particolare con riferimento alle criticità del comparto agroalimentare della Provincia di Sassari e ai principali interventi da porre in essere per il suo rilancio.

### **3.3 Criticità del sistema**

Le problematiche maggiormente evidenziate dal gruppo sono quelle riscontrate a livello regionale:

- scarsa cooperazione tra produttori;
- mancanza di politiche di marketing per favorire la commercializzazione;
- carenza delle materie prime;
- rischio di abbandono delle campagne;
- mancanza di figure professionali manageriali.

### **3.4 Iniziative da realizzare**

In linea generale, dai vari interventi che si sono susseguiti è emersa la necessità di adottare, a diversi livelli, degli strumenti di qualificazione e commercializzazione al fine di garantire il valore aggiunto di tali produzioni e il giusto riconoscimento da parte del mercato.

Ricalcando quanto specificato dal laboratorio nella relativa scheda, anche in seno al gruppo è stata operata una distinzione degli interventi da porre in essere con riferimento alle imprese parcellizzate e alle imprese strutturate. Infatti, il comparto agroalimentare locale si distingue per la presenza diffusa di molte piccole imprese a fronte di un limitato gruppo di imprese leader, che ovviamente presentano caratteristiche ed esigenze diverse.

Sulla base di tale assunto, gli interventi proposti dal gruppo, possono essere così riassunti:

### **3.4.1 Filiere parcellizzate**

- Promozione di consorzi tra produttori;
- promozione di un marchio di prodotti tipici sardi, definito come una sorta "ombrello" a tutela delle nostre produzioni;
- favorire gli incentivi ai consorzi tra produttori;
- stimolare la coltivazione di materie prime;
- zonizzazione viticola per diversificare e specializzare le produzioni viticole.

### **3.4.2 Filiere strutturate**

- Agire sul Disciplinare pecorino romano
- zonizzazione viticola per la differenziazione e specializzazione delle zone adibite alla coltivazione delle viti;
- collegamento con l'attività di ricerca e conseguente trasferimento dei risultati;
- sostegno a piani di potenziamento e penetrazione commerciale in mercati esteri;
- sostegno per la creazione di locali, all'interno delle strutture aziendali, destinati all'accoglienza di flussi turistici.

### **3.4.3 Comparto in generale**

- Ricerca e innovazione tecnologica, anche per il recupero di produzioni autoctone (es. vitigni autoctoni);
- osservatorio dei mercati;
- campagne di educazione alimentare nelle scuole e possibilità di allestire circuiti didattici all'interno delle aziende di trasformazione;
- valorizzazione delle produzioni *ogm free* e conseguente definizione dei distretti biologici.

### **3.4.4 Promozione dei prodotti**

Il tema della promozione è emerso alquanto spesso durante la promozione. Infatti, al fine di favorire la commercializzazione dei prodotti locali devono

essere approntate delle misure promozionali dirette e specifiche in grado di marcare l'unicità di tali produzioni.

La promozione deve essere gestita a due livelli: la Regione deve impegnarsi nella promozione del marchio "Prodotto tipico di Sardegna" (il cosiddetto "ombrello"), mentre le singole aziende o gruppi di aziende devono occuparsi di diffondere il proprio marchio attraverso diversi strumenti (definizione del packaging, partecipazione a fiere, sito internet ecc...).

### **3.4.5 Commercializzazione**

Un argomento che è stato particolarmente discusso è quello relativo alla commercializzazione dei prodotti locali, in particolare dei rapporti con la grande distribuzione e la distribuzione organizzata. Dai presenti è stata, infatti, evidenziata l'impossibilità di competere con la grande distribuzione, mentre potrebbero invece risultare fruttuosi degli accordi con la distribuzione organizzata che rappresenta un interessante canale di vendita dei prodotti locali. In questo caso si potrebbero individuare degli appositi criteri per la vendita dei prodotti tipici, in ogni caso con condizioni più favorevoli e meno "vessatorie" nei confronti dei produttori.

Un altro canale di commercializzazione, così come anche evidenziato dal laboratorio, potrebbe essere rappresentato dalla stipula di accordi con il settore della ricettività per la fornitura di prodotti locali.

Contestualmente a tali azioni, è stata altresì ravvisata l'opportunità di avere canali alternativi di commercializzazione in quanto prodotti di nicchia. In tale ambito, rientra la proposta, avanzata da diversi presenti, di adibire alcuni ampi locali esistenti (come il mercato ortofrutticolo di Sassari o le vecchie caccie dei piccoli centri) per l'esposizione e la vendita di tali prodotti.

## **4 FOCUS SUL TEMA RIQUALIFICAZIONE URBANA E TERRITORIALE**

### **4.1 Piani di analisi**

Uno dei temi emersi con nitidezza nell'ambito del gruppo "Riqualificazione urbana" è quello delle diverse sfaccettature del concetto di innovazione con riferimento agli ambiti cittadini.

Alcuni insiemi di idee emersi, non sempre caratterizzati da una elevata

coerenza interna, sono relativi agli ambiti della governance della città e/o del sistema urbano territoriale, del welfare locale, della formazione, della nuova impresa e dell'occupazione, del patrimonio architettonico e culturale, dell'ambiente.

Il concetto stesso di città ha indirizzato i partecipanti al gruppo verso una riflessione che sovrappone più piani di analisi:

1. reti di governance urbana;
2. valorizzazione attività commerciali dei centri urbani;
3. azioni per l'innovazione, il recupero e la valorizzazione;
4. sviluppo delle reti comunicative.

#### **4.1.1 Reti di governance urbana**

Un primo elemento segnalato è quello relativo alla necessità di incentivare la formazione e lo sviluppo di reti di governance urbana che vadano oltre la prima fase della progettazione integrata e che si pongano quali punti di riferimento costante per un'attività riflessiva stabile della città e del territorio.

Fra gli spunti emersi si ripete frequentemente quello relativo alla partecipazione di cittadini, imprese, associazioni, della società civile ai processi decisionali pubblici, in una logica inclusiva.

#### **Parole chiave**

- Partecipazione democratica;
- ricostruire reti relazionali;
- rete laboratorio partecipazione democratica;
- strutture di condivisione/laboratorio territoriale come struttura permanente e diffusa sul territorio;
- cittadinanza attiva/responsabile;
- luoghi collettivi permanenti in cui il territorio può pensare (cantiere di idee);
- monitoraggio & Valutazione delle politiche territoriali;
- organismo che coordini le risorse;
- autodeterminazione/ coordinamento spontaneo cittadini centro storico;

- trasferimento informazioni per lo sviluppo locale per aumentare la consapevolezza del territorio;
- valutazione impatto ambientale delle policy (agricoltura- turismo), con report alle cabine di regia;
- incentivi per imprenditori non locali;
- indicatori di welfare locale;
- marketing urbano, centri commerciali naturali, centri di assistenza tecnica nel commercio (Sassari);
- recupero/reinterpretazione del territorio, della sua valenza, manufatti, riterritorializzazione/territorio come materia prima.

Il sistema di welfare urbano è stato presentato dal gruppo nelle sue diverse sfaccettature: assistenza, prevenzione, cittadinanza, sicurezza; formazione, sviluppo economico, occupazione, reddito; fruizione del patrimonio architettonico, culturale, ambientale, degli spazi della città.

#### **4.1.2 Valorizzazione attività commerciali dei centri urbani**

Spesso le parole-chiave, classificate secondo la maggiore affinità ad un dominio concettuale sono fra loro interconnesse (o presentano potenziali interconnessioni). Un esempio può essere rappresentato dalla valorizzazione delle attività commerciali dei centri urbani, connessa con un patrimonio architettonico e culturale fruibile, con la presenza di servizi di welfare ed ambientali che garantiscano la cura dell'ambiente fisico ma anche sociale, relazionale, economico dei centri cittadini.

#### **Parole chiave**

- Area vasta/ Politiche urbane/ Servizi d'accoglienza
- sicurezza/ giustizia come base della convivenza/ aumento welfare locale;
- centro di animazione/ produzione arte in strada per far vivere ai cittadini i luoghi della città;
- riaffermare l'identità del territorio, diversità → eccellenza (racconto)
- recupero della casa per anziani attualmente inutilizzata, non utilizzata (recupero post-ospedaliero/day hospital) – sovracomunale più competitiva

- luoghi d'incontro, ludoteche, aree verdi fasce di età minori, educazione ambientale, fattorie didattiche, Agenda 21;
- sportelli informativi, formativi, di animazione residenti Centro storico (Sassari);
- offrire servizi sociali/di welfare di qualità e maggiore qualità ambientale
- infrastrutture sportive (Sassari);
- campus universitari (anche formazione post-universitaria);
- fondi interprofessionali per la formazione di personale e dirigenti;
- scuola alta formazione per chef;
- percorsi formativi agricoltura e pastorizia;
- indagini di mercato per le imprese;
- sviluppo impresa tecnologica da professionalità "nascoste";
- dottorato governance e sistemi complessi (Sassari);
- valorizzazione persone (marketing territoriale-attrazione verso il centro urbano di Sassari);
- scuola di nautica (Asinara);
- distretto della creatività;
- laboratorio sviluppo software (gestione servizi socio-sanitari);
- centri commerciali naturali;
- B&B centro storico Sassari;
- fidelizzazione centro urbano→ risparmio accantonato (smart card);
- start-up progetto di sviluppo smart card legato ai centri commerciali naturali
- fidelizzazione centro urbano→ budget per decoro urbano;
- consorzi di strada residenti nel centro storico (Sassari);
- trasporto sostenibile nel centro storico (Sassari);
- incubatore per attività artigianali;
- utilizzo di molecole vegetali ad uso farmaceutico, fitoterapico, di fitodepurazione, alimentare (Provincia);
- produzione di materiali innovativi (biotecnologie, materiali intelligenti, nanotecnologie);
- attenzione ai beni culturali;

- convenzione gestione beni culturali/ religiosi, Provincia-Comune/Diocesi;
- valenza territoriale circuiti culturali;
- valorizzazione beni architettonici centro storico di Sassari/ qualità centro urbano;
- recupero patrimonio case sfitte centri storici (pregio architettonico) strumenti finanziari;
- recupero e riutilizzo rifiuti sul territorio (raccolta differenziata);
- valorizzazione delle aree turistiche per la difesa delle coste (spiagge urbane) Porto Torres, Sorso, Sennori e Castelsardo;
- depurazione/Bonifica Rio Mannu;
- materiali innovativi (chimica “che si vende al grammo”);
- biotecnologia, materiali, chimica per l’ambiente;
- bio-architettura della Sardegna;
- costruzione mediterranea più efficiente dal punto di vista energetico;
- formazione legata all’efficienza energetica, incentivi per i centri urbani;
- valorizzazione delle risorse ambientali di Sassari (aree costiere e paesaggio rurale/agricolo);
- risparmio energetico nel settore pubblico (enti locali, scuole).
- Sviluppo progetti di alta formazione con l’utilizzo della simulazione nel campo della diagnosi medica
- Recupero e valorizzazione aree verdi urbane, parchi e giardini del capoluogo.

#### **4.1.3 Azioni per l’innovazione, il recupero e la valorizzazione**

Il gruppo ha individuato alcuni elementi importanti per un ripensamento del territorio a partire dalla consapevolezza del contributo che ognuna delle sue articolazioni che può fornire allo sviluppo. La campagna, il rurale, sono il luogo della conservazione dell’identità, delle tradizioni culturali e materiali, della trasmissione e della fruizione di uno stile di vita più lento e dolce rispetto a quello urbano.

L’innovazione in questo contesto si gioca sulla qualità ambientale e del paesaggio, sulla capacità di produrre alimenti e servizi che incorporano saperi e tradizioni peculiari, sul recupero di legami di comunità, socialità,



sicurezza, sulla valorizzazione del patrimonio immobiliare urbano, su politiche di welfare strutturate in forma di network fra piccoli comuni, sul recupero e la contaminazione con il moderno della tradizione e dell'identità agropastorale.

### **Parole chiave**

- Recupero ambientale da parte dei consorzi strade vicinali (con contributo);
- funzione “paesaggistica” imprese agricole Nurra;
- recupero giardini/orti urbani e periurbani capoluogo;
- salvaguardia paesaggio agricolo/rurale, consorzi di strade vicinali, valorizzazione siti archeologici, collegamento col Parco, introduzione energie alternative/ biomasse, edilizia efficiente dal punto di vista energetico (Nurra);
- recupero siti archeologici e infrastrutture/strade rurali;
- recupero cava di basalto al centro di itinerario turistico/ bacino collinare/ strade di interesse turistico/ambientale (oasi ambientale);
- recupero centri storici Goceano (uso abitativo);
- infrastrutture urbane nei piccoli centri;
- ricettività all'interno foreste del Goceano – punti di ristoro, commercio;
- sviluppo tenuta Mariani (Bonorva);
- sviluppo tenuta Surigheddu (Alghero);
- organizzazione aree ambientali Goceano;
- sistema aree culturali/archeologiche organizzate;
- progetto itinerari religiosi del Mariano;
- strade del vino Sorso–Sennori + altri territori;
- centro prodotti del territorio Sennori;
- produzione agricola all'Asinara (vino);

#### **4.1.4 Sviluppo delle reti comunicative**

Lo sviluppo di reti è risultato uno dei temi maggiormente citati dagli intervistati e dai partecipanti al Forum.

Nel caso di quelle materiali corte è ritenuta necessaria una maggior connessione fra porti, aeroporti ed i sistemi urbani a loro prossimi, fino a quelli interni e per una maggior connessione con il Parco dell'Asinara.

Da segnalare inoltre la possibilità della creazione di un network dei porti turistici del Nord-Ovest.

Il tema della portualità ritorna a proposito delle reti lunghe, con l'individuazione dell'esigenza di potenziare il trasporto via mare dotando il waterfront di Porto Torres delle strutture e dei servizi necessari, della creazione di una filiera che parta dalla portualità da diporto e crocieristica fino a comprendere i servizi dell'accoglienza, della manutenzione, della cantieristica.

Infine, il tema dello sviluppo di un servizio di trasporto aereo interno, utile sia a fini turistici che di protezione civile.

Per concludere, emerge la necessità di creare/potenziare le reti lunghe dello sviluppo locale, in particolare quelle immateriali dei partenariati e degli scambi commerciali nell'Europa continentale e nel Bacino del Mediterraneo. Il tema non ha avuto approfondimenti maggiori e merita certamente un'analisi attenta.

### **Parole chiave**

- Linea aeroporto- città- hinterland di Sassari come luogo "smistamento" flussi;
- dente ferroviario Sassari-Aeroporto di Alghero;
- sistema di mobilità efficiente waterfront Porto Torres;
- servizi mobilità all'Asinara;
- tratta Porto Torres – Asinara;
- rete dei porti commerciali e turistici;
- sistema portuale, rigenerazione delle aree delle waterfront/autostrade del mare;
- sviluppo della portualità da diporto e crocieristica, filiera con cantieristica, servizi;
- eliporti diffusi sul territorio;
- rete europea/ Bacino del Mediterraneo;
- insularità da punto di debolezza a punto di forza (mirare alla mobilità).

