

COMUNE DI NURACHI

Provincia di ORISTANO

PIANO URBANISTICO COMUNALE

PROGETTO

STUDIO MURA-TOMASELLO
Dott. Ing. Giovanni MURA

GRUPPO DI LAVORO

dott. ing. Roberto BARRACU
dott. ing. Marcello CUBADDA
dott.ssa agr. Lucia ARESU
dott. geol. Fausto Alessandro PANI
dott.ssa Anna PIREDDU
dott. archeologo Amilcare GALLO
dott. ing. Rita PORCU
dott. arch. Francesco Giuseppe SANNA
geom. Alberto BETTERELLI
dott. ing. Roberto SALVADEGO
dott. ing. Claudia CENGHIATA
dott. arch. Gabriele CUCCU

COMMITTENTE

Amministrazione Comunale di Nurachi

IL SINDACO

dott. Filippo Scalas

RESP. DEL PROCEDIMENTO

dott. ing Antonio Mastinu

1.6

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO



Mura & Tomasello Associati
architettura ingegneria urbanistica



Data: Ottobre 2009

Resp. Progetto: R. Barracu

Archivio: MT0957_NURACHI

Elaborazione: A. Pireddu

File: DD1.6_01_StrategieDiSviluppo.doc

Verifica: G. Mura

Modello: FS01

Approvazione: G. Mura

Elaborato:

Agg. del:

Rev.: 01 Marzo 2010

IN SEGUITO ALLA DELIBERA DEL C.C. n. 10 del 12/03/2010

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

IL PIANO STRATEGICO DI NURACHI	2
PREMESSA.....	2
LA RELAZIONE TRA PIANO STRATEGICO E PUC.....	3
IL PROCESSO DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA.....	4
CARATTERI DEL SISTEMA ECONOMICO E RISORSE PER LO SVILUPPO	7
LA STORIA	7
IL SISTEMA PRODUTTIVO.....	10
IL PATRIMONIO AMBIENTALE E IDENTITARIO DI NURACHI.....	15
ANALISI DEMOGRAFICA.....	18
LA SITUAZIONE ATTUALE.....	18
LE PREVISIONI DEMOGRAFICHE	23
GLI IMPATTI DEL DINAMISMO DEMOGRAFICO DI NURACHI	28
IL QUADRO STRATEGICO	30
MATRICI DI RELAZIONE TRA PIANO STRATEGICO E P.U.C.	35
AMBITO STRATEGICO IDENTITÀ	37
I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO IDENTITÀ.....	39
CONCORSO ARTISTICO SULLA DECLINAZIONE MODERNA DEL NURAGHE DI NURACHI E CREAZIONE DELLA COMUNITÀ CREATIVA	39
PISTE CICLABILI URBANE ED EXTRAURBANE, CHE CONNETTANO I BENI CULTURALI E AMBIENTALI E GLI ITINERARI DEL PROGETTO TURISMO.....	42
PROGETTO IL MIO VERDE: ORTO BOTANICO URBANO	44
PROGETTO "AI MIEI TEMPI": LABORATORIO DELLA "MEMORIA.....	47
PROGETTO "ALLA RICERCA DEL TESORO": PROGETTO DI ORIENTEERING URBANO E AMBIENTALE DEDICATA AI GIOVANI	48
AMBITO STRATEGICO INCLUSIONE SOCIALE	49
I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO INCLUSIONE SOCIALE.....	51
CONSIGLIO COMUNALE DEI RAGAZZI	51
PROGETTO CASA COMUNALE	52
PROGETTO "SONO AMICO"	53
LABORATORIO DI EDUCAZIONE ALIMENTARE	54
IL PONY AMICO.....	56
AMBITO STRATEGICO TURISMO.....	58
I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO TURISMO	58
PROGETTO TURISMO	58
AMBITO STRATEGICO ATTIVITÀ AGRICOLE E SVILUPPO RURALE	63
I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO ATTIVITÀ AGRICOLE E SVILUPPO RURALE.....	64
PROGETTO ATTIVAZIONE DI GRUPPI DI ACQUISTO PER LE PRODUZIONI LOCALI, QUALE CANALE INNOVATIVO PER LE PRODUZIONE LOCALI	64
AMBITO STRATEGICO ATTIVITÀ PRODUTTIVE URBANE.....	67
I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO ATTIVITÀ PRODUTTIVE URBANE	68
LABORATORIO DELLE ARTI E DEI MESTIERI.....	68
PROGETTO CENTRO COMMERCIALE NATURALE.....	69

IL PIANO STRATEGICO DI NURACHI

PREMESSA

Il Comune di Nurachi ha inteso affiancare il processo di pianificazione urbanistica legato alla predisposizione del PUC con la realizzazione del Piano Strategico per integrare qualità urbana e sostenibilità territoriale, innovazione e conoscenza, sviluppo e partecipazione.

I Piani si muovono nell'ambito culturale e programmatico dello sviluppo sostenibile e intendono promuovere un modello di crescita sociale, economica e culturale che valorizzi il patrimonio delle risorse territoriali e ambientali e lo consegni integro alle generazioni future. Il principio della sostenibilità ambientale e sociale, così come richiamato negli indirizzi della Unione europea, è stato assunto come elemento qualificante del processo di formazione dei documenti di programmazione.

In questa ottica, la pianificazione strategica è il processo di riflessione realizzato dalla comunità di Nurachi al fine di definire e declinare il processo di sviluppo urbano sostenibile desiderato, le strategie e le azioni da porre in essere che accompagna la fase di pianificazione del PUC. Il processo è da concepire, quindi, da un lato come una evoluzione da idee generali a azioni concrete, definite con i metodi della programmazione partecipata dell'intera comunità, dall'altro come un processo di integrazione della progettualità proposta dall'amministrazione comunale in questi anni. È opportuno sottolineare, infatti, che in questo momento si stanno implementando interventi di sviluppo urbano realizzate a valere dei seguenti strumenti:

- Progettazione integrata e Bando Civis con il progetto Progetto Pilota di Qualità "*Trame Urbane nel Sinis Montiferru*" che coinvolge 7 comuni dell'area;
- Progettazione integrata d'area con il Progetto *Mares*; in partenariato con San Vero Milis;
- Progetto Territoriale *Biddas in Beranu* per il recupero dei centri storici di 12 comuni dell'area.

Le linee strategiche su cui si fonda questa progettualità saranno confermate anche nel processo di pianificazione strategica, in particolare negli aspetti legati alla partecipazione, all'importanza della dimensione di sistema territoriale con i comuni della rete Sinis Montiferru e alla centralità della sostenibilità ambientale e sociale,

declinata anche in termini di edilizia sostenibile, grazie alla sperimentazione avviata nel Progetto Biddas in Beranu e al partenariato con Daikin Int.I.

L'elemento chiave su cui si è basato il processo è rappresentato dall'idea di implementare un programma di attività che scaturisce dall'interazione di più attori, a diversi livelli e non tutti pubblici, in linea con la convinzione che la politica di sviluppo del territorio è costituita anche di politiche micro di ambito territoriale e locale, rappresentate da azioni per la creazione di condizioni favorevoli allo sviluppo sociale ed economico, sia attraverso interventi rivolti direttamente agli attori locali sia con strumenti infrastrutturali tangibili e soprattutto intangibili.

Nella forma presentata all'Amministrazione comunale, il Piano strategico si caratterizza come:

- una strategia di sviluppo del sistema locale, capace di integrare i progetti in corso di realizzazione;
- un documento di programmazione che propone precisi riferimenti agli interventi promossi dai differenti attori del sistema locale;
- un documento nato dal continuo confronto con gli attori, pubblici e privati, che contribuiscono a definire il sistema locale;
- un documento che identifica le opzioni di sviluppo e le azioni attivabili.

LA RELAZIONE TRA PIANO STRATEGICO E PUC

La convergenza fra approcci economici e approcci territoriali è uno degli elementi centrali delle politiche di sviluppo, che necessita di strumenti adeguati che la realizzino pienamente.

Avviare un percorso integrato per la redazione del PUC e per la predisposizione del Piano strategico significa riconoscere che le strutture rappresentano un fattore importante e costitutivo del potenziale di sviluppo, in quanto possono diventare una variabile strategica della competitività territoriale. Inoltre, nella pianificazione urbanistica è sempre più evidente che, rispetto alla complessità dei sistemi urbani, è poco efficace la individuazione di ambiti settoriali distinti. Questo apre la strada alla contemporanea considerazione delle strutture fisiche e delle funzioni e, soprattutto alla relazione tra queste strutture e le dinamiche socio-economiche.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Per queste ragioni la pianificazione urbana è integrata alla funzione di ricerca di sviluppo del territorio, basata sulla ricerca delle vocazioni, dell'identità e, soprattutto, sulle aspettative della comunità. Questa convergenza, attualmente, non è stata raggiunta in termini di strumenti di intervento e metodologie.

Ma proprio per questo è necessario sistematizzare la visione condivisa del futuro della città e la sua strategia di sviluppo, adeguatamente "territorializzate" realizzando un piano strategico da integrare in un piano urbanistico predisposto con un approccio flessibile e aperto.

IL PROCESSO DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA

L'obiettivo generale che si propone di raggiungere, in coerenza con le attività legate alla predisposizione del PUC, è quello di **migliorare la qualità della vita della comunità nurachese** valorizzando, attraverso modalità inclusive, il ruolo del comune come attrattore di risorse, in linea con le dinamiche di attrazione di nuovi residenti che caratterizza Nurachi, soddisfacendo contemporaneamente i criteri della competitività e della promozione territoriale.

Migliorare la qualità della vita significa contribuire al miglioramento e al rafforzamento dell'offerta di strutture e di servizi adeguati ai bisogni e alle esigenze dei cittadini. L'idea che si intende portare avanti è quella di creare nuovi approcci al governo delle trasformazioni urbane e territoriali, puntando alla cooperazione, alla partecipazione, alla concertazione, al partenariato tra le istituzioni, alla propensione a "fare sistema" e a "fare rete".

La ragione principale che ha portato alla definizione dell'obiettivo generale è la convinzione che per poter contribuire efficacemente allo sviluppo e alla competitività sia necessario puntare ad un nuovo modello di pubblica amministrazione, più efficiente e trasparente, realmente al servizio di tutta la comunità.

Inoltre, in un quadro di continua attrazione di nuovi residenti, si determina la crescita della domanda di servizi di tipo sociale, culturale ed economico, che impongono un ripensamento della organizzazione attuale.

Le trasformazioni in atto e la complessità del governo del territorio, suggeriscono alle comunità locali e alle amministrazioni un nuovo modo di gestire lo sviluppo e i processi di innovazione. E' opportuno, quindi, avviare nuovi modelli di programmazione e progettazione capaci di delineare un processo di coordinamento tra

tutti i soggetti della comunità per individuare le principali scelte su cui puntare, riflettere sul futuro del proprio territorio, in una prospettiva di medio e lungo periodo, costruendo visioni e percorsi di sviluppo realistici e sostenibili.

La premessa ad un processo di questo tipo deve essere necessariamente la pianificazione strategica partecipata, quale meccanismo inclusivo, orientato allo sviluppo locale in un orizzonte di lungo periodo, che consenta di coinvolgere tutti i cittadini nella definizione di una visione condivisa del proprio paese (per quanto riguarda la programmazione e la gestione sia dei suoi spazi sia delle sue funzioni sociali, culturali ed economiche).

Sinora la riqualificazione urbana è stata essenzialmente indirizzata verso una pianificazione urbanistica concepita come pacchetto di interventi infrastrutturali. Tuttavia si fa avanti l'idea che le riqualificazioni urbane, capaci di divenire leve dello sviluppo, possano innescare dei processi partecipati in grado di capitalizzare le risorse immateriali. Le risorse immateriali sono:

- l'immagine, e quindi la riconoscibilità sia interna che esterna;
- le competenze, ossia sistemi di conoscenze a livello territoriale;
- le relazioni: rispetto a reti corte (pensare ai paesi come soggetti che aggregano realtà imprenditoriali limitrofe) e a reti lunghe (creare relazioni in un contesto globale).

E' necessario dunque lavorare sulla competitività non solo in chiave economica (attrarre nuovi investimenti e trattenere e accompagnare la crescita di quelli già presenti sul territorio) ma anche sociale (garantire la vivibilità degli spazi comuni, assicurare qualità della vita ed equità sociale), ambientale (considerare la tutela ambientale come preconditione allo sviluppo e non come ostacolo ed intervenire sulle realtà urbane compatibilmente a questo principio) e culturale.

Dal punto di vista operativo, il processo di PS si è articolato nelle seguenti fasi. Per poter garantire un più ampio ritorno all'intervento è stato indispensabile dedicare una **prima fase** dedicata a promuovere l'iniziativa e sensibilizzare la comunità locale al fine di condividere le logiche di intervento, favorire il dialogo con il gruppo di progetto e, soprattutto, favorire una efficace traduzione dell'iniziativa in piani operativi. Il coinvolgimento e la sensibilizzazione della comunità nel progetto è avvenuto attraverso la realizzazione di momenti di incontro in cui sono stati presentati gli obiettivi e l'articolazione della pianificazione.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

La predisposizione del Documento di diagnosi è stata realizzata attraverso la una analisi desk (analisi della situazione socioeconomica) e da una fase di ricerca sul campo realizzata attraverso interviste rivolti ad un campione rappresentativo di attori locali e incontri finalizzati all'individuazione degli ambiti strategici.

La **seconda fase** ha corrisposto alla presentazione del Documento di diagnosi.. Sulla base delle indicazioni emerse in questa sede, sono state individuate le aree strategiche e delle relative azioni per lo sviluppo di Nurachi.

Nella **terza fase** è stata predisposta l'Agenda Strategica", con la definizione degli Ambiti strategici e delle ipotesi progettuali.

CARATTERI DEL SISTEMA ECONOMICO E RISORSE PER LO SVILUPPO

LA STORIA

Prima di analizzare i possibili sviluppi futuri del paese di Nurachi ed il suo dimensionamento demografico, è opportuno tracciare un profilo, per quanto breve, di questo comune di antichissime origini.

I primi segni del suo passato si ritrovano nella preistoria, nelle aree di Palabidda, Lorissa, Paule e Fenu, Pauli Anadis e continuano nella fase pre-nuragica, come testimoniano gli scavi realizzati nella chiesa parrocchiale e nei siti di Gribaia e Cuccuru e Mari.

Il suo nome richiama con forza la civiltà nuragica e, tra le dimensioni simboliche così importanti per lo sviluppo, va ricordato che Nurachi ha il suo nuraghe al centro del paese, fulcro della rete di relazioni che, da allora sino ad oggi, lo unisce al territorio circostante e lega questa comunità alle zone costiere.

Al centro della linea immaginaria che unisce i baricentri delle due aree paludose di Pauli Bidda a nord-est e Pauli Bingia a ovest è ubicato il presumibile nucleo originario dell'abitato che si è sviluppato, a metà ottocento, nella direttrice nord-nord-ovest sud-sud-est privilegiando questa ultima, uniche direzioni possibili non interessate dalle impraticabili e malsane paludi. Tale direttrice, riconducibile al percorso matrice dell'abitato, dal quale si dipana il sistema dei percorsi di impianto e di collegamento, lambisce l'attuale centro di aggregazione sociale del paese nel quale è ubicata la Chiesa Parrocchiale dedicata a San Giovanni Battista, edificata presumibilmente intorno al XVII secolo, la Casa Parrocchiale e il Municipio.

Proprio da questo punto hanno inizio altri percorsi, individuabili come percorsi matrice secondari che collegano Nurachi con i paesi limitrofi e che costituiscono nuove direttrici espansionistiche. È in questa area che sorgeva il nuraghe del quale sono rimaste alcune tracce leggibili in alcuni grossi massi affioranti, nei pressi in cui sono stati edificati i due serbatoi dell'acqua potabile, ed è da questo nuraghe che si presume derivi il nome stesso dell'abitato che compare nei documenti antichi con le varianti: Noraig, Noracis, Norachi, Nuraci de Pische, Nuraqui, Nurache, Nurachi.¹

¹ PASQUALINO MANCONI, *Nurachi e la sua storia, appunti di un viaggio nella memoria*, Editrice S'Alvure, Oristano 2004, pag. 11

La presenza antropica nel territorio abbraccia tutte le epoche storiche dal periodo nuragico fino al periodo fenicio-punico e l'età romana, nella Tibulas Sulcis menzionata dall'Itinerarium Antonini, Nurachi costituiva infatti una statio della strada romana che collegava Cornus con Othoca evitando di passare per Tharros², dal periodo bizantino e saraceno a quello giudicale, da quello aragonese e spagnolo fino ai giorni nostri.³

Il passare dei secoli non altera, anzi rafforza, la capacità di interrelazione, grazie al sistema di viabilità-mobilità consolidato in epoca romana.

Ciò che colpisce, ripercorrendo la storia, è il rintracciare nel passato di Nurachi, i tratti distintivi di "comunità rifugio" per gli abitanti del circondario e della costa, luogo di elezione sicuro quando ci si deve spostare verso l'interno per sfuggire ai pericoli o trovare una nuova comunità.

Parte del Giudicato di Arborea, soffre, come tutta la Sardegna, la dominazione spagnola ma grazie a questa si hanno i primi censimenti e si possono avere informazioni sulla dimensione della comunità nurachese in quel periodo. Sono secoli segnati da carestie, epidemie di peste e di vaiolo che non risparmiano il paese che dai circa 420 abitanti del 1678 arriva ai 286 del 1698. Nel 18° secolo raggiunge la soglia dei 400 abitanti, in quello successivo quella dei 700. L'incremento costante dal 1881 ad oggi, che ha portato al raddoppio della popolazione, è evidenziato nelle pagine successive.

L'arrivo dei Savoia vede Nurachi inserito nel Marchesato di Arcais, feudo che riunisce i campidani Majore, Milis e Simaxis, caratterizzato dalla continua conflittualità con il feudatario e dal peso vessatorio del governo dei piemontesi.

Come si richiama nel bel testo di Pasqualino Manconi, nell'800 Nurachi era un paese Terra-Mare, a causa (o grazie a) il sistema delle aree umide costituite dalle paludi, che hanno segnato gli usi, i costumi e i modi di gestione territoriale. Descritte anche dall'Angius costituivano, per gli abitanti di Nurachi di metà ottocento, luoghi oggetto di terrore e fonte di malattie endemiche. I terreni fertili favorirono lo sviluppo dell'agricoltura, la vitivinicoltura così come rilevante era la zootecnia.

La relazione con le zone umide fu in quegli anni motivo di crisi e di conflitti. Da sempre terreno di pesca, con l'orientamento sempre maggiore verso le attività agro-zootecniche dei nurachesi portò allo scontro tra gli interessi di chi (gli abitanti) avrebbe preferito trasformare le aree paludose in terreni agricoli e i proprietari degli stagni di

² PASQUALINO MANCONI, *Nurachi e la sua storia, appunti di un viaggio nella memoria*, Editrice S'Alvure, Oristano 2004, pag. 11

³ PASQUALINO MANCONI, *Nurachi e la sua storia, appunti di un viaggio nella memoria*, Editrice S'Alvure, Oristano 2004

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Cabras, per gli effetti che gli interventi di bonifica. Queste vicende si conclusero nel 1931, con l'avvio degli interventi di bonifica, conclusi nel 1935, ed è probabilmente da queste date che inizia la storia contemporanea di questo paese.

IL SISTEMA PRODUTTIVO

I dati Istat a disposizione, relativi al sistema produttivo del Comune di Nurachi, sono relativi al censimento 2001, in quanto la dimensione comunale al di sotto dei 5000 abitanti non consente di avere i dettagli disponibili nell'analisi dei Sistemi Locali del Lavoro, che vengono continuamente aggiornati nelle statistiche territoriali dell'istituto di statistica nazionale.

Dal punto di vista dell'organizzazione economica territoriale, Nurachi fa parte del Sistema locale del lavoro di Oristano, talmente ampio da rendere difficile l'individuazione di fenomeni a livello comunale. Ne fanno parte, infatti, 25 Comuni di diverse dimensioni, localizzazioni geografiche, con sistemi economici diversificati e appartenenti anche a diverse regioni storiche.

COMUNI CHE FANNO PARTE DEL SISTEMA LOCALE DEL LAVORO DI ORISTANO	
Baratili San Pietro	San Vero Milis
Bauladu	Seneghe
Bonarcado	Siamaggiore
Cabras	Sciamanna
Milis	Simaxis
Narbolia	Solarussa
Nurachi	Tramatza
Ollastra	Villanova Truschedu
Oristano	Villaurbana
Palmas Arborea	Zeddiani
Riola Sardo	Zerfaliu
Santa Giusta	Siapiccia
Santu Lussurgiu	

I dati censuari Istat relativi al Comune di Nurachi sono stati raffrontati con i Comuni di riferimento della fascia 1, così come individuati nell'Atlante Statistico dei Comuni.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

	Valori assoluti 2001								tassi di crescita medio annuo 1991 - 2001							
	Unità Locali				Addetti				Unità Locali				Addetti			
	Industria	Servizi vendibili	Servizi non vendibili	Totale	Industria	Servizi vendibili	Servizi non vendibili	Totale	Industria	Servizi vendibili	Servizi non vendibili	Totale	Industria	Servizi vendibili	Servizi non vendibili	Totale
Nurachi	28	38	23	89	52	73	40	165	-0,67	-1,36	2,78	-0,33	-3,58	-1,89	-2,73	-2,7
Baratili San Pietro	20	26	20	66	50	32	49	131	-6	-2,35	8,18	-3,05	-4,12	-3,04	3,24	-2,2
Riola Sardo	36	59	23	118	109	100	72	281	-2,5	-1,92	3,53	-1,45	-0,27	-1,6	0	-0,73
Cabras	153	283	99	535	765	658	342	1765	-6,52	0,04	4,35	-3,24	2,9	2,25	-1,7	1,45

Tabella 1 – Addetti e Unità locali, valori assoluti 2001 e tassi di crescita 91-01

Fonte: ISTAT

Come evidenziato dai dati, nel periodo intercensuario, i sistemi economici non presentano performance positive in termini di unità locali, rispetto agli addetti, solo Cabras presenta tassi di crescita positivi.

La composizione per settori di attività economica evidenzia l'articolazione della base produttiva e l'importante ruolo delle costruzioni, del commercio e alberghiero-ristorazione.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Industria	Attività manifatturiere	Alimentari	3
		Tessile	1,2
		Legno	1,2
		Chimici	3,6
		Gomma	1,2
		Minerali non metalliferi	3,6
		Metallo	7,3
	Costruzioni	Costruzioni	10,3
Totale		31,5	
Servizi vendibili	Commercio	17,6	
	Alberghi Ristoranti	10,9	
	Trasporti e . Magaz.	12,1	
	Interm. Monetaria	0,6	
	Att. Immobiliari	3,0	
	Totale	44,2	
Servizi non vendibili	PA	8,5	
	Istruzione	10,3	
	Sanità	1,8	
	Altri servizi pubblici	3,6	
	Totale	24,2	

Tabella 2 – Composizione percentuale per settori di attività economica

Fonte: ISTAT

Da un punto di vista economico si può parlare di vocazione all'integrazione plurifunzionale. Convivono infatti:

- un'economia rurale (fortemente incentrata sulla agricoltura);
- una attenzione sempre più accentuata verso una economia di servizi per il turismo, oggi ancora embrionale, che può diventare strutturale se legata ad altri settori che il turismo stesso coinvolge e che a Nurachi propongono interessanti peculiarità (ricettività, produzione agro-alimentare, artigianato etc.) e per i vari servizi che acquistano nel tempo un'importanza sempre maggiore (servizi culturali, ambientali - paesaggistici, ricreativi, sportivi, archeologici);

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

- un'economia del commercio e dei servizi per la quale Nurachi manifesta una interessante propensione nel periodo recente.

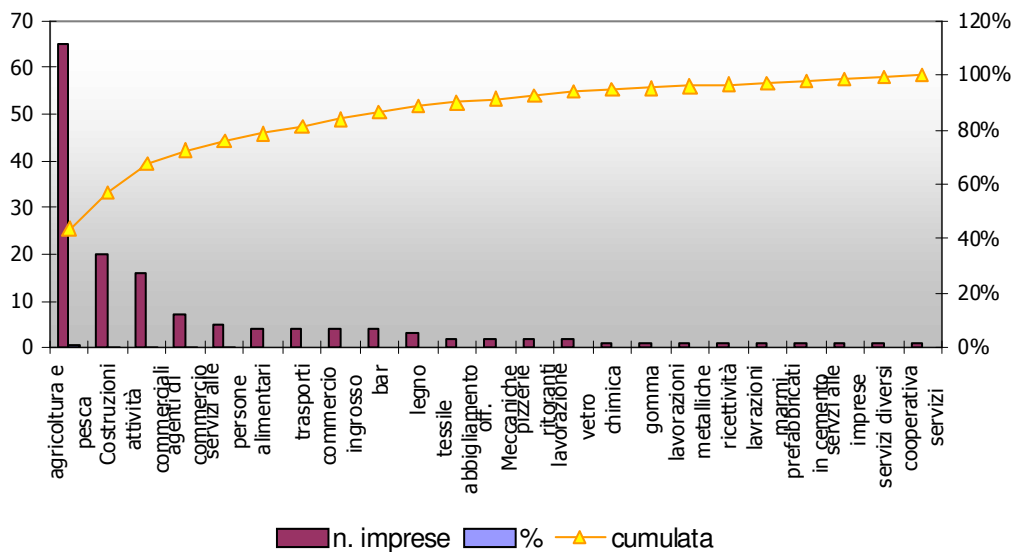


Grafico 1-Articolazione del tessuto produttivo 2008

Fonte: CCIIA

La dimensione delle imprese prevalente è di microimprese, infatti la dimensione media nel comparto industria è pari a 1,93 addetti per unità locale, che si riduce a 1,78 addetti per unità locale nel comparto dei servizi. Questo dato sale nel caso delle imprese operanti nel settore turistico, dove si registra una media di tre addetti per unità locale.

Il settore terziario è indubbiamente il settore che presenta il maggior numero di addetti. A trainare tra questi è il settore del commercio, tuttavia si nota un tessuto distributivo di base polverizzato e scarsamente integrato al proprio interno.

I dati camerali (al 2008) confermano la struttura censuaria ed evidenziano il peso della struttura agricola, con 65 imprese agricole iscritte al registro della CCIIA. (Nel censimento dell'agricoltura, che utilizza un criterio più ampio di individuazione delle attività agricole, risultano 279 aziende agricole, con 755 persone addetti coinvolti). A questo proposito è da evidenziare come il territorio comunale di Nurachi

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

mostri una importante peculiarità, legata al suo uso di qualità intensivo/estensivo, che lascia solo localmente spazio a piccole aree di ambiente naturale, di elevata qualità.

Il sistema agricolo mostra una forte presenza di superfici olivetate e vitate che costituiscono il nucleo fondamentale delle colture specializzate presenti. La gran parte del territorio rimanente è costituito da colture erbacee prevalentemente irrigue.

Dal punto di vista dell'organizzazione produttiva il settore necessita sicuramente di forme di aggregazione delle imprese e di strategie di valorizzazione delle produzioni anche attraverso la certificazione della qualità e l'adozione di strumenti di tracciabilità volontaria al fine di comunicare al consumatore le caratteristiche qualitative che derivano dall'ambiente di provenienza dei prodotti alimentari.

In termini di competitività il settore agricolo locale paga una condizione di arretratezza strutturale imputabile alla scarsa disponibilità della risorsa idrica che limita le diversificazioni aziendali, al fattore generazionale che ostacola le innovazioni aziendali e le dinamiche associazionistiche, all'isolamento del territorio rispetto alle vie di comunicazione delle merci e ai mercati regionali, la ridotta dimensione aziendale e la polverizzazione degli appezzamenti. Negli ultimi anni si è registrata una certa tendenza alla diversificazione delle attività agricole, soprattutto con riferimento alle attività agrituristiche.

Tra gli aspetti positivi del settore occorre evidenziare la presenza di produzioni agroalimentare tipiche e tradizionali la cui qualità è stata riconosciuta in diverse sedi.

L'agroalimentare infatti è uno dei settori portanti dell'economia locale e vanta produzioni di assoluto pregio. Tuttavia, è ancora lontano da un livello di sviluppo ottimale. Il mercato di riferimento per le imprese del settore, come per le altre aziende dell'area, è quasi totalmente locale o al più regionale e il sistema produttivo aziendale non è quasi mai, se non in casi eccezionali, organizzato per proporsi ad ambiti commerciali differenti.

Le attività turistiche hanno una rilevanza ancora marginale nella creazione del reddito complessivo dell'area anche se nell'ultimo quindicennio si è assistito ad uno sviluppo turistico non trascurabile, sia in termini di volumi di domanda quanto nella realizzazione di strutture ricettive.

Alcune recenti iniziative si sono mosse in particolare verso una ricettività alternativa alla tipologia alberghiera, caratterizzata da strutture leggere e

maggiormente orientata verso la valorizzazione delle risorse ambientali locali e infine la creazione di servizi di accompagnamento al turista. Esaminando la domanda turistica, i flussi turistici in queste aree hanno registrato negli ultimi anni un aumento di presenze. Sono tuttavia fortemente legati alla stagionalità, concentrati nei mesi estivi e orientati verso un turismo di tipo balneare.

IL PATRIMONIO AMBIENTALE E IDENTITARIO DI NURACHI

Ogni sistema territoriale costituisce un prodotto complesso ed unitario in cui componenti naturali ed antropiche danno vita ad uno dei beni più importanti di una comunità, che viene comunemente definito patrimonio identitario, in cui convivono natura, ambiente, i segni impressi sul paesaggio dalla natura e le testimonianze della storia.

Il territorio di Nurachi presenta importanti risorse ambientali tra le quali hanno particolare rilevanza le zone umide delle paludi satelliti dello stagno di Cabras di particolare interesse naturalistico. All'interno del territorio ricadono due aree inserite nella Rete Natura 2000 come siti *Bioitaly*⁴ di cui una designata come Sito di Importanza Comunitaria ai sensi della Direttiva *Habitat* denominata Stagno di Cabras (ITB030036) e, l'altra, come Zona di Protezione Speciale denominata sempre Stagno di Cabras (ITB034008).

La zona di Mare 'e Pauli, adiacente allo stagno di Cabras, è stata inserita nella convenzione di *Ramsar* come zona umida da salvaguardare in considerazione della tipicità del territorio circumlagunare: rappresenta l'habitat ideale per varie specie di uccelli quali fenicotteri, rapaci, gabbiani, gallinelle d'acqua e altri ancora. La stessa zona di Pischeredda, al confine con il territorio di Riola Sardo, costituisce un'area di particolare valore paesaggistico ulteriormente valorizzata dai recenti interventi di riqualificazione ambientale intrapresi dal Comune di Nurachi.

⁴ Le azioni di monitoraggio e tutela delle due aree della Rete Natura 2000 sono definite nel piano di gestione elaborato in accordo fra i comuni di Nurachi, Riola Sardo e Cabras, Legambiente-Sardegna e il Consorzio Pescatori "Pontis" di Cabras.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

L'insieme delle zone umide presenti nel territorio di Nurachi e al confine con lo stagno di Cabras sono caratterizzate da una vegetazione che in passato è stata molto utile alla attività locali e che continuano a far parte della vita della comunità locale, anche se talvolta relegate alle sole manifestazioni e sagre (produzione delle nasse, di cestini, dei fassonis).

Le zone umide hanno fortemente inciso sulla cultura del luogo, sul sistema economico-produttivo, la viabilità, lo sviluppo urbano e l'architettura tradizionale locale. Il centro urbano sorge, infatti, nel punto mediano delle zone paludose di *Pauli Palabidda*, *Pauli Barracai* e *Pauli Bigia*.

Le determinanti del paesaggio sono legate, oltre alla presenza delle zone umide, alla scarsità di materiale lapideo che ha costituito uno dei fattori principali del processo evolutivo dell'architettura urbana locale e dei modi di costruire, facendo del centro abitato di Nurachi un paese di terra cruda coerentemente a tutti gli altri centri limitrofi. Nello stesso tempo la scarsità di materiale lapideo ha influito sul modo di gestire la proprietà privata nelle aree destinate alla produzione. Nurachi, come tutti comuni del Campidano, è stata segnata dal processo storico di privatizzazione delle "terre comuni" iniziato con l'editto delle chiudende della prima metà dell'800 e che, a differenza del Montiferru, non ha caratterizzato il territorio con la trama dei muretti a secco ma con delimitazioni delle proprietà private realizzate con i solchi dei canali di bonifica delle paludi, siepi, reti metalliche, ecc..

Come detto nei precedenti paragrafi, la presenza antropica nel territorio abbraccia tutte le epoche storiche dal periodo pre-nuragico fino al periodo fenicio-punico e l'età romana, la presenza umana nelle varie epoche è testimoniata dalla presenza di diversi probabili insediamenti propriamente detti. Purtroppo Nurachi non possiede alcun monumento archeologico propriamente detto, esistono solo le così dette emergenze, rappresentate principalmente da cocci sparsi sul terreno, l'unica traccia di una frequentazione, probabilmente insediativa, delle aree rilevate.

Fra i beni storici di fondamentale importanza per la storia e la vita attuale di Nurachi occorre ricordare il centro storico. L'area urbana storica manifesta l'identità culturale insediativa della comunità di Nurachi, ne costituisce una risorsa fondamentale per lo sviluppo economico e sociale locale ed un patrimonio riconosciuto da tutelare e valorizzare.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Sulla base della recente normativa regionale anche nel Comune di Nurachi è stato individuato il perimetro di antica e prima formazione, che ha ampliato notevolmente il centro storico delimitato nello strumento urbanistico approvato nel 1997. Il Piano Particolareggiato realizzato rappresenta indubbiamente lo strumento di riferimento per le azioni di tutela e valorizzazione del patrimonio architettonico tradizionale e la ripresa di linguaggi, materiali e tematiche della cultura costruttiva storico-tradizionale.

ANALISI DEMOGRAFICA

LA SITUAZIONE ATTUALE

Il Comune di Nurachi ha una superficie pari a 15,94 kmq con una popolazione residente, al 2007, di 1705 unità (Istat, al 1.01.2007). Per il 2008 il dato Istat più aggiornato disponibile è quello relativo all'ultimo bilancio demografico risalente ad aprile, con un numero di abitanti pari a 1743. Il dato comunale, al 31.10.08, segna un ulteriore incremento, con 1766 abitanti.

La densità demografica è di 106,96 ab./kmq (110,79 considerando il dato comunale al 31.10.2008), in linea con quella relativa al territorio di riferimento (Oristanese-Terralbese-Sinis che presenta una densità pari al 93 ab./kmq).

Questo dato risponde alle dinamiche della popolazione provinciale, in cui convivono aree a forte spopolamento e a bassa densità demografica (Barigadu - Guilcer 37 ab/kmq, Alta -Marmilla – Alto Sarcidano 38 ab./kmq).

Osservando la variazione demografica in termini di popolazione residente dei dati censuari 1991 - 2001, si evidenzia la variazione negativa del 6% del Barigadu-Guilcer, il -7% dell'area Montiferru-Planargia, mentre più accentuata risulta la variazione nell'Alta Marmilla-Alto Sarcidano (-10%). L'unica area ad aver registrato una variazione positiva è quella dell'Oristanese-Sinis che si attesta al 2% circa ed è in questo quadro che va letto l'incremento della popolazione nurachese, vale a dire la sempre più intensa concentrazione delle risorse umane in età da lavoro, e in particolare, della popolazione giovane, sulla costa e nell'hinterland del comune capoluogo.

L'andamento demografico della popolazione residente negli ultimi quindici anni evidenzia la continua crescita della popolazione (fig. 1) che porta ad un aumento complessivo del 10,8% nel periodo 92-07.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

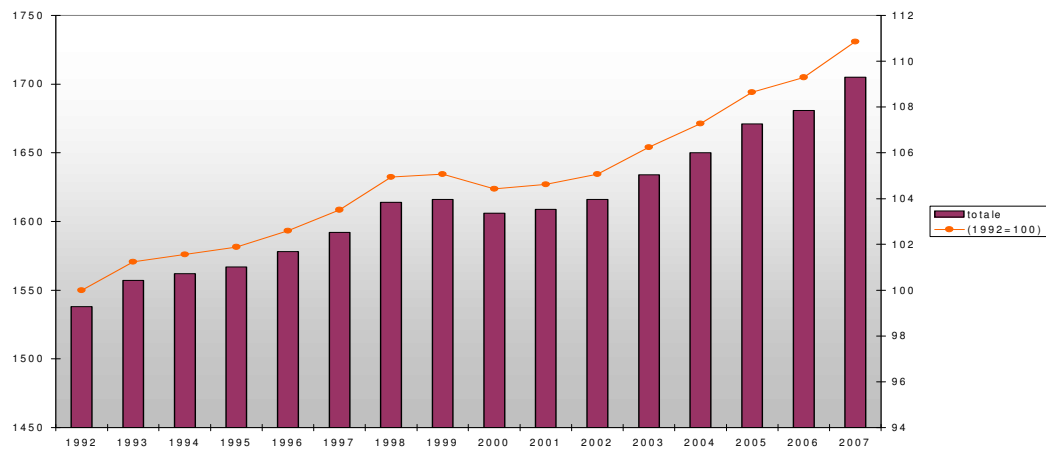


Fig. 1 – Popolazione residente Comune di Nurachi – anni 1992 – 2007 Fonte: Istat

L'andamento demografico positivo è un fenomeno di lungo periodo, come dimostrato nella fig. 2, che illustra l'andamento per il periodo 1881-2001, con una crescita complessiva del 116%. Dal 1951 si registra una crescita del 34,28%, con una leggera flessione alla fine degli anni '90.

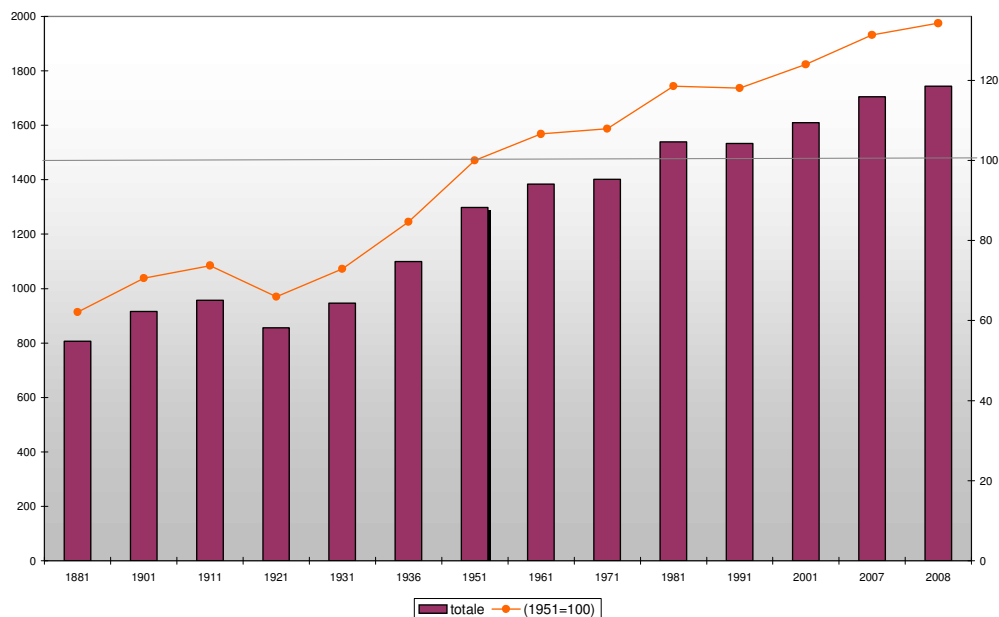


Fig. 2 - Popolazione residente Comune di Nurachi – anni 1951 – 2008 Fonte: Istat

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Tale fenomeno è fortemente legato alla dinamica dei trasferimenti di residenza – quindi alla capacità attrattiva di Nurachi – piuttosto che alla dimensione della crescita naturale (il saldo naturale).

Infatti, l'ultimo bilancio demografico (Istat 2007) e quelli relativi ai 5 anni precedenti evidenziano i dati negativi del saldo naturale, nello stesso anno in provincia di Oristano solo 17 comuni hanno presentato dati positivi.

Nurachi, insieme a Palmas Arborea, è il comune che nel 2006 ha la più alta percentuale di iscritti da altri comuni (3,4%) e tra quelli con il saldo migratorio più elevato (con Cuglieri, Ghilarza e San Vero Milis).

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nati (m)	8	8	8	8	4	6
Nati (f)	11	7	8	8	3	8
Morti (m)	7	9	9	7	10	12
Morti (f)	7	11	11	10	6	3
Saldo naturale	5	-5	-4	-1	-9	-1
<i>saldo naturale (m)</i>	1	-1	-1	1	-6	-6
<i>saldo naturale (f)</i>	4	-4	-3	-2	-3	5

Tav. 1 – Saldo Naturale - Comune di Nurachi – anni 2002 – 2007 Fonte: Istat

	2002		2003		2004		2005		2006		2007	
Saldo Migratorio	m	f	m	f	m	f	m	f	m	f	m	f
Iscritti da altri comuni	21	25	23	24	19	20	23	19	29	28	26	24
Iscritti da estero	1	1	0	0	1	1	2	3	1	2	3	2
Altri iscritti	5	7	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0
	27	33	23	24	21	22	25	22	30	30	30	26
Cancellati per altri comuni	23	23	10	15	7	8	17	19	10	17	10	19
Cancellati per estero	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	1	0
Altri cancellati	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1
	24	23	10	16	9	9	17	19	10	17	13	20
Saldo migratorio	3	10	13	8	12	13	8	3	20	13	17	6
	47		26		18		36		27		33	

Tav. 2 – Saldo Migratorio - Comune di Nurachi – anni 2002 – 2007 Fonte: Istat

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

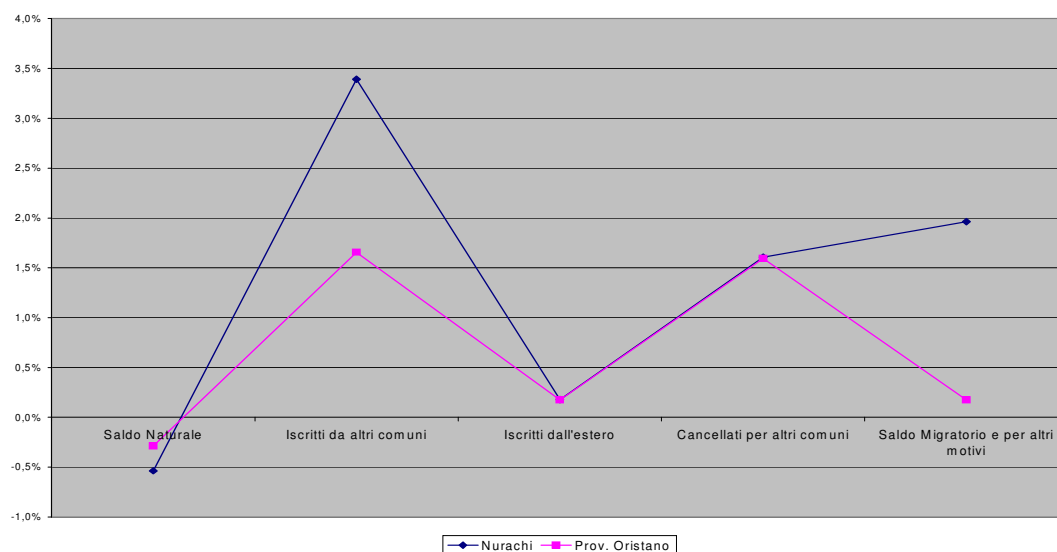


Fig. 3 Saldi demografici del comune di Nurachi e della provincia di Oristano Fonte: Istat

L'analisi della struttura demografica evidenzia l'impatto positivo dell'attrattività sulla composizione della popolazione. Infatti, la popolazione attiva rappresenta il 69% della popolazione totale e il 49% ha meno di 40 anni. Se si considera la ripartizione della popolazione per classe di età e sesso, come illustrato (Fig. 4) nella piramide

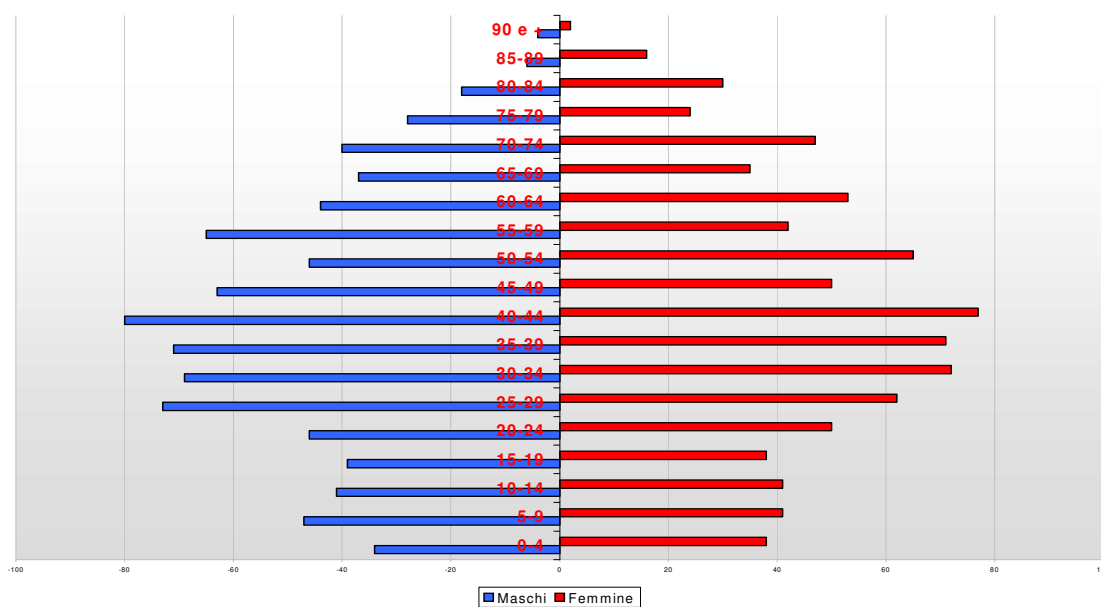


Fig. 4 - Piramide demografica Nurachi. Dati Istat al 1 gennaio 2007 Fonte: Istat

demografica, si rileva la prevalenza maschile nelle classi di età 25-59 anni, tipica dei fenomeni di attrazione di nuovi residenti in età lavorativa, tranne per la fascia d'età 50-54, mentre è superiore il numero di donne dai 64 anni in su.

Questi fenomeni sono evidenziati anche dagli indicatori per l'analisi della popolazione:

- **l'indice di vecchiaia, ossia il rapporto tra popolazione con età superiore ai 65 anni e la popolazione con età inferiore ai 15 anni, moltiplicato per 100.** Valori di questo indice intorno al 100 stanno a significare un equilibrio tra le due classi, mentre valori superiori indicano una preponderanza della popolazione anziana. Nel 2007 tale indice, per il comune di Nurachi, è pari a 118.59, ad indicare la presenza del fenomeno dell'invecchiamento della popolazione, ma in misura decisamente inferiore rispetto al dato provinciale, pari a 172.11.
- **L'indice di ricambio, ossia il rapporto tra la classe d'età 60-64 e la classe 15-19, moltiplicato per 100.** Consiste nel rapporto tra la popolazione che sta per andare in pensione e quella che sta entrando nel mondo del lavoro. Nel caso di Nurachi il valore è pari a 93.50, ad indicare la prevalenza (anche se minima) dei nuovi ingressi sulla popolazione che sta per uscire dal mercato del lavoro, in controtendenza con il dato provinciale che, con un valore pari a 112.56, evidenzia la bassa capacità di ricambio della popolazione attiva.
- **L'indice di dipendenza, ossia il rapporto tra la somma delle classi 0-14 e >65 con le classi rimanenti (15-64), moltiplicato per 100.** Questo indicatore permette di stabilire quanto incidano le classi che non lavorano sulla popolazione attiva. Valori prossimi al 100 indicano un forte peso delle classi non produttive su quelle attive. Nel caso di Nurachi l'indicatore ha un valore di 44, 98 mentre il dato provinciale si attesta sul valore di 48.3

Per ciò che riguarda la struttura delle famiglie, si assiste ad un diffuso processo di semplificazione, in linea con il dato nazionale. L'ultimo Bilancio Demografico disponibile evidenzia il numero medio di componenti delle famiglie, che si attesta sul 2.6 componenti per famiglia (in linea con il dato regionale e provinciale regionale). Di fatto la popolazione residente vive tutta in famiglia (99,7%); le famiglie anagrafiche sono 671 (al 31.10.2008).

LE PREVISIONI DEMOGRAFICHE

La stima della popolazione residente per l'arco temporale 2008-2023 è influenzata dalle due componenti evidenziate in precedenza: la dinamica naturale ed il trend dei trasferimenti di residenza. La combinazione di queste due dinamiche provoca impatti differenti.

La dinamica negativa del saldo naturale porta ad un progressivo invecchiamento della popolazione, per gli effetti legati al calo della natalità e alla concentrazione della popolazione nelle classi di età più mature, vale a dire il basso tasso di fertilità e la minore percentuale di popolazione in età riproduttiva.

Per quanto riguarda la dinamica legata ai trasferimenti di residenza, a livello regionale si rileva un generale spostamento della popolazione dai comuni più piccoli a quelli di maggiori dimensioni (tranne che nel caso di Cagliari) e ad un incremento della popolazione sarda dovuto al saldo migratorio positivo. Si osserva, inoltre, la costante crescita dell'area nord-orientale, a conferma del ruolo sempre più trainante di questo sistema locale e della sua influenza e capacità di attrazione.

A questo occorre sommare gli effetti del boom demografico degli anni 60, con la crescita dei tassi di natalità fino agli anni '70 e la successiva riduzione, sino agli attuali minimi. Questo fenomeno ha creato un gap, sempre evidente nelle piramidi della popolazione, e i relativi effetti negativi nella struttura demografica. In particolare la crescita della fascia d'età degli over 75 e la sua femminilizzazione.

Per quanto riguarda la provincia di Oristano, come detto in precedenza, la sola area che evidenzia dati positivi è quella dell'Oristanese-Sinis. Il capoluogo denota una crescita demografica che alterna periodi positivi ad altri negativi.

Secondo gli ultimi studi realizzati, in particolare dal Crenos, e le indicazioni fornite dalle previsioni Istat, la previsione al 2016 evidenzia, per tutte le province, il peso dell'avanzamento d'età della generazione nata nel boom demografico, ma si evidenziano delle differenze attribuibili al movimento interno della popolazione (tra province, e specialmente tra comuni interni e comuni costieri) e al saldo migratorio esterno.

La popolazione complessiva della Sardegna, registra un incremento per ogni quinquennio, passando dal 1.634.795 abitanti al 1.677.165. Questo incremento non si ripartisce uniformemente tra le varie classi d'età: l'indice di vecchiaia e l'indice di ricambio, peggiora per ogni quinquennio, evidenziando il peso sempre maggiore della popolazione anziana rispetto a quella giovane. Questo dato si riflette in maniera

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

eterogenea a livello territoriale. Le previsioni indicano un aumento di popolazione nelle province di Cagliari, Olbia e Sassari mentre le restanti perdono popolazione.

	2001	2006	2011	2016
Cagliari				
Popolazione	543.014	547.907	558.437	563.767
Variazione %		0,9	1,92	0,95
Carbonia Iglesias				
Popolazione	132.868	133.180	132.520	130.953
Variazione %		0,23	-0,5	-1,18
Medio Campidano				
Popolazione	106.113	106.700	105.926	104.212
Variazione %		0,55	-0,73	-1,62
Nuoro				
Popolazione	164.650	165.957	164.464	161.541
Variazione %		0,79	-0,90	-1,78
Ogliastra				
Popolazione	58.550	59.017	58.879	58.224
Variazione %		0,8	-0,23	-1,08
Olbia Tempio				
Popolazione	137.858	143.051	151.184	158.054
Variazione %		3,77	5,69	4,54
Oristano				
Popolazione	168.539	168.542	168.378	166.861
Variazione %		0	-0,10	-0,9
Sassari				
Popolazione	323.203	329.315	333.378	334.166
Variazione %		1,89	1,23	0,24

Tav. 3 – Popolazione Sardegna – previsioni 2001-2016 Fonte: Crenos

Come si può notare, Cagliari, Olbia e Sassari registrano un aumento di residenti, tutte le rimanenti province perdono popolazione. Tale disparità dovrebbe essere il risultato del movimento di popolazione da un lato, e dell'aumento dell'età media dall'altra.

Le previsioni realizzate a partire dai dati censuari 2001, fatte in occasione del Piano regionale dei trasporti, prevedevano per Nurachi una crescita di circa il 2% nel quinquennio 2007-2012, con una popolazione, a fine periodo, di 1.736 abitanti.

I dati del 2008 evidenziano come questa previsione si sia dimostrata sottodimensionata, dato che al 2008 la soglia prevista è stata superata di 30 unità, a dimostrare che il trend di crescita di Nurachi sia più elevato.

Le ragioni di questo sono imputabili a diversi motivi, tra i quali sono da annoverare l'andamento demografico e insediativo del comune capoluogo, che trova in Nurachi un solido punto di riferimento per le migrazioni intercomunali e, soprattutto il

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

fatto che il trasferimento di popolazione avviene nell'età fertile: i trasferimenti di residenza sono stati calcolati per classi d'età, secondo quanto osservato dall'ISTAT, ed incrociati con i dati sulle iscrizioni e cancellazioni dell'anagrafe. Sono le persone in età lavorativa avanzata ad avere una più alta probabilità di trasferire la propria residenza, e nel fare questo portano con sé i figli, i quali costituiscono la futura fascia di popolazione fertile. Come richiamato dall'Istat in sede di rilascio dei dati relativi allo Scenario demografico nazionale per il 2050, va anche ricordato che nelle simulazioni si deve supporre un ulteriore miglioramento dei livelli di sopravvivenza rispetto a quanto già rilevato negli ultimi anni. In particolare, la vita media degli uomini cresce da 77,4 nel 2005 a 83,6 anni nel 2050; quella delle donne da 83,3 a 88,8. Anche per la fecondità s'ipotizza un aumento, sia pur contenuto, da 1,3 figli per donna nel 2005 a 1,6 figli per donna nel 2050, nel quadro di un assunto processo di convergenza della fecondità nazionale a quella media dei paesi UE.

L'ipotesi di dimensionamento, (che mantiene comunque un margine di prudenza) fatta sulla base dei dati e delle ipotesi di scenario sopra riportate, porta a stimare, per Nurachi una crescita media del 2.5% annuo, in coerenza con il trend demografico osservato, corrispondente ad un saldo totale (tra saldo naturale e saldo migratorio) di circa 46 persone per anno.

	2008	2013	2018	2023	variazione 2008-2023
Popolazione	1.766	1.972	2.194	2.455	689
numero famiglie s0	679	758	844	944	265
numero famiglie s1	679	789	914	1.023	344
componenti per famiglia s0	2,6	2,6	2,6	2,6	
componenti per famiglia s1	2,6	2,5	2,4	2,4	

Come emerge in tabella, basandosi sulla proiezione demografica sono stati costruiti due scenari di riferimento.

- **Scenario 0**, che stima il numero di famiglie mantenendo l'attuale numero medio di componenti per famiglia (2,6).
- **Scenario 1**, che stima il numero di famiglie utilizzando la previsione di una riduzione nella composizione familiare. in linea con i fenomeni sociali legati alla modifica degli stili di vita e agli impatti legati alla dimensione del saldo naturale presentati in precedenza.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Oltre al saldo naturale e migratorio, l'incremento della popolazione nurachese è senza dubbio influenzato da un ulteriore parametro. La presenza turistica nel territorio è un fenomeno che tende ad assumere sempre maggiore importanza rispetto al passato. Questo è dovuto non solo per la generale capacità attrattiva del territorio stesso, la particolare ubicazione del centro abitato rispetto alle zone costiere, la breve distanza del Capoluogo di Provincia, la potenziale visibilità dovuta al fatto di essere luogo di passaggio obbligato per chi transita lungo la Strada Statale 292 Nord-Occidentale Sarda (principale arteria di collegamento tra le aree costiere oristanesi con forte attrattività turistica), ma anche per la propensione, da parte delle diverse amministrazioni che si sono avvicendate, nell'offrire una sempre più alta e qualificata offerta dei servizi turistici: il museo "Peppetto Pau", il centro visite di Pischeredda in relazione con le zone umide delle paludi satelliti dello stagno di Cabras, che costituiscono una delle risorse ambientali più suggestive, sono solo alcuni esempi.

L'offerta di servizi turistici non si ferma esclusivamente all'impegno e all'iniziativa delle amministrazioni pubbliche ma, privilegiando l'interno del nucleo urbano anziché le aree esterne, assume notevole importanza l'iniziativa privata, realizzata attraverso attività integrative di reddito come Bed&Breakfast ed agriturismo, quest'ultima, soprattutto in piena sintonia con la diffusa, qualificata e "reale" attività agricola territoriale. Tutto questo fa sì che a Nurachi si raggiungono già oggi numeri e presenze interessanti.

Inoltre, le nuove attività ricettive come la formula dell'albergo diffuso, che ha avuto buoni risultati in altri comuni interni della Provincia di Oristano, qui a Nurachi trova un patrimonio edilizio tradizionale caratteristico dei territori della terra cruda, particolarmente adatto per questo tipo di attività. Già durante le diverse occasioni di partecipazione alle varie fasi di piano (piano particolareggiato del centro di antica e prima formazione e piano urbanistico comunale), la discussione ha spesso messo in evidenza un particolare interesse da parte della comunità, la quale ha esplicitamente richiesto l'inserimento di indicazioni e strumenti a supporto di tali attività all'interno della pianificazione.

Per quanto detto è possibile stimare l'incremento della popolazione al 2023 tenendo conto oltre che del saldo naturale e migratorio, anche delle presenze turistiche che se pure a carattere stagionale, per un periodo più o meno prolungato, richiedono una capacità di residenze comunque superiore a quella prevista per le sole presenze stabili.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Pertanto, oltre l'incremento dovuto al saldo naturale e migratorio, in linea teorica è stimabile un ulteriore incremento, compreso tra il 15 ed il 20 per cento, dovuto al fattore turistico, che nell'arco di quindici anni determina un complessivo aumento delle presenze nel centro abitato nurachese, prevedendo una consistenza complessiva per il 2023 di circa 2.869 unità.

	2008	2013	2018	2023	INCREMENTO 2008-2023	
popolazione	1.766	1.972	2.194	2.455	600	39,01%
presenze turistiche				414		
totale presenze				2.869		

GLI IMPATTI DEL DINAMISMO DEMOGRAFICO DI NURACHI

Il trend di crescita della popolazione evidenziato nel paragrafo precedente avrà un ruolo fondamentale nello sviluppo di Nurachi, legati sia alla vicinanza all'area urbana di Oristano, che comporta la presenza di una variabile di dipendenza tra le due realtà, sia agli effetti degli impatti del dinamismo demografico.

Nella tabella sono stati evidenziati i rischi e le opportunità che questo quadro di riferimento comporta:

Rischi	Opportunità
1) l'incapacità di valorizzare le innovazioni tecnologiche	1) il miglioramento della qualità della vita
2) subire le difficoltà economiche delle aree urbane limitrofe	2) la crescita della cultura ambientale
3) sottovalutare l'importanza della qualità	3) un'economia fondata sulla qualità
4) trasformarsi nella periferia di Oristano	4) il fatto che rappresenta un'identità, un'unicità
5) il depauperamento delle risorse derivante da un sovrautilizzo di breve termine (p.es. con il turismo e con lo sfruttamento della dimensione immobiliare)	5) la diminuzione di stress legata all'ambiente più naturale, di "paese"
6) l'impreparazione a cogliere le opportunità;	6) la presa di coscienza dell'identità locale
7) ignorare i talenti di cui si dispone	7) la valorizzazione delle risorse umane, storiche e ambientali
	8) la crescita delle opportunità economiche legate all'aumento di popolazione

In sintesi:

- **La Vicinanza all'Area Urbana di Oristano:** come tutti i comuni prossimi alle grandi aree urbane l'accresciuto numero degli abitanti e l'eterogeneità del nuovo tessuto sociale costituiranno un rischio ma anche una importante opportunità di crescita economica, innanzitutto perché aumenteranno i trasferimenti erariali e perché crescerà la propensione all'investimento ed al consumo. Fattori importanti per migliorare il livello di vita saranno lo sviluppo di un'economia territoriale di qualità e l'estendersi di servizi avanzati. Il divario negativo sarà soprattutto sul terreno dell'istruzione, dell'informazione e dell'arricchimento culturale, che potenzialmente resteranno sbilanciati a favore di Oristano e su cui occorre intervenire per limitare una eccessiva dipendenza.

- **Il Dinamismo Demografico:**
 - **Impatti Sull'organizzazione sociale:**
 - Il dinamismo demografico comporta un forte rischio di frammentazione e di disarticolazione della comunità, di convivenza separata tra chi si sente cittadino di Nurachi e chi si sente cittadino di un altro luogo che ha casa a Nurachi.
 - Uno degli effetti evidenziati riguarda l'aumento della popolazione anziana e della popolazione giovane e la conseguente necessità di rivedere e ampliare l'offerta dei servizi alla persona disponibili.
 - **Impatti sull'organizzazione urbana e sul sistema dei servizi:** Il dinamismo demografico potrebbe avere un forte impatto sui seguenti elementi:
 - sul mercato immobiliare, sia perché un aumento della domanda provoca l'aumento dei prezzi sia perché potrebbe spingere verso una modifica dei canoni abitativi in ottica speculativa;
 - sull'articolazione urbana, con il rischio, da evitare, della creazione di zone separate, abitate da nuovi residenti;
 - il sistema dei servizi alla popolazione dovrà essere rivisto, alla luce del fatto che i nuovi residenti, provenienti in maggioranza da aree urbane di dimensioni maggiori, necessitano di servizi più sofisticati.
 - **Impatti sul tessuto produttivo:** sono da ascrivere alla componente delle opportunità, con un impatto potenzialmente positivo, se debitamente guidato, legato all'incremento della dimensione del mercato locale e alla possibilità di relazionarsi in misura maggiore con mercati più ampi.

IL QUADRO STRATEGICO

Il quadro strategico risultante dalle analisi e dalle riflessioni che hanno accompagnato la redazione del piano ha una base di riferimento importante sul tema dell'incremento demografico e sugli impatti, positivi e negativi, che questa dimensione giocherà sulle prospettive di sviluppo di Nurachi.

A questo proposito va sottolineato che limitare il ruolo di Nurachi a quello di "territorio di accoglienza" potrebbe significare dequalificare l'importanza di questo comune, ma è altrettanto vero che la maggior parte delle opportunità sono legate alla rete di interrelazioni con l'area urbana di Oristano, sia per ragioni geografiche sia per la capacità di attrazione sviluppata negli anni, di cui Nurachi si trova a disporre.

Occorre, quindi, mantenere una continua attenzione alle dinamiche di uno scenario di contesto estremamente mutevole, legato al continuo arrivo di nuovi residenti, nuove culture, nuove richieste, bisogni che Nurachi dovrà affrontare. Il Piano strategico deve, quindi, accompagnare questo processo di continua innovazione il cui significato, in questo ambito, non è legato semplicemente al tema produttivo ma assume una dimensione più articolata: innovazione del sistema sociale. Sono tre quindi gli aspetti su cui il Piano strategico deve focalizzare l'attenzione: economia, società, cultura, agendo sulle opzioni strategiche individuate durante il processo di pianificazione.

In particolare, Nurachi presenta alcuni caratteri particolarmente adatti per l'implementazione di una strategia legata al *cultural heritage* sia in termini di prodotti tipici che valorizzino la diversità culturale per la riqualificazione del sistema economico locale, sia per trasformare e consolidare le relazioni con i "nuovi residenti".

Per questo è necessario partire da un processo in grado, valorizzando le risorse storiche, storiche, culturali e artistiche, i paesaggi, di attivare (o recuperare) una "visione territoriale" capace di ridare vita all'area, alle sue tradizioni, alla sua cultura: una dimensione simbolica in cui si riconoscano comunità locale e nuovi residenti.

Come più volte evidenziato, Nurachi presenta in maniera evidente molteplici elementi di criticità e di opportunità, in particolare:

- una marcata crescita demografica ;
- un debole tessuto economico e produttivo locale, evidentemente frammentato, con un basso livello tecnologico, scarse competenze manageriali, basso orientamento al mercato;

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

- un sistema agricolo diretto prevalentemente al consumo familiare;
- un sistema di offerta turistico-ricettiva con caratteristiche quantitative e qualitative non elevate;
- un sistema di servizi pubblici locali da adeguare ai dati di crescita della popolazione;

Il quadro si presenta debole anche perché ancorato a meccanismi di interrelazione economica e sociale di tipo tradizionale, difficilmente permeati da elementi di innovazione.

Il territorio, d'altra parte, è caratterizzato dalla presenza di aree ad elevato valore naturalistico che potrebbero essere oggetto di realizzazione di forme integrate di valorizzazione. Su Nurachi insistono beni culturali appartenenti a differenti epoche storiche ed è possibile fruire degli stessi in un contesto socio-culturale ancora ricco di tradizioni e di testimonianze della "cultura materiale", potenziali nodi di itinerari turistico-culturali.

Nell'insieme, quindi, esistono, nonostante le debolezze, le precondizioni strutturali per definire un percorso complessivo di sviluppo del territorio, fra le quali si affaccia l'ipotesi legata alla creazione di un sistema di offerta turistica adeguato ad intercettare la crescente domanda di prodotti turistici basati sulle risorse identitarie, storico-culturali, naturalistiche. Tale sistema può essere ricondotto, oltre che al turismo balneare, alle tipologie di turismo culturale e degli eventi culturali, naturalistico, enogastronomico, ecc. Ciò permette, nella logica del Piano Strategico, di avviare in un unico circuito virtuoso le attività di valorizzazione delle produzioni enogastronomiche, di quelle artigianali e turistiche.

Si tratta di forme di economia sostenibile che non richiedono ingenti investimenti fissi ma che permettono di attivare circuiti economici interessanti. E' necessario, a questo proposito, orientare gli sforzi organizzativi, gli investimenti e le strategie su una dimensione essenziale per il cambiamento: l'innovazione in termini di approccio culturale all'economia, di tipo organizzativo, dei processi produttivi, del sistema istituzionale, del sistema di relazioni, ecc.

Per far questo occorre agire su leve diverse. E' necessario sostenere, in maniera duratura, l'economia del territorio ma anche a migliorare, sostanzialmente, le condizioni di vivibilità, i servizi per la qualità della vita degli abitanti.

Ragionare in una logica di prospettiva significa agire, non solo e non semplicemente, sugli elementi materiali (sui prodotti, sulle tecnologie, sull'hardware,

sulla comunicazione) ma soprattutto sull'innovazione delle condizioni di contesto (sistema di relazioni, organizzazione, sistema delle istituzioni, cittadinanza, ecc.). Occorre riportare al centro dell'attenzione la dimensione umana. Sono gli attori economici, i soggetti attivi del territorio, i cittadini, le istituzioni locali ad avere la diretta responsabilità delle azioni di sviluppo. E, verso di loro e con loro, si deve agire per sviluppare percorsi innovativi. Il rischio maggiore, avviando iniziative troppo estranee alla dimensione della vivibilità quotidiana, potrebbe essere quello dell'incomprensione. Per evitare di correre tale rischio, occorre proporre strumenti, sistemi di relazioni e metodi che preventivamente ne eliminino gli effetti.

Sarà necessario e utile, ai fini dell'accettazione complessiva delle azioni del Piano, creare interventi paralleli che agiscano sulle nuove generazioni (sul ruolo e sulle funzioni educative, per metabolizzare a far proprie le innovazioni e i metodi innovativi). Occorre creare momenti e attività a carattere fortemente educativo e relazionale per entrare nei meccanismi propri della comunità locale.

L'innovazione attraverso la creatività supporta la creazione di un sistema economico basato sull'obiettivo di rendere diffuso il concetto di economia dell'unicità: Nurachi è un luogo unico, in cui i prodotti, i servizi, la vivibilità e le condizioni competitive devono essere marcate in maniera univoca. E' unica la sua storia, i simboli della sua tradizione. E l'esigenza di marcare tali elementi di unicità diviene quella più rilevante per ri-posizionare il territorio in una logica di crescita e sviluppo innovativo e futuribile, oltre che sostenibile. Occorre, agendo attraverso la leva creativa :

- dare priorità all'attività umana del territorio (concentrando l'attenzione sull'innovazione delle attività di impresa da parte degli imprenditori, su innovative scelte amministrative degli amministratori, ma anche sulle funzioni di cittadinanza, sui giovani, ecc.)
- guardare al luogo, al tempo e alle evidenze storico-tradizionali-culturali come fattori di forza;
- concentrarsi sulle funzioni di servizio non sugli oggetti in quanto tali.

L'ultimo punto in particolare evidenzia l'esigenza di dare priorità, attraverso strumenti e pratiche creative ed innovative, ad una serie elementi quali:

- il miglioramento della qualità della vita e vivibilità dei cittadini;
- l'attrattività territoriale (per i turisti, per i nuovi residenti, per imprese che vogliano investire sul territorio);
- il miglioramento della competitività delle imprese del territorio;

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

- la qualità estetica dell'urbanizzazione e della disurbanizzazione dei luoghi;
- la crescita delle iniziative culturali di qualità;
- l'innovazione nei prodotti dell'artigianato e del settore agroalimentare;
- l'individuazione di nuovi linguaggi e strumenti innovativi per marcare l'identità e valorizzarla;
- il recupero innovativo delle tradizioni;

Per far questo occorre combinare in un unico mix la qualità e le competenze personali dei soggetti coinvolti (le storie personali), con i fattori culturali e identitari di fondo e con gli elementi tecnologici dei processi produttivi-organizzativi e dei prodotti del territorio stesso.

Per quanto concerne le storie personali esistono esperienze professionali e creative di rilievo nel territorio e altre che potrebbero essere interessate ad entravi in contatto: molte storie ed esperienze che, se convogliate in un "pensatoio creativo" comune, potrebbero dar vita ad un circuito importante di energie per lo sviluppo.

Per quanto riguarda i fattori culturali, riassume un ruolo importante la funzione di territorio, come luogo in cui da una parte è presente un patrimonio culturale ricco, identitario. Sono presenti una serie di soggetti, detentori del sapere locale che, ancora oggi, mantengono in vita antiche conoscenze, relative alla lingua, storia, tradizione, e antichi mestieri propri dell'area. L'interazione dei detentori del sapere con i soggetti portatori di competenze creative e tecniche diventa fondamentale per la definizione di interventi mirati o di sistema per lo sviluppo e l'innovazione dell'economia territoriale.

Il piano strategico individua i seguenti ambiti strategici e relativi obiettivi:

Ambiti strategici	Obiettivi
Ambito Identità	Consolidare un forte senso di appartenenza: "ingrediente" dell'economia locale e fattore di marketing che dà valore alle produzioni locali e agisca da collante per le relazioni sociali.
Ambito Inclusione sociale	Ripensare il sistema dei servizi alla persona per adeguarlo ai cambiamenti indotti dalla crescita demografica e garantire la qualità della vita dei cittadini: nuovi soggetti nuovi servizi

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Ambito Turismo	Sfruttare le opportunità legate al settore del turismo valorizzando l'insieme di valenze già presenti (prodotti agro-alimentari tradizionali locali, strutture di accoglienza, caratteri storico, ambientali, culturali e territoriali presenti)
Ambito Attività agricole e sviluppo rurale	Declinare la ruralità come occasione di sviluppo e di rilancio del sistema economico locale, nella sua integrazione con il consolidamento dell'offerta di servizi turistici
Ambito attività produttive urbane	Rafforzare le attività produttive esistenti attraverso l'adeguamento dei servizi e delle infrastrutture.

Tale quadro strategico è stato definito in coerenza con la progettazione urbanistica legata alla redazione del PUC, come evidenziato nelle matrici allegate, e alla progettualità già esistente e in via di realizzazione legata al progetto CIVIS e al Progetto Mares.

Matrici di relazione tra piano strategico e PUC

Piano strategico	Ambiti Strategici	Strategie di Intervento	
	Identità	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conservazione, tutela e valorizzazione dell'identità ambientale, storica, culturale e insediativa ▪ Espansione equilibrata del centro abitato e controllo del consumo del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sostegno della capacità organizzativa locale. ▪ Integrazione, connessione fisica e funzionale tra le parti, accessibilità e fruibilità ▪ Salvaguardia del territorio attraverso la tutela della rete dei canali di bonifica ▪ Il Corso Eleonora, riqualificazione e sicurezza.. ▪ Governo e regolamentazione della pressione insediativa ed urbanistica. ▪ Rafforzamento del ruolo di Nurachi all'interno del sistema insediativo provinciale.
	Inclusione sociale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Riqualificazione e riorganizzazione degli elementi deboli e sensibili della struttura insediativa 	
	Turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conservazione, tutela e valorizzazione dell'identità ambientale, storica, culturale e insediativa ▪ Riorganizzazione e razionalizzazione della potenzialità ricettiva e del turismo sostenibile 	
	Attività agricole e sviluppo rurale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Salvaguardia e governo delle aree naturali con potenzialità agricole 	
	Attività produttive urbane	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenziamento della rete e delle strutture commerciali e produttive esistenti 	
PUC			

Piano strategico	Ambiti Strategici	Progetti	Progetti guida	PUC
	Identità	<ul style="list-style-type: none"> Concorso artistico sulla declinazione moderna del nuraghe e creazione della Comunità creativa Piste ciclabili che connettano i beni culturali e ambientali e gli itinerari del progetto turismo Progetto il mio verde: orto botanico urbano Progetto “ai miei tempi”: laboratorio della “Memoria Progetto “alla ricerca del tesoro” 	<ul style="list-style-type: none"> Le aree naturali Qualità architettonica e degli spazi pubblici 	
	Inclusione sociale	<ul style="list-style-type: none"> Consiglio comunale dei Ragazzi Progetto Casa Comunale Progetto “Sono Amico” Laboratorio di educazione alimentare Il Pony Amico 	<ul style="list-style-type: none"> Qualità architettonica e degli spazi pubblici 	
	Turismo	<ul style="list-style-type: none"> Progetto Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> I servizi e la ricettività turistica. Le aree naturali Qualità architettonica e degli spazi pubblici 	
	Att. agricole e sviluppo rurale	<ul style="list-style-type: none"> Progetto Attivazione di gruppi di acquisto per le produzioni locali, quale canale innovativo per le produzioni locali 		
	Attività produttive urbane	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorio delle arti e dei mestieri Progetto Centro commerciale naturale, Progetto arredo urbano 	<ul style="list-style-type: none"> Qualità architettonica e degli spazi pubblici I servizi e la ricettività turistica. 	

- Il nucleo consolidato di Nurachi e le “frange urbane”
- Le zone di espansione
- La mobilità e i servizi connessi.

AMBITO STRATEGICO IDENTITÀ

Obiettivo: Consolidare l'identità e il senso di appartenenza "ingrediente" dell'economia locale e fattore di marketing che dà valore alle produzioni locali e agisca da collante per le relazioni sociali.

La valorizzazione del prezioso patrimonio identitario di Nurachi risponde alla necessità di individuare un elemento di raccordo tra gli attuali residenti e i nuovi abitanti che sempre più numerosi stanno scegliendo Nurachi come luogo di residenza.

La strategia individuata per raggiungere l'obiettivo individua tre linee di intervento:

- il consolidamento della dimensione simbolica dell'identità nurachese a partire dal nome di Nurachi: il nuraghe;
- la salvaguardia e valorizzazione del paesaggio urbano e rurale;
- il rafforzamento della dimensione comunitaria.

La prima linea di intervento intende costruire la dimensione simbolica intorno alla quale aggregare la comunità nurachese, anche al fine di valorizzare l'importante storia di Nurachi. Questo percorso intende riscoprire e valorizzare l'elemento che ha dato vita e nome a Nurachi, il nuraghe localizzato nel centro del paese, utilizzando una chiave di lettura culturale e artistica, capace di coniugare la antica storia con la modernità e l'innovazione.

La seconda linea di intervento vede il paesaggio come valore strategico dell'economia locale e fattore di marketing capace di dare sia valore alle produzioni locali sia di agire da collante per le relazioni sociali. In quest'ottica, il paesaggio rurale si distingue per il tipo di relazione tra spazio rurale e spazio urbano. Ancora adesso gli spazi urbani di Nurachi evidenziano lo schema della viabilità agraria così come le tipologie abitative, con le loro caratteristiche costruttive che imprimono alle case una fisionomia rurale. Spesso le attività di trasformazione si realizzavano "in paese" e lo spazio rurale era specializzato nella produzione.

Lo spazio rurale e urbano rappresentano, quindi, un importante "giacimento" culturale che ben si presta ad essere valorizzato sia con gli interventi di recupero e manutenzione previsti nel PUC sia con iniziative di valorizzazione.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Il rafforzamento della dimensione comunitaria è quasi un corollario delle prime due linee di intervento, teso a rafforzare gli elementi di integrazione tra le generazioni e tra vecchi e nuovi residenti.

I progetti dell'ambito strategico identità sono i seguenti:

- Concorso artistico sulla declinazione moderna del nuraghe di Nurachi
- Piste ciclabili urbane ed extraurbane, che connettano i beni culturali e ambientali e gli itinerari del progetto turismo
- Orto botanico urbano
- Progetto "ai miei tempi": laboratorio della "Memoria
- Progetto "alla ricerca del tesoro": progetto di orienteering urbano e ambientale dedicata ai giovani

I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO IDENTITÀ

CONCORSO ARTISTICO SULLA DECLINAZIONE MODERNA DEL NURAGHE DI NURACHI E CREAZIONE DELLA COMUNITÀ CREATIVA

Come detto nei paragrafi precedenti, il piano strategico intende orientare gli sforzi organizzativi, gli investimenti e le strategie su una dimensione essenziale per il cambiamento: l'innovazione continua in termini di approccio culturale all'economia, capace di sostenere il territorio agendo non solo e non semplicemente, sugli elementi materiali soprattutto sull'innovazione delle condizioni di contesto (sistema di relazioni, organizzazione, sistema delle istituzioni, cittadinanza, ecc.).

Con il presente progetto si intende sostenere lo sviluppo di Nurachi agendo sull'individuazione della dimensione simbolica dello sviluppo, individuata nell'idea di Nuraghe al centro del paese, luogo materiale e immateriale che diventa catalizzatore delle migliori energie della comunità. Per raggiungere questo obiettivo, ci si propone di attivare una comunità creativa capace di apportare nuove visioni, discussioni e interazione nella comunità, nuove combinazioni di conoscenza, risorse e competenze.

Per fare questo il progetto intende realizzare un evento, il concorso artistico, a cui si possano collegare altre iniziative sempre legate al tema "innovazione e creatività sul territorio" quali, per esempio:

- la realizzazione di attività di informazione/animazione territoriale per la diffusione di attività creative e di innovazioni presso le imprese (Laboratorio delle arti e dei mestieri previsto nell'ambito strategico attività produttive);
- azioni di sensibilizzazione per la diffusione della cultura del bello, dell'innovazione e l'introduzione mirata e diretta di elementi di design rurale nelle produzioni locali e nei servizi (workshop nelle scuole);
- la creazione di momenti di alta formazione, in accordo con Istituti Universitari, Scuole di Design, per lo sviluppo e l'innovazione di prodotti e servizi creativi nel territorio (Laboratorio delle arti e dei mestieri previsto nell'Ambito strategico attività produttive);

In base a tali considerazioni, la strategia proposta si pone le seguenti finalità specifiche:

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

- 1) accompagnare l'innovazione dei processi produttivi e organizzativi locali;
- 2) accompagnare l'innovazione dei prodotti artigianali, turistici ed enogastronomici del territorio;
- 3) accompagnare l'innovazione delle strategie di comunicazione/promozione dei prodotti artigianali, turistici ed enogastronomici del territorio;
- 4) creare reti per la crescita di competenze e professionalità negli ambiti della creatività e del design rurale.

La prime finalità rispondono all'esigenza di attivare un circuito informativo-formativo, basato sull'interazione con la comunità creativa con le imprese, gli imprenditori, le organizzazioni del territorio, per sperimentare soluzioni innovative di affiancamento che permetta di sviluppare nuove conoscenze-innovazioni nell'ambito dei processi produttivi ed organizzativi locali (delle imprese agroalimentari, del turismo rurale, dell'artigianato)

Il quarto punto intende richiamare e trasferire a Nurachi esperienze di successo, pratiche e avviare un meccanismo di crescita di nuove competenze, con l'ausilio di professionalità di rilievo in ambito internazionale, sulle tematiche specifiche dell'innovazione attraverso la creatività e il design. Ciò si attua mediante accordi di collaborazione specifici con Istituti Universitari, Scuole di Alta Formazione che operano sulle tematiche in oggetto.

La valorizzazione del patrimonio identitario passa, quindi, attraverso un importante sforzo in termini di formazione delle persone e nella creazione di spazi adeguati per la produzione culturale locale. Il settore culturale è poco strutturato, scarsamente integrato, ma ricco di iniziative e di proposte.

L'attenzione si è concentrata sulla creazione di una relazione consolidata tra la comunità creativa esterna e la realtà locale, attivando la sperimentazione di progetti congiunti capaci di diventare occasione di incontro con le giovani generazioni, di creare integrazione tra le diverse fasce sociali e di consolidare le relazioni.

Va in questa direzione di cooperazione il Progetto Turismo così come tutti i progetti del Piano strategico, che possono facilmente essere integrati in una dimensione territoriale più ampia al fine di coinvolgere il sistema territoriale con cui si sono predisposti valorizzazione turistica del territorio in termini culturali (in armonia con i progetti CIVIS e Mares).

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

In questo progetto, ha un ruolo importante il tema della circolazione dell'informazione e la integrazione delle iniziative anche al fine di costruire una offerta culturale continua e sostenibile nel tempo.

La strategia di integrazione e di sistema vuole tendere a:

- radicare e rendere permanenti gli effetti positivi di sviluppo collegati alle politiche promosse dai diversi attori culturali;
- rafforzare l'offerta culturale del territorio e arricchire la elaborazione delle decisioni;
- integrare il processo di valorizzazione delle dotazioni culturali, sia materiali che immateriali, con le infrastrutture e con gli altri settori produttivi connessi al processo;
- rispondere ad una domanda sempre più personalizzata e qualificata che richiede soluzioni su misura e servizi culturali di alto livello;
- affermare la valenza dei beni culturali come "infrastruttura" di qualificazione, valorizzazione e sviluppo del territorio, quindi come fattore in grado di contribuire ad attrarre investimenti, iniziative imprenditoriali, attività innovative ad alto valore aggiunto.

Il progetto assume carattere di processo permanente

- costruzione un tavolo di confronto e iterazione tra i soggetti individuati come partner del progetto per definire un programma annuale di attività;
- costruzione di un sistema di informazione stabile ed accessibile sulle attività svolte, sulle iniziative, sui luoghi/contenitori disponibili per l'organizzazione delle iniziative, ed anche sull'orario dei servizi. Ciò in funzione non solo di una migliore organizzazione delle azioni (anche al fine di evitare sovrapposizioni più volte indicate come "problema" dagli stessi fruitori), ma anche per favorire la costruzione della "storia" e della "memoria".

I partner possono essere ricavati da quella che è la configurazione generale del modello di "distretto culturale" teso a raccordare la valorizzazione dell'asset di uno specifico territorio con i processi di valorizzazione delle altre risorse come i beni ambientali, le manifestazioni culturali e i prodotti della cultura materiale e immateriale. Fanno infatti parte del distretto non solo i beni oggetto di valorizzazione e le altre risorse del territorio, (dal patrimonio storico ambientale a tutte le espressioni culturali) ma anche le imprese, sia come fornitrici degli input richiesti dal processo di

valorizzazione sia come produttrici di servizi, sia come utilizzatrici degli output del processo di valorizzazione.

PISTE CICLABILI URBANE ED EXTRAURBANE, CHE CONNETTANO I BENI CULTURALI E AMBIENTALI E GLI ITINERARI DEL PROGETTO TURISMO

Il progetto di realizzazione di percorsi ciclabili a valere sugli ambiti urbano e extraurbano risponde alla necessità di creare un sistema di connessione delle diverse forme del patrimonio identitario strategico sia dal punto di vista della conoscenza, scoperta e valorizzazione del territorio sia dal punto di vista della sostenibilità ambientale.

L'obiettivo specifico del progetto è il seguente: **valorizzazione ambientale del territorio urbano ed extraurbano e recupero della memoria storico-culturale del territorio dell'area.**

Il progetto intende inserirsi a corollario degli itinerari definiti nel Progetto CIVIS (già in fase di realizzazione) e nel Progetto Mares (vedi cartografia allegata).

La proposta assume come prioritarie le seguenti linee-guida di carattere generale:

- costituire un itinerario ciclabile sicuro e facilmente riconoscibile;
- creare un sistema continuo di connessioni urbane ed extraurbane per incoraggiare la mobilità ciclabile come alternativa ecologica e sostenibile;
- valorizzare il territorio comunale attraverso la creazione di percorsi che abbiano anche valenza paesaggistica e ambientale;
- promuovere interventi di miglioramento ambientale e riqualificazione urbana;
- stimolare e rafforzare il 'senso di appartenenza al paese nei residenti attraverso l'individuazione di itinerari alla scoperta del territorio e che valorizzino l'identità dei luoghi.

In questo modo il progetto potrà produrre effetti a favore di un'economia e di uno sviluppo sostenibile, quali:

- il recupero dei beni storici e il mantenimento od il recupero di attività e produzioni tradizionali;
- la tutela del paesaggio agrario e naturale in quanto legati ad un'economia ed un turismo sostenibili;

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

- la qualificazione degli spazi urbani e rurali anche attraverso la qualificazione della maglia viaria.

A corredo delle piste saranno inseriti elementi di arredo urbano e piccole piazzole di sosta attrezzata, a costituzione di una sequenza definita di spazi destinati sia a migliorare la qualità dello spazio pubblico, sia a favorire attività ricreative e di svago all'aperto. Per garantire il corretto inserimento, la scelta degli elementi di arredo terrà conto delle caratteristiche del contesto urbano e ambientale.

Dove possibile è prevista la costituzione di aree verdi collegate al progetto di orto botanico urbano anche nell'ottica di creare un'occasione di abbellimento e di inserimento della pista nel tessuto urbano, che verrà così arricchito da elementi di arredo.

L'individuazione del percorso risponde ai seguenti criteri:

- caratteristiche di "scenicità", in altre parole dovrà consentire la visione del paesaggio rurale tipico e i luoghi delle produzioni tipiche;
- la connessione con i beni storici e le strutture di accoglienza, svago, ricreazione;
- la possibilità di interrelarsi con altri percorsi locali (naturalistici, track podistici, ippovie).

A questi criteri rispondono i percorsi individuati nei progetti CIVIS e Mares, ed è per questo che si è operato per mantenere l'unitarietà della progettazione. Infatti, gli itinerari già in fase di realizzazione intervengono sulla integrazione tra le risorse, urbane e territoriali, che "possono concorrere a realizzare una sinergia duratura e sostenibile, che porti a migliorare la qualità della vita delle Comunità residenti e garantire migliori servizi al turismo di terza generazione".

Il punto di avvio dei percorsi è individuato, anche nel Piano strategico, nel Museo Peppeddu Pau, su cui esiste già un unico progetto organico per il suo potenziamento. Si prevede la realizzazione di un laboratorio culturale strettamente connesso all'uso ed alla produzione dei materiali tradizionali, in particolare Iadrini ed orriu, da realizzarsi con l'acquisizione ed il restauro di un edificio storico adiacente all'attuale complesso, e la connessione con il percorso che, partendo dal Museo, raggiunge i luoghi della trazione rurale locale: le zone umide e gli stagni.

Come evidenziato nella cartina, gli itinerari, che partono dal Museo, al fine di rafforzarne il ruolo di catalizzatore, toccano i punti di pregio del patrimonio identitario e il luogo simbolico legato all'area del Nuraghe.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

I due percorsi si dipanano dalla Via Dante dove è collocato il Museo P. Pau: Su Caminu'e Pischeredda e Su Caminu'e Pontis, consentono di raggiungere gli stagni: i "Mares" in uno scenario naturalistico-rurale straordinario, ripercorrendo i passi della cultura contadina, andando a toccare i luoghi delle materie prime e della vita: l'argilla, il giunco e le canne, etc., visitare i luoghi di pesca con la Torre di Pischeredda. Sul percorso di Pischeredda la Amministrazione sta già investendo in termini di promozione territoriale, anche con attività ormai entrate nel calendario delle attività podistiche, come la mezza maratona che si svolge.

Come evidenziato anche nella cartografia, il disegno degli itinerari consente di mettere a sistema il paesaggio urbano e quello rurale, funzione realizzata dal Centro Visite, di recentissima realizzazione, che si trova in una posizione strategica delle aree sensibile e può consentire di ampliare l'offerta di servizi turistici e culturali.

PROGETTO IL MIO VERDE: ORTO BOTANICO URBANO

Il comune di Nurachi gode di una buona dotazione di spazi verdi. Tra quelle di maggior pregio si segnalano:

- il giardino attrezzato (Piazza Rosario Livatino, affacciato sulla Via Trieste) caratterizzato da un'ottima presenza e qualità della popolazione vegetale, buona viabilità interna ma con attrezzature in stato di abbandono;
- diverse aiuole di grandi dimensioni, variamente dislocate all'interno del centro abitato, che si presterebbero alla realizzazione di aree verdi attrezzate;
- alcune aiuole, già parzialmente sistemate, che necessitano di completamento.
- gli ingressi principali del paese (sul Corso Eleonora D'Arborea) sono caratterizzati dalla presenza di prati e di numerose essenze arbustive, oltre a qualche albero di piccole dimensioni. L'effetto visivo è accentuato dalla vicinanza di aree verdi private molto curate e da alberature stradali non di pregio, ma comunque in buone condizioni.

Il presente progetto intende sfruttare queste aree verdi al fine di utilizzarle come orto botanico diffuso nel centro abitato, specificamente dedicato alla biodiversità per favorire la diffusione della conoscenza sul patrimonio naturalistico del territorio di Nurachi.

Gli Orti botanici rappresentano, infatti, strumenti fondamentali per l'educazione naturalistica e la conservazione della biodiversità. Inoltre, con la realizzazione di “aree verdi-orto botanico” si creano connessioni e ricuciture tra il paesaggio urbano e quello rurale, tra le aree del centro storico e quelle di nuova edificazione, valorizzando, quindi, l'intero tessuto urbano, in connessione con gli itinerari urbani ed extraurbani individuati nei Progetti CIVIS e Mares ulteriormente valorizzati nel Piano strategico.

L'orto botanico, nel presentare la biodiversità del territorio di Nurachi, potrà anche, nella relazione con il paesaggio extraurbano, prevedere spazi dedicati ai paesaggi vegetali, quali per es. il paesaggio agrario (uliveto, vigneto, etc.) la vegetazione spontanea della macchia mediterranea e la vegetazione palustre. Il punto di congiunzione dei diversi itinerari che costituiranno l'orto botanico urbano sarà l'area del Museo Pau, punto di partenza del racconto storico e naturalistico di Nurachi.

Accanto a queste motivazioni, non va dimenticato che le specie autoctone garantiscono più di altre una più semplice riuscita del progetto. Con le specie esotiche tutto diventa più difficile e, a volte, fuori luogo, soprattutto nei piccoli centri ancora integrati nel paesaggio naturale circostante.

Il risultato è dunque una forte caratterizzazione del verde urbano che dovrà rispettare, al contempo, le problematiche gestionali che l'incremento del patrimonio vegetale ed una sua corretta manutenzione comporta.

Il progetto prevede:

- La realizzazione dell'orto botanico diffuso in aree già destinate al verde pubblico;
- L'utilizzo di aree pubbliche non ancora adibite a verde pubblico;
- La realizzazione di eventi di sensibilizzazione sulle tematiche ambientali e della biodiversità (per es. “il giardino del Nuraghe”, concorso che coinvolgerà tutta il paese, chiamato ad abbellire con decorazioni i balconi, i davanzali e le vetrine commerciali).

Anche per questo progetto, si è lavorato integrando le proposte del Piano strategico con la progettazione già in essere nei Progetti CIVIS e Mares. In particolare, il progetto CIVIS ha una linea strategica importante, dedicata all'Azione Pilota sulla Sostenibilità del Verde Urbano.

L'Azione Pilota persegue l'obiettivo di integrare la riqualificazione degli spazi urbani complessi con particolare attenzione alle aree verdi, attivando, sostenendo e consolidando un processo virtuoso comune a tutti i paesi aderenti al progetto, di salvaguardia e valorizzazione del tessuto urbano, ed in particolare del sistema verde.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Le linee di intervento dell'azione pilota, da cui si ricava l'elevato grado di relazione con la proposta di orto botanico urbano, sono le seguenti:

- la riqualificazione e completamento degli spazi di relazione, utilizzando ampiamente gli elementi del verde, al fine di creare aree di pregio per i cittadini ed i turisti, come luogo d'incontro e di svago;
- la riqualificazione dei principali ingressi al centro abitato, al fine di creare un'immagine positiva di cura, freschezza e vivibilità che stimoli il turista alla visita del paese;
- la caratterizzazione tramite simboli facilmente riconoscibili come strutture architettoniche di arredo urbano e pannelli informativi;
- la realizzazione di un progetto didattico dal titolo "Il Parco che Vorrei", che prevede il coinvolgimento degli alunni delle scuole, impegnati nella progettazione del parco giochi dei loro sogni (finanziato attraverso le azioni immateriali del Progetto TRAME Urbane nel Sinis – Montiferru);

Le azioni specifiche individuate per il comune di Nurachi sono essenzialmente di completamento ed integrazione di opere e strutture, su tre aree:

- Il Parco per l'infanzia: realizzazione di un'area facilmente accessibile, gradevole, ombreggiata e dotata di alcuni giochi (altalene, scivoli, piccole giostre, dondoli a molla, fortini) dedicati ai bambini di età scolare (5-12 anni).. Il Parco avrà anche un'area prato irrigua e sarà dotato di adeguate attrezzature per la fruizione (panchine, cestini, etc...).
- La riqualificazione degli ingressi: completamento dell'ingresso nord, per eliminare l'impatto negativo di un'area incolta che rovina l'effetto creato dalla particolare cura con cui è stato realizzato il prato sulla destra. Saranno realizzati due interventi di "alberata artificiale" nei pressi dei due ingressi principali al centro abitato, affiancati dagli interventi di sistemazione delle superfici e realizzazione di prato o copertura con inerti previsti per le isole di traffico e le banchine stradali.
- Aree verdi di pregio: manutenzione delle numerose aree verdi presenti in modo diffuso nel centro abitato. In particolare il giardino attrezzato sito in Piazza Rosario Livatino dovrà essere sottoposto ad interventi di sistemazione delle attrezzature che risultano semidistrutte o fuori norma.

A cui si aggiunge l'inserimento di panche realizzate in blocchi monolitici modulari di basalto e di vasi ornamentali sempre realizzato in pietra locale (basalto o

biancone) per la messa a dimora di idonee essenze arboree tipiche della macchia mediterranea.

È evidente che la realizzazione dell'orto botanico diffuso sia perfettamente compatibile con la progettazione in fase di realizzazione, che necessita solo di un più marcato indirizzo verso la biodiversità locale.

Inoltre, tale proposta è facilmente integrabile con la realizzazione della comunità creativa legata al concorso artistico. Infatti, anche nel Progetto CIVIS è previsto un interessante investimento sulla declinazione artistica (e simbolica) del percorso di sviluppo territoriale individuato, con la realizzazione, in ciascun paese della rete, di una opera d'arte che rappresenti l'intera Rete dei Comuni del Sinis – Montiferru.

PROGETTO “AI MIEI TEMPI”: LABORATORIO DELLA “MEMORIA

Come risulta dai dati relativi alla dimensione demografica, gli anziani ultrasessantacinquenni rappresentano una parte importante della popolazione, per la quale si evidenzia un trend in aumento. Emerge, dalla fase di analisi, la richiesta di creare spazi collettivi nei quali coltivare interessi e a mostrare competenze. L'amministrazione comunale sta già intervenendo con la realizzazione del centro di aggregazione sociale, con la pianificazione strategica si cercherà di creare azioni e attività che coinvolgano questa fascia di popolazione.

In particolare, la presente proposta progettuale ha come obiettivo il recupero e la valorizzazione della memoria degli anziani, sia per attivare un percorso di comunicazione inter-generazionale sia per favorire la socializzazione, la partecipazione sociale attiva degli anziani e valorizzarne l'esperienza anche in una dimensione pubblica

Il progetto intende, quindi far emergere e rendere disponibili a tutta la comunità, i saperi e le esperienze, personali e professionali, degli anziani a servizio dell'ambito sociale in cui vivono, con il loro coinvolgimento in attività del terzo settore, e concretamente come anfitrioni od operatori culturali delle località rurali in cui vivono.

Il progetto prevede la realizzazione di un ciclo di incontri rivolto agli anziani disponibili a ripercorrere la propria storia e quella del paese. Per conservare le testimonianze, gli interventi saranno registrati e trascritti, per poi conservare la

documentazione e renderla disponibile alle scuole e ai cittadini che ne faranno richiesta.

PROGETTO “ALLA RICERCA DEL TESORO” : PROGETTO DI ORIENTEERING URBANO E AMBIENTALE DEDICATA AI GIOVANI

Il progetto intende creare una opportunità per i giovani di vivere gli spazi del proprio paese in una forma nuova e di socializzare. L'obiettivo che intende perseguire è quello di rafforzare il senso di appartenenza ai luoghi del proprio paese.

Il progetto intende utilizzare la metodologia dell'Orienteering sia nella sua veste classica legata all'ambiente naturale sia nella versione che si sviluppa nell'ambiente urbano. Con la realizzazione di un evento (**alla ricerca del tesoro**) in cui diventa protagonista lo "scenario naturale e storico-culturale" in cui vive la comunità, i giovani possono scoprire i patrimoni identitari di cui dispone.

Infatti, svolgendosi in ambiente naturale o storico - culturale l'orienteering consente di conoscere direttamente, per es. la vegetazione tipica, la presenza di strutture archeologiche e storiche, l'articolazione urbana di Nurachi.

Lo sguardo dei giovani, e il racconto delle loro esperienze sulla scoperta del loro paese, sarà il punto di partenza per favorire il rafforzamento del senso di appartenenza.

I partner, oltre alle Scuole, possono essere così individuati: Associazionismo locale, Centro commerciale naturale, associazioni imprenditoriali, organizzazioni sindacali.

AMBITO STRATEGICO INCLUSIONE SOCIALE

Obiettivo: Ripensare il sistema dei servizi alla persona per adeguarlo ai cambiamenti indotti dalla crescita demografica e garantire la qualità della vita dei cittadini

L'obiettivo individuato nell'ambito strategico Inclusion sociale intende migliorare la qualità della vita valorizzando, attraverso modalità inclusive, il ruolo di un paese come Nurachi che si sta dimostrando capace di attrarre nuovi residenti.

Questa opportunità deve essere governata anche attraverso il miglioramento e il rafforzamento dell'offerta di strutture e di servizi adeguati ai bisogni e alle esigenze dei cittadini.

L'idea di fondo è quella di affiancare il processo di trasformazione urbana con un approccio basato sulla cooperazione e la partecipazione che punti alla coesione sociale.

D'altra parte, la sfida che il sistema di welfare si trova a dover affrontare è quella di dare risposte alle problematiche dell'invecchiamento della popolazione, dell'allargamento dell'area del disagio per effetto delle trasformazioni economiche e della scarsità delle risorse pubbliche disponibili.

Si rendono dunque necessari interventi di ampliamento e diversificazione dell'offerta di servizi al "privato sociale", al fine di migliorare la qualità dei servizi resi e per includere nuovi.

Con questo ambito strategico, inoltre, si vuole promuovere una maggiore integrazione tra le politiche di sviluppo locale e quelle di inclusion sociale e di pari opportunità per rendere la strategia più coerente alla necessità di valorizzare tutte le risorse presenti sul territorio, anche quelle svantaggiate e nel contempo agire per migliorare complessivamente la qualità della vita di Nurachi.

La costruzione di un sistema urbano competitivo necessita di una funzionale articolazione degli interventi di riqualificazione, di interventi che sostengano e migliorino la competitività del sistema economico ma anche di interventi nel campo del sociale, finalizzati a garantire la vivibilità degli spazi comuni, assicurare qualità della vita ed equità sociale, e ambientale, perché la tutela ambientale va letta come precondizione allo sviluppo, e culturale.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Le linee di intervento individuate sono le seguenti:

- Creazione di opportunità di aggregazione e di partecipazione alla vita della comunità.
- Realizzazione di programmi di servizi ricreativi per minori (laboratorio musicale, laboratori manuali), per anziani, promozione di incontri culturali.
- Realizzazione di un sistema di servizi essenziali e innovativi nel campo dell'assistenza per l'infanzia e degli anziani.
- Dedicare uno spazio pubblico alle attività del volontariato, della solidarietà, del tempo libero e dell'aggregazione sociale e giovanile.
- Realizzazione di interventi di recupero di aree verdi finalizzate alla creazione di servizi ludico ricreativi.

I progetti dell'ambito strategico Inclusione sociale sono i seguenti:

- Consiglio comunale dei Ragazzi.
- Progetto Casa Comunale: ospiterà le associazioni presenti e avrà spazi da dedicare alle attività per il tempo libero e all'aggregazione sociale e giovanile.
- Progetto "Sono Amico" per il volontariato civico degli anziani.
- Laboratorio di educazione alimentare, con la collaborazione delle aziende agricole locali per scoprire le produzioni agroalimentari, il territorio attraverso la stagionalità e le tecniche di produzione.
- Il Pony Amico: servizio gratuito a domicilio, rivolto agli anziani, finalizzato a fornire, attraverso volontari, compagnia, spesa, accompagnamento e disbrigo di piccole pratiche quotidiane.
- Progetto "il mio verde": orto botanico urbano.

I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO INCLUSIONE SOCIALE

CONSIGLIO COMUNALE DEI RAGAZZI

I Consigli comunali dei ragazzi rappresentano un'importante esperienza anche educativa di partecipazione alla vita di una comunità ma anche di intervento sul miglioramento della qualità della vita in quanto le condizioni di vita dei bambini costituiscono gli indicatori ambientali primari della vita di tutta la comunità.

Per raggiungere questi obiettivi i ragazzi necessitano del sostegno degli adulti, il sindaco e tutti amministratori comunali così come la scuola, che adatta a tal fine parte della sua didattica, e i cui insegnanti si fanno tramite tra la scuola stessa, la famiglia, il comune e le altre organizzazioni sociali presenti nella comunità.

La realizzazione del consiglio comunale dei ragazzi è strumento di raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- promuovere sul territorio la cultura della partecipazione e della legalità;
- creare relazioni di collaborazione e confronto fra i ragazzi e fra i ragazzi e gli adulti a partire dai problemi reali;
- portare i giovani ad essere protagonisti delle decisioni che li riguardano da vicino;
- stimolare il senso di appartenenza ad una comunità.

Con la presenza di un c.c.r., saranno gli stessi ragazzi che potranno individuare iniziative urbanistiche, ambientali, sociali ritenute importanti per la qualità della loro vita. Ma anche, naturalmente, a imparare a discutere, organizzarsi attorno a un programma o a un progetto.

I "passi" per realizzare il c.c.r sono:

- la definizione di un progetto nelle scuole coinvolte che funziona anche da "manifesto elettorale",
- la campagna elettorale (con la presentazione di tutti i progetti elaborati),
- le elezioni, in cui si assegnano le preferenze ai rappresentanti del progetto e ai progetti stessi.

L'amministrazione comunale assegnerà al ccr un budget per la realizzazione dei progetti scelti. Il progetto avrà la seguente articolazione:

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

- Fase 1 – incontro di presentazione del progetto con i docenti delle scuole di Nurachi;
- Fase 2 – presentazione del progetto da parte degli insegnanti ai genitori ed alle classi e verifica delle adesioni al progetto
- Fase 3 – Incontri per gli insegnanti
- Fase 4 - formazione degli alunni coinvolti
- Fase 5 – elaborazione progetto e scelta dei candidati
- Fase 6 – elezioni ed insediamento nuovo Consiglio Comunale dei Ragazzi
- Fase 7 - conclusione del progetto (termine mandato – monitoraggio dei risultati).

Il successo del progetto è legato alla capacità di accompagnamento dei ragazzi che si cimenteranno in questa iniziativa, per questa ragione è importante individuare un soggetto “facilitatore” o tutor dell’intero percorso. Al tutor spetta il compito di gestire e coordinare il progetto e di preparare, di concerto con le scuole, i ragazzi. Inoltre dovrà:

- seguire, unitamente all’Amministrazione comunale, le riunioni del Consiglio comunale dei Ragazzi, delle Commissioni e degli Assessorati;
- seguire, unitamente all’Amministrazione comunale, il buon andamento dei programmi e progetti proposti dal Consiglio comunale dei ragazzi;
- attivarsi per mantenere i rapporti tra il Consiglio comunale dei ragazzi, le scuole e l’Amministrazione comunale;
- preparare le convocazione ed i verbali del Consiglio comunale dei ragazzi e delle commissioni;
- comunicare mensilmente l’andamento del consiglio comunale dei ragazzi alle scuole, all’amministrazione comunale e alle famiglie.

PROGETTO CASA COMUNALE

Il progetto “Casa Comunale” risponde alla necessità di articolare e promuovere le attività che potranno essere ospitate nel centro di aggregazione sociale, quali le attività per il tempo libero e le iniziative legate all’aggregazione sociale e giovanile, e di creare un punto di riferimento per le associazioni e per coloro che desiderano mettere a disposizione degli altri il proprio tempo e le proprie capacità. Come in altre esperienze realizzate a livello nazionale e non solo, la Casa Comunale potrebbe

diventare lo strumento per facilitare l'incontro tra la domanda di volontariato delle associazioni, e l'"offerta" portata da chiunque voglia impegnarsi in questo campo. Infatti le associazioni (sia quelle ospitate presso la struttura stessa, sia le altre presenti sul territorio) potranno più facilmente potranno veicolare i propri messaggi, i propri valori, i propri annunci coinvolgendo così gli associati e un numero crescente di cittadini di Nurachi e dei comuni confinanti.

In questo modo lo "spazio" della Casa Comunale promuoverà la condivisione non solo degli spazi ma anche delle idee, risorse, progetti, facilitando il coinvolgimento in un'azione comune organizzazioni pubbliche e private, forze sociali, imprese sociali, gruppi e persone singole per la promozione della solidarietà sociale, la realizzazione di iniziative culturali etc.

La Casa Comunale ospiterà le iniziative individuate nel Piano strategico, quali Laboratori, Consiglio Comunale dei Ragazzi, Sono amico, Pony della Solidarietà.

PROGETTO "SONO AMICO"

Con il progetto "Sono Amico" si intende sperimentare un progetto di servizio civico del volontariato delle persone anziane con più di 65 anni d'età (e/o in pensione) al fine di valorizzare i loro "saperi" e renderli partecipi della vita comunitaria al fine di far loro ricoprire un ruolo ancora attivo e significativo.

Gli obiettivi che si intende raggiungere sono:

- Favorire la vita di relazione degli anziani;
- Valorizzare i loro saperi;
- Utilizzare l'esperienza degli anziani per rispondere ai bisogni tradizionali e non della comunità.

Le attività realizzabili dai volontari "Sono Amico" potrebbero riguardare

- Tutela ed assistenza delle persone: disabili, anziani., minori;
- Tutela e monitoraggio del verde pubblico, del decoro e arredo urbano, della cura del paese;
- Informazione e orientamento culturale in occasione di manifestazioni ed eventi;
- Controllo negli attraversamenti pedonali vicini alle scuole;

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

- Attività integrative varie e di socializzazione presso Casa Comunale;
- Corsi tenuti dagli anziani per i giovani: musica, ricamo, tradizioni, favole...

I volontari saranno reclutati attraverso una campagna di informazione e sensibilizzazione basata sul passaparola, l'affissione di manifestini e locandine. L'amministrazione comunale provvederà a predisporre e attivare il Registro del Volontariato nel quale iscrivere i cittadini disponibili a partecipare all'iniziativa. Questo è un passaggio fondamentale in quanto l'amministrazione dovrà attivare la copertura assicurativa per tutti gli anziani inseriti nel registro del volontariato civico cittadino.

LABORATORIO DI EDUCAZIONE ALIMENTARE

Il progetto necessita della stretta collaborazione delle aziende agricole locali per far scoprire le produzioni agroalimentari, il territorio attraverso la stagionalità e le tecniche di produzione

Il progetto ha lo scopo di valorizzare l'identità territoriale, l'economia locale e le produzioni tipiche di Nurachi, con l'obiettivo di creare una rete di relazioni fra produttori e giovani consumatori, con la mediazione del mondo della scuola, per riscoprire il valore culturale ed ecologico dell'agricoltura e del mondo rurale.

Inoltre, la realizzazione dei laboratori di educazione alimentare consente di:

- creare una relazione stabile tra le aziende agricole e i consumatori;
- creare una relazione stabile tra aziende agricole e il mondo della scuola per finalità didattiche legate alla conoscenza del mondo rurale;
- favorire la conoscenza dell'economia agricola e rurale di Nurachi e dei suoi prodotti;
- favorire ed orientare l'interesse delle nuove generazioni per l'ambiente rurale e le attività agricole;
- favorire il recupero del valore culturale e ambientale del territorio;
- favorire la conoscenza dell'ambiente rurale e dei suoi componenti vegetali ed animali;
- favorire la conoscenza dell'origine dei prodotti alimentari, dei loro processi produttivi e di trasformazione;

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

- promuovere i prodotti tipici locali tramite degustazioni guidate produzione e distribuzione di materiale informativo in occasione di altri eventi con elevato afflusso di visitatori;
- promuovere il turismo scolastico in ambito rurale.

Per ogni filiera verrà proposta un ipotesi di modello didattico, con indicazione di specifici percorsi educativi, esperienze da poter realizzare con i ragazzi riferiti essenzialmente al mondo della scuola. Le filiere interessate dal presente modulo saranno definite dall'indirizzo produttivo delle aziende aderenti. A titolo di esempio si riportano le principali filiere che potranno essere attivate:

- Cereali - pane, prodotti da forno e pasta alimentare;
- Olio;
- Vino;
- Frutta e trasformati; Ortaggi e trasformati;
- Apicoltura, miele, cera, propoli, pappa reale;
- Piante officinali e trasformati;
- Produzioni biologiche.

Il progetto prevede una prima fase di promozione, che potrebbe essere curata dalle organizzazioni di categoria (Coldiretti, CNA etc...) o dall'agenzia regionale LAORE, e una seconda fase nelle aziende agricole e agriturismi per far conoscere ai ragazzi i metodi di produzione in agricoltura e i processi di trasformazione degli alimenti.

La prima fase prevede la realizzazione di un evento di lancio del progetto (per esempio una merenda o un picnic realizzato con prodotti locali) concepito come una giornata di educazione alimentare dedicata ai ragazzi, alle loro famiglie e alle scuole, in cui oltre al momento ludico, siano presenti nutrizionisti ed esperti che presenteranno consigli sull'alimentazione e sulla nutrizione ed in particolar modo per i bambini che frequentano le scuole elementari.

La seconda fase, prevede la realizzazione di 5 (dipende dal numero di imprese) merende/picnic nelle aziende aderenti, durante i quali vengono presentati i prodotti tipici del territorio, la loro storia, le tecniche di produzione e di trasformazione. Al termine di ogni animazione i bambini saranno coinvolti nella preparazione e degustazione di una merenda/picnic a base degli stessi prodotti.

In relazione alle azioni di altri progetti del piano strategico, si prevede la valorizzazione dei prodotti di Nurachi attraverso degustazioni guidate volte ad evidenziare le caratteristiche sensoriali degli alimenti presentati e ad evidenziarne le peculiarità sia fra la popolazione locale che fra i turisti, collegando il discorso enogastronomico con la riscoperta del paesaggio rurale, le attività del laboratorio con le azioni legate agli itinerari naturalistici, con momenti di ristoro, assaggio e conoscenza dei prodotti locali.

IL PONY AMICO

Il progetto Pony amico si propone di attivare un servizio gratuito a domicilio, rivolto agli anziani, finalizzato a fornire, attraverso volontari, compagnia, spesa, accompagnamento e disbrigo di piccole pratiche quotidiane. Il Pony amico di fatto rappresenta un supporto alle reti dei servizi professionali nelle attività di "aiuto leggero", poiché assicurano alle persone anziane sole la possibilità di vivere in un tessuto sociale caratterizzato dalla solidarietà, dalla compagnia e dal "buon vicinato".

Il progetto sarà coordinato dalle associazioni che aderiranno alla Casa Comunale e ai volontari "Sono Amico"

I "Pony" sono volontari, ragazzi o ragazze o gli anziani aderenti al progetto "Sono Amico" che si rendono disponibili a fornire assistenza domiciliare agli anziani bisognosi (ma anche a chi si trova in condizione di fragilità soggettiva o sociale per malattia o isolamento ambientale o perché esposto al rischio dell'abbandono o della solitudine) facendo loro visita settimanalmente.

L'obiettivo principale del progetto è il sostegno alla domiciliarità degli anziani attraverso visite e contatti costanti con i "Pony" disposti a far loro compagnia, accompagnamento per commissioni, visite mediche, ritiro esiti esami, spesa, ecc. Questi appuntamenti, protratti nel tempo, creano le condizioni per stabilire tra le persone assistite e il "Pony" conoscenze che si possono trasformare in vere e proprie amicizie.

L'esperienza assume quindi una duplice valenza: fornire agli anziani un'assistenza "diversa", umana, diretta e concreta presso la propria abitazione e, al tempo stesso, consentire ai volontari di rendersi utili impiegando il loro tempo libero in maniera costruttiva. Per entrambe le parti, dunque, un'opportunità di crescita attraverso la valorizzazione dei rapporti intergenerazionali e la creazione di un contatto che diventi un veicolo costante di solidarietà e che sviluppi la cultura della solidarietà.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Il progetto si inserirà all'interno delle iniziative attivate dal Comune di Nurachi per la fascia di popolazione degli anziani.

AMBITO STRATEGICO TURISMO

Obiettivo: Sfruttare le opportunità legate al settore del turismo valorizzando l'insieme di valenze esistenti (prodotti agro-alimentari tradizionali locali, strutture di accoglienza, caratteri storico, ambientali, culturali e territoriali presenti)

L'ambito strategico Turismo intende raggiungere l'obiettivo sopra riportato attraverso la creazione di una offerta turistica in tempi sufficientemente rapidi, senza aspettare lo sviluppo di infrastrutture e/o la creazione di strutture, ma enucleando una iniziativa snella che possa svolgere anche il ruolo di stimolo, di traino per la nascita di altre iniziative.

Considerando che l'Ambito prevede la realizzazione di un unico progetto integrato, l'intera definizione viene riportato nel paragrafo ad esso dedicato.

I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO TURISMO

PROGETTO TURISMO

L'obiettivo del Progetto Turismo è quello di attirare piccoli gruppi di visitatori appassionati che vogliano conoscere questo territorio, arricchendo la propria cultura e le proprie conoscenze.

Il progetto sarà articolato nelle seguenti macro-aree, così definite:

- creazione del "paniere" di offerta turistica come insieme di prodotti tipici locali, della ricettività locale, del patrimonio culturale – ambientale – storico;
- identificazione di itinerari (materiali e immateriali);
- creazione e la regolamentazione di un marchio di qualità da associare sia alle produzioni che all'offerta dei servizi (residenze, altri servizi)
- creazione dei pacchetti di offerta turistica;
- attuazione di una campagna di promozione dei pacchetti di offerta turistica.

Il progetto intende sfruttare le correlazioni sempre più intense fra il territorio rurale e la domanda di svago e di cultura. Il turismo enogastronomico rappresenta la sintesi migliore di questa correlazione, come conferma la crescente schiera di

appassionati che scelgono di viaggiare per conoscere le differenti qualità enologiche, i prodotti tipici e della gastronomia, i produttori locali nonché le valenze del territorio.

L'iniziativa di valorizzazione di Nurachi intende essere svolgere un compito pilota, di messa in rete delle valenze già presenti – per dare un impulso alla valorizzazione turistica che implica un imminente passaggio da una cultura di matrice esclusivamente agricola ad una di stampo agrituristico e manageriale incentrata sulla offerta di un prodotto turistico inteso in senso ampio.

Per la realizzazione del progetto verrà promossa à una serie di attività di animazione volte alla valorizzazione dei prodotti di qualità e delle sue risorse turistiche, storiche, culturale, archeologiche e ambientali. Tali attività consisteranno in:

- attività di animazione locale per la creazione di un marchio collettivo per i caratteri ed i sapori del Territorio (offerta enogastronomica, offerta ricettiva, offerta culturale, ambientale, storica, ecc) ritenuti autentici;
- progettazione e realizzazione di percorsi formativi per i soggetti che operano nel territorio e che assicureranno l'offerta da promuovere;
- progettazione dei pacchetti tipici da offrire ai turisti/visitatori comprese attività di informazione e formazione sulle valenze locali;
- progettazione, realizzazione e gestione di azioni di comunicazione mirata per la promozione del territorio e di quanto offerto a specifiche nicchie di visitatori/turisti;
- progettazione di infrastrutture "leggere" quali segnaletica e pannellistica stradale necessarie per la caratterizzazione del Territorio e delle sue valenze.

Vediamo nel dettaglio l'articolazione dell'intervento.

- per la creazione del "Paniere tipico" verranno realizzate le seguenti attività
 - La mappatura dell'offerta enogastronomia e delle risorse storico-culturali e ambientali. A partire dall'analisi e studio dell'offerta enogastronomia del territorio e delle valenze ambientali, culturali, musicali nonché delle offerte di servizi turistici già disponibili (ricettività, ristorazione, servizi vari) sarà messa a punto la matrice delle valenze che consentirà di definire le soluzioni di offerta che il territorio può offrire. Parallelamente verrà condotta un'indagine per l'identificazione di risorse turistiche, storiche, culturali, archeologiche e ambientali anche meno note, mediante consultazione di fonti bibliografiche ed interviste. I risultati di

tale indagine saranno riportati sulla mappa dell'offerta enogastronomia per fornire un quadro d'insieme delle tipicità e delle bellezze di Nurachi.

- Per il posizionamento del prodotto turistico:
 - Per identificare il posizionamento del prodotto e comprenderne le opportunità di profitto è certamente necessario ricorrere ad un processo di segmentazione della domanda. Sono molte le caratteristiche dei consumatori e del prodotto che possono essere utilizzati come base per la segmentazione, tuttavia, affinché l'analisi risulti di facile ed utile fruibilità, è possibile limitare l'analisi ad alcune variabili strategicamente significative quali l'età, il reddito e la provenienza geografica. Per quanto riguarda la prima variabile possono essere identificati quattro segmenti differenti tra loro ed omogenei al loro interno: Giovanissimi (fino ai 25 anni), Giovani (dai 26 ai 40), Adulti (dai 41 ai 55), Maturi (dai 56 in poi).

La definizione di un'offerta turistica non può oggi prescindere da una considerazione: la sempre minore lunghezza dei periodi di vacanza, anche in considerazione di aspetti economici, ed una loro ripartizione lungo tutto il corso dell'anno. Per questo motivo occorre tenere conto delle caratteristiche della domanda individuando due settori target: 1) Permanenza da fine settimana – 2,5 gg – da venerdì pomeriggio a domenica sera anche in considerazione dei voli low cost; 2) Permanenza di 1 settimana, eventualmente in periodi di bassa stagione e/o comunque non nel periodo estivo.

- la identificazione degli itinerari
 - realizzata la mappatura dell'offerta enogastronomica/culturale/ambientale e individuate le aspettative del turista target, sarà possibile delineare alcuni itinerari tipici. Gli itinerari del gusto verranno tracciati con lo scopo di rispondere ai seguenti obiettivi:
 - valorizzare le produzioni tipiche locali
 - incrementare il turismo rurale nel territorio oggi non molto conosciuto negli itinerari tipici del turismo sardo, valorizzando le tipicità locali e le bellezze naturalistiche e storico culturali (Festa di S.Agostino e "incontro" della settimana Santa a Nurachi);
 - destagionalizzare gli afflussi turistici, offrendo spunti per escursioni e gite durante tutto l'arco dell'anno.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

In linea generale, nell'ambito della iniziativa saranno strutturati differenti itinerari in funzione dell'integrazione dell'enogastronomia con altre 'motivazioni', culturali e ambientali nonché agli aspetti tipici stagionali:

- itinerario culturale/enogastronomico;
- itinerario naturalistico/enogastronomico.

All'interno di ciascun itinerario sarà possibile scegliere 3 differenti durate temporali del viaggio: (i) 1 giorno (escursione giornaliera); (ii) 2, 5 giorni (week end); (iii) 7 giorni (breve vacanza).

Per ciascun itinerario saranno indicati:

- brevi riferimenti storici
- come arrivarci
- cose da vedere secondo le sezioni tematiche: arte e cultura, natura e sport
- schede dei prodotti tipici con indicazione di dove poterli acquistare e gustare
- dove mangiare
- dove soggiornare
- eventi (ad esempio, date di feste popolari e religiose, sagre, manifestazioni)

- la creazione del marchio collettivo

- La creazione di un marchio collettivo per il progetto costituisce il primo strumento di identificazione di quel sistema delle tipicità locali la cui valorizzazione rappresenta lo scopo primario. Il marchio è un segno fondamentale per la costruzione e il mantenimento dell'identità di una qualsiasi organizzazione e ne costituisce l'elemento connotante. Ciò vale a maggior ragione quando, come nel caso in oggetto, si tratta di un'organizzazione complessa, ubicata in un'area geograficamente identificata ma estensibile e composta da diversi soggetti produttori/erogatori di vari prodotti/servizi. Il marchio collettivo assolverà le seguenti funzioni:

- identificare e permettere di riconoscere tutte le realtà che appartengono al progetto: strutture, prodotti, servizi, iniziative, ecc.;
- dichiarare l'appartenenza delle suddette strutture ed iniziative, ecc. fino a tutelarne l'esclusività da un punto di vista legale;
- sviluppare un clima di "familiarità" fra i clienti/utenti verso le iniziative ed i servizi erogati;
- costituire un valore di garanzia per i pubblici di riferimento.

- La progettazione e promozione dei Pacchetti turistici
 - Sulla base delle attività precedenti saranno messi a punto e definiti pacchetti turistici che mettano a matrice le risorse già disponibili in cui guide locali fanno “immergere l’ospite” nel territorio. L’obiettivo è di mettere a punto pacchetti, ripartiti nelle diverse stagioni che consentano di canalizzare nel territorio un numero di turisti/visitatori gestibili con le strutture, le competenze e la rete di relazioni già esistenti. Il numero individuato è quello previsto in 1 pullman: 56 – 60 turisti/visitatori e comunque correlati alle risorse disponibili. Il target individuato è quello di pacchetti che possano essere promossi anche attraverso accordi quadro con le principali linee aeree low cost e/o altri operatori turistici per la vendita di piccoli pacchetti con una permanenza tipica di 2,5 gg (week end) o 6 giorni (settimana).

- Per le azioni di comunicazione:
 - Realizzazione un evento che segni l’avvio ufficiale dell’iniziativa: un “Week-end a Nurachi” che dovrà, ovviamente, vedere l’attiva partecipazione dei soggetti economici coinvolti nel progetto. Su tale evento, anche finalizzato a press educational (in modo da assicurare la diffusione presso principali riviste del settore), sarà incardinato uno specifico programma di comunicazione che comprenderà lo svolgimento e/o la produzione di altre attività e/o materiali di comunicazione quali:
 - produzione di materiale informativo “leggero” a sostegno dell’iniziativa (dépliants, adesivi, locandine);
 - ideazione e realizzazione di un mini sito collegato ai siti dell’Amministrazione;
 - promozione del mini sito attraverso azioni di Web marketing: DEM (Direct e-mail marketing) e Keyword advertising;

AMBITO STRATEGICO ATTIVITÀ AGRICOLE E SVILUPPO RURALE

Obiettivo: Declinare la ruralità come occasione di sviluppo e di rilancio del sistema economico locale, nella sua integrazione con il consolidamento dell'offerta di servizi turistici

La linea strategica di riferimento per questo Ambito è focalizzata sull'implementazione di un modello di sviluppo rurale di qualità, capace di generare sviluppo nel rispetto delle vocazioni territoriali e culturali del territorio e l'ottenimento di nuovi fattori di competitività, quali le relazioni di integrazione con gli altri settori dell'economia locale tali da preservare l'agricoltura e tutto ciò che ruota intorno ad essa.

La spinta verso la realizzazione di un'agricoltura multifunzionale, capace di salvaguardare l'ambiente e di intrecciare relazioni con le altre risorse del territorio, la necessità di aumentare la competitività e la redditività delle imprese, la sempre maggiore attenzione da parte dei consumatori verso i parametri di qualità, sono fattori che diventano ogni giorno più pressanti. Da qui l'orientamento non verso la specializzazione in determinate attività agricole o la centralità di un particolare processo produttivo agroalimentare, quanto la compresenza di un insieme diversificato di attività, agricole e non agricole, con elevati livelli di interdipendenza che traggono beneficio dalla qualità complessiva dell'ambiente locale e dalla presenza di un insieme di altri beni pubblici locali.

Per queste ragioni sono state individuate le seguenti linee di intervento:

- Il consolidamento della multifunzionalità agricola
- La valorizzazione degli attrattori ambientali e culturali in ottica di integrazione con il sistema di offerta turistica
- Il sostegno alle aziende agricole per la diffusione del servizio multifunzionale qualificato e incentrato sulla promozione e valorizzazione della qualità dei prodotti, dell'ambiente, della tradizione e tipicità, del patrimonio enogastronomico, della cultura e dello sport.
- Il rafforzamento della ricettività, la creazione di percorsi integrati per la valorizzazione turistica, il miglioramento delle attività di produzione e promozione dei prodotti agroalimentari, e lo sviluppo di servizi turistici e alle persone.

- Il sostegno per ampliare e consolidare le relazioni con il mercato e con i consumatori: Farmer market (vendita diretta), laboratori enogastronomici, ...

I progetti dell'Ambito Strategico Attività agricole e sviluppo rurale sono i seguenti:

- Progetto Turismo e i Laboratori di educazione alimentare per le scuole e gruppi di visitatori (inseriti nel Progetto turismo e nell'Ambito Strategico Inclusione sociale)
- Progetto Attivazione di gruppi di acquisto per le produzioni locali, quale canale innovativo per le produzioni locali

I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO ATTIVITÀ AGRICOLE E SVILUPPO RURALE

PROGETTO ATTIVAZIONE DI GRUPPI DI ACQUISTO PER LE PRODUZIONI LOCALI, QUALE CANALE INNOVATIVO PER LE PRODUZIONI LOCALI

I Gruppi di acquisto solidali sono definiti come «soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di svolgere attività di acquisto collettivo di beni e distribuzione dei medesimi con finalità etiche, di solidarietà sociale e di sostenibilità ambientale»

Questo modo di acquistare risponde a diverse esigenze: le persone trovano occasioni di relazione sia all'interno del gruppo, sia all'esterno; i prodotti sono di qualità; i piccoli produttori trovano un canale di vendita per i loro beni senza dover sottostare alle regole della grande distribuzione. Infatti, la scelta di prodotti biologici e locali, da una parte riduce drasticamente l'impatto ambientale per quanto riguarda il trasporto e lo sfruttamento del terreno, e dall'altra consente di conoscere personalmente il produttore e i metodi di produzione e trasformazione utilizzati.

Con tutte le differenze presenti nei diversi gruppi, alcune caratteristiche del funzionamento dei GAS sono abbastanza comuni. In primo luogo il gruppo deve scegliere cosa acquistare e da chi, Una volta definito il produttore, con una cadenza periodica che dipende dal tipo di prodotto, la persona che segue il rapporto con quel produttore chiede la disponibilità e il prezzo dei prodotti attraverso un listino che trasmette agli altri affiliati. Quindi ogni aderente comunica il suo ordine e si stila un ordine unico di gruppo che viene trasmesso al produttore. Costui si occupa di recapitare i prodotti in un luogo indicato e nel giorno della consegna accordata.

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Esistono comunemente tre forme diverse di strutture organizzative:

- Associazione. Per fondarla è necessario uno Statuto e un Atto Costitutivo da depositare all'Ufficio del Registro.
- Appoggio ad associazioni esistenti. Pur mantenendo la propria autonomia, il gruppo può appoggiarsi a un'associazione che già svolge questa attività.
- Gruppo spontaneo. Non ha una struttura definita, ma è frutto di una volontà comune, quindi non ci sono particolari vincoli da seguire.

I gruppi di acquisto utilizzano Internet, ad esempio forum e posta elettronica, per avere contatti tra loro, scambiarsi informazioni (come reperire gli indirizzi dei produttori dai quali effettuare gli acquisti) e organizzare iniziative.

Anche in Sardegna sono presenti GAS, alcuni iscritti alla rete nazionale dei gruppi di acquisto solidale altri invece meno visibili ma attivi nei centri urbani di maggiore dimensione, il luogo dove queste associazioni si sviluppano anche a causa della distanza con i produttori.

Gli acquisti sono, come detto in apertura, fortemente orientati dai contenuti etici, per questo i GAS acquistano preferibilmente prodotti biologici possibilmente certificati. Per questa ragione, anche i produttori (che possono anch'essi iscriversi alla rete nazionale dei GAS e quindi sfruttare le opportunità di una rete particolarmente ampia,) sono per lo più dotati di certificazione biologica.

Per attivare le relazioni con i GAS e sfruttare le opportunità date dalle filiere corte, è importante promuovere le produzioni locali e farle entrare in contatto con i consumatori orientati a questo tipo di consumo. Questo significa, in primo luogo, diffondere tra i produttori locali, la conoscenza, le competenze e soprattutto la cultura delle produzioni biologiche e della qualità, che può essere inserito in un'attività realizzata in partenariato con le associazioni di categoria, particolarmente attive in questo campo, e dell'Agenzia regionale Laore, il cui compito, tra gli altri, è quello di accompagnare i processi virtuosi dello sviluppo rurale.

In secondo luogo, una volta raggiunti questi obiettivi, deve essere realizzata una campagna di promozione delle produzioni locali finalizzata a contattare i potenziali clienti, sia quelli già organizzati in GAS, sia quelli singoli. Per fare questo, è opportuno organizzare i produttori in una apposita associazione, al fine di creare sinergia, orientare gli sforzi dei singoli e organizzare/coordinare le attività.

L'avvio della campagna di promozione verrà fatta attraverso l'organizzazione di un mercatino delle produzioni locali, da organizzare in contemporanea con eventi che

richiamino visitatori nel paese. Questa forma di mercato è riconosciuto dal nostro ordinamento come “farmer market”. Il decreto del Ministero delle Politiche agricole del 20 Novembre 2007 lo definisce come “*mercato riservato alla vendita diretta da parte degli agricoltori e ... strumento di promozione dei prodotti di fattoria locali e della filiera corta*”.

E' inoltre uno strumento di promozione del consumo a chilometri zero, cioè di quei prodotti che arrivano al consumatore con basso costo energetico e quindi basso costo ambientale, problematica sempre più sentita in questo momento.

Il farmer market è un mercato contadino dove sono certe l'origine locale, la freschezza e la stagionalità dei prodotti e si propone come una nuova alleanza fra agricoltori e consumatori.

I mercati possono essere istituiti direttamente dal Comune o su sollecitazione di gruppi di agricoltori o di Associazioni di categoria. Solitamente è uno spazio autogestito che può essere costituito su area pubblica o su aree di proprietà privata e la vendita non è assoggettata alla disciplina del commercio. La normativa prevede la redazione di un disciplinare di comportamento, così come un attività di vigilanza da parte dei Comuni.

Per raggiungere gli obiettivi, il mercatino dovrà svolgersi a cadenza periodica (preferibilmente stesso giorno e stesso luogo), ed essere accompagnato da attività culturali, didattiche e dimostrative connesse ai prodotti alimentari del territorio, comprese quelle previste nel piano strategico.

AMBITO STRATEGICO ATTIVITÀ PRODUTTIVE URBANE

Obiettivo: Rafforzare le attività produttive esistenti attraverso l'adeguamento dei servizi e delle infrastrutture.

L'obiettivo dell'Ambito strategico delle Attività Produttive urbane individua quattro linee di intervento, così sintetizzabili:

- Attivazione di un sistema integrato di azioni, che punti al miglioramento delle produzioni e alla loro valorizzazione, intervenendo su tutti quei fattori in grado di incidere positivamente sulla qualità e sui miglioramenti della capacità commerciale;
- Promozione di interventi sulle componenti relative alla formazione e l'aggiornamento professionale degli operatori, la ricerca e sperimentazione di nuove tecniche di produzione, grazie alle azioni dell'Ambito strategico Identità, lo sviluppo delle capacità commerciali;
- La realizzazione di eventi culturali promozionali; esposizioni e mostre dei prodotti artigianali locali;
- La valorizzazione delle botteghe e degli esercizi commerciali con gli interventi di riqualificazione prevista nel PUC.

I progetti individuati per questo Ambito strategico sono:

- Il Laboratorio delle arti e dei mestieri, dedicato alla formazione e all'aggiornamento professionale degli operatori, alla ricerca e sperimentazione di nuove tecniche di produzione, allo sviluppo delle capacità commerciali;
- Il Progetto Centro commerciale naturale, per consolidare e sviluppare l'offerta dei servizi di vicinato
- Il Progetto arredo urbano, previsto nel PUC e integrato con il progetto dedicato all'orto botanico urbano.

I PROGETTI DELL'AMBITO STRATEGICO ATTIVITÀ PRODUTTIVE URBANE

LABORATORIO DELLE ARTI E DEI MESTIERI

Obiettivo di questo progetto è creare un istituto o un'associazione o un consorzio tra gli attori pubblici e privati, denominato Laboratorio delle Arti e dei Mestieri dedicato alla formazione e all'aggiornamento professionale degli operatori, alla ricerca e sperimentazione di nuove tecniche di produzione, allo sviluppo delle capacità commerciali, in stretto raccordo con il progetto legato alla comunità creativa dell'Ambito strategico Identità. Come precisato nel Progetto Concorso artistico e creazione della Comunità creativa, si vuole operare attraverso le seguenti linee di attività:

- la realizzazione di attività di informazione/animazione territoriale per la diffusione di attività creative e di innovazioni presso le imprese (Laboratorio delle arti e dei mestieri previsto nell'ambito strategico attività produttive);
- azioni di sensibilizzazione per la diffusione della cultura del bello, dell'innovazione e l'introduzione mirata e diretta di elementi di design rurale nelle produzioni locali e nei servizi (workshop nelle scuole);
- la creazione di momenti di alta formazione, in accordo con Istituti Universitari, Scuole di Design, per lo sviluppo e l'innovazione di prodotti e servizi creativi nel territorio (Laboratorio delle arti e dei mestieri previsto nell'ambito strategico attività produttive);

In base a tali considerazioni, la strategia proposta si pone le seguenti finalità specifiche:

- 5) accompagnare l'innovazione dei processi produttivi e organizzativi locali;
- 6) accompagnare l'innovazione dei prodotti artigianali, turistici ed enogastronomici del territorio;
- 7) accompagnare l'innovazione delle strategie di comunicazione/promozione dei prodotti artigianali, turistici ed enogastronomici del territorio;
- 8) creare reti per la crescita di competenze e professionalità negli ambiti della creatività e del design rurale.

La prime finalità rispondono all'esigenza di attivare un circuito informativo-formativo, basato sull'interazione con la comunità creativa con le imprese, gli imprenditori, le organizzazioni del territorio, per sperimentare soluzioni innovative di

affiancamento che permetta di sviluppare nuove conoscenze-innovazioni nell'ambito dei processi produttivi ed organizzativi locali (delle imprese agroalimentari, del turismo rurale, dell'artigianato)

Il quarto punto intende richiamare e trasferire a Nurachi esperienze di successo, pratiche e avviare un meccanismo di crescita di nuove competenze, con l'ausilio di professionalità di rilievo in ambito internazionale, sulle tematiche specifiche dell'innovazione attraverso la creatività e il design. Ciò si attua mediante accordi di collaborazione specifici con Istituti Universitari, Scuole di Alta Formazione che operano sulle tematiche in oggetto.

Il campo d'intervento riguarda praticamente tutto ciò che oggi s'intende per progettazione, interpretando questo termine in senso lato: dal prodotto tipico alla promozione dell'immagine. Si intende arricchire la qualità del design e della comunicazione delle imprese private e degli enti pubblici con l'apporto di operatori specializzati. Questi operatori, per il carattere articolato del loro percorso di studio, possono infatti trasferire nel mondo dell'impresa e delle amministrazioni pubbliche un elevato livello culturale necessario per la crescita del sistema e della produzione dei servizi.

PROGETTO CENTRO COMMERCIALE NATURALE

I centri commerciali naturali sono nati per rispondere alle nuove richieste provenienti dal mercato del consumo, in cui un singolo chiede di poter soddisfare in un unico luogo il maggior numero di desideri.

I "Centri Commerciali Naturali" riuniscono le aree urbane che presentano una vocazione commerciale legata all'identità del territorio e gli esercizi commerciali, ma anche altre attività produttive, che operano per attrarre cittadini e turisti con un'offerta integrata di prodotti e di servizi qualificati. Analizzando le caratteristiche che un centro commerciale naturale deve possedere, si individua immediatamente il denominatore comune ai soggetti interessati dal progetto: la volontà da parte del partner pubblico e privato di sfruttare e rafforzare le potenzialità delle vie commerciali.

Nel Piano strategico di Nurachi, la realizzazione del centro commerciale naturale risponde alla necessità di consolidare e sviluppare l'offerta dei servizi di vicinato, con una declinazione importante verso le azioni del Piano strategico dedicate

alla valorizzazione dei patrimoni identitari, letti come opportunità di sviluppo anche per le attività produttive urbane.

Il Centro commerciale naturale, infatti, rappresenta la forma più attuale di considerare piazze e strade e si allinea perfettamente con le proposte dedicate al miglioramento dello spazio pubblico e del grado di accoglienza e di aggregazione socio-culturale, arricchendo la qualità dei servizi erogati e consente di concepire le piazze e le strade come luoghi di aggregazione e punti privilegiati di scambi socioculturali tra i cittadini che animano questi posti, caratterizzanti la vita sociale, economica, politica e culturale della comunità.

Le azioni del CCN, quindi, dovranno essere capaci di porsi in un'ottica di marketing, creando nuovi servizi e offrendo differenti opportunità rispondenti alle necessità dei cittadini, tali da poter attirare un maggior numero di clienti. Il problema maggiore che si intende contrastare è il calo della domanda, sempre più catalizzata dai centri commerciali artificiali dell'area urbana di Oristano.

Per realizzare l'obiettivo, è di grande importanza la realizzazione di un ampio partenariato che riunisca soggetti pubblici e privati e le associazioni di categoria. L'obiettivo del partenariato consiste nel creare un sistema capace di creare delle sinergie tra i soggetti coinvolti al fine di convogliare i diversi sforzi volti alla valorizzazione del centro urbano e all'incentivazione delle attività economiche dei commercianti e degli altri operatori che operano a Nurachi, in un'unica azione complessiva.

Per che si abbia un Centro Commerciale naturale riconosciuto dalla legge, la Legge Regionale n. 5 del 18 maggio 2006, che consente di candidarsi a sfruttare le risorse previste dalla normativa regionale per finanziare le attività (previsti dalla legge n. 9 del 2002) è necessario riunirsi in un consorzio o in associazione: come recita l'art. 1 delle L.R. 5/2006 il centro commerciale naturale è " *(l')insieme di attività commerciali, artigianali e di servizi, di cui all'articolo 36, che svolgono attività integrate secondo un indirizzo comune e sono individuati giuridicamente nelle forme del consorzio o dell'associazione; possono aderire alla formazione dei centri commerciali naturali il comune, gli enti pubblici e privati e le associazioni di categoria; il centro commerciale naturale ha la finalità di valorizzare e riqualificare il commercio nelle aree urbane in armonia con il contesto culturale, sociale, architettonico, con particolare riferimento al rilancio economico-sociale dei centri storici;*

PIANIFICAZIONE DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

Per comprendere appieno la convenienza della costituzione di un centro commerciale naturale, si riporta quanto previsto nel Titolo IV della stessa legge, dedicato agli incentivi a favore dei centri commerciali naturali. L'art. 36 recita: “ *1. Al fine di rivitalizzare i centri urbani e promuovere la qualificazione dell'offerta e la migliore accoglienza dell'utenza, ai centri commerciali naturali di cui al comma 8 dell'articolo 1 della legge regionale n. 5 sono concessi, nei limiti degli stanziamenti iscritti in bilancio, contributi fino al 70 per cento delle spese ritenute ammissibili per la realizzazione di programmi annuali di promozione.*”

I requisiti per ottenere gli incentivi sono i seguenti:

- svolgere servizi comuni ed avere un marchio ed una denominazione comune;
- operare in aree urbane territorialmente definite, tali da consentire l'aggregazione delle attività su una stessa via, piazza o insieme di vie o piazze;
- essere costituiti con atto pubblico ed essere regolati da uno statuto che richiami esplicitamente le finalità dei centri commerciali naturali;
- essere costituiti prevalentemente da piccole e medie imprese commerciali, artigianali e di servizi, operanti in Sardegna;
- le imprese commerciali all'interno dell'organismo beneficiario devono essere in numero non inferiore a 10 e rappresentare almeno il 50% della composizione totale del Centro commerciale naturale.

L'associazione o il consorzio del centro commerciale di Nurachi dovrebbe realizzare le seguenti, non esaustive, attività:

- Progettare e/o realizzare e/o partecipare ad iniziative di animazione territoriale
- Progettare e realizzare sistemi di fidelizzazione della clientela
- Gestire le pagine internet del Centro Commerciale Naturale inserite nel sito web del Comune, contenente tutte le informazioni sulle attività economiche esistenti, oltre ad una loro vetrina virtuale, le iniziative in atto, gli orari e le aperture straordinarie;
- Programmare e realizzare iniziative a supporto delle aperture straordinarie;
- Promuovere attività di formazione e corsi di aggiornamento teorico/pratici per operatori commerciali.

Solitamente L'adesione al Centro commerciale naturale è gratuita, ma implica la sottoscrizione dei principi ispiratori dello Statuto e la condivisione del progetto. La realizzazione di iniziative condivise potrà prevedere la corresponsione economica di

quote di adesione predefinite e concordate dalle parti interessate, oltre alla possibilità di ottenere gli incentivi previsti nelle leggi regionali.

Una parte del progetto sarà dedicata ad allargare le opportunità di fruizione del patrimonio culturale urbano; raggiungere una fruizione culturale ampia e diffusa, in conciliazione con i tempi (di vita e di lavoro) dei cittadini residenti e dei turisti. Attraverso un processo di coordinamento nella programmazione e di gestione integrata, anche dal punto di vista temporale, si intende qualificare e adeguare l'offerta culturale rispetto alle esigenze dei potenziali fruitori.

I criteri guida per un approccio integrato e per la definizione di una strategia temporale potranno essere:

- utilizzare la fruizione del patrimonio culturale come occasione per spendere il tempo scelto individuale e collettivo;
- basare i programmi sulle esigenze e gli stili di vita sia dei cittadini residenti (orario giornaliero e settimanale di apertura degli spazi pubblici e privati permanentemente dedicati ad attività culturali) sia degli altri fruitori dei beni urbani;
- predisporre reti di percorsi urbani tra i luoghi di interesse culturale e turistico, inserendo tra i criteri di progettazione, oltre alla valorizzazione del luogo fisico, anche il tema del tempo del percorso (dotare lo spazio di strutture per la sosta, l'incontro, il ristoro, lo shopping);
- integrare la promozione culturale e turistica con altre attività di servizio e in particolare commerciali; l'idea è di promuovere la partecipazione degli imprenditori commerciali e dei pubblici esercizi per costituire un luogo "aperto" e animato negli orari delle manifestazioni;
- utilizzare la progettazione partecipata, attraverso tavoli di co-progettazione al quale siano presenti oltre agli attori culturali anche i rappresentanti del complesso sistema dei servizi della città (commerciali, alberghieri, artigianali, ecc.).

I passi per la realizzazione del Centro commerciale naturale sono, indicativamente:

- attività di animazione da parte dell'amministrazione comunale e delle associazioni di categoria finalizzata alla sensibilizzazione e all'adesione degli operatori;
- predisposizione dello statuto e costituzione dell'associazione o consorzio del Centro commerciale naturale di Nurachi e nomina del direttivo;
- predisposizione del programma di attività.