

STRATEGIE DI SVILUPPO LOCALE PARTECIPATE E PIANO DI AZIONE PER IL GAL BARIGADU GUILCER

Giugno 2017

Nell'estate 2016 Telos, capogruppo dell'ATI costituita con Ambiente Italia, accompagna le comunità del Barigadu e del Guilcer, subregioni dell'entroterra Oristanese, nella definizione partecipata della strategia di sviluppo locale da tradurre in un Piano di Azione, strumento programmatorio con il quale, costituitosi in GAL, lo stesso territorio si è poi candidato a partecipare all'attuazione del PSR della Regione Sardegna per il periodo di programmazione 2014-2020.

Una sfida non facile. La Regione, con uno sforzo notevole per garantire oggettività e trasparenza nella valutazione delle candidature, detta una procedura tanto rigorosa quanto vincolante, da applicare in tempi di lavoro quasi proibitivi (meno di due mesi nel periodo estivo) e dovendo superare un diffuso scetticismo ereditato dal settennio 2007-2013, quando le stesse aree rappresentavano la "periferia" di un GAL così esteso e complesso da non riuscire a portare a termine la propria missione.

Il territorio, 18 comuni disposti a corona intorno al grande vaso dell'Omodeo, sul fiume Tirso, presenta nel suo complesso alcuni elementi caratterizzanti, che solo in parte l'accomunano alle altre aree interne della Sardegna: una rilevante presenza di popolazione anziana, una forte tendenza allo spopolamento, un patrimonio diffuso di beni culturali materiali e immateriali, un'elevata qualità paesaggistica e naturalistica, una struttura economica debole e parcellizzata, la prevalenza di interscambi culturali ed economici di breve raggio per lo più interni all'area dell'Oristanese o comunque ai confini regionali.

Insieme agli elementi di debolezza di tipo demografico ed economico, le analisi socio-economica, territoriale ed ambientale evidenziano subito elementi di autenticità e ricchezza culturale che compongono un forte quadro di diversità, anche rispetto agli aspetti della cultura sarda presenti in altri più noti comprensori: solo per citarne alcuni, i novenari per i pellegrini presso le chiese campestri, forma originale -particolarmente interessante dal punto di vista storico-antropologico- di uso dello spazio e di "urbanistica sociale e popolare"; gli intrecci della storia locale con la figura di Antonio Gramsci; le fonti termali, con radici profonde nella storia, intorno alle quali si è costruita una delle eccellenze del sistema economico regionale; il radicamento della tradizione ippica, viva nel contesto delle feste religiose e dalla sorprendente capacità attrattiva nel mercato turistico internazionale.

Pur nella consapevolezza di una disponibilità limitata di risorse economiche per l'attuazione del Piano, Telos (coordinamento tecnico-scientifico dell'arch. Giovanni Cafiero) indirizza il processo progettuale verso la costruzione di azioni capaci di contribuire al superamento degli elementi di debolezza demografica ed economica senza impoverire quel patrimonio ambientale e culturale di indiscutibile valore: tale ricchezza distintiva è motivo di radicamento della popolazione al suo territorio e, insieme, fattore di unicità capace di rendere riconoscibile e attrattiva l'area mettendola al riparo dalla banalizzazione e dalla standardizzazione per le quali troppo frequentemente passano le strategie di sviluppo locale di corto respiro.



Un Piano di Azione così ambizioso deve necessariamente fondarsi su una partecipazione attiva delle comunità locali, sia per motivare i potenziali attori del futuro Piano sia per arricchire il lavoro progettuale di tutte le sfaccettature presenti in un territorio coeso, sì, ma anche estremamente variegato per risorse, potenzialità, aspettative ed effettive vocazioni. Una robusta azione di animazione (referente l'arch. Marta Battaglia), finalizzata prima all'informazione e all'ascolto e quindi all'interazione costruttiva, ha preceduto l'attività più propriamente tecnico-progettuale: 18 incontri aperti di livello comunale e 4 workshop partecipativi gestiti con metodologia codificate (EASW® - European Awareness Scenario Workshop e, più limitatamente, Nominal Group Technique), sostenuti da un uso intenso del web (primo seme di un'azione di marketing innovativo rivolto agli operatori per introdurre l'uso dei nuovi media come sostegno efficace al percorso di sviluppo rurale) hanno prodotto visioni del futuro interessanti e ponderate e delineato un'idea strategica forte da assumere come valido indirizzo di sviluppo per il Piano.

Questa l'idea di fondo. Creare un'economia circolare a livello locale, caratterizzata territorialmente ma aperta alla domanda esterna, con l'obiettivo di mettere al sicuro il sistema locale sotto il profilo demografico e imprenditoriale offrendo prospettive di benessere sociale ed economico basate sull'integrazione tra soggetti pubblici (politiche, servizi) e privati (integrazione dell'offerta tra singole imprese e settori diversi). Valorizzare le risorse in chiave contemporanea tramite l'introduzione di innovazioni organizzative e di marketing e l'ammmodernamento tecnologico diffuso, facilitando nel contempo la costruzione di reti tra imprese e attività già presenti sul territorio e la nascita di nuove in modo da restituire al sistema locale equilibrio sotto il profilo sociale e dinamismo sotto quello economico senza snaturarne le caratteristiche distintive e di qualità.

Il Piano di Azione che ne è derivato declina i temi "Turismo sostenibile" e "Sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali", ovvero i due ambiti di intervento emersi dal percorso partecipativo, in maniera peculiare e fortemente contestualizzata.

Il concetto di turismo sostenibile è stato infatti tradotto in progetto di valorizzazione turistica non solo rispetto a un modello di sviluppo capace di preservare le risorse ambientali, ma con un'attenzione specifica alla conservazione attiva e alla rigenerazione del patrimonio identitario e culturale, al benessere e all'inclusione sociale, alla valorizzazione di genere e alla trasmissione intergenerazionale dei saperi quali elementi irrinunciabili per mantenere il carattere autenticamente vitale delle tradizioni locali. Così inteso, il turismo sostenibile ha la capacità di integrare l'offerta territoriale per far conoscere l'unicità -sia nel senso di diversità sia nel senso di coesione e omogeneità- dell'ambiente e della cultura locale, come esperienza, rara e preziosa, di autenticità nel quadro della progressiva ed estraniante standardizzazione del turismo di massa.

La strategia d'ambito, dunque, detta le coordinate per lo sviluppo di un progetto complessivo di qualità dell'offerta turistica e di valorizzazione dei servizi turistici di punta basate sugli elementi di maggior forza e caratterizzazione del territorio rispetto al target turistico potenzialmente raggiungibile: il turismo all'aria aperta, a piedi, in bicicletta o a cavallo tra i sentieri che collegano, attraversando il paesaggio rurale mediterraneo, le eccellenze ambientali e culturali del territorio; i servizi termali; le manifestazioni tradizionali; gli incontri intergenerazionali con i custodi delle tradizioni (donne, anziani) della cultura materiale e immateriale (cucina, artigianato tessile, riti religiosi e pagani, etc).

Il secondo ambito, relativo all'innovazione delle filiere, ha puntato prevalentemente sulla collaborazione e messa in rete delle competenze esistenti, piuttosto che su immobilizzazioni strutturali che spesso entrano in crisi quando devono affrontare le difficoltà di una gestione economicamente sostenibile.

Il Piano è stato quindi orientato a costruire le condizioni per affiancare alle piccole produzioni di nicchia le competenze esperte in ricerca e valorizzazione e per aprire canali di promozione e commercializzazione anche tramite il coinvolgimento capillare della rete di imprese territoriali (inclusi gli esercizi turistici) nella funzione di "vetrine" delle produzioni tradizionali.

Un discorso a sé è stato fatto per una filiera specifica, quella della lana (già al centro di importanti iniziative imprenditoriali nel contesto regionale), la cui caratterizzazione in chiave di economia circolare e sostenibilità ambientale necessita di un elevato grado di specializzazione e innovazione tecnologica. A causa della ridotta dimensione delle aziende, in questo caso il collegamento tra imprese e innovazione non può essere affidato a una "evoluzione naturale" del fare impresa, ma richiede un'azione specifica di sostegno per favorire –grazie al collegamento con realtà tecnologiche e di ricerca industriale- la creazione di nuove linee di prodotti basati sui derivati della lana che valorizzano gli attuali scarti di produzione.

Tutto il lavoro presenta un profilo di estrema innovatività, dall'indagine sulla notorietà e sulla caratterizzazione del territorio nel web realizzata in fase preliminare, all'utilizzo intenso di video e social a supporto della comunicazione durante l'intero processo, per arrivare al taglio dato alle azioni di Piano, la cui portata innovativa vanta la certificazione di autorevoli soggetti terzi (università e centri ricerca).

Azione 1. **CARTA DI VALORIZZAZIONE TERRITORIALE E STRUTTURAZIONE ECOTURISTICA**

Caratterizzazione dei principali servizi turistici secondo i principi dell'economia dell'esperienza per consentire al visitatore di percepire i tratti identitari e di unicità del territorio del Guilcer-Barigadu. Si interviene sulla qualità e tipicità della rete di ricettività turistica secondo i moderni paradigmi del turismo culturale e dell'ecoturismo, incentivando nel contempo la rigenerazione dell'edilizia tradizionale dei centri storici.

Azione 2. **LA DONNA, IL LAGO, LA STORIA**

Potenziamento della vocazione all'accoglienza e alla fruizione dolce del territorio. Coinvolgimento attivo della comunità locale (a partire dalle aziende agricole) nella tutela e gestione del paesaggio e dei beni culturali presenti, favorendo la manutenzione in buono stato dei beni stessi e dei percorsi per gli itinerari a cavallo, in bicicletta e a piedi; valorizzazione del lago come meta per attività sportive e ricreative, anche tramite il rafforzamento dell'accessibilità per le categorie più deboli e le famiglie; ricerca, catalogazione e documentazione del patrimonio immateriale femminile da utilizzare per promuovere il territorio e gli itinerari di fruizione.

Azione 3. **PASSO PASSO, IN FILIERA.** Nei prodotti la qualità e la cultura del territorio attraverso la collaborazione del sistema locale.

Ricomposizione della catena di produzione, trasformazione e commercializzazione la cui attuale frammentarietà impedisce ai prodotti agro-alimentari e dell'artigianato tradizionale, di alta qualità, di emergere ed affermarsi nel sistema economico locale. Strategici, in tal senso, l'introduzione di innovazioni organizzative e di marketing, l'ammodernamento tecnologico, il sostegno alla costruzione di reti tra imprese e attività già presenti sul territorio.

Azione 4. **TRAMANDO SI INNOVA**. Riqualificazione e sviluppo della filiera della lana secondo i principi dell'economia circolare.

Specializzazione delle produzioni legate al design da utilizzare nella ricettività turistica e per il merchandising del territorio, apporti innovativi di R&D e marketing per rinsaldare l'attuale filiera produttiva a monte (fino al coinvolgimento degli allevatori) e valutare il potenziale di ricerca e commercializzazione connesso alle produzioni di derivati (cere, lanolina) che i settori dell'industria possono valorizzare attraverso un coordinamento organico e intersettoriale.

Per approfondimenti:

<http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/>

<https://sites.google.com/site/costituendogalbarigaduguilcier/>