



# CASTELSARDO ... NEL 2020

## IL PIANO STRATEGICO PER LA CITTÀ

### ALLEGATO 8

#### ECONOMIA E SVILUPPO NEL COMUNE DI CASTELSARDO PROSPETTIVE DI UN SISTEMA TURISTICO PLURIBUSINESS

Redazione a cura di Francesco Morandi, Giuseppe Demuro, Antonio Usai  
gruppo di lavoro della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Sassari:

## **Economia e sviluppo nel Comune di Castelsardo**

### **Prospettive di un sistema turistico pluribusiness<sup>1</sup>**

#### **PREMESSA**

Con la redazione del presente documento ci si pone l'obiettivo di far emergere le tendenze e le prospettive del sistema produttivo di Castelsardo a partire dallo stato attuale, per identificarne le potenzialità di sviluppo. La finalità non è, pertanto, quella di descrivere dettagliatamente la struttura produttiva locale, ma piuttosto, attraverso l'analisi delle tendenze dell'ambiente socio-economico interno ed esterno, valutare linee di intervento ed azioni strategiche per lo sviluppo locale, tenendo in considerazione gli indirizzi già intrapresi e le eventuali criticità riscontrabili nella duplice analisi dei dati disponibili, che forniscono una visione "oggettiva" del panorama socio-economico della città e del territorio, e della documentazione "strategica" e programmatica recentemente prodotta dall'amministrazione comunale.

#### **ECONOMIA LOCALE E SENTIERI DI SVILUPPO**

Nell'ambito delle politiche per lo sviluppo locale, la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale sembra diventata, a livello regionale come su scala mondiale, una condizione imprescindibile per attivare concreti processi di crescita nelle economie locali. La rilevanza di questa strategia, per certi versi innovativa e sicuramente auspicabile dal punto di vista della sostenibilità dei processi di sviluppo, ripropone, tuttavia, alcune rilevanti problematiche di efficacia nelle politiche locali<sup>2</sup>. È necessario, infatti, che si combinino condizioni politiche, istituzionali e culturali perché le risorse territoriali, ambientali e culturali in primis, possano intervenire proficuamente nei processi di sviluppo. La città di Castelsardo, e i suoi organi di governo in particolare, sembrano aver individuato proprio nella conservazione dell'identità e della memoria storica un volano di crescita principalmente incentrato sul turismo e, più in generale, rivolto all'ambizioso obiettivo, sulla cui coerenza avremo modo di soffermarci in seguito, di sviluppare un'economia locale ampiamente diversificata. In tale contesto i settori produttivi più tradizionali, dall'artigianato artistico alla pesca, si integrerebbero, in un circolo virtuoso di *upgrading* qualitativo, con le attività di servizio al turismo e le restanti anime della particolare base produttiva locale.

---

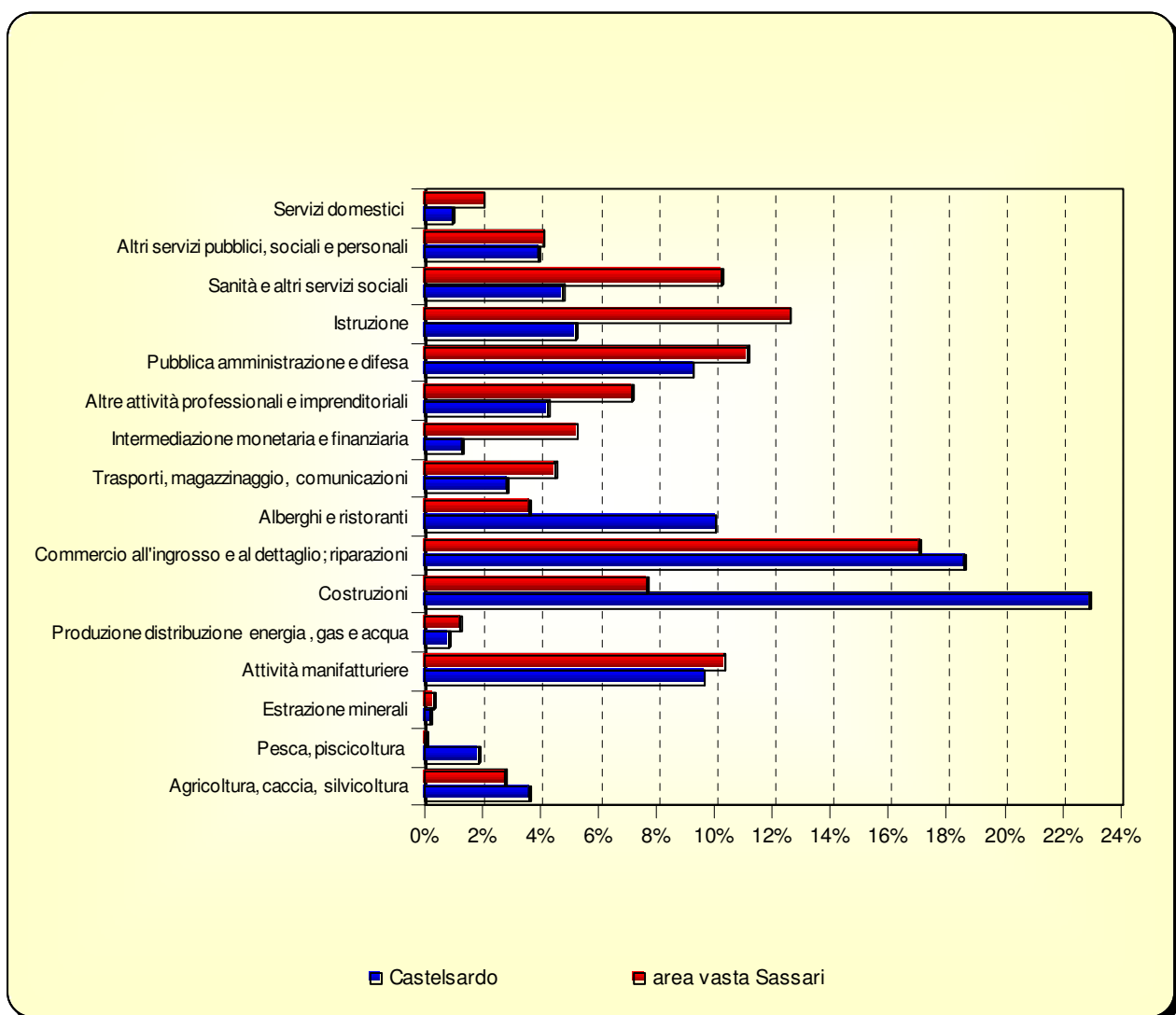
<sup>1</sup> Il presente documento è stato curato dal gruppo di lavoro della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Sassari: Francesco Morandi, Giuseppe Demuro, Antonio Usai

<sup>2</sup> I. Vinci, *Il radicamento territoriale dei sistemi locali*, FrancoAngeli, 2005

Se è vero, infatti, che si ritrovano a Castelsardo i tratti essenziali di un'economia di "servizi" particolarmente diffusa nelle aree meridionali italiane e in Sardegna in particolare, è, tuttavia, evidente che esistano a livello locale delle specificità della struttura economica ed occupazionale assolutamente degne di essere osservate.

Il seguente grafico presenta la distribuzione degli occupati per settore di attività nel comune di Castelsardo e nell'area vasta di riferimento, costituita dai comuni di Sassari, Alghero, Porto Torres, Sorso, Sennori, Stintino e la stessa Castelsardo.

**Figura 1. Occupati per settore di attività – Censimento Industria e Servizi 2001**



Fonte: Istat

Il confronto dei dati sopra riportati permette di evidenziare, innanzitutto la relativa maggiore rilevanza delle attività del settore primario (agricoltura e pesca) e di quello secondario (industria e costruzioni) a Castelsardo rispetto all'area vasta di Sassari, dove la

specializzazione nel terziario del capoluogo rende assolutamente preponderanti i servizi commerciali e pubblici.

In particolare, oltre un terzo degli occupati castellanesi è impiegato nelle attività industriali, ma fra questi la grande maggioranza (il 23% del totale degli occupati) lo è nel settore delle costruzioni.

Tale “specializzazione”, insieme al peso notevole degli occupati diretti e indiretti nel settore turistico (alberghi, ristoranti e commercio) appare come l’elemento di riflessione principale.

Allo stesso tempo, pur registrando una quota maggiore di occupati nel settore primario rispetto all’area vasta di Sassari, l’agricoltura e la pesca assumono una scarsa importanza nel mercato del lavoro locale.

Grazie alla gentile collaborazione della Camera di Commercio di Sassari è stato possibile accedere ai dati delle imprese artigiane iscritte e aventi sedi nel comune di Castelsardo e verificarne il settore di attività e la rilevanza in termini di personale dipendente occupato.

Pur considerando la non obbligatorietà dell’iscrizione agli albi camerali le informazioni ivi reperibili sono certamente utili alla nostra analisi. La gran parte delle attività artigianali registrate riguarda il settore dell’edilizia, ma, soprattutto negli ultimi anni, appare evidente lo stimolo alla creazione di nuove attività di servizi, più o meno direttamente collegate al settore turistico in senso stretto e alle tradizionali vocazioni della città (servizi e attività manifatturiere legate alla nautica, commercio, gastronomia, ecc.).

Un passo delle linee programmatiche del Sindaco per il mandato 2005-2010 recita: *“dopo aver individuato il turismo, in forme innovative, come fulcro dello sviluppo, la natura del modello pluribusiness, quale quello assunto, implica la necessità di creare condizioni di sviluppo e, dove possibile, di integrazione, delle altre attività produttive. A partire da quelle tradizionali della pesca, dell’agricoltura e dell’artigianato artistico, fino all’edilizia, che dovrà sempre più orientarsi e qualificarsi nel restauro”*. Scorrendo l’elenco delle attività artigianali attive a Castelsardo, questo nuovo fermento appare in parte recepito dagli attori locali, ma ancora lontano da poter individuare un reale radicamento territoriale del sentiero di sviluppo individuato. Se si esclude l’attività ormai più che ventennale della Cooperativa delle Cestinaie e quella di alcuni altri artigiani individuali, anche nella lavorazione del corallo, e pur considerando i passi in avanti compiuti, il settore dell’artigianato artistico sembra mancare ancora di una reale capacità di valorizzare a pieno il vantaggio competitivo di cui dispone a Castelsardo. Ancora, la pesca e le attività collegate, anche se sono presenti alcuni importanti esempi imprenditoriali di buon livello, rappresentano allo

stato attuale, una realtà marginale nell'economia locale, e ancor di più lo è l'agricoltura, intesa soprattutto nella moderna accezione di imprenditorialità agricola innovativa e dinamica.

Un discorso a parte merita il settore delle costruzioni e dell'edilizia in generale, che ha, invece, un peso molto rilevante nell'economia castellanese, come lo avuto nella crescita, spesso disordinata e improntata ad un eccessivo spontaneismo, della città come località turistica. Per supportare e contribuire al processo di sviluppo intrapreso, sotto la spinta dei mercati turistici della terza

generazione da un lato e di una rinnovata sensibilità diffusa alla qualità ambientale e dell'abitato residenziale, l'innovazione del settore delle costruzioni, ancora nella sua fase di start up, assume un ruolo di primaria importanza. Tale ruolo, tuttavia, passerà necessariamente per il parziale

ridimensionamento del settore in termini di rilevanza sociale e per la qualificazione diffusa e la professionalizzazione degli operatori del settore.

In generale appare evidente, anche nelle opinioni degli attori privilegiati del territorio, la difficoltà di creare reale ricchezza dallo sviluppo turistico della città, in particolare nei settori più tradizionali e radicati nella comunità locale, ma scarsamente dinamici e pronti al rinnovamento e ad assecondare le nuove esigenze del turismo e dell'economia competitiva. Il rischio concreto è che lo scollamento generazionale che impedisce o rallenta lo sviluppo dell'artigianato artistico da un lato e della pesca e dell'agricoltura dall'altro, determini la progressiva perdita identitaria di alcuni dei vantaggi competitivi su cui la città può contare.

La presenza di uno storico e forte legame col mare e le sue attività è un elemento assai raro in Sardegna, anche tra le località costiere. Nel contempo, la rinnovata consapevolezza dell'eccezionalità paesaggistica e storica racchiusa tra le mura medievali del borgo storico di Castelsardo, ha stimolato importanti azioni di recupero strutturale e infrastrutturale del centro storico e di promozione territoriale incentrata su un nuovo approccio alla valorizzazione turistica della città legato alle sue peculiarità storico-geografiche.

La strategia di aderire a circuiti nazionali e internazionali di valorizzazione dei borghi storici e delle loro peculiarità, e di individuare nella creazione di reti del turismo nautico un ulteriore elemento di sviluppo, ha già prodotto risultati considerevoli nei processi necessari

ad un adeguato ed univoco posizionamento della città come località turistica (e residenziale).

L'attuale Amministrazione Comunale, grazie anche alla continuità garantita dalla fiducia della cittadinanza, sta perseguendo con decisione l'obiettivo di puntare al turismo culturale e, in generale, plurimotivazionale come nuovo volano e collante dell'economia locale e come elemento di specializzazione nell'ambito vasto del sistema turistico della provincia di Sassari.

### **TURISMO, UNICA RISORSA?**

Per lungo tempo Castelsardo è stata coinvolta nella corsa al turista standardizzato della cultura marino-balneare; la mancanza di moderne regole urbanistiche, inoltre, ha permesso il rapido e disordinato sviluppo della borgata balneare di Lu Bagnu, ad altissima densità di abitazioni

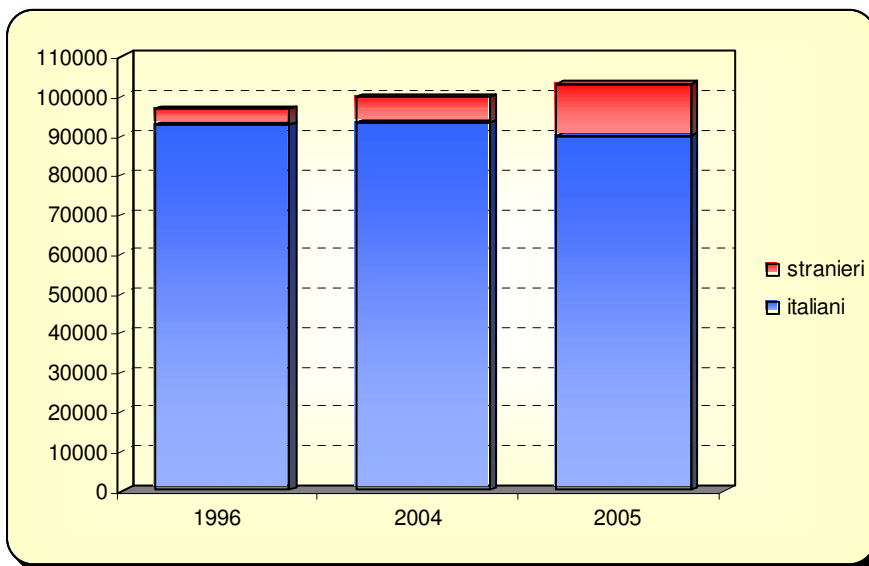
tipicamente per villeggiatura. Quello dell'edilizia finalizzata alle "seconde case" e del distorto mercato turistico che ne deriva si configura, ora in maniera ancor più evidente, come un elemento di incoerenza da affrontare con attenzione nella definizione delle strategie di sviluppo, ed in particolare di sviluppo turistico, della città.

Il retaggio della monocultura del modello turistico incentrato su "sole e sabbia" fatica ad estinguersi in una parte del tessuto socio-economico di Castelsardo, nonostante appaia oggi con estrema chiarezza la negatività degli effetti prodotti, non tanto sui flussi e le spese turistiche, quanto sulla perdita di contatto con gli elementi storico-culturali e delle tradizioni che costituiscono, di fatto, insieme al paesaggio, le uniche reali fonti di vantaggio competitivo della città nel contesto regionale, ma anche nazionale o internazionale.

Una breve analisi della domanda turistica nel Comune di Castelsardo può essere utile per individuare il target dei "clienti" di una offerta fortemente caratterizzata dal contesto geografico e dalla ricchezza culturale, e meno dalla presenza di spiagge particolarmente attrattive, con conseguente individuazione di un'efficace e coerente strategia di valorizzazione.

Analizzando il grafico proposto in fig. 2, si nota come i flussi turistici degli ultimi dieci anni siano in leggera crescita, ma lontani da poter garantire un modello di sviluppo economico che si possa autosostenere sul turismo.

**Figura 2. Presenze turistiche per provenienza e anno**



Fonte: elaborazione su dati Comune di Castelsardo 2004-2005 e EPT Sassari 1996

La sottostima evidente di tali dati rispetto ai reali flussi turistici di Castelsardo fa emergere, ancora una volta, la rilevanza del fenomeno delle seconde case, ed in particolare il problema “sommerso” delle case vacanza in affitto.

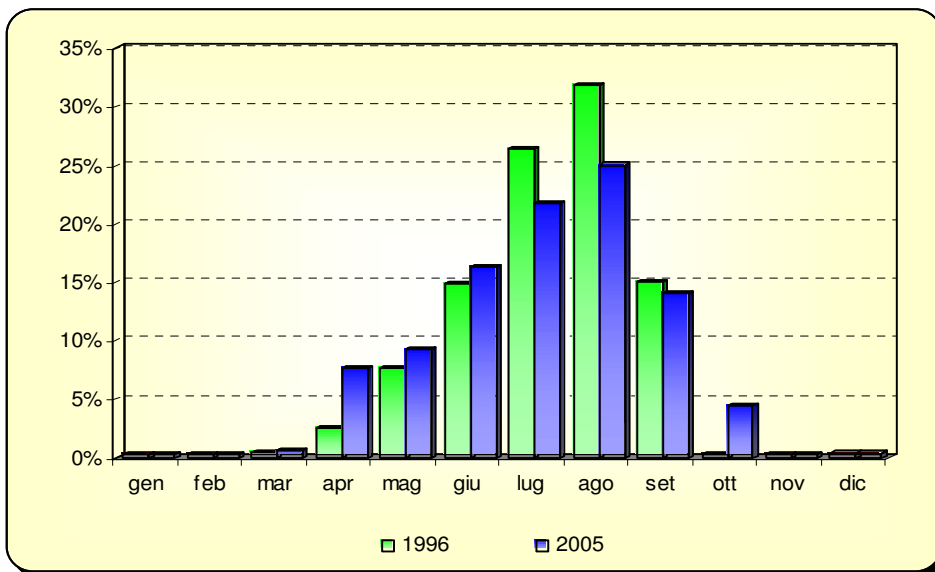
Inoltre, nonostante le strategie di posizionamento perseguite dall’Amministrazione Comunale siano fortemente improntate verso un’offerta particolarmente gradita agli stranieri, la quota di domanda

estera, seppur in crescita (nel 2005 si registra una numero di presenze straniere più che tripla rispetto a quella di 10 anni prima a fronte di una sostanziale stabilità degli italiani), è ancora troppo bassa, anche in relazione ai dati medi regionali

La strategia di marketing del Comune di Castelsardo sembra mostrare, in effetti, delle carenze ancora rilevanti nella componente della comunicazione all’esterno, tanto nell’Italia continentale, quanto nei mercati esteri di riferimento, mentre in ambito regionale la città sembra godere di una riconoscibilità e di un appeal rinforzati dalle attività di marketing e di qualificazione urbana messe in atto negli ultimi anni.

Analizzando la distribuzione temporale del numero dei turisti, è evidente come, rispetto a dieci anni fa, siano stati fatti piccoli passi avanti nella destagionalizzazione, anche se è ancora troppo forte la dipendenza dai movimenti nazionali (e locali), fortemente concentrati nei mesi estivi (Fig. 3).

**Figura 3. Presenze turistiche per mese dell'anno (% sul totale dell'anno di riferimento)**



Fonte: elaborazione su dati Comune di Castelsardo 2005 e EPT Sassari 1996

L'incrocio dei dati sulla distribuzione temporale della domanda turistica e sulla provenienza, evidenzia, come anche a Castelsardo la presenza di turisti stranieri si distribuisca meglio durante

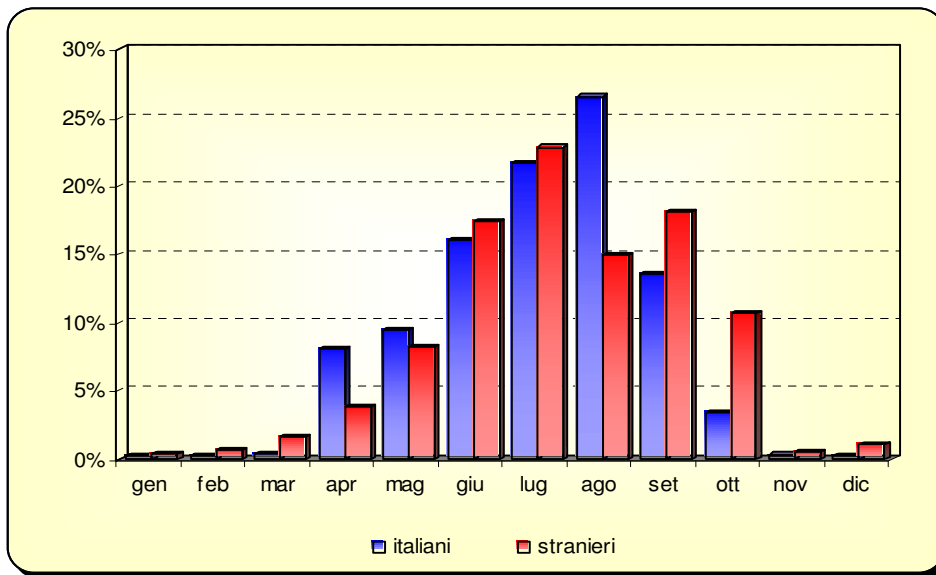
l'anno rispetto a quella degli italiani. In particolare i turisti internazionali appaiono particolarmente appetibili, non solo per l'attenzione all'identità locale e al rispetto dell'ambiente, ma anche per la tendenza ad "occupare" i primi mesi autunnali (Fig. 4), tendenzialmente più critici, rispetto a quelli primaverili nello sviluppo di strategie di destagionalizzazione.

Non è una novità che i turisti stranieri, in particolare i nord europei, siano particolarmente interessati alla scoperta del territorio in periodi meno congestionati. A questo proposito è importante stimolare una maggiore capacità di attrazione rispetto ai flussi di turismo internazionale (e itinerante) che grazie ai voli low cost attivi sull'aeroporto di Alghero, sono sempre più presenti sul territorio.

Parallelamente non va trascurato nelle strategie di sviluppo turistico di Castelsardo il bacino dell'area vasta di riferimento e quello regionale più in generale, in parte già fidelizzato, anche a costo della presenza di un elevato numero di seconde abitazioni, e che potrebbe garantire flussi turistici ed escursionistici sempre più importanti in ottica destagionalizzata.



**Figura 4. Presenze turistiche nel 2005 per mese e provenienza (% sul totale della categoria di riferimento)**



Fonte: elaborazione su dati Comune di Castelsardo

Nell'auspicare lo sviluppo di un'economia pluribusiness per la città di Castelsardo, i documenti programmatori prodotti nel corso di questi anni hanno sempre, tuttavia, rimarcato la necessità di rinvigorire e, talvolta, creare ex novo, gli elementi di connessione tra le attività turistiche in senso stretto e le altre risorse economiche e produttive del territorio. Fatta salva la necessità di stimolare dall'interno la qualificazione e, conseguentemente, la competitività dei settori tradizionali appare, tuttavia, probabile che il vero salto di qualità nel turismo, e nei settori ad esso direttamente o indirettamente connessi, possa dipendere dallo sviluppo in loco, e nel territorio di area vasta più in

generale, di un elevato livello di competenze manageriali e imprenditoriali e di servizi innovativi e complementari, che permettano, anche nel campo delle attività immateriali, una più rapida e diffusa crescita del valore aggiunto locale, oltre al radicamento territoriale dello sviluppo economico.

Verificati i dati sul turismo locale, e valutata la rilevanza, soprattutto in prospettiva futura di tale settore, è necessario inserire il contesto analizzato nel quadro più ampio della domanda turistica mondiale, al fine di verificare eventuali correlazioni positive tra lo scenario globale e l'offerta specifica del territorio castellanese.

## **LA FIGURA DEL TURISTA INDIPENDENTE: LA CREAZIONE DEL PACCHETTO VACANZA DALLA RISCOPERTA DEI LUOGHI**

L'evoluzione in atto nella domanda turistica ha portato a delineare una nuova figura di viaggiatore, più consapevole, e desideroso di vivere da protagonista l'evoluzione della propria vacanza. Un *holiday maker*<sup>III</sup>, una generazione multiforme, difficile da descrivere sulla base di tratti comuni. In generale si può affermare che si tratta di persone che:

- se possono, preferiscono autorganizzarsi, o chiedere ai fornitori servizi molto mirati,
- sono piuttosto diffidenti rispetto a tutto ciò che è palesemente finto o artefatto, banale,
- amano il paesaggio umano almeno tanto quanto amano il contesto storico-ambientale,
- chiedono proposte diverse, esperienze più che semplici soggiorni.

Un turista "permeabile"<sup>IV</sup>, che "si lascia toccare dallo spirito del luogo, dai problemi, dagli imprevisti; chi non si limita a scattare foto, ma perde tempo a parlare con le persone. Che cerca, nei limiti entro cui è possibile, di instaurare un rapporto di reciprocità con chi incontra".

Le caratteristiche di questa nuova generazione di turisti<sup>V</sup> sono:

- **Desiderio di personalizzazione dei servizi.** Le esperienze di vacanza portano ad un raffinemento dei gusti ed alla richiesta di personalizzazione che diventa un tratto caratteristico della domanda turistica attuale.
- **Richiesta di esperienze autentiche.** Il sociologo francese Bernard Cova stima che oltre il 50% della domanda oggi cerchi autenticità. La ricerca di autenticità si inserirebbe nel filone della ricerca identitaria, diretta conseguenza del senso di sradicamento che caratterizza la società moderna e dell'idealizzazione del tempo trascorso, lontano dai fenomeni di globalizzazione.
- **Esigenza di un maggiore legame con la cultura locale.** In uno slogan: Going Local, immergersi nella cultura dei luoghi, essere considerati non tanto turisti o consumatori, ma residenti, seppure temporanei.
- **Esigenza di maggiori informazioni.** Rispetto al passato il turista odierno, ed in particolare i turisti della terza generazione, si caratterizzano anche per una maggiore esigenza di informazioni. Chi parte desidera conoscere le mete, ipotizzare le escursioni o

---

<sup>III</sup> E' questo il titolo di uno studio della società tedesca Hering Schuppener presentato nel 2004.

<sup>IV</sup> Espressione utilizzata dall'antropologo Canestrini.

<sup>V</sup> Integralmente tratto da "Lo scenario del turismo: i trend della domanda e dell'offerta" a cura di Francesco Morandi e Giancarlo Dall'Ara.

le visite da prevedere, comparare i prodotti, cercare il prezzo migliore, vedere le vacanze anche come l'occasione per apprendere e aumentare le conoscenze...

- **Bisogno di relazioni.** Uno degli ingredienti di base del "prodotto turistico" è dato da chi lo consuma, dalle persone stesse. Le relazioni sono il cuore dell'esperienza di vacanza. Il turismo vive di relazioni e la relazione è la parte essenziale del prodotto e del servizio turistico. La centralità delle relazioni nell'esperienza di vacanza è confermata da molte ricerche, leggendo le quali si scopre che tra le tendenze in atto vi è la ricerca di relazioni non stereotipate, ma per così dire di "maggiore spessore"<sup>VI</sup>.

### **L'OFFERTA TURISTICA DI CASTELSARDO E LE ESIGENZE DEL TURISTA MODERNO: UNA RELAZIONE POSITIVA**

Incrociando le attuali caratteristiche dell'offerta turistica di Castelsardo, i dati sull'andamento delle presenze negli ultimi dieci anni e le esigenze dei nuovi viaggiatori, emergono diverse relazioni positive tra le peculiarità della roccaforte dei Doria e del suo comprensorio con le esigenze di caratterizzazione espresse dai turisti, soprattutto da quelli stranieri.

In particolare, l'immagine del borgo medioevale affacciato sul mare richiama l'idea di un turismo non prettamente estivo, ricco di cultura, con possibilità di vivere la natura. Questo senza un'esperienza che abbinati agli elementi di eccellenza di Castelsardo un turismo balneare nelle località dei litorali del territorio, non necessariamente comunale.

A ciò si aggiungono fattori positivi quali la presenza dell'aeroporto di Alghero che, come già accennato, grazie alla dinamicità dei collegamenti low cost favorisce la creazione di un bacino di utenza turistica potenzialmente illimitato, in grado di indirizzare sul territorio del Nord Sardegna importanti flussi turistici esteri.

Tali elementi devono essere considerati nella definizione del sistema turistico di Castelsardo che, in una visione *customer oriented*, potrà sfruttare le esigenze del mercato per incentivare dei flussi, in necessaria e auspicabile sinergia con le attività del Sistema Turistico Locale della Provincia di Sassari.

---

<sup>VI</sup> Dall'Ara G. "Gestire le relazioni nel turismo, una nuova cultura di marketing per Enti e destinazioni", Provincia di Rimini, Assessorato al Turismo, Rimini 2004.

## IL SISTEMA TURISTICO

L'analisi fin qui condotta consente di evidenziare la chiara vocazione turistica di Castelsardo, i cui settori produttivi sono, anche solo potenzialmente in alcuni casi, strettamente collegati alla filiera turistica.

La relazione tra economia del territorio e turismo è stata ribadita anche durante le interviste condotte con alcuni opinion maker castellanesi.

Verificato ciò, occorre ora procedere ad una attenta razionalizzazione delle linee di intervento proposte dall'attore pubblico, conciliandole con la mission che sembra caratterizzare la città e il suo territorio.

In particolare sono state individuate una serie di azioni strettamente collegate, necessarie al completamento dell'analisi diagnostica e delle potenzialità:

- sintesi delle opportunità di sviluppo turistico, partendo dalle precondizioni socio-economiche del territorio;
- identificazione della mission e dei principali obiettivi strategici di Castelsardo;
- identificazione degli specifici percorsi attuativi delle strategie, con previsione di sistemi di destination management.

### **a) Le precondizioni socio economiche del territorio: analisi delle opportunità di sviluppo turistico.**

Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> <li>Crescente domanda nazionale e internazionale di turismo culturale</li> <li>Potenzialità inesprese del porto turistico</li> <li>Comprensorio turistico eterogeneo</li> <li>Finanziamenti nazionali e regionali per sviluppo sistema urbano</li> <li>Sistema economico locale incentrato sulle attività artigianali e della pesca</li> <li>Presenza aeroporto internazionale Alghero con collegamenti low cost in crescita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Banalizzazione dell'offerta secondo il classico schema preponderante marino balneare</li> <li>sovrapposizione con altre aree a vocazione turistica</li> <li>elevata quota di forze lavoro impegnate nell'edilizia</li> </ul>
Punti di Forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> <li>Borgo medioevale sul mare</li> <li>Progettazione di qualità e interventi nello sviluppo territoriale</li> <li>Appartenenza a circuiti nazionali e internazionali di caratterizzazione e promozione turistica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mancanza di una strategia di valorizzazione comune a tutto il comprensorio costa/interno</li> <li>Comunicazione regionale, nazionale e internazionale limitata</li> </ul>

### **b) Individuazione della mission e dei principali obiettivi strategici di Castelsardo**

Castelsardo è una meta turistica unica nel suo genere, in grado di offrire cultura, natura, sport e tradizione sul mare. Questa potrebbe essere la mission della cittadina castellanese. Su questa visione si intrecciano tutti i progetti promossi dall'amministrazione locale, la cui efficacia operativa dipenderà dalla capacità di razionalizzare gli interventi con l'idea di dare corpo ad un sistema pluribusiness, incentrato sul turismo e di non trascurare in ogni fase le leve del marketing mix richieste, in particolare la "comunicazione".

Partendo da questa sintesi è possibile individuare quattro obiettivi strategici fondamentali:

- riqualificazione e ripopolazione del centro storico, con conseguente rafforzamento dell'immagine del Borgo Medioevale;
- valorizzazione e qualificazione delle attività economiche legate alla pesca e all'artigianato e dei prodotti che da esse derivano;
- valorizzazione del porto turistico;
- definizione del "rating ambientale" del comprensorio di Castelsardo e del ruolo della città in un sistema più vasto (per ora individuato nell'area definita pre-Parco dell'Asinara, ma che in futuro potrà interessare buona parte dell'attuale Provincia di Sassari) con successive azioni di marketing territoriale e la possibile organizzazione di eventi legati alla pratica di attività sportive sul mare e/o all'aria aperta, oltre che alla storia e alla cultura locale.

### **c) Identificazione degli specifici percorsi attuativi delle strategie, con previsione di sistemi di destination management.**

Gli obiettivi strategici individuati potranno essere raggiunti con una serie di azioni collegate, che andranno sviluppate in un percorso evolutivo in grado di assicurare uno sviluppo stabile del sistema turistico di Castelsardo e dell'insieme delle attività economiche che caratterizzano il territorio.

La progettazione, così come la realizzazione delle attività, dovrà prevedere la strutturazione di un sistema di *destination management*, inteso come una unità operativa dedicata alla gestione dello sviluppo turistico. A differenza di molte altre realtà comunali, la dinamicità e l'efficacia palesata dall'amministrazione comunale, consente di identificare l'unità gestionale con la governance locale e la sua struttura, la cui crescita dovrebbe indirizzarsi principalmente sullo sviluppo di adeguate politiche di comunicazione e promozione.

OBIETTIVI	PERCORSI ATTUATIVI DELLE STRATEGIE
<b>Valorizzazione del Borgo Medioevale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sistema di ricettività diffuso di qualità da implementare nelle abitazioni non utilizzate;</li> <li>• creazione di un moderno e tecnologicamente advanced information and education point per i giovani locali, con funzione di centro di aggregazione e riscoperta delle attività tradizionali</li> <li>• eventi culturali di rilevanza internazionale (premi letterari, ecc)</li> </ul>
<b>Valorizzazione sistema economico legato alla pesca e all'artigianato</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• individuazione di un marchio di provenienza dei prodotti castellanesi, in grado di avere una capacità di penetrazione sull'intero territorio regionale e nei mercati nazionali ed esteri di riferimento</li> </ul>
<b>Valorizzazione porto turistico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• creazione, nell'area portuale o nelle aree limitrofe, di attività commerciali e di servizi in rete, con progettazione di attività innovative di servizi legati al mare</li> <li>• localizzazione di una struttura operativa per la gestione informatizzata del network-consorzio dei porti turistici</li> </ul>
<b>Ruolo di Castelsardo nell'area vasta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• azioni di marketing territoriale</li> <li>• possibile organizzazione di eventi legati alla pratica di attività sportive sul mare e/o all'aria aperta, oltre che alla storia e alla cultura locale. Caratterizzazione sportiva e punto di riferimento culturale dell'area</li> </ul>
<b>Rating ambientale comprensorio di Castelsardo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• valorizzazione dell'elemento strategico "natura" con evidenza della qualità ambientale dei siti</li> </ul>