

RELAZIONE STRATEGICA

Per il Consiglio di Amministrazione della Fondazione Alghero

INDICE

1. SOCIO FONDATORE
2. SCOPO DELLA FONDAZIONE
3. ATTIVITÀ ISTITUZIONALI, STRUMENTALI, ACCESSORIE E CONNESSE
4. INTRODUZIONE E SCENARIO ATTUALE
5. SITUAZIONE DI PARTENZA
6. PRINCIPALI CRITICITÀ REGISTRATE
7. PUNTI DI FORZA E VANTAGGI COMPETITIVI
8. UN MODELLO SOSTENIBILE PER LA GOVERNANCE DEGLI EVENTI: CONTINUITÀ, CRESCITA E INNOVAZIONE
9. VISIONE STRATEGICA PER I PROSSIMI 3 ANNI
10. EVENTI SPORTIVI: UN ASSET STRATEGICO PER LA PROMOZIONE TURISTICA E SOCIALE DI ALGHERO
11. RIPIANTARE LA FONDAZIONE A ESSERE UN SOGGETTO DI DIRITTO PRIVATO A CONTROLLO PUBBLICO
12. OBIETTIVI STRATEGICI E PRIORITÀ PER IL BREVE-MEDIO TERMINE
13. CONCLUSIONI

1. SOCIO FONDATORE

Il Comune di Alghero è l'unico Socio Fondatore.

2. SCOPO DELLA FONDAZIONE

2.1. La Fondazione persegue, secondo gli indirizzi e le linee di politica culturale turistica e Ambientale del Comune Di Alghero, le seguenti finalità:

2.1.1. Concorrere alla elaborazione di strategie di sviluppo culturale del territorio, in armonia con la disciplina prevista nel Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio;

2.1.2. Conservare, valorizzare e gestire i beni del patrimonio culturale di proprietà o comunque nella disponibilità del Comune di Alghero specificamente individuati nel contratto di servizio, al fine di promuovere la conoscenza di tale patrimonio ed assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica;

2.1.3. Conservare, valorizzare e gestire, al fine di cui alla precedente lett. b, i beni del patrimonio culturale di proprietà o comunque nella disponibilità della Fondazione;

2.1.4. Conservare, valorizzare e gestire, al fine di cui alla precedente lett. b, i beni del patrimonio culturale di altri soggetti conferiti in uso alla Fondazione o a questa affidati mediante apposita convenzione;

2.1.5. Contribuire al coordinamento, alla promozione e/o alla gestione integrata del sistema culturale della Città e dell'area vasta, inteso nella sua accezione più ampia e comprensiva, fra l'altro, dei servizi e dei beni culturali, museali, teatrali, turistici, ambientali e paesaggistici;

2.1.6. Ideare, promuovere, realizzare e gestire programmi, progetti e iniziative di conservazione, valorizzazione, promozione, organizzazione, fruizione e gestione del sistema culturale come sopra inteso, anche al fine di creare le migliori condizioni di sviluppo socioeconomico nell'ambito del territorio comunale e dell'area vasta;

2.1.7. Gestire i servizi affidati dal Comune di Alghero per la realizzazione di attività di Destination Management, anche nella prospettiva della realizzazione di un Alghero Tourist Board.

2.2. La Fondazione svolge le proprie attività in coerenza con le finalità istituzionali del Comune di Alghero, al fine di rendere sempre più efficace, efficiente ed economica la produzione e l'erogazione dei servizi realizzati per perseguire gli scopi di cui al comma.

2.3. La Fondazione sviluppa la propria azione con l'obiettivo generale di realizzare attività di interesse pubblico e servizi pubblici, in attuazione del principio di sussidiarietà.

2.4. La Fondazione potrà svolgere la funzione di supporto all'attività di programmazione strategica del Comune di Alghero, con la supervisione di quest'ultimo.

3. ATTIVITÀ ISTITUZIONALI, STRUMENTALI, ACCESSORIE E CONNESSE

- 3.1.** La Fondazione svolge le seguenti attività istituzionali: a. conserva, valorizza, promuove, organizza e gestisce i beni di cui all'art. 3;
- 3.2.** Promuove e realizza iniziative di ricerca, studio, documentazione, informazione ed educazione concernenti i beni culturali del territorio;
- 3.3.** Promuove e realizza eventi, manifestazioni, convegni e in genere qualunque iniziativa tendente a valorizzare la cultura e l'identità locale, nonché attività di comunicazione anche a favore di funzioni istituzionali del Comune di Alghero;
- 3.4.** Progetta e organizza corsi di formazione, stages, master, seminari o altre attività formative,
- 3.5.** Istituisce e concede premi, sovvenzioni e borse di studio, nei settori d'interesse della Fondazione; e. svolge attività editoriale nei settori d'interesse della Fondazione;
- 3.6.** Finanzia direttamente gli interventi di cui sopra o reperisce le relative risorse, anche attraverso la stipula di accordi di sponsorizzazione;
- 3.7.** A tal fine, la Fondazione può anche svolgere altre attività, quali:
 - 3.7.1.** Stipulare ogni opportuno atto o contratto, anche per il finanziamento delle operazioni deliberate, tra cui, senza l'esclusione di altri, l'assunzione di prestiti e mutui, a breve o a lungo termine, l'acquisto, in proprietà o in diritto di superficie, di immobili, la stipula di convenzioni di qualsiasi genere anche trascrivibili nei pubblici registri, con enti pubblici o privati, che siano considerate opportune e utili per il raggiungimento degli scopi della Fondazione;
 - 3.7.2.** Amministrare e gestire i beni di cui sia proprietaria, locatrice, comodataria in qualunque forma gestiti o comunque posseduti anche in regime di affidamento da parte di altri Enti Pubblici e/o Privati;
 - 3.7.3.** Partecipare ad associazioni, fondazioni, enti ed istituzioni, pubbliche e private, la cui attività sia rivolta, direttamente o indirettamente, al perseguimento di scopi analoghi a quelli della Fondazione medesima; la Fondazione potrà, ove lo ritenga opportuno, concorrere anche alla costituzione degli organismi anzidetti;
 - 3.7.4.** Costituire ovvero partecipare a società di capitali che svolgano in via strumentale ed esclusiva attività diretta al perseguimento degli scopi statutari;
 - 3.7.5.** Promuovere ed organizzare seminari, corsi di formazione, manifestazioni, convegni, incontri, procedendo alla pubblicazione dei relativi atti o documenti, e tutte quelle iniziative idonee a favorire un organico contatto tra la Fondazione, gli operatori ed organismi nazionali ed internazionali, i relativi addetti e il pubblico;
 - 3.7.6.** Gestire direttamente o indirettamente spazi funzionali e servizi aggiuntivi agli scopi della Fondazione;
 - 3.7.7.** Indire, in qualità di stazione appaltante, procedure di evidenza pubblica per l'affidamento a terzi di parte di attività;

3.7.8. Stipulare convenzioni con cooperative sociali, enti di promozione, di cui alla legge 381 del 1991 per lo svolgimento di parte delle attività;

3.7.9. Istituire premi e borse di studio, anche in collaborazione con Università e Centri di ricerca;

3.7.10. Svolgere, in via accessoria e strumentale al perseguimento dei fini istituzionali, attività di natura commerciale anche attraverso soggetti pubblici e privati; svolgere ogni altra attività idonea ovvero di supporto al perseguimento delle finalità istituzionali.

4. INTRODUZIONE E SCENARIO ATTUALE

L'insediamento è avvenuto ad ottobre, nel periodo iniziale è stato portato avanti il più grande evento autoprodotta di questa città: Il Capodanno.

I prossimi mesi saranno decisivi per definire le linee guida per il raggiungimento degli "scopi" presenti nello statuto, dettati dal suo Unico Socio Fondatore, Comune di Alghero.

L'obiettivo è quello di ottimizzare il ruolo della Fondazione che non può essere solo ente organizzatore e promotore di eventi ma deve diventare, come da statuto, un'autentica DMO della destinazione con un focus sulle attività di Destination Management. Verrà inoltre garantita continuità con gli impegni assunti in materia di trasparenza e governance partecipativa.

5. SITUAZIONE DI PARTENZA

La Fondazione Alghero, istituita nel 2010 dal Comune di Alghero, nasce con l'obiettivo di dotare il territorio di un sistema strutturato per la promozione e la valorizzazione dell'offerta turistica e culturale. La sua missione è la gestione integrata del patrimonio culturale locale e il coordinamento delle attività di Destination Management.

Attualmente, la Fondazione gestisce alcuni dei principali attrattori turistici del territorio, tra cui la Grotta di Nettuno, il sistema museale cittadino, il Teatro Civico e un ricco patrimonio storico che comprende torri e siti archeologici di grande valore.

6. PRINCIPALI CRITICITÀ REGISTRATE

6.1. Mancanza di un piano triennale. Attualmente, la Fondazione opera senza un piano triennale, basandosi su una programmazione annuale che, pur garantendo continuità operativa, limita la possibilità di sviluppare una visione strategica a lungo termine. Questa mancanza incide sulla capacità di pianificare con anticipo iniziative di ampio respiro, attrarre investimenti (Sponsorship e Partnership) e rafforzare il posizionamento della destinazione.

6.2. Assenza di una pianta organica stabile. Il personale attualmente impiegato risulta insufficiente rispetto alle esigenze operative, riducendo le possibilità di crescita, innovazione e diversificazione dell'offerta. Per superare queste limitazioni, sarà fondamentale strutturare un modello organizzativo più solido, che garantisca risorse adeguate e una pianificazione pluriennale in grado di valorizzare il potenziale della Fondazione e di tutto il territorio circostante.

La Fondazione deve rafforzare il proprio organico, investendo in competenze specializzate nei settori chiave della gestione turistica e culturale. Attualmente, le risorse umane disponibili risultano altamente insufficienti per sostenere un'evoluzione strategica e operativa di ampio respiro.

Solo un gruppo più strutturato e con competenze diversificate consentirebbe di migliorare la qualità dei servizi offerti, di ottimizzare la pianificazione e di rispondere in modo più efficace alle sfide del settore in cui si colloca.

6.3. Ruolo gestionale e non strategico della Fondazione. Nonostante la Fondazione possieda tutti i requisiti per assumere un ruolo strategico e attivo nella governance dei processi di sviluppo turistico del Nord Ovest Sardegna—con l'ambizione di integrarsi in una futura DMO regionale sotto la guida dell'Assessorato Regionale del Turismo—la sua funzione attuale risulta pressoché inesistente sul piano della gestione operativa degli attrattori turistici e culturali. Questa impostazione ne limita il potenziale strategico, esponendola al rischio di perdere il proprio ruolo di leadership a favore di altre località o città limitrofe.

Alghero, pioniera sia nel turismo sardo sia nella creazione di una Fondazione dedicata, ha la responsabilità di affermarsi come punto di riferimento nella pianificazione e nello sviluppo dell'offerta turistica dell'intero Nord Ovest della Sardegna.

6.4. Rafforzare il ruolo territoriale della Fondazione. Portare la Fondazione ad essere un vero motore di sviluppo territoriale, capace di coinvolgere l'area del Nord Ovest e coordinare in modo efficace le politiche di promozione, accoglienza e valorizzazione del patrimonio. Per raggiungere questo traguardo, sarà fondamentale implementare strategie integrate, coinvolgere attivamente gli stakeholder del settore e adottare un approccio innovativo alla gestione della destinazione

6.5. Beni patrimonio culturale frammentati. Questa frammentazione si traduce in una gestione disomogenea, con politiche di accesso, comunicazione e promozione non sempre allineate tra loro. L'assenza di un coordinamento efficace ostacola la creazione di percorsi integrati e sinergie tra i diversi attrattori, riducendo l'impatto complessivo dell'offerta culturale sul territorio. Per superare queste criticità, è necessario sviluppare una strategia unitaria che metta in rete i musei e i siti culturali, ottimizzando le risorse e migliorando la fruibilità per il pubblico. Un sistema dei Beni Culturali integrato, supportato da una governance chiara, potrebbe valorizzare il patrimonio in modo più efficace, offrendo ai visitatori un'esperienza coerente e coinvolgente.

6.6. Assenza di una visione chiara della destinazione. Alghero manca di una vision strategica di lungo periodo, un'idea condivisa di ciò che la città vuole diventare nei prossimi dieci anni. Quale identità intende rafforzare? Come desidera essere percepita a livello nazionale e internazionale? Quali valori distintivi vuole trasmettere ai visitatori e alla comunità locale? L'assenza di una direzione chiara rende difficile sviluppare strategie coerenti di promozione e gestione della destinazione. Senza un'identità ben definita, si rischia di disperdere risorse in iniziative scollegate tra loro, senza un impatto duraturo sul posizionamento turistico e culturale della città. Per colmare questa lacuna, è fondamentale avviare un percorso partecipativo che coinvolga istituzioni, operatori del settore e cittadini, con l'obiettivo di definire una vision condivisa. Solo attraverso una strategia chiara e un piano d'azione strutturato sarà possibile rafforzare l'attrattività di Alghero e consolidarne il ruolo nel panorama turistico internazionale.

6.7. Mancanza di business intelligence. L'assenza di un sistema strutturato di monitoraggio e analisi dei dati turistici limita la capacità di prendere decisioni basate su informazioni concrete e aggiornate. Senza strumenti adeguati a raccogliere, interpretare e restituire dati su flussi turistici, preferenze dei visitatori e trend di mercato, diventa difficile pianificare strategie efficaci e adattarsi alle evoluzioni del settore.

Questa carenza incide negativamente sulla programmazione degli eventi, sulla gestione delle risorse e sulla definizione di politiche di promozione mirate. Un sistema di **business intelligence** ben strutturato consentirebbe di ottimizzare gli investimenti, migliorare l'esperienza dei visitatori e supportare gli operatori locali con informazioni utili per innovare e diversificare l'offerta

Per colmare questa lacuna, è fondamentale sviluppare una **piattaforma integrata di raccolta e analisi dati**, in grado di fornire insight dettagliati sulle performance della destinazione. Solo attraverso un approccio data-driven sarà possibile adottare strategie più efficaci e competitive nel lungo periodo.

6.8. Sostenibilità economica da consolidare. Attualmente, la Fondazione dipende in gran parte dagli introiti derivanti dalla **Grotta di Nettuno** e dai contributi pubblici, una situazione che ne limita l'autonomia finanziaria e la capacità di pianificazione a lungo termine.

Questa dipendenza da poche fonti di finanziamento rende il sistema vulnerabile a eventuali cali di affluenza o a riduzioni dei fondi pubblici, mettendo a rischio la sostenibilità delle attività gestite. Per garantire maggiore stabilità economica, è essenziale **diversificare le fonti di entrata**, sviluppando modelli di finanziamento più equilibrati e resilienti.

Ciò potrebbe includere l'ottimizzazione della gestione di altri attrattori culturali e turistici, la creazione di nuove esperienze a valore aggiunto, l'attivazione di partnership pubblico-private e la ricerca di finanziamenti europei o sponsorizzazioni private.

Un piano di **sostenibilità economica a lungo termine** permetterebbe alla Fondazione di rafforzare il proprio ruolo nella gestione della destinazione, investire nell'innovazione e migliorare l'offerta turistica e culturale, riducendo progressivamente la dipendenza da singole fonti di reddito.

7. PUNTI DI FORZA E VANTAGGI COMPETITIVI

7.1. Gestione diretta di attrattori chiave. La Fondazione gestisce direttamente un patrimonio culturale e naturale di **grande valore strategico**, che include la **Grotta di Nettuno**, il **sistema museale cittadino** e altri siti di interesse storico e archeologico. Questa gestione diretta rappresenta un'opportunità unica per coordinare e valorizzare in modo integrato l'offerta turistica e culturale della destinazione. In ambito europeo, le **DMO più competitive** si distinguono proprio per la capacità di amministrare direttamente gli attrattori principali, garantendo una visione unitaria nella promozione, nell'esperienza del visitatore e nella sostenibilità economica. Questo modello consente di ottimizzare risorse, sviluppare strategie di marketing più efficaci e creare sinergie tra le diverse attrazioni, rafforzando il posizionamento della destinazione nel panorama internazionale. Per massimizzare questo vantaggio competitivo, è essenziale puntare su una **gestione innovativa e strategica** degli attrattori, migliorando i servizi, la digitalizzazione e le esperienze offerte ai visitatori. Un approccio integrato consentirebbe non solo di aumentare la redditività dei siti culturali e naturali, ma anche di consolidare l'identità della destinazione e la sua attrattività nel lungo periodo.

7.2. Rapporto consolidato con il Comune di Alghero. La stretta collaborazione con l'amministrazione locale, che attraverso il **Documento Unico di Programmazione detta le linee da seguire**, rappresenta un elemento chiave per garantire **stabilità gestionale** e la capacità di implementare strategie di **lungo periodo**. Questo rapporto, **se basato sulla chiarezza in termini di assegnazione dei ruoli e delle competenze**, consentirà di allineare le azioni della Fondazione agli obiettivi di sviluppo del territorio, creando una sinergia tra politiche pubbliche, pianificazione turistica e valorizzazione del patrimonio culturale.

Un coordinamento efficace con il Comune permetterebbe inoltre di ottimizzare le risorse disponibili, facilitare i processi decisionali e rafforzare la governance della destinazione. Questa continuità istituzionale è essenziale per sviluppare progetti ambiziosi, attrarre investimenti e migliorare la qualità dell'offerta turistica e culturale.

Per massimizzare i benefici di questa collaborazione, è fondamentale mantenere un **dialogo costante e strutturato** tra la Fondazione e l'amministrazione, basato su obiettivi condivisi, trasparenza e una visione strategica chiara. Solo così sarà possibile consolidare il ruolo della Fondazione come motore di sviluppo territoriale e garantire un impatto duraturo sulla crescita della destinazione.

7.3. Capacità organizzativa negli eventi: un asset da consolidare. La Fondazione ha maturato una solida esperienza nella gestione di eventi di rilievo, dimostrando capacità organizzativa e operativa nel coordinare manifestazioni di grande richiamo.

Questo know-how rappresenta un valore strategico, che può essere ulteriormente potenziato attraverso una pianificazione pluriennale e un approccio strutturato allo sviluppo dell'offerta culturale, sportiva ed esperienziale della destinazione.

Per rendere gli eventi ancora più efficaci in termini di attrattività e impatto economico, è fondamentale adottare una visione di lungo periodo, con un calendario programmato su più anni che vadano oltre i **piccoli eventi sporadici che non portano nessun benefit se non per l'immediato, ma siano in grado di garantire continuità, crescita e innovazione.**

Un modello di governance degli eventi basato su partnership pubblico-private, strategie di marketing integrate e un utilizzo ottimale delle risorse permetterebbe di rafforzare il ruolo della Fondazione come motore turistico del territorio. L'obiettivo è trasformare la programmazione degli eventi in un pilastro stabile e sostenibile, capace di generare benefici non solo in termini di visibilità, ma anche di sviluppo economico e identitario per Alghero.

7.4. Potenziale di sviluppo del Destination Management. La Fondazione possiede tutti i prerequisiti per implementare un modello di gestione turistica innovativo e sostenibile, capace di valorizzare tutto il **territorio del Nord Ovest** in modo strutturato e competitivo. Grazie alla gestione diretta di attrattori strategici e alla stretta collaborazione con **le amministrazioni circostanti**, ha l'opportunità di evolvere da semplice organizzatrice di eventi a una vera Destination Management Organization (DMO), in grado di coordinare lo sviluppo turistico con una visione integrata e di lungo periodo.

Per sfruttare appieno questo potenziale, è necessario rafforzare le attività di **pianificazione strategica, marketing territoriale, business intelligence e sviluppo dell'offerta turistica.** Fondazione deve puntare sulla diversificazione delle esperienze, sulla digitalizzazione dei servizi, sul miglioramento dell'accoglienza e sulla creazione di sinergie tra gli attori del settore. L'obiettivo è trasformare Alghero in un **modello di gestione turistica avanzato**, capace di attrarre flussi di qualità, distribuire i benefici sul territorio e garantire un turismo sostenibile e destagionalizzato.

8. UN MODELLO SOSTENIBILE PER LA GOVERNANCE DEGLI EVENTI: CONTINUITÀ, CRESCITA E INNOVAZIONE

Per massimizzare l'**attrattività e l'impatto economico** degli eventi, è necessario superare la logica dei singoli eventi sporadici e orientarsi verso una **visione di lungo periodo**, basata su una **programmazione pluriennale**. Questo approccio consente di costruire un'identità forte e riconoscibile per la destinazione, migliorare la gestione delle risorse e creare un indotto economico duraturo per il territorio.

8.1. Programmazione Strategica su Più Anni. Un calendario programmato su più anni permette di:

- Garantire continuità e crescita, evitando la dispersione delle risorse in eventi isolati senza effetti strutturali.
- Pianificare investimenti mirati, migliorando le infrastrutture e i servizi necessari alla realizzazione degli eventi.
- Fidelizzare il pubblico e gli operatori, con format consolidati che attirano visitatori abituali e nuovi target.
- Ottimizzare il coinvolgimento di sponsor e partner, che avranno una visione chiara delle opportunità di collaborazione a medio-lungo termine.

8.2. Modello di Governance: Il Ruolo delle Partnership Pubblico-Private. Una governance efficace degli eventi si basa su un sistema di collaborazione strutturata tra settore pubblico e privato, in cui la Fondazione META funge da regista e facilitatore.

Questo modello si articola su più livelli:

- **Pubblico:** Gli Enti e le Istituzioni Pubbliche locali e regionali forniscono il supporto normativo, finanziario, logistico e infrastrutturale.
- **Privato:** aziende, sponsor e associazioni contribuiscono con investimenti, servizi e know-how.
- **Reti di stakeholder:** coinvolgimento di operatori turistici, ristoratori, artigiani, artisti e associazioni culturali e sportive per creare un'offerta integrata.
- Attraverso la creazione di accordi quadro con partner strategici, è possibile garantire una pianificazione solida e attrarre finanziamenti esterni (es. fondi europei, sponsorizzazioni, investimenti turistici).

8.3. Strategie di Marketing Integrato. Un evento non si esaurisce nei giorni della sua realizzazione, ma deve essere costruito e comunicato attraverso strategie di marketing integrate che prevedano:

- **Branding territoriale:** ogni evento deve rafforzare l'identità di Alghero come destinazione culturale, sportiva ed enogastronomica.
- **Comunicazione digitale e tradizionale:** utilizzo coordinato di social media, advertising, PR, influencer marketing e media tradizionali.
- **Destagionalizzazione dell'offerta:** gli eventi devono essere distribuiti nel corso dell'anno per rendere Alghero attrattiva in tutte le stagioni.

8.4. Ottimizzazione delle Risorse e Sostenibilità. L'uso efficiente delle risorse è essenziale per garantire la crescita degli eventi senza sprechi o inefficienze. Alcune strategie chiave includono:

- Utilizzo delle infrastrutture esistenti e loro valorizzazione. Minimizza i costi di realizzazione e mette a regime le infrastrutture sportive. Valorizza l'immagine di Alghero quale meta del turismo sportivo e come **Training Destination**
- Formazione di personale e volontari, creando un gruppo stabile e competente.
- Monitoraggio dei dati per valutare l'impatto economico, turistico e ambientale, permettendo aggiustamenti strategici.
- Adozione di pratiche sostenibili, come la riduzione della plastica, la mobilità green e il coinvolgimento delle comunità locali.

8.5. Ottimizzazione delle Risorse Strutturali per la Sostenibilità Economica

Affinché gli eventi e le iniziative promosse dalla Fondazione e dal Comune –come il Capodanno, il Carnevale, la Settimana Santa e altre manifestazioni culturali o gli eventi sportivi– possano avere un impatto positivo duraturo, è fondamentale sfruttare al meglio le risorse strutturali a disposizione della **Fondazione e del Comune di Alghero**.

In questo contesto, è strategico valorizzare spazi come **l'area del mercato** e altre infrastrutture pubbliche per proporre opportunità di utilizzo a pagamento agli operatori economici, agli enti pubblici e alle amministrazioni interessate. La messa a disposizione di questi spazi per attività commerciali, espositive o promozionali può contribuire a:

- Generare introiti economici significativi per la Fondazione, sostenendo la realizzazione di nuovi eventi e il miglioramento delle iniziative esistenti.
- Creare sinergie tra pubblico e privato, incentivando collaborazioni con aziende locali, sponsor e istituzioni per sviluppare iniziative congiunte di grande richiamo.
- Valorizzare il patrimonio strutturale esistente, garantendo che le risorse disponibili vengano impiegate in modo efficace per il benessere della comunità e la crescita dell'offerta turistica.

8.6. Posizionamento strategico della destinazione. Alghero vanta un posizionamento competitivo nel panorama turistico grazie a un mix distintivo di patrimonio storico, bellezze paesaggistiche ed eccellenze enogastronomiche. Questa combinazione la rende una destinazione attrattiva per diverse tipologie di visitatori, dai turisti culturali agli amanti della

natura, dagli appassionati di enogastronomia a chi cerca esperienze autentiche e di qualità. Per rafforzare ulteriormente il suo posizionamento strategico, è fondamentale sviluppare una narrazione chiara e coerente dell'identità della destinazione, valorizzando i suoi punti di forza e differenziandosi da altre mete concorrenti. Un approccio integrato al Destination Marketing, basato su strategie digitali, collaborazioni con operatori locali, vettori aerei e una comunicazione mirata sui mercati target, permetterà di consolidare l'attrattività di Alghero a livello nazionale e internazionale. L'obiettivo è trasformare Alghero in un brand riconoscibile e competitivo, capace di attrarre turisti durante tutto l'anno.

9. VISIONE STRATEGICA PER I PROSSIMI 3 ANNI

Nei prossimi tre anni, la Fondazione Alghero si pone l'obiettivo di consolidarsi come una **Destination Management Organization Territoriale di riferimento strategico**, capace di gestire e valorizzare l'offerta turistica e culturale in modo strategico, integrato e sostenibile. Attraverso una pianificazione a lungo termine e un approccio innovativo, la Fondazione guiderà la crescita della destinazione con un modello di sviluppo che migliori la competitività, l'attrattività e la sostenibilità del turismo di Alghero e dei luoghi circostanti

Altra priorità della **Fondazione Alghero** è trasformare la città in una **Destinazione Smart, sostenibile e attrattiva tutto l'anno**, capace di coniugare cultura, paesaggio e ospitalità in un'offerta turistica di alto livello.

Alghero, con il Nord Ovest, ambisce a diventare un **punto di riferimento nel Mediterraneo** per la qualità della vita, l'eccellenza delle esperienze turistiche e un ecosistema culturale dinamico e connesso. La strategia punta a rafforzare la competitività della destinazione attraverso una crescita equilibrata, fondata su tre pilastri fondamentali: **sostenibilità ambientale, inclusione sociale e sviluppo economico**.

Grazie alla presenza di un aeroporto internazionale a pochi minuti dal centro, Alghero non si propone solo come una meta turistica di prestigio, ma anche come un luogo ideale per chi desidera **vivere (Svernare) e lavorare (smart working)** in un contesto che offre opportunità e un'elevata qualità della vita. La città mira a diventare una destinazione attrattiva per **studenti e ricercatori**, grazie a un ambiente accademico d'eccellenza e a un'università affacciata sul mare, che contribuisce a creare un'atmosfera dinamica e stimolante.

Parallelamente, Alghero intende rafforzare il proprio appeal come meta ideale per **famiglie e professionisti**, grazie a politiche di welfare avanzate (Alghero Family), servizi efficienti e un tessuto sociale accogliente. L'obiettivo è rendere la città un luogo in cui sia possibile conciliare carriera e benessere personale, incentivando nuovi residenti e investitori a scegliere Alghero non solo per le vacanze, ma anche per costruire il proprio futuro.

Ispirandosi ai modelli di successo di città mediterranee come **Valencia, Lisbona e Palma di Maiorca**, Alghero vuole valorizzare il suo **mix identitario unico**, in cui convivono influenze **italiane, sarde e catalane**. Questo patrimonio culturale rappresenta un asset distintivo per attrarre talenti, creativi e imprenditori, stimolando **innovazione e nuove opportunità di crescita**.

Attraverso questa visione strategica, la Fondazione Alghero si impegna a costruire un futuro in cui la città possa consolidare il suo ruolo di **destinazione di eccellenza**, capace di offrire esperienze autentiche, opportunità di sviluppo e una qualità della vita invidiabile nel cuore del Mediterraneo.

10. EVENTI SPORTIVI: UN ASSET STRATEGICO PER LA PROMOZIONE TURISTICA E SOCIALE DI ALGHERO

Gli eventi sportivi rappresentano un'opportunità strategica per Alghero, contribuendo non solo alla visibilità della destinazione, ma anche alla sua crescita economica e sociale. Discipline legate alla natura e al territorio – come vela, windsurf, kitesurf, triathlon, ciclismo, podismo e trekking – valorizzano le risorse ambientali locali e rendono Alghero una meta ideale per un turismo attivo, sostenibile e orientato all'esperienza.

L'organizzazione di competizioni nazionali e internazionali rafforza l'immagine di Alghero come destinazione sportiva di eccellenza nel Mediterraneo, attraendo non solo atleti professionisti e amatori, ma anche squadre, accompagnatori e appassionati. Se incentrati su attività sportive praticabili e sostenibili, questi eventi favoriscono un turismo di ritorno, stimolando la fruizione delle infrastrutture esistenti e delle risorse naturali, contribuendo alla destagionalizzazione e alla diversificazione dell'offerta turistica.

Inoltre, la copertura mediatica generata – grazie alla presenza di televisioni, piattaforme streaming, influencer e social media – amplifica il posizionamento di Alghero a livello internazionale, rendendola un punto di riferimento per chi cerca un connubio tra sport, natura e ospitalità di qualità.

10.1. Turismo Sportivo e Destagionalizzazione

Il turismo sportivo è una leva fondamentale per attrarre visitatori durante tutto l'anno, contrastando la stagionalità e garantendo una maggiore continuità economica per le attività locali. Gli eventi sportivi legati alle discipline outdoor sono perfettamente compatibili con l'identità territoriale di Alghero e possono trasformarla in un hub per il turismo attivo, con benefici tangibili per strutture ricettive, ristorazione e servizi.

Per massimizzare questo potenziale, è fondamentale:

- **Creare un calendario annuale di eventi sportivi** che integri le competizioni con l'offerta culturale e turistica della città, garantendo continuità e attrattività per i visitatori.
- **Sviluppare pacchetti turistici dedicati agli sportivi e alle loro famiglie**, offrendo esperienze su misura e convenzioni con strutture ricettive, ristoranti e operatori locali.
- **Promuovere Alghero come Training Destination**, dotando il territorio di servizi e infrastrutture pensate per squadre, club e atleti in cerca di location ideali per la preparazione sportiva.

10.2. Grandi Eventi Sportivi e Impatto Economico

Le manifestazioni sportive di alto livello hanno un impatto economico significativo sul territorio, generando ricavi diretti attraverso la spesa di atleti, staff tecnico e spettatori, e indiretti grazie alla promozione turistica e alla maggiore visibilità mediatica. Alghero, con il suo mix di paesaggi spettacolari, infrastrutture e tradizione sportiva, può candidarsi ad accogliere eventi di richiamo internazionale, diventando un punto di riferimento per il turismo sportivo sostenibile.

Per raggiungere questo obiettivo, è essenziale:

- **Attrarre eventi sportivi di rilievo nazionale e internazionale**, collaborando con federazioni, enti sportivi e organizzatori per garantire continuità e qualità nelle manifestazioni.
- **Sfruttare la copertura mediatica e digitale** per promuovere il brand Alghero attraverso i principali canali sportivi e turistici, rafforzando la sua immagine come destinazione sportiva d'eccellenza.
- **Integrare gli eventi con il tessuto economico locale**, coinvolgendo aziende, produttori e operatori del settore, affinché il beneficio economico si diffonda su più livelli.

Attraverso un approccio strutturato e strategico, gli eventi sportivi possono diventare un motore di crescita sostenibile per Alghero, incentivando il turismo attivo e trasformando la città in una destinazione di riferimento per gli appassionati di sport e natura.

10.3. Valorizzare le Infrastrutture Esistenti e l'Ambiente Naturale per Eventi di Successo

Uno degli elementi chiave per lo sviluppo di eventi di qualità deve essere quello di **valorizzare le infrastrutture esistenti**, come piscine, palazzetti dello sport, campi di rugby e calcio, che rappresentano un patrimonio fondamentale per la città. L'utilizzo di queste strutture consente di **ottimizzare le risorse**, evitando investimenti eccessivi in nuove costruzioni "temporanee" e garantendo al contempo un'offerta più ampia e variegata di eventi sportivi, culturali e ricreativi. Inoltre, l'attivazione di spazi già operativi permette di **potenziare la loro funzionalità** e aumentare la redditività, rendendoli veri e propri poli attrattivi per atleti, turisti e cittadini.

Parallelamente, è altrettanto cruciale sfruttare **l'ambiente naturale e la rete stradale** per la realizzazione di eventi outdoor, in particolare per discipline legate agli sport di resistenza come il triathlon, il trail running, il ciclismo e il nuoto in acque libere. Il paesaggio, i percorsi stradali e i sentieri naturali offrono un palcoscenico unico e suggestivo per competizioni ed esperienze immersive che valorizzano il territorio e attraggono partecipanti da tutto il mondo. Manifestazioni che si integrano con il paesaggio locale non solo riducono l'impatto ambientale rispetto a eventi che richiedono infrastrutture temporanee, ma stimolano anche un turismo sostenibile e stagionalizzato, con ricadute economiche positive per le attività ricettive, ristorative e commerciali.

Progettare eventi che combinano l'uso di impianti sportivi con le risorse naturali disponibili significa **creare esperienze uniche**, che esaltano il patrimonio locale e rafforzano l'attrattiva della destinazione. Un approccio integrato tra infrastrutture urbane e outdoor rappresenta quindi un **fattore strategico per il successo e la sostenibilità degli eventi**, contribuendo a costruire un'offerta turistica e sportiva di alto livello.

11. RIPORTARE LA FONDAZIONE A ESSERE UN SOGGETTO DI DIRITTO PRIVATO A CONTROLLO PUBBLICO

L'Assessorato al Turismo della Regione Autonoma della Sardegna, prevede una governance multilivello della Futura DMO Regionale, che coinvolgerà i diversi stakeholder attraverso le DMO territoriali, organizzazioni di governance locale pubblico-private, con la funzione di partenariato operativo per la strutturazione di servizi e per la organizzazione e gestione dei prodotti turistici nel proprio ambito di competenza.

Le DMO territoriali avranno come funzione fondamentale la predisposizione e l'attuazione del proprio progetto di sviluppo di destinazione, in coordinamento e con la cooperazione della DMO Sardegna, e l'attuazione e gestione di piani, programmi e finanziamenti a favore delle imprese e del territorio.

La trasformazione della Fondazione Alghero da ente pubblico a una struttura di diritto privato rappresenta un passaggio strategico fondamentale per posizionarsi in qualità di DMO territoriale del Nord Ovest della Sardegna e garantire maggiore flessibilità gestionale, efficienza operativa e sostenibilità economica.

Attualmente, la Fondazione opera con le dinamiche di ente pubblico, con tutti i vincoli burocratici che ne derivano, limitando la sua capacità di innovazione, crescita e attrazione di investimenti privati.

Di seguito, i motivi principali per cui questa transizione sarebbe necessaria e vantaggiosa per lo sviluppo della destinazione e la gestione turistica.

11.1. Maggiore Efficienza e Flessibilità Operativa

Essere un ente pubblico puro comporta una serie di vincoli amministrativi e burocratici che rallentano la capacità decisionale e operativa della Fondazione, incidendo negativamente sulla competitività della destinazione.

- Snellire i processi decisionali, permettendo alla Fondazione di agire in modo più rapido ed efficace.
- Superare i limiti imposti dal diritto amministrativo, che spesso rendono complessa la gestione del personale, degli appalti e delle attività commerciali.
- Con un modello pubblico-privato, la Fondazione avrebbe maggiore autonomia operativa, simile a quella delle migliori Destination Management Organization (DMO) europee, garantendo una gestione più efficiente e reattiva alle esigenze del mercato.

11.2. Maggiore Competitività e Benchmark con le Migliori DMO Europee

Le destinazioni turistiche di successo hanno quasi tutte adottato modelli di gestione ibrida pubblico-privata, che garantiscono maggiore competitività.

Esempi di successo:

- Valencia Turismo Foundation (Spagna) – modello pubblico-privato che ha permesso una crescita esponenziale del turismo.
 - Visit Trentino (Italia) – DMO che coinvolge pubblico e privati nella promozione turistica della regione.
 - Amsterdam & Partners (Paesi Bassi) – struttura che combina il ruolo istituzionale con il dinamismo del settore privato.
- i) Migliorare la capacità di attrarre e gestire eventi internazionali, sfruttando partnership strategiche.**
 - ii) Integrare meglio il settore privato nelle politiche turistiche, creando un sistema più coeso ed efficiente.**
 - iii) Mantenere il controllo pubblico sugli asset chiave, ma con una gestione più professionale e orientata ai risultati.**

Adottando questo modello, la Fondazione Alghero potrebbe trasformarsi in una delle DMO più innovative e competitive d'Italia, garantendo una crescita sostenibile e strutturata.

11.3. Coinvolgimento Attivo della Comunità e degli Stakeholder Locali

Un modello pubblico-privato permetterebbe di creare un sistema di governance più partecipativo, in cui gli attori economici, culturali e sociali del territorio possano contribuire attivamente allo sviluppo turistico.

- **Incentivare il coinvolgimento di imprese locali, associazioni di categoria e cittadini, rendendoli parte attiva nella gestione della destinazione.**
- **Garantire una governance più trasparente e inclusiva, con un Consiglio di Amministrazione che rappresenti sia il settore pubblico che quello privato.**
- **Favorire politiche turistiche condivise, che rispondano meglio alle esigenze della comunità locale.**

12. OBIETTIVI STRATEGICI E PRIORITÀ PER IL BREVE-MEDIO TERMINE

12.1. Definire una vision chiara della destinazione

- Creare un'identità distintiva per Alghero, basata sui suoi punti di forza (patrimonio storico, paesaggio, enogastronomia).
- Coinvolgere gli stakeholder locali in un percorso partecipativo per delineare un **posizionamento strategico** chiaro.
- Strutturare un piano di marketing territoriale mirato ai mercati nazionali e internazionali.
- Promuovere Alghero non solo come meta turistica, ma come luogo ideale per vivere, studiare e lavorare

12.2. Rafforzare il ruolo della Fondazione

- Superare il modello di gestione focalizzato solo sugli attrattori e sugli eventi, ampliando le attività di **Destination Management**.
- Migliorare la governance della destinazione, creando un sistema di collaborazione tra pubblico e privato.
- Implementare una **strategia di sviluppo turistico sostenibile**, con particolare attenzione alla destagionalizzazione e all'innovazione dei prodotti turistici.

12.3. Strutturare una programmazione pluriennale per eventi e attrattori

- Creare un **piano eventi triennale** per garantire continuità e crescita delle manifestazioni di rilievo.
- Integrare la programmazione con il sistema culturale e museale, rafforzando il legame tra eventi, patrimonio e identità del territorio.
- Potenziare la qualità degli eventi, con particolare attenzione all'innovazione e all'attrattività per il turismo esperienziale.
- Attivare il Convention Bureau per attrarre eventi business e congressuali.

12.4. Migliorare la gestione e la valorizzazione del patrimonio culturale e naturale

- Superare la frammentazione del sistema museale, creando un **modello di gestione integrato** tra i diversi attrattori.
- Digitalizzare i servizi per migliorare l'esperienza dei visitatori e ottimizzare la fruizione del patrimonio.
- Diversificare le attività legate agli attrattori, creando nuove esperienze e percorsi tematici.

12.5. Potenziare il sistema di business intelligence e la capacità decisionale

- Implementare un **sistema di raccolta e analisi dati** sui flussi turistici, la domanda e l'impatto economico della destinazione.
- Utilizzare i dati per orientare le strategie di promozione, gestione e sviluppo del prodotto turistico.
- Fornire agli operatori strumenti e reportistica per migliorare la competitività dell'offerta.

12.6. Garantire la sostenibilità economica della Fondazione

- Diversificare le fonti di finanziamento, riducendo la dipendenza dalla Grotta di Nettuno e dai contributi pubblici.
- Creare nuove opportunità di **revenue generation** attraverso servizi premium, partnership e progetti europei.
- Attivare collaborazioni con il settore privato per rafforzare gli investimenti nella destinazione.

12.7. Rafforzare l'organico e le competenze della Fondazione

- Potenziare le risorse umane nei settori chiave: eventi, sviluppo prodotto, business intelligence, accoglienza e attrattività degli investimenti.
- Implementare percorsi di **formazione continua** per migliorare la professionalità del team.
- Creare sinergie con esperti e consulenti per accelerare la crescita della Fondazione come DMO.

12.8. Nuovo posizionamento e identità della destinazione

- Definire una nuova identità per Alghero basata su autenticità, cultura e sostenibilità.
- Creare un piano di marketing integrato per rafforzare il brand e la notorietà della destinazione.

12.9. Residenzialità e attrattività per nuovi residenti e studenti

- Posizionare Alghero come città ideale per famiglie e giovani professionisti.
- Sostenere la crescita dell'università locale e l'attrazione di studenti internazionali.
- Favorire politiche per migliorare la qualità della vita e i servizi per i residenti

13. CONCLUSIONI

La Fondazione Alghero si trova di fronte a una fase cruciale del proprio percorso evolutivo. Le analisi condotte evidenziano un grande potenziale inespresso, che può essere valorizzato attraverso un cambiamento strategico mirato a rafforzarne il ruolo come **Destination Management Organization (DMO)** di riferimento per il Nord Ovest della Sardegna.

Per raggiungere questo obiettivo, è necessario superare l'attuale impostazione prevalentemente gestionale, adottando una **visione integrata e di lungo periodo** che metta al centro la pianificazione strategica, la governance territoriale e la sostenibilità economica. Il rafforzamento dell'organico, l'adozione di strumenti di **business intelligence**, la creazione di un sistema di **eventi strutturati** e la gestione unitaria del patrimonio culturale e turistico rappresentano leve essenziali per la crescita della destinazione.

Alghero, con il suo patrimonio culturale, paesaggistico ed enogastronomico, ha tutte le carte in regola per consolidarsi come un **modello di eccellenza nel Mediterraneo**. Tuttavia, per ottenere risultati concreti e duraturi, è fondamentale **garantire continuità e coerenza nelle strategie adottate**, evitando approcci frammentati e discontinui che rischiano di indebolire il posizionamento della destinazione.

Nei prossimi mesi, sarà essenziale avviare un **confronto strutturato con il CdA, l'amministrazione comunale e gli stakeholder del territorio** per definire un **Piano Strategico pluriennale**, capace di guidare le azioni della Fondazione verso una maggiore competitività e sostenibilità. Solo attraverso una gestione moderna, flessibile e orientata ai risultati sarà possibile valorizzare appieno il potenziale di Alghero e dell'intero territorio del Nord Ovest Sardegna, garantendo benefici tangibili sia per il comparto turistico che per la comunità locale.

Il futuro della destinazione dipenderà dalla capacità della Fondazione di **evolversi, innovarsi e strutturarsi** come un punto di riferimento nel panorama delle DMO italiane ed europee. La sfida è ambiziosa, ma con un impegno condiviso e una strategia chiara, Alghero potrà affermarsi come una delle destinazioni più attrattive e sostenibili del Mediterraneo.

Nei prossimi mesi, si intende approfondire questi punti insieme al CdA, all'amministrazione comunale e ad altri stakeholder chiave per arrivare alla definizione di un nuovo piano strategico e di un piano d'azione dettagliato che guideranno le attività della Fondazione nei prossimi anni. Questo processo garantirà un approccio strutturato, condiviso e in linea con le esigenze della destinazione, favorendo uno sviluppo turistico sostenibile e competitivo.