



PSR 2014/2020 - MISURA 19SOTTOMISURA 19.2  
"SOSTEGNO ALLO SVILUPPO LOCALE LEADER  
(SVILUPPO LOCALE DI TIPO PARTECIPATIVO CLLD)"

AZIONE DI SISTEMA "ECOMUSEO"

# PERCORSO PARTECIPATIVO COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA



Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
l'Europa investe nelle zone rurali



# 11° workshop di restituzione dei risultati del percorso

20 novembre h 15:30-18:00 - Piattaforma online, Zoom

## REPORT DEI LAVORI

# Indice

Il percorso partecipativo

Il workshop di restituzione dei risultati del percorso

- I risultati del percorso partecipativo
- Il Piano di Gestione e il Piano pluriennale delle azioni
- La partecipazione al percorso: analisi dei dati
- L'interazione digitale: impressioni, spunti di miglioramento e aspettative future
- I partecipanti al workshop del 20 novembre

Contatti

Allegati

**Pag. 4**

**Pag. 6**

**Pag. 8**

**Pag. 9**

**Pag. 11**

**Pag. 13**

**Pag. 18**

**Pag. 15**

**Pag. 19**

**Pag. 20**

## Il percorso partecipativo

Nel mese di febbraio 2024 ha preso avvio il percorso partecipativo “**Costruiamo insieme Destinazione Marmilla**” promosso dal **GAL Marmilla** e realizzato con il supporto tecnico della società Poliste srl Società Benefit.

Il primo incontro istituzionale si è tenuto l’8 aprile a Baradili, presso la sede del GAL Marmilla, e ha visto la partecipazione di diversi amministratori locali e dei rappresentanti dei Consorzi locali e dell’Unione dei Comuni, interessati a portare il proprio contributo alla discussione, raccontare le iniziative in corso nel territorio e le possibili sinergie attivabili con il percorso in partenza.

A seguito di questo primo appuntamento si è aperta la **fase di coinvolgimento rivolta a cittadini e cittadine, consorzi, imprese, reti di imprese, associazioni e realtà del terzo settore, amministrazioni pubbliche e istituzioni locali, istituzioni scolastiche e tutta la società civile**, con l’obiettivo di informare, sensibilizzare, animare e coinvolgere le comunità **dei 43 Comuni della Marmilla** in un processo di ascolto e confronto per **costruire l’offerta turistica del territorio e la futura Destinazione Turistica della Marmilla**.

I comuni coinvolti nel percorso sono: Albagiaia, Ales, Assolo, Asuni, Baradili, Baressa, Barumini, Collinas, Curcuris, Furtei, Genuri, Gesturi, Gonnoscodina, Gonnosnò, Gonnostamatza, Las Plassas, Lunamatrona, Masullas, Mogorella, Mogoro, Morgongiori, Nureci, Pau, Pauli Arbarei, Pompu, Ruinas, Segariu, Senis, Setzu, Siddi, Simala, Sini, Siris, Tuili, Turri, Uras, Usellus, Ussaramanna, Villa Sant'Antonio, Villa Verde, Villamar, Villanovaforru, Villanovafranca.



**Il presente report** illustra i risultati dei **lavori del workshop** che si è tenuto il **20 novembre online sulla piattaforma di videoconferenza Zoom**, a cui hanno preso parte, in totale, **15 partecipanti**.

## Il workshop di restituzione dei risultati del percorso

Il 20 novembre si è tenuto il workshop conclusivo del percorso partecipativo **«Costruiamo insieme Destinazione Marmilla»**, avviato lo scorso aprile e articolato in dieci incontri, svolti sia in modalità online che in presenza nei territori della Marmilla. Il workshop ha rappresentato un momento di fondamentale importanza per **consolidare i risultati del percorso partecipativo** e per **tracciare una visione condivisa**, orientata al rafforzamento della competitività e dell'attrattività turistica della Marmilla, promuovendo uno sviluppo territoriale sostenibile e valorizzando in modo sinergico le risorse del territorio.

L'incontro è stato aperto dai saluti istituzionali del Presidente del GAL Marmilla, **Matteo Castangia**, che ha espresso vivo apprezzamento per l'impegno, la dedizione e la costanza dimostrati dai numerosi operatori turistici coinvolti durante tutto il percorso. Nel suo intervento, il Presidente ha sottolineato il valore strategico del progetto come strumento per rafforzare l'identità territoriale e favorire la costruzione di una rete turistica solida e collaborativa, pilastro essenziale per lo sviluppo sostenibile del territorio.

Successivamente, il Direttore del GAL Marmilla, **Maurizio Manias**, ha ribadito l'importanza di un coinvolgimento attivo e sinergico degli operatori turistici, degli enti istituzionali, dei consorzi e delle fondazioni già presenti sul territorio. Tale approccio è indispensabile per creare un sistema turistico integrato,

capace di valorizzare il patrimonio paesaggistico, culturale e sociale della Marmilla. Il Direttore ha inoltre evidenziato la necessità di consolidare i risultati emersi dal percorso partecipativo, proponendo attività di accompagnamento e sperimentazione concreta dei prodotti turistici individuati, in una prospettiva di integrazione con la nuova programmazione europea.

## I risultati del percorso partecipativo

La prima sessione di lavori è stata dedicata alla **restituzione dei risultati** del **percorso partecipativo**, con un'analisi approfondita delle **attività svolte** e dei principali **esiti emersi**. Durante il workshop sono stati ripercorsi i momenti più significativi del percorso, con particolare attenzione ai principali **prodotti turistici** identificati nel territorio della Marmilla: **culturale e archeologico, esperienziale, outdoor, benessere (well-being)** ed **enogastronomico**.

Sono stati presentati i risultati delle attività di **co-progettazione**, tra cui le **ipotesi di pacchetti turistici** elaborate durante i lavori di gruppo del 4 giugno e le iniziative mirate al **potenziamento dell'offerta turistica individuale**, sviluppate nel workshop del 17 ottobre.

Per maggiori dettagli, negli allegati sono disponibili le **slide utilizzate durante l'incontro**, che sintetizzano i contenuti e i dati presentati.



## Il Piano di Gestione e il Piano pluriennale delle azioni

Nella parte centrale del workshop, **Lucia Montalbano** ha presentato due documenti strategici fondamentali per il futuro della destinazione Marmilla: il **Piano di gestione** e il **Piano pluriennale delle azioni 2025-2027**. Il **Piano di gestione** rappresenta una guida operativa per lo sviluppo di un'offerta turistica differenziata e attrattiva, valorizzando le peculiarità di ogni Comune del territorio. Questo documento punta a coordinare le attività degli operatori turistici attraverso una **DMO Marmilla** (Destination Management Organization), il cui ruolo sarà quello di gestire e promuovere il sistema turistico locale, sviluppare e integrare prodotti turistici autentici e innovativi, e posizionare Marmilla come una destinazione attrattiva e competitiva sui mercati nazionali e internazionali.

Il **Piano pluriennale delle azioni 2025-2027** propone un approccio concreto e operativo per il consolidamento della destinazione. Tra le azioni previste figurano la creazione di un catalogo dell'offerta turistica che raccoglie le proposte degli operatori locali e la realizzazione di un portale di destinazione, affiancato dalla gestione attiva dei social media per garantire una presenza digitale efficace. Altre iniziative includono lo sviluppo del **Brand Marmilla**, rappresentato da un logo, un payoff e un'immagine coordinata distintiva, e il lancio di campagne promozionali online e attività di influencer marketing per aumentare la visibilità del territorio. È prevista inoltre una significativa attività di comunicazione, sia interna che esterna, per promuovere le attrattive della Marmilla e consolidarne la reputazione sia nel mercato B2B che B2C.

Questi documenti costituiscono una base solida per il rafforzamento e la crescita della destinazione, ponendo le fondamenta per una Marmilla riconoscibile, strutturata e capace di attrarre un pubblico diversificato grazie alla valorizzazione delle sue risorse e alla creazione di un'identità turistica forte e distintiva.

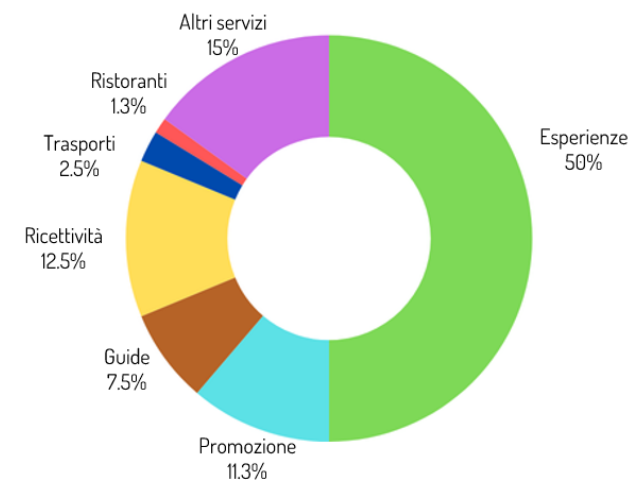
Negli allegati sono disponibili le **slide presentate durante l'incontro**, che offrono una sintesi dettagliata dei contenuti esposti.

## La partecipazione al percorso: analisi dei dati

A seguito dell'intervento di Lucia Montalbano, sono stati presentati i **dati relativi alla partecipazione** degli operatori al percorso partecipativo. L'obiettivo principale di questa analisi è stato quello di offrire una **panoramica chiara e dettagliata** sull'impegno dimostrato dagli operatori, sui **territori coinvolti** e sulle diverse **tipologie turistiche rappresentate**, sottolineando il **valore aggiunto** apportato da ciascun partecipante al processo di **co-progettazione**.

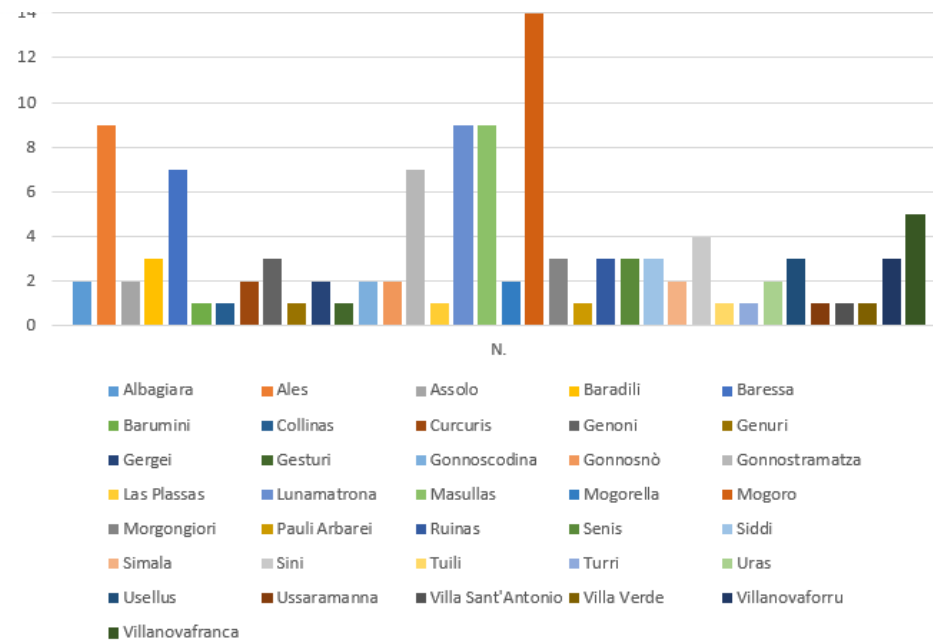
Il percorso ha registrato la **partecipazione di oltre 130 operatori**, con un totale di quasi **300 presenze** tra workshop e laboratori. Di questi, **80 operatori turistici** provenienti da **36 comuni del territorio della Marmilla** hanno preso parte attivamente ai lavori, portando con sé una vasta gamma di **esperienze e competenze**.

- 136 partecipanti unici
- 292 presenze ai workshop e laboratori
- 80 operatori turistici



Questo coinvolgimento ha messo in evidenza la **ricchezza e il dinamismo** del territorio, dimostrando il forte interesse e la volontà degli attori locali di contribuire al rafforzamento e alla valorizzazione dell'offerta turistica della Marmilla.

- L'istogramma rappresenta la distribuzione geografica dei partecipanti suddivisi per Comuni del territorio della Marmilla;
- 36 su 43 Comuni del territorio della Marmilla



## L'interazione digitale: impressioni, spunti di miglioramento e aspettative future

A conclusione dell'incontro, è stata attivata un'interazione digitale con i partecipanti, pensata per **raccogliere impressioni sul percorso** svolto, individuare **margini di miglioramento** e delineare insieme **aspettative e azioni future**.

I risultati hanno evidenziato **grande soddisfazione** per l'**organizzazione**, l'**approccio partecipativo** e la **valorizzazione del territorio**, rafforzando il **senso di rete** tra operatori. Tra i **suggerimenti**, è emersa la necessità di includere momenti di **sperimentazione pratica**, ampliare il **coinvolgimento** delle realtà locali e mantenere una **comunicazione continua**. Per il futuro, i partecipanti auspicano una **crescita graduale** del progetto, accompagnata da **sostegno operativo**, **bandi dedicati** e un **accompagnamento strutturato** per sviluppare **prodotti turistici innovativi** e **distintivi** per la Marmilla.

Si riportano a seguire i risultati emersi.

## Cosa hai apprezzato del percorso realizzato?

L'organizzazione, la competenza e gli strumenti utilizzati

L'approccio allo sviluppo

Mi piace il clima di collaborazione e l'incontro di tante attività

La possibilità di conoscere le potenzialità del territorio!

Il progetto ha messo in risalto le ricchezze culturali, storiche e paesaggistiche della Marmilla

La possibilità di conoscere la realtà del territorio già operante, di condividere e co-costruire insieme

Sono studentessa in Management e Marketing della destinazioni turistiche. Ho apprezzato il riscontro con la realtà, la volontà di fare rete, l'approccio partecipativo, l'impegno verso innovative modalità

L'organizzazione e l'attenzione da parte del Gal mettendoci uno strumento in mano per la cooperazione e l'inizio con i processi partecipativi di rete

La partecipazione e il coinvolgimento degli operatori

## Cosa non hai apprezzato?

Nulla

---

Nulla in particolare

E' andato tutto bene

Nulla

Sinceramente non ho rilevato aspetti negativi.

Avere incontri in diverse sedi che possono essere quelle delle realtà coinvolte nella costituzione della rete

## Suggerimenti di miglioramento

Fare esperienze pratiche come preannunciato, sperimentare e conoscere cosa offre il territorio, al fine di consigliarlo

Coinvolgimento maggiore, se possibile, di coloro che vivono nel territorio

Cercare di coinvolgere più attività e persone possibili in modo tale da creare una vasta gamma di esperienze

Sperimentazione dei prodotti definiti intesi a valutarne la validità. Conferenza stampa di diffusione dei risultati

Possibilità di comunicare anche oltre la riunione?



## Aspettative e azioni comuni per il futuro

Graduale crescita del progetto

La crescita delle nostre piccole realtà

Mi aspetto che questa iniziativa dia i suoi frutti e che coinvolga tutte le attività del territorio

Accompagnamento alla creazione dei prodotti turistici poco sviluppati

Proseguire nel percorso, anche con semplici momenti di confronto e continuare, in qualità di operatori ad essere supportati e accolti.

Mi aspetto partecipazione e impegno da parte degli operatori. Il processo è innovativo e richiede sforzi da parte degli stakeholder

Bandi che consentano agli operatori di realizzare le iniziative premiando i cooperatori

## I partecipanti al workshop del 20 novembre

N.	Nome	Cognome	Organizzazione
1	Giampaola	Arru	Geoturismo Sardegna
2	Sara	Cilloco	Università di Cagliari
3	Teresina	Deidda	Libero professionista
4	Sonia	Fanari	Cooperativa Istoria
5	Francesca	Ghiani	CEAS Masullas Parte Montis
6	Simone	Lilliu	Arreu in s'Isula
7	Maristella	Locci	Cooperativa Serzela
8	Sergio	Olla	Giara Bus di Olla Sergio & C. SNC
9	Patricia	Piliang	Politecnico di Milano
10	Vilma	Pilloni	Turismo in Marmilla Soc. Coop.
11	Luigi	Pintori	Libero professionista
12	Andrea	Sardu	Mudregu.it
13	Annamaria Valeria	Sonego	Il Mandorlo Albergo Diffuso
14	Gabriella	Testoni	Società Agricola Adelaide
15	Graziella	Tuveri	Cos.Med. - Cosmesi Mediterranea

N.	Nome	Cognome	Organizzazione
16	Valentina	Chillemi	AT Poliste Società Benefit
17	Carolina	Corona	AT Poliste Società Benefit
18	Serenella	Paci	AT Poliste Società Benefit
19	Davide	Vitiello	AT Poliste Società Benefit
20	Lucia	Montalbano	AT Ftourism
21			
22	Matteo	Castangia	GAL Marmilla
23	Sara	Cogotti	GAL Marmilla
24	Maurizio	Manias	GAL Marmilla

## Contatti



[destinazionemarmilla@gmail.com](mailto:destinazionemarmilla@gmail.com)



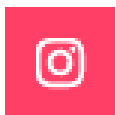
[www.galmarmilla.it](http://www.galmarmilla.it)



[Gal della Marmilla](#)



piattaforma partecipativa



[Gal Marmilla](#)

**COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA**



Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale  
(Európa investí nelle zone rurali)



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



CONSIGLIO REGIONALE DELLA SARDEGNA  
PSR Sardegna  
2014-2020



## ALLEGATI

- **Slide di restituzione degli incontri del percorso partecipativo «Costruiamo Destinazione Marmilla»**
  - **Slide di restituzione dei risultati tecnici**

# Slide di restituzione degli incontri del percorso partecipativo «Costruiamo Destinazione Marmilla»

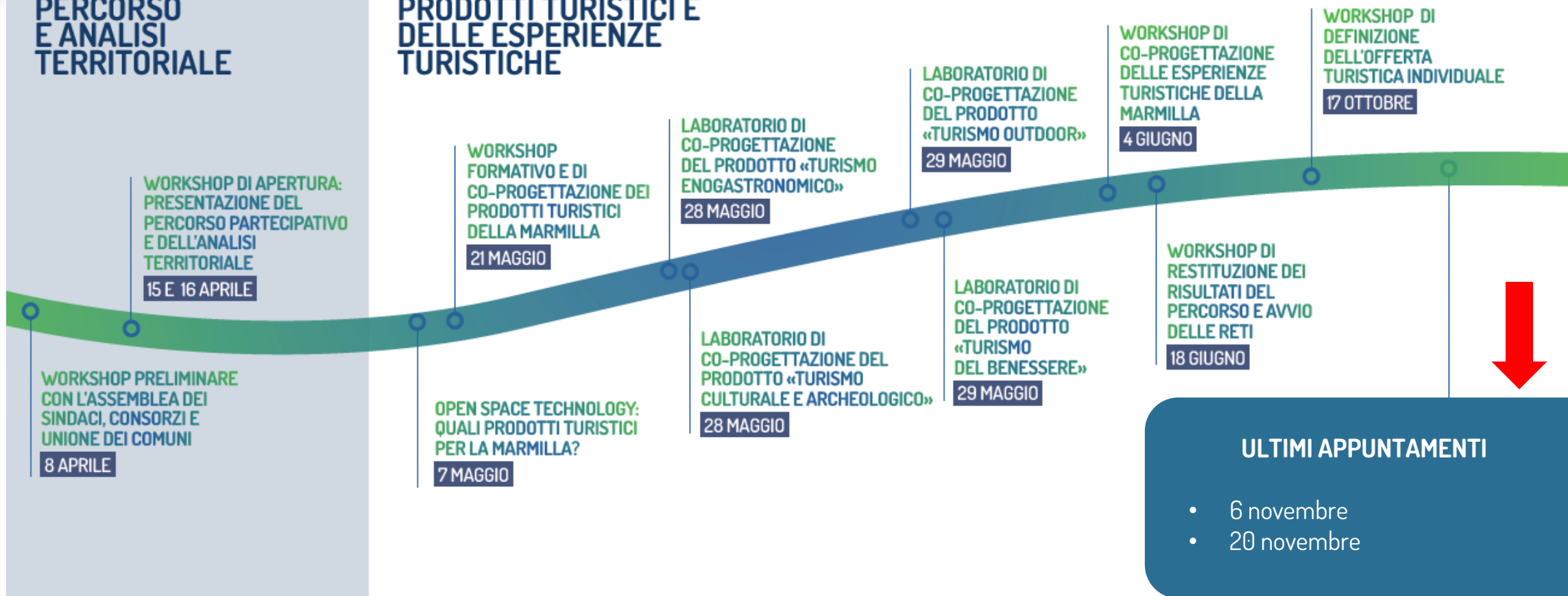
# OBIETTIVI DELL'INCONTRO DI OGGI

- ripercorrere le tappe del percorso partecipativo realizzato in questi mesi soffermandoci sulla partecipazione e il coinvolgimento degli attori locali;
- restituire i risultati del percorso di co-progettazione e presentare i Piani elaborati sulla base dell'ascolto;
- ipotizzare alcune attività da realizzare nei prossimi mesi.

# GLI INCONTRI DEL PERCORSO PARTECIPATIVO

## AVVIO DEL PERCORSO E ANALISI TERRITORIALE

## CO-PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI E DELLE ESPERIENZE TURISTICHE



# L'APPROCCIO PARTECIPATIVO, LE METODOLOGIE E GLI STRUMENTI

I lavori degli incontri sono stati condotti secondo tre linee direttrici principali:

- un **approccio partecipativo**, orientato all'inclusione e all'ascolto di esigenze e punti di vista differenti, con l'utilizzo di **metodologie e strumenti** strutturati e certificati;
- il **coinvolgimento attivo degli attori** che hanno permesso lo svolgimento di workshop come reali occasioni di confronto, ascolto, apprendimento e co-progettazione;
- le **attività di informazione e comunicazione** per massimizzare la partecipazione e la diffusione dei risultati.



Poliste srl SB is Official Representative for Italy





# LA COMUNICAZIONE E GLI STRUMENTI



## COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA

SCRIVIAMO E SCOPRIAMO INSIEME TUTTI I PERCORSI, I PAESAGGI E I CIBI, I MONUMENTI E GLI OGGETTI, GLI UOMINI, LE DONNE E I LORO RACCONTI DI QUESTA MARMILLA CHE DIVENTA UN ECOMUSEO A CIELO APERTO.

PARTECIPA AD UNO DEI DUE WORKSHOP DI AVVIO DEL PERCORSO

**LUNEDÌ 15 APRILE - ALES**  
**ORE 16:30-18:30** Sala riunioni dell'Unione dei Comuni "Alt" via Anselmo Todda n.18  
**MARTEDÌ 16 APRILE - LUNAMATA**  
**ORE 16:30-18:30** Sala Conferenze del Museo Sa Corona A Loc. Spinarda, strada Lunamatrona - Co



Gentilissime e Gentilissimi,

vi scriviamo per comunicarvi che **martedì 21 maggio** dalle 16:30 alle 18:30 si terrà il prossimo incontro del percorso partecipativo **Costruiamo Insieme Destinazione Marmilla**. L'incontro, che si svolgerà in modalità online sulla piattaforma Zoom, avrà un taglio più formativo e di co-progettazione e sarà utile a capire cosa sia un prodotto turistico e come si costruisce. Durante il laboratorio saranno inoltre individuati insieme i prodotti turistici della Marmilla che saranno oggetto dei successivi incontri tematici.

**Clicca qui e iscriviti al workshop formativo sui prodotti turistici del 21 maggio!**

I prossimi incontri del percorso si svolgeranno:

- **martedì 28 maggio dalle 16:30 alle 19:30** - Workshop formativo e di co-progettazione dei prodotti turistici della Marmilla
- **mercoledì 29 maggio dalle 16:30 alle 19:30** - Workshop formativo e di co-progettazione dei prodotti turistici della Marmilla
- **martedì 4 giugno dalle 16:30 alle 19:30** - Workshop formativo e di co-progettazione delle esperienze turistiche

**Renzo Iba, Presidente del GAL Marmilla Maurizio Manias, Direttore del GAL Marmilla**

www.galmarmilla.it



17 PROPOSTE Nuova proposta +

Ordina le proposte per: A caso ▼ Risultati per pagina: 20 ▼

Il modulo sottostante filtra dinamicamente i risultati della ricerca quando le condizioni di ricerca vengono modificate.

Cerca  Q

CATEGORIA

- Tutti
- Ambito benessere (attività olistiche, well-being etc.)
- Ambito enogastronomia (aziende agricole, cantine, agriturismi, ristorazione etc.)
- Ambito ricettività (B&B, hotel, albergo diffuso, campeggio etc.)
- Ambito servizi turistici (agenzia di comunicazione, tour operator, servizi di trasporto e noleggio etc.)
- Ambito cultura e archeologia (musei, patrimonio archeologico, artigianato, tradizioni etc.)
- Ambito outdoor e turismo attivo (ecoturismo, cicloturismo, escursionismo etc.)

**Vivisardinia Outdoor Experience**  
Vivisardinia

Vivisardinia nasce dall'entusiasmo e dalla passione di Viviana, guida ambientale escursionistica...

Ambito outdoor e turismo attivo (ecoturismo, cicloturismo, escursionismo etc.)

CREATO IL 24/07/2024 ▲ 18 SEGUI ◀ 1 ■ 0

**VISUALIZZA LA PROPOSTA**

**Asd centro equestre il giardino**  
Centro equestre Il Giardino

L'ASD Il Giardino nasce nel 2011, dal sogno di due giovani ragazzi, un sogno che oggi è diventato...

Ambito outdoor e turismo attivo (ecoturismo, cicloturismo, escursionismo etc.)

CREATO IL 12/07/2024 ▲ 17 SEGUI ◀ 1 ■ 0

**VISUALIZZA LA PROPOSTA**



Gentilissime e Gentilissimi,

ringraziandovi per la partecipazione al workshop di avvio del processo partecipativo "Costruiamo Insieme Destinazione Marmilla", vi invitiamo a partecipare al grande laboratorio partecipativo che si terrà **martedì 7 maggio** dalle 15:00 alle 20:00 e **Lunamatrona**, presso il Museo Sa Corona Arbù. Il laboratorio sarà realizzato con la metodologia Open Space Technology, spazio aperto di discussione in cui i partecipanti possono esprimere liberamente idee e opinioni e il cui risultato è sempre di straordinaria creatività e responsabilità.

**Clicca qui e iscriviti all'OST del 7 maggio!**

Il percorso di **progettazione partecipata**, realizzato in collaborazione con Poliste Società Benefici, coinvolge tutti i 43 comuni facenti parte del territorio della Marmilla ed è strutturato in una decina di incontri territoriali che hanno preso il via ad aprile 2024 e proseguiranno nei mesi a seguire sino all'autunno.

Gli appuntamenti - rivolti a istituzioni, imprese, associazioni e cittadini e tutti coloro i quali siano interessati a partecipare - sono occasione di informazione, condivisione, ascolto e animazione territoriale e hanno l'obiettivo di stimolare il dialogo e il confronto attivo tra le comunità che abitano il territorio, conoscere le attività e le iniziative già in essere e contribuire alla costruzione di una strategia turistica di Prodotto-Destinazione.

Il percorso rappresenta inoltre un momento di conoscenza e socializzazione, di networking e creazione di connessioni, in cui tutti i partecipanti potranno portare un contributo alla costruzione di **prodotti turistici integrati** della Marmilla.

**Renzo Iba, Presidente del GAL Marmilla**  
**Maurizio Manias, Direttore del GAL Marmilla**



**SAVE THE DATE**

**VUOI POTENZIARE LA TUA OFFERTA TURISTICA? PARTECIPA AL LABORATORIO!**

**GIOVEDÌ 17 OTTOBRE**  
**ORE 15.30-18.00**  
**SEDE DEL GAL MARMILLA**  
**VIA BARESSA N.2**

Buongiorno,

Le scrivo per invitarla a partecipare al prossimo workshop del percorso partecipativo "Costruiamo Insieme Destinazione Marmilla" che sarà dedicato a migliorare e rafforzare i prodotti turistici degli operatori del territorio, con il supporto di Josep Ejarque, esperto in marketing turistico e gestione delle destinazioni. Durante l'incontro, riceverà consigli pratici per sviluppare la sua offerta turistica rendendola capace di distinguersi dalle altre e attrarre più visitatori.

Il workshop si terrà:

- Giovedì, 17 ottobre**
- Sede del GAL Marmilla, Via Baressa n.2, Baradili**
- Dalle 15:30 alle 18:00**

Può iscriversi al workshop cliccando su questo link:  
<https://bit.ly/3XJmNmC>  
 Non perda questa occasione, la aspettiamo!

14:59 ✓

## Post di Gal della Marmilla



Gal della Marmilla

16 ottobre · 🌐

Vi aspettiamo domani, giovedì 17 ottobre, al workshop dedicato al potenziamento dell'offerta turistica individuale rivolto agli operatori turistici del territorio ma aperto a chiunque desideri partecipare.

Sede del GAL Marmilla, Via Baresa n.2, Baradilli  
Dalle 15:30 alle 18:00

Per iscriversi clicca su questo link <https://bit.ly/47UpYMN>

#CostruiamoInsiemeDestinazioneMarmilla #SviluppoSostenibile #DestinazioneTuristica #TurismoSostenibile #Marmilla #SviluppoLocale #GALMarmilla #PartecipazioneAttiva #futurosostenibile  
Poliste

PERCORSO PARTECIPATIVO  
COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA

**SAVE THE DATE**

**VUOI POTENZIARE LA TUA OFFERTA TURISTICA? PARTECIPA AL LABORATORIO!**

**GIOVEDÌ 17 OTTOBRE  
ORE 15.30-18.00  
SEDE DEL GAL MARMILLA  
VIA BARESSA N.2**

PERCORSO PARTECIPATIVO  
COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA

**SAVE THE DATE**

**WORKSHOP DI RESTITUZIONE DEI RISULTATI DEL PERCORSO E AVVIO DELLE RETI**

**MARTEDÌ 18 GIUGNO  
DALLE 17:00 ALLE 18:30  
PIATTAFORMA ZOOM**

SCRIVIAMO E SCOPRIAMO INSIEME TUTTI I PERCORSI, I PAESAGGI E I CIBI, I MONUMENTI E GLI OGGETTI, GLI UOMINI, LE DONNE E I LORO RACCONTI DI QUESTA MARMILLA CHE DIVENTA UN ECOMUSEO A CIELO APERTO.

**COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA**



### Aiutaci a conoscere gli operatori della Marmilla!

Questo modulo ha l'obiettivo di **conoscere meglio gli operatori della Marmilla**, al fine di coinvolgerli nel percorso di costruzione della Destinazione turistica e **fare rete nel territorio**.

Ti chiediamo quindi, compilando il modulo, di **aiutarci a raggiungere altre persone** potenzialmente interessate a partecipare al percorso: collaboratori, amici, appassionati, curiosi...le porte sono aperte a tutti e **tutti sono i benvenuti!**

lauracarolina.corona@gmail.com [Cambia account](#)

\* Indica una domanda obbligatoria

Email \*

Il tuo indirizzo email

Nome \*

La tua risposta

Cognome \*

PERCORSO PARTECIPATIVO  
COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA

**SAVE THE DATE**

**WORKSHOP DI RESTITUZIONE DEI RISULTATI DEL PERCORSO E AVVIO DELLE RETI**

**MARTEDÌ 18 GIUGNO  
DALLE 17:00 ALLE 18:30  
PIATTAFORMA ZOOM**



Piace a [davide.vitiello](#) e altri

12 giugno

Aggiungi un commento...

Pubblica

**COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA**



# I PANNELLI INFORMATIVI

PERCORSO PARTECIPATIVO COSTRUIMMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA

## IL TURISMO CULTURALE E ARCHEOLOGICO

Il turismo culturale si riferisce allo spostamento di persone mosso da interessi culturali, come la visita a monumenti, aree archeologiche e centri storici. Secondo l'ISNART (2023), questo tipo di turismo sta vivendo un rilancio, con un crescente interesse per i piccoli centri e le città d'arte minori, ricchi di tesori nascosti. Una definizione più moderna lo considera come un'opportunità per i turisti di arricchire la propria conoscenza attraverso esperienze culturali, che includono la partecipazione a eventi, laboratori artigianali e attività artistiche, sempre alla ricerca di autenticità e unicità.

Le principali motivazioni che spingono i turisti verso queste destinazioni includono la visita a centri storici, monumenti, palazzi, chiese, musei e siti archeologici, tutti elementi che contribuiscono a creare un'esperienza culturale e coinvolgente.



### IL TURISMO CULTURALE E ARCHEOLOGICO IN MARMILLA

La Marmilla vanta un ricco patrimonio archeologico e culturale, con musei e laboratori che rispondono alle tendenze attuali del turismo culturale. Tuttavia, per valorizzare pienamente queste risorse, è necessaria un'offerta strutturata e costante, accessibile non solo alle scolaresche o in periodi limitati, ma fruibile tutto l'anno. Un approccio più informale e creativo potrebbe favorire il coinvolgimento dei visitatori, promuovendo esperienze turistiche immersive.

Per esempio, si potrebbero sviluppare proposte di turismo creativo, come laboratori di tessitura o di lavorazione del legno, che offrono ai visitatori l'opportunità di partecipare attivamente e scoprire le tradizioni artigianali del territorio. La collaborazione tra istituzioni e siti culturali sarà fondamentale per strutturare e promuovere un prodotto turistico archéo-culturale solido e attraente, che possa fermarci come un importante bene risorse economica e culturale per il territorio.



### I TREND DEL TURISMO CULTURALE E ARCHEOLOGICO

Per quanto riguarda i trend di questa tipologia di turismo, si possono evidenziare i seguenti punti:

- **Educativo:** il turista cerca un mix di elementi culturali, educativi e divertimenti, combinando apprendimento e svago.
- **Cultura con il "C"** minuscola accanto a mostre e musei tradizionali, si stanno affermando eventi come concerti, rappresentazioni e rievocazioni storiche, che arricchiscono l'offerta culturale.
- **Esperienze interattive, partecipative, attive:** i visitatori vogliono essere coinvolti in attività esperienziali, partecipando attivamente alle proposte culturali.
- **Immersione:** i turisti cercano il contatto diretto con l'autenticità e con la popolazione locale, per vivere esperienze

genuine e non mediate.
• **Interattività e sperimentazione:** cresce l'interesse per modalità di fruizione interattive e sperimentali, che permettono un coinvolgimento attivo.
• **Break:** aumenta la motivazione del turista di scappare dalla quotidianità, alla ricerca di una pausa rigenerante attraverso la cultura.
• **Cultura contemporanea più che classica:** cresce l'attrazione verso la cultura

PERCORSO PARTECIPATIVO COSTRUIMMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA

## IL TURISMO WELL-BEING

La World Tourism Organization (WTO) definisce il turismo well-being come un tipo di attività turistica che aspira a migliorare ed equilibrare gli ambiti principali della vita umana: **fisici, mentali, emozionali, occupazionali, intellettuali e spirituali**. La motivazione principale del turista di well-being è migliorare la qualità della propria vita attraverso attività come **esercizio fisico, alimentazione, rilassamento e trattamenti curativi**. Altre motivazioni includono la ricerca di **pace interiore e la disconnessione** dallo stress lavorativo, favorendo il rilassamento e la ricomunicazione con se stessi.

Una destinazione di well-being è un territorio dotato di risorse e imprese che offrono beni, servizi ed esperienze turistiche mirate al benessere (non necessariamente legato a wellness, terme o spa). L'obiettivo è creare un'offerta turistica aggregata, con un forte valore esperienziale, che consenta ai visitatori di migliorare il proprio benessere fisico e mentale. L'offerta di queste destinazioni è particolarmente valorizzata quando le attività si svolgono in un ambiente naturale di pregio, con un alto grado di personalizzazione e un elevato livello di soddisfazione del cliente.

Il concetto attuale di vacanza well-being si concentra su **benessere, attività fisica** in un ambiente di qualità, e **fruizione del territorio** e dei suoi servizi per migliorare lo stato psico-fisico del turista. Si tratta di destinazioni in cui tutti i servizi per i turisti sono orientati al relax, al riposo e al miglioramento personale, attraverso attività che permettono loro di rilassarsi.

### IL TURISMO WELL-BEING IN MARMILLA

La Marmilla ha un grande potenziale per diventare una destinazione di benessere grazie alle sue risorse naturali e culturali. Tuttavia, per offrire un'esperienza completa, è necessario un'offerta turistica mirata, che consenta ai visitatori di migliorare il proprio benessere fisico e mentale. L'offerta di queste destinazioni è particolarmente valorizzata quando le attività si svolgono in un ambiente naturale di pregio, con un alto grado di personalizzazione e un elevato livello di soddisfazione del cliente.

La Marmilla ha un grande potenziale per diventare una destinazione di benessere grazie alle sue risorse naturali e culturali. Tuttavia, per offrire un'esperienza completa, è necessario un'offerta turistica mirata, che consenta ai visitatori di migliorare il proprio benessere fisico e mentale. L'offerta di queste destinazioni è particolarmente valorizzata quando le attività si svolgono in un ambiente naturale di pregio, con un alto grado di personalizzazione e un elevato livello di soddisfazione del cliente.



La Marmilla ha un grande potenziale per diventare una destinazione di benessere grazie alle sue risorse naturali e culturali. Tuttavia, per offrire un'esperienza completa, è necessario un'offerta turistica mirata, che consenta ai visitatori di migliorare il proprio benessere fisico e mentale. L'offerta di queste destinazioni è particolarmente valorizzata quando le attività si svolgono in un ambiente naturale di pregio, con un alto grado di personalizzazione e un elevato livello di soddisfazione del cliente.

### ELEMENTI CARATTERIZZANTI LE DESTINAZIONI DI BENESSERE

Una destinazione turistica di well-being deve avere alcuni elementi chiave per garantire il benessere dei turisti. I principali sono:
• **Risorse naturali, culturali, storiche e spirituali:** la destinazione deve offrire un contesto ricco di bellezze naturali e patrimonio culturale, storico e spirituale, che contribuiscono a un'esperienza completa.
• **Stile di vita sano:** una componente essenziale è la presenza di una gastronomia locale che promuova la cucina sana, in linea con uno stile di vita salutare.
• **Risorse umane e competenze:** la destinazione deve disporre di professionisti con competenze specifiche nel campo del benessere, capaci di offrire servizi di qualità.
• **Servizi specifici per il benessere:** strutture come beauty farm, spa, hotel spa, aree massaggi, ecc., devono essere presenti per soddisfare le esigenze dei visitatori orientati al benessere.
• **Combinação di offerte di benessere con altre**

## IL TURISMO ESPERENZIALE

L'obiettivo è creare esperienze memorabili che lascino un impatto duraturo, trasformando il viaggio in un percorso di scoperta e crescita personale. Questo approccio è trasversale e può essere applicato a diverse forme di turismo, come quello enogastronomico o il turismo creativo, arricchendo ogni esperienza grazie alla partecipazione attiva del turista. Il turismo esperienziale offre un valore aggiunto, trasformando la visita in un'opportunità per una connessione autentica con il territorio e le sue particolarità. In sintesi, il turismo esperienziale non è una categoria separata, ma un modo di vivere il viaggio che punta a creare connessioni profonde con il territorio e le persone, valorizzando le risorse locali e offrendo esperienze indimenticabili.



TURISMO TRADIZIONALE	TURISMO ESPERENZIALE
Costruzione di un vantaggio competitivo basato sui costi e sulla differenziazione	Costruzione di un vantaggio competitivo fondato sullo sviluppo di miti e di prodotti basati sulla conoscenza
Risorse tangibili	Risorse intangibili
Contesto infrastrutture e servizi basati sulla dotazione di risorse	Contenuto: aggiungere valore al tempo spesso e all'esperienza ottenuta
Miglioramento e modifica di infrastrutture e servizi soprattutto per ridurre i costi	Rinnovamento di vecchi miti ed invenzione di nuovi
Comunità temporanee di vacanza	Identità interconnesse della comunità locale
	Comunità di internauti
	Spazi telematici: condivisione di esperienze, comunicazione fra turisti e con la destinazione, fornitura di materiale supplementare prima e dopo la visita
	Determinato dal tema dell'esperienza
	Teatro dell'iterazione e partecipazione alla produzione dei temi dell'esperienza

## IL TURISMO ENOGASTRONOMICO

La gastronomia è la terza principale motivazione che spinge le persone a viaggiare. Molte destinazioni hanno compreso l'importanza di questo trend e utilizzano le attrazioni turistiche, come avviene in luoghi noti come le Langhe, la Franciacorta e...
tratta più solo di visitare luoghi per la bellezza del paesaggio o per scoprirne il cibo come parte integrante della vacanza. Sempre più persone cercano di andare in vacanza per vivere un'esperienza autentica, che coinvolga tutti i sensi, creando emozioni forti e sono diventate un elemento chiave del turismo esperienziale e trasformativo, in cui il viaggio lascia un segno profondo



I trend del turismo enogastronomico:
• **Sostenibilità:** crescente interesse verso la sostenibilità, non solo nel cibo, ma anche in merito a eventi e strutture turistiche, che diventano sempre più eco-friendly.
• **Chilometro zero e "go local":** la preferenza per prodotti a chilometro zero e per esperienze che valorizzano le risorse locali è in costante crescita.
• **Social eating:** fenomeno in forte crescita tra i viaggiatori che desiderano esperienze enogastronomiche che favoriscano il contatto diretto con la comunità locale.
• **Food well-being:** crescente attenzione al benessere alimentare, con una maggiore consapevolezza del beneficio di una dieta sana e legata ai prodotti del territorio.

PERCORSO PARTECIPATIVO COSTRUIMMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA

## IL TURISMO OUTDOOR

Il turismo outdoor mette al centro l'esperienza di attività fisica all'aperto, offrendo un valore aggiunto che va oltre la semplice visita alla destinazione. Questo settore ha visto una crescita costante, già prima della pandemia, e continua a svilupparsi grazie all'aumento degli appassionati e all'emergere di nuove discipline. Il desiderio di riscoprirsi con la natura e di esplorare territori meno conosciuti rappresenta una delle principali motivazioni che spinge i turisti a scegliere questo tipo di esperienza. Le attività proposte variano dalle più leggere e rilassanti a quelle più adrenaliniche, coprendo un ampio ventaglio di discipline. Le motivazioni principali dietro i viaggi outdoor includono la scoperta di nuovi luoghi, l'avventura, l'incontro con culture differenti e la ricerca di ritorni indetti. Tuttavia, uno degli elementi chiave è anche il benessere che deriva dal praticare attività all'aria aperta.

Il turista outdoor è una persona che sceglie la propria esperienza di vacanza basandosi sulla possibilità di praticare attività all'aperto. Non necessariamente è un atleta o un viaggiatore che si dedica esclusivamente allo sport; spesso è spinto dal desiderio di entrare in contatto con la natura e godere del benessere che essa offre. Questo tipo di turista ricerca ambienti naturali che combinino comfort, tranquillità e la possibilità di vivere esperienze di qualità in totale sicurezza.



### IL TURISMO OUTDOOR IN MARMILLA

Il turismo outdoor in Marmilla possiede un enorme potenziale, grazie alla varietà di esperienze all'aria aperta che può offrire. Il territorio è ideale per offrire ai visitatori interessanti percorsi di avventura, come l'escursionismo, il cicloturismo e l'arrampicata, che offrono avventure e sfide in natura. La Marmilla, con la sua conformazione geografica, facilita l'adozione di spostamenti sostenibili, un elemento sempre più ricercato dai turisti moderni attenti alla sostenibilità e all'impatto ambientale. Con le sue vaste aree naturali, come l'acquedotto di Monte Arcé e la Giara, insieme alle sue ricche archéologiche e agroalimentari, la Marmilla ha tutte le caratteristiche per diventare una destinazione outdoor di riferimento. Il territorio offre un grande potenziale grazie ai suoi sentieri immersi nella natura, come il suggestivo sentiero dell'Ortiana, ma queste risorse non sono ancora sufficientemente valorizzate per rappresentare una forte motivazione di visita. Per questo, è fondamentale potenziare e strutturare meglio l'offerta outdoor, sviluppando una rete di sentieri fruibili a piedi e in bici. Questa rete dovrebbe essere integrata con esperienze culturali e gastronomiche, come degustazioni di prodotti locali e visite ai musei del territorio, al fine di creare un'esperienza più completa e coinvolgente per i visitatori, che rende la Marmilla una meta irrinunciabile per il turismo attivo.

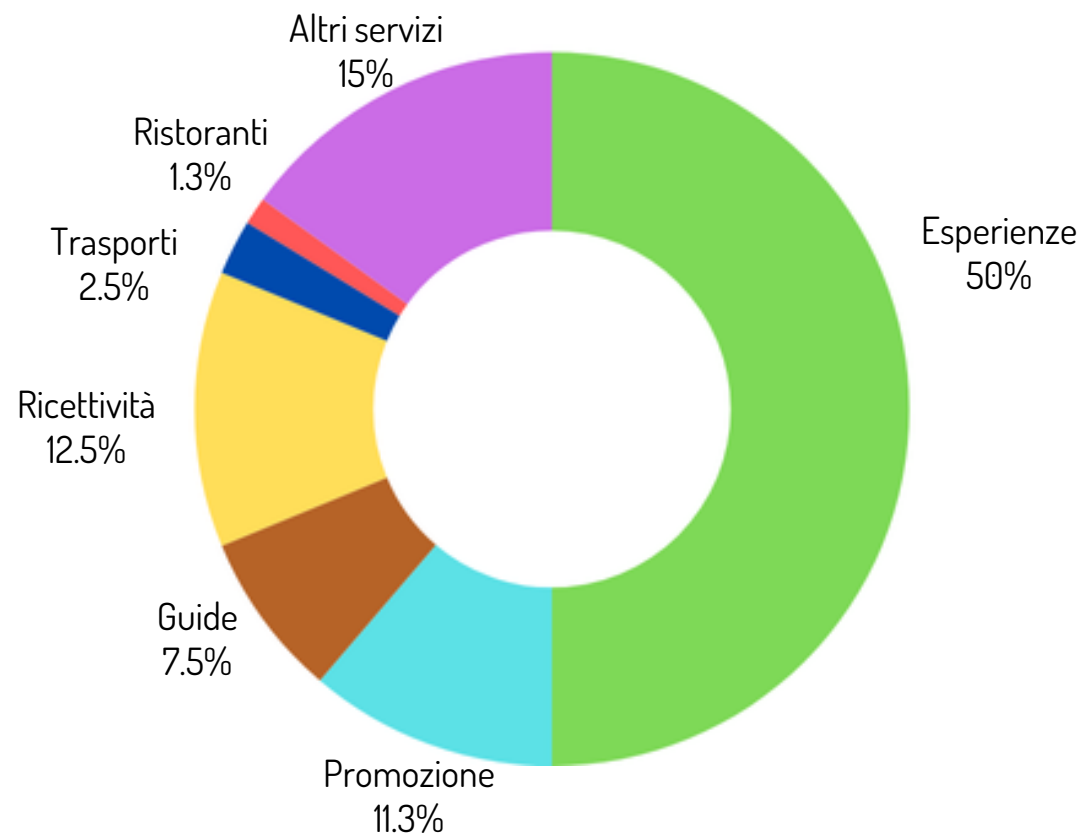
I fattori di competitività della destinazione turistica outdoor:
1. **Ambiente naturale interessante e tutelato:** la presenza di un ambiente naturale di pregio, ben conservato e rispettato, è fondamentale per attrarre turisti interessati all'outdoor.
2. **Varietà di proposte sportive all'aria aperta:** un'ampia gamma di attività sportive e ricreative, adatte a tutti i livelli, rende una destinazione più attraente per il pubblico outdoor.
3. **Strutture/infrastrutture adatte ai diversi livelli di pratica:** la disponibilità di infrastrutture come sentieri, piste ciclabili e altre strutture adatte ai diversi livelli di pratica è cruciale per garantire una fruizione completa e sicura del territorio.
4. **Esperienze autentiche e non artificiali:** i turisti cercano esperienze autentiche, lontane dall'artificialità, che permettano di vivere il contatto con la natura in modo genuino.
5. **Servizi dedicati all'outdoor:** sia nelle strutture ricettive che sul territorio devono essere servizi dedicati a supporto delle attività outdoor, come guide, noleggio attrezzature e mappe.
6. **Strutture ricettive di qualità ma informali:** le

strutture ricettive devono essere di alta informalità e basso impatto ambientale;
• **Ristorazione di qualità e a provenienza locale:** un'offerta di alta qualità e (utilizzo di prodotti) zero, per favorire l'autenticità dell'esperienza.
• **Capacità di accoglienza:** un sistema organizzativo che permetta di accogliere più turisti outdoor.
• **Disponibilità dello staff e capacità di formazione:** personale capace di offrire un'esperienza di qualità e di gestire i bisogni dei turisti interessati all'outdoor.
• **Elevate competenze tecniche e capacità:** il personale deve poter contare su competenze elevate e un sistema organizzativo efficiente per supportare le esigenze dei turisti.
• **Centri di aggregazione con eventi per le community di sportivi:** la presenza di centri di aggregazione che organizzano eventi in momenti di incontro per le community di sportivi è un forte attrattore per i turisti outdoor.
• **Clima, ambiente, architettura e stile delle locali:** un ambiente accogliente e architetture in sintonia con lo spirito outdoor contribuiscono a rendere una destinazione ideale per questo tipo di turismo.

La Marmilla ha un grande potenziale per diventare una destinazione di benessere grazie alle sue risorse naturali e culturali. Tuttavia, per offrire un'esperienza completa, è necessario un'offerta turistica mirata, che consenta ai visitatori di migliorare il proprio benessere fisico e mentale. L'offerta di queste destinazioni è particolarmente valorizzata quando le attività si svolgono in un ambiente naturale di pregio, con un alto grado di personalizzazione e un elevato livello di soddisfazione del cliente.

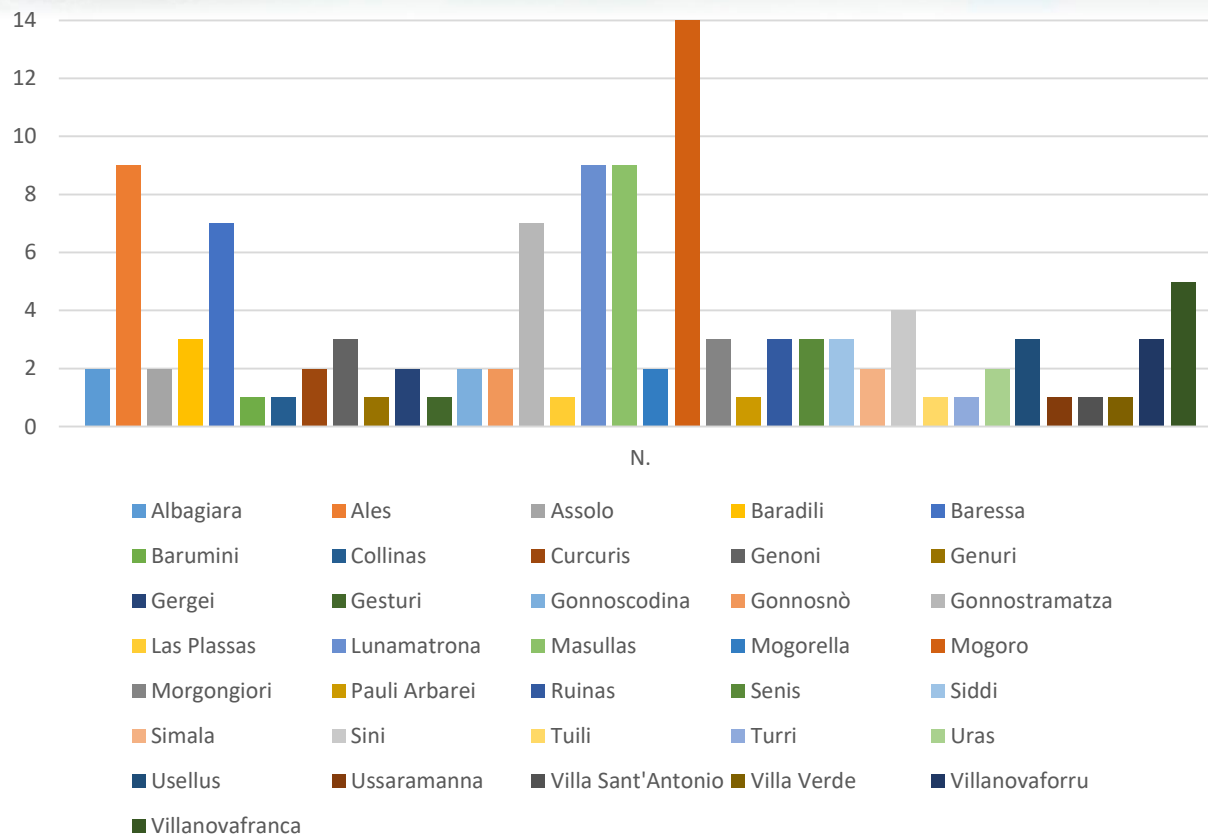
# I PARTECIPANTI AL PERCORSO PER TIPOLOGIA

- 136 partecipanti unici
- 292 presenze ai workshop e laboratori
- 80 operatori turistici



# I PARTECIPANTI AL PERCORSO PER TERRITORIO

- L'istogramma rappresenta la distribuzione geografica dei partecipanti suddivisi per Comuni del territorio della Marmilla;
- 36 su 43 Comuni del territorio della Marmilla





PSR 2014/2020 - MISURA 19SOTTOMISURA 19.2  
"SOSTEGNO ALLO SVILUPPO LOCALE LEADER  
(SVILUPPO LOCALE DI TIPO PARTECIPATIVO CLLD)"

AZIONE DI SISTEMA "ECOMUSEO"

# PERCORSO PARTECIPATIVO COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA



Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
l'Europa investe nelle zone rurali



# Le esperienze turistiche emerse durante il workshop del 4 giugno

**COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA**



# L'esperienza turistica - ambito archeo-culturale e del benessere

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA



## Workshop di co-progettazione delle esperienze turistiche

4 giugno 2024, piattaforma Zoom

<b>Chi ha partecipato al gruppo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maria Anna Camedda sindaco di Baradili</li> <li>Silvia Vizilio Cooperativa Mariposas de Sardinia</li> <li>Vilma Piloni Cooperativa Turismo in Marmilla</li> <li>Emanuela Lobina, contabile</li> <li>Luigi Pintori, esperto di sviluppo locale</li> </ul>
<b>Nome dell'esperienza</b>	
<b>Stato dell'esperienza/attività</b>	X Nuovo Già operativo Da ristrutturare
<b>Luogo</b>	Località in cui si svolge l'attività Genuri-Baradili-Mogoro-Villanovaforru
<b>Tempo di consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stagione Primavera</li> <li>Durata dell'attività (ore, giorni) dal venerdì alla domenica</li> <li>Orari-dal pomeriggio del venerdì al pomeriggio della domenica</li> </ul>
<b>Descrizione del prodotto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tematismo (prodotto outdoor, enogastronomico, <b>archeo-culturale, benessere</b>)</li> <li>Motivazioni a cui risponde (relax, conoscenza, esplorazione, avventura ecc.) relax esplorazione conoscenza immersione dei sensi</li> <li>Segmento target (coppie, famiglie, scuole, sportivi ecc.) <b>famiglia</b></li> </ul>
<b>Mercato obiettivo</b>	Locale Nazionale X Internazionale
<b>Itinerari /fruizione consigliata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Punto di partenza Elmas Aeroporto con transfer minivan (o con noleggio auto) a Villanovaforru</li> <li>Tappe/Punti di interesse</li> <li>Venerdì pomeriggio Visita guidata al Museo Archeologico e visita guidata al Nuraghe Genna Maria con degustazione con prodotti tipici al tramonto</li> <li>Cena e pernottamento hotel Funtana Noa</li> <li>Sabato mattina Genuri-Giara di Setzu e passeggiata guidata</li> <li>Con pranzo alla giara (eventualmente con pranzo al sacco)</li> <li>Baradili- sabato pomeriggio passeggiata in bicicletta (anche e-bike) nei sentieri campestri per immergersi nei mandorli in fiore-Sini con visita agli oliveti millenari.</li> <li>Laboratorio di ravioli legato al racconto del culto di Santa Margherita con cena e visita alla mostra itinerante di Pinocchio sotto le stelle</li> <li>Domenica mattina</li> <li>Mogoro-visita con laboratorio dalle tessitrici</li> <li>Visita in vigna con pranzo in località campestre Cracaxia</li> <li>Punto di arrivo, Mogoro.</li> </ul>
<b>Volume utenti</b>	Quante persone possono prendere parte minimo 4 adulti e 4 bambini
<b>Infrastruttura necessaria per la realizzazione dell'attività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risorse e attrattive</li> <li>Nuraghi</li> <li>Mandorli e olivi</li> <li>Giara con i cavallini i paulis</li> <li>Fioriture della primavera</li> <li>Visita in Vigna</li> <li>Laboratorio di tessitura</li> <li>Laboratorio enogastronomico</li> </ul>

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA



	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cibo locale</li> <li>Turismo attivo (bicicletta e passeggiate)</li> <li>Infrastrutture turistiche (es. ricettività, ristorazione ecc.) ...hotel Funtana noa (Villanovaforru) Case vacanze (Baradili-Genuri) -locali comunali/ pizzerie (Baradili)- Genuri (catering/pranzo al sacco o coinvolgimento persone)</li> <li>Servizi turistici necessari (es. guide) guide turistiche e ambientali/affitto biciclette/transfer/operatori per i laboratori</li> <li>Modalità di accessibilità ?</li> </ul>
<b>Modalità di gestione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risorse umane necessarie (vedi servizi)</li> <li>Tecnologie</li> <li>Or/App interattive per i bambini/postazioni multimediali/mappe interattive</li> <li>Eventuali misure di sicurezza</li> <li>Caschetto per la bicicletta</li> <li>Assicurazioni (?)</li> <li>Costi per l'operatore</li> <li>Dipende</li> <li>Prezzi di vendita dell'esperienza?</li> </ul>
<b>Soggetti /partner coinvolti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cooperativa Turismo in Marmilla</li> <li>Guide Ambientali della Giara</li> <li>Amministrazione Comunale/consorzio due giare per noleggio bike/operatori locali</li> <li>Cooperativa su trobasciu_Mogoro</li> <li>Cantina di Mogoro o Ariu</li> <li>Cooperativa Mariposas (se vogliono l'accompagnamento)</li> </ul>
<b>Ricettività di riferimento</b>	Nome della struttura vedi sopra Distanza
<b>Ristorazione di riferimento</b>	Nome della struttura Distanza
<b>Quali caratteristiche dell'esperienza devono risaltare maggiormente?</b>	Immersione nella natura Plurisensoriale (degustare-visitare-fare) Storia dei luoghi e del territorio che visitano
<b>Quali sono gli elementi emozionali / di memorabilità?</b>	La meraviglia e la bellezza inattesa dei colori, suoni, odori della primavera in Marmilla.
<b>Quali 5 sensi vengono coinvolti?</b>	L'incontro e la relazione con le persone che si conoscono durante il viaggio (es. udito, olfatto, gusto ecc), tutti!
<b>Canali di commercializzazione (dove si vende e promuove l'esperienza)</b>	(Siti web, Tour operator, Agenzie, Fiere ecc.) Tour operator/ Agenzie di viaggio Siti web-Social Fiere
<b>Quali sono i concetti da comunicare</b>	Buon vivere Riconnessione alle cose che ci fanno stare bene Reciprocità nell'incontro Consapevolezza di essere parte della natura Sostenibilità integrale (economica-sociale e ambientale)
<b>Investimenti necessari</b>	(Personale, equipaggiamento, lavori, marketing ecc.)

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA





# I servizi e le esperienze turistiche emerse durante il workshop del 4 giugno

## L'esperienza turistica – ambito archeo-culturale e del benessere

### Partecipanti

- Maria Anna Camedda, Comune di Baradili
- Silvia Vizilio, Cooperativa Mariposas de Sardinia
- Vilma Pilloni, Cooperativa Turismo in Marmilla
- Emanuela Lobina, privato cittadino (contabile)
- Luigi Pintori, privato cittadino (esperto di sviluppo locale)

### Servizi

- Noleggio E-bike
- Ristorazione
- Ricettività
- Guide turistiche/GAE
- Trasporti

### Esperienze

- Visita guidata al **Museo Archeologico** e visita guidata al **Nuraghe Genna Maria** con degustazione con prodotti tipici al tramonto.
- **Passeggiata in bicicletta** (anche e-bike) nei sentieri campestri per immergersi nei **mandorli in fiore** – Sini con visita agli **oliveti millenari**.
- **Laboratorio di ravioli** legato al racconto del culto di Santa Margherita con cena e visita alla mostra itinerante di Pinocchio sotto le stelle.
- **Visita con laboratorio dalle tessitrici** di Mogoro
- **Visita in vigna** con pranzo in località campestre Cracaxia.
  
- Cena e pernottamento hotel presso **Funtana Noa**.

# L'esperienza turistica – ambito enogastronomico e culturale

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA



## Workshop di co-progettazione delle esperienze turistiche 4 giugno 2024, piattaforma Zoom

<b>Chi ha partecipato al gruppo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maristella Locci</li> <li>• Federico Piras</li> <li>• Gianluca Perra</li> <li>• Anna Maria Steri</li> </ul>
<b>Nome dell'esperienza/attività</b>	Nei gusti della Marmilla
<b>Stato dell'esperienza/attività</b>	Nuovo X Già operativo Da ristrutturare
<b>Luogo</b>	Località in cui si svolge l'attività: Siddi, Gonnostramatza, Mogoro
<b>Tempo di consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stagione: Tutto l'anno escluse solo le visite in apario nei 3 mesi invernali.</li> <li>• Durata dell'attività fore, giorni 2 giorni con possibilità di rimodulazione a seconda delle esigenze</li> <li>• Orari</li> </ul>
<b>Descrizione del prodotto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tematismo (prodotto outdoor, enogastronomico, archeo-culturale, benessere) enogastronomico/culturale.</li> <li>• Motivazioni a cui risponde: relax conoscenza, esplorazione, avventura ecc.</li> <li>• Segmento target: coppie, famiglie, scuole, sportivi, associazioni culturali, università ecc.</li> </ul>
<b>Mercato obiettivo</b>	Locale X Nazionale X Internazionale X
<b>Itinerari / fruizione consigliata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Punto di partenza: Siddi</li> <li>• Tappe/Punti di interesse; Gonnostramatza</li> <li>• Punto di arrivo: Mogoro</li> </ul>
<b>Volume utenti</b>	Quante persone possono prendere parte: minimo 15, max 20
<b>Infrastruttura necessaria per la realizzazione dell'attività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risorse e attrattive Museo delle tradizioni agroalimentari della Sardegna a Siddi, Museo Turcus e Morus Gonnostramatza, Azienda apistica Bisu Apicoltura</li> <li>• Infrastrutture turistiche (es. ricettività, ristorazione ecc.) Agriturismo Terra Usanna Fratelli Cuscula Gonnostramatza</li> <li>• Servizi turistici necessari: Guide, Ristoratori, Esperti nei vari settori</li> <li>• Modalità di accessibilità: su prenotazione / a pagamento</li> </ul>
<b>Modalità di gestione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risorse umane necessarie: Operatore museale, apicoltore, pastore etc</li> <li>• Tecnologie: vecchie e nuove...</li> <li>• Eventuali misure di sicurezza: assicurazioni/liberatorie</li> <li>• Costi per l'operatore:</li> <li>• Prezzi di vendita dell'esperienza: 200€.</li> </ul>
<b>Soggetti /partner coinvolti</b>	
<b>Ricettività di riferimento</b>	Nome della struttura Agriturismo Terra Usanna Fratelli Cuscula Gonnostramatza Distanza 5 Km
<b>Ristorazione di riferimento</b>	Nome della struttura Agriturismo Terra Usanna Fratelli Cuscula Gonnostramatza Distanza 5 Km

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA



<b>Quali caratteristiche dell'esperienza devono risaltare maggiormente?</b>	Relax, sensoriali, naturalistiche, ambientai, culturali
<b>Quali sono gli elementi emozionali / di memorabilità?</b>	Risveglio e sensibilizzazione al vivere lento e alla scoperta dei sapori genuini e tradizionali; vita a misura d'uomo
<b>Quali 5 sensi vengono coinvolti?</b>	Vista, udito, olfatto, gusto, tatto
<b>Canali di commercializzazione e (dove si vende e promuove l'esperienza)</b>	Siti web, Tour operator, Agenzie, Fiere, Info point regionale ecc.
<b>Quali sono i concetti da comunicare</b>	Contatto con il nostro territorio e le bellezze naturalistiche e culturali e enogastronomiche
<b>Investimenti necessari</b>	Personale, equipaggiamento, lavori, marketing ecc.
<b>Altre info utili</b>	
<b>Altri prodotti associati</b>	Visite nelle cantine, birrifico, caseificio, tessitura, ceramica...

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA



# I servizi e le esperienze turistiche emerse durante il workshop del 4 giugno

## L'esperienza turistica - ambito enogastronomico e culturale

### Partecipanti

- Maristella Locci, Cooperativa Serzela
- Federico Piras, Comune di Mogoro
- Gianluca Perra, privato cittadino
- Anna Maria Steri, Museo delle tradizioni agroalimentari della Sardegna

### Servizi

- Ristorazione
- Ricettività
- Guide turistiche/GAE
- Operatori dei diversi settori

### Esperienze

- Visita del **Museo delle tradizioni agroalimentari della Sardegna** a Siddi;
- **Museo Turcus e Morus** Gonnostamatza;
- **Azienda apistica Bisu Apicoltura** a Mogoro.
  
- Tappa presso **Agriturismo Terra Usanna** e **Fratelli Cuscusa** a Gonnostamatza.

## Itinerario tra i Comuni: Siddi, Gonnostamatza e Mogoro

# L'esperienza turistica - ambito outdoor

COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA



Workshop di co-progettazione delle esperienze turistiche 4 giugno 2024, piattaforma Zoom	
<b>Chi ha partecipato al gruppo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Daniela Pisccedda</li> <li>Viviana Garau</li> <li>Andrea Sardu</li> <li>Gabriella Testoni</li> </ul>
<b>Nome dell'esperienza/attività</b>	Agritour
<b>Stato dell'esperienza/attività</b>	Nuovo X Già operativo Da ristrutturare
<b>Luogo</b>	Località in cui si svolge l'attività MORGONGIORI
<b>Tempo di consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stagione: da ottobre a maggio</li> <li>Durata dell'attività (ore, giorni) 3 GG</li> <li>Orari</li> </ul>
<b>Descrizione del prodotto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tematismo (prodotto outdoor, enogastronomico, archeo-culturale, benessere) outdoor</li> <li>Mobvazioni a cui risponde (relax, conoscenza, esplorazione, avventura ecc.) esplorazione, esperienza, conoscenza,</li> <li>Segmento target (coppie, famiglie, scuole, sportivi ecc.) famiglie, scuole, sportivi, associazioni e cooperative,</li> </ul>
<b>Mercato obiettivo</b>	Locale X Nazionale X Internazionale X
<b>Itinerari /fruizione consigliata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Punto di partenza MORGONGIORI</li> <li>Tappe/Punti di interesse Monte Arci, (Zone Archeologiche, Visite ai Musei, Tour di Land Art, Percorsi Naturalistici, Benessere)</li> <li>Punto di arrivo Morgongiori</li> </ul>
<b>Volume utenti</b>	Quante persone possono prendere parte 10/15 persone massimo
<b>Infrastruttura necessaria per la realizzazione dell'attività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risorse e attrattive Monte Arci, (Zone Archeologiche, Visite ai Musei, Tour di Land Art, percorsi naturalistici)</li> <li>Escursioni sia in bici che a piedi</li> <li>Laboratorio Iorighittas</li> <li>Laboratorio tessile</li> <li>Gli asinelli di adelaide, esperienza sensoriale.</li> <li>Infrastrutture turistiche (Es. ricettività, ristorazione ecc.)</li> <li>Agriturismo, Casa Scano, Noleggio Bici,</li> <li>Servizi turistici necessari (Es. Guide) guida sportiva e ambientale, ciclofficina,</li> <li>Modalità di Accessibilità???????</li> </ul>
<b>Modalità di gestione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risorse umane necessarie guida ambientale, guide cicloturistiche, guide turistiche, artigiani per i laboratori, dipendente azienda agricola.....</li> <li>Tecnologie mountainbike, e-bike, internet, transfert da stazioni e aeroporti</li> <li>Eventuali misure di sicurezza, assicurazioni?</li> <li>Costi per l'operatore</li> <li>prezzi di vendita dell'esperienza orientativamente 800 euro</li> </ul>

COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA



<b>Soggetti /partner coinvolti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agriturismo</li> <li>Casa Vacanza</li> <li>Azienda Agricola</li> <li>Associazioni</li> <li>Azienda Visivardinia</li> <li>Mudregu.it</li> <li>Libero Professionista</li> <li>Asd Associazione Dilettantistica Sportiva</li> <li>Artigiani Locali</li> <li>Ciclofficina</li> <li>Noleggiatori Bici</li> <li>Ncc</li> </ul>
<b>Ricettività di riferimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nome della struttura Casa Scano, Agriturismo Sa Malta Frisca</li> <li>Distanza km 0</li> </ul>
<b>Ristorazione di riferimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nome della struttura agriturismo, pizzeria</li> <li>Distanza KM 0</li> </ul>
<b>Quali caratteristiche dell'esperienza devono risaltare maggiormente?</b>	Esperienza autentica, inclusiva, la condivisione del sapere, la socializzazione.
<b>Quali sono gli elementi emozionali / di memorabilità?</b>	Il percorso in natura, il contatto con l'animale, mettersi alla prova, conoscere i propri limiti
<b>Quali 5 sensi vengono coinvolti?</b>	(es. udito, olfatto, gusto ecc.) Vengono coinvolti tutti i 5 sensi, attraverso i percorsi e le esperienze offerte.
<b>Canali di commercializzazione (dove si vende e promuove l'esperienza)</b>	(siti web, tour operator, agenzie, fiere ecc.) social, influencer, agenzie online specifiche, educational.
<b>Quali sono i concetti da comunicare</b>	un percorso di turismo lento e consapevole, che valorizza il territorio, facilita il benessere e la crescita personale.
<b>Investimenti necessari</b>	(personale, equipaggiamento, lavori, marketing ecc.) personale marketing equipaggiamento
<b>Altre info utili</b>	
<b>Altri prodotti associati</b>	

# I servizi e le esperienze turistiche emerse durante il workshop del 4 giugno

## L'esperienza turistica – ambito outdoor

### Partecipanti

- Daniela Pisedda, privato cittadino
- Viviana Garau, Vivisardinia
- Andrea Sardu, Sumudregu.it
- Gabriella Testoni, Società agricola Adelaide

### Servizi

- Noleggio bici e ciclofficina
- Ricettività
- Ristorazione
- Guida GAE

### Esperienze

- Tappe/punti di interesse **Monte Arci**, (zone archeologiche, visite ai musei, tour di land art, percorsi naturalistici, benessere).
- **Escursioni sia in bici che a piedi.**
- Laboratorio **Iorighittas**.
- Laboratorio **tessile**.
- **Esperienza sensoriale** con gli asinelli di Adelaide,
- Tappa presso **Agriturismo** e **Casa Scano**.

## Itinerario con partenza e arrivo a Morgongiori

# L'esperienza turistica – archeo-culturale e ambientale

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA

## Workshop di co-progettazione delle esperienze turistiche

4 giugno 2024, piattaforma Zoom

<b>Chi ha partecipato al gruppo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ennio Vacca</li> <li>Maurizio Serra</li> <li>Alessio Melis</li> <li>Alberto Sanna</li> </ul>
<b>Nome dell'esperienza/attività</b>	
<b>Stato dell'esperienza/attività</b>	X Nuovo Già operativo Da ristrutturare
<b>Luogo</b>	Località in cui si svolge l'attività: Marmilla – Parte Montis
<b>Tempo di consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stagione: Primavera – Autunno</li> <li>Durata dell'attività (ore, giorni) 3 giorni e 2 notti</li> </ul>
<b>Descrizione del prodotto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tematismo (prodotto outdoor, enogastronomico, archeo-culturale, benessere): Archeo-culturale e ambientale</li> <li></li> <li>Motivazioni a cui risponde (relax, conoscenza, esplorazione, avventura ecc.): Conoscenza, relax ed esplorazione</li> <li></li> <li>Segmento target (coppie, famiglie, scuole, sportivi ecc.): Famiglie, scuole, sportivi e associazioni</li> </ul>
<b>Mercato obiettivo</b>	X Locale X Nazionale Internazionale
<b>Itinerari / fruizione consigliata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Punto di partenza: Masullas</li> <li>Tappe/Punti di interesse: Mitza Margiani, Le Trebine, Bosco da Fiaba Pau, Giacimento di Ossidiana, GeoMuseo MonteArçi,</li> <li>Punto di arrivo: Villa verde</li> </ul>
<b>Volume utenti</b>	Quante persone possono prendere parte: 20 massimo
<b>Infrastruttura necessaria per la realizzazione dell'attività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risorse e attrattive</li> <li>Infrastrutture turistiche (es. ricettività, ristorazione ecc.): Ristorazione e ricettività</li> <li>Servizi turistici necessari (es. guide): guide turistiche e ambientali</li> <li>Modalità di accessibilità: a piedi</li> </ul>
<b>Modalità di gestione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risorse umane necessarie: 1 persona</li> <li>Tecnologie: mini bus, audioguida</li> <li>Eventuali misure di sicurezza: nessuna</li> <li>Costi per l'operatore: da valutare</li> <li>Prezzi di vendita dell'esperienza: da valutare</li> </ul>
<b>Soggetti / partner coinvolti</b>	Guide turistiche, operatori museali, operatori del ricettivo e del ristorativo, associazioni sportive e culturali
<b>Ricettività di riferimento</b>	Nome della struttura: Albergo diffuso Distanza: entro 10km
<b>Ristorazione di riferimento</b>	Nome della struttura: Agriturismi e ristoranti Distanza: entro 10km

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA

<b>Quali caratteristiche dell'esperienza devono risaltare maggiormente?</b>	Storia geologica del Monte Arci, miti e leggende
<b>Quali sono gli elementi emozionali / di memorabilità?</b>	Aspetto geologico, ambientale ed archeologico
<b>Quali 5 sensi vengono coinvolti?</b>	(es. udito, olfatto, gusto ecc.): Vista, udito e olfatto
<b>Canali di commercializzazione e (dove si vende e promuove l'esperienza)</b>	(Siti web, Tour operator, Agenzie, Fiere ecc.) Sito web, social, tour operator, fiere di nicchia
<b>Quali sono i concetti da comunicare</b>	Pace, benessere mentale e culturale, contatto con la natura
<b>Investimenti necessari</b>	(Personale, equipaggiamento, lavori, marketing ecc.) Marketing, investimenti immateriali, cartellonistica, creazione di contratti di rete tra imprese, formazione delle imprese, attivazione di animazione al fine di facilitare la collaborazione tra le imprese culturali e turistiche
<b>Altre info utili</b>	
<b>Altri prodotti associati</b>	Turismo enogastronomico, coinvolgimento delle associazioni locali,

# I servizi e le esperienze turistiche emerse durante il workshop del 4 giugno

## L'esperienza turistica - archeo-culturale e ambientale

### Partecipanti

- Ennio Vacca, Comune di Masullas
- Maurizio Serra, Associazione culturale Nostra Sardegna
- Alessio Melis, World Travel Sardinia
- Alberto Sanna, Pro Loco di Senis

### Servizi

- Noleggio E-bike
- Ristorazione
- Ricettività
- Guide turistiche/GAE
- Trasporti

### Esperienze

- Tappe/Punti di interesse: **Mitza Margiani, Le Trebine, Bosco da Fiaba Pau. Giacimento di Ossidiana, GeoMuseo MonteArchi.**

## Itinerario con partenza da Masullas e arrivo a Villa Verde

# I servizi e le esperienze turistiche emerse durante il workshop del 17 ottobre

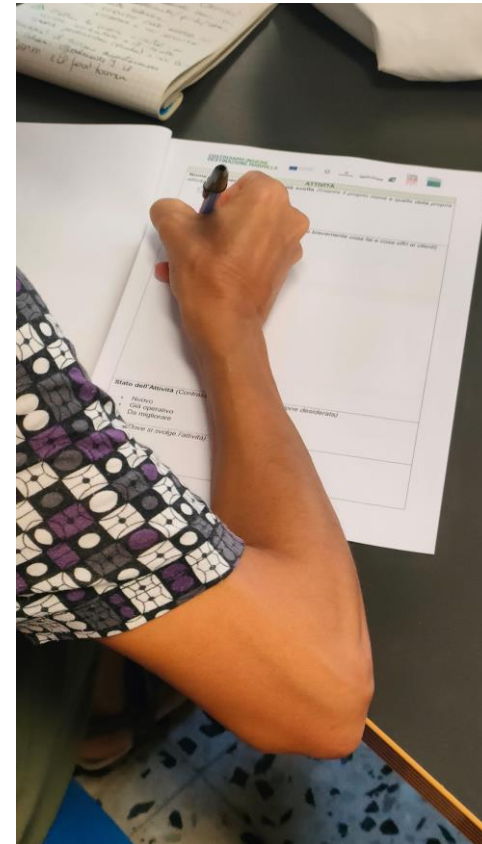
**COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA**





Di seguito vengono riportate le schede di offerta individuale elaborate durante il workshop del 17 ottobre :

1. **Paolo Ivan Cortis** – Zafferano Cortis di Paolo Cortis
2. **Muriel Dessart** – Sard Paradise
3. **Francesca Figus** – Funtana Noa
4. **Ruggero Ariu** – Vini Ariu di Ruggero Ariu
5. **Viviana Garau** – Vivisardinia Outdoor Experience
6. **Alberto Sanna** – Pro Loco Senis
7. **Gianluca Piras** – Attività Casa Vacanze Janas + Safari offroad, escursioni centro Sardegna
8. **Giampaola Arru** – Guida Ambientale Escursionistica – Geoturismo Sardegna
9. **Michele Cuscusa** – Fattoria Cuscusa
10. **Simona Serusi** – Guida Ambientale Escursionistica
11. **Cooperativa Serzela** – (Gloria Culi, Federica Frau, Maristella Locci)
12. **Ignazia Minnei** – Agriturismo Nuraxi e Pinna



# Pro Loco Senis

La Pro Loco di Senis, rappresentata da **Alberto Sanna**, è un'associazione di volontariato impegnata nella promozione di attività sociali, culturali e ricreative. Durante l'incontro con gli operatori è emersa l'importanza di investire in infrastrutture e servizi legati ai trasporti e alla ricettività, elementi chiave per favorire lo sviluppo turistico del territorio. Il ruolo della Pro Loco risulta cruciale nel supportare e incentivare l'avvio di nuove attività turistiche, come ad esempio il kayak, contribuendo così a valorizzare le risorse locali e ad ampliare l'offerta turistica della zona.

## Senis



ATTIVITÀ	
<b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)	Alberto Sanna Pro Loco Senis
<b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)	Servizi sociali – culturali – ricreativi – ecc.
<b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuovo <input checked="" type="checkbox"/></li> <li>• Già operativo</li> <li>• Da migliorare</li> </ul>
<b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)	Senis
<b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)	Non quantificabile.
PROPOSTA DI VALORE	
<b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)	Esperienza locale.
<b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)	Esperienze particolari.
TARGET DI CLIENTELA	
<b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)	Cittadini.
INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI	
<b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)	Trasporti; strutture ricettive.

# Promozione

CANALI DI PROMOZIONE	
<b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)	Social.
PREZZO DELL'ESPERIENZA	
<b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)	€0. Si tratta di un'associazione di volontariato.
PROSSIMI PASSI	
<b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)	Far passare le Pro Loco al Terzo Settore e consorziarle.
RIFLESSIONE SULLA RETE	
<b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)	Creare servizi a supporto del turismo.
<b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)	Ampliamento dell'offerta.

# Agriturismo Nuraxi e Pinna

L'Agriturismo Nuraxi e Pinna di **Ignazia Minnei** propone esperienze enogastronomiche autentiche, valorizzando materie prime locali e offrendo ai visitatori emozioni uniche legate alla tradizione e al territorio.

Secondo Ignazia Minnei, la creazione di un portale dedicato alla promozione turistica degli operatori dell'Alta Marmilla rappresenterebbe uno strumento fondamentale per incrementare la visibilità e favorire una maggiore integrazione dell'offerta.

È altrettanto importante sviluppare collaborazioni con altri operatori locali, come musei e attività esperienziali, per arricchire e completare il prodotto turistico, offrendo ai visitatori un'esperienza integrata e indimenticabile.

**Usellus**

**COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA**

ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Ignazia Minnei Agriturismo "Nuraxi e Pinna"</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Accoglienza Scelta delle materie prime (dall'impianto al raccolto, dalla nascita alla portata in tavola) Buon cibo semplice, ma fantasioso, mai banale! Amore per la mia Terra.</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nuovo</li> <li>Già operativo <b>X</b></li> <li>Da migliorare</li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Usellus (OR)</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>2/3 giorni alla settimana.</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <p>Tutte e tre!</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>Emozioni</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Famiglie, coppie, cicloturisti, motociclisti.</p>

## Ristorazione - Ricettività

INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Guide, strutture ricettive vicine.</p>
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Social media.</p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>€ 42/45 adulti, metà prezzo i bambini.</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <p>Miglioramento della promozione, offerta interattiva con il cliente.</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p>Sarebbe necessario un sito del Territorio "Alta Marmilla", dove ci sono tutti i prodotti in vendita, punti per pernottare, ristoro e da visitare, sia storico, che ambientale, archeologico.</p>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Tutti!</p>

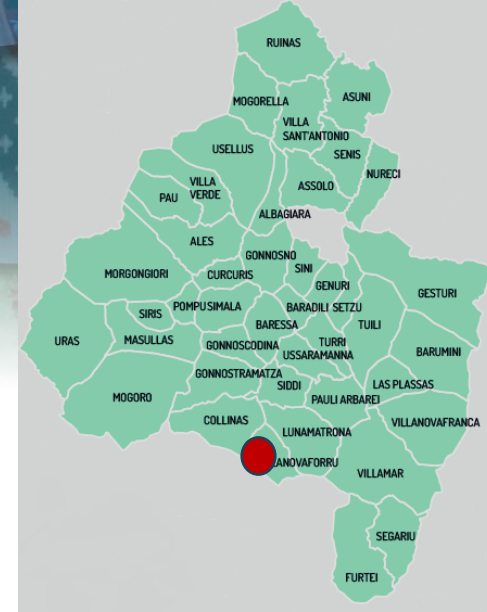


# Albergo diffuso Funtana Noa

L'albergo diffuso Funtana Noa, di **Francesca Figus**, si distingue per l'obiettivo di far sentire i viaggiatori a casa, offrendo loro la possibilità di assaporare i prodotti tipici della Marmilla. Il target principale comprende coppie e turisti culturali attratti dall'enogastronomia e dalle attività esperienziali, che cercano autenticità e connessione con il territorio.

Per valorizzare e ampliare l'offerta, è fondamentale sviluppare collaborazioni con operatori locali, come servizi di trasporto, guide turistiche e attività esperienziali. Queste sinergie non solo favoriranno lo sviluppo economico della struttura ricettiva, ma offriranno ai turisti, sia nuovi che abituali, un'opportunità unica per scoprire e apprezzare in modo più profondo le bellezze e le tradizioni del territorio della Marmilla.

## Villanovaforru



## Ricettività

ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Francesca Figus Funtana Noa</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Struttura ricettiva, concentrata particolarmente nell'accoglienza. Facciamo sentire l'ospite a casa e facciamo assaporare i prodotti. Con gusti semplici e tipici della nostra zona l'aiutiamo a conoscere il territorio raccontandoglielo e consigliandoglielo.</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuovo</li> <li>• Già operativo <input checked="" type="checkbox"/></li> <li>• Da migliorare</li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Villanovaforru</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>Tutto l'anno</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Famiglie; coppie; turismo culturale ed enogastronomico; turismo esperienziale.</p>
INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Trasporti; guida; esperienze.</p>

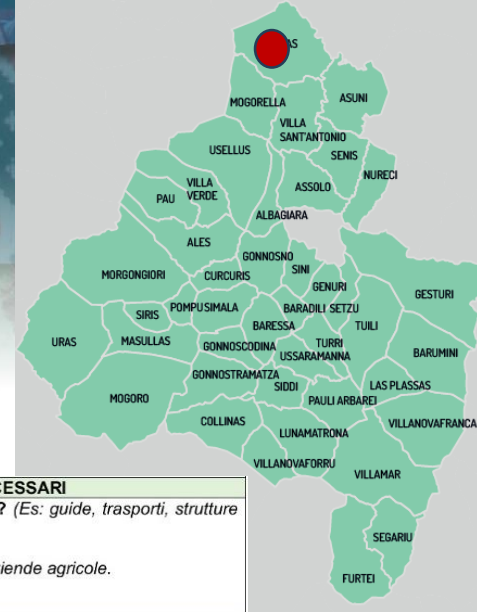
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Social; fiere; sito.</p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <p>Creando sinergie; creando consapevolezza dei servizi di tutta la Marmilla.</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Avere più rilevanza; da soli siamo una goccia nell'oceano.</p>

# Sard Paradise B&B

Sard Paradise di **Muriel Dessart** si distingue per la capacità di offrire privacy, tranquillità e un luogo di incontro tra diverse culture, rivolgendosi principalmente a coppie e motociclisti. Grazie alla collaborazione con operatori locali, come agriturismi e ristoranti, Sard Paradise è in grado di ampliare la propria offerta, indirizzandola anche agli appassionati di enogastronomia. Queste sinergie favoriscono una maggiore condivisione delle risorse e delle opportunità presenti nel territorio, incrementando la visibilità delle attività locali e offrendo ai visitatori un'esperienza completa e diversificata, in grado di valorizzare pienamente la Marmilla.

## Ruinassas

## Ricettività



ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Muriel Dessart Sard Paradise</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Alloggio privato con una camera matrimoniale con bagno e accesso privato; colazione; area piscina privata. Accoglienza e suggerimento percorsi e ristoranti.</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuovo</li> <li>• Già operativo <b>X</b></li> <li>• Da migliorare</li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Ruinassas</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>h 16:00 check-in h 11:00 check-out</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <p>Comfort, tranquillità, privacy, parlare diverse lingue.</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>Accoglienza; servizio; tranquillità; privacy; panorama.</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Coppie; motociclisti.</p>

INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Ristoranti o agriturismi per mangiare ed esperienze nelle aziende agricole.</p>
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Social media.</p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>€70/notte</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <p>Proporre altri servizi esterni.</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p>Collaborazione con altri operatori per offrire una più vasta gamma di servizi o prodotti.</p>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Condivisione delle offerte e delle risorse. Maggiore visibilità. Conoscere e proporre attività in Marmilla.</p>

# Casa Vacanze Janas Safari Offroad

La Casa Vacanze Janas Safari Offroad, di **Gianluca Piras**, è una struttura ricettiva che si rivolge a un'ampia gamma di turisti, includendo famiglie, coppie e motociclisti. Oltre all'ospitalità, offre **escursioni in fuoristrada**, arricchendo l'esperienza di soggiorno con attività avventurose e immersive. L'operatore sottolinea che incentivi comunali, un maggior numero di iniziative e una più stretta collaborazione tra operatori locali potrebbero contribuire a definire e consolidare ulteriormente il prodotto turistico offerto dalla struttura. In quest'ottica, sviluppare relazioni con operatori che propongono attività esperienziali e visite guidate, come cantine e musei, rappresenta un'opportunità strategica per arricchire l'offerta e attirare un pubblico più diversificato.

## Ruinas

**COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA**

ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Piras Gianluca Attività Casa Vacanze Janas + Safari offroad, escursioni centro Sardegna</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Ospitiamo i clienti in una casa vacanze con piscina, giardino con i giochi per i bambini + esperienza nel segnalare la loro provenienza nell'albero dei ricordi + foto nel totem nuragiko. Organizziamo escursioni in fuoristrada cabrio a livello naturalistico ma soprattutto archeologico. Vendita dei prodotti fatti in casa da noi, ad esempio: mirto, limoncino, ecc.</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nuovo</li> <li>Già operativo <b>X</b></li> <li>Da migliorare</li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Ruinas</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>Metà giornata. Oppure, in base alla scelta del cliente e dei percorsi.</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <p>Sicuramente ci rendono uniche le esperienze che offriamo nel nostro contesto e il ricordo del cliente.</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>Come scritto in una recensione dal cliente "il far vivere la nostra vera Sardegna".</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Famiglie, coppie, motociclisti.</p>
INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Ci servirebbero più iniziative e soprattutto l'aiuto del Comune.</p>

## Ricettività - Esperienza



CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Sito web, Facebook, Airbnb, Booking.</p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>Escursioni in base al numero delle persone; in base alla scelta dei percorsi. Si parte da un minimo di €20 a persona.</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <p>Migliorare la struttura + migliorare il servizio sul sito web.</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p>Creazione di un pacchetto turistico.</p>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Tutti e tre.</p>



Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale  
"Eurasia investe nelle zone rurali"



REPUBBLICA ITALIANA  
REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



# Fattoria Cuscusa

La Fattoria Cuscusa è l'espressione dell'identità e della passione del suo proprietario, **Michele Cuscusa**. Con radici che affondano nella storia e nella cultura agropastorale del 1700, la Fattoria offre esperienze autentiche e sostenibili, capaci di emozionare e coinvolgere ogni tipologia di turista. Creare una rete con gli operatori locali rappresenta un'opportunità strategica per sviluppare pacchetti turistici integrati, ampliando così l'offerta e valorizzando il territorio. Tra le **esperienze** proposte, spicca la "**Giornata del pastore**", un'attività che permette ai visitatori di immergersi nella vita quotidiana del mondo pastorale, regalando loro un'esperienza unica e indimenticabile.

## Gonnostramatza

**COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA**

ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Michele Cuscusa – Fattoria Cuscusa</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Storia E Cultura Agropastorale dal 1700. La mia identità.</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuovo</li> <li>• Già operativo <b>X</b></li> <li>• Da migliorare</li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Gonnostramatza, in agriturismo.</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>1 giorno.</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <p>Esperienza locale e sostenibilità.</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>Emozioni ed esperienze particolari.</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Famiglie, coppie, cicloturisti e scuole.</p>
INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p>
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Social Media.</p>

## Esperienza - Ricettività



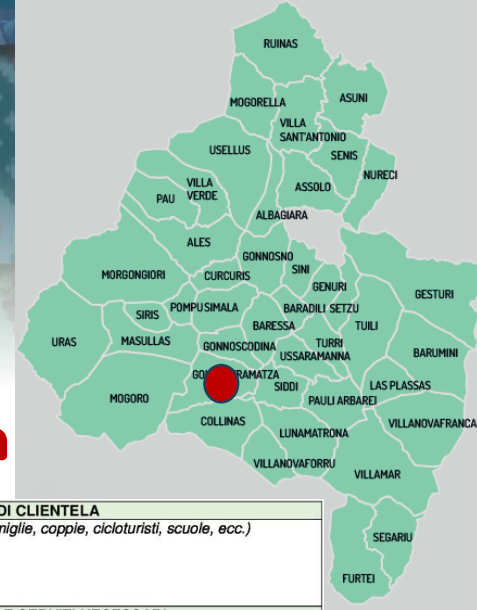
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>€ 300 al giorno, compreso di vitto e dormire. Compreso laboratorio pasta.</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p>Creazione di pacchetti turistici integrati.</p>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Ampliamento dell'offerta turistica.</p>

# Cooperativa Serzela

La Cooperativa Serzela gestisce il **Museo delle incursioni barbaresche in Sardegna, Turcus e Morus**, un'istituzione unica nel territorio della Marmilla. Il museo, grazie al lavoro di Gloria Cauli, Federica Frau e Maristella Locci, offre visite guidate multimediali, accessibili e coinvolgenti, oltre a laboratori pratici e creativi adatti a tutte le fasce d'età, che permettono di scoprire curiosità e approfondire la storia in modo interattivo.

Collaborare con strutture ricettive, ristorative e di trasporto turistico consentirebbe di creare un'offerta integrata, regalando ai visitatori un'esperienza completa e immersiva. Inoltre, per rendere il museo più accattivante e facilmente identificabile, potrebbe essere utile adottare un nome che richiami in modo diretto e immediato la tematica delle incursioni barbaresche, facilitandone il riconoscimento e il richiamo turistico.

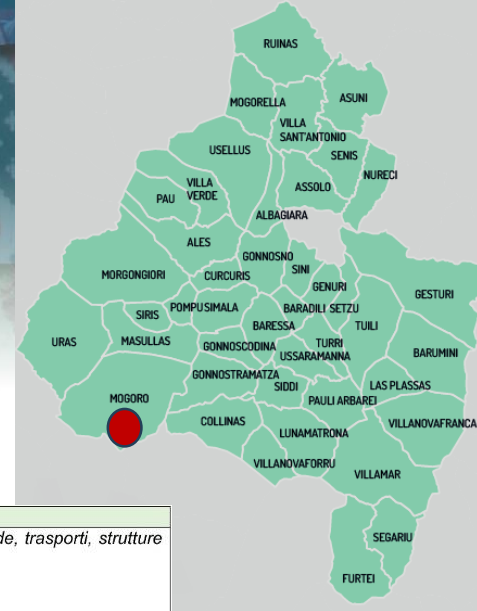
## Gonnostramatza



## Esperienza

ATTIVITÀ	
<b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)	
Cooperativa Serzela – (Gloria Cauli, Federica Frau, Maristella Locci). Gestione del Museo Turcus e Morus a Gonnostramatza. Servizi Turistici.	
<b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)	
Visita al museo Turcus e Morus dedicato alle incursioni barbaresche in Sardegna, unico nel suo genere. Spieghiamo ai visitatori la storia e le caratteristiche del museo offrendo approfondimenti e curiosità al turista.  Nel laboratori didattici coinvolgiamo i ragazzi in attività pratiche e creative.  Organizzazione eventi, mostre, convegni ecc.	
<b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuovo</li> <li>Già operativo <b>X</b></li> <li>Da migliorare</li> </ul>	
<b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)	
Gonnostramatza	
<b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Visita museo: circa 2 ore</li> <li>Laboratorio didattico: 1 ora e mezza</li> <li>Escursione nel villaggio scomparso di Serzela e visita alla chiesa di San Paolo: 1 ora</li> <li>Visita al Retablo di Lorenzo Cavaro: 30 minuti.</li> </ul>	
PROPOSTA DI VALORE	
<b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)	
L'unicità del tema, unico in Sardegna, che racconta il periodo delle incursioni barbaresche. È multimediale e di facile fruibilità.	
<b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)	
L'accoglienza e l'interazione con il personaggio più rappresentativo del periodo.	
TARGET DI CLIENTELA	
<b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)	
Famiglie locali, gruppi, scolaresche.	
INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI	
<b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)	
Guide.	
CANALI DI PROMOZIONE	
<b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)	
Web, social media, agenzie.	
PREZZO DELL'ESPERIENZA	
<b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)	
Dai 3 ai 15 euro.	
PROSSIMI PASSI	
<b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promozione</li> <li>Nuovi progetti per target differenti</li> <li>Rete con altri operatori</li> </ul>	
RIFLESSIONE SULLA RETE	
<b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)	
Collaborazioni con altre realtà offrendo la nostra professionalità.	
<b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)	
Maggior visibilità.	





# Vini Ariu

La Cantina Vini Ariu di **Ruggero Ariu** propone un prodotto unico nel panorama enologico, capace di distinguersi per la sua autenticità. Attraverso racconti coinvolgenti e sensazioni autentiche, accompagna i visitatori in un viaggio alla scoperta della sua attività e del territorio della Marmilla. La collaborazione con altri operatori, come albergatori e trasportatori, rappresenta un'opportunità strategica per migliorare l'offerta e accrescere la notorietà della cantina e del territorio.

# Mogoro

ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Ruggero Ariu Vini Ariu di Ruggero Ariu</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Produzione e vendita di vini sfusi e imbottigliati; visite guidate in vigna e cantina con degustazione e storytelling aziendale.</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuovo</li> <li>• Già operativo</li> <li>• Da migliorare <b>X</b></li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Mogoro</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>1 – 2 ore</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <p>Blend o vitigni sul mercato unicum sul mercato; territorio a storica vocazione vitivinicola; passione e competenza.</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>Umanità, connessioni, empatia, una storia vera, emozioni, sensazioni organolettiche.</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Enoturisti; coppie; gruppi.</p>

# Esperienza

INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Ospitando al massimo 15 persone, per il momento nessuna</p>
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Web e social.</p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>€15 a persona. Costi + margine + valore Prezzi di mercato</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <p>Entrambi + miglioramento delle strutture e degli spazi.</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p>Collaborazioni con gli altri operatori.</p>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Tutte le voci citate e quindi + fatturato e + più margine di guadagno</p>

# Zafferano Cortis

Paolo Cortis propone un'esperienza unica nel settore enogastronomico, incentrata sulla produzione e vendita dello zafferano, combinando autenticità e tradizione. La sua offerta permette ai visitatori di immergersi nel mondo di questa preziosa spezia, vivendo un'esperienza che va oltre il semplice prodotto.

Attraverso la collaborazione con tour operator, guide turistiche e imprese di trasporto, l'offerta potrebbe raggiungere un pubblico più ampio, attirando visitatori da diverse aree e target. Sebbene costruire collaborazioni territoriali sia spesso una sfida, Paolo Cortis riconosce l'importanza di coinvolgere una figura esperta di turismo per facilitare la creazione di sinergie tra gli operatori locali, contribuendo così a rafforzare la rete e valorizzare ulteriormente l'offerta turistica del territorio.



## Esperienza

ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Paolo Ivan Cortis Zafferano Cortis di Cortis Paolo</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Produzione – Trasformazione – Confenzionamento – Vendita Turismo esperienziale; unicum in Sardegna sullo zafferano</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuovo</li> <li>• Già operativo <b>X</b></li> <li>• Da migliorare</li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Villanovafranca</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>1 ora – dipende dal numero dei visitatori.</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <p>Propongo un'offerta sul turismo esperienziale locale dove propongo l'autenticità dello zafferano (rivisitato in stile moderno).</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>Emozioni – toccare con mano un prodotto; si portano a casa un nuovo bagaglio culturale.</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Coppie; turismo outdoor.</p>

INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Tour operator; guide; trasporti da Cagliari (Aeroporto).</p>
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Sito web: <a href="http://www.zafferanocortis.com">www.zafferanocortis.com</a></p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>€30 a persona. Lo determino in base all'esperienza ultratrentennale.</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <p>Vorrei ampliare la mia offerta di promozione e di servizi.</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p>Penso da tanto tempo di fare rete in modo amichevole tra gli operatori ma qui in Sardegna è molto difficile. Spero che una figura come lei (ndr. Josep Ejarque) riesca a metterci d'accordo.</p>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Più turisti, più visibilità nei social e nel mondo. I turisti da me rivengono perché gli trasmetto emozioni uniche.</p>

Villanovafranca

COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA





# Vivisardinia Outdoor Experience

La guida ambientale escursionistica e cicloturistica **Viviana Garau**, attraverso Vivisardinia Outdoor Experience, propone **escursioni in e-bike** alla scoperta di luoghi meno conosciuti, offrendo ai partecipanti un'esperienza autentica grazie alle sinergie già attive con il territorio. Sviluppare ulteriori collaborazioni, ad esempio con interpreti locali, permetterebbe di arricchire l'offerta turistica, rendendola più completa e inclusiva. È importante evitare di identificarsi esclusivamente come guida ambientale escursionistica (GAE) per differenziarsi dalla concorrenza. Puntare sul servizio e-bike consente di abbracciare diverse forme di turismo, tra cui il well-being, l'outdoor e l'esperienziale, ampliando così il pubblico di riferimento e valorizzando ulteriormente l'offerta.

## Collinas

## Guida GAE e-bike Esperienza

ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Viviana Garau Vivisardinia outdoor experience</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Sono una guida ambientale escursionistica e cicloturistica. Noleggio e-bike. Offro la possibilità di accedere a luoghi e percorsi meno conosciuti della Sardegna, in sinergia con le realtà locali con l'intento di far vivere un'esperienza autentica, dove ci sia un connubio tra natura e vita locale. Preparazione professionale certificata e in continuo aggiornamento.</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nuovo</li> <li>Già operativo <b>X</b></li> <li>Da migliorare</li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Collinas (Marmilla) + altre parti della Sardegna</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>Mezza giornata; 1 giornata; 1 settimana.</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <p>Esperienza con i locali, sostenibile, conoscenza del territorio e peculiarità (gastronomia, wine test, esperienze di vita vissuta, cultura, esperienze attive).</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>Inclusione, relax, divertimento, vera esperienza con i locali che vivono i luoghi visitati.</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Coppie; amici; amanti dell'escursionismo e di esperienze outdoor.</p>

INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Trasporti, ricettività (pernottamento con ambienti adatti a offrire vitto/alloggio e spazio per riporre le bici)</p>
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Sito web; Google; social (Instagram e Facebook)</p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>€200 per due persone (accompagnamento + noleggio bici). Luoghi vicini all'attività.</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <p>Miglioramento promozione; miglioramento rete e collaboratori; partecipazione fiere.</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p>Collaborazioni con gli operatori; creazioni di pacchetti turistici interpreti.</p>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Maggiore visibilità, condivisione risorse e ampliamento dell'offerta.</p>

**COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA**

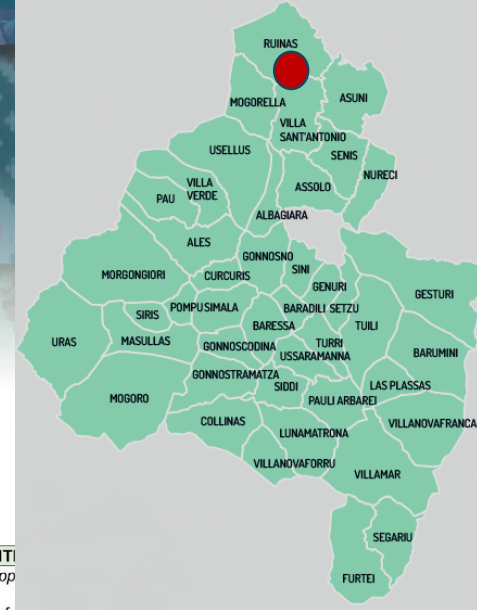


# Giampaola Arru GAE Geoturismo Sardegna

La guida ambientale escursionistica e geoturistica **Giampaola Arru** propone percorsi geonaturalistici che abbracciano tutto il territorio regionale. Gli escursionisti che scelgono i suoi servizi cercano un'immersione totale nella natura, trovando nel camminare non solo un'attività fisica, ma anche una fonte di benessere mentale e rigenerazione.

La collaborazione con altri operatori locali rappresenta un'opportunità strategica per favorire la condivisione delle risorse, il miglioramento continuo dei servizi offerti e l'aumento della visibilità sul mercato turistico. Valorizzare maggiormente la specificità della sua figura professionale consentirebbe di proporre esperienze davvero uniche, in grado di distinguersi nel panorama dell'offerta turistica regionale.

## Ruinas e tutto il territorio



ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Giampaola Arru – Guida Ambientale Escursionistica – Geoturismo Sardegna</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Guidare escursionisti nei percorsi geonaturalistici della Sardegna, con precedente presentazione della guida e descrizione dei percorsi e dei monumenti naturalistici e geologici.</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuovo</li> <li>• Già operativo <b>X</b></li> <li>• Da migliorare <b>X</b></li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Sardegna intera, Ruinas</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>La durata può essere di un giorno ossia escursionistica di 7 ore all'incirca.</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <p>La mia attività è un'attività sostenibile, l'unica traccia che va lasciata nei sentieri in natura sono solo le nostre tracce lasciate con i nostri passi.  <b>Autenticità:</b> fattore culturale con descrizione geomorfologiche, geologiche paleontologiche e minerarie della Sardegna.  <b>Esperienza locale:</b> se l'uscita escursionistica si verifica in una località dove si organizza una sagra, in quadro è completato.</p>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>I clienti che ricercano uscite escursionistiche sono anche clienti che cercano, oltre al tematismo culturale, anche l'immersione nel silenzio e nella pace della natura, spesso si emozionano a contatto della vista paesaggistica e dei suoi rumori e hanno anche necessità di staccare dalle tante ore d'ufficio e di stare seduti a lavoro; perciò, il camminare dona a loro benessere fisico e mentale.</p>

## Guida GAE

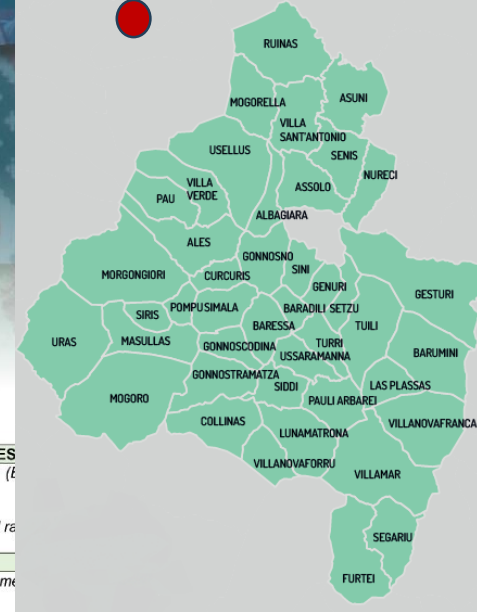
TARGET DI CLIENTI
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie)</p> <p>Copie, piccoli gruppi e gruppi di un massimo di 20, famiglie.</p>
INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECESSARI
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: guide, trasporti, strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Ogni cliente raggiunge il punto d'incontro con auto propria.</p>
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, agenzie turistiche, ecc.)</p> <p>Siti web e social media.</p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>€ 30.</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <p>Miglioramento della promozione e ampliamento dei servizi.</p>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <p>Penso che fare rete sia la cosa più intelligente da farsi.</p>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <p>Maggior visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, migliorarsi sempre e dare il massimo.</p>

# Simona Serusi GAE

**Simona Serusi**, guida ambientale escursionistica, propone itinerari esperienziali in bici e a piedi lungo la bassa valle del Tirso, arricchiti da attività come la raccolta di prodotti stagionali e degustazioni che valorizzano le tradizioni e i sapori locali.

Collaborare con imprese di trasporti, strutture ricettive, attività ristorative e altre guide rappresenta un'opportunità per definire meglio il prodotto turistico, creando sinergie strategiche. Una rete tra operatori locali non solo aumenterebbe la visibilità e favorirebbe la condivisione di risorse, ma stimolerebbe anche l'innovazione grazie al confronto e alla contaminazione di idee, arricchendo ulteriormente l'offerta proposta.

## Simaxis e tutto il territorio



## Guida GAE

ATTIVITÀ
<p><b>Nome dell'Operatore e dell'attività svolta</b> (Inserire il proprio nome e quello della propria attività)</p> <p>Simona Serusi Guida Ambientale Escursionistica Collaboro con azienda Famigliare</p>
<p><b>Descrizione del Servizio Offerto</b> (Descrivere brevemente cosa fai e cosa offri ai clienti)</p> <p>Scoperta della bassa valle del Tirso in bici/piedi più raccolta e degustazione di prodotti (dipende dalla stagione) dell'orto. Giro in bici o camminata nei pressi dell'azienda e del fiume Consigli di ricette Degustazione vernaccia (compresa confezione di prodotti).</p>
<p><b>Stato dell'Attività</b> (Contrassegnare con una X l'opzione desiderata)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuovo <input checked="" type="checkbox"/></li> <li>• Già operativo <input type="checkbox"/></li> <li>• Da migliorare <input type="checkbox"/></li> </ul>
<p><b>Luogo</b> (Dove si svolge l'attività)</p> <p>Simaxis (Campidano)</p>
<p><b>Durata dell'attività</b> (Es: ore o giorni)</p> <p>Da tre ore circa a mezza giornata.</p>
PROPOSTA DI VALORE
<p><b>Cosa rende unica la tua offerta?</b> (Es: autenticità, esperienza locale, sostenibilità, ecc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autenticità (orti di famiglia)</li> <li>• Esperienza locale (prodotti esclusivi)</li> <li>• Sostenibilità (prodotti bio e trasporto)</li> <li>• Fitness</li> </ul>
<p><b>Quali sono gli elementi che i clienti ricorderanno di più?</b> (Es: emozioni, sensazioni, esperienze particolari)</p> <p>Conoscenza delle piante/frutti particolari, soddisfazione di aver prodotto cibo, sapori e profumi.</p>
TARGET DI CLIENTELA
<p><b>Chi sono i tuoi clienti principali?</b> (Es: famiglie, coppie, cicloturisti, scuole, ecc.)</p> <p>Famiglie, coppie, piccoli gruppi (max. 10) cicloturisti o escursionisti, italiano o stranieri (lingue parlate: inglese e spagnolo).</p>

INFRASTRUTTURE E SERVIZI NECES
<p><b>Quali risorse o servizi ti servono per svolgere l'attività?</b> (Es: strutture ricettive vicine, ecc.)</p> <p>Trasporti: bici/pulmino? o auto propria. Strutture ricettive nel r...</p>
CANALI DI PROMOZIONE
<p><b>Dove promuovi e vendi i tuoi servizi?</b> (Es: siti web, social media, ecc.)</p> <p>Non esiste. Direi social media, stampa/radio locale, ufficio/agenzia turismo.</p>
PREZZO DELL'ESPERIENZA
<p><b>Qual è il costo per il cliente?</b> (Indicare il prezzo medio e come lo determini)</p> <p>30 euro in base a tempo, prodotti, numero di aderenti.</p>
PROSSIMI PASSI
<p><b>Quali miglioramenti pensi di fare alla tua offerta?</b> (Es: miglioramento della promozione, ampliamento dei servizi, ecc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliamento servizi</li> <li>• Promozione</li> <li>• Ampliamento stagionalità</li> <li>• Organizzazione dell'azienda</li> </ul>
RIFLESSIONE SULLA RETE
<p><b>In che modo pensi che la tua attività possa contribuire a una rete turistica del territorio?</b> (Es: collaborazioni con altri operatori, creazione di pacchetti turistici integrati, ecc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con ricettori (B&amp;B, agriturismi, affittacamere)</li> <li>• Con altri produttori locali (apicoltori, fornai, allevatori e agricoltori)</li> <li>• Con ristoranti</li> <li>• Con altre guide</li> </ul>
<p><b>Quali vantaggi pensi di poter ottenere entrando in una rete di operatori turistici?</b> (Es: maggiore visibilità, condivisione delle risorse, ampliamento dell'offerta turistica, ecc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliamento offerta turistica</li> <li>• Condivisione risorse</li> <li>• Pubblicità e visibilità</li> <li>• Idee nuove</li> </ul>

## Altri operatori che hanno partecipato al percorso

- Susanna Atzori, B&B Casa Susanna Rural Sardinia / Domus de Jara
- Sandrina Carta, Libero professionista
- Valeria Castangia, Fondazione Villanovafranca Archeologia e Beni Culturali
- Sandra Cau, S'Urtzula
- Maria Alejandra Fernandez e Paolo Pinna, Associazione ricreativa culturale Artmada
- Simona Garau, Yep Campers
- Francesca Ghiani, CEAS Masullas
- Ignazio Ibba e Sara Ghiani, Associazione culturale casa natale Antonio Gramsci
- Enrico Ibba, Associazione Musicale Alerese A.M.A.
- Cristina Incani, Cooperativa Il Chiostro
- Simone Lilliu, Arreu in S'isula
- Gloria Lilliu, Bisu Apicoltura
- Carlo Milia, CEAS Baressa
- Rita Minnei, Museo Diocesano Arte Sacra
- Roberta Onnis, Mama dunia Travel
- Maria Gabriela Pitzianti e Giorgio Tuveri, Associazione Culturale Coriccheddos
- Francesco Sanna, Consorzio Turistico Sa Corona Arrubia
- Wilda Scanu, Cooperativa Su Trobasciu
- Annamaria Valeria Sonogo e Gabriele Serra, Il Mandorlo Albergo Diffuso
- Margherita Statzu, Associazione a.s.d.Culturale Muladhara
- Lino Zedda, Consorzio Turistico Due Giare
- Margherita Zonca, Fondazione Altopiano della Giara

<https://docs.google.com/forms/d/1N4YKdwFqg84TCV1i9P8XmxSs4XAIEvyUjYR6sKtCFB8/edit>

**COSTRUIAMO INSIEME  
DESTINAZIONE MARMILLA**

