



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



Workshop formativo e di co-progettazione dei prodotti turistici

21 maggio h 16:30-18:30 – online, piattaforma Zoom

REPORT DEI LAVORI

Indice

Il percorso partecipativo

Pag. 4

La Roadmap del percorso

Pag. 6

Il workshop formativo e di co-progettazione dei prodotti turistici

Pag. 8

- Il programma dei lavori
- L'interazione digitale con i partecipanti
- La sessione formativa
- I partecipanti al workshop

Pag. 9

Pag. 10

Pag. 16

Pag. 61

Contatti

Pag. 62

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: Albagiara, Ales, Assolo, Asuni, Baradili, Baressa, Barumini, Collinas, Curcuris, Furtei, Genuri, Gesturi, Gonnoscodina, Gonnosnò, Gonnostramatza, 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 formativo e di co-progettazione dei prodotti turistici** che si è tenuto **il 21 maggio online, sulla piattaforma Zoom** a cui hanno preso parte, in totale, **23 partecipanti**.

La Roadmap del percorso

- **Lunedì 8 aprile h 9:30-12:30 Baradili, sede del GAL**
Workshop preliminare con l'Assemblea dei Sindaci, Consorzi e Unione dei Comuni
- **Lunedì 15 aprile h 16:30-18:30 Ales, Sala riunioni dell'Unione dei Comuni Alta Marmilla**
Workshop di apertura: presentazione del percorso partecipativo e dell'analisi territoriale
- **Martedì 16 aprile h 16:30-18:30 Lunamatrona, Sala Conferenze del Museo Sa Corona Arrùbia**
Workshop di apertura: presentazione del percorso partecipativo e dell'analisi territoriale
- **Martedì 7 maggio h 15:00-20:00 Lunamatrona, Sala Conferenze del Museo Sa Corona Arrùbia**
Workshop partecipativo con metodologia Open Space Technology
- **Martedì 21 maggio h 16:30-18:30 in videoconferenza, piattaforma Zoom**
Workshop formativo e di co-progettazione dei prodotti turistici della Marmilla

- **Martedì 28 maggio h 16:30-18:30 in videoconferenza, piattaforma Zoom**
Workshop di co-progettazione del prodotto «turismo culturale e archeologico»
- **Martedì 28 maggio h 18:30-19:30 in videoconferenza, piattaforma Zoom**
Laboratorio di co-progettazione del prodotto «turismo enogastronomico»
- **Mercoledì 29 maggio h 16:30-18:30 in videoconferenza, piattaforma Zoom**
Laboratorio di co-progettazione del prodotto «turismo outdoor»
- **Mercoledì 29 maggio h 18:30-19:30 in videoconferenza, piattaforma Zoom**
Laboratorio di co-progettazione del prodotto «turismo del benessere»
- **Martedì 4 giugno, h 16:30-19:30 in videoconferenza, piattaforma Zoom**
Workshop di co-progettazione delle esperienze turistiche della Marmilla

Il workshop formativo e di co-progettazione dei prodotti turistici

In data **21 maggio** si è tenuto online sulla piattaforma Zoom, il workshop formativo sui prodotti turistici della Marmilla.

Durante l'incontro sono stati introdotti e analizzati i **prodotti turistici** - con un focus sugli **elementi essenziali** che compongono il prodotto e su come questo si costruisca - e sono stati individuati i **prodotti della Destinazione Marmilla**, oggetto dei successivi incontri tematici.

The screenshot shows a Zoom meeting interface with a presentation slide. The slide title is "COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA". A red cloud graphic contains the text "4° workshop partecipativo" and "21 maggio 2024 Piattaforma Zoom".

Gli obiettivi del lavoro insieme

- Scoprire insieme "Cosa è un prodotto turistico" e quali sono i suoi elementi costitutivi
- Attivare la discussione con i partecipanti su quali siano i prodotti turistici per il territorio della Marmilla
- Costruire i tematismi per i prossimi incontri

Metodologie e strumenti

Mentimeter

regole di discussione

- tutti gli interventi che si desidera, ma brevi
- un solo argomento in ogni cartoncino
- la discussione a voce è supportata dalla discussione per iscritto
- più di una parola, non più di tre righe
- si può dissentire...
- ...ed aggiungere argomenti

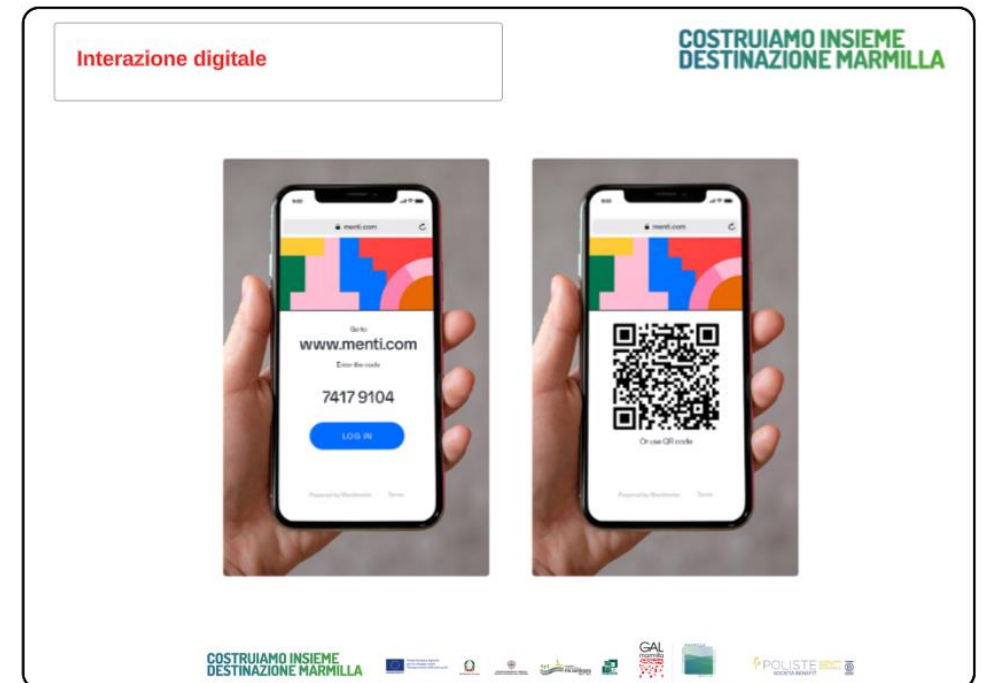
At the bottom of the slide, there are logos for "COSTRUIAMO INSIEME DESTINAZIONE MARMILLA", "UNIONE EUROPEA", "REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA", "PSK SARDEGNA 2014-2022", and "POLYTECH".

Il programma dei lavori

16:30-16:40	Accoglienza dei partecipanti
16:40-16:50	SALUTI E APERTURA DEI LAVORI <i>Sara Cogotti</i> , animatrice GAL Marmilla <i>Serenella Paci</i> , AT Poliste Società Benefit
16:50-18:00	1ª Sessione di lavoro – Sessione partecipativa, recap dell’analisi e sessione formativa sui prodotti turistici <i>Valentina Chillemi</i> , AT Poliste Società Benefit Sessione partecipativa: interazione digitale, interventi liberi e confronto con i partecipanti Analisi del contesto e delle tendenze della Marmilla– Che cos’è un prodotto turistico? <i>Lucia Montalbano</i> , FTourism & Marketing – AT Poliste Società Benefit
18:00-18:30	2ª Sessione di lavoro – Quali prodotti turistici per la Marmilla? Quali prodotti turistici per la Marmilla? <i>Lucia Montalbano</i> , FTourism & Marketing – AT Poliste Società Benefit Interventi liberi e confronto con i partecipanti
18:30	CHIUSURA DEI LAVORI

L'interazione digitale con i partecipanti

Nel corso del laboratorio i partecipanti sono stati coinvolti in una breve **interazione digitale**, condotta con il software Mentimeter; attraverso l'utilizzo dei propri **smartphone** i partecipanti hanno risposto ad **alcune domande utili a costruire un quadro conoscitivo** circa la **categoria professionale** di appartenenza, la **provenienza** e la **conoscenza dei prodotti turistici** presenti nel territorio della Marmilla. I risultati sono presentati nelle pagine a seguire.



Chi siamo oggi?



Da quale comune proveniamo?

8 responses

morgongiori

mogoro

tuili **masullas**

gonnostramatza

baradili

albagiara

Che cosa è per te un "Prodotto turistico"?

Vendita dei tesori del nostro paese

L'insieme di elementi fisici e servizi che si possono offrire al turista

servizi e esperienze offerti ai turisti, comprendente alloggio, trasporti, ristorazione, attrazioni e attività culturali, mirato a soddisfare le esigenze dei visitatori

Un servizio o un'offerta che genera nella persona che la vive un'esperienza che genera svago, benessere, novità, conoscenza

un insieme di beni e servizi specifici di un determinato territorio che aspirano a soddisfare un bisogno "specifico" turistico

Turismo Culturale-Archeologico

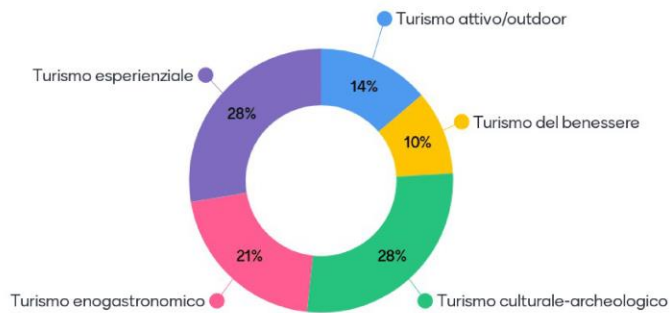
Un bene fisico o un bene immateriale, un sito, un'attrazione turistica fruibile all'interno di una destinazione, che include tutti i servizi ad essa collegati

Un prodotto che attira l'attenzione del turista "visitatore" che possa essere venduto per valorizzare un bene territoriale

L'insieme delle risorse e dei servizi del territorio "commercializzati" ai turisti

Un insieme di beni e servizi di un territorio che, una volta messi a sistema, costituiscono un'offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica

Quali tra i seguenti prodotti turistici ritieni più rilevanti per la Marmilla?



Quali sono secondo voi i prodotti turistici per la Marmilla?

Escursioni sulle attrattive archeologiche, Naturalistiche e geologiche, in cui la Marmilla è abbastanza rappresentativa e ricca. Io come guida vedo queste potenzialità ed è quello che a me interessa come guida

Escursioni in giara

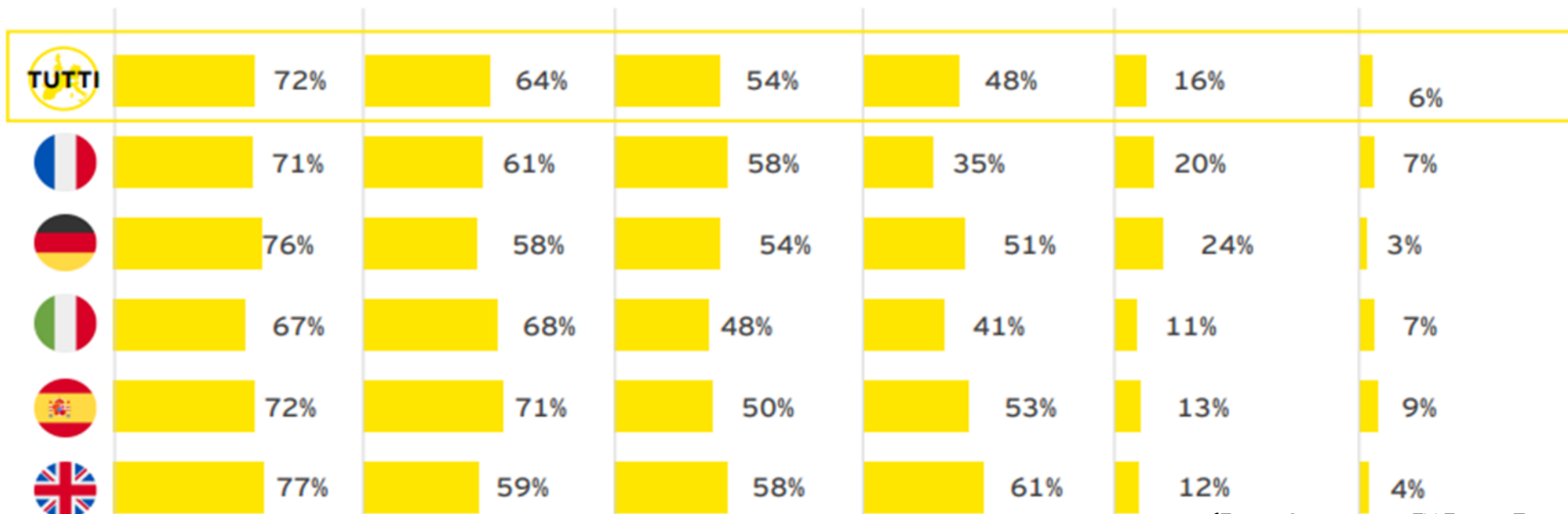
Monte Arci, percorsi in natura e archeologici, prodotti tipici enogastronomici.

A parte il prodotto che può essere rappresentato dalla Giara o da Barumini ed i servizi/attività ad essi connessi, al momento, non ci sono altri prodotti turistici ben definiti in Marmilla

La sessione formativa

1. RECAP DELL'ANALISI DI CONTESTO E DELLE TENDENZE TURISTICHE DELLA MARMILLA

IL CONTESTO DI MERCATO



LA MARMILLA OGGI

Attrattive

Un'articolata serie di risorse di molteplice natura (oltre 700 mappate):

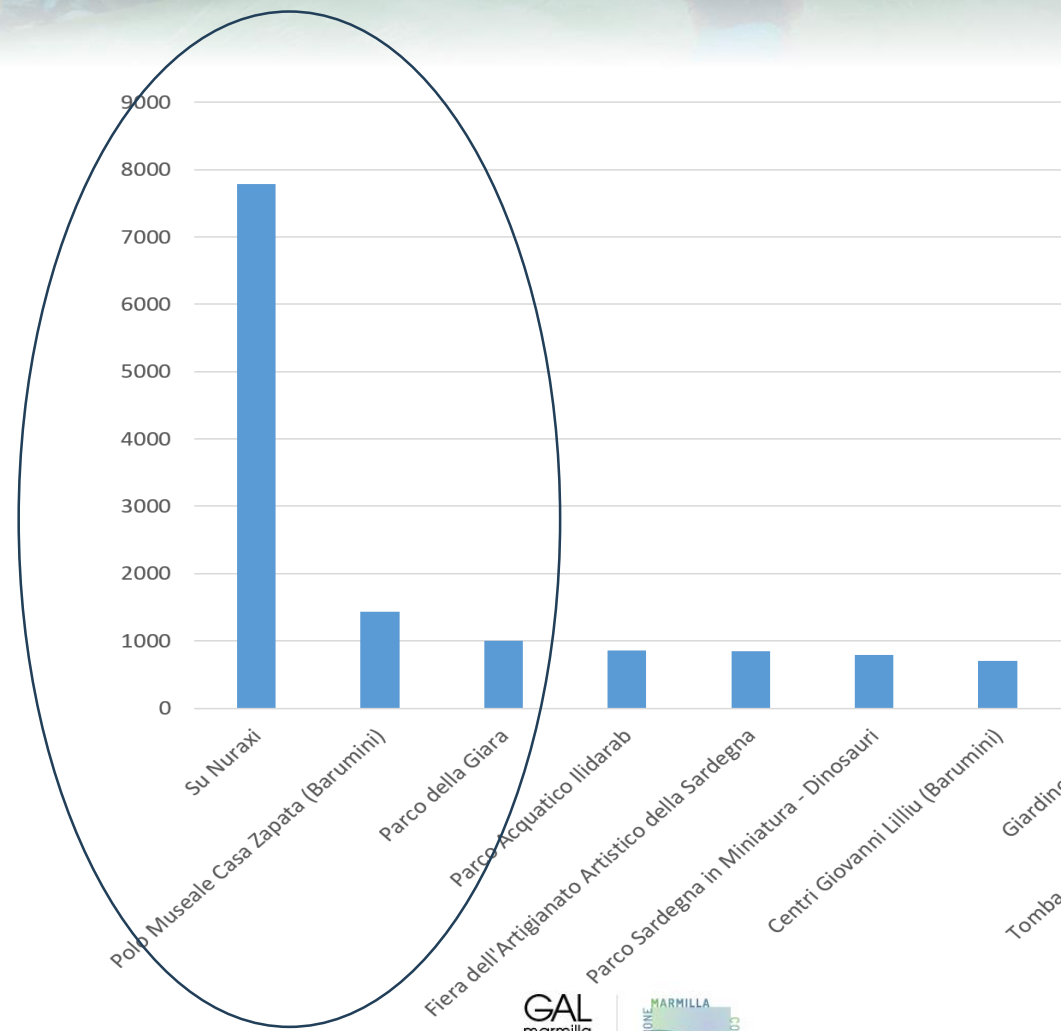
- aree ambientali di pregio, aree SIC e ZPS
- importanti siti archeologici
- monumenti civili e religiosi di rilevante valore storico e architettonico
- produzioni artigianali e agroalimentari di qualità

LA MARMILLA OGGI

Attrattive

Ma...

Solo poche attrattive emergono nel mercato!



LA MARMILLA OGGI

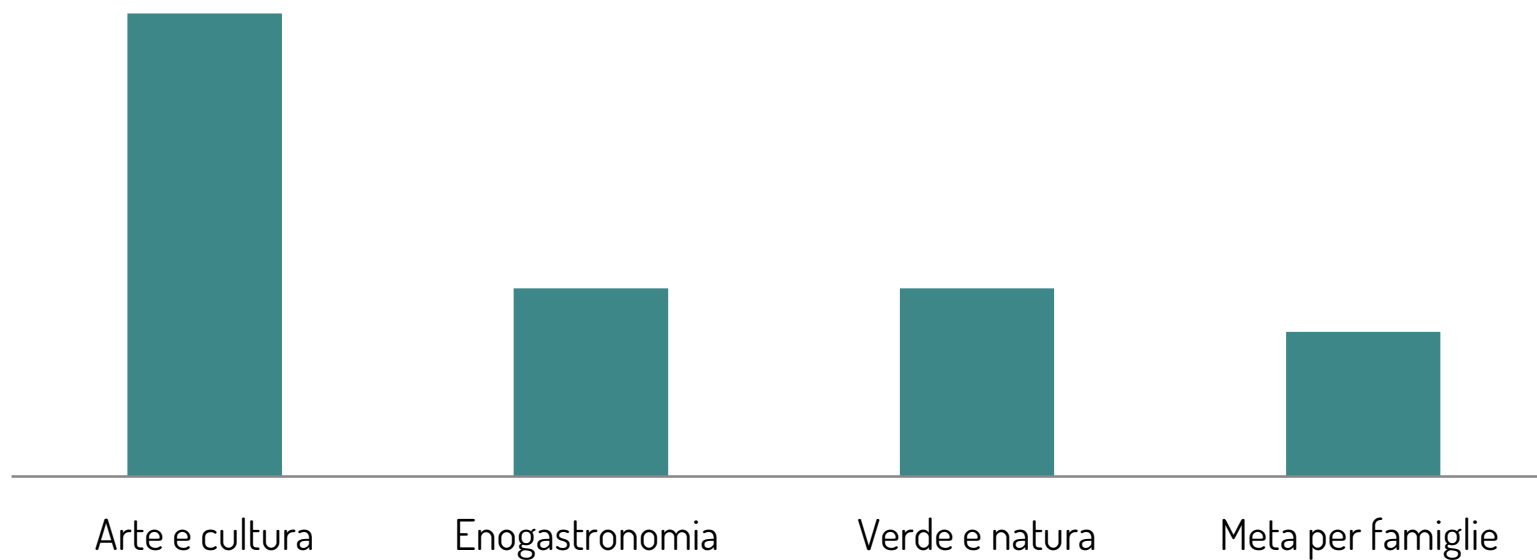
Attività e servizi

L'offerta di attività e servizi attualmente disponibile:

Categoria	Volume offerta	Tipologie attività
Natura	8	<ul style="list-style-type: none">• Esperienze sulle erbe sarde tradizionali• Esperienza di volo del rapace• Percorsi in bosco
Outdoor	5	<ul style="list-style-type: none">• Ciclovie e percorsi outdoor• Visite guidate Parchi• Escursioni a cavallo• Escursioni bike
Cultura	11	<ul style="list-style-type: none">• Visite guidate ai nuraghi• Visite borghi storici• Laboratori artistici• Escursioni a tema museale
Enogastronomia	6	<ul style="list-style-type: none">• Tour enogastronomici su auto d'epoca• Picnic in vigna• Degustazioni• Visita in cantina
Well-being	4	<ul style="list-style-type: none">• Percorsi sonori• Passeggiate sensoriali in vigna• Esperienze olistiche• Medicina vibrazionale

COSA DICE IL MERCATO DELLA MARMILLA?

Per cosa è conosciuta e apprezzata la destinazione?



COSA DICE IL MERCATO DELLA MARMILLA?



- DRI complessivo attrattive archeologiche e culturali: 9,0
- DRI complessivo attrattive naturalistiche: 9,1

LA SWOT

P
U
N
T
I

D
I

F
O
R
Z
A

- Buona offerta gastronomica (produzione agricola, ovina e caprina)
- Attrattive apprezzate dal pubblico
- Destinazione verde
- Importante vocazione naturalistica
- Emergenze archeologiche importanti (Su Nuraxi e altri siti archeologici unici)
- Buon tasso di internazionalizzazione
- Natura e ambiente incontaminato
- Ruralità come tratto caratteristico
- Presenza di laboratori esperienziali di artigianato (negli agriturismi, lavorazione del pane, formaggio)
- Valorizzazione dell'ossidiana (Museo dell'ossidiana di Pau e la sua lavorazione)
- Presenza di diversi musei diffusi su tutto il territorio, seppur poco promossi
- Presenza di percorsi di trekking
- Aspetto curativo, energetico e spirituale del territorio e rituali legati al rapporto uomo-terra, magnetismo
- Presenza di erbe officinali
- Clima favorevole tutto l'anno
- Vicinanza all'arteria stradale principale 131

LA SWOT

C R I T I C I T À

- Carenza servizi di trasporto per l'accessibilità
- Offerta ricettiva ridotta e concentrata, insufficiente
- Mancanza di dati veritieri che permettano di prendere decisioni strategiche
- Mancanze linguistiche del personale a contatto col pubblico
- Scarsa presenza online
- Ridotta notorietà nel mercato
- Scarsa segnalazione e informazione sulle attrattive
- Mancanza di prodotto organizzato e strutturato
- Accessibilità informativa frammentata
- Problemi demografici e spopolamento dei centri abitati
- Scarsa integrazione tra imprese di piccole dimensioni e tra sistemi culturali-turistici
- Assenza di rete dell'accoglienza e rete delle attrattive
- Beni culturali e ambientali non sfruttati e valorizzati
- Mancanza di un Brand unico per i 43 Comuni e di promo-commercializzazione efficace
- Inadeguata digitalizzazione del patrimonio nuragico e scarsa presenza online
- Carenti investimenti in promozione

LA SWOT

O
P
P
O
R
T
U
N
I
T
À

- Crescita della domanda turismo outdoor e naturalistico
- Crescita di interesse nel mercato per destinazioni alternative e rurali
- Crescita della domanda per il turismo di ben-essere
- Interesse nel mercato verso le produzioni tipiche
- Crescita di iniziative di valorizzazione e promozione del territorio della Marmilla (es. Primavera in Marmilla) che vanno rafforzate
- Prossimità con altre destinazioni affermate della Sardegna (es. Cagliari) e al mare
- Patrimonio abitativo da recuperare
- Generazione di contenuti spontanei da parte di influencer e locali (da sfruttare)
- Attenzione a livello regionale, nazionale ed europeo per le tematiche ambientali e della ruralità
- Accrescimento e diffusione dei valori della sostenibilità
- Vicinanza del territorio all'aeroporto di Cagliari

LA SWOT

M I N A C C E

- Diminuzione dell'attività agricola e rurale in loco
- Riduzione della capacità di spesa turistica nel mercato europeo ed italiano
- Emergere di località concorrenti molto agguerrite
- Carenze infrastrutturali interne
- Cambiamenti climatici
- Problema di spopolamento dei paesi
- Carenza di collegamenti per la Sardegna in periodi di bassa stagione prezzi alti in alta stagione

2. I PRODOTTI TURISTICI

**COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA**



LA CONCEZIONE ODIERNA DI VACANZA

Dal vedere al fare e verso l'esperienza

Territorio-destinazione



Parola chiave «Vedere»

Prodotto-motivazione



Parola chiave «Fare»

Esperienza



Parola chiave «Vivere e sentire»

LA CONCEZIONE ODIERNA DI VACANZA

- Proposte tematizzate e personalizzabili
- Contenuto di esperienze ed emozioni
- Dimensione autentica della destinazione, cerca una relazione con essa
- Valore aggiunto prima del prezzo
- «Cose» da vivere in una località

LA CONCEZIONE ODIERNA DI VACANZA

- Ciò che conta per il turista:
- «Value for my money»
- «Value for my time»
- «Value for my experience»
- Ovvero: una risposta alle sue motivazioni!

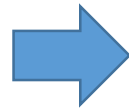
LA CONCEZIONE ODIERNA DI VACANZA

La trasformazione della domanda

- DA UN TURISMO GENERALISTA



«Ci sono stato»



- A UN TURISMO DI VALORE



«Perché»

Il turista non cerca il territorio... cerca l'esperienza nel territorio!

LE CRITICITÀ CHE ABBIAMO DAVANTI

- Offerta turistica disaggregata
- Servizi turistici disconnessi e non collegati fra loro
- Difficoltà da parte del turista per trovare informazioni su cosa fare, come fare e chi lo fa



In sostanza manca il prodotto-destinazione Marmilla

COSA DOBBIAMO FARE?

- Strutturare il territorio: trasformare le risorse in offerte (che diventano esperienze da raccontare)
- È necessario creare il PRODOTTO-DESTINAZIONE MARMILLA



COSA DOBBIAMO FARE?

Per capire meglio

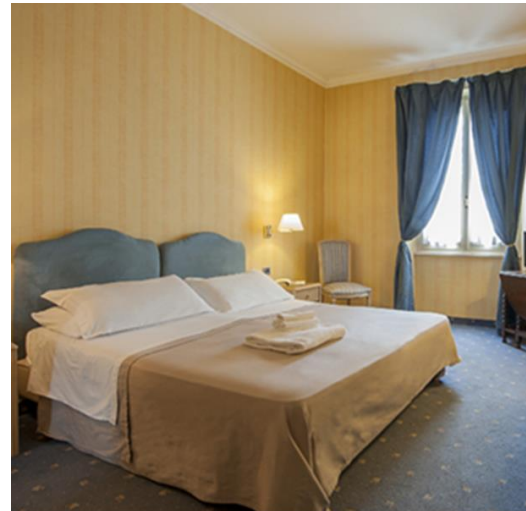


PUNTO DI PARTENZA

Il concetto

Prospettiva dell'operatore:

Il vecchio modo di intendere il prodotto turistico



**COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA**



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



REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA
REPUBLICA ITALIANA



2014-2020

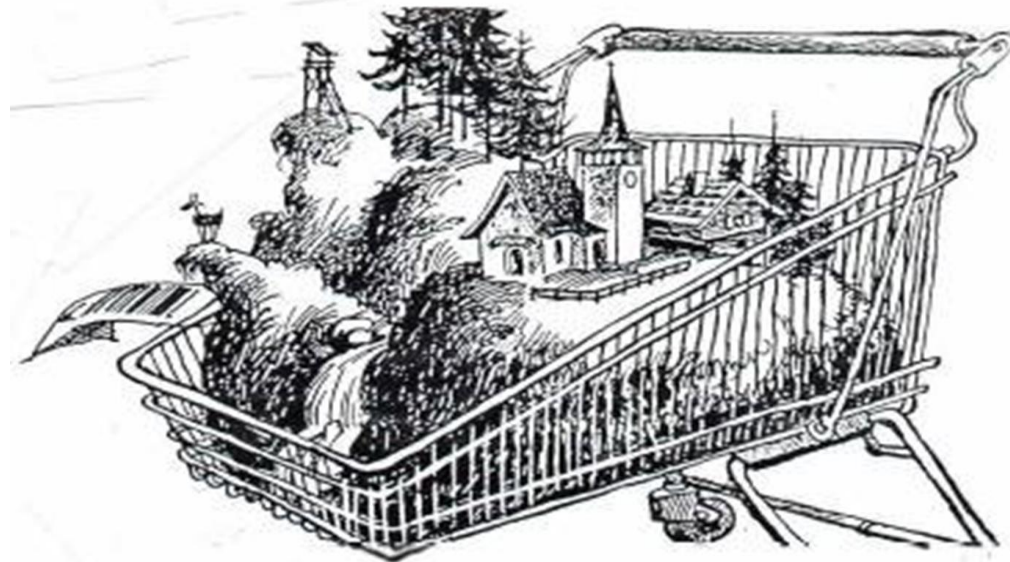


PUNTO DI PARTENZA

Il concetto

Prospettiva del turista:

Il nuovo modo di intendere il prodotto turistico



PUNTO DI PARTENZA

Il concetto

Paesaggio attrattivo + piste ciclabili + hotel bike friendly + agevolazioni (riparo bici, meccanico ecc.)



Vigna + visita in cantina + pranzo tra i filari

PUNTO DI PARTENZA

Il prodotto turistico

La prospettiva del prodotto globale

Sulla prospettiva del fruitore incidono tutti gli elementi con cui il turista entra in contatto durante la sua esperienza turistica

- Gli elementi di attrazione della destinazione
- I servizi e le facilities presso l'area di destinazione
- Gli elementi di accesso alla destinazione
- L'immagine della destinazione
- L'informazione

PUNTO DI PARTENZA

Il prodotto turistico: definizione

Prodotto turistico =

ATTRATTIVA + FACILITAZIONI + ACCESSIBILITÀ



AREA ARCHEOLOGICA "SU NURAXI"

Visitare Barumini e il suo territorio significa andare alla scoperta di un mondo ricco di storia e tradizioni. Sin dai primi attimi nei quali ci si avvicina a questo piccolo centro della Marmilla, situata nel cuore della Sardegna, si respira un'aria particolare, quella di un luogo speciale, depurato sin dall'antichità a sede del potere e parte centrale di un territorio florido e ricco di meraviglie nonché via di comunicazione fondamentale. La più importante fra le testimonianze di questo glorioso passato si senza dubbio l'area archeologica Su Nuraxi. Scoperta e portata alla luce nel corso degli anni '50, durante gli scavi condotti dal grande archeologo Giovanni Lilliu, l'area è costituita da un imponente nuraghe complessa, costruita in diverse fasi a partire dal IV secolo a.C., e da un intero villaggio di case a sviluppo tutto intorno nel corso dei secoli successivi. Un luogo unico nel suo genere e per questo, sin dal 1991, riconosciuto dall'UNESCO Patrimonio Mondiale dell'Umanità. Un patrimonio, quello di Barumini, che si arricchisce recentemente di un'altra meraviglia: Su Nuraxi e Crestas. Un altro nuraghe complesso venuto alla luce negli anni '90 durante i lavori di restauro di Casa Zapata, antica residenza nobiliare dei baroni sardo-aragonesi, costruita a partire dalla metà del 1500, sopra l'antico edificio nuragico. Oggi la residenza signorile, costruita nei saloni del palazzo nobiliare, ma da uno splendido giardino che da sul sagrato della chiesa parrocchiale, da un'ampia corte e dalla pertinacia agricola costruita a

PUNTO DI PARTENZA

Il prodotto turistico: definizione

Il prodotto turistico è un insieme di attrattive, che possono essere tangibili o non tangibili, e che in essenza costituiscono la motivazione per la quale un turista si muove dal suo punto di residenza fino al territorio dove sono disponibili queste attrattive

PUNTO DI PARTENZA

Il prodotto turistico: definizione

Le attrattive, che costituiscono la ragione del viaggio



I servizi, che sono lo strumento che permette il consumo o l'utilizzo dell'attrattiva turistica

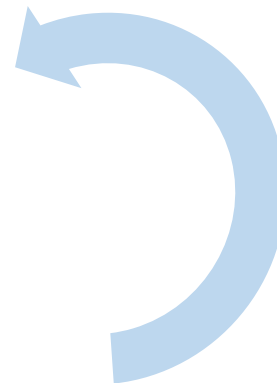
COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO

Il Turista ha bisogno di **PROPOSTE** che permettano la fruizione (e la scelta personalizzata) di tutte le risorse



Domanda

Offerta



La Destinazione deve organizzare il territorio e trasformare le RISORSE in **PRODOTTI (ESPERIENZIALI)**

COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO

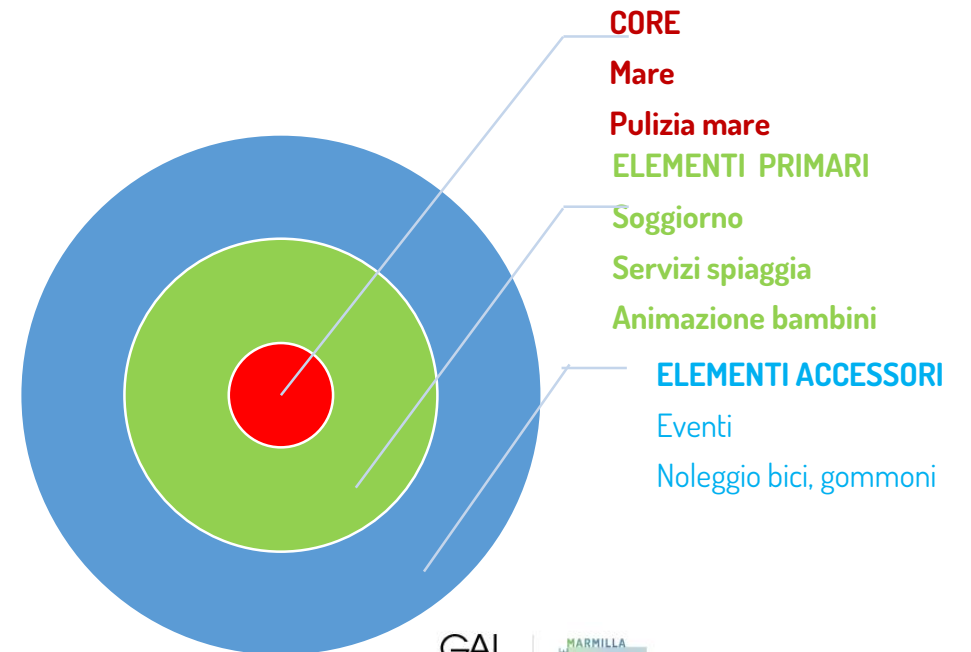
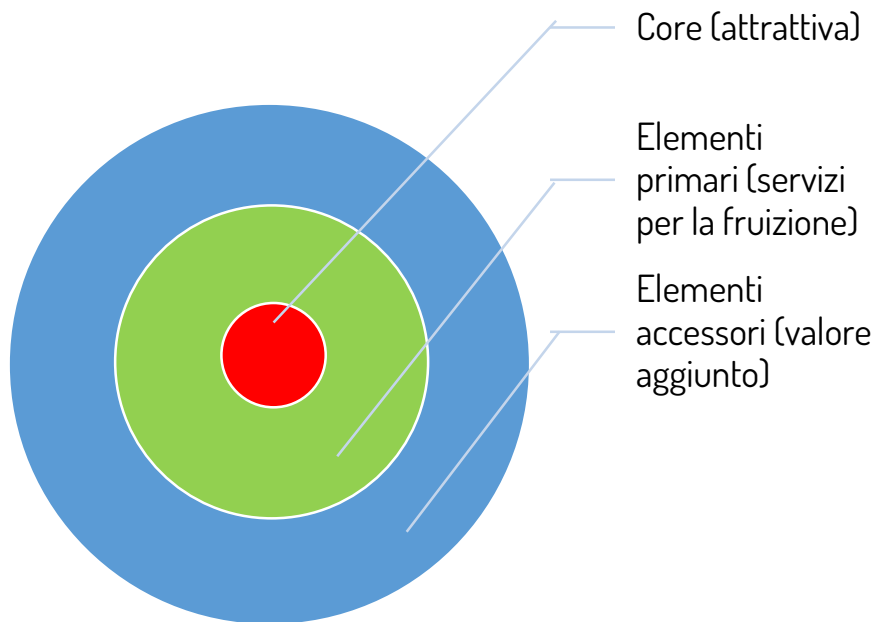
La composizione del prodotto turistico integrato



Oggi sono gli elementi
più importanti

COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO

Gli elementi

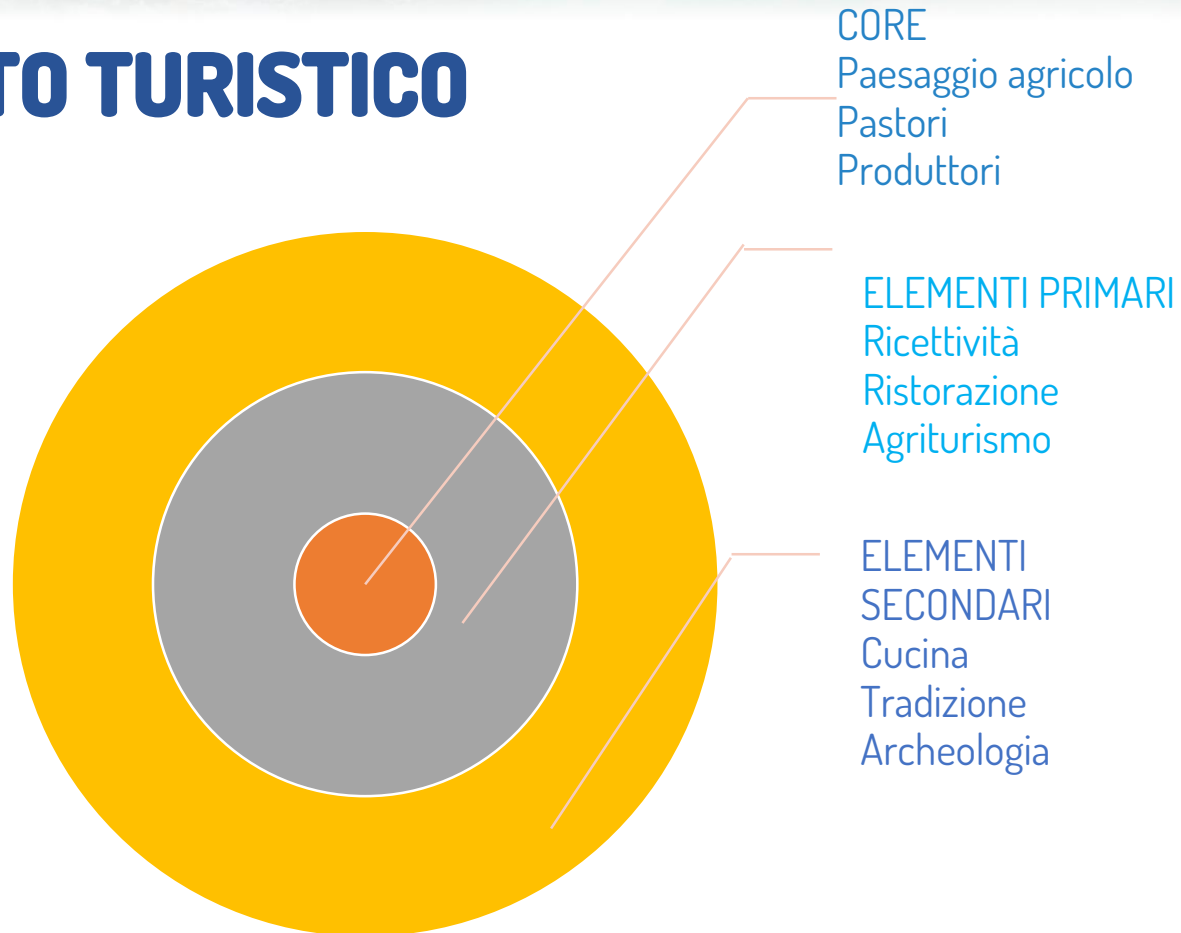


**COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA**

COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO

Gli elementi

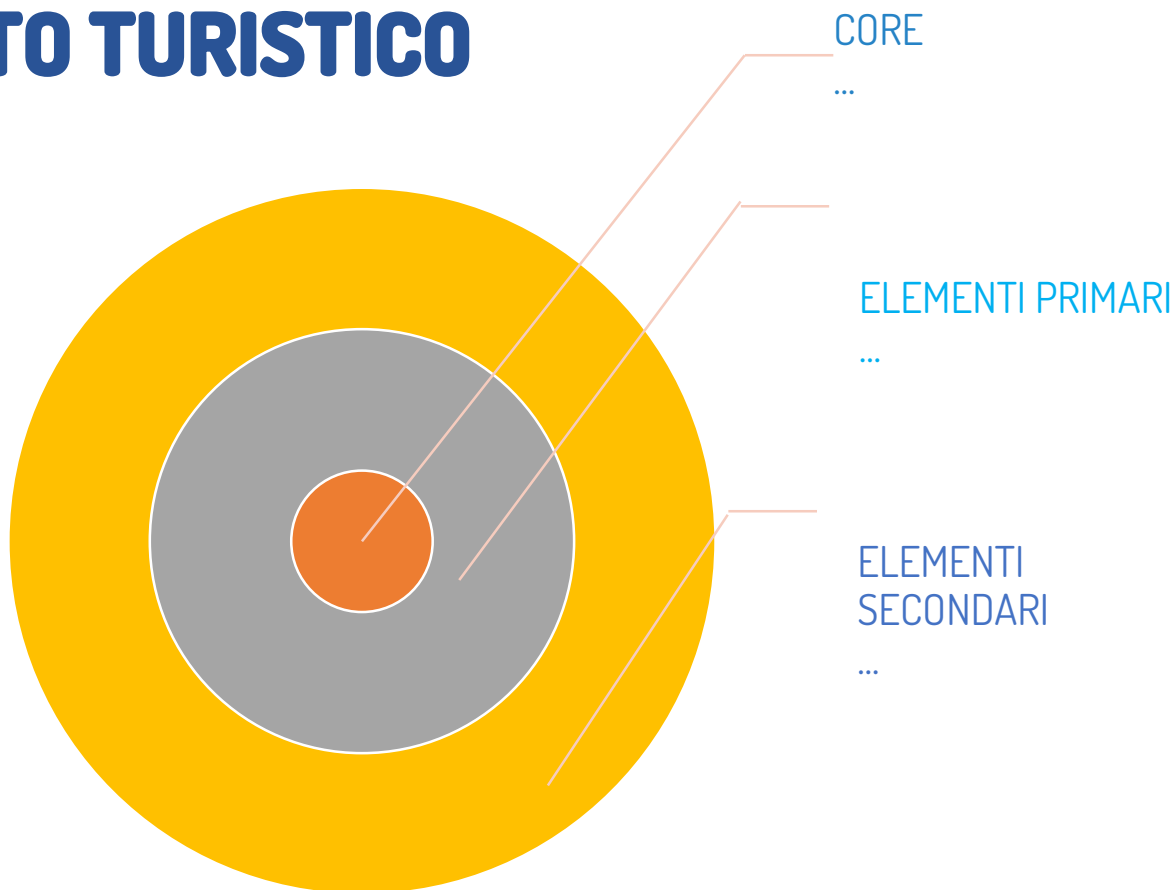
Esempio: prodotto di turismo rurale:



COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO

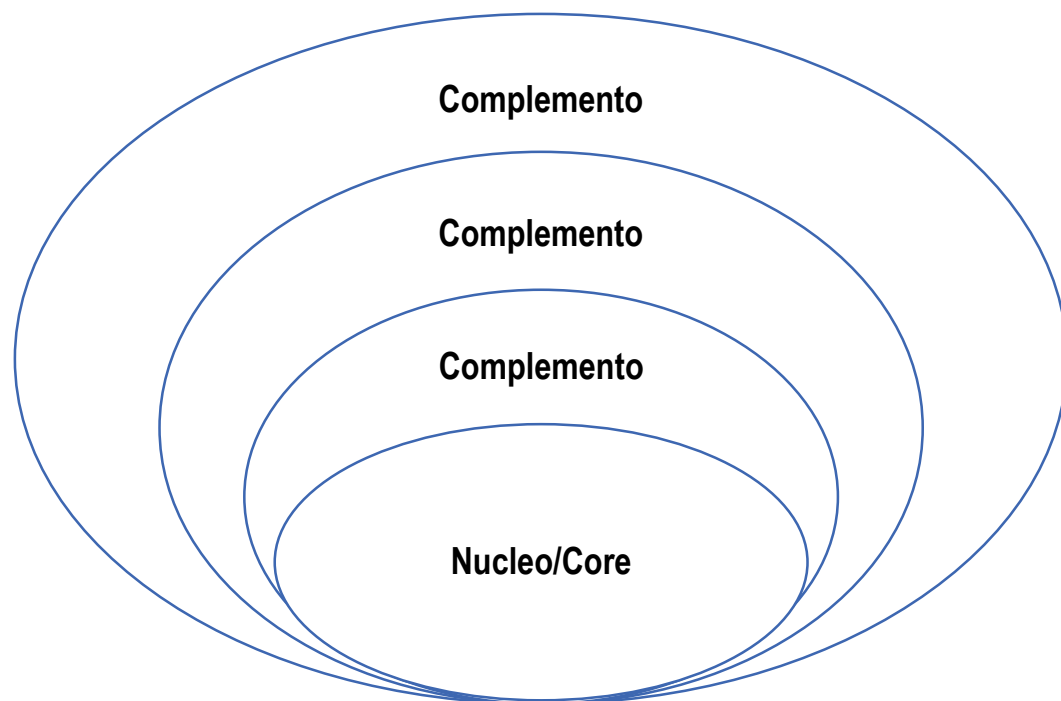
Gli elementi

Esempio: prodotto di turismo culturale:



COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO

Il prodotto turistico integrato



La co-creazione parte dal fatto che il turista crea, a partire dai servizi esistenti ed offerti dagli operatori turistici, il suo prodotto personalizzato

COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO

Il prodotto turistico integrato



**COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA**



COSTRUIRE IL PRODOTTO TURISTICO

Il prodotto turistico integrato

Oggi il prodotto turistico deve essere costruito con la logica dell'integrazione:

- Il turista richiede prodotti più complessi, personalizzati, che rispondano ai suoi bisogni specifici
- Gli elementi primari e secondari sono parte integrante del prodotto
- Il turista crea, a partire dai servizi esistenti ed offerti dagli operatori turistici, il suo prodotto personalizzato

3. ALCUNI ESEMPI

ESEMPI

OGGLIOPO

Storie, paesaggi e persone tra i due fiumi

Vieni a pedalare nell'Oglio Po

Scegli tra i nostri itinerari ciclabili, visita antiche dimore, riscopri mestieri dimenticati, assaggia le specialità tipiche.

#OglioPoInGiro #GentediFiume #VisitOglioPo

destinazioni
rurali

**COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA**



Itinerari e sport



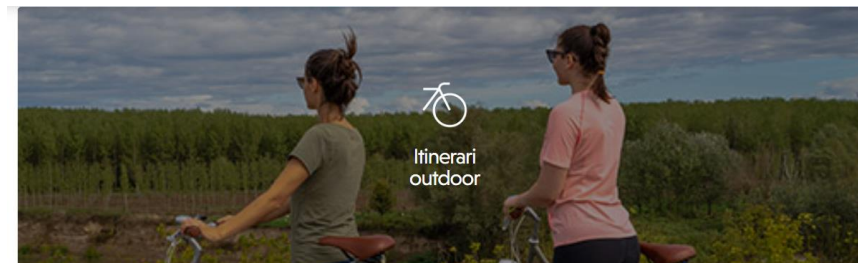
Parchi e natura



Arte e cultura



Enogastronomia



ESEMPI

Reyno de **Navarra**  **Nafarroa**ko Erresuma



Sumérgete en una naturaleza que emociona

Navarra es tierra de parques naturales. De bosques, ríos y cascadas. De paisajes de cuento muy bien preservados, de senderos flanqueados por flores y árboles y de colores que cambian según la estación.

Si lo que buscas en tu visita es hacer una inmersión en plena naturaleza, no dejes de visitar esta sección:

[Quiero hacer turismo de naturaleza](#)

Contacta con la esencia del mundo rural en nuestras casas

Navarra te ofrece cuidadas **casas de arquitectura tradicional** que podrás alquilar enteras o por habitaciones. En ellas podrás disfrutar de un entorno tranquilo, de la apacible cultura local y de unos días de desconexión en contacto con la naturaleza... y desde allí también podrás ir descubriendo poco a poco Navarra.

Respira hondo y oxigénate, juega, ríe, lee, desayuna tranquilamente, enciende la chimenea... date tiempo para los mejores momentos.

[Quiero hacer turismo rural](#)



Made in Navarra gastronomía

¿Te gusta conocer destinos a través de su cultura gastronómica?

La gastronomía navarra es un antes y un después para toda persona amante de los sabores, olores y texturas. Si quieres adentrarte en el mundo de las denominaciones de origen navarras, los productos de excelsa calidad, los pinchos, los restaurantes de cocina de autora o autor... Es aquí:

[Quiero hacer turismo gastronómico](#)

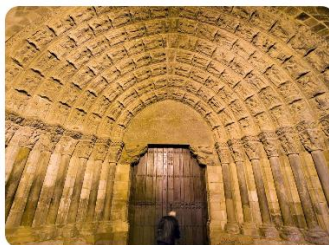


Profundiza en nuestra cultura y raíces

Navarra tiene una **identidad cultural y artística muy marcada**. Las navarras y navarros somos como somos por todo lo que ha acontecido en el Reino.

¿El resultado? Maravillosas etapas del Camino de Santiago, el carácter majo de nuestra gente, tradiciones, carnavales ancestrales, un idioma como el euskera con siglos y siglos de historia y un legado artístico importante en forma de románico, museos, monasterios o castillos.

[Quiero hacer turismo cultural](#)



Organised activities in Navarre

If you're looking to have a great time while in Navarre, just take a look at all these suggestions. Have fun, learn something new, get moving or try something tasty, you choose.

Indica localidad / lugar en el que buscas planes

Localidades / lugares de interés

From

15/05/2024

To

15/08/2024

Elige uno, varios o todos los tipos de actividades:

- All
- Nature and sports
- Cultural activities
- Wine and gastro-tourism
- Wellness and wellbeing
- Leisure activities and others
- The Way of St James
- San Fermin
- Family activities
- Accesibilidad
- Planes con prácticas sostenibles

**COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA**



ESEMPI

Extremadura
TURISMO



COME TO EXTREMADURA

EXPLORE

PLAN YOUR TRIP

UP TO DATE

PROFESSIONAL



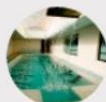
CULTURE



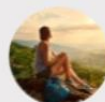
NATURE



GASTRONOMY



THERMAL



LGBT



Extremadura
Cicloturismo



Birding in
Extremadura Club



Tajo-Tejo Internacional
Reserva de la Biosfera
Transfronteriza



unesco
Programa sobre el Hombre
y la Biosfera

Actividades

- ▶ Navega por el Tajo Internacional
- ▶ Miradores
- ▶ Astroturismo
- ▶ La berrea
- ▶ Ruta botánica de Mari Loza
- ▶ Cicloturismo/BTT
- ▶ Birding
- ▶ Turismo ecuestre
- ▶ Senderismo
- ▶ Club gastronómico
- ▶ Eventos culturales
- ▶ Rutas en moto
- ▶ Aventuras

COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA



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

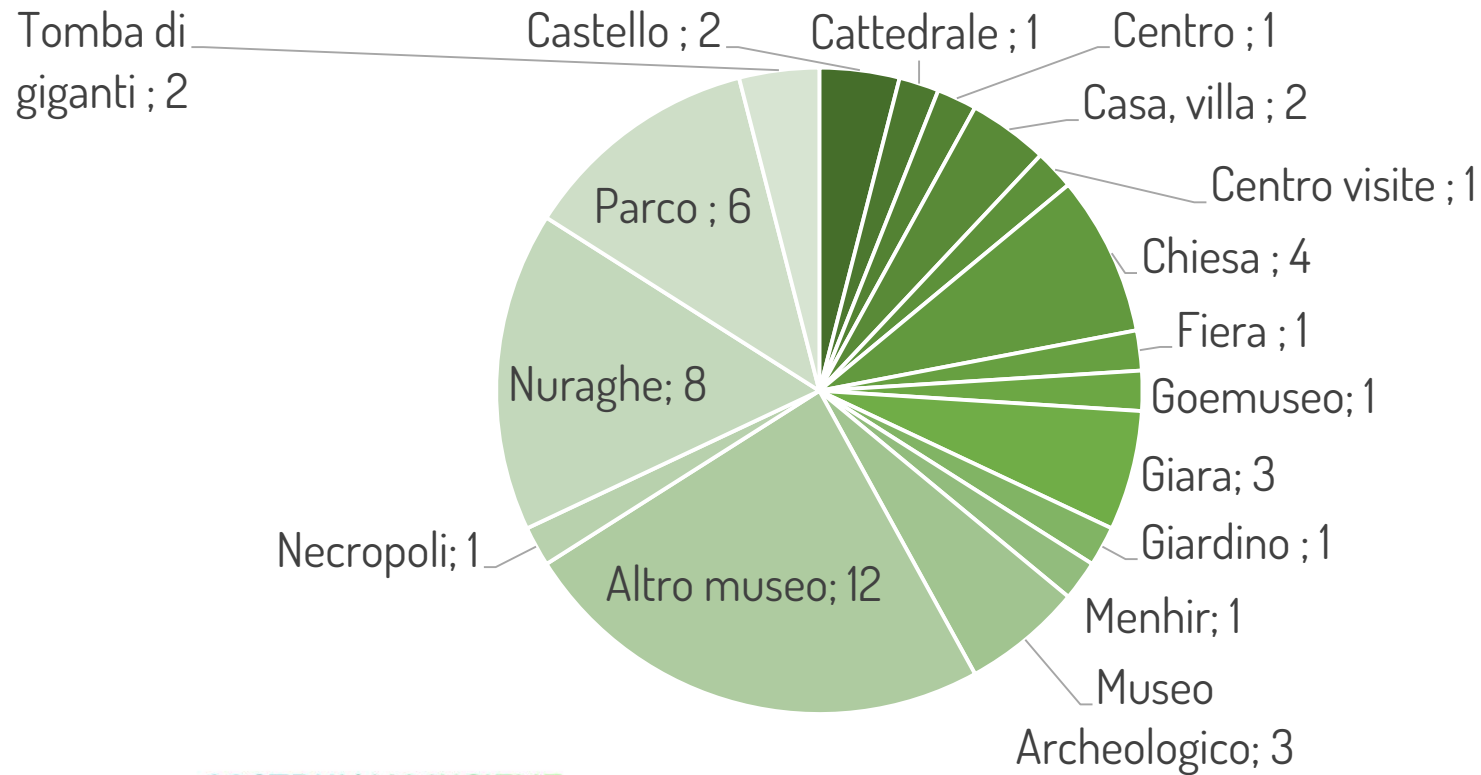


REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



4. QUALI PRODOTTI TURISTICI PER LA MARMILLA?

LA FOTOGRAFIA DEL TERRITORIO: Gli elementi «core» su cui costruire il prodotto



LA FOTOGRAFIA DEL TERRITORIO: Gli elementi «core» su cui costruire il prodotto

Un patrimonio ampio e ricco...

... ma pochi servizi, limitati fondamentalmente alla fruizione delle risorse culturali

**COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA**



LA FOTOGRAFIA DEL TERRITORIO: I prodotti turistici emersi dal PST

Attrattive turistiche	Tematismo turistico
<ul style="list-style-type: none"> • Nuraghi • Castello • Tombe romane • Necropoli • Menhir • Domus de janas • Insedimenti di epoca preistorica, romana, medievale 	Archeologia
<ul style="list-style-type: none"> • Edifici religiosi 	Risorse ecclesiastiche-religiose
<ul style="list-style-type: none"> • Musei 	Cultura
<ul style="list-style-type: none"> • Artigianato: tessitura, ceramica, legno, coltelleria 	Patrimonio

LA FOTOGRAFIA DEL TERRITORIO: I prodotti turistici emersi dal PST

Attrattive turistiche	Tematismo turistico
<ul style="list-style-type: none"> • Giara • Monte Arci • Musei naturalistici / geomuseo • CEA 	Natura Geologia Outdoor
<ul style="list-style-type: none"> • Pane • Pasta • Dolci • Zafferano • Olio • Miele • Vino 	Eno-gastronomia
<ul style="list-style-type: none"> • Piante aromatiche • Ossidiana • Energia delle pietre 	Olismo / benessere

GLI STEP PER LA CREAZIONE DEL PRODOTTO

1. Creare attorno alle risorse principali un sistema di attrazioni e servizi
2. Concretizzare l'offerta strutturando un portfolio prodotti e creando il prodotto-destinazione
3. Costruire e gestire servizi esperienziali e ad alto valore aggiunto a supporto della fruizione del territorio
4. Mettere a sistema risorse e servizi trasversali all'economia locale trasformandoli in prodotti turistici
5. Valorizzare la componente umana e di condivisione all'interno dei prodotti turistici di destinazione
6. Adattare l'offerta e i canali di promozione e comunicazione ai diversi target e mercati

I partecipanti al workshop

N.	Nome	Cognome	Organizzazione
1	Paola	Arru	Guida RAS e Socia AIGAE
2	Susanna	Atzori	Casa Ruth
3	Mauro	Cau	Comune di Baressa
4	Francesca	Figus	Funtana Noa
5	Federica	Frau	Cooperativa Serzela
6	Simona	Garau	Yep Campers
7	Viviana	Garau	Vivisardinia
8	Sara	Ghiani	Privato cittadino
9	Cristina	Incani	Cooperativa Il Chiostro
10	Simone	Lilliu	Arreu in s'Isula
11	Emanuela	Lobina	Privato cittadino
12	Maristella	Locci	Cooperativa Serzela
13	Simone	Maccioni	Centro equestre il Giarino
14	Enrico	Menicalli	Pedra Niedda
15	Roberta	Onnis	Mama Dunia Travel
16	Vilma	Pilloni	Turismo in Marmilla Società Cooperativa

N.	Nome	Cognome	Organizzazione
17	Roberto	Sanna	Jara Escursioni
18	Alberto	Sanna	Pro loco di Senis
19	Paolo	Sirena	Fondazione Villanovafranca
20	Annamaria Valeria	Sonego	Albergo diffuso il Mandorlo
21	Ennio	Vacca	Fondazione Parte Montis
22	Silvia	Vizilio	Cooperativa Mariposas de Sardinia
23	Luciana Teresa	Zucca	Privato cittadino
	Sara	Cogotti	GAL Marmilla
	Maria Giovanna	Dessi	GAL Marmilla
	Lucia	Montalbano	FTourism & Marketing - AT Poliste SB
	Valentina	Chillemi	AT Poliste SB
	Carolina	Corona	AT Poliste SB
	Serenella	Paci	AT Poliste SB
	Francesco	Pintus	AT Poliste SB
	Davide	Vitiello	AT Poliste SB

Contatti



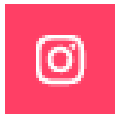
destinazionemarmilla@gmail.com



www.galmarmilla.it



[Gal della Marmilla](#)



[Gal Marmilla](#)

**COSTRUIAMO INSIEME
DESTINAZIONE MARMILLA**



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



REPUBBLICA ITALIANA
REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA
PSK Sardegna
2014-2020



2014-2020

