



PRIMO FORUM TERRITORIALE SUL TURISMO RURALE NEL MARGHINE

*Macomer, ex Caserme Mura
Domenica 10 novembre 2013*



PROGRAMMA
DI SVILUPPO RURALE
PSR sardegna
2007/2013



Il presente Rapporto si basa sui risultati dei tavoli di lavoro del 'Primo Forum Territoriale sul Turismo rurale e le reti territoriali nel Marghine', svoltosi a Macomer il 10 novembre 2013.

Gruppo di lavoro:

- Stefano Carboni, Claudio Mura, Paola Ninu, Anna Pireddu, Salvatore Razzu (Gal Marghine – Fondazione di Partecipazione);
- Pasquale Sulis, Carlo Tuveri e Roberto D'Amico (Agenzia Laore Sardegna);
- Elena Micheletti (Corintea Soc. Coop. Torino), Andrea Camarlinghi (Corintea Soc. Coop. Torino) e Carlo Montixi (Ideas S.r.l. Lecco).

La redazione è stata ultimata nel mese di novembre 2013.

PSR Sardegna 2007/2013. Asse 4 Attuazione dell'approccio Leader PSL GAL Marghine, misura 413, Azione di Sistema n. 1 "Costituzione delle reti di cooperazione" Sotto intervento "Turismo rurale e reti territoriali nel Marghine"

Il Forum territoriale sul turismo rurale nel Marghine

Il Forum Territoriale sul Turismo Rurale nel Marghine ha rappresentato il momento di restituzione alla comunità locale delle informazioni raccolte nella fase di indagine con questionario, il luogo di definizione e condivisione del “Manifesto sul turismo rurale nel Marghine” e l’occasione per riflettere sulle opportunità legate alla costituzione di una rete territoriale di operatori per il turismo rurale nel Marghine.

Il Forum, rivolto a operatori economici, istituzioni, associazionismo, scuole del territorio, ha visto la partecipazione di circa 80 persone.

La **prima parte** del Forum è stata dedicata alla restituzione puntuale dei risultati principali emersi dell’indagine in riferimento alla percezione dello stato attuale del Marghine sotto il profilo economico, sociale e delle infrastrutture materiali e immateriali; in riferimento alla percezione dello stato attuale del turismo e delle relazioni di cooperazione esistenti oggi nel territorio; in ultimo, in riferimento al ruolo che il turismo rurale nel Marghine può ricoprire nello sviluppo integrato e sostenibile del territorio, in stretta connessione con le attività economiche e agricole presenti localmente e attraverso la creazione di una rete di cooperazione strutturata tra operatori economici.

La **seconda parte** del Forum, strutturata su tre Tavoli di lavoro, ha visto i partecipanti ragionare su quali azioni concrete, attivabili nell’arco di 12 mesi, la costituenda Rete di operatori per lo sviluppo turistico nel Marghine dovrebbe intraprendere per perseguire i seguenti obiettivi:

- Promuovere il territorio del Marghine
- Valorizzare in chiave turistica le specificità locali
- Progettare, realizzare e gestire servizi in comune

I lavori all’interno dei tre tavoli di lavoro, (facilitati da Elena Micheletti e Andrea Camarlinghi della Corintea Soc. Coop. di Torino e da Carlo Montixi della Ideas S.r.l. di Lecco), hanno consentito di individuare per ogni obiettivo generale obiettivi più specifici e, soprattutto, le azioni da intraprendere per raggiungerli.

Le azioni per promuovere il territorio del Marghine

1. Creare una base informativa per gli operatori della Rete

L’obiettivo si realizza attraverso il censimento degli operatori aderenti alla rete, attraverso la compilazione di una “scheda” dove riportare tutte le informazioni che consentono agli altri operatori della rete di avvalersi di un determinato servizio / prodotto (riferimenti, costi, modalità e tempi di prenotazione, fruibilità nei diversi giorni / periodi dell’anno...). Si tratta in altri termini di comporre una sorta di “manuale di vendita della destinazione Marghine”.

2. Condividere le informazioni sugli operatori della Rete

L’obiettivo si realizza tramite la creazione di un sito Internet dove poter consultare e aggiornare le informazioni degli operatori della Rete.

3. Ottimizzare i processi comunicativi

L'obiettivo si raggiunge individuando i requisiti minimi che i singoli operatori devono rispettare nella comunicazione della propria attività, attraverso la definizione di standard di qualità comuni coerenti con l'immagine del prodotto turistico "Turismo rurale nel Marghine". In particolare alla comunicazione fornita sulla fruibilità degli attrattori e dei servizi che sono promossi dalla Rete deve corrispondere una reale fruibilità.

4. Migliorare l'attitudine all'accoglienza e la conoscenza delle risorse del territorio

L'obiettivo si raggiunge organizzando una serie di serate promozionali rivolte ai soggetti di cui al punto precedente, indicativamente una per ciascun Comune dell'area GAL. Gli incontri devono consentire di illustrare le eccellenze del territorio, la rete e i suoi aderenti. Tutto ciò permette la circolarità dell'informazione sulle risorse del territorio e su chi fa che cosa all'interno della Rete.

5. Promuovere l'offerta turistica rurale del Marghine presso segmenti di mercato potenzialmente rilevanti

Le azioni specifiche di promozione dell'offerta turistica del Marghine individuate all'interno del tavolo sono due:

- l'organizzazione di un evento promozionale, indicativamente nella città di Cagliari, definendo a monte per un verso il tipo di riscontro atteso dall'organizzazione dell'evento per altro verso gli strumenti che consentono di poter misurare il riscontro ottenuto;
- la predisposizione di una guida cartacea che sia uno strumento che consente ai visitatori di usufruire di un ampio numero di proposte e servizi una volta sul territorio, cercando di limitare i casi in cui questi giungono e si trattengono sul territorio unicamente per la visita ad uno specifico attrattore. I contenuti saranno quindi incentrati prevalentemente sulla presentazione dei diversi operatori, piuttosto che in generale sulla descrizione delle eccellenze del territorio.

Le azioni per valorizzare in chiave turistica le specificità locali

1. Definire la tipologia di domanda turistica attuale e potenziale

Sono quattro le azioni proposte per definire la tipologia di domanda turistica attuale e la domanda potenziale a cui rivolgersi:

- avviare una indagine presso gli operatori turistici per caratterizzare, su una base temporale congrua, le tipologie di turisti che visitano e fruiscono del Marghine (analisi domanda attuale);
- analizzare i dati inerenti i flussi turistici a disposizione degli Enti competenti (Provincia, Regione, STL);
- analizzare la domanda turistica caratterizzante territori rurali simili in ambito regionale e nazionale (benchmarking);
- individuare i target turistici maggiormente interessanti per il territorio del Marghine.

2. Creare e/o consolidare una cultura dell'accoglienza da parte del territorio

Rivolgendosi e operando su target differenziati, dagli Amministratori Locali agli operatori turistici ed economici, dalle scuole alla cittadinanza in generale, occorre predisporre azioni di formazione e informazione in grado di realizzare un contesto territoriale capace di accogliere e di percepire il turista nella duplice veste di cliente e di ospite.

3. Rafforzare la conoscenza del territorio e dei suoi elementi identitari da parte della popolazione

L'obiettivo si realizza attraverso l'elaborazione di una guida turistica partecipata del Marghine che emerge da un percorso con le scuole e gli operatori turistici (per esempio quanto avvenuto nell'esperienza per la Foresta del Marganai, gestita dall'Ente Foreste della Sardegna).

4. Valorizzare le attività e le produzioni attraverso un percorso di qualità condiviso e partecipato

Definire un Marchio di Qualità turistica del Marghine per valorizzare i soggetti che si impegnano in un percorso condiviso di qualità e sostenibilità, teso a promuovere un'accoglienza all'insegna del rispetto della cortesia, delle tradizioni locali e del territorio.

5. Valorizzare le produzioni artigianali di qualità

L'obiettivo si realizza attraverso l'organizzazione della prima Fiera dell'artigianato artistico in concomitanza ed in sinergia con la Fiera dell'allevamento che si svolge a Macomer nel mese di maggio. La Fiera deve connotarsi per l'apertura anche ad altri territori e deve prevedere momenti di divulgazione (workshop, seminari, ecc).

Le azioni per progettare, realizzare e gestire servizi in comune

1. Scrivere le regole di cooperazione della rete

La stesura di un regolamento della Rete consente di definire modalità operative comuni, fissare obiettivi condivisi e prevedere meccanismi che scoraggino comportamenti opportunistici all'interno della Rete stessa.

2. Favorire e incentivare la conoscenza reciproca tra operatori economici

L'obiettivo si realizza attraverso l'organizzazione della Borsa Locale del Turismo, un incontro B2B in cui ogni imprenditore locale è al tempo stesso "espositore" e "visitatore" dell'evento. La formula si avvicina agli eventi di *matching* fra imprese.

3. Avere indicazioni professionali sul mercato turistico

Realizzare l'obiettivo significa da un lato a colmare il deficit di conoscenza del mercato (verso l'interno) esplorando la struttura del turismo attuale nel Marghine; dall'altro (verso l'esterno) a conoscere opportunità e caratteristiche dei mercati nazionali ed europei. Il gruppo ha condiviso la necessità di avere informazioni che non "tradiscano l'offerta del territorio", evitando quindi studi concepiti astrattamente che individuino le proposte maggiormente vendibili, quanto piuttosto un lavoro certosino di individuazione delle nicchie interessate a vivere una esperienza di turismo rurale nel Marghine.

4. La Rete Forte

L'obiettivo di una Rete forte deve prevedere la realizzazione di una serie di azioni che consentano di individuare i contenuti della Rete, cioè le attività da realizzare e i servizi da organizzare (definizione del programma di rete), e la forma della Rete sia dal punto di vista giuridico sia sotto il profilo delle regole.

TAVOLO DI LAVORO N. 1

PROMUOVERE IL TERRITORIO DEL MARGHINE

AMBITO “RAFFORZAMENTO E COORDINAMENTO DELLE STRATEGIE E DEGLI STRUMENTI DI PROMOZIONE DEI SINGOLI OPERATORI PER UN’EFFICACE COMUNICAZIONE DELLA RETE”

Azione 1

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
<p>Creare una base informativa che permetta agli operatori della rete di interagire efficacemente per promuovere e commercializzare l’offerta di turismo rurale nel Marghine (obiettivo individuato dopo avere rilevato dei limiti nella conoscenza che i vari operatori hanno rispetto agli altri operatori ed ai servizi da questi offerti).</p>	<p>Censimento degli operatori aderenti alla rete, attraverso la compilazione di una “scheda” standard (eventualmente differenziata per le diverse categorie di operatori). La scheda dovrà avere un taglio operativo e riportare tutte le informazioni pratiche che permetteranno agli altri operatori della rete di avvalersi di un determinato servizio / prodotto (riferimenti, costi, modalità e tempi di prenotazione, fruibilità nei diversi giorni / periodi dell’anno...).</p> <p>Idealmente le schede dovranno andare a comporre una sorta di “manuale di vendita della destinazione Marghine”. I partecipanti al tavolo ritengono che in futuro, a seguito della maturazione dell’esperienza di rete, questo strumento possa essere utilizzato dagli operatori per comunicare prezzi di favore destinati ad altri soggetti professionali, facilitando così la costruzione del prodotto turistico locale.</p> <p>Nota: l’azione di censimento potrebbe rappresentare l’occasione per un primo approfondimento del tema “turismo accessibile”, inserendo nella scheda poche domande relative all’esperienza e all’attitudine dei singoli operatori rispetto al tema (suggerimento del facilitatore, non discusso nell’ambito del tavolo).</p>	<p>Redazione di una bozza di scheda, eventualmente differenziata per le diverse categorie di operatori e trasmissione agli stessi.</p> <p>Compilazione delle schede e predisposizione di materiale fotografico (almeno 2-3 immagini di adeguata qualità e dimensione) da mettere a disposizione di tutti i soggetti della rete per l’elaborazione di comunicazioni promozionali.</p>	<p>1 - 2 mesi</p>	<p>Necessarie competenze per predisporre una scheda sintetica, ma contenente tutti gli elementi conoscitivi funzionali alla commercializzazione di un determinato prodotto / servizio.</p>		<p>Compilazione della scheda, predisposizione materiale fotografico.</p>	<p>Non presenti</p>	<p>Redazione della bozza di scheda, anche sulla base di materiale già disponibile e trasmissione agli operatori.</p>

Azione 2

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
<p>Permettere la condivisione delle informazioni raccolte nella fase precedente che, secondo i partecipanti al tavolo, devono essere facilmente aggiornabili e accessibili a tutti gli aderenti alla rete (si scarta l'ipotesi di affidare la gestione delle stesse a uno / pochi soggetti particolarmente rappresentativi). Viene toccato il tema della condivisione di tali informazioni con soggetti che, pur essendo esterni alla rete e magari anche al territorio, potrebbero essere interessati a venderne il prodotto. Per il momento questo non viene però identificato chiaramente come obiettivo da perseguire.</p>	<p>Creazione di un sito Internet come strumento di aggiornamento e consultazione delle informazioni precedentemente raccolte.</p>	<p>Costruzione del sito, produzione di contenuti generali</p>	<p>Non definiti (vedi considerazioni introduttive).</p>	<p>Competenze tecniche per la costruzione del sito e la produzione dei contenuti.</p>	<p>Sito web, di cui i partecipanti individuano alcune caratteristiche: - presenza di una sezione riservata agli operatori della rete, che consentirà tramite password di consultare le informazioni di cui sopra; - possibilità per ogni operatore di aggiornare attraverso un pannello di controllo di agevole utilizzo le informazioni relative alla propria attività (necessaria realizzazione del sito attraverso software CMS - Content Management System); - presenza di una sezione pubblica che sfrutti i medesimi dati per aggiornare e informare i turisti; - assenza, almeno nella fase iniziale, di un Forum, in quanto si ritiene non sarebbe possibile gestirlo secondo standard professionali.</p>	<p>E' indicativamente previsto che la rete si faccia carico del costo del sito (se possibile nell'ambito del prossimo Bando del GAL), ma il tema non è stato approfondito (vedi considerazioni introduttive). I presenti ritengono che gli operatori possano impegnarsi a linkare il sito della rete e i siti degli altri membri dalla propria pagina aziendale, per favorire la visibilità in rete di tutti i soggetti coinvolti.</p>	<p>Non presenti</p>	<p>Predisposizione di contenuti generali, finalizzati alla promozione turistica del territorio nel suo complesso (nell'ambito dell'azione 3).</p>

Azione 3

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti(informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
<p>Garantire che la comunicazione dei singoli aderenti alla rete vada a rafforzare (e non a ostacolare) le azioni comunicative e promozionali della rete stessa.</p>	<p>Individuare in modo condiviso, all'interno della fase di "definizione delle regole" della nascente rete (cfr. tavolo 3) i requisiti minimi che i singoli operatori dovranno rispettare nel comunicare la propria attività, per poter far parte della rete (definizione di standard di qualità e indicazioni relative alla coerenza con l'immagine del prodotto turistico "turismo rurale nel Marghine" nel complesso).</p> <p>Mentre, in generale, la definizione dei criteri di dettaglio è rimandata ai futuri incontri, si sottolinea da subito che l'aspetto fondamentale sarà quello della reale fruibilità di tutti gli attrattori e servizi che verranno promossi (percepita come un elemento problematico nella situazione attuale, soprattutto in riferimento al patrimonio archeologico, promosso, ma non sempre realmente visitabile).</p>	<p>Coordinamento della discussione, partecipazione alla discussione.</p>	<p>Parallelamente alla definizione delle altre regole della rete.</p>	<p>Competenze specialistiche in materia di comunicazione, con particolare riferimento all'utilizzo delle nuove tecnologie ("come si utilizza Facebook per comunicare correttamente in ambito aziendale?", "con quale frequenza deve essere moderato un Forum?").</p>		<p>Partecipazione alla discussione. Disponibilità a partecipare a momenti formativi con esperti del settore, propedeutici alla definizione dei requisiti di dettaglio</p>	<p>Non presenti</p>	<p>In linea di massima disponibilità a coordinare la discussione, anche con un ruolo di segreteria organizzativa, nell'ambito del percorso complessivo di costruzione della rete.</p> <p>Da valutare, con una disponibilità di massima, la possibilità di coinvolgere figure professionali esterne che apportino le competenze di cui alla precedente colonna.</p>

AMBITO “PROMOZIONE RIVOLTA AI SOGGETTI DEL TERRITORIO”

Azione 4

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
<p>Contrastare la scarsa attitudine all'accoglienza e la limitata conoscenza delle risorse del territorio spesso dimostrata da una serie di soggetti che, pur non essendo operatori turistici, giocano un ruolo importante per la costruzione ed il posizionamento della destinazione turistica Marghine (soggetti pubblici, imprese del settore agroalimentare, figure professionali che possono rappresentare un riferimento per il turista, quali vigili urbani, gestori di distributori di carburante, commercianti in generale).</p>	<p>Organizzare una serie di serate promozionali rivolte ai soggetti di cui al punto precedente. Indicativamente si ritiene opportuno prevedere una serata per ciascun Comune dell'area GAL, eventualmente accorpando le realtà di minori dimensioni. Nel corso delle serate sarà possibile dedicare alcuni momenti ad illustrare le eccellenze di particolare rilievo del territorio (anche con degustazioni per quanto riguarda le eccellenze del settore agroalimentare), ma lo scopo principale sarà la presentazione della rete e dei suoi aderenti e soprattutto l'illustrazione dei canali informativi a disposizione del turista (in modo che il soggetto locale, a seguito della richiesta di un visitatore, sia in grado di rimandarlo ad uno degli operatori / soggetti pubblici in grado di fornire le risposte necessarie o, ad esempio, al sito web della rete).</p>	<p>Organizzare e condurre le serate, procurare prodotti per le degustazioni, invitare i soggetti del territorio a partecipare.</p>	<p>A seguito della formalizzazione della rete.</p>	<p>Conoscenza del territorio e della rete.</p>	<p>Spazi per gli incontri. A questo scopo si prevede di richiedere la disponibilità dei Comuni, anche per favorire la loro informazione e coinvolgimento, rispetto alla rete.</p>	<p>Sfruttare i propri contatti diretti per coinvolgere e stimolare a partecipare i soggetti a cui le serate sono rivolte. Contattare i Comuni per l'utilizzo degli spazi. Potenzialmente fornire prodotti per le degustazioni, ma non erano presenti al tavolo soggetti in grado di prendere questo tipo di impegno. Condurre / contribuire alla conduzione delle serate</p>	<p>Non presenti</p>	<p>Se possibile si richiede un supporto organizzativo, ma non pare indispensabile.</p>

Azione 5

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per consegurli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
Migliorare l'attitudine del territorio all'erogazione di servizi turistici, attraverso il coinvolgimento delle scuole di vario ordine e grado.	L'obiettivo viene individuato in modo chiaro dai partecipanti al tavolo, che però non ritengono prioritario ipotizzare una specifica azione sul tema, in quanto le scuole del territorio saranno coinvolte nell'ambito di una delle azioni di sistema gestite dal GAL.						Non presenti	Implementazione azione di sistema rivolta alle scuole.

AMBITO “PROMOZIONE RIVOLTA AL MERCATO”

Azione 6

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
<p>Promuovere l’offerta turistica rurale del Marghine presso segmenti di mercato che possono rappresentare target rilevanti.</p>	<p>Organizzazione di un evento promozionale indicativamente a Cagliari (cfr. considerazioni introduttive). Sulla base di esperienze pregresse si ritengono importanti due aspetti: - definire in modo chiaro il tipo di riscontro atteso dall’organizzazione dell’evento (es: utilizzare l’evento per promuovere ulteriori eventi che si tengono nel Marghine, tra questi è stata citata “Primavera nel Marghine”); - individuare un metodo per poter misurare il riscontro ottenuto. A questo scopo si ipotizza di predisporre un opuscolo o strumento analogo in cui ciascun operatore della rete potrà proporre un piccolo omaggio / sconto sui propri servizi da erogare a chi si presenterà con l’opuscolo stesso. Sarà compito dell’operatore monitorare e successivamente comunicare il numero complessivo dei soggetti che usufruiranno della proposta al soggetto che nell’ambito della rete sarà individuato per coordinare la rilevazione.</p>	<p>Definizione e organizzazione dell’evento, partecipazione degli operatori.</p>	<p>A seguito della formalizzazione della rete.</p>	<p>Emerge, anche se non in modo del tutto esplicito, la necessità di potersi appoggiare a competenze specialistiche per l’individuazione dei target di riferimento e delle strategie attraverso cui questi target possono essere raggiunti (es: individuazione delle fiere a cui la rete potrebbe partecipare efficacemente)</p>	<p>Promozione dell’evento, tra i canali individuati come più opportuni quelli di livello regionale: TV locali (es: Videolina), Unione Sarda</p>	<p>Fondazione Promotea / Coop. Esedra: Elaborazione di un elenco di possibili eventi (fiere e altro) che potrebbero rappresentare un’occasione per la promozione della rete. Condivisione e discussione con gli altri soggetti della rete. In generale: organizzazione e partecipazione all’evento.</p>	<p>Non presenti</p>	<p>Partecipazione ai medesimi eventi individuati dalla rete, sostenendo parte dei costi (es: stand, fornitura di materiale informativo).</p>
	<p>Predisposizione di una piccola guida cartacea, quale strumento per promuovere il territorio anche nei confronti dei soggetti che per differenti motivi potrebbero non usufruire del sito Internet quale fonte di informazione (soggetti più anziani, stranieri sul territorio a causa delle tariffe ancora elevate per la navigazione in roaming...).</p> <p>La guida avrà lo scopo principale di stimolare i visitatori a usufruire di un ampio numero di proposte e servizi una volta sul territorio, cercando di limitare i casi in cui questi giungono e si trattengono sul territorio unicamente per la visita ad uno specifico attrattore. I contenuti saranno quindi incentrati prevalentemente sulla presentazione dei diversi operatori, piuttosto che in generale sulla descrizione delle eccellenze del territorio.</p> <p>Si ipotizza anche di riprendere il meccanismo di cui all’azione precedente (ciascun operatore sarà inviato a prevedere un piccolo sconto / omaggio, secondo la logica della “card turistica”), utilizzando la guida per divulgare le diverse proposte.</p>	<p>Definizione dei contenuti, elaborazione e stampa della guida.</p>	<p>A seguito della formalizzazione della rete.</p>			<p>Sicuramente fornitura di contenuti (coincidenti con quelli di cui all’azione 1), adesione al meccanismo di sconti / omaggi. Non definita (cfr. considerazioni iniziali) la disponibilità a farsi carico dei costi per la produzione dello strumento.</p>	<p>Non presenti</p>	<p>Possibilità di contribuire alla predisposizione di contenuti generali, in analogia a quanto previsto per il sito internet (o prevedendo il riutilizzo dei medesimi contenuti).</p>

TAVOLO DI LAVORO N. 2

VALORIZZARE IN CHIAVE TURISTICA LE SPECIFICITÀ LOCALI

Azione 1

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
<p>Definire la tipologia di domanda turistica attuale, basandosi sulla raccolta di dati oggettivi e indagini in campo presso gli operatori, e la domanda potenziale a cui rivolgersi (anche analizzando esperienze di successo in contesti territoriali comparabili al Marghine)</p>	<p>Proposta titolo : “Valorizzare per chi?”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attivazione di una indagine presso gli operatori turistici per caratterizzare, su una base temporale congrua, le tipologie di turisti che visitano e fruiscono del Marghine (analisi domanda attuale) • Analisi dei dati inerenti i flussi turistici a disposizione degli Enti competenti (Provincia, Regione, STL) • Analisi critica della domanda turistica caratterizzante territori rurali simili in ambito regionale e nazionale (benchmarking) • Individuazione qualitativa dei target turistici maggiormente interessanti per il territorio del Marghine 	<ul style="list-style-type: none"> • Predisposizione del modello per la raccolta delle informazioni presso gli operatori turistici • Analisi dei dati attualmente disponibili • Indagine sulla domanda turistica in territori rurali comparabili 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 mesi per l’indagine presso gli operatori turistici • 2-4 mesi per l’individuazione e la caratterizzazione della domanda potenziale 	<ul style="list-style-type: none"> • Assistenza tecnica del GAL per la predisposizione del modello di raccolta dati presso gli operatori. • Consulenza di un esperto di analisi della domanda turistica 		<ul style="list-style-type: none"> • Si impegnano a raccogliere informazioni e dati propedeutici alla definizione della domanda attuale, nel corso di una annualità 	<ul style="list-style-type: none"> • Provincia di Nuoro, Regione Sardegna, STL per rendere disponibili i dati sui flussi turistici 	<ul style="list-style-type: none"> • Definisce ed attiva le risorse per la il coinvolgimento dell’esperto di domanda turistica

Azione 2

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguire	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
<p>Creare e/o consolidare una cultura della accoglienza da parte del territorio, rivolgendosi e operando su target differenziati (Amministratori Locali, operatori turistici ed economici, scuole e cittadinanza)</p>	<p>Proposta titolo: “Conoscere per saper accogliere”</p> <ul style="list-style-type: none"> Definizione di materiale formativo/informativo (es. Manuali) che favorisca la realizzazione di un contesto territoriale capace di accogliere e che percepisca il turista nella duplice veste di cliente e di ospite 	<ul style="list-style-type: none"> Redazione di manuali per l'accoglienza Realizzazione di attività di presentazione e divulgazione del materiale prodotto (serate, incontri con le scuole, presentazioni presso riunioni di Giunta o Consiglio Comunale, ecc) 	<ul style="list-style-type: none"> 6 mesi 	<ul style="list-style-type: none"> Assistenza del personale del GAL affinché metta a disposizione il materiale informativo e divulgativo già disponibile Consulenza di un esperto/i per la redazione del materiale 				<ul style="list-style-type: none"> Mette a disposizione le informazioni e il materiale già prodotto per la promozione e valorizzazione del territorio Reperisce le risorse per la rendere fattibile la redazione e la stampa del materiale formativo/informativo

Azione 3

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
Rafforzare la conoscenza del territorio e dei suoi elementi identitari da parte della popolazione.	<p>Proposta titolo: "Guida turistica partecipata del Marghine"</p> <ul style="list-style-type: none"> Definizione di una guida turistica del territorio che scaturisca da un percorso partecipativo con le scuole e gli operatori turistici, rifacendosi alla esperienza, gestita dall'Ente Foreste della Sardegna, per la Foresta del Marganai (CI) 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione e trasferimento di competenze al corpo docente scolastico e alle cooperative di servizi turistici per la realizzazione delle attività partecipate Realizzazione delle attività didattiche Realizzazione della Guida Turistica 	<ul style="list-style-type: none"> Primavera 2014: attività di formazione A.S. 14/15 realizzazione attività didattiche e realizzazione Guida turistica 	<ul style="list-style-type: none"> Consulenza tecnica per la realizzazione della Guida turistica partecipata 				<ul style="list-style-type: none"> Mette a disposizione le risorse per l'attuazione del progetto

Azione 4

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
Valorizzare le attività e le produzioni che promuovano le tradizioni locali, il territorio perseguendo un percorso di qualità condiviso e partecipato	<p>Proposta titolo: “Un Marchio di Qualità per distinguerci”</p> <ul style="list-style-type: none"> Definire un Marchio di Qualità turistica del Marghine al fine di valorizzare i soggetti che si impegnano in un percorso condiviso di qualità e sostenibilità, teso a promuovere un'accoglienza all'insegna del rispetto della cortesia, delle tradizioni locali e del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Individuazione degli ambiti e dei settori su cui applicare il Marchio (in tale fase è opportuno valutare come gestire le implicazioni derivanti dalla presenza sul territorio del termostabilizzatore) Redazione di un regolamento d'uso e di disciplinari tematici (es. manufatti artigianali, servizi di ricettività e ristorazione, servizi turistici, ecc) Realizzazione di materiale informativo e promozionale 	<ul style="list-style-type: none"> Primavera 2014: individuazioni concertate degli ambiti e dei settori su cui prioritariamente applicare il Marchio 12 mesi definizione del Regolamento d'uso e dei disciplinari tematici, mediante un percorso condiviso con il territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Consulenza tecnica per la concertazione tesa all'individuazione degli ambiti e settori prioritari Consulenza tecnica esterna per la definizione del regolamento d'uso e dei disciplinari tematici 		<ul style="list-style-type: none"> Partecipano attivamente al percorso 		<ul style="list-style-type: none"> Mette a disposizione le risorse per l'attuazione del progetto

Azione 5

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
valorizzare le produzioni artigianali di qualità	<p>Proposta titolo: "Fiera dell'artigianato artistico"</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizzazione della prima Fiera dell'artigianato artistico in concomitanza ed in sinergia con la Fiera dell'allevamento che si svolge a Macomer nel mese di maggio. La Fiera dovrà connotarsi per una apertura anche ad altri territori e dovrà prevedere momenti di divulgazione (workshop, seminari, ecc) 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento delle attività artigiane da coinvolgere Definizione del Programma Attivare sinergie con la Fiera dell'allevamento 	<ul style="list-style-type: none"> Gennaio 2014: Censimento Febbraio 2014: definizione del Programma Maggio 2014: svolgimento Fiera 	<ul style="list-style-type: none"> 		<ul style="list-style-type: none"> L'Associazione degli artigiani (riferimento sig.ra Valeria, ceramista) si è resa disponibile a svolgere il censimento 		<ul style="list-style-type: none"> Mette a disposizione le risorse per il coordinamento del progetto e la promozione

TAVOLO DI LAVORO N. 3

PROGETTARE, REALIZZARE E GESTIRE SERVIZI IN COMUNE

Azione 1

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
Scrivere le regole di cooperazione della rete	Il progetto prende le mosse dalla consapevolezza che i meccanismi di cooperazione attuali presentano elementi di criticità. La stesura di un regolamento della rete mira a definire i meccanismi che scoraggino comportamenti opportunistici, a definire modalità operative e fissare obiettivi condivisi.	Il regolamento dovrà scaturire dalla discussione fra i potenziali aderenti alla rete. Pertanto l'impegno consisterà soprattutto nella partecipazione al processo di animazione economica da parte degli imprenditori.	Si è condiviso che un processo organizzato e strutturato può concludersi in tre mesi dall'avvio.	Si ritiene necessario l'intervento di un facilitatore di esperienza che aiuti gli imprenditori a mettere a fuoco i problemi e proponga soluzioni operative		L'impegno degli operatori economici sarà duplice: volontà di costituire una rete; disponibilità a dedicare il tempo necessario alla definizione condivisa delle regole		Il GAL dovrebbe fornire la figura del facilitatore e una segreteria organizzativa che supporti la rete durante il processo (convocazione delle riunioni, sale , etc...)

Azione 2

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
La Borsa Locale del Turismo	Il progetto mira a superare le difficoltà di conoscenza riscontrate finora fra operatori economici. La BLT è un incontro B2B in cui ogni imprenditore locale è al tempo stesso “espositore” e “visitatore” dell’evento. La formula si avvicina agli eventi di matching fra imprese.	Il successo dell’evento dipende in larga misura dalla collaborazione di tutti gli attori locali, pubblici e privati, nella fase di coinvolgimento per l’adesione all’iniziativa.	L’organizzazione dell’evento in sé non richiede tempi lunghi (un mese), tuttavia dovrà essere dedicato un periodo adeguato alla pubblicizzazione dell’evento. Si prevede quindi un tempo di tre mesi dall’avvio delle attività di promozione	Le competenze riguardano soprattutto la strutturazione della comunicazione e l’organizzazione dell’evento.	È stato proposto come strumento utile all’obiettivo della conoscenza reciproca, la produzione di video aziendali che potranno divenire elementi di una campagna promozionale	Le aziende coinvolte nelle attività di animazione economica potranno supportare il GAL con visite in azienda agli operatori di loro conoscenza per illustrare il progetto	Le associazioni di categoria potranno mettere a disposizione la propria reputazione e gli strumenti di comunicazione per coinvolgere gli associati. Il personale politico dei Comuni potrà collaborare nella comunicazione dell’evento attraverso i contatti personali che si hanno nello svolgimento della funzione.	Il GAL dovrebbe porsi come organizzatore dell’evento e coordinatore delle attività di tutti i soggetti coinvolti.

Azione 3

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
<p>Avere Indicazioni professionali sul mercato turistico</p>	<p>Il progetto mira da un lato a colmare il deficit di conoscenza del mercato (verso l'interno) esplorando la struttura del turismo attuale nel Marghine; dall'altro (verso l'esterno) a conoscere opportunità e caratteristiche dei mercati nazionali ed europei. Il gruppo ha condiviso la necessità di avere informazioni che non "tradiscano l'offerta del territorio", evitando quindi studi concepiti astrattamente che individuino le proposte maggiormente vendibili, quanto piuttosto un lavoro certosino di individuazione delle nicchie interessate a vivere una esperienza di turismo rurale nel Marghine.</p>	<p>La raccolta delle informazioni sui turisti attuali del Marghine sarà semplificata se ogni operatore del territorio si impegnerà nella raccolta dati. Sarà necessario disporre di un questionario strutturato da somministrare ai turisti.</p>	<p>Dovendo avere una panoramica completa del turismo, l'indagine sul Marghine abbraccerà un tempo di 12 mesi, un periodo inferiore potrà ovviamente riguardare l'analisi dei mercati italiani ed europei.</p>	<p>Sono necessarie competenze professionali nel campo dell'analisi strategica del mercato turistico. L'indagine sul campo sarà possibile a seguito di un breve training degli operatori sulle modalità di raccolta dati</p>	<p>Questionari cartacei per la somministrazione ai turisti</p>	<p>Somministrazione dei questionari ai turisti del Marghine</p>	<p>Pro Loco: Somministrazione dei questionari ai turisti del Marghine</p>	<p>Sostiene i costi per la gestione dell'indagine sul territorio (consulenza), attiva una segreteria organizzativa dell'attività, sostiene i costi dell'indagine sui mercati nazionali ed europei</p>

Azione 4

Obiettivo	Azioni (a 12 mesi)	Impegni necessari	Tempi per conseguirli	Competenza (valorizzazione delle risorse umane, consulenza, assistenza tecnica)	Strumenti: (informatici, segnaletica, web)	Operatori economici	Enti Locali e altri soggetti (Associazioni, pro loco ecc.)	Gal Marghine (Azioni di Sistema)
La Rete Forte	Il progetto è la continuazione del precedente progetto sulle regole e mira a strutturare la rete sia dal punto di vista giuridico, sia attraverso la definizione del programma di rete: business plan e progetti aziendali (programma di rete). L'adesione a questo progetto non è stata unanime.	Avere la disponibilità, nei limiti delle capacità di ciascun soggetto, di sostenere i costi di costituzione e funzionamento della rete.	I tempi per questa attività sono stati stimati in tre mesi ma se preceduti dai tre mesi di discussione sulle regole della rete.	Le competenze per la stesura di business plan e progetti aziendali sono già presenti all'interno delle aziende. Tuttavia si ritiene necessario il supporto di una persona competente nella stesura dei programmi di rete.		Gli operatori economici definiscono i progetti aziendali e predispongono il business plan		Il GAL fornisce un supporto tecnico specialistico per la stesura del programma di rete



GAL Marghine – Fondazione di partecipazione

Corso Umberto I, n.186 - 08015 Macomer (NU)

cell. +39 334 9732166

sito web: www.galmarghine.it

e-mail: info@galmarghine.it

posta certificata: galmarghine@pec.galmarghine.it