

Scuola Estiva di Sviluppo Locale Sebastiano Brusco

Tredicesima edizione

La Sapienza del Villaggio

Loredana Mulas – Unione dei Comuni del Montiferru e Alto Campidano

Turismo sostenibile e aree interne.

A partire da un progetto pilota

5-9 Luglio – Seneghe, Casa Aragonese

Territorio coinvolto

«Democrazia policentrica»

Bosa e l'entroterra:
diversità come punto di forza



UNIONE DEI COMUNI DEL MONTIFERRU E
ALTO CAMPIDANO

Bauladu
Bonarcado
Cuglieri
Milis
Nurachi
Santu Lussurgiu
Scano di Montiferru
Seneghe
Sennariolo
Tramatza
Zeddiani



UNIONE DEI COMUNI DELLA PLANARGIA E MONTIFERRU
OCCIDENTALE


Bosa
Flussio
Magomadas
Modolo
Montresta
Sagama
Suni
Tinnura
Tresnuraghes

L'investimento totale



Integrazione di strumenti e fonti di finanziamento: no frammentarietà risorse

Strategia



Garantire il mantenimento dell'interesse a continuare a vivere nelle comunità, non per necessità imposte dalla carenza di alternative più allettanti, ma come conseguenza di una scelta consapevole, meditata se non addirittura vantaggiosa

Valorizzare il sapere diffuso, la Sapienza del Villaggio, guida per costruire occasioni di crescita che partono dal passato ma sono proiettate nella contemporaneità

Obiettivo

Creare un sistema territoriale sostenibile e integrato, **a struttura policentrica** e capace di **sfruttare la marginalità come valore**, per coniugare le esigenze di crescita economica con quelle di sviluppo umano e sociale, di qualità della vita e di salvaguardia delle risorse ambientali



La
Sapienza
del Villaggio

Le direttrici strategiche

I 27 interventi sono raggruppati in 4 direttrici strategiche

**AMBIENTE,
NATURA E
CULTURA**

**COMPETITIVITÀ DELLE
IMPRESE DEL
TERRITORIO**

**QUALITÀ DELLA
VITA**

**GOVERNANCE E
PROMOZIONE
DEL TERRITORIO**

Le azioni tematiche 1/2

AMBIENTE, NATURA E CULTURA

→ Azione 33.01

**Percorsi
ambientali,
dei fiumi e delle
acque**

→ Azione 33.02

**Percorso di valorizzazione del
territorio e del paesaggio
produttivo tradizionale-identitario
(Malvasia-Vernaccia)**

→ Azione 33.03

**Messa in Rete e valorizzazione
degli attrattori culturali e
identitari**

Le azioni tematiche 2/2

COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE DEL TERRITORIO

→ Azione 33.0

Saper fare
locale

QUALITÀ DELLA VITA

→ Azione 33.0

La comunità
e i suoi bisogni

GOVERNANCE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO

→ Azione 33.0

Governance
territoriale

Le azioni tematiche

Ambiente Natura e Cultura

→ Azione 33.01

Percorsi ambientali, dei fiumi e delle acque

L'azione incarna la filosofia del progetto, che sfrutta la marginalità come valore e identifica i centri costieri quali canali per l'attrazione e la distribuzione dei flussi turistici dalla costa verso l'interno. **Bosa e Cuglieri** sono state identificate come **porte di accesso dal mare**, a partire dalle quali attraverso i percorsi ambientali il visitatore è accompagnato verso le aree interne. In tale contesto, l'azione interviene direttamente garantendo la fruibilità dei **percorsi per attività escursionistiche e sportive outdoor**.

L'azione si articola nelle seguenti sub-azioni:
1.1 Le vie dell'acqua (es. 33-1/6)
1.2 Sentieri naturalistici

Le azioni tematiche

Ambiente Natura e Cultura

→ Azione 33.02

Percorso di valorizzazione del territorio e del paesaggio produttivo tradizionale-identitario (Malvasia-Vernaccia)

Vernaccia e malvasia rappresentano l'espressione della memoria storica e dell'**identità enogastronomica nella definizione di una proposta di viaggio a matrice esperienziale**. L'azione **accompagna la creazione di percorsi consoni alla promozione del paesaggio, delle attività produttive delle cantine e della produzione vitivinicola**.

L'azione si articola nella seguente sub-azione:
2.1 I sentieri del vino

Le azioni tematiche

Ambiente Natura e Cultura

→ Azione 33.03

**Messa in Rete e
valorizzazione degli
attrattori culturali e
identitari**

L'azione sostiene il **miglioramento dell'accessibilità** sia fisica che culturale agli **attrattori**; il **recupero, il restauro e la messa in sicurezza dei siti/beni**; la messa a punto degli allestimenti; la **messa in rete degli attrattori**.

L'azione si articola nelle seguenti sub-azioni:

- 3.1 Itinerario Culturale - Archeologico Integrato
- 3.2 Le vie della cultura e dell'identità
- 3.3 Le vie della fede

Le azioni tematiche

Competitività delle imprese

→ Azione 33.04

Bando territoriale per le imprese. I settori di riferimento saranno quelli ad integrazione degli interventi proposti: turismo, servizi al turismo, ecc.

**Saper fare
locale**

L'azione si articola nella seguente sub-azione:
4.1 Competitività del sistema produttivo

Le azioni tematiche

Qualità della vita

→ Azione 33.05

**La comunità
e i suoi bisogni**

L'azione pone al centro della strategia territoriale le esigenze di:

- **popolazione anziana**
- **famiglie con bambini**
- **affetti autismo**

Le azioni tematiche

Governance e promozione del territorio

→ Azione 33.07

Governance territoriale

- **Sistema di *governance territoriale (interno)***: responsabilità gestionale e di attuazione degli interventi .
- **Sistema di *governance dell'Accordo (esterna)*** costituita presso il Centro Regionale di Programmazione: **struttura consultiva di indirizzo**

Strategia 5.8 del Programma Regionale di Sviluppo 2014-2019, denominata **Programmazione Territoriale**

Creazione della destinazione: governance multilivello

→ **management di destinazione:** sistema di governo turistico del territorio pubblico/privato promuovere la partecipazione dei cittadini e delle imprese al progetto di destinazione



attivare processi di collaborazione tra gli enti pubblici e gli operatori della filiera turistica (associazioni, strutture ricettive, agenzie di viaggio, T.O., ecc.), agroalimentare, artigianale, dei servizi e del commercio, presenti nell'area di interesse per la creazione del sistema di governance turistico-territoriale multilivello.

Creazione della destinazione: pre-visit

- **Creazione della destinazione** con il coinvolgimento stakeholders.
- **Creazione del catalogo dei prodotti con il coinvolgimento delle imprese**
- **Posizionamento della destinazione, Piano di marketing**, look and feel della destinazione e dei principali attrattori (unici e di sistema), posizionamento e creazione degli strumenti di comunicazione innovativi multilingue /multicanali che valorizzino il territorio e strumenti di promozione coordinati (sistema di QR Code).
- **Strategia new media e digital media.**
- **Gestione social media.**

Creazione della destinazione: visit

- Miglioramento del sistema delle informazioni turistiche: **messa in rete dei tre centri di accoglienza turistica** (Cuglieri, Bosa, Bauladu) e di altri eventuali centri di informazione presenti nel territorio (attraverso la fornitura di un “kit” contenente gli strumenti di comunicazione/immagine in formato aperto che possono essere direttamente stampati dall'utilizzatore).
- **Realizzazione materiali informativi coordinati** (guida e/o mappa del territorio).
- Miglioramento della fruizione degli attrattori (singoli e integrati) ovvero **accrescimento della riconoscibilità dei luoghi; realizzazione dell'immagine coordinata**
- Facilitare la localizzazione degli attrattori: **realizzazione e installazione della nuova cartellonistica e segnaletica** nei punti strategici.

Creazione della destinazione: post-visit

→ **Monitoraggio dei dati** da parte del management della destinazione per riallineare la strategia e migliorare la pianificazione.

→ Preparazione, somministrazione, analisi di **survey a turisti, cittadini e imprese.**

→ Raccolta ed elaborazione dati per **monitorare i flussi turistici, le relative tendenze, posizionamento, recensioni, trend,** analisi big data

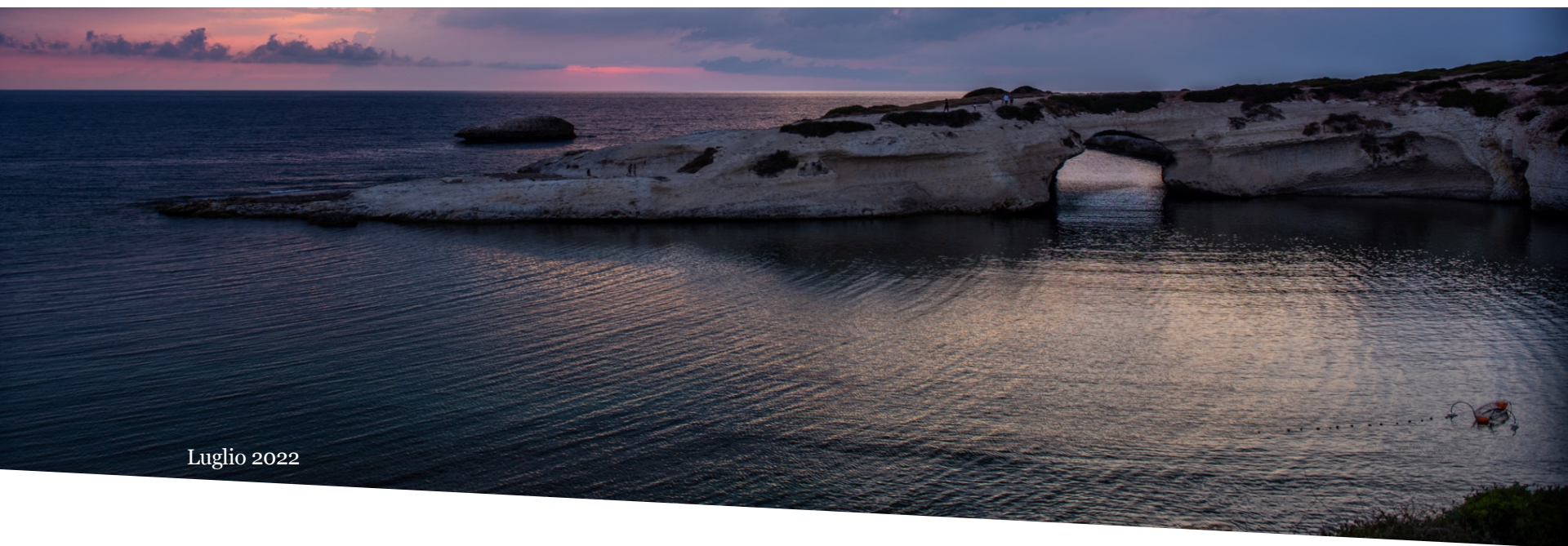
I prossimi passi

- Percorso di rimodulazione
- Percorso di ottimizzazione





La
Sapienza
del Villaggio



Luglio 2022

LOREDANA MULAS

ufficioeuropa@unionemontiferrualtocampidano.it