**Dalle «Marine di Melendugno»**

**alla «Destinazione Melendugno»**

Sviluppo turistico «spazialmente concentrato, spontaneo e disordinato»

Destinazione appiattita su un balneare «poco evoluto» e identità di destinazione fortemente associata alle Marine.

Turismo molto di prossimità, concentrato nei mesi estivi (luglio e agosto), poco internazionale, a basso valore aggiunto.

Destinazione «chiusa» per quasi sei mesi l’anno

Prodotto di destinazione poco innovativo e figlio di una destinazione passiva nell’approccio al turista.

Area Archeologica di Roca potenziale “per nulla espresso”.

Cresce la consapevolezza di dover valorizzare il sistema di risorse ampio e differenziato che caratterizza Melendugno (Area Archeologica di Roca in primo luogo)

Limitata capacità di fare rete tra gli operatori

L’alleanza turisti – residenti (al momento) regge (con qualche scricchiolio).

**Questioni aperte**

Verso la “destinazione Melendugno”. E’ una strada perseguibile?

Accettare convintamente una duplice sfida:

Lavorare su un balneare “evoluto”

Strutturare un sistema d’offerta che vada oltre il balneare

Definire una visione comune dello sviluppo turistico del territorio che sappia promuovere uno sforzo collettivo.

Garantire una direttrice chiara di sviluppo turistico e un supporto tecnico – operativo (management di destinazione) che possa coadiuvare l’Amministrazione Comunale nello sforzo di riposizionamento della destinazione.

Innovare il sistema di prodotto in una logica di complessivo riposizionamento della “destinazione Melendugno”.

Necessità di preservare e rafforzare il legame tra residenti e turisti