



visit  
**CASTELLI**  
**ROMANI.it**

**ATTIVITÀ DELLA**  
**DMO CASTELLI**  
**ROMANI**

Destination Management Organization

**CONTENUTO**

Nel presente Report sono elencate le attività svolte dall'Unità Operativa del Consorzio SBCR dedicata alla promozione turistica dei Castelli Romani

Versione del 31 dicembre 2017

**NOTA: Le parti sottolineate indicano le attività svolte nel 2017.**

**Ottobre 2017**

## **DMO CASTELLI ROMANI**

DMO è l'acronimo di Destination Management Organization. Si tratta perciò di un'organizzazione che ha l'obiettivo di gestire la promozione di una destinazione turistica. In letteratura non è definita una specifica configurazione giuridica per la DMO: secondo i casi può essere un Consorzio, una Società pubblico/privata, una Fondazione, un'Unione di Comuni, un'Associazione. Nel nostro caso la DMO Castelli Romani è un'Unità Operativa ospitata in un'organizzazione, il Consorzio SBCR, che già riunisce per altri motivi le Amministrazioni che compongono geograficamente la destinazione.

Il Consorzio SBCR è l'unica istituzione del nostro territorio composta solo ed esclusivamente dai 17 Comuni che identificano la destinazione Castelli Romani; per questo motivo è stato chiamato dai Sindaci a svolgere il ruolo di incubatore dell'Unità Operativa suddetta, a cui presta risorse e competenze. La DMO del Consorzio si coordina per le attività di promozione con il Parco Regionale dei Castelli Romani e la XI Comunità Montana.

Le risorse utilizzate sono:

- Coordinatore (consulente esterno) al 50%
- Responsabile Istituzioni (SBCR) al 70 % su DMO
- Responsabile Operatori (FCCR) al 50% su DMO
- Responsabile Sito e Social (FCCR) al 80% su DMO
- Grafici, Redattori, Ufficio Stampa, gestore calendario eventi (SBCR + FCCR) in totale una risorsa

I risultati più che soddisfacenti ottenuti negli ultimi due anni dalla DMO Castelli Romani hanno portato i Sindaci a chiedere un cambiamento dello **Statuto del Consorzio** che inserisca il turismo tra le competenze del Consorzio. Allo stato attuale è stato avviato il processo per il cambiamento dello Statuto, che per concludersi prevede il passaggio di un testo definitivo per i 17 consigli comunali aderenti al Consorzio. I Sindaci hanno dapprima approvato il testo base. Il Consorzio ha poi raccolto tutti gli emendamenti proposti dalle commissioni consiliari e dai Sindaci ed ha formulato una ulteriore versione del testo. Al momento si è in attesa di approvazione da parte dell'Assemblea dei Sindaci di questa ultima versione.

## **MARCHIO D'AREA**

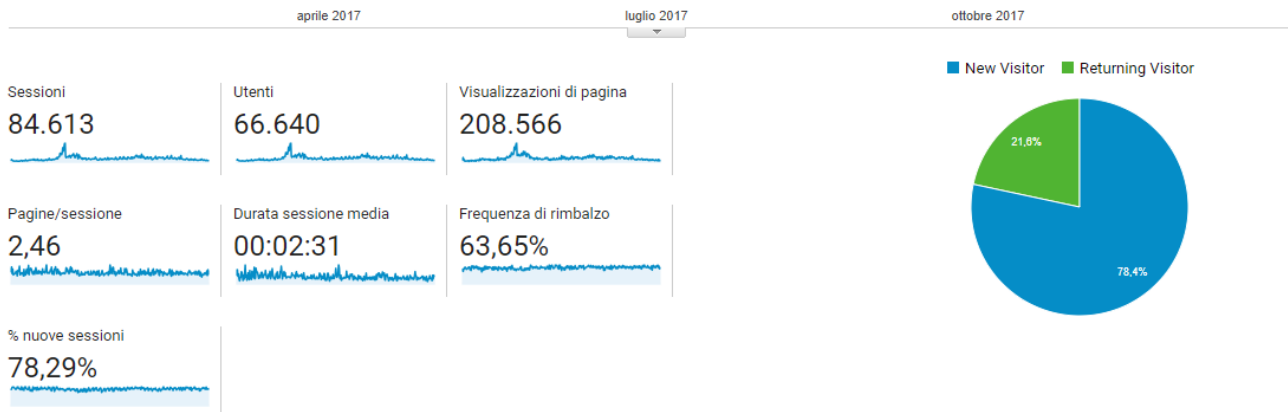
Nel 2017 si è proceduto con la redazione del regolamento d'uso del marchio d'area "Castelli Romani" e della declinazione per il settore turistico "Visit.CastelliRomani.it". Il regolamento fa riferimento al manuale d'uso del marchio, già espresso nel 2007 nell'ambito del progetto d'area finanziato dalla Legge Regionale n.40 del 22/12/1999 "Programmazione integrata per la valorizzazione ambientale, culturale e turistica del territorio". I marchi ed il relativo manuale sono stati rielaborati negli anni fino all'attuale versione che integra la declinazione dedicata al settore turistico. Il regolamento e il manuale sono in attesa di approvazione da parte dell'Assemblea dei Sindaci.

## **SITO WEB DI DESTINAZIONE, SOCIAL NETWORK E ONLINE TRAVEL AGENCY (OTA)**

La DMO ha realizzato e gestisce il sito di destinazione **visitcastelliromani.it**. Il sito, lanciato ad agosto 2015 dapprima in lingua italiana, si è poi arricchito della versione integrale in lingua inglese e di versioni ridotte in

francese, tedesco, spagnolo e portoghese. In pochi mesi ha scalato le prime posizioni nei risultati ottenuti dalla stringa “castelli romani” sul motore di ricerca Google, fino a stabilizzarsi in testa sopra Wikipedia.

I dati statistici sull’uso del sito relativi agli ultimi 12 mesi sono i seguenti: 208.566 visualizz. pagina, 66.640 utenti, 21,6 nuovi visitatori, 78,4 visitatori che tornano.



Insieme al sito web, da novembre 2015 è operativa la pagina Facebook “visitcastelliromani” in italiano. Twitter è invece attivo da maggio 2016 ed è partito in occasione di un’operazione congiunta con il Parco dei Castelli Romani e con il sito *visitlazio.com* della Regione, per l’Infiorata di Genzano.

In sintesi alcuni dati statistici sui social network: 4069 like pagina FACEBOOK, 4096 seguono la pagina senza aver messo mi piace, pagina seguita dal 61% di donne tra i 35-44 e dal 39% di uomini, utenza prevalentemente italiana, all'estero la pagina è seguita principalmente da utenti residenti negli USA, seguiti da francesi ed inglesi; su INSTAGRAM: 680 follower, 432 post, 52% donne e 48% uomini di età 25-34; su TWITTER: 624 follower, 787 tweet.

Su tutti questi strumenti web abbiamo dato il via ad una robusta iniziativa di promozione degli eventi castellani, già citata precedentemente e denominata “Enjoy Castelli Romani – eventi unici ed originali nei weekend”. L’azione di promozione si è sviluppata anche su vari altri canali.

Attraverso contatti diretti la DMO è riuscita a far inserire “Castelli Romani” come destinazione sia su Booking (nel 2016) che su TripAdvisor (nel 2017). In entrambi i casi la destinazione comprende tutti i 17 comuni castellani.

## MATERIALE DI PROMOZIONE TURISTICA

La DMO produce una serie di materiali cartacei oltre che digitali. Oltre alla Guida in italiano “Borghi e Vie dei Castelli Romani”, la mappa turistica “Le Vie dei Castelli Romani” e la mappa turistica “La Via Francigena ai Castelli Romani” già prodotte dal Consorzio SBCR nel 2013, nel 2015/2016 la DMO ha prodotto:

- la guida in inglese “Welcome! Castelli Romani” (prodotto in 5.000 copie stampate a settembre 2015) in prima edizione e in 10.000 copie stampate a ottobre 2016 in seconda edizione).
- la mappa turistico-descrittiva “Le vie e i cammini dei Castelli Romani” nell’edizione in lingua italiana (10.000 copie stampate a ottobre 2016), nell’edizione in lingua inglese (10.000 copie stampate a ottobre 2016), nell’edizione in lingua tedesca (10.000 copie stampate a marzo 2017).

- inserto speciale della rivista VivaVoce “Enjoy Castelli Romani – eventi unici ed originali nei weekend” (prodotto in 8.000 copie stampate a maggio 2016) e distribuite sia ai Castelli Romani che a Roma città).
- inserto speciale della rivista VivaVoce “Enjoy Castelli Romani – quello che non ti aspetti!” (prodotto in 5.000 copie stampate ad aprile 2017 e distribuite sia ai Castelli Romani che a Roma città).
- brochure “Quello che non ti aspetti – tutti gli eventi 2017 a due passi da Roma organizzati da Biblioteche in Coworking” contenente gli eventi del circuito “Viaggio nel Tempo”.

La Guida “Benvenuti! Castelli Romani” prodotta in sette lingue diverse (italiano, inglese, tedesco, francese, spagnolo, portoghese e russo), è disponibile in formato PDF e liberamente scaricabile dal sito [visitcastelliromani.it](http://visitcastelliromani.it). Le traduzioni sono state eseguite da traduttori madrelingua.

Da settembre 2017 la DMO sta rivedendo la guida “Benvenuti! Castelli Romani” aggiornandola ed aggiungendo due nuove sezioni: “da non perdere” ai Castelli Romani, con una proposta di 20 cose (luoghi, eventi, ecc.) assolutamente da non perdere, e consigli di itinerari per il turista di uno o più giorni. Entro gli inizi dell’anno si prevede la disponibilità digitale e cartacea della nuova edizione sia in italiano che in inglese.

Un kit completo di tutti i materiali promozionali cartacei prodotti dal Consorzio, dalla DMO, dal Parco dei Castelli Romani e dalla XI Comunità Montana ed un elenco del materiale digitale liberamente scaricabile, sono stati distribuiti a tutti gli alberghi e alle strutture extra-alberghiere da marzo a giugno 2016. Il materiale è stato distribuito a eventi locali, borse turistiche nazionali ed estere (TTG, BIT, WTM Londra, Matka Helsinki), Enit Spagna, Enit Svezia ( Scandinavia e Repubbliche Baltiche).

Attraverso la sezione riservata agli operatori, è possibile richiedere materiale promozionale cartaceo. Molti alberghi chiedono frequentemente materiale promozionale della destinazione da distribuire presso le loro strutture.

## **BORSE TURISTICHE ED ALTRI EVENTI DI PROMOZIONE**

La DMO, insieme alla Regione Lazio, Unioncamere ed ENIT, partecipa ad eventi e manifestazioni di promozione turistica, coordina la presenza delle agenzie di incoming e di altri stakeholder ai workshop business to business.

Nel 2015 ha partecipato:

- 17.09.2015 Borsa internazionale del Turismo Religioso di Paola (CS) - n.2 nostre agenzie presenti (27 operatori contatti: 7 ita, 15 eu, 5 extra)
- 06.10.2015 Borsa internazionale del Turismo Religioso di Padova - n.2 nostre agenzie presenti (37 operatori contatti: 31 ita, 2 eu, 4 extra)
- 31.10.2015 Borsa del Turismo Archeologico di Paestum - n.4 nostre agenzie presenti ed DMO presso lo stand Regione Lazio

Nel 2016 ha partecipato:

- 11-13.02.2016 BIT Milano presenza DMO presso lo stand della Regione Lazio con presentazione

- 19-20.03.2016 Fa la cosa giusta (MI) materiale DMO con presentazione
- 13.04.2016 Workshop Costa di Enea: incontrati 9 buyer europei
- 13.04.2016 Educational Tour di 4 ore con 20 buyers esteri (interessati alla fascia ovest dei Castelli)
- 7-8.05.2016 Borgo DiVino (Nemi) – stand DMO Castelli Romani e organizzazione convegno sul turismo enogastronomico
- 16.09.2016 BuyLazio (iscrizione della DMO con 6 aziende associate) workshop B2B
- 13-15.10.2016 TTG Rimini (DMO presso stand Regione Lazio, 4 agenzie e 21 operatori dei Castelli Romani) con presentazione e aperitivo; il più importante workshop B2B in Italia
- 29.10.2016 Borsa del Turismo Archeologico di Paestum - DMO presso stand Regione Lazio
- 7-9.11.2016 WTM di Londra (DMO presso stand Regione Lazio, 4 agenzie e 21 operatori dei Castelli Romani) uno dei più importanti workshop B2B al mondo

Nel 2017:

- 18-22.01.2017 MATKA TRAVEL FAIR a Helsinki (DMO presso stand ENIT, 3 agenzie) la fiera più importante del Nord Europa
- 8-12.03.2017 ITB BERLIN (DMO presso stand della Regione Lazio, 4 agenzie e 2 operatori dei Castelli Romani) la più importante borsa turistica Europea e mondiale
- 14-16.03.2017 MITT - Moscow International Exhibition Travel & Tourism. (materiale digitale e cartaceo in lingua russa della DMO)
- 1-2 aprile 2017 23a Edizione della Festa delle Camelie (gazebo della DMO con distribuzione di materiale di promozione turistica in lingua italiana e di Enjoy Castelli Romani)
- 5.04.2017 Educational Tour organizzato da Federalberghi Roma (albergatori di Roma e Pomezia)
- 20-23.04.2017 Euroma2-Travel Experience presso il centro commerciale Euroma2 (desk informativo con distribuzione di materiale promozionale e Enjoy Castelli Romani e Viaggio nel Tempo)
- 14.05.2017 Partecipazione all'Appia Day con uno stand e distribuzione del materiale promozionale dei Castelli Romani. Nello stand è stato ospitato personale del Parco Regionale dei Castelli Romani.
- 20-21.05.2017 Partecipazione con uno stand alla terza edizione di "Borgo diVino" a Nemi: due giorni in cui le migliori aziende vitivinicole del Lazio ed in particolare dei Castelli Romani, hanno presentato i loro vini di eccellenza. Presso lo stand è stato distribuito materiale promozionale dei Castelli Romani.
- 17.05.2017 Partecipazione Mostra "Ai Confini della Meraviglia" dedicata ai circa 1000 borghi italiani certificati con i più importanti riconoscimenti, presso le Terme di Diocleziano a Roma (dal 6 maggio al 9 giugno 2017). La DMO è stata presente il 17 maggio, giornata interamente dedicata alla Regione Lazio, con la distribuzione di materiale promozionale della destinazione e la presentazione in conferenza dei Castelli Romani.

- 15-16.09.2017 Partecipazione al BuyLazio che è stato ospitato ai Castelli Romani. La DMO ha partecipato all'organizzazione, ha seguito ben 17 operatori (agenzie, alberghi, ristoranti, strutture extra-alberghiere, servizi) che hanno aderito al workshop B2B attraverso la DMO, ha gestito il desk informativo, ha organizzato per il 16 settembre un'educational tour ai Castelli per dieci di tour operator.
- 12-13.10.2017 Partecipazione al TTG di Rimini (workshop internazionale B2B) con postazione informativa presso lo stand della Regione Lazio, rinfresco offerto da 8 operatori del nostro territorio, presentazione "Borghi più belli dei Castelli Romani lungo i cammini e le antiche vie".
- 6-7.11.2017 Partecipazione al WTM di Londra (workshop internazionale B2B) con postazione informativa presso lo stand della Regione Lazio, rinfresco offerto da 5 operatori del nostro territorio, presentazione "Borghi più belli dei Castelli Romani lungo i cammini e le antiche vie" e workshop con i giornalisti.
- 9.11.2017 Educational Tour con 48 agenzie svedesi (MSC Crociere) organizzato con il supporto di Bonjour Italie (Tour Operator di Velletri).
- 5.12.2017 Incontro a Roma con 15 tour operator del Sud America (COTAL – Confederazione di Organizzazioni Turistiche dell'America Latina) ed educational tour (7.12.2017) di mezza giornata
- 14.12.2017 A Roma incontro di presentazione dei Castelli Romani a 70 tour operator cinesi.
- Per le Borse di Paola, Padova, Paestum, Rimini (2016 e 2017), Londra e Berlino sono state prodotte delle pubblicazioni di promozione della destinazione e di offerta turistica, riservate esclusivamente ai tour operator.

La DMO ha coordinato la promozione della destinazione Castelli Romani nell'ambito della manifestazione Italian Wonder Ways, promossa dalle regioni Toscana, Abruzzo, Marche e Lazio e tenutasi dal 22 al 28 settembre 2016. Un gruppo di blogger e giornalisti provenienti da tutto il mondo ha percorso e promosso sui Social e sul Web i cammini del centro Italia. Nel nostro territorio ha percorso il tratto della Francigena del Sud da Nemi a Castel Gandolfo, con pernottamento a Nemi.

Ha inoltre organizzato la sicurezza lungo il tratto castellano e guidato il pellegrinaggio (6 settembre) lungo la Via Francigena del Sud, da Montecassino a San Pietro, organizzato dalla Camera di Commercio di Frosinone dal 3 al 7 settembre 2016.

La DMO ha inoltre partecipato al BTO di Firenze (Buy Tourism Online, l'evento di riferimento su Travel & Innovazione) il 29-30.11.2017.

## **EVENTI DI INTERESSE TURISTICO**

La DMO per il 2017 ha organizzato in collaborazione con le biblioteche e le associazioni culturali castellane il circuito "Viaggio nel Tempo", più di 60 eventi legati dalla logica del tempo per rivivere la storia, i miti e la cultura del territorio castellano in quattro periodi storici: dai popoli latini all'impero romano; rocche, castelli e borghi nel Medioevo; la vita nelle ville e palazzi dei nobili; i primi del Novecento.

Per il lancio del calendario Enjoy Castelli Romani 2017 la DMO ha organizzato il 9 aprile 2017, un Open Day che, con le sue 50 aperture straordinarie, ha contato oltre seimila presenze, nella soddisfazione dei gestori e proprietari di ville e palazzi, delle associazioni che hanno collaborato, e degli amministratori locali.

### **EDUCATIONAL TOUR INTERNI**

La DMO ha organizzato con il supporto dei Comuni e di alcune Associazioni degli Educational Tour per gli operatori di incoming con sede nei Castelli Romani. Di seguito le date in cui sono stati realizzati:

11.11.2015 Rocca di Papa; 20.11.2015 Frascati; 26.11.2015 Velletri; 03.12.2015 Lanuvio; 10.12.2015 Albano; 11.01.2016 Ariccia; 18.01.2016 Genzano; 29.01.2016 Castel Gandolfo; 11.02.2016 Monte Compatri; 26.02.2016 Grottaferrata; 04.03.2016 Marino; 18.03.2016 Monte Porzio, Catone; 31.03.2016 Nemi; 07.04.2016 Rocca Priora; 15.04.2016 Lariano; 29.04.2016 Ciampino.

### **TAVOLI DI LAVORO CON GLI STAKEHOLDER**

La DMO coordina tavoli di co-progettazione sui temi del turismo:

- Incontri con i **delegati dei Comuni**: 13 gennaio - 8 settembre 2016, 19 gennaio 2017
- Incontri con gli **operatori privati ed i delegati dei Comuni**: 24 giugno – 15 luglio – 10 – 28 settembre 2015; 15 dicembre – 28 gennaio - 18 febbraio 2016
- Incontri con i **tour operator** per la partecipazione ai workshop B2B in Italia e all'estero: 21 ottobre 2015, 5 - 24 maggio, 1 – 14 – 22 - 29 giugno, 5 - 14 - 21 luglio, 2 agosto, 6 – 20 – 28 settembre, 4 – 11 ottobre 2016, 6 – 13 – 25 luglio 2017, 7 – 26 settembre 2017, 22 novembre 2017.
- Interventi della DMO all'**Assemblea dei Sindaci** del Consorzio SBCR: 21 maggio 2015, 28 ottobre 2015, 27 luglio 2016, 3 luglio 2017
- Conferenza di coordinamento della sicurezza (comuni, forze di polizia, protezione civile, parco per il pellegrinaggio Unioncamere Frosinone 4 maggio 2016)
- Incontri di co-progettazione (comuni, aziende, associazioni) sui Cammini (Francigena, Appia, Latina): 16 – 30, 31 maggio 2016
- Incontri per l'organizzazione del **BuyLazio 2017** con CNA, GAL, Parco e Comunità Montana: 13 giugno 2017 - 18 luglio 2017 - 4 settembre - (post evento) 17 ottobre 2017
- Incontri con l'**Agenzia Regionale per il Turismo**: 30 dicembre 2015, 25 maggio – 22 settembre 2016, 7 aprile - 28 settembre 2017

La DMO inoltre coordina il tavolo con il Parco dei Castelli Romani e l'XI Comunità Montana per la promozione turistica, partecipa alle riunioni di coordinamento per le borse turistiche con la Regione Lazio e l'Agenzia Regionale per il Turismo, contribuisce negli aspetti progettuali alle attività del GAL Castelli Romani e Monti Prenestini per il nuovo Piano di Sviluppo Locale.

### **STUDI SUL TURISMO E CENSIMENTI**

La DMO svolge attività di studio su temi specifici:

- Elaborazione dati sulla presenza turistica ai Castelli Romani 2014 e 2015 (sulla base delle indagini statistiche sul movimento turistico in Italia dell'Istat).
- Censimento continuo delle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere e della ristorazione.
- Censimento e produzione di schede descrittive turistiche sui 29 prodotti tipici certificati DOC, DOCG, DOP, IGP, PAT, MCG: 9 vini, 2 tipi di frutta, 4 tipi di pane, 5 tipi di biscotti, 2 tipi di salumi, 2 prodotti di carne, 2 piatti (ricette), 2 tipi di ortaggio, 1 salsa;
- Storia dei Castelli Romani e censimento dei beni culturali e della loro fruibilità.
- Analisi del target turistico, famiglie con bambini, coppie giovani, over 65
- Analisi delle strutture e dei servizi per il turismo sportivo
- Analisi dell'offerta di turismo esperienziale ai Castelli Romani

## **NUOVE IMPRESE TURISTICHE**

A partire dal mese di luglio 2017 la DMO ha progettato con la BIC Lazio (Agenzia regionale a sostegno delle startup innovative del Lazio) lo "Startup Lab Castelli Romani". Il progetto nasce per intercettare sul territorio aspiranti imprenditori ed innovatori interessati ad investire in nuove idee di business che riguardano le attività di marketing e commerciali su canali tematici di turismo ai Castelli Romani, attuale anello debole della filiera turistica castellana. Quindi un progetto che scaturisce da un'esigenza reale e concreta di sviluppo del territorio. Il progetto si sviluppa in quattro fasi ed è completamente gratuito. Sono stati realizzati cinque eventi per promuovere l'iniziativa (3.11.2017 Albano Laziale; 9.11.2017 Frascati; 13.11.2017 Ciampino; 14.11.2017 Velletri; 6.12.2017 Università Tor Vergata) E' stato lanciato il Call for Ideas che si è concluso il 21.12.2017, a cui seguirà a gennaio il vero e proprio Startup Lab. Il progetto è partito operativamente a novembre e terminerà nei primi mesi del 2018.

## **SCUOLA, UNIVERSITA' E RICERCA**

La DMO ospita stage universitari in accordo con le Università Romane. Ad oggi ha ospitato 16 studenti universitari per 150ore/persona che ha impiegato per attività relative ai social network (10 stage), ai beni culturali e alla storia dei castelli (2 stage), ai mercati turistici stranieri (2 stage), ai prodotti tipici (1 stage), studio degli itinerari sui santuari di epoca romana (1 stage).

Per l'alternanza scuola-lavoro sta operando con l'Istituto Professionale Statale per Servizi Alberghieri e la Ristorazione di Velletri "Ugo Tognazzi". Grazie alla convenzione firmata a marzo 2017 con la scuola superiore "Maffeo Pantaleoni" di Frascati, usufruisce del supporto dei ragazzi per attività connesse al loro percorso di studi presenti in quasi tutti gli eventi a cui ha partecipato la DMO da aprile 2017.

Inoltre per le attività di ricerca sta collaborando con il Centro Studi del CTS (master turismo enogastronomico) sul tema della filiera enogastronomica e del turismo; l'Università della Svizzera Italiana (turismo nella facoltà



di comunicazione) su tema dell'e-tourism (analisi di sentiment web e social in Italia e all'estero); con l'Università di Tor Vergata.