

## 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.

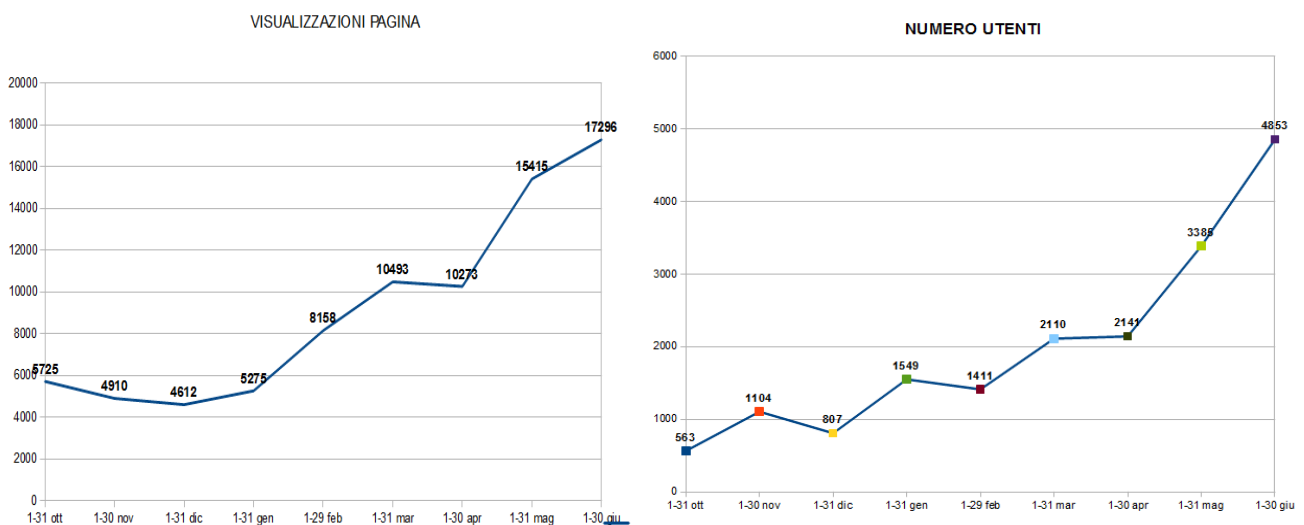
Il Consorzio SBCR è l'unica istituzione del nostro territorio composta solo ed esclusivamente dai 17 Comuni che identificano la destinazione Castelli Romani; per questo motivo è stato chiamato dai sindaci a svolgere il ruolo di incubatore dell'Unità Operativa suddetta, a cui presta risorse e competenze. 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 (FCCR) al l'80% su DMO
- Grafici, Redattori, Ufficio Stampa, gestore calendario eventi (SBCR + FCCR) in totale una risorsa

## SITO WEB DI DESTINAZIONE E SOCIAL NETWORK

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. Di seguito alcuni dati relativi alle visualizzazioni di pagina e al numero di utenti da ottobre 2015 a giugno 2016.



Insieme al sito web, da novembre 2015 è operativa la pagina Facebook "visitcastelliromani" in italiano (1.837 like al 20 luglio 2016, 30 nuovi link a settimana, 5 – 6 post/giorno). 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.

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.

## **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" sia nell'edizione in lingua italiana (10.000 copie stampate a ottobre 2016) che nell'edizione in lingua inglese (10.000 copie stampate a ottobre 2016),
- 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).

La Guida "Benvenuti! Castelli Romani" prodotta in sei lingue diverse (italiano, inglese, tedesco, francese, spagnolo e portoghese), è disponibile in formato PDF e liberamente scaricabile dal sito *visitcastellirromani.it*. Le traduzioni sono state eseguite da traduttori madrelingua.

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.

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

Per le Borse di Paola, Padova, Paestum, Rimini e Londra 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. 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.

### **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:

- n.3 riunioni con i Comuni e gli operatori per il Giubileo: 24 giugno – 15 luglio – 10 settembre 2015
- 21 ottobre 2015 Incontro con operatori per Borse Turistiche e Educational Tour
- 28 gennaio 2016 Incontro con tutti gli stakeholder
- 13 gennaio 2016 Incontro con i Comuni
- 18 febbraio 2016 Riunione Comuni e Agenzie di incoming
- n.3 riunioni di co-progettazione (comuni, aziende, associazioni) sui Cammini (Francigena, Appia, Latina): 16 – 30, 31 maggio 2016
- 4 maggio 2016 Coordinamento della sicurezza per il pellegrinaggio Unioncamere Frosinone
- 5 maggio 2016 Riunione operatori di incoming e ricettività alberghiera per le borse

- n. 14 riunioni per TTG Rimini con gli operatori: 24 maggio, 1 – 14 – 22 - 29 giugno, 5 - 14 - 21 luglio, 2 agosto, 6 – 20 – 28 settembre, 4 – 11 ottobre 2016
- n.2 riunioni per il progetto sulla Legge 6 “Avviso pubblico finalizzato alla promozione dei sistemi museali, bibliotecari e degli archivi storici degli enti locali “ 8 settembre con i comuni e 28 settembre 2016 con comuni e associazioni
- n.3 interventi nell’Assemblea dei Sindaci del Consorzio SBCR: 21 maggio 2015, 28 ottobre 2015, 27 luglio 2016

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.

### **SCUOLA, UNIVERSITA’ E RICERCA**

La DMO ospita stage universitari in accordo con le Università Romane. Ad oggi ha ospitato 9 studenti universitari per 150ore/persona che ha impiegato per attività relative ai social network (4 stage), ai beni culturali e alla storia dei castelli (2 stage), ai mercati turistici stranieri (2 stage), ai prodotti tipici (1 stage).

Per l’alternanza scuola-lavoro sta operando con l’Istituto Professionale Statale per i Servizi Alberghieri e la Ristorazione di Velletri “Ugo Tognazzi”.

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.