

**LINEE GUIDA PER LE ATTIVITÀ DI PROMOZIONE
E PER IL FUNZIONAMENTO DELLA DMO CASTELLI ROMANI**
- Progetto in 8 fasi -

Prima fase

(Dicembre 2020 - Gennaio 2021)

Analisi on desk del territorio e parallelamente elaborazione di un questionario da somministrare ai vari amministratori dei Comuni appartenenti al Sistema Castelli Romani, i cui confini delimitano il territorio da promuovere. Il questionario ha avuto la finalità di coinvolgere attivamente le amministrazioni e capire, dal loro punto di vista, quanto presente nel territorio.

Tra Gennaio 2021 e Febbraio 2021 sono stati ascoltati tutti gli amministratori in un incontro individuale online: un'intervista dettagliata che ripercorreva il questionario e cercava di comprendere maggiormente le tipicità di ogni singolo comune; il tutto finalizzato alla creazione di un piano prodotti categorizzati tra quelli più "maturi" e strutturati e quelli meno ma con grande potenziale per il territorio stesso.

La lista di macro prodotti elaborata da questo periodo di analisi e ascolto del territorio include 10 cluster di prodotto:

- BIKE (ciclismo, mtb, e-bike, slow-bike);
- TREKKING;
- VOLO (parapendio, deltaplano);
- ACQUA (canoa, kayak);
- FATTORIE DIDATTICHE;
- TEAM BUILDING (orienteeing);
- DYNAMIC/FEELING;
- ENOGASTRONOMIA (gastronomie, frascchette, cantine);
- CULTURA & STORIA (musei, ville, Castelli & borghi);
- EQUITAZIONE

Nella creazione di questi cluster di prodotto sono state considerate, attraverso un'analisi, anche i comportamenti e le caratteristiche dei nuovi turisti post covid-19.

Seconda fase

(Febbraio - Marzo 2021)

Creazione del piano prodotti primavera - estate 2021. Attivazione di una campagna di ascolto e condivisione con gli altri Enti intercomunali quali Parco, Comunità Montana, GAL, IRVIT.

Terza fase

(Marzo – Aprile 2021)

Raggruppamento di tutti gli operatori del territorio e loro coinvolgimento in un incontro partecipativo nel formato del World Cafè online. Un momento di presentazione del piano prodotti primavera – estate 2021, di confronto ma soprattutto ascolto dei bisogni e punti di vista degli operatori. Sarà poi definita la partecipazione al bando regionale per DMO con la costituzione di una forma di governance secondo quanto previsto dal bando stesso. Sarà identificata parallelamente la figura che si occuperà della commercializzazione dei prodotti primavera – estate 2021. Inoltre

verranno coadiuvate le migliori proposte di altre realtà che parteciperanno al medesimo bando non come territorio, ma come cluster, coinvolgendo i Castelli Romani.

Quarta fase

(Aprile – Maggio – Giugno – Luglio – Agosto - Settembre 2021)

Comunicazione con una strategia online e offline e promozione dei prodotti primavera-estate 2021 sensibilizzando anche il territorio. Parallelamente, ad Agosto – Settembre 2021 sarà elaborata la lista prodotti autunno – inverno 2021/2022.

Quinta fase

(Ottobre 2021 – Marzo 2022)

Suddivisione in vari steps: da un lato un'analisi dei risultati ottenuti nella stagione primavera-estate anche a livello di comunicazione e promozione; successivamente questi risultati saranno presentati agli operatori in un altro incontro partecipativo online. Si inizierà quindi con la commercializzazione, promozione e comunicazione del piano prodotti autunno – inverno 2021/2022

Sesta fase

(Gennaio - Marzo 2022)

Elaborazione del piano prodotti primavera – estate 2022 aggiornato in base ai risultati ottenuti nella quinta fase.

Settima fase

(Aprile – Settembre 2022)

Analisi dei risultati ottenuti durante la stagione invernale. Parallelamente comunicazione e promozione dei prodotti primavera – estate 2021 sensibilizzando il territorio. Parallelamente, ad Agosto – Settembre 2022 elaborazione della lista prodotti autunno – inverno 2022/2023.

Ottava fase

(Ottobre – Marzo 2022)

Vari steps. Da un lato un'analisi dei risultati ottenuti nella stagione primavera-estate anche a livello di comunicazione e promozione; successivamente questi risultati saranno presentati agli operatori in un altro incontro partecipativo online. Si inizierà quindi con la commercializzazione, promozione e comunicazione del piano prodotti autunno – inverno.