

## 2. Relazione illustrativa del progetto:

### Contesto attuale con evidenza dei punti di debolezza e di forza

Già dal 2015 la destinazione Castelli Romani è stata riconosciuta, a livello internazionale, come ambito territoriale turistico e l'attività di promozione culturale-territoriale svolta dal Consorzio SCR (già SBCR), attraverso il brand "Visit Castelli Romani", ha dato modo a diversi turisti di conoscere il suo considerevole patrimonio storico, naturalistico ed enogastronomico. Da settembre 2020, con la modifica dello statuto del Consorzio SCR, ben 17 consigli comunali, all'unanimità, hanno scelto di proporsi ai mercati turistici come unica Destinazione.

Sino ad oggi, in epoca pre-covid, si è ritenuto che la vicinanza alla capitale rappresentasse un'opportunità importante in termini di visibilità da parte di turisti *repeaters* e negli ultimi anni sempre più visitatori hanno scelto i Castelli Romani come luogo di soggiorno e pernottamento. Oggi questo fattore è amplificato dall'emergenza sanitaria che porta il turista post-covid alla ricerca di spazi aperti e immersi nella natura per vivere esperienze autentiche.

### Descrizione degli obiettivi e delle attività di intervento

	AAA	AA	A	0
BIKE		X		
TREKKING		X		
CAMMINI RELIGIOSI		X		
VOLO		X	X	
EQUITAZIONE		X	X	
PESCA SPORTIVA		X		
KAYAK/CANOA		X		
CULTURA				
FATTORIE				
DIDATTICHE				
DYNAMIC/FEELING				
ORIENTEERING			X	
GOLF			X	
ENOGASTRONOMIA		X	X	

A partire da gennaio 2021 la DMO Castelli Romani ha elaborato attraverso il suo Destination Manager un piano prodotti in linea con il piano turistico triennale che in estrema sintesi tiene conto dei seguenti elementi di categorizzazioni di prodotti.

Con questa metodologia si è rilevato quali sono i clusters di prodotto di alta potenzialità (AA) sui quali focalizzarsi inizialmente. I punti di forza di questi prodotti è il loro riconoscimento sul e dal mercato. La loro debolezza è la mancata strutturazione di servizi.

TIPOLOGIA DI PRODOTTO	AAA	AA	A	0
<b>LEGENDA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ TERRITORIO RELEVABILE</li> <li>✓ SERVIZI E INFRASTRUTTURE</li> <li>✓ COMMERCIALIZZAZIONE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ TERRITORIO MINIMAMENTE RELEVABILE</li> <li>✓ QUALCHE SERVIZIO</li> <li>✓ COMMERCIALIZZAZIONE ATTIVA MA DA SVILUPPARE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ TERRITORIO UN MINIMO DI SERVIZI</li> <li>✓ NESSUNA COMMERCIALIZZAZIONE (NO PACCHETTI TURISTICI CREATI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ TERRITORIO</li> </ul>

La nostra finalità attraverso questo progetto è quella di rafforzare i servizi turistici su tutto il territorio per rendere immediatamente riconoscibile il prodotto Castelli Romani al mercato nazionale ed internazionale e contemporaneamente migliorare le relazioni territoriali fra TO e fornitori di servizi, coordinando i soggetti proponenti le attività presenti sul territorio e creando prodotti turistici attrattivi, sostenibili, nel rispetto dell'area regionale protetta, ed innovativi nella fruizione degli stessi.

Oggetto di succitati prodotti saranno le eccellenze relative ai segmenti enogastronomico, religioso, naturalistico, artistico, culturale e sportivo. Particolare attenzione sarà posta sulla creazione di pacchetti che daranno possibilità al turista di vivere gli ampi spazi verdi del Parco Regionale con attività sportive outdoor (mountain-bike, equitazione, trekking, nordic-walking, kayak) per tutti i livelli. Queste attività saranno proposte principalmente nei periodi di bassa stagionalità, autunno e inverno. Il cluster outdoor sarà integrato e trasversale a quello enogastronomico e culturale. Più del 50% delle attività saranno proposte nei primi sei mesi delle attività di progetto. La durata media dei pacchetti sarà di 3 giorni ma non sono escluse durate maggiori. Attraverso la profilazione dei target, le attività di promozione proposte, offline e online, andranno ad

intercettare nuovi flussi turistici in ambito culturale, attratti dalle eccellenze archeologiche legate all'antica Roma e in ambito sportivo grazie allo scenario naturalistico che permette di praticare sport tutto l'anno, cercando di attrarre in primis flussi regionali, per poi passare a quelli delle regioni limitrofe e nazionali, attivando fin da subito contatti diretti con tour operator esteri, dei mercati tedesco, britannico, scandinavo, Europa dell'est, statunitense ed altri. Diverse delle attività proposte saranno accessibili a disabili motori e sensoriali e saranno curate da operatori specializzati nel settore. Sono previste inoltre attività ludiche (gamification), volte a coinvolgere la generazione Y nella fruizione digitale della Destinazione, in particolare di singole attrazioni e musei. Anche la sostenibilità ambientale sarà promossa mediante prodotti specifici, rivolti in primis a scuole e famiglie, che avranno il focus sulla conoscenza e sull'educazione ambientale dell'area naturale protetta del Parco dei Castelli Romani. I 17 Comuni soci del Consorzio SCR hanno presentato esempi di tour guidati sulle tradizioni locali dei borghi che saranno inseriti nei pacchetti offerti dai T.O. e che copriranno anche i giorni infrasettimanali delle stagioni autunno e inverno. La campagna di comunicazione prevederà, come advertising B2B, workshop online, la partecipazione a due fiere turistiche (TTG con attività online e presenziali e BMTI). Per quanto riguarda il B2C campagne promozionali offline e online sui social network, spot radiofonici e redazionali su stampa nazionale.

Attività	Periodo	Budget	
Destination manager	da luglio '21 a dicembre '22	19.000	Gestione dei rapporti territoriali con stakeholders e amministratori. Ruolo di coordinamento delle attività DMO Castelli Romani
Personale supporto tecnico DM	da luglio '21 a dicembre '22	10.000	gestione social network correlati al brand Visit Castelli Romani; redazione sito web visitcastelliromani.it; supporto alla gestione del rapporto con gli operatori turistici; supporto alle attività previste dal progetto presentato per il succitato avviso pubblico.
Personale supporto amministrativo	da luglio '21 a dicembre '22	4.500	Funzione di predisposizione amministrativa per redazione bandi, gestione fatture e attività di rendicontazione
Personale supporto formazione tecnica	da settembre '21 a maggio '22	4.500	Gestione della progettazione e micro progettazione dei percorsi formativi in ambito di: costruzione prodotto, mercati e commercializzazione
Animazione territoriale	da settembre '21 a dicembre '22	25.000	Implementazione dei servizi di accompagnamento e visite sul territorio. La DMO C.R. interverrà per il periodo indicato contrattualizzando i fornitori dei servizi e garantendo la loro erogazione con la modalità vuoto/pieno. Con questo metodo sarà garantita l'erogazione dei servizi sul territorio Castelli Romani, permettendo ai soggetti commercializzatori (adv) la programmazione e commercializzazione dei pacchetti turistici
Villaggio di Natale	da dicembre '21 a gennaio '22	9.760	tour itinerante del villaggio degli Elfi che stazionerà in una piazza o all'interno di palazzi/dimore storiche in uno dei Comuni dei Castelli Romani.
Fiere TTG e BMTI	Ottobre '21 - Ottobre '22	13.566	TTG in presenza e modalità con agenda online. L'obiettivo è quello di raggiungere i mercati italiano e internazionali (tedesco, scandinavo, Europa dell'Est. BMTI: mercato italiano.
B2B piattaforma online per workshop	da luglio '21 a dicembre '22	3.000	piattaforma professionale per workshop online
B2C Roma centro	luglio '21 - dicembre '22	9.000	realizzazione e distribuzione di totem pubblicitari da esporre in attività commerciali a vocazione turistica del centro storico di Roma
Marketing (offline-radio)	Da luglio '21 a dicembre '21	50.000	Programmazione su radio DeeJay, Capital, M2O / redazionali stampa "La Repubblica"
Attività promozionale online (web-social media marketing)	luglio '21 - dicembre '22	26.108	Creazione di pagine di atterraggio sull'attuale sito web dove saranno caricati e descritti i pacchetti turistici. Attività di Seo. Attività di posizionamento attraverso ADV. Attività di social media marketing (FB, IG, youtube)
Spese Generali	luglio '21 - dicembre '22	15.566	