



REGIONE  
LAZIO



Impresa *Insieme*

Formazione & Networking

**TERZO WORKSHOP  
DI FORMAZIONE PER I NOSTRI ASSOCIATI  
PUBBLICI**

**«Programma di formazione-intervento® sulla  
Comunicazione»**

Renato Di Gregorio - Impresa Insieme Srl

**30 Maggio 2023**

Alatri (FR)

## Il nostro target: i Comuni della DMO



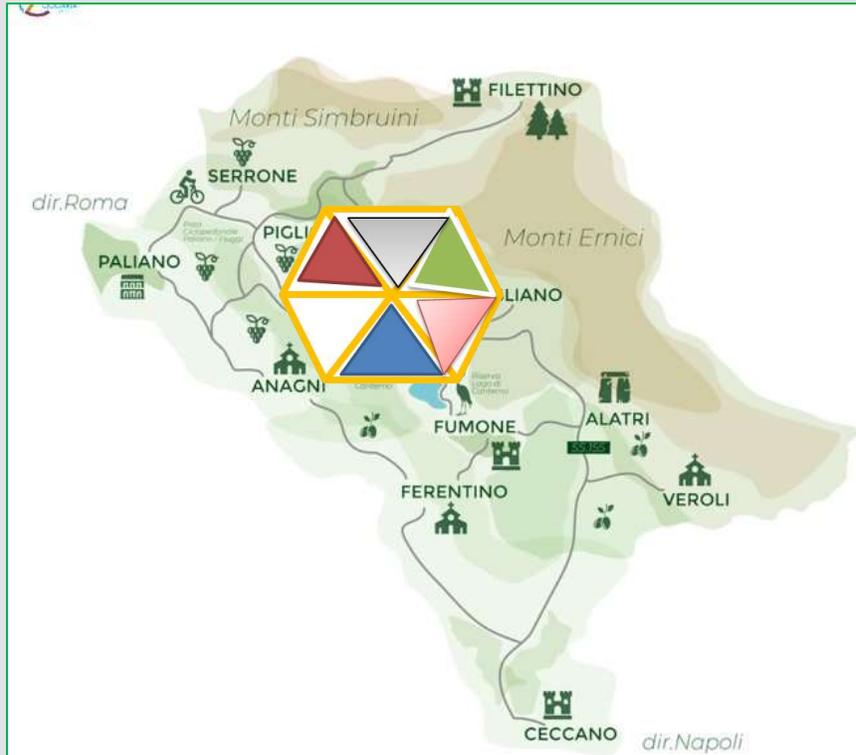
# Quale metodo formativo abbiamo usato



1. si condividono i problemi
2. si valutano le ipotesi
3. si scelgono le soluzioni
4. si apprende collettivamente
5. si apprende ad usarlo

*Sempre che le persone partecipino.....*

# Quale approccio organizzativo abbiamo usato



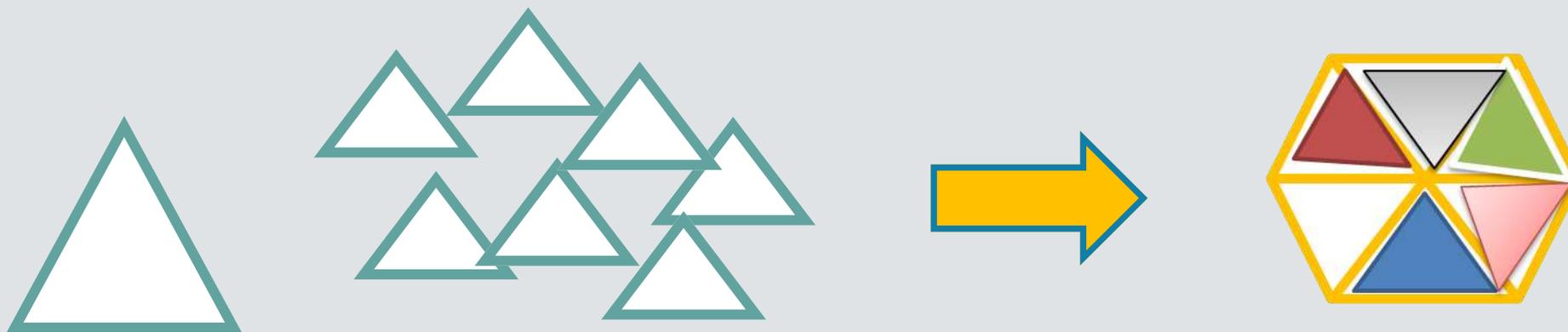
**Organizzazione  
Territoriale**

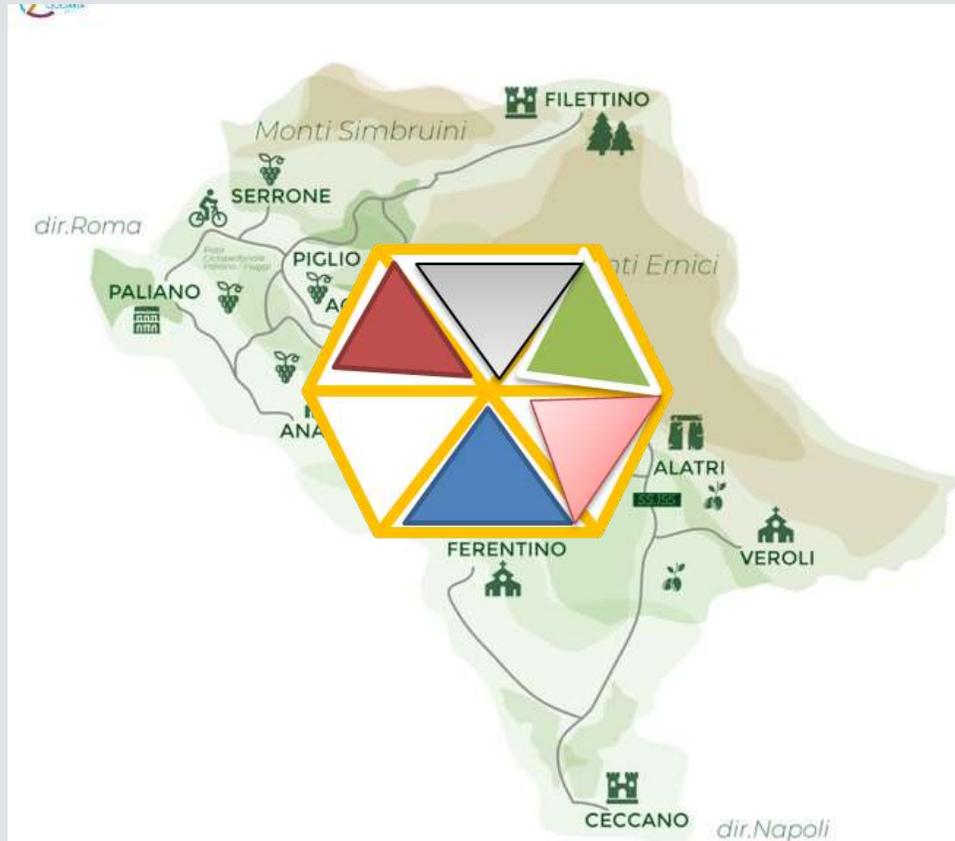
**Marketing territoriale**

# Organizzazione Territoriale

da un Territorio fisico ad una  
Organizzazione Territoriale

da una serie di Comuni a una rete di  
Organizzazioni intese come «Funzioni»  
di un'Organizzazione Territoriale





## Perché

Ciò ci consente di:

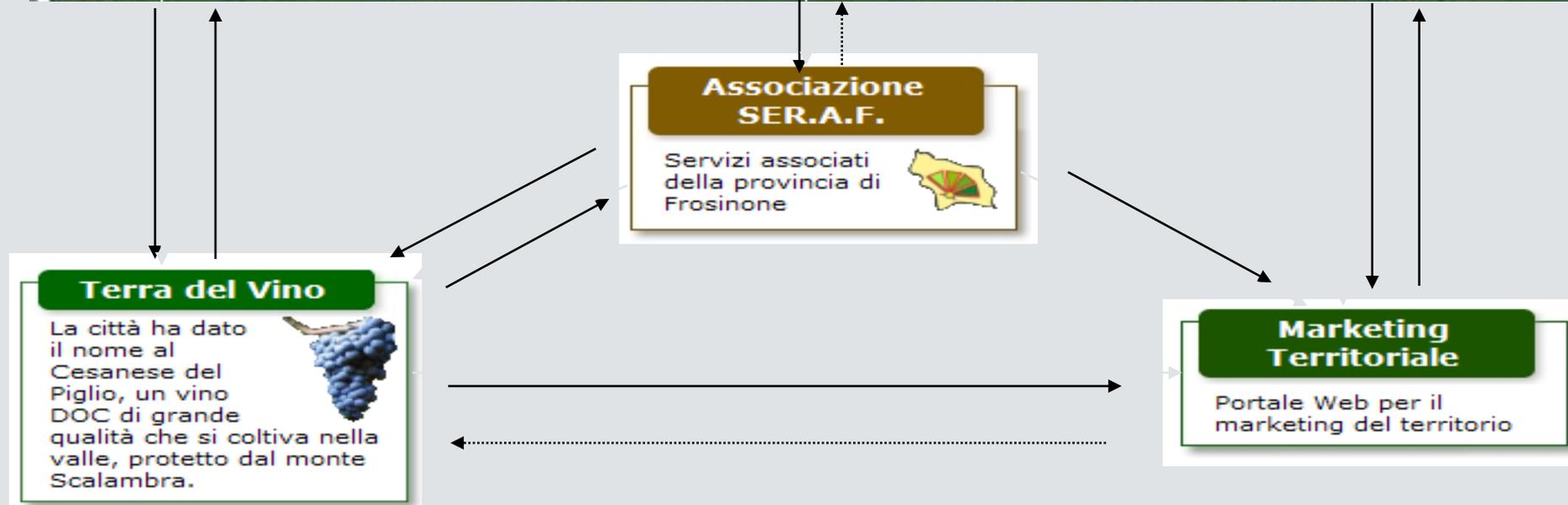
1. Condividere una identità distintiva
2. Definire una strategia di sviluppo condivisa
3. Configurare una struttura ad hoc
4. Scegliere un mercato di riferimento
5. Sviluppare una politica di Marketing
6. Attivare una Comunicazione efficace
7. Considerare i cittadini come soci

## Ci portavamo la nostra esperienza maturata dal 2002 come ABD del Cesanese = una sub area di SERAF



1. Un sito web uguale per tutti i Comuni
2. Tutti i siti web comunali erano linkati al sito web dell'Associazione (da Acuto a San Vittore = Ciociaria)
3. Tutti i siti web comunali riportavano l'ABD del Cesanese = DMO Alta Ciociaria)
4. Un portale di marketing territoriale ospitava lo spazio di ciascun Comune di tutta l'Associazione
5. Tutti i siti web comunali erano linkati al proprio spazio presente sul Portale di marketing territoriale comune a tutta l'Associazione (attuale Ciociaria)
6. Le imprese potevano promuoversi accedendo direttamente al portale
7. Laboratori di marketing territoriale erano stati attrezzati in diversi Comuni
8. Gruppi di giovani erano stati formati al marketing territoriale per aiutare i Comuni e coinvolgere le comunità locali

# Integrazione tra strumenti di Comunicazione



A.B.D

# Gli alimentatori e i laboratori di MKT

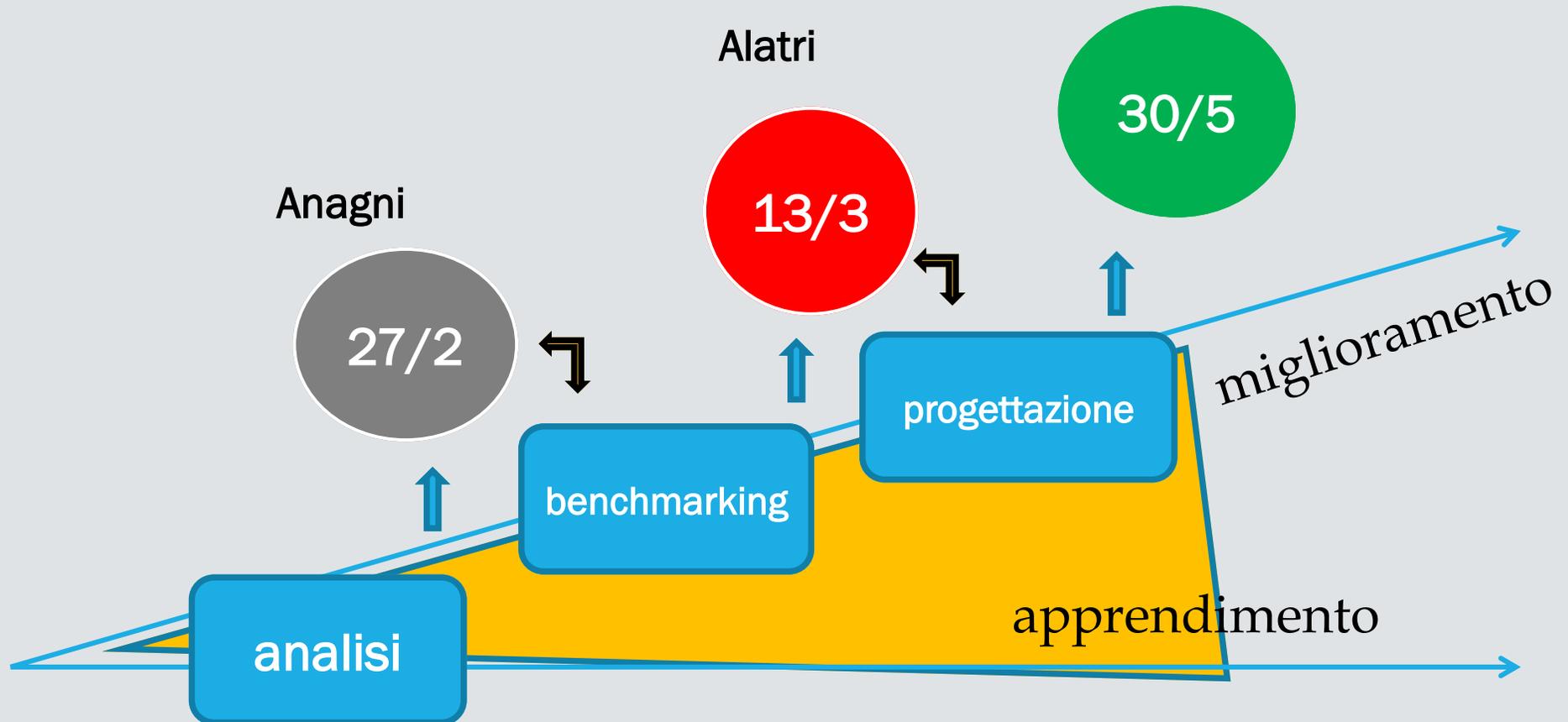
## Portale di Marketing Territoriale *dei Comuni Italiani*

← I giovani

↑  
Imprese e Comuni

# Con i partecipanti abbiamo fatto questo percorso

«Formazione-Intervento® = Progettare per apprendere»



Alatri  
il 13 marzo

Anagni  
il 27 febbraio



## Dovevano essere presenti:

1. Acuto
2. Alatri
3. Anagni
4. Ceccano
5. Ferentino
6. Filettino
7. Fiuggi
8. Fumone
9. Piglio
10. Paliano
11. Serrone
12. Trivigliano
13. Veroli

**27.2**

1. Alatri
2. Filettino
3. Fiuggi
4. Serrone
5. Trivigliano

***e invece.....***

**di 13 Sindaci ,  
solo 1 ha  
partecipato**

**13.3:**

1. Alatri
2. Trivigliano

## Dovevamo capire

1. Chi si occupa di Comunicazione nei Comuni?
2. Quali strumenti di Comunicazione usano i Comuni?
3. Chi alimenta gli strumenti di Comunicazione?
4. Cosa propone ciascun Comune sul Turismo ?
5. Che rapporto c'è tra i Comuni nel parlare al turismo target?
6. Che rapporto c'è tra la Comunicazione dei Comuni e quella della DMO ?
7. Che Comunicazione fanno i Comuni sul Turismo per la comunità locale( marketing interno)?
8. Che Comunicazione fa la comunità per il Turismo atteso?

## **abbiamo registrato che:**

- i siti web istituzionali in essere sono stati fatti da aziende diverse: Gasparri, Isweb, Magnolia, Gazzetta, Tcs Consulting, ecc.
- 2 su 13 sono collegati al sito web della DMO,
- l'alimentazione dei siti è affidata prevalentemente alle aziende che li hanno realizzati
- Il 38% ha una sezione specifica sul Turismo
- Le comunità locali non sono coinvolte
- tutti i Comuni usano pagine facebook
- qualche Comune ha pure un'App
- gli Enti sovracomunali : SERAF (5). Comunità Montana XII (8), GAL Simbruini (10), Parco (1) fanno comunicazione

# Le strutture aggregatrici fanno Comunicazione

DMO	SERAF	GAL Simbruini	C.M. XII	Parco
Fumone		Fumone	Fumone	
Filettino		Filettino	Filettino	Filettino
Trivigliano		Trivigliano	Trivigliano	
Paliano	Paliano			
Serrone	Serrone	Serrone	Serrone	
Piglio	Piglio	Piglio	Piglio	
Acuto	Acuto	Acuto	Acuto	
Fiuggi	Fiuggi	Fiuggi	Fiuggi	
Anagni			Anagni	
Alatri		Alatri	Alatri	
Veroli			Veroli	
Ceccano				
Ferentino				
13	5	8	10	1

## Inoltre che:

1. I Comuni non hanno ruoli preposti formalmente alla Comunicazione
2. I Comuni usano prevalentemente il sito istituzionale e facebook
3. I siti web sono diversi perché costruiti da Società diverse
4. Sul Turismo i Comuni promuovono le proprie storie e strutture
5. Ogni Comune parla per sé
6. I Comuni non comunicano con la Comunità locale sul Turismo
7. La Comunità locale non si unisce al Comune per comunicare con il Turismo atteso (marketing interattivo)
8. Le imprese dell'accoglienza vengono promosse dalla piattaforme specializzate
9. 11/13 Comuni sono stati rappresentati su youtube

# Sito turistico del «Territorio Comune» e non del territorio della DMO o della Ciociaria



## E ci siamo dati un primo compito: pensare a come .....

1. Linkare i siti istituzionali al sito web della DMO e introdurre un box che illustri la DMO
2. Attivare una Comunità di Pratica sulla Comunicazione per l'insieme degli Associati
3. Attivare Comunità di Pratica per Cluster per rilevare il bene comune sui cluster ed i potenziali turismi di riferimento
4. Analizzare il proprio sito web e verificare cosa e come introdurre per rappresentare l'offerta turistica locale e generale e le modalità per fruirne
5. Dimensionare i costi per un'omogeneizzazione degli strumenti
6. Verificare le fonti di finanziamento
7. Provare a fare riunioni di ascolto con le comunità locali
8. Rivalutare i laboratori di marketing territoriale esistenti
9. Formare persone specifiche utilizzando il finanziamento Torno Subito (tempo: 31 marzo)
10. Integrare le strutture aggregatrici

## Abbiamo invitato Leonelli della Gaspari per sapere

1. Con chi ha condiviso gli strumenti di Comunicazione che ha realizzato
2. Con chi ha costruito i contenuti degli strumenti
3. Come ha raccolto i Contenuti sul Turismo
4. Quali sono i criteri che ha utilizzato per rappresentare il TURISMO nei diversi Comuni
5. Quali sono le tecnologie usate e quelle che la società conta di sviluppare

# Abbiamo fatto benchmarking con DMO Valle del Comino



Rettore Dell'Isola - BancaBPC Formisano

- Ampia partecipazione
- Tavoli di progettazione
- Struttura ampia del DM
- Molti volontari
- 13 Comuni + 4 Enti sovracomunali
- 23 Privati



# Abbiamo considerato la Convenzione di Faro

La Convenzione di Faro:  
il patrimonio culturale –  
una strada verso il futuro

<https://www.coe.int/faro-action-plan>  
[faro.convention@coe.int](mailto:faro.convention@coe.int)



## Articolo 2 – Definizioni

*Per gli scopi di questa Convenzione,*

- a. l'eredità culturale è un insieme di risorse ereditate dal passato che le popolazioni identificano, indipendentemente da chi ne detenga la proprietà, come riflesso ed espressione dei loro valori, credenze, conoscenze e tradizioni, in continua evoluzione. Essa comprende tutti gli aspetti dell'ambiente che sono il risultato dell'interazione nel corso del tempo fra le popolazioni e i luoghi;
- b. una comunità di eredità è costituita da un insieme di persone che attribuisce valore ad aspetti specifici dell'eredità culturale, e che desidera, nel quadro di un'azione pubblica, sostenerli e trasmetterli alle generazioni future.

## Restano ancora i compiti da fare, consiglio...

1. linkare i vostri siti web al sito web della DMO
2. attivare una persona per la Comunità di Pratica sulla Comunicazione
3. attivare delle persone per Cluster
4. analizzare il proprio sito web per verificare come rappresentare l'offerta turistica locale in chiave «DMO» e le modalità per fruirne
5. dimensionare i costi per un'omogeneizzazione degli strumenti
6. verificare le eventuali fonti di finanziamento
7. fare delle riunioni con le comunità locali
8. ripristinare i laboratori di marketing territoriale o sedi simili
9. far interloquire le strutture aggregatrici (SERAF. GAL. C.M. Parco)

## altre cose da fare

1. Integrare gli strumenti di Comunicazione
2. Monitorare la risposta alla Comunicazione agita
3. Formare la Comunità di Pratica
4. Istituire i gruppi di progettazione partecipata
5. Coinvolgere le imprese dell'accoglienza
6. Coinvolgere le comunità locali e adottare la Convenzione di Faro
7. Integrarsi con le altre DMO della Ciociaria
8. Partecipare all'iniziativa per accreditare la Francigena nel Sud – Variante Casilina

# Impresa Insieme S.r.l.

## Riferimenti nel Lazio

1. Socio della DMO Alta Ciociaria
2. Socio della DMO Terra dei Cammini ([www.associazioneterradeicammini.it](http://www.associazioneterradeicammini.it) )
3. Segreteria SER.A.F. ([www.associazioneseraf.it](http://www.associazioneseraf.it) )
4. Segreteria SER.A.L. ([www.associazioneseral.it](http://www.associazioneseral.it))
5. Segreteria SER.A.R. ([www.associazioneserar.it](http://www.associazioneserar.it))
6. Segreteria AS.TE.R ([www.associazioneaaster.it](http://www.associazioneaaster.it))<sup>Z</sup>
7. Associazione degli Ergonomi nel Lazio ([www.sielazio.it](http://www.sielazio.it))

## Riferimenti societari

1. Impresa Insieme S.r.l. (1996) [www.impresainsieme.com](http://www.impresainsieme.com)
2. Formazione Intervento Istituto ([www.formazioneintervento.it](http://www.formazioneintervento.it))
3. Tel: 3355464451 – [renatodigregorio@impresainsieme.com](mailto:renatodigregorio@impresainsieme.com) - [segreteria@impresainsieme.com](mailto:segreteria@impresainsieme.com)

