



RASSEGNA STAMPA

D.M.O. ETRUSKEY

Comunicato stampa

**La *best practice* delle “comunità gentili”
che superano il campanilismo e fanno rete in nome della comune
eredità culturale etrusca**

**DESTINAZIONI TURISTICHE DEL LAZIO,
LA GRANDE SCOMMESSA DELLA DMO ETRUSKEY
NELL'ETRURIA MERIDIONALE**

La presentazione alla stampa al Castello di Santa Severa

***I punti di forza: la valorizzazione reciproca tra grandi e piccole realtà,
le proposte di turismo esperienziale, la formazione dell'accoglienza,
l'attenzione particolare all'accessibilità del pubblico disabile e fragile***

Santa Severa, 3 marzo 2022 - Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la frenata causata dalla pandemia? La nuova proposta per un'offerta di qualità arriva da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.300 Km di estensione e con 191.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale, con un progetto che riguarda 4 cluster tematici e prevede 14 azioni di posizionamento turistico.

Sono solo alcuni dei numeri della *Destination Management Organization* dell'Alto Lazio, la **D.M.O. ETRUSKEY**, presentata questa mattina alla stampa presso il Castello di Santa Severa con gli interventi di **Valentina Corrado**, assessora al Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casuccio**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; **Maria Elena Rossi** - Direttore Marketing e Promozione ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo.

Particolarmente sentita è stata la partecipazione anche dei rappresentanti di **tutti i soggetti, pubblici e privati, che fanno parte dell'Associazione DMO ETRUSKEY**. Un progetto ambizioso la cui forza, prima ancora che nella combinazione numerica, sta con grande evidenza nella strategica visione sottostante: nell'individuazione di temi, risorse, professionisti e buone pratiche da condividere sin da subito; nell'integrazione di processi per la destagionalizzazione del turismo; nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questa parte del Lazio e, soprattutto, nel fare rete.

Una rete che si riconosce in un'unica identità: **l'eredità culturale degli Etruschi**. E proprio gli Etruschi diventano, nel progetto, la chiave per aprire lo scrigno di un immenso te-

soro: il **territorio**. Necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, ma anche eventi di forte richiamo internazionale o feste per celebrare antiche tradizioni; e ancora vini e olii, pascoli e coltivazioni protette, foreste e campi, la possibilità di godere della natura più protetta e ancestrale avventurandosi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche confrontarsi con il mare e la sua forza grazie al *surf*, in barca a vela o in crociera, o fare *snorkeling* o *diving* alla scoperta di un sito archeologico sommerso. Ovunque tracce di civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, tutto questo delinea la D.M.O. Etruskey come una grande destinazione turistica con tante eccellenze per soddisfare innumerevoli motivazioni e passioni.

"Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica" - ha dichiarato **Valentina Corrado, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa**.

Un luogo diviene destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alla capacità di organizzare efficacemente i servizi offerti e di comunicarli. **E questo è possibile solo se si superano i campanilismi:** <<Il nostro desiderio è che la DMO ETRUSKEY diventi *la best practice delle "comunità gentili"* - ha affermato **Letizia Casuccio** - La ricchezza e la diversità, che ci caratterizzano, devono diventare i motori per un'offerta territoriale completa. Per collaborare dobbiamo superare le divisioni e mettere a sistema le rispettive forze, risorse e competenze per un progetto comune>>.

"Proprio il momento storico ci consente di rivedere sotto una luce rinnovata località che rappresentano una riserva di luoghi e di vita e che restituiscono una dimensione nuova, salutare, in cui non solo è bello vivere ma è anche possibile allenare l'immaginazione oltre i confini del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rendere questi luoghi efficienti e moderni, pur nella salvaguardia della propria peculiarità. E' fondamentale la sinergia istituzionale per prenderci cura di bacini di autenticità del *lifestyle* italiano" **ha dichiarato nel suo messaggio di saluto il Presidente Enit, Giorgio Palmucci**.

I TERRITORI E I COMUNI ASSOCIATI

Sono 2 gli ambiti territoriali coinvolti: il litorale del Lazio (con 5 comuni) e quello della Toscana e della Maremma laziale (con 7 Comuni). La D.M.O. metterà dunque a sistema, nel suo complesso 2 provincie, quella di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 comuni: Allumiere, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Tolfa. Il comune più grande è Civitavecchia con 51.894 abitanti, mentre il più piccolo è Barbarano con 1.052 abitanti.

<<La messa a sistema dell'offerta turistica attiverà un processo di valorizzazione reciproca tra le grandi e piccole realtà - **ha sottolineato a tal proposito Stefano Landi** - Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte valenza turistica, quali il sito U.N.E.S.C.O. delle Necropoli di Cerveteri e Tarquinia (*ndr*: la Necropoli di Tarquinia è stata, nell'anno 2020, il sito culturale più visitato del territorio), ma anche il sito di Vulci a Montalto di Castro. La D.M.O., ad esempio, lavorerà for-

temente anche per strutturare un'offerta alternativa alla visita della città di Roma, per i croceristi (quasi 3.000.000 nel 2019) che approdano al porto di Civitavecchia e spesso decidono di rimanere a bordo o nella stessa area portuale e cittadina>>.

I PRIVATI ASSOCIATI

La forza di questa operazione è di rendere concreta la collaborazione con le competenze di importanti realtà private, che sono soggetti attivi sul territorio a diverso titolo, ciascuno per il proprio ambito. Al momento ne fanno parte:

CoopCulture, Unindustria, Borghi Marinari di Roma - Rete di Imprese, Adecco, Skylab Studios, Twiceout S.r.l, Evangelista & Co. S.r.l. società d'ingegneria e servizi di architettura integrati, Pemcards startup di Emotion s.r.l, Leeloo srl - informazione e comunicazione, WellSee s.r.l, LinkEat, Federtrek - Escursionismo e Ambiente, Cultura del Viaggio, Riminino, Momenti Divini Associazione, In.Ci.Tur soc.coop, Outdoor Tourism & Management Srl, Major75 srl, Strada del Vino delle Terre Etrusco Romane, L'Olio di Blera Soc.Coop. Agr a.r.l., Cooperativa Agricola Colli Etruschi, Carlo Zucchetti editore, Tur Monti Della Tolfa Soc. Coop. A R.l, Taitle Ingegno multiforme Soc. Coop. Sociale a r.l, Associazione Turistica Pro Loco Civitavecchia APS, Le Ali Cooperativa Sociale, Francesca Maruffi - italiano per stranieri, Artemide Guide, Università Agraria Blera, Positive Kite school, Zoomarine.

La DMO è aperta e disponibile ad accogliere altri contributi con nuovi futuri ingressi nell'Associazione.

I CLUSTER TEMATICI E LE FORME DI TURISMO ESPERIENZIALE PER DESTAGIONALIZZARE DOMANDA E OFFERTA

Sono 4:

- Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e cultura
- Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, cicloturismo
- Salute, Enogastronomia, Turismo Rurale: terme, raccolti e tradizione dei butteri
- Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni.

La DMO ETRUSKEY ha l'obiettivo di rispondere alla sempre crescente domanda turistica che desidera non un semplice viaggio ma un'esperienza autentica, che coinvolga sensi ed emozioni. In particolare si è rilevato un forte aumento di visitatori alla ricerca dell'**esperienza green** (+41% in questa parte del Lazio nell'ultimo anno): passeggiate, sport, trekking nella natura e nelle piccole realtà. Questa nuova e sempre crescente domanda turistica farà sì che i borghi, anche quelli più piccoli, possano a loro volta diventare elemento attrattivo e di partenza per la scoperta del territorio nella sua interezza **in ogni stagione dell'anno**.

LA FORMAZIONE ALL'ACCOGLIENZA E L'OFFERTA ALL'ESTERO

Saranno attivati percorsi per formare e qualificare adeguatamente figure specializzate nell'offerta dei servizi **in Italia e all'estero**, condividendo buone pratiche di accoglienza e comunicazione per valorizzare i punti di forza e i vantaggi competitivi.

ACCESSIBILITÀ AL PUBBLICO DISABILE E FRAGILE

La destinazione sarà ripensata per garantire la migliore *Customer Journey* con particolare attenzione ai visitatori con disabilità fisiche, cognitive e in generale per i pubblici fragili. A tale scopo saranno impiegate nuove tecnologie che permetteranno di caratterizzare la DMO come accessibile ed accogliente.

LA PIATTAFORMA DI COMMERCIALIZZAZIONE

Non da ultimo l'elemento chiave e strategico del progetto sarà la creazione non di un semplice sito ma di una piattaforma tecnologica integrata a supporto del turista, dei tour operator e delle agenzie di viaggio. Sarà garantita così la più completa narrazione e la migliore commercializzazione possibile dell'offerta territoriale. Per sensibilizzare al tema ambientale, la piattaforma calcolerà il CO2 FOOT PRINT, sottolineando come la scelta di muoversi nel territorio seguendo un turismo lento, sostenibile e di valorizzazione delle piccole realtà permetta di "tutelare l'ambiente". Obiettivo: rendere accessibile, promuovere e commercializzare efficientemente la destinazione; sensibilizzare al tema ambientale.

Ufficio stampa e Contatti

Leeloo srl - informazione e comunicazione

ufficiostampa.leeloo@gmail.com

3316176325 - 3316158303 - 3881066358

Nasce Etruskey: Tuscia e Maremma laziale unite per il rilancio del turismo

di Aurelio Petri



Il patto tra i dodici comuni del litorale laziale nord e dell'entroterra per promuovere i prodotti e la cultura del territorio

04 MARZO 2022 AGGIORNATO 04 MARZO 2022 ALLE 22:57

1 MINUTI DI LETTURA

Unire il territorio della Tuscia e della Maremma laziale sotto un marchio e un colore unici che li identifichino dal punto di vista turistico così da generare un'economia nuova integrata fra comuni. Questo il fine della Destination Management Organization dell'Alto Lazio, la Dmo Etruskey presentata al Castello di Santa Severa. Ne fanno parte 12 comuni fra Litorale laziale nord e dell'entroterra (Allumiere, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Tolfa) per un totale di 191mila abitanti - che coprono un'estensione territoriale di 1.300 km² - e 31 soggetti privati come Unindustria. E di proposte dall'Etruria Meridionale ne arrivano tante visto che vi insistono due siti Unesco, un porto internazionale e attrazioni che fanno dall'outdoor al benessere, dall'enogastronomia alla cultura e all'archeologia.

A presentare il progetto c'erano l'assessora regionale al Turismo Valentina Corrado, Letizia Casuccio, presidente della neonata associazione Dmo Etruskey, Stefano Landi, destination Manager della Dmo e Maria Elena Rossi, Direttrice Marketing e Promozione dell'Enit ovvero l'Agenzia Nazionale del Turismo. Entrare nei circuiti dove "vendere" il territorio è uno degli obiettivi che si è prefissata Etruskey: per esempio tentare l'impresa - finora fallita - di portare l'Etruria Meridionale a bordo delle navi da crociera.

A questo proposito dice Stefano Landi, destination Manager della Dmo Etruskey: "La messa a sistema dell'offerta turistica attiverà un processo di valorizzazione reciproca tra le grandi e piccole realtà. Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della Dmo rappresentano un'offerta alternativa a Roma. Considerando che nel 2019 sono sbarcati quasi 3 milioni di croceristi nel porto di Civitavecchia, puntiamo a coloro che decidono di rimanere a bordo o sul territorio che sono circa un terzo del totale. Ma più ancora, tramite Italia.it si vuole scommettere sul turismo di ritorno che coinvolga anche le strutture ricettive, dalle più grandi a quelle piccolissime".



Sono solo alcuni dei numeri della Destination Management Organization del Lazio, la D.M.O. ETRUSKEY, presentata questa mattina alla stampa presso il Castello di Santa Severa con gli interventi di **Valentina Corrado**, assessora all'Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e le Implicazioni Amministrative della Regione Lazio; **Luca Casaccio**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; **Stefano Lanzi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; **Maria Elena Rossi** - Direttore Marketing e Promozione ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo.

Particolarmente sentito è stata la partecipazione e anche dei rappresentanti di tutti i soggetti pubblici e privati che fanno parte dell'Associazione DMO ETRUSKEY: un progetto ambizioso la cui forza, prima ancora che nella coesistenza numerica, sta con grande evidenza nella strategia visionaria costantemente nell'inclusione di tutti, risorse, professionisti e buone pratiche da condividere sin da subito; nell'integrazione di processi per la stagionalizzazione del turismo; nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questo parte del Lazio e, soprattutto, nel fare rete.

Una rete che si riconosce in un'unica identità: **identità culturale degli Etruschi**.

E proprio gli Etruschi diventano, nel progetto, la chiave per aprire le porte di un immenso tesoro: il territorio. Necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e siti di alto, ma anche eventi di forte richiamo internazionale o feste per celebrare antiche tradizioni, e ancora vini e oli, pascoli e coltivazioni protette, foreste e campi, la possibilità di godere della natura più protetta e a scoperte avventurose e comode, a piedi o in bicicletta, ma anche confortati con il mare e la sua forza grazie ai boat, in barca a vela o in crociera, o fare marketing e dialogare allo scoperto di un sito archeologico monumentale.

Un luogo diverso dall'idea di viaggio quando il mercato ne accoglie le conseguenze e questo si traduce in concreto: effettivo anche grazie alla capacità di organizzare efficacemente i servizi offerti e di comunicarli. È questo è possibile solo se il superato: **complesso: "Il vostro destino è che la DMO ETRUSKEY diventa la vera pratica delle Turismo periti. ha affermato Luca Casaccio - La richiesta è di servizi, che si inserisce bene. Avete diversi i nodi per attività vacanze complete. Per collaborare dobbiamo ragionare alla base e partire da chi ha le capacità, risorse e competenze per un progetto comune"**



I PRIVATI ASSOCIATI

La forza di questa operazione è di rendere concreta la collaborazione con le competenze di importanti realtà private, che sono soggetti attivi sul territorio a diverso titolo, ciascuno per il proprio ambito. Al momento ne fanno parte: CoopCulture, Unindustria, Borgo Madri di Roma - Rete di Imprese, Adicc, SoyLab Studio, Tivoliout S.r.l., Evangelista & Co. S.r.l. società di ingegneria e servizi di architettura integrati, Percorsi startup di Emotion s.r.l., Levelo srl - Informazione e comunicazione, WildSee s.r.l., LinkEat, Federtrak - Escursionismo e Ambiente, Cultura del Viaggio, Rimini, Momenti Divini Associazione, In.D.Tur. soc.coop, Outdoor Tourism & Management Srl, Major75 srl, Strada del vino delle Terre Etrusco Romane, L'Offa di Blera Soc. Coop. Agr. s.r.l., Cooperative Agricola Coll'Etruschi, Carlo Zucchetti editore, Tur Monti Della Tolfa Soc. Coop. A.R.I., Taille Ingegno multiforme Soc. Coop. Sociale a r.l., Associazione Turistica Pre Loco Civitavecchia APS, Le All Cooperative Sociale, Francozia Maraffi - Italiano per stranieri, Artemide Guido, Università Agraria Blera, Positive Kite school, Zoamarino. La DMO è aperta e disponibile ad accogliere altri contributi con nuovi futuri ingressi nell'Associazione.

LA PIATTAFORMA DI COMMERCIALIZZAZIONE

Nei da ultimo elemento chiave e strategico del progetto sarà la creazione non di un semplice sito ma di una piattaforma tecnologica integrata a supporto del turista, del tour operator e delle agenzie di viaggio. Sarà garantita con la più completa narrazione e la migliore commercializzazione possibile dell'offerta territoriale. Per sensibilizzare al tema ambientale, la piattaforma lancerà il **CO2 FOOT PRINT**, installando come la porta di riscuote nel territorio segnando un turismo lento, sostenibile e di valorizzazione delle piccole realtà per un "turismo ambiente". Obiettivo: rendere accessibile, promuovere e commercializzare efficientemente le destinazioni; sensibilizzare al tema ambientale

Destinazioni turistiche del Lazio, la grande scommessa della DMO ETRUSKEY nell'Etruria meridionale

di 3 Marzo 2022



Santa Severa, 3 marzo 2022 - Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la frenata causata dalla pandemia? La nuova proposta per una festa di qualità arriva da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.308 Km di estensione e con 191.000 abitanti: con un sito UNESCO e un porto internazionale, con un'area che riguarda 4 cluster tematici e prevede 14 anni di posizionamento turistico.

Ovvero il truce di civiltà antiche, luoghi, costumi, usanze e usanze inconfondibili, tutto questo define la D.M.O. ETRUSKEY come una grande destinazione turistica con tante spiccate ed per costituire innumerevoli ricorrenze e passate.

Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nelle strategie promozionali della destinazione Lazio che, come stagione, attualità avendo creato una linea promozionale capace di far da far da **fuori mercato e identificato dal mondo turistico, di creare un dialogo produttivo tra realtà pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che abbiano valore qualità delle nostre offerte turistiche** - ha dichiarato **Valentina Corrado**, assessora al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Servizi Socio-sanitari Amministrativi. Un'Age d'oro destinazione di viaggio questa il merito di acquisire con spavaldo e questo è molto e di domande effettive anche grazie alla capacità di organizzare efficientemente i servizi offerti e di comunicarli. È questo è possibile solo se il superato. **responsabilità."**

Il progetto è diventato storico o comunque di chiedere molto più che una rete diversa di realtà che rappresentano una riserva di luoghi e di usanze che costituiscono un'alternativa nuova, culturale ma non solo il fatto essere era e anche possibile offrire l'esperienza di un "cluster del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rendere questi luoghi efficaci e moderni, per offrire vantaggi del progetto personalizzati. Il risultato delle strategie di marketing per rendere cura di focus di attenzione che gli operatori turistici ha dedicato nel suo messaggio di salute il **Presidente Enit, Giorgio Falaschi.**

I TERRITORI E I COMUNI ASSOCIATI

Sono 2 gli ambiti territoriali coinvolti: il territorio del Lazio (con 7 comuni) e quello della Tuscia e della Maremma laziale (con 7 Comuni). La DMO, porterà dunque a sistema, nel suo complesso 2 province, quelle di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 Comuni: **Albanone, Barberano Nuovo, Blera, Capde Montebello, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Monte di Castro, Monte Rotondo, Santa Marinella, Tarquinia, Tofia**. Il comune più grande è Civitavecchia con 118.944 abitanti, mentre il più piccolo è Barberano con 1.082 abitanti.

"La rete e sistema integrato turistico è stato un processo di valorizzazione regionale tra le grandi e piccole realtà - ha sottolineato il **presidente Stefano Lanzi** - Le iniziative strategiche, territoriali, e demografiche della DMO, rendono evidente la capacità di realizzare i piccoli e piccolissimi luoghi come un altro modo di vivere di fatto referenziale, grazie al sito UNESCO dell'Etruria del Cerveteri e Tarquinia (ed. la Regione di Tarquinia è stata, nel marzo 2022, il sito culturale più visitato del mondo); ma anche il sito di **Monte di Castro** da DMO, ad esempio, possono far diventare anche per diventare un'offerta alternativa alle vite delle città di Roma, per i concetti (over 2.000.000 nel 2019) che appaiono di parte di Civitavecchia e spesso destinate di residenti e turisti o altre stesse aree portuali e culturali."

IL LEGGE TRAZIO E LE FORME DI PUBBLICITÀ PUBBLICA PER LA PROMOZIONE TURISTICA

Il sito è - ha detto l'assessore provinciale, cultura e turismo - **Turismo Turismo** - società, infatti, partecipazioni provinciali, cultura e turismo - **Albanone, Barberano Nuovo, Blera, Capde Montebello, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Monte di Castro, Monte Rotondo, Santa Marinella, Tarquinia, Tofia**. Il comune più grande è Civitavecchia con 118.944 abitanti, mentre il più piccolo è Barberano con 1.082 abitanti.

LA PROMOZIONE DI UNO DEI CLUSTER TEMATICI

Il sito è - ha detto l'assessore provinciale, cultura e turismo - **Turismo Turismo** - società, infatti, partecipazioni provinciali, cultura e turismo - **Albanone, Barberano Nuovo, Blera, Capde Montebello, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Monte di Castro, Monte Rotondo, Santa Marinella, Tarquinia, Tofia**. Il comune più grande è Civitavecchia con 118.944 abitanti, mentre il più piccolo è Barberano con 1.082 abitanti.

ACCREDITATI NEI SERVIZI TURISTICI E SERVIZI

Il sito è - ha detto l'assessore provinciale, cultura e turismo - **Turismo Turismo** - società, infatti, partecipazioni provinciali, cultura e turismo - **Albanone, Barberano Nuovo, Blera, Capde Montebello, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Monte di Castro, Monte Rotondo, Santa Marinella, Tarquinia, Tofia**. Il comune più grande è Civitavecchia con 118.944 abitanti, mentre il più piccolo è Barberano con 1.082 abitanti.

Dmo Etruskey: la scommessa per rilanciare la destinazioni turistiche del Lazio

SANTA MARIANELLA - Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la frenata causata dalla pandemia? La nuova proposta per un'offerta di qualità arriva da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.300 chilometri di estensione e con 190.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale, e un progetto che riguarda 4 cluster tematici e prevede 34 azioni di posizionamento turistico.

Sono solo alcune dei numeri della Destination Management Organization del Lazio, la DMO ETRUSKEY, presentata ieri mattina alle stampa presso il Castello di Santa Severa con gli interventi di Valentina Corradi, assessore al turismo, enti locali, società urbana, politici locali e certificazione amministrativa della Regione Lazio, Ulfano Casaccio, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; Stefano Lenti, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; Maria Elena Iodice - Direttore Marketing e Promozione ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo.

Particolarmente sentito è stata il partecipazione anche dai rappresentanti di tutti i soggetti, pubblici e privati, che fanno parte dell'Associazione DMO ETRUSKEY. Un progetto ambizioso, in cui fanno, prima ancora che nella collaborazione humana, sta con grande evidenza nella strategia visione edittoriale: riflessione/valorazione di temi, risorse, professionalità e buone pratiche da condividere sin da subito, nell'integrazione di processi per la destinazione turistica; nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questo parte del Lazio e soprattutto, nel fare rete.

Una rete che si riconosce in un'unica identità: l'eredità culturale degli Etruschi. E popolo gli Etruschi diversificano, nel progetto, la chiave per aprire il sogno di un immenso teatro: il territorio, necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e arti di vita, ma anche eventi di forte richiamo internazionale o festa per celebrare antiche tradizioni e ancora vita e stil, giochi e coltivazioni protette, feste e campi: la possibilità di godere della natura più protetta e ancestrale avventurandosi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche confrontarsi con il mare e la sua forza grazie al surf, in barca o vela o in canoa, o fare trekking o diving alla scoperta di un sito archeologico sommerso. Ovunque tracce di civiltà antiche, borghi, castelli, fari e lazzare inconfondibili. Tutto questo delinea la DMO Etruskey come una grande destinazione turistica con tante eccellenze per soddisfare innumerevoli motivazioni e passioni.

Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica" ha dichiarato Valentina Corradi.

Un luogo diventa destinazione di viaggio quando il mercato ha acquisito consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alla capacità di organizzare efficacemente i servizi offerti o di conectarli. E questo è possibile solo se si superano i campanilismi. "Il nostro desiderio è che la DMO ETRUSKEY diventi la best practice della comunità gentili" - ha affermato Ulfano Casaccio - La ricchezza e la diversità, che si caratterizzano, devono diventare i motori per un'offerta territoriale completa. Per collaborare dobbiamo superare le divisioni e mettere a sistema le rispettive forze, risorse e competenze per un progetto comune".

"Proprio il momento storico ci consente di rivedere sotto una luce rinnovata località che rappresentano una riserva di luoghi e di vite e che restituiscono una dimensione nuova: salutare, in cui non solo è bello vivere ma è anche possibile allenare l'immaginazione oltre i confini del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rendere questi luoghi efficaci e moderni, pur nella salvaguardia della propria peculiarità. E' fondamentale la sinergia istituzionale per prendere cura di fattori di autenticità del lifestyle italiano" ha precisato nel suo messaggio di saluto il Presidente Enit, Giorgio Palmucci.

IL TERRITORIO E COMPLESSIVAMENTE
Sono 12 gli enti territoriali coinvolti: il Comune di Lavinio (con 7 Comuni) e comuni e quello della Tuscia e della Maremma laziale (con 7 Comuni) la DMO di rete; viene designato, nel suo complesso il territorio, quello di Roma e quello di Viterbo, per un totale, almeno in prima fase, di 12 comuni: Albano Laziale, Barberano Romano, Bracciano, Castro, Corchiano, Civitavecchia, Ladispoli, Monterotondo, Tuscania, Viterbo, Santa Marinella, Tuscania, Talla. Il comune più grande è Civitavecchia con 111.884 abitanti, mentre il più piccolo è Barberano con 1.012 abitanti.

La stessa a stessa dell'offerta turistica ottenibili in presenza di valorizzazione economica e di grande valore - ha sottolineato il presidente Stefano Lenti - La costituzione marketing, territoriali, o strategica della DMO rendono evidente la necessità di valorizzare i punti e posizionare borghi minori ad alto valore turistico in forte sinergia turistica quali il sito UNESCO delle necropoli di Cerveteri e Tarquinia (nel la Necropoli di Cerveteri è stato, nel 2020, il sito culturale più visitato del Lazio), ma anche il sito di Viterbo e Monterotondo. La DMO, ad esempio, lavorerà fortemente anche per sfruttare l'offerta esistente alla testa della città di Roma, per i conventi (sono 6.000.000 nel 2019) che addoriano al porto di Civitavecchia o vicino al centro di mare e bordo e nella stessa via portuale e cittadina.

IPRIMATI ASSOCIATI
La DMO di questa operazione è il settore raccolto la collaborazione con le competenti di operatori realtà private, che sono soggetti attivi sul territorio a diverso titolo, ciascuno per il proprio ambito. Al momento ne fanno parte: CoopCulture, Unindustria, Dogliotti Museum & Rome - Rete di Imprese, Adlon, Babilon Studios, Telemat (S), Conspire & Co. (S), società d'ingegneria e servizi di architettura integrati, Phenomeno startup di Design s.r.l., Lazio srl - informazione e comunicazione, WILSON s.r.l., L&C&C Federico - Escursionismo e Arrivare, Cultura del Viaggio, Murialdo, Martelli (Sine Associazione), MC Tu snc (S), Lazio Tourism & Management (S), Magnificati (S), Strada del vino delle Torre Etrusche, Rottana, Lido di Bora Soc Coop. Agr. s.r.l., Cooperativa Agricola Odi Druachi, Carlo Zanetti editore, Tur Motor Data Tech (Soc. Coop. A RL), Telle Viaggi (Multimedia Soc. Coop. Sociale) s.r.l., Associazione Turismo Più Lazio (Autorevole APS), La Al Cooperatori Sociali, Francesco Maruffi - Istituto per i turisti, Anemata Guide, Università Agricola Bora, Proutti M&S, servizi Etruskey.

LA DMO È APERTA E È DISPONIBILE AD ACCOGLIERE ALTRI COMITATI CON NUOVI TEMI
Inoltre territorio e le forme di turismo esperienziale per integrazione donante e offerta sono quelle:
- Turismo Culturale e identitario: arte, storia e cultura;
- Turismo Outdoor: canoa, sport, educazione ambientale, avventura;
- Turismo d'Imprenditoria, Turismo Health: tennis, nautica e benessere del Sud;.
- Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni.

La DMO ETRUSKEY ha elaborato il regolamento che prevede un'unica domanda turistica che desidera con un semplice viaggio tra un'esperienza autentica che coinvolge tutto il territorio in particolare in il modo in fare un'elenco di visitatori alla ricerca dell'esperienza genuina (H&A) in questa parte del Lazio nell'anno scorso: passeggiate, sport, trekking nella natura e nelle piccole realtà. Questo ruolo è sempre crescente domanda turistica fatta di che i borghi, anche quelli più piccoli, possono a loro volta diventare elemento attrattivo e di partenza per la scoperta del territorio nella sua interezza in ogni stagione dell'anno.

LA FIDUCIA ALLA CITTADINANZA E LA COMUNITÀ LOCALI
Questo siamo proprio un tema e qualcosa di importante. Spesso si tende ad affidare a un unico ente o ufficio, un'immagine di un paese, o a un'unica esperienza o a un'unica attività e questo è un errore. È importante coinvolgere le comunità locali e farle sentire parte del progetto. È importante coinvolgere le comunità locali e farle sentire parte del progetto. È importante coinvolgere le comunità locali e farle sentire parte del progetto. È importante coinvolgere le comunità locali e farle sentire parte del progetto.

LA SCOMMESSA DI DMO ETRUSKEY NELL'ETRURIA MERIDIONALE

Il nuovo concetto di promozione turistica del Lazio:

Il 3 marzo 2022 nella bellissima cornice del Castello di Santa Severa, l'Associazione DMO Etruskey con il contributo della Regione Lazio, ha presentato alla stampa il progetto di promozione turistica nel territorio del Lazio, specificatamente il Litorale Laziale, la Tuscia e la Maremma laziale.

Con il bando dell'11/02/2021, LazioCREA Spa ha, infatti, messo a disposizione 4,5 milioni di euro in nome della Regione Lazio, con l'obiettivo di promuovere nuove destinazioni turistiche e idee di viaggio su ambiti territoriali e tematici presenti nel Piano Turistico Triennale, rivolto alle D.M.O. (Destination Management Organization) Associazioni e/o Fondazioni riconosciute come la DMO Etruskey.

L'esigenza di un rilancio attraverso la concorrenza di tutte le sinergie del territorio, nasce per superare la crisi del settore turistico dopo il periodo pandemico e creare una rete di coordinamento sui territori, che valorizzi le eccellenze, coinvolgendo tutti gli attori sotto il profilo: culturale, artistico, archeologico, storico, naturalistico, religioso, enogastronomico e sportivo. La proposta per un'offerta di qualità arriva da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.300 Km di estensione e con 191.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale, con un progetto che riguarda 4 cluster tematici e prevede 14 azioni di posizionamento turistico.

Progetto ambizioso quello della DMO Etruskey, come ha sottolineato la sua Presidente Letizia Casaccio, attuabile attraverso l'individuazione di temi, risorse, professionisti e buone pratiche nel territorio da condividere, ma anche, nell'integrazione di processi per la destagionalizzazione del turismo e la promozione di incontri tra i principali attori che operano sul territorio con l'intento di fare rete. Una rete che condivide l'eredità culturale degli Etruschi che nel progetto diventano il cardine strategico per la conoscenza del territorio, per riscoprire una vocazione di accoglienza e gentilezza, qualità di questo popolo il cui antico porto di Pyrgi sorgeva proprio nel braccio di mare dominato oggi dal castello di Santa Severa. Una civiltà che sapeva declinare l'ospitalità attraverso scambi commerciali ma anche culturali, rituali e di tolleranza verso qualsiasi religione.

La promozione del territorio avverrà attraverso la visita di necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, eventi di forte richiamo internazionale, feste per celebrare antiche tradizioni; fiere per promuovere vini e oli, pascoli e coltivazioni, foreste e campi; senza dimenticare il godimento della natura protetta attraverso passeggiate a cavallo, a piedi o in bicicletta; o la pratica di sport come il surf, barca a vela o snorkeling o diving alla scoperta di un sito archeologico sommerso. <>

Valentina Corrado, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa interverrà, ha tenuto a precisare che: "Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica".

Stefano Landi, Destination Manager della DMO ETRUSKEY ha identificato i punti da affrontare affinché il progetto e l'Associazione possano continuare a crescere e diventare Identificativi del territorio: da un'identità facilmente riconoscibile come fosse un marchio, al target della platea cui ci si rivolge e ai principi cui aspira; da un concetto di accoglienza legato al vivere esperienze sul territorio che possa creare affezioni; a eventi per aumentare visibilità e promuovere tutti gli operatori, nell'intento di attuare qualificazione convergente di promozione, comunicazione e vendita.

Maria Elena Rossi - Direttore Marketing e Promozione ENET - Agenzia Nazionale del Turismo ha illustrato il progetto di una PNR digitale della vetrina Italia da offrire come unica piattaforma per creare valore per le imprese. La piattaforma Italia.it che sarà lanciata a giugno, avrà un approccio non solo algoritmico, ma valorizzando la potenzialità di attrazione e le DMO avranno visibilità.

Gli ambiti territoriali coinvolti sono: il litorale del Lazio (con 5 comuni) e quello della Tuscia e della Maremma laziale (con 7 Comuni). La D.M.O. ruoterà dunque a sistema, nel suo complesso 2 province, quella di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 comuni: Marmorata, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Maratea di Castro, Monte Rotondo, Santa Marinella, Terracina, Todi, il comune più grande è Civitavecchia con 51.894 abitanti, mentre il più piccolo è Barbarano con 1.052 abitanti.

Quest'operazione rende concreta la collaborazione con le competenze di importanti realtà private, soggetti attivi sul territorio a diverso titolo, ciascuno per il proprio ambito. Al momento ne fanno parte: CoopCulture, Unindustria, Barchi Marinar di Roma - Rete di Imprese, Adaco, Skylab Studio, Twissout s.r.l, Evangelista & Co. S.r.l, società d'ingegneria e servizi di architettura integrati, Piccardi startup di Emotion s.r.l, Leccio srl - informazione e comunicazione, WellSee s.r.l, Link&at, Fedetrek - Escursionismo e Ambiente, Cultura del Viaggio, Rimini, Momenti Divini Associazione, In.D.Tur soc.coop, Outdoor Tourism & Management Srl, Nigor75 srl, Strada del Vino delle Terre Etrusco Romane, L'Olivo di Blera Soc.Coop. Agr.s.r.l., Cooperative Agricola Colli Etruschi, Carlo Zucchetti editore, Tur Merit Della Tofa Soc. Coop. A.R.I, Tattile Ingegno multiforme Soc. Coop. Sociale s.r.l, Associazione Turistica Pro Laco Civitavecchia APS, Le Alì Cooperative Sociali, Francesca Maruffi - italiano per stranieri, Azienda Guido, Università Agraria Blera, Positive Kite school, Zoomarine. La DMO è aperta e disponibile ad accettare altri contributi con nuovi futuri ingressi nell'Associazione.

Sotto il profilo formativo, saranno attivati percorsi per formare e qualificare adeguatamente figure specializzate nell'offerta dei servizi in Italia e all'estero, condividendo le buone pratiche di accoglienza e comunicazione per valorizzare i punti di forza e i vantaggi competitivi. L'offerta e le destinazioni saranno pensate per garantire la migliore esperienza di viaggio con particolare attenzione ai visitatori con disabilità (fisiche, cognitive e in generale per il pubblico fragile). A tale scopo saranno impiegate nuove tecnologie che permetteranno di caratterizzare le DMO come accessibili ed accogliente.

Altro elemento chiave e strategico del progetto sarà la creazione di una piattaforma tecnologica integrata a supporto del turista, del tour operator e delle agenzie di viaggio, garantendo la migliore valorizzazione e commercializzazione possibile dell'offerta territoriale. Sul fronte dell'ambiente, la piattaforma calcolerà il CO2 FOOT PRINT, pensando l'accanto come la scelta di muoversi nel territorio seguendo un turismo lento, sostenibile che valorizzi le piccole realtà, è un modo per "tutelare l'ambiente".

A nostro avviso, l'intervento della DMO come Etruskey, appare come la rivoluzione copernicana del turismo come attività, in una realtà segnata da pandemia e guerra, tempo di risollevarlo questo settore significa puntare ad un turismo nazionale ed esperienziale. Obiettivo principale è confezionare un'offerta in collaborazione con il tessuto territoriale locale di produttori e servizi di professionisti, come le guide turistiche o escursionistiche naturalistiche e, avviare un turismo diversificato per tentare di attirare in periodi diversi l'utenza turistica nazionale e internazionale.

Radio Tuscia Events

Etruskey il nuovo turismo è qui

ASSOCIAZIONE DMO ETRUSKEY

12 Comuni e 31 soggetti privati insieme per promuovere il turismo dell'Etruria Meridionale

È stata presentata al pubblico l'Associazione DMO ETRUSKEY della quale attualmente fanno parte 12 Comuni e 31 soggetti privati. L'obiettivo di Etruskey è quello di unire diverse realtà del territorio per collaborare insieme ed in modo sistematico e continuo alla promozione turistica dell'Etruria meridionale.

La presentazione è stata condotta magistralmente da Letizia Casuccio Presidente dell'Associazione DMO ETRUSKEY, che ha saputo raccontare questo progetto che ha una veste innovativa e di sicuro impatto sul territorio. Letizia ha parlato di Costiera degli Etruschi prendendo a modello quelle della Romagna e di Amalfi e noi non abbiamo dubbi che con queste basi Etruskey avrà un futuro luminoso.

Stefano Landi - *Destination Manager* di ETRUSKEY ha messo l'accento sugli aspetti promozionali, comunicativi e di marketing del progetto che si sta costruendo. Ha detto che non sarà necessario avere fretta nel concludere il programma, ma sarà necessario costruire un'identità o meglio ancora un brand.

Sono intervenute anche Maria Elena Rossi - Direttore Marketing e Promozione ENIT e Valentina Corrado - Ass Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa della Regione Lazio.

I Comuni che hanno aderito all'associazione Etruskey sono:

Allumiera, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Tolfia.

I Privati che hanno aderito a Etruskey sono:

CoopCulture, Unindustria, Borghi Marinari di Roma - Rete di Imprese, Adecco

Skylob Studios, Twiceout S.r.l. Evangelista & Co. S.r.l. società d'ingegneria e

servizi di architettura integrati, Pemcards startup di Emotion s.r.l. Lefeo srl -

informazione e comunicazione, WellSee s.r.l., LinkEat, Federtrak - Escursionismo e Ambiente, Cultura del Viaggio, Rimini, Momenti Divini Associazione

In.CI.Tur [soc.coop](#), Outdoor Tourism & Management Srl, Major75 srl, Strada del Vino delle Terre Etrusco Romana, L'Olfo di Blera Soc.Coop. Agr a.r.l., Cooperativa Agricola Colli Etruschi, Carlo Zucchetti editore, Tur Monti Della Tolfia Soc. Coop. A.R.I., Tolle Ingegno multiforme Soc. Coop. Sociale a r.l., Associazione Turistica Pro Loco Civitavecchia APS, Le Ali Cooperativa Sociale, Francesco Maruffi - Italiano per stranieri, Artemide Guide, Università Agraria Blera, Positive Kite school, Zoomarina.



Mediaquattro

Quattro passi tra...

Il mare degli Etruschi diventa un brand

3 Marzo 2022 • Barbara Calini • 284 Views

Presentata al Castello di Santa Severa la nuova associazione DMO Etruskey per la promozione turistica del litorale: 1300 chilometri di territorio, un sito UNESCO e un porto internazionale. Della cordata fanno parte CoopCulture e la rete de "I Borghi Marinarci di Roma".

L'antico popolo degli etruschi quanto fascino esercita ancora sui vacanzieri? La nuova associazione DMO Etruskey, presentata proprio oggi al castello di Santa Severa, affacciato sul litorale pyrgense, non ha dubbi. *"Obiettivo dell'associazione, è proprio quello di far crescere e conoscere il litorale a nord di Roma, tra la Tuscia e la Maremma, che dalla civiltà etrusca ha ereditato ingegno, accoglienza e ospitalità e che potrà finalmente essere riconosciuta come un'unica destinazione turistica"*, ha spiegato Letizia Casuccio, direttore generale di CoopCulture e presidente della neonata Etruskey, di cui CoopCulture è capofila.

"La ricchezza e la diversità che ci caratterizzano devono diventare il motore di un'offerta territoriale completa. Per collaborare dobbiamo superare le divisioni e mettere a sistema le rispettive risorse e competenze", ha detto. E, poi, come ha ricordato nel suo messaggio di saluto il Presidente ENIT, Giorgio Palmucci, *"la sinergia istituzionale è fondamentale per prendersi cura dei bacini di autenticità del lifestyle italiano"*. Il Progetto è stato tra i vincitori del bando d'interventi a sostegno delle Destinazioni Turistiche del Lazio, ed è stato tra i 25 progetti interamente finanziati, ottenendo 250mila euro dalla Regione Lazio.

Sono in programma un vero e proprio marchio d'area turistica, una piattaforma comune per la promozione dell'offerta e pacchetti turistici a tema. L'idea di fondo è che un brand riconoscibile e identitario possa essere in grado di proporsi anche nella filiera internazionale, aprendo nuovi spazi di mercato. *"Parliamo di 100 chilometri di costa, con 8000 posti letto disponibili, da Ladispoli a Montalto, che hanno grandi potenzialità tra paesaggio, storia, arte, cultura, tradizione enogastronomica e che è un dovere valorizzare e far conoscere"*, aveva spiegato Marco Maurelli, Presidente della rete "I Borghi Marinarci di Roma", che fa parte della cordata, in occasione della nascita dell'associazione. Si tratta di 1300 chilometri di territorio, con il sito UNESCO della Necropoli della Banditaccia di Cerveteri, il Parco archeologico di Vulci, tra Canino e Montalto di Castro, e il porto internazionale di Civitavecchia.

DMO Etruskey è stata costituita lo scorso gennaio tra 31 soggetti privati e i Comuni costieri di Allumiere, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia e Tolfa. Gli Etruschi furono uno dei popoli più progrediti del bacino Mediterraneo, tanto da entrare in concorrenza con i Fenici e i Greci per il controllo delle vie marittime. La costa a nord di Roma è ricca delle loro vestigia ed Etruskey sarà la porta d'ingresso per riscoprire queste meraviglie, fra cui *Castrum Novum*, l'antica fortezza romana di oltre duemila anni fa, riportata di recente alla luce da un'equipe di ricerca internazionale, sul litorale laziale nei pressi di Santa Marinella, destinato a diventare un vero Parco Archeologico sotto l'egida della Soprintendenza.

Nasce la D.M.O. ETRUSKEY per il rilancio del patrimonio artistico-culturale dell'Etruria – Articolo21

SANTA SEVERA – Nata per l'esigenza di rilanciare e valorizzare il territorio dell'Etruria meridionale, dopo la battuta d'arresto causata dalla pandemia, è stata presentata l'associazione D.M.O. Etruskey in una conferenza stampa al Castello di Santa Severa, i cui relatori sono stati **Valentina Corrado**, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casuccio**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; **Maria Elena Rossi** – Direttore Marketing e Promozione ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo.

Ha spiegato Valentina Corrado Assessore al Turismo della Regione Lazio: "Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica". **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY ha detto: «Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte valenza turistica, quali il sito U.N.E.S.C.O. delle Necropoli di Cerveteri e Tarquinia (ndr: la Necropoli di Tarquinia è stata, nell'anno 2000, il sito culturale più visitato del territorio), ma anche il sito di Vulci a Montalto di Castro».

Particolarmente sentita la partecipazione dei rappresentanti di **tutti i soggetti, pubblici e privati, dell'Associazione:** alcuni interventi hanno avuto accorti riferimenti alla guerra e, proprio per questo, il progetto della DMO Etruskey si evidenzia come proposta creativa di rinascita economica e di pace. La D.M.O. Etruskey – Destination Management Organization dell'Alto Lazio – si riconosce nell'eredità culturale degli Etruschi. L'iniziativa guarda a necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, eventi di forte richiamo internazionale, feste per celebrare storiche tradizioni e prodotti tipici. Civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, ponendosi come catalizzatore turistico di arte e cultura. La proposta arriva da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.300 Km di estensione e con 191.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale. Un progetto ambizioso la cui forza sta nella strategia: nell'individuazione di temi, risorse, professionisti e buone pratiche da condividere sin da subito; nell'integrazione di processi per la stagionalizzazione del turismo; nella promozione di occasioni d'incontro con i principali attori e nel fare rete.

Quattro i temi che guidano l'indirizzo della DMO Etruskey: – Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e cultura – Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, cicloturismo – Salute, Enogastronomia, Turismo rurale: lenne, raccolti e tradizioni del butten – Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni. I punti di forza: valorizzazione reciproca tra grandi e piccole realtà, le proposte di turismo esperienziale, la formazione dell'accoglienza, l'attenzione particolare all'accessibilità del pubblico disabile e fragile. Una piattaforma di commercializzazione garantirà la più completa fruizione e la migliore redditività dell'offerta territoriale.

Esempio tangibile della valorizzazione del patrimonio è il Castello di Santa Severa che ha avuto un restauro sapiente, nel rispetto della sua storia, architettura e arte. Situato in un promontorio sul mare, il castello oggi è visibile nella struttura del XII secolo con aggiunte di epoca rinascimentale. Dopo un lungo periodo di decadenza, il Castello fu utilizzato dai tedeschi come base strategica nel corso del secondo conflitto mondiale. La Regione Lazio dal 2014 ne ha voluto la riapertura estiva. Dall'aprile del 2017 il Castello, baciato dal mare, è sempre aperto e ha iniziato un nuovo percorso storico, artistico e culturale, grazie anche alla realizzazione di un **ostello per giovani e famiglie**.

Destinazioni turistiche del Lazio, la grande scommessa della DMO ETRUSKEY nell'Etruria meridionale

Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la ferrea cascata della pandemia? La nuova proposta per un'offerta di qualità arriva da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.200 Km di estensione e con 191.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale, con un progetto che riguarda il cluster tematico e prevede 14 azioni di posizionamento turistico.

Sono solo alcuni dei numeri della Destination Management Organization dell'Alta Lazio, la D.M.O. ETRUSKEY, presentata questa mattina alla stampa presso il **Castello di Santa Severa** con gli interventi di **Valentina Corrado**, assessora all'Assessorato al Turismo, Enti Locali, Sviluppo Urbano, Polizia Locale e Serpificazione Amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casuso**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; **Maria Elena Rossi** - Direttore Marketing e Promozione ENET - Agenzia Nazionale del Turismo.

Particolarmente vertice è stata la partecipazione anche dei rappresentanti di tutti i soggetti, pubblici e privati, che fanno parte dell'Associazione DMO ETRUSKEY. Un progetto ambizioso lo cui fatto, prima ancora che nella combinazione numerica, sta con grande evidenza nella strategica valore sostanziale: nell'individuazione di temi, risorse, professionalità e buone pratiche da condividere sin da subito; nell'integrazione di processi per la destagionalizzazione del turismo, nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questa parte del Lazio e, soprattutto, nel fare rete.

Una rete che si riconosce in un'unica identità: **Territò culturale degli Etruschi**.

È proprio gli Etruschi diventano, nel progetto, la chiave per aprire lo scrigno di un immenso tesoro: il territorio. Necropoli, insediamenti e rovine, testimonio millenario e sito di vita, ma anche eventi di forte impatto internazionale o locale per sobrietà architettonica e tradizioni o ancora vite e usi, paesori e coltivazioni protette, feste e culti, la possibilità di godere della natura più protetta e incontaminata avventurandosi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche confortandosi con il mare o la sua forza grazie al surf, in canoa o vela o in motoria, o fare snorkeling o diving alla scoperta di un sito archeologico sommerso.

Qualunque tratto di riviera etrusca, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, tutto questo definisce la D.M.O. ETRUSKEY come una grande destinazione turistica con tante eccellenze per soddisfare innumerevoli motivazioni e desideri.

"Il progetto della DMO ETRUSKEY rivela nella strategia promozionale delle destinazioni Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio: di avviare un dialogo propositivo tra enti pubblici e privati, di offrire ai clienti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità delle nostre offerte turistiche" - ha dichiarato **Valentina Corrado**, Assessora al Turismo, Enti Locali, Sviluppo Urbano, Polizia Locale e Serpificazione Amministrativa. Un luogo diventa destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domande effettive. Anche grazie alle capacità di organizzazione efficientemente i servizi offerti e al coinvolgimento di questo è possibile solo se si operano i comportamenti."

"Primo il momento storico di contesto di rivivere sotto una luce rinnovata qualità che rappresentano una identità di luoghi e di vita e che costituiscono una dimensione nuova, attuale, in cui non solo è bello vivere ma è anche possibile itinerare immaginando altre i centri del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rivisitare questi luoghi affiorati e nascosti, pur nella salvaguardia delle proprie peculiarità. È fondamentale la sinergia istituzionale per prendere cura al bene di benessere del territorio italiano" ha dichiarato nel suo messaggio di saluto il Presidente Cisl, **Giorgio Napolitano**.

Un luogo diventa destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alle capacità di organizzare efficientemente i servizi offerti e di comunicarli. E questo è possibile solo se si superano i confini: "Il nostro desiderio è che la DMO ETRUSKEY diventi la best practice delle "comunità gestite" - ha affermato **Letizia Casuso** - La diversità e la diversità, che si caratterizzano, devono diventare i motori per un'offerta turistica completa. Per collaborare dobbiamo superare le divisioni e mettere a sistema le rispettive forze, risorse e competenze per un progetto comune"

I TERRITORI E I COMUNI ASSOCIATI

Sono 2 gli ambiti territoriali coinvolti: il fronte del Lazio (con 8 comuni) e quello della Toscana e dell'Emilia Romagna (con 7 Comuni). La D.M.O. coprirà dunque o sistemi, nel suo complesso 2 province, quella di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 comuni: **Alusiano, Barberano Romano, Bieta, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Terracina, Toffia**. Il comune più grande è Civitavecchia con 51.894 abitanti, mentre il più piccolo è Barberano con 1.022 abitanti.

"La nuova e sistema dell'offerta turistica avverrà un processo di valorizzazione reciproca tra le grandi e piccole realtà - ha sottolineato a tal proposito **Stefano Landi** - La costituzione multidisciplinare, territoriale, e demografica della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte rilevanza turistica, quali il sito UNESCO delle Necropoli di Cerveteri e Terracina (patrimonio di Terracina è stato, nell'anno 2020, il sito culturale più visitato del territorio); ma anche il sito di Vulci e Montalto di Castro. La D.M.O., ad esempio, intende valorizzare anche per strutturare un'offerta alternativa allo visito delle città di Roma, per i prossimi giorni 2.000.000 nel 2019 che approdano al porto di Civitavecchia e questo desiderio di rimanere a bordo o nella stessa area portuale e costiera".

I PRIVATI ASSOCIATI

La forza di questa operazione è di rendere concreta la collaborazione con le competenze di importanti realtà private, che sono soggetti attivi sul territorio e diverso stato, ciascuno per il proprio ambito. Al momento ne fanno parte: CoopCulture, Uniborghi, Borghi Marini di Roma - Polo di Impresa, Adecco, Skybit Studios, Tricout S.r.l., Evangelista & Co. S.r.l. società d'ingegneria e servizi di architettura integrata, Percorso startup di Enoteca S.r.l., Levito srl - informazione e comunicazione, WellSee S.r.l., LinkEat, Fedetrak - Escursionismo e Ambiente, Culture del Viaggio, Rimini, Mareed Dini Associazione, In.Ci.Tur.200.coop, Outdoor Tourism & Management Srl, Major75 srl, Strade del Vino della Terra Etrusco Romana, L'Orto di Biara Soc.Coop. Agr.srl., Cooperative Agricola Colli Etruschi, Cado Zucchetti editore, Tur Merit Della Tolla Soc. Coop. A.R.I., Tattile Ingegno multiforme Soc. Coop. Sociale s.r.l., Associazione Turismo Pro Loco Civitavecchia APS, La Ai Cooperativa Sociale, Francesco Maria R. - Istituto per anziani, Antonio Guida, Università Agraria Biara, Positive Kato school, Ziemans. La DMO è aperta e disponibile ad accogliere altri contributi con nuovi futuri ingressi nell'Associazione.

I CLUSTER TEMATICI E LE FORME DI TURISMO ESPERENZIALE PER DESTAGIONALIZZARE DOMANDA E OFFERTA

Sono 4 - Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e culture - Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, cicloturismo - Salute, Enogastronomia, Turismo Rurali: terme, raccolti e tradizioni del tutto - Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni. La DMO ETRUSKEY ha l'obiettivo di rispondere alla sempre crescente domanda turistica che desidera non un semplice viaggio ma un'esperienza autentica, che coinvolga sensi ed emozioni. In particolare si è rilevato un forte aumento di visitatori alla ricerca dell'esperienza green (+11% in questo parte del Lazio rispetto ai mesi precedenti), sport, trekking nella natura e nelle piccole realtà. Questa nuova e sempre crescente domanda turistica lista si che i borghi, anche quelli più piccoli, possano a loro volta diventare elemento attrattivo e di permanenza per la scoperta del territorio nella sua interezza in ogni stagione dell'anno.

LA FORMAZIONE ALL'ACCogliENZA E L'OFFERTA ALL'ESTERO

Saranno attivati percorsi per formare o qualificare adeguatamente figure specializzate nell'offerta dei servizi in Italia e all'estero, condividendo buone pratiche di accoglienza e comunicazione per valorizzare i punti di forza o i vantaggi competitivi.

ACCESSIBILITÀ AL PUBBLICO DISABILE E FRAGILE

La destinazione sarà ipensata per garantire la migliore Customer Journey con particolare attenzione ai visitatori con disabilità fisica, cognitiva e in generale per i pubblici fragili. A tale scopo saranno impiegate nuove tecnologie che permetteranno di digitalizzare la DMO come accessibile ed accogliente.

LA PIATTAFORMA DI COMMERCIALIZZAZIONE

Non da ultimo elemento chiave e strategico del progetto sarà la creazione non di un semplice sito ma di una piattaforma tecnologica integrata a supporto del turista, del tour operator e delle agenzie di viaggio. Sarà garantita così la più completa narrazione e la migliore commercializzazione possibile dell'offerta territoriale. Per sensibilizzare al tema ambientale, la piattaforma calcherà il CO2 FOOT PRINT, sottolineando come la scelta di muoversi nel territorio seguendo un turismo lento, sostenibile e di valorizzazione delle piccole realtà permetta di tutelare l'ambiente". Obiettivo: rendere accessibile, promuovere e commercializzare efficientemente la destinazione, sensibilizzare al tema ambientale.



News Turismo

Regione Lazio, Corrado: "DMO ETRUSKEY per offrire ai turisti esperienze uniche"

Di Redazione Lavoro Lazio - 06/09/2022 - 9:30

"Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica".

Lo ha dichiarato **Valentina Corrado**, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa della Regione Lazio, durante la conferenza stampa di presentazione dell'"Associazione DMO Etruskey, 12 Comuni e 31 soggetti privati insieme per promuovere il turismo dell'Etruria Meridionale" che si è tenuta oggi presso il Castello di Santa Severa.

Radio Tuscia Events

DMO Etruskey la grande scommessa nel turismo

DMO ETRUSKEY si è così giocata sulle "catture del gazebo" di un mercato 3 volte più grande e tanto che il nuovo DMO copre un'area di oltre 10.000 km².

DESTINAZIONE TURISTICA DEL LAZIO: LA GRANDE SCOMMESSA DELLA DMO ETRUSKEY NEL TURISMO MEDITERRANEO

La **presentazione del progetto** DMO ETRUSKEY è stata annunciata a Castello di Santa Marinella.

I punti di forza: la valorizzazione reciproca tra grandi e piccole realtà, la proposta di turismo esperienziale in territorio archeologico, l'attenzione particolare al coinvolgimento del pubblico locale e foreign.

Già, attenzione: la presentazione si è svolta a Santa Marinella in provincia, dopo la recente nascita della provincia del Lazio, ma non proprio per la bellezza di questo angolo del D. Cominciò con i ragazzi di hotel, alla cui presenza di 1.000 km² di territorio a per 10.000 abitanti, con un alto DMO e a un parco internazionale, con un'apertura da 4 cluster tematici a presenza di alcuni di questi elementi turistici.

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

Particolarmente valida è stata la partecipazione anche dei rappresentanti di tutti i soggetti pubblici e privati, che fanno parte dell'Associazione DMO (DMO).

Un progetto innovativo sul fronte della gestione del territorio, con un grande valore aggiunto: la valorizzazione del territorio attraverso la creazione di nuovi prodotti turistici e la promozione di nuove iniziative turistiche, nella convinzione che il territorio è un bene che può essere valorizzato in modo sempre più efficace.

Una realtà che si realizza in un'area di oltre 10.000 km² di territorio.

Il progetto di DMO ETRUSKEY è stato presentato in un'aula di Santa Marinella, con la presenza di tutti i soggetti pubblici e privati, con la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

Con questa iniziativa si vuole promuovere la valorizzazione del territorio attraverso la creazione di nuovi prodotti turistici e la promozione di nuove iniziative turistiche, nella convinzione che il territorio è un bene che può essere valorizzato in modo sempre più efficace.

“Il progetto della DMO ETRUSKEY è stato presentato in un'aula di Santa Marinella, con la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.”

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

“Il progetto della DMO ETRUSKEY è stato presentato in un'aula di Santa Marinella, con la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.”

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

IL TURISMO E IL CLIMA MEDITERRANEO

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

IL TURISMO E IL CLIMA MEDITERRANEO

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

IL TURISMO E IL CLIMA MEDITERRANEO

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

IL TURISMO E IL CLIMA MEDITERRANEO

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

IL TURISMO E IL CLIMA MEDITERRANEO

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

IL TURISMO E IL CLIMA MEDITERRANEO

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

IL TURISMO E IL CLIMA MEDITERRANEO

Il progetto è stato realizzato da un team di professionisti (Management Organization dell'Università del Piemonte Orientale, presentando questo modello alla Regione Lazio e al Comune di Santa Marinella con gli interventi di Roberto Corbelli, direttore di Assistenza al Turismo, con la società di consulenza italiana, pubblica e privata, e la partecipazione di un'azienda specializzata in turismo culturale, presidente della nazionale Associazione DMO (DMO) Stefano Luzzi, Direttore Manager della DMO (DMO) Mario Vito Ianni - Istituto Marketing e Promozione del Turismo - Agenzia Nazionale del Turismo.

Dmo Etruskey costituita a Santa Severa, progetto per creare un turismo di qualità

Al Castello di Santa Severa si è formalmente costituita l'Associazione Destination Management Organization dell'Etruria meridionale (DMO ETRUSKEY), una rete di 12 Comuni e 31 soggetti privati, creata per promuovere, con una collaborazione continua e sistematica, il turismo dell'Etruria meridionale.

A presenziare, il Sindaco Pietro Tidei, la Consigliera delegata al Marketing territoriale Paola Fratarcangeli, il Presidente di Coopculture Letizia Casuccio, il Presidente dell'Associazione DMO Stefano Landi, l'Assessore al Turismo della Regione Lazio Valentina Corrado e il Presidente di Eni Lucia Calvosa.

Un progetto importante che punta alla realizzazione di un turismo di qualità, sia a livello nazionale che internazionale.

La DMO Etruskey mira al tema della ricettività e del turismo ricreativo ed avvia un grande piano di promozione e valorizzazione dell'offerta turistica del territorio.

"Un'iniziativa di grande valore che unisce tutti i comuni del territorio in un unico organismo e che permette di avviare una progettazione globale e complessiva, a rete, che coinvolge oltre 50 aziende che coprono il settore turistico – dichiara il Sindaco Tidei – Si tratta di un appalto importante che può considerarsi come un primo passo verso l'attivazione di una serie di progetti legati alla rinascita del territorio".

Conclude il primo cittadino: "Si avvia un nuovo processo che prevede uno splendido futuro per questa Città".

L'articolo Dmo Etruskey costituita a Santa Severa, progetto per creare un turismo di qualità proviene da Terzo Binario News.

Dmo Etruskey: l'offerta turistica mette a sistema due province, Roma e Viterbo, in un processo di valorizzazione reciproca tra le piccole e le grandi realtà

S. MARNELLA – Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la frenata causata dalla pandemia? La proposta per un'offerta di qualità è arrivata da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.300 Km di estensione e con 191mila abitanti, con un sito Unesco e un porto internazionale, con un progetto che riguarda quattro cluster tematici e prevede 14 azioni di posizionamento turistico. Sono solo alcuni dei numeri della Destination Management Organization dell'Ato Lazio, la Dmo Etruskey presentata ieri l'altro al castello di Santa Severa, con gli interventi di Valentina Corrado, assessore al Turismo della Regione Lazio, Letizia Casuccio, presidente dell'associazione Etruskey, Stefano Landi destination manager della Etruskey, Maria Elena Rossi direttore marketing e promozione dell'Agenzia Nazionale del Turismo. Un progetto ambizioso la cui forza, prima ancora che nella combinazione numerica, sta con grande evidenza nella strategica visione sottostante, nell'individuazione di temi, risorse, professionisti e pratiche da condividere subito nell'integrazione di processi per destagionalizzare il turismo, nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questa parte del Lazio e soprattutto nel fare rete. Una rete che si riconosce in un'unica identità, l'eredità culturale degli Etruschi. E proprio gli Etruschi diventano, nel progetto, la chiave per aprire lo scrigno di un immenso tesoro, il territorio, Necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, ma anche eventi di forte richiamo internazionale o feste per celebrare antiche tradizioni; e ancora vini e oli, pascoli e coltivazioni protette, foreste e campi, la possibilità di godere della natura più protetta avventurandosi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche confrontarsi con il mare e la sua forza grazie al surf, in barca a vela o in crociera, o fare snorkeling o il diving alla scoperta di un sito archeologico sommerso.

Ovunque tracce di civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, tutto questo delinea la Dmo Etruskey come una grande destinazione turistica con tante eccellenze per soddisfare innumerevoli motivazioni e passioni. "Il progetto della Dmo Etruskey – dice l'assessore Corrado – rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di fare leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica". Un luogo diviene destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alla capacità di organizzare efficacemente i servizi offerti e di comunicarli. "Il nostro desiderio – sottolinea Letizia Casuccio – è che la Dmo Etruskey diventi la best practice della comunità gentili. La ricchezza e la diversità, che ci caratterizzano, devono diventare i motori per un'offerta territoriale completa. Per collaborare dobbiamo superare le divisioni e mettere a sistema le rispettive forze, risorse e competenze per un progetto comune". "Proprio il momento storico – spiega il Presidente Enit, Giorgio Palmucci – ci consente di rivedere sotto una luce rinnovata località che rappresentano una riserva di luoghi e di vita e che restituiscono una dimensione nuova, salutare, in cui non solo è bello vivere ma è possibile allenare l'immaginazione oltre i confini del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rendere questi luoghi efficienti e moderni, pur nella salvaguardia della propria peculiarità. È fondamentale la sinergia istituzionale per prenderci cura di bacini di autenticità del lifestyle italiano". Sono due gli ambiti territoriali coinvolti, il litorale del Lazio con cinque Comuni, e quello della Tuscia e della Maremma laziale con sette Comuni. La Dmo, metterà a

sistema, nel suo complesso due province, quella di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 Comuni, Allumiere, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Tofia. Il Comune più grande è Civitavecchia con 51.894 abitanti, mentre il più piccolo è Barbarano con 1.052 abitanti. "La messa a sistema dell'offerta turistica attiverà un processo di valorizzazione reciproca tra le grandi e piccole realtà – ha sottolineato Stefano Landi – le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della Dmo rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte valenza turistica, quali il sito Unesco delle Necropoli di Cerveteri e Tarquinia, ma anche il sito di Vulci a Montalto di Castro. La Dmo lavorerà fortemente anche per strutturare un'offerta alternativa alla visita della città di Roma, per i crocieristi, quasi tre milioni nel 2019, che approdano al porto di Civitavecchia e spesso decidono di rimanere a bordo o nella stessa area portuale e cittadina".

la Provincia

Quotidiano di Civitavecchia, Santa Marinella, Fregene e dell'Etruria

Dmo Etruskey: l'offerta turistica mette a sistema due province, Roma e Viterbo, in un processo di valorizzazione reciproca tra le piccole e le grandi realtà

S. MARINELLA – Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la frenata causata dalla pandemia? La proposta per un'offerta di qualità è arrivata da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.300 Km di estensione e con 197mila abitanti, con un sito Unesco e un porto internazionale, con un progetto che riguarda quattro cluster tematici e prevede 14 azioni di posizionamento turistico. Sono solo alcuni dei numeri della Destination Management Organization dell'Ato Lazio, la Dmo Etruskey presentata ieri l'altro al castello di Santa Severa, con gli interventi di Valentina Corrado, assessore al Turismo della Regione Lazio, Letizia Casuccio, presidente dell'associazione Etruskey, Stefano Landi destination manager della Etruskey, Maria Elena Rossi direttore marketing e promozione dell'Agenzia Nazionale del Turismo. Un progetto ambizioso la cui forza, prima ancora che nella combinazione numerica, sta con grande evidenza nella strategica visione sottostante, nell'individuazione di temi, risorse, professionisti e pratiche da condividere subito nell'integrazione di processi per destagionalizzare il turismo, nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questa parte del Lazio e soprattutto nel fare rete. Una rete che si riconosce in un'unica identità, l'eredità culturale degli Etruschi. E proprio gli Etruschi diventano, nel progetto, la chiave per aprire lo scrigno di un immenso tesoro, il territorio, Necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, ma anche eventi di forte richiamo internazionale o feste per celebrare antiche tradizioni; e ancora vini e oli, pascoli e coltivazioni protette, foreste e campi, la possibilità di godere della natura più protetta avventurandosi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche confrontarsi con il mare e la sua forza grazie al surf, in barca a vela o in crociera, o fare snorkeling o il diving alla scoperta di un sito archeologico sommerso.

Ovunque tracce di civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, tutto questo delinea la Dmo Etruskey come una grande destinazione turistica con tante eccellenze per soddisfare innumerevoli motivazioni e passioni. "Il progetto della Dmo Etruskey – dice l'assessore Corrado – rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di fare leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica". Un luogo diviene destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alla capacità di organizzare efficacemente i servizi offerti e di comunicarli. "Il nostro desiderio – sottolinea Letizia Casuccio – è che la Dmo Etruskey diventi la best practice della comunità gentili. La ricchezza e la diversità, che ci caratterizzano, devono diventare i motori per un'offerta territoriale completa. Per collaborare dobbiamo superare le divisioni e mettere a sistema le rispettive forze, risorse e competenze per un progetto comune". "Proprio il momento storico – spiega il Presidente Enit, Giorgio Palmucci – ci consente di rivedere sotto una luce rinnovata località che rappresentano una riserva di luoghi e di vite e che restituiscono una dimensione nuova, salutare, in cui non solo è bello vivere ma è possibile allenare l'immaginazione oltre i confini del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rendere questi luoghi efficienti e moderni, pur nella salvaguardia della propria peculiarità. È fondamentale la sinergia istituzionale per prenderci cura di bacini di autenticità del lifestyle italiano". Sono due gli ambiti territoriali coinvolti, il litorale del Lazio con cinque Comuni, e quello della Tuscia e della Maremma laziale con sette Comuni. La Dmo, metterà a

sistema, nel suo complesso due province, quella di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 Comuni, Alatri, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Toffa. Il Comune più grande è Civitavecchia con 51.894 abitanti, mentre il più piccolo è Barbarano con 1.052 abitanti. "La messa a sistema dell'offerta turistica attiverà un processo di valorizzazione reciproca tra le grandi e piccole realtà – ha sottolineato Stefano Landi – le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della Dmo rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte valenza turistica, quali il sito Unesco delle Necropoli di Cerveteri e Tarquinia, ma anche il sito di Vulci a Montalto di Castro. La Dmo lavorerà fortemente anche per strutturare un'offerta alternativa alla visita della città di Roma, per i crocieristi, quasi tre milioni nel 2019, che approdano al porto di Civitavecchia e spesso decidono di rimanere a bordo o nella stessa area portuale e cittadina".



Costituita al Castello di Santa Severa l'Associazione DMO Etruskey

Al Castello di Santa Severa si è formalmente costituita l'Associazione Destination Management Organization dell'Etruria meridionale (DMO ETRUSKEY), una rete di 12 Comuni e 31 soggetti privati, creata per promuovere, con una collaborazione continua e sistematica, il turismo dell'Etruria meridionale.

A presenziare, il Sindaco Pietro Tidei, la Consigliera delegata al Marketing territoriale Paola Fratarcangeli, il Presidente di Coopculture Letizia Casuccio, il Presidente dell'Associazione DMO Stefano Landi, l'Assessore al Turismo della Regione Lazio Valentina Corrado e il Presidente di Eni Lucia Calvosa.

Un progetto importante che punta alla realizzazione di un turismo di qualità, sia a livello nazionale che internazionale. La DMO Etruskey mira al tema della ricettività e del turismo ricreativo ed avvia un grande piano di promozione e valorizzazione dell'offerta turistica del territorio.

"Un'iniziativa di grande valore che unisce tutti i comuni del territorio in un unico organismo e che permette di avviare una progettazione globale e complessiva, a rete, che coinvolge oltre 50 aziende che coprono il settore turistico - dichiara il Sindaco Tidei - Si tratta di un appalto importante che può considerarsi come un primo passo verso l'attivazione di una serie di progetti legati alla rinascita del territorio".

Conclude il primo cittadino: "Si avvia un nuovo processo che prevede uno splendido futuro per questa Città".



DESTINAZIONI TURISTICHE DEL LAZIO, LA GRANDE SCOMMESSA DELLA DMO ETRUSKEY NELL'ETRURIA MERIDIONALE.

La proposta di un'offerta di qualità nasce da un'area di 1.300 km di estensione. Il DMO del Vito Lazio ha tanti numeri. L'Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplicificazione Amministrativa della Regione Lazio ha tenuto gli interventi alla stampa presso il Castello di Santa Severa. Particolarmente sentita è stata la partecipazione di rappresentanti di tutti i soggetti, pubblici e privati, che fanno parte dell'Associazione DMO Empire. Un progetto ambizioso la cui forza, prima ancora della combinazione numerica, sta in una grande evidenza nella visione strategica sottostante: nell'individuare temi, risorse, professionisti e best practices da condividere subito; nell'integrazione dei processi di destagionalizzazione del turismo; nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questa parte del Lazio e, soprattutto, nel networking. Necropoli, monumenti e musei, tradizioni e stili di vita millenari, ma anche eventi di forte richiamo internazionale o feste per celebrare antiche tradizioni; e ancora vini e oli, pascoli e coltivazioni protette, boschi e campi, la possibilità di godere della natura più protetta e ancestrale avventurandosi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche di confrontarsi con il mare e la sua forza grazie al surf, in vela o crociera, oppure snorkeling o immersioni alla scoperta di un sito archeologico sommerso. "Il progetto ETRUSKEY DMO si inserisce nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica in grado di far leva sui fattori attrattivi e identitari del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra pubblico e privato enti, per offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica" - ha dichiarato Valentino Corrado, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplicificazione Amministrativa. La ricchezza e la diversità che lo caratterizza devono diventare i motori di un'offerta

territoriale completa se si supera il campanilismo. Il DMO è un'organizzazione. Sistemerà quindi, complessivamente, 2 province, quella di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 comuni: Alimuriere, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Tolfia. Il processo di valorizzazione reciproca tra grandi e piccole realtà sarà stimolato dalla sistematizzazione dell'offerta turistica. Va chiarita la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali a forte valenza turistica, come l'U.N.E.S.C.O. La Necropoli di Tarquinia. Temendo anche di strutturare un'offerta alternativa alla visita della città di Roma per i crocieristi che sbarcano al porto di Civitavecchia e decidono spesso di rimanere a bordo o nello stesso porto e area cittadina. Per rendere concreta la collaborazione con le competenze di importanti realtà private, che sono soggetti attivi sul territorio a vario titolo, ciascuno per il proprio ambito, il punto di forza di questa operazione è. Per rispondere alla crescente domanda turistica che desidera non un semplice viaggio ma un'esperienza autentica che coinvolga i sensi e le emozioni, è stato creato il Dmo della Siberia orientale. Nell'ultimo anno sono aumentati del 41% i visitatori alla ricerca dell'esperienza green in questa parte del Lazio: passeggiate, sport, trekking nella natura e piccole attività. Questa nuova e sempre crescente domanda turistica farà sì che i paesi, anche i più piccoli, possano diventare un attraente punto di partenza per la scoperta del territorio in ogni stagione dell'anno. La realizzazione di una piattaforma tecnologica integrata a supporto di turisti, tour operator e agenzie di viaggio è l'elemento chiave e strategico del progetto. Per sensibilizzare sul tema ambientale, la piattaforma calcolerà la CO2 FOOT PRINT, mostrando come la scelta di spostarsi sul territorio seguendo un turismo lento, sostenibile e la

DESTINAZIONI TURISTICHE DEL LAZIO, LA GRANDE SCOMMESSA DELLA DMO ETRUSKEY NELL'ETRURIA MERIDIONALE

Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la ferrea causata dalla pandemia? La nuova proposta per un'offerta di qualità arriva da 12 Comuni e 21 soggetti privati, da un territorio di 1.300 Km di estensione e con 151.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale, con un progetto che riguarda 4 cluster tematici e prevede 14 azioni di posizionamento turistico.

Sono solo alcuni dei numeri della Destination Management Organization dell'Alto Lazio, la D.M.O. ETRUSKEY, presentata questo mattina alle stampa presso il **Castello di Santa Severa** con gli interventi di **Valentina Corrado**, assessora all'Assessore al Turismo, Enti Locali, Scienza Urbana, Polizia Locale e Sempificazione Amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casuoli**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; **Maria Elena Rossi** – Direttore Marketing e Promozione ENET – Agenzia Nazionale del Turismo.

Particolarmente sentita è stata la partecipazione anche dei rappresentanti di tutti i soggetti, pubblici e privati, che fanno parte dell'Associazione DMO ETRUSKEY. Un progetto ambizioso lo cui fatto, prima ancora che nella combinazione numerica, sta con grande evidenza nella strategica visione sofisticata, nell'individuazione di temi, risorse, professionalità e buone pratiche da condividere sin da subito, nell'integrazione di processi per la stagionalizzazione del turismo, nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questa parte del Lazio e, soprattutto, nel fare rete.

Una rete che si riconosce in un'unica identità: **Patrimonio culturale degli Etruschi**.

È proprio gli Etruschi diventano, nel progetto, la chiave per aprire lo scrigno di un immenso tesoro: il territorio. Incroci, incantamenti e musei, teatri, tradizioni millenarie e stili di vita, ma anche eventi di forte richiamo internazionale o fatto per celebrare antiche tradizioni: o ancora vini e oli, pascoli e coltivazioni protette, feste e ritmi, la possibilità di godere della natura più protetta e avventurandosi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche confrontarsi con il mare o la sua forza grazie al surf, in canoa o vela o in canoa, o fare *swimming o diving* allo scoperto di un sito archeologico sommerso.

Ovunque tracce di civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incantati, tutto questo domina la D.M.O. ETRUSKEY come una grande destinazione turistica con tante eccellenze per soddisfare innumerevoli motivazioni e desideri.

"Il progetto della DMO ETRUSKEY viene nella strategia progettuale delle destinazioni Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identitari del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra enti pubblici e privati, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità delle nostre offerte turistiche" ha dichiarato **Valentina Corrado**, Assessora al Turismo, Enti Locali, Scienza Urbana, Polizia Locale e Sempificazione Amministrativa. Un luogo diverso destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domande effettive anche grazie alla capacità di organizzazione efficace e servizi offerti e di comunicarli. E questo è possibile solo se si agiscono i competenti."

"Prima il momento storico ci consente di vedere sotto una luce rinnovata località che rappresentano una riserva di luoghi e di vita e che costituiscono una dimensione nuova, attuale, in cui non solo il bello viene ma è anche possibile ottenere l'immaginazione e i centri del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rendere questi luoghi efficienti e moderni, pur nella salvaguardia della propria peculiarità. E' fondamentale la strategia istituzionale per prendere cura al bacini di servizio del territorio italiano" ha dichiarato nel suo messaggio di saluto il Presidente **Dr. Giorgio Palascio**.

Un luogo diverso destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alla capacità di organizzare efficacemente i servizi offerti e di comunicarli. E questo è possibile solo se si agiscono i competenti. "Il nostro desiderio è che la DMO ETRUSKEY diventi la best practice delle "comunità verdi" ha affermato **Letizia Casuoli** – La diversità e le diversità, che si caratterizzano, devono diventare i motori per un'offerta territoriale completa. Per collaborare dobbiamo superare le divisioni e mettere a sistema le rispettive forze, risorse e competenze per un progetto comune"

I TERRITORI E I COMUNI ASSOCIATI

Sono 2 gli ambiti territoriali coinvolti: il tirreno del Lazio (con 3 comuni) e quello della Tuscia e della Maremma tirreno (con 7 Comuni). La D.M.O. ruoterà dunque a sistema, nel suo complesso 2 province, quella di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 comuni: **Alatri, Barberano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Toffia**. Il comune più grande è Civitavecchia con 51.584 abitanti, mentre il più piccolo è Barberano con 1.052 abitanti.

"La nuova e sistematica offerta turistica avviene un processo di valorizzazione reciproca tra le grandi e piccole realtà" ha sottolineato a tal proposito **Stefano Landi** – Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte rilevanza turistica, quali il sito UNESCO, delle Mergoli di Cerveteri e Tarquinia (vd: di Neopoli di Tarquinia è stata, nell'anno 2020, il sito culturale più visitato del territorio), ma anche il sito di Vulci e Montalto di Castro. La D.M.O., ad esempio, lavorerà fortemente anche per strutturare un'offerta alternativa allo visito delle città di Roma, per i prossimi spazi 2.000.000 nel 2018 che appenderà al porto di Civitavecchia e questo desidera di tornare a bordo o nella stessa area portuale e cittadina".

I PRIVATI ASSOCIATI

La forza di questa operazione è di rendere concreta la collaborazione con le competenze di importanti realtà private, che sono soggetti attivi sul territorio a diverso titolo, ciascuno per il proprio ambito. Al momento ne fanno parte: CoopCulture, Unireteuropa, Borghi Mariani di Roma – Pato di Impreso, Adaco, Skylab Studios, Treboot S.r.l, Enavigata & Co. S.r.l, società d'ingegneria e servizi di architettura integrati, Percorso startup di Etruschi e i.L, Lazio srl – informazione e comunicazione, WellSee s.r.l, LinkEat, Falsetrak – Escursionismo e Ambiente, Culture del Viaggio, Rimini, Momento Diversi Associazione, In.Ci.Tur.soc.coop, Outdoor Tourism & Management Srl, Major75 srl, Strada del Vino della Terra Etrusco Romana, L'Orto di Blera Soc.Coop. Agr.s.r.l., Cooperativa Agrovia Colli Etruschi, Cado Zucchetti editore, Tur Mare Della Tofia Soc. Coop. A.R.L, Telle Ingegno multiforme Soc. Coop. Società s.r.l, Associazione Turismo Pro Loco Civitavecchia APS, La 48 Cooperativa Sociale, Francesco Maria R. – italiano per stranieri, Armando Guida, Università Agraria Blera, Postale Kto school, Zaimarino. La DMO è aperta e disponibile ad accogliere altri contributi con nuovi futuri ingressi nell'Associazione.

I CLUSTER TEMATICI E LE FORME DI TURISMO ESPERENZIALE PER DESTAGIONALIZZARE DOMANDA E OFFERTA

Sono 4 – Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e cultura – Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, ciclo-turismo – Salute, Enogastronomia, Turismo Ruralità: terme, raccolti e tradizione del tutto – Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni. La DMO ETRUSKEY ha l'obiettivo di rispondere alle sempre crescenti domande turistiche che desidera non un semplice viaggio ma un'esperienza autentica, che coinvolga sensi ed emozioni. In particolare si è rilevato un forte aumento di visitatori alla ricerca dell'esperienza green (+11% in questo polo del Lazio nell'ultimo anno): passeggio, sport, hiking nella natura e nelle piccole realtà. Questa nuova e sempre crescente domanda turistica lista si che i borghi, anche quelli più piccoli, possano a loro volta diventare elementi attrattivi e di permanenza per la scoperta del territorio nella sua interezza in ogni stagione dell'anno.

LA FORMAZIONE ALL'ACCOGLIENZA E L'OFFERTA ALL'ESTERO

Saranno attivati percorsi per formare e qualificare adeguatamente figure specializzate nell'offerta dei servizi in Italia e all'estero, condividendo buone pratiche di accoglienza e comunicazione per valorizzare i punti di forza e i vantaggi competitivi.

ACCESSIBILITÀ AL PUBBLICO DISABILE E FRAGILE

Le destinazioni sarà ipentata per garantire la migliore Customer Journey con particolare attenzione ai visitatori con disabilità fisica, cognitiva e in generale per i pubblici fragili. A tale scopo saranno impiegate nuove tecnologie che permetteranno di caratterizzare la DMO come accessibile ed accogliente.

LA PIATTAFORMA DI COMMERCIALIZZAZIONE

Non da ultimo elemento chiave e strategico del progetto sarà la creazione non di un semplice sito ma di una piattaforma tecnologica integrata a supporto del turista, del tour operator e delle agenzie di viaggio. Sarà garantita così la più completa trasparenza e la migliore commercializzazione possibile dell'offerta territoriale. Per sensibilizzare al tema ambientale, la piattaforma calcherà il CO2 FOOT PRINT, sottolineando come la scelta di muoversi nel territorio segnando un turismo lento, sostenibile e di valorizzazione delle piccole realtà permetta di "tutelare l'ambiente". Obiettivo: rendere accessibile, promuovere e commercializzare efficientemente la destinazione, sensibilizzare al tema ambientale.



trc
giornale



Costituita al Castello di Santa Severa l'Associazione DMO Etruskey

Al Castello di Santa Severa si è formalmente costituita l'Associazione Destination Management Organization dell'Etruria meridionale (DMO ETRUSKEY), una rete di 12 Comuni e 31 soggetti privati, creata per promuovere, con una collaborazione continua e sistematica, il turismo dell'Etruria meridionale.

A presenziare, il Sindaco Pietro Tidei, la Consigliera delegata al Marketing territoriale Paola Fratarcangeli, il Presidente di Coopculture Letizia Casuccio, il Presidente dell'Associazione DMO Stefano Landi, l'Assessore al Turismo della Regione Lazio Valentina Corrado e il Presidente di Eni Lucia Calvosa.

Un progetto importante che punta alla realizzazione di un turismo di qualità, sia a livello nazionale che internazionale. La DMO Etruskey mira al tema della ricettività e del turismo ricreativo ed avvia un grande piano di promozione e valorizzazione dell'offerta turistica del territorio.

"Un'iniziativa di grande valore che unisce tutti i comuni del territorio in un unico organismo e che permette di avviare una progettazione globale e complessiva, a rete, che coinvolge oltre 50 aziende che coprono il settore turistico - dichiara il Sindaco Tidei - Si tratta di un appalto importante che può considerarsi come un primo passo verso l'attivazione di una serie di progetti legati alla rinascita del territorio".

Conclude il primo cittadino: "Si avvia un nuovo processo che prevede uno splendido futuro per questa Città".

DazebaoNews

il portale della scienza e della cultura

Castello di Santa Severa. Varata la D.M.O. ETRUSKEY per il rilancio turistico dell'Etruria

nata per rispondere all'esigenza della valorizzazione turistica dell'Etruria meridionale, in sofferenza dopo la frenata causata dalla pandemia.

Chi avesse già visto il Castello di Santa Severa, tornando ci resterà affascinato dal restauro sapiente, nel rispetto della sua storia, architettura e arte. Il suggestivo maniero, con un parcheggio nel quale insieme alle macchinette per pagare il ticket ci sono stalli in legno consoni all'antico stile, risale per la raffinata cura che ricorda i borghi della Costa Azzurra, campioni nella valorizzazione delle proprie eccellenze. Situato in un promontorio sul mare, il castello di Santa Severa oggi è visibile nella struttura del XII secolo con aggiunte di epoca rinascimentale. Purtroppo, dopo un lungo periodo di decadenza, il Castello fu utilizzato anche dai tedeschi come base strategica nel corso del secondo conflitto mondiale. La Regione Lazio dal 2014 ne ha voluto la riapertura estiva per far conoscere questo straordinario patrimonio. Dall'aprile del 2017 il Castello, bagnato dal mare, è sempre aperto e ha iniziato un nuovo percorso storico, artistico e culturale, grazie anche alla realizzazione di un **ostello per giovani e famiglia**.

Santa Severa non è che uno degli esempi del progetto di rilancio dell'Etruria meridionale. La D.M.O. Etruskey guarda a ricogniti, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, eventi di forte richiamo internazionale, feste per celebrare storiche tradizioni e prodotti tipici. Città antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, le vedono canalizzare turismo di arte e cultura. La proposta coinvolge 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un centinaio di 1.000 fino di associazione e con 70.000 abitanti, con un sito UNESCO e un parco internazionale. Per illustrare la D.M.O. ETRUSKEY sono intervenuti **Valentina Corrado**, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casuccio**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; **Stefano Lanzi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; **Maria Elena Rossi** - Direttore Marketing e Promozioni DMO - Agenzia Nazionale del Turismo.

Spiega Valentina Corrado Assessore al Turismo della Regione Lazio: "Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra enti pubblici e privati, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica". **Stefano Lanzi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY ha detto: «Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte valenza turistica, quali il sito UNESCO delle Necropoli di Cerveteri e Tarquinia (incl. la Necropoli di Tuscania) e stato, nell'anno 2020, il sito culturale più visitato del territorio), ma anche il sito di Vulci e Montalto di Castro».

Quattro i temi che guidano l'indirizzo della DMO Etruskey: - Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e cultura - Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, cicloturismo - Salute, Enogastronomia, Turismo Rurale: terme, raccolti e tradizione dei butteri - Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni. I punti di forza: valorizzazione reciproca tra grandi e piccole realtà, le proposte di turismo esperienziale, la formazione dell'accoglienza, l'attenzione particolare all'accessibilità del pubblico disabile e fragile. Una piattaforma di commercializzazione garantirà la più completa narrazione e la migliore redditività dell'offerta territoriale.



Articolo 21 *liberi di...*

Il dovere di informare il diritto ad essere informati

Nasce la D.M.O. ETRUSKEY per il rilancio del patrimonio artistico-culturale dell'Etruria

SANTA SEVERA - Nata per l'esigenza di rilanciare e valorizzare il territorio dell'Etruria meridionale, dopo la brutta d'arresto causata dalla pandemia, è stata presentata l'associazione D.M.O. Etruskey in una conferenza stampa al Castello di Santa Severa, i cui relatori sono stati **Valentina Corrado**, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casuccio**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; **Maria Elena Rossi** - Direttore Marketing e Promozione ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo.

Ha spiegato Valentina Corrado Assessore al Turismo della Regione Lazio: "Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica". **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY ha detto: «Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte valenza turistica, quali il sito U.N.E.S.C.O. delle Necropoli di Cerveteri e Tarquinia (ndr: la Necropoli di Tarquinia è stata, nell'anno 2020, il sito culturale più visitato del territorio), ma anche il sito di Vulci a Montalto di Castro».

Particolarmente sentita la partecipazione dei rappresentanti di **tutti i soggetti, pubblici e privati, dell'Associazione:** alcuni interventi hanno avuto accorati riferimenti alla guerra e, proprio per questo, il progetto della DMO Etruskey si evidenzia come proposta creativa di rinascita economica e di pace. La D.M.O. Etruskey - Destination Management Organization dell'Alto Lazio - si riconosce nell'eredità culturale degli Etruschi. L'iniziativa guarda a necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, eventi di forte richiamo internazionale, feste per celebrare storiche tradizioni e prodotti tipici. Città antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, prendendosi come catalizzatore turistico di arte e cultura. La proposta arriva da 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.300 Km di estensione e con 191.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale. Un progetto ambizioso la cui forza sta nella strategia: nell'individuazione di temi, risorse, professionisti e buone pratiche da condividere sin da subito; nell'integrazione di processi per la destagionalizzazione del turismo; nella promozione di occasioni d'incontro con i principali attori e nel fare rete.

Quattro i temi che guidano l'indirizzo della DMO Etruskey: - Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e cultura - Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, cicloturismo - Salute, Enogastronomia, Turismo Rurale: terme, raccolti e tradizioni dei butteri - Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni. I punti di forza: valorizzazione reciproca tra grandi e piccole realtà, le proposte di turismo esperienziale, la formazione dell'accoglienza, l'attenzione particolare all'accessibilità del pubblico disabile e fragile. Una piattaforma di commercializzazione garantirà la più completa narrazione e la migliore redditività dell'offerta territoriale.

Esempio tangibile della valorizzazione del patrimonio è il Castello di Santa Severa che ha avuto un restauro sapiente, nel rispetto della sua storia, architettura e arte. Situato in un promontorio sul mare, il castello oggi è visibile nella struttura del XII secolo con aggiunte di epoca rinascimentale. Dopo un lungo periodo di decadenza, il Castello fu utilizzato dai tedeschi come base strategica nel corso del secondo conflitto mondiale. La Regione Lazio dal 2014 ne ha voluto la riapertura estiva. Dall'aprile del 2017 il Castello, baciato dal mare, è sempre aperto e ha iniziato un nuovo percorso storico, artistico e culturale, grazie anche alla realizzazione di un **ostello per giovani e famiglie**.



Metropoli

Il passato come modello di sviluppo: il nuovo turismo nell'Etruria meridionale tra natura, cultura ed enogastronomia

Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la frenata causata dalla pandemia? La nuova proposta per un'offerta di qualità arriva da 12 Comuni e 21 soggetti privati, da un territorio di 1.200 Km di estensione e con 151.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale, con un progetto che riguarda 4 cluster tematici e prevede 14 azioni di posizionamento turistico.

Sono solo alcuni dei numeri della Destination Management Organization dell'Alto Lazio, la D.M.O. ETRUSKREY, presentata questo mattina alle stampa presso il **Castello di Santa Severa** con gli interventi di **Valentina Corrado**, assessora all'Assessorato al Turismo, Enti Locali, Scienza Urbana, Polizia Locale e Semplicazione Amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casuoglio**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKREY; **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKREY; **Maria Elena Rossi** – Direttore Marketing e Promozione ENET – Agenzia Nazionale del Turismo.

Particolarmente sentita è stata la partecipazione anche dei rappresentanti di tutti i soggetti, pubblici e privati, che fanno parte dell'Associazione DMO ETRUSKREY. Un progetto ambizioso lo cui fatto, prima ancora che nella combinazione numerica, sta con grande evidenza nella strategica visione sofisticata, nell'individuazione di temi, risorse, professionalità e buone pratiche da condividere sin da subito; nell'integrazione di processi per la stagionalizzazione del turismo, nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questa parte del Lazio e, soprattutto, nel fare rete.

Una rete che si riconosce in un'unica identità: **Terrore culturale degli Etruschi**.

È proprio gli Etruschi diventano, nel progetto, la chiave per aprire lo scrigno di un immenso tesoro: il territorio. Incroci, incantamenti e musei, teatralità millenarie e siti di vita, ma anche eventi di forte richiamo internazionale o fatto per celebrare antiche tradizioni; o ancora vini e oli, pascoli e coltivazioni protette, feste e ritmi, la possibilità di godere della natura più protetta e avventurarsi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche confrontarsi con il mare o la sua forza grazie al surf, in canoa o vela o in canoa, o fare snorkeling o diving alla scoperta di un sito archeologico sommerso.

Ovunque tracce di civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incantati, tutto questo domina la D.M.O. ETRUSKREY come una grande destinazione turistica con tante eccellenze per soddisfare innumerevoli motivazioni e desideri.

"Il progetto della DMO ETRUSKREY viene nella strategia proclamatrice della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identitari del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra enti pubblici e privati, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità delle nostre offerte turistiche" – ha dichiarato **Valentina Corrado**, Assessora al Turismo, Enti Locali, Scienza Urbana, Polizia Locale e Semplicazione Amministrativa. Un luogo diverso destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domande effettive anche grazie alla capacità di organizzare efficacemente i servizi offerti e di comunicarli. E questo è possibile solo se si agiscono i competenti."

"Prima il momento storico ci consente di vedere sotto una luce rinnovata località che rappresentano una riserva di luoghi e di vita e che costituiscono una dimensione nuova, attuale, in cui non solo il bello viene ma il anche possibile attraverso l'immaginazione oltre i confini del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rendere questi luoghi efficienti e moderni, pur nella salvaguardia della propria peculiarità. E' fondamentale la strategia istituzionale per prendere cura al bacini di servizio del territorio italiano" ha dichiarato nel suo messaggio di saluto il Presidente **Dott. Giorgio Palascio**.

Un luogo diverso destinazione di viaggio quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alla capacità di organizzare efficacemente i servizi offerti e di comunicarli. E questo è possibile solo se si agiscono i competenti: "Il nostro desiderio è che la DMO ETRUSKREY diventi la best practice delle "comunità verdi" ha affermato **Letizia Casuoglio** – La diversità e le diversità, che si caratterizzano, devono diventare i motori per un'offerta territoriale completa. Per collaborare dobbiamo superare le divisioni e mettere a sistema le rispettive forze, risorse e competenze per un progetto comune"

I TERRITORI E I COMUNI ASSOCIATI

Sono 2 gli ambiti territoriali coinvolti: il fronte del Lazio (con 3 comuni) e quello della Tuscia e della Maremma totale (con 7 Comuni). La D.M.O. matera dunque a sistema, nel suo complesso 2 province, quella di Roma e quella di Viterbo, per un totale, almeno in questa prima fase, di 12 comuni: **Alatri, Barberano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Todi**. Il comune più grande è Civitavecchia con 51.894 abitanti, mentre il più piccolo è Barberano con 1.052 abitanti.

"La nuova e sistematica offerta turistica avviene un processo di valorizzazione reciproca tra le grandi e piccole realtà" – ha sottolineato a tal proposito **Stefano Landi** – Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte rilevanza turistica, quali il sito UNESCO, delle Metropoli di Cerveteri e Tarquinia (in: di Nordpoli di Tarquinia è stata, nell'anno 2020, il sito culturale più visitato del territorio); ma anche il sito di Vulci e Montalto di Castro. La D.M.O., ad esempio, lavorerà fortemente anche per strutturare un'offerta alternativa allo visito delle città di Roma, per i prossimi spazi 2.000.000 nel 2018 che appenderò al porto di Civitavecchia e questo desiderio di tornare a bordo o nella stessa area portuale e cittadina."

I PRIVATI ASSOCIATI

La forza di questa operazione è di rendere concreta la collaborazione con le competenze di importanti realtà private, che sono soggetti attivi sul territorio a diverso titolo, ciascuno per il proprio ambito. Al momento ne fanno parte: CoopCulture, Unireteuropa, Borghi Mariani di Roma – Polo di Impresa, Adaco, Skylab Studios, Treboot S.r.l, Evagorata & Co. S.r.l, società d'ingegneria e servizi di architettura integrati, Percorsi StartUp di Evagorata s.r.l, Lazio srl – informazione e comunicazione, WellSee s.r.l, LinkEat, Falsetrak – Escursionismo e Ambiente, Culture del Viaggio, Rimini, Momento Diverso Associazione, In.Ci.Tur s.p.a., Outdoor Tourism & Management Srl, Viper75 srl, Birade del Vite della Terra Etrusco Romana, L'Orto di Blera Soc.Coop. Agr.s.r.l., Cooperativa Agrovia Colli Etruschi, Carlo Zucchetti editore, Tur Mare Della Terra Soc. Coop. A.R.L., Telle Ingegno multiforme Soc. Coop. Società s.r.l., Associazione Turismo Pre-Loco Chiusavecchia APS, La 48 Cooperativa Sociale, Francesco Maria R. – Istituto per gli studi, Antonio Guada, Università Agraria Blera, Postale Kitchcock, Zaimarini. La DMO è aperta e disponibile ad accogliere altri contributi con nuovi futuri ingressi nell'Associazione.

I CLUSTER TEMATICI E LE FORME DI TURISMO ESPERIENZIALE PER DESTAGIONALIZZARE DOMANDA E OFFERTA

Sono 4 – Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e cultura – Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, ecoturismo – Salute, Enogastronomia, Turismo-Rurale: terme, raccolti e tradizione del tutto – Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni. La DMO ETRUSKREY ha l'obiettivo di rispondere alle sempre crescenti domande turistiche che desidera non un semplice viaggio ma un'esperienza autentica, che coinvolga sensi ed emozioni. In particolare si è rilevato un forte aumento di visitatori alla ricerca dell'esperienza green (+17% in questo polo del Lazio nell'ultimo anno): passeggio, sport, trekking nella natura e nelle piccole realtà. Questa nuova e sempre crescente domanda turistica lista si che i borghi, anche quelli più piccoli, possono a loro volta diventare elementi attrattivi e di partenza per la scoperta del territorio nella sua interezza in ogni stagione dell'anno.

LA FORMAZIONE ALL'ACCOGLIENZA E L'OFFERTA ALL'ESTERO

Saranno attivati percorsi per formare e qualificare adeguatamente figure specializzate nell'offerta dei servizi in Italia e all'estero, condividendo buone pratiche di accoglienza e comunicazione per valorizzare i punti di forza e i vantaggi competitivi.

ACCESSIBILITÀ AL PUBBLICO DISABILE E FRAGILE

La destinazione sarà ipertesa per garantire la migliore Customer Journey con particolare attenzione ai visitatori con disabilità fisica, cognitiva e in generale per i pubblici fragili. A tale scopo saranno impiegate nuove tecnologie che permetteranno di caratterizzare la DMO come accessibile ed accogliente.

LA PIATTAFORMA DI COMMERCIALIZZAZIONE

Non da ultimo elemento chiave e strategico del progetto sarà la creazione non di un semplice sito ma di una piattaforma tecnologica integrata a supporto del turista, del tour operator e delle agenzie di viaggio. Sarà garantita così la più completa trasparenza e la migliore commercializzazione possibile dell'offerta territoriale. Per sensibilizzare al tema ambientale, la piattaforma calcherà il CO2 FOOT PRINT, sottolineando come la scelta di muoversi nel territorio operando un turismo lento, sostenibile e di valorizzazione delle piccole realtà permetta di "tutelare l'ambiente". Obiettivo: rendere accessibile, promuovere e commercializzare efficientemente la destinazione, sensibilizzare al tema ambientale.

Inizia a Santa Severa (RM) l'avventura della DMO ETRUSKEY

Al via l'avventura di DMO ETRUSKEY

Una DMO, secondo la definizione dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, è la gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione turistica, ovvero, marketing, risorse umane, strategie e prodotti.

La costituzione di DMO è stata stimolata dal proprio territorio dalla Regione Lazio, che con una Determina del febbraio 2022 ha stanziato complessivi 4,5 milioni di euro per la concessione di contributi in compensazione dei danni causati dall'emergenza COVID-19 a favore di Associazioni riconosciute o Fondazioni di partecipazione che si occupano di promozione territoriale locale.

Una delle più interessanti soluzioni arrivate in risposta all'invito pubblico emesso dalla Regione, è assegnata quindi di una quota delle citate risorse economiche, è stata la proposta inviata da 12 Comuni e 23 soggetti privati, per rilanciare la promozione turistica del Lazio, dall'Elaborazione, in particolare, dopo la frenata imposta dalla pandemia.

L'iniziativa, battezzata DMO ETRUSKEY, costituisce un'offerta di qualità in rappresentanza di un territorio di 1.700 Km di estensione e con 291.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale, con un progetto che riguarda 4 cluster tematici e prevede 12 azioni di posizionamento turistico.

Sono quindi solo alcuni dei numeri della DMO ETRUSKEY, presentati presso il Castello di Santa Severa (uno dei più bei gioielli del territorio in oggetto) con gli interventi di Valentina Corrado, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazione Amministrativa della Regione Lazio; Letizia Casaccio, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; Stefano Landi, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; Maria Elena Rossi – Direttore Marketing e Promozione ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo.

Particolarmente sentita è stata la partecipazione anche dei rappresentanti di tutti i soggetti, pubblici e privati, che fanno parte dell'Associazione DMO ETRUSKEY.

Un pregio ambizioso in cui fare, prima ancora che nella combinazione numerica, sta con grande evidenza nella strategia visionaria adottata: nell'individuazione di temi, azioni, professionalità e buone pratiche da condividere e da adottare nell'integrazione di processi per la designazione del turismo, nella promozione di occasioni di incontro con i principali attori che operano in questa parte del Lazio e, soprattutto, nel fare rete.

Una rete che si riconosce in un'etica identica: l'unicità culturale degli Etruschi. Il proprio gli Etruschi diventano, nel progetto, la chiave per aprire lo scrigno di un patrimonio tesoro: il territorio.

Neopoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, ma anche eventi di fiere richiamo internazionale o base per celebrare antiche tradizioni, o ancora siti e siti, giardini e coltivazioni protette, foreste e campi, la possibilità di godere della natura più protetta e ancestrale: avventurarsi a cavallo, a piedi o in bicicletta, ma anche confrontarsi con il mare e la sua forza grazie al surf, in barca a vela o in canoa, o fare snorkeling o diving alla scoperta di un sito archeologico sommerso.

Orunque tracce di civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, tutto questo delinea la DMO ETRUSKEY come una grande destinazione turistica con tante eccellenze per soddisfare innumerevoli motivazioni e passioni.

La forza di questa operazione è di rendere concreta la collaborazione con importanti realtà private, che sono soggetti attivi sul territorio a diverso titolo, ciascuno per il proprio ambito.

Al momento ne fanno parte: CoopCulture, Unindustria, Borghi Marittimi di Roma – Rete di Imprese, Adecco, Skylab Studios, Twireout S.r.l, Evangelista & Co. S.r.l. società d'ingegneria e servizi di architettura integrati, Fensearls startup di Emotion s.r.l, Lashoo srl – informazione e comunicazione, WellSee s.r.l, LinkEat, Pedetrek – Escursionismo e Ambiente, Cultura del Viaggio, Rimini, Momenti Divini Associazione, In.Cl.Tur soc.coop, Outdoor Tourism & Management Srl, Major75 srl, Strada del Vino delle Terre Etrusco Romane, L'Olivo di Ilere Soc.Coop. Agr. s.r.l., Cooperativa Agricola Colline Etrusche, Carlo Zucchetti editore, Tur Monti Della Tolla Soc. Coop. A.R.I., Talite Ingegno multifilare Soc. Coop. Sociale a r.l., Associazione Turistica Pro Loco Civitavecchia APS, Le AS Cooperativa Sociale, Francesca Maruffi – italiano per stranieri, Artemide Guide, Università Agraria Elera, Positive Kite school, Zoomarine. La DMO è aperta e disponibile ad accogliere altri contributi con nuovi futuri ingressi nell'Associazione.

Quattro sono i cluster tematici e le relative forme di turismo esperienziale proposti per destagionalizzare domanda e offerta:

- Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e cultura
- Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, cicloturismo
- Salute, Enogastronomia, Turismo Rurale: borse, raccolti e tradizioni dei borghi
- Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni.

La DMO ETRUSKEY ha l'obiettivo di rispondere alla sempre crescente domanda turistica che desidera non un semplice viaggio ma un'esperienza autentica, che coinvolga sensi ed emozioni.

In particolare si è rilevato un forte aumento di visitatori alla ricerca dell'esperienza green (+41% in questa parte del Lazio nell'ultimo anno): passeggiate, sport, trekking nella natura e nelle piccole realtà.

Questa nuova e sempre crescente domanda turistica farà sì che i borghi, anche quelli più piccoli, possano a loro volta diventare elemento attrattivo e di partenza per la scoperta del territorio nella sua interezza in ogni stagione dell'anno.

Per la formazione all'accoglienza e l'offerta all'estero saranno attivati percorsi per formare e qualificare adeguatamente figure specializzate nell'offerta dei servizi in Italia e all'estero, condividendo buone pratiche di accoglienza e comunicazione per valorizzare i punti di forza e i vantaggi competitivi.

La destinazione sarà ripensata per garantire la migliore Customer Journey con particolare attenzione ai visitatori con disabilità fisiche, cognitive e in generale per i pubblici fragili. A tale scopo saranno impiegate nuove tecnologie che permetteranno di caratterizzare la DMO come accessibile ed accogliente.

Non da ultimo l'elemento chiave e strategico del progetto sarà la creazione non di un semplice sito ma di una piattaforma tecnologica integrata a supporto del turista, dei tour operator e delle agenzie di viaggio. Sarà garantita così la più completa narrazione e la migliore commercializzazione possibile dell'offerta territoriale.

Etruschi, il litorale del Lazio e la Tuscia tra storia e paesaggi

Di **Enzo Di Giacomo** - 6 Marzo 2022

Territori immensi e pieni di fascino come chiave per riportare alla luce tesori nascosti di un popolo ormai dimenticato

Dacoli Cornali con una popolazione totale di 191.000 abitanti su un territorio di 1.300 chilometri di estensione per promuovere e valorizzare territori ricchi di storia e agli Etruschi.

Ai 5 comuni nel Lazio e 7 nella Tuscia e nella Maremma laziale si aggiungono 31 soggetti privati per riportare turisti nazionali e internazionali in quelle terre fortemente segnate da un popolo evoluto, portatore di una civiltà illuminata globale con le forze in quella romana.

D.M.O.

Si tratta di un progetto ambizioso il **Destination Management Organization dell'Alto Lazio**, la **"D.M.O. Etruskey"**. Presentata nel Castello di Santa Severa con gli interventi di **Valentina Corrado**, assessore al Turismo, Enti locali, Sicurezza urbana, Polizia locale e Beneficenza amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casacole**, presidente della neonata associazione DMO Etruskey; **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO Etruskey; **Maria Elena Ricci** - direttore Marketing e promozione Enti - Agenzia nazionale del Turismo.



Il progetto ha ricevuto dalla **Regione Lazio** un finanziamento di 200.000 euro che va ad aggiungersi a quello dei privati.

Gli Etruschi sono la chiave per aprire le porte su un territorio immenso. Infatti ci sono necropoli, musei, resti di rovine, tradizioni millenarie e siti di villa. Ma anche eventi di forte richiamo internazionale e feste per celebrare antiche tradizioni. Il nostro vino e olio, piccoli e coltivazioni antiche, forate e carni. Etruskey nasce di civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e laghi insospettabili. Tutto questo rappresenta la D.M.O. Etruskey come un'alternativa destinazione turistica.

Pubblico e privato insieme

«Il progetto della DMO Etruskey rientra nella strategia promozionale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulle qualità della nostra offerta turistica» - ha dichiarato **Valentina Corrado**.



«Proprio il momento storico ci consente di rivedere sotto una luce rinnovata località che rappresentano una riserva di luoghi e di vita. E che restituiscono una dimensione nuova, salutare, in cui non solo è bello vivere ma è anche possibile allenare l'immaginazione oltre i confini del territorio. Per far questo però c'è bisogno di rendere questi luoghi efficienti e moderni, pur nella salvaguardia della

propria peculiarità. È fondamentale la sinergia istituzionale per prendere cura di bacini di autenticità dell'Erzberg italiano» ha affermato nel suo messaggio di spunto il presidente ENIT, **Giorgio Palmucci**.

Grandi e piccole realtà

A spiegare le linee guida, la potenzialità di un territorio che deve ritrovare il percorso fucido e la ritrovata unità fra i sindaci, è stato **Stefano Landi**, motore del progetto.

«La messa a sistema dell'offerta turistica attiverà un processo di valorizzazione reciproca tra le grandi e piccole realtà. Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte valenza turistica. Come ad esempio il sito UNESCO delle necropoli di Cerveteri e Tarquinia che, nell'anno 2020, è stato il sito culturale più visitato del territorio. Ma anche il sito di **Vulci e Montalto di Castro**. La D.M.O., ad esempio, lavorerà fortemente anche per strutturare un'offerta alternativa alla visita della città di Roma. Per i crocenesi (quasi 2.000.000 nel 2019) che approdano al porto di Civitavecchia e spesso decidono di rimanere a bordo o nella stessa area portuale e cittadina» ha concluso **Stefano Landi**.



The Etruskey tourist circuit was born in Lazio

12 Lazio municipalities and 31 private ones, led by CoopCulture, give birth to a brand to promote a new tourist circuit in southern Etruria. In this area, cultural, environmental, thermal, food and wine experiences.

If the pandemic has revealed local tourism, revealing unsuspected potential, why not ride the wave and systematize all this in a network of territories united by a very particular identity? Hence the idea of 12 cities and 31 individuals to create a **touristic tour of southern Etruria**, capable of attracting millions of tourists over the years, for now mainly Italian but, when conditions allow, also foreigners. The new legal entity is called **Association Etruskey DMO** and is the leader **CoopCulture** which, among the various activities, has been dedicated for years to the integrated management of cultural spaces in many Italian cities, especially Rome, with the example of Palazzo Merulana, where the relationship with local associations is synergistic.

PASSWORD: EXPERIENTIAL TOURISM

"Building such a complex team, represented by such important municipalities and private realities of great depth and institution, was the first objective, not at all obvious.", he pretends Letizia Casuccio, managing director of CoopCulture and president of the new association ETRUSKEY. "It is therefore a great success, the result of coordinated and synergistic teamwork with a view to achieving a common objective, namely that of making a region grow (Lazioale, Tuscia and Maremma Lazioale) and known to the Etruscan civilization from which it inherited the ingenuity, welcome and hospitality and will finally be recognized as a unique tourist destination". "We are also aware that this is only the first step", continues Casuccio. "The next objective to be achieved will be to offer the tourists we wish to welcome (and who are more and more demanding) forms of quality experiential tourism: cultural, environmental, thermal, oenogastronomic. We are convinced that the south of Etruria has today found in the DMO ETRUSKEY the soul for solving the territory capable of seizing the opportunities arising from the PNRR".

ETRUSKEY: AN INTEGRATED TOURIST OFFER

Etruskey Destination Manager is ready for it all, **Stefano Landi**: *"From today we are working together to make this immense historical, landscape and cultural heritage a new winning tourist product. A single strong identity, which will have its own declension in an integrated tourist offer in the different poles and territories. The protagonists will be archeology, the sea, the hills, food and wine, tradition and everything that public bodies and companies from the entire production chain of the territory want to make available in an innovative and strategically systematic way. As its name suggests, EtrusKey is the key to discovering the territory and its resources".*

A TOURIST CIRCUIT OF 12 MUNICIPALITIES OF LATIUM

The project presented, which was among the winners of the announcement *Interventions in favor of tourist destinations in Lazio* published by LazioCREA spa, and was among the 25 fully funded projects, obtaining 250,000 euros from the Lazio region, foresees in the first stages the creation of a **area mark**, a promotional-marketing platform common to members, web and social communication, thematic tourist packages and participation in events in the sector. In this way, with a recognizable and identity brand, there will be the necessary strength to present itself in international tourism fairs and attract new segments of the market. The new public-private body will have the task of managing the coordination of all those who wish to promote their territory – that is, the municipalities of Allumiere, Barbarano Romano, Biara, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Tofia – through the thematic groups of historical, cultural and outdoor tourism, food and wine and environmental education.



Comune di Montalto di Castro

3 marzo alle ore 17:28 · 🌐

L'amministrazione comunale, nella persona dell'assessore Fabio Valentini, questa mattina ha partecipato, presso il Castello di Santa Severa, alla conferenza stampa di presentazione dell'associazione DMO ETRUSKEY che coinvolge 12 Comuni e 31 soggetti privati insieme per promuovere il turismo dell'Etruria Meridionale.

Oltre al Presidente dell'associazione Letizia Casuccio, era presente anche l'assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplificazion... **Altro...**





PROMUOVERE IL TURISMO DELL'ETRURIA MERIDIONALE



Canale 10

6 marzo 2017 · 48



PROMUOVERE IL TURISMO DELL'ETRURIA MERIDIONALE...
Altri...

Aggiungi un commento prima di tutti.

comunicato stampa

***Una straordinaria sinergia tra pubblico e privato
con la nascita di un'unica forte entità***

**DESTINAZIONI TURISTICHE DEL LAZIO,
COSTITUITA L'ASSOCIAZIONE DMO ETRUSKEY**

***Ne fanno parte, con CoopCulture come capofila,
12 Comuni e 31 soggetti privati dell'Etruria meridionale***

Una straordinaria collaborazione tra pubblico e privato, con CoopCulture come capofila, volta a creare una rete territoriale capace di riconoscersi in un'unica identità: gli Etruschi. E' questo il significato dell'**Associazione DMO ETRUSKEY**, costituita ufficialmente martedì 18 gennaio 2022 presso il Castello di Santa Severa da 12 Comuni e 31 realtà private con un'ambizione precisa: aprire una nuova strada per collaborare in modo sistematico e continuo alla promozione turistica dell'Etruria meridionale.

Il progetto sottostante, che è stato tra i vincitori del bando "**Interventi a sostegno delle Destinazioni Turistiche del Lazio**", pubblicato da LazioCREA spa, è stato tra i 25 progetti interamente finanziati e tra i soli 3 a cui è stato attribuito il massimo dell'importo previsto: 250.000,00 €. Nelle prime fasi prevede la creazione di un marchio d'area, una piattaforma di promo-commercializzazione comune agli associati, una comunicazione web e social, pacchetti turistici tematici e partecipazione ad eventi di settore.

"Mettere insieme una compagine così complessa, rappresentata da così importanti Comuni e da realtà private di grande spessore e motivazione, è stato il primo traguardo, per nulla scontato - **afferma Letizia Casuccio, direttore generale di CoopCulture e presidente della neonata associazione ETRUSKEY** - Si tratta, pertanto, di un grande successo frutto di un lavoro di squadra coordinato e sinergico in vista del raggiungimento di un obiettivo comune, ovvero quello di far crescere e conoscere un'area (Litorale Laziale, Tuscia e Maremma Laziale) che

dalla civiltà etrusca ha ereditato ingegno, accoglienza e ospitalità e che potrà finalmente essere riconosciuta come un'Unica Destinazione Turistica. Siamo anche consapevoli che si tratta solo del primo passo - continua Casuccio. Il prossimo obiettivo da raggiungere sarà quello di offrire ai turisti che vogliamo accogliere (e che sono sempre più esigenti), forme di **turismo esperienziale** di alta qualità: culturale, ambientale, termale, enogastronomico. Siamo convinti che l'Etruria meridionale abbia trovato oggi nella DMO ETRUSKEY lo strumento di promozione del territorio idoneo a cogliere le opportunità derivanti dal PNRR".

Ne è convinto anche **Stefano Landi, Destination Manager di ETRUSKEY**: "Da oggi si lavora insieme per fare di questo immenso patrimonio storico, paesaggistico, culturale un nuovo prodotto turistico vincente. **Un'unica forte identità**, che avrà, nei diversi *cluster* e ambiti territoriali, la propria declinazione in un'**offerta turistica integrata**. Ne saranno protagonisti l'archeologia, il mare, le colline, il cibo e il vino, la tradizione e tutto quello che gli enti pubblici e le imprese di tutta la filiera produttiva del territorio vorranno mettere a disposizione in modo innovativo e strategicamente sistematico. Come indica lo stesso nome, **ETRUSKEY è la chiave per scoprire il territorio e le sue risorse**".

I SOGGETTI FIRMATARI

I Comuni:

Allumiere, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Tolfa.

Le realtà private:

CoopCulture; Unindustria; Adecco; Cultura del Viaggio; Borghi Marinaro di Roma - Rete di Imprese; Taitle; Proloco Civitavecchia; Le Ali - società cooperativa; Francesca Maruffi - italiano per stranieri; Artemide Guide; Terre di Vulci- Consorzio; Associazione Momenti Divini; Strada del Vino; Linkeat; Olio di Blera; Colli Etruschi- oleificio; Carlo Zucchetti- editore, guida enologica; Università Agraria Blera; Tur Monti della Tolfa, Outdoor, Tourism & Management; Positive Kite; Federtrek; Zoomarine; Sky-lavstudios; Twiceout; Evangelista&CO - società di ingegneria e servizi di architettura integrati srl; Incitur- Civitavecchia; Wellsee; PemCards; Emotion; Major75; LEELOO - agenzia di informazione e comunicazione).

I cluster di lavoro sono: Turismo Culturale e Identitario; Turismo Outdoor; Salute, Enogastronomia e Turismo Rurale.

Ufficio Stampa

Leeloo - informazione e comunicazione

ufficiostampa.leeloo@gmail.com

3316176325 - 3316158303 - 3881066358

gennaio - febbraio

THE PARALLEL VISION



I Borghi Marinarci di Roma

All'interno di questa sinergica, il mare è appannaggio della Rete di Imprese "I Borghi Marinarci di Roma", realtà che aderisce al sistema turistico Federbalneari Litorale Nord.

A FLN sono associate 78 aziende turistiche di 6 Comuni costieri del Lazio:

- Montalto di Castro
- Tarquinia
- Civitavecchia
- Santa Marinella
- Cerveteri
- Ladispoli

"I 100 chilometri di costa che vanno da Ladispoli a Montalto" spiega Marco Maurelli, Presidente della rete I Borghi Marinarci di Roma "hanno un potenziale di bellezza, tra mare, paesaggio, storia, arte, cultura, tradizione enogastronomica, che è un dovere valorizzare e far conoscere".

CULTURA | TURISMO

Nasce DMO Etruskey per promuovere il turismo dell'Etruria

di REDAZIONE
30 febbraio 2023

[Lascia un commento](#)

Nasce DMO Etruskey per promuovere il turismo dell'Etruria meridionale

La rete "I Borghi Marinarci di Roma" aderisce a DMO ETRUSKEY: 100 km di costa e 8000 posti letto nella programmazione della destinazione turistica del Mare degli Etruschi

Una rete di 12 Comuni e 31 soggetti privati creata per promuovere con una collaborazione sistematica e continua il turismo dell'Etruria meridionale.

La neo costituita **Associazione DMO ETRUSKEY**, tra i progetti vincitori del bando della Regione Lazio "Interventi a sostegno delle Destinazioni Turistiche del Lazio", nasce con l'obiettivo di far crescere e conoscere l'area composta da Litorale Laziale, Tuscia e Maremma Laziale.

Sviluppando al contempo un turismo integrato di qualità in un'area che ha come denominatore comune l'identità ereditata dalle origini etrusche.

"Obiettivo: attrarre un turismo di qualità"

"Parliamo di 8000 posti letto disponibili nel comparto ricettivo e un territorio vasto e importante, destinazione della domanda turistica programmata e del crocierismo internazionale della nostra Regione, a partire dall'hub del Porto di Civitavecchia".

"Dobbiamo attrarre in questi territori, troppo spesso misconosciuti ed esclusi dalle rotte più in voga, un turismo di qualità, nazionale e internazionale".

"È questo l'obiettivo della rete e del progetto DMO ETRUSKEY".

"Una DMO che mancava al territorio"

"Mancava per questi territori" continua Maurelli "una Destination Management Organization e dunque una strategia adeguata e una gestione coordinata di tutti i molti tasselli che costituiscono la promozione turistica".

"Solo mettendo a sistema tutte le componenti della ricca offerta di questa parte di Italia potremo valorizzare appieno il potenziale".

"Con tutte le ricadute economiche e di sviluppo del territorio che ne conseguono".

Turismo, nasce dmo dell'Etruria meridionale

La rete "I Borghi Marinari di Roma" aderisce alla destination management organization Etruskey: 100 km di costa e 8000 posti letto nella programmazione della destinazione turistica

Una rete di 12 Comuni e 31 soggetti privati creata per promuovere con una collaborazione sistematica e continua il turismo dell'Etruria meridionale. La neocostituita associazione Dmo Etruskey, tra i progetti vincitori del bando della Regione Lazio "Interventi a sostegno delle destinazioni turistiche del Lazio", nasce con l'obiettivo di far crescere e conoscere l'area composta da litorale laziale, Tuscia e Maremma laziale, sviluppando un turismo integrato di qualità in un'area che ha come denominatore comune l'identità ereditata dalle origini etrusche.



All'interno di questa sinergia il mare è appannaggio della rete di imprese "I Borghi Marinari di Roma", realtà che aderisce al sistema turistico Federbaleari Litorale Nord e associa 78 aziende turistiche - dagli alberghi agli stabilimenti balneari passando per i campeggi - di sei Comuni costieri del Lazio (Montalto di Castro, Tarquinia, Civitavecchia, Santa Marinella, Cerveteri, Ladispoli).

Spiega Marco Maurelli, presidente della rete "I Borghi Marinari di Roma": «I 100 chilometri di costa che vanno da Ladispoli a Montalto hanno un potenziale di bellezza tra mare, paesaggio, storia, arte, cultura e tradizione enogastronomica, che è un dovere valorizzare e far conoscere. Parliamo di 8000 posti letto disponibili nel comparto ricettivo e un territorio vasto e importante, destinazione della domanda turistica programmata e del crocierismo internazionale della nostra regione, a partire dall'hub del porto di Civitavecchia. Dobbiamo attrarre in questi territori, troppo spesso misconosciuti ed esclusi dalle rotte più in voga, un turismo di qualità nazionale e internazionale. È questo l'obiettivo della rete e del progetto Dmo Etruskey, con l'impegno di dedicare le proprie attenzioni al tema della ricettività e del turismo ricreativo con l'avvio di un grande piano di promozione e valorizzazione dell'offerta turistica integrata del nostro territorio, con il mare al centro».

«Mancava per questi territori - conclude Maurelli - una destination management organization e dunque una strategia adeguata e una gestione coordinata di tutti i molti tasselli che costituiscono la promozione turistica. Solo mettendo a sistema tutte le componenti della ricca offerta di questa parte d'Italia potremo valorizzarne appieno il potenziale. Con tutte le ricadute economiche e di sviluppo del territorio che ne conseguono».

Etruskey, un passaggio storico per la Cultura nell'Etruria Meridionale

TALKCITY

14/01/2022 • Alatri, Cerveteri, Civitavecchia, Cultura, Orvieto, Etruskey, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Todi

Una straordinaria sinergia tra pubblico e privato con la nascita di un'unica forte entità; ne fanno parte 12 Comuni e 31 soggetti privati dell'Etruria meridionale

Una straordinaria collaborazione tra pubblico e privato volta a creare una rete territoriale capace di riconoscere in un'unica identità, gli Etruschi. È questo il significato dell'**Associazione DMO Etruskey**, costituita ufficialmente ieri mattina presso il Castello di Santa Severa da 12 Comuni e 31 realtà private; di cui CoopCulture è capofila e con un'ambizione precisa: aprire una nuova strada per collaborare in modo sistematico e continuo alla promozione turistica dell'Etruria meridionale.

Il progetto sostanziale, che è stato tra i vincitori del bando "Interventi e sostegno delle Destinazioni Turistiche del Lazio", pubblicato da LazioCREA spa, è stato tra i 25 progetti interamente finanziati.

Nelle prime fasi prevede la creazione di un marchio d'area, una piattaforma di primo-commercializzazione comune agli associati, una comunicazione web e social, pacchetti turistici tematici e partecipazione ad eventi di settore.

Afferma Letizia Casuccio, direttore generale di CoopCulture e presidente della neonata associazione ETRUSKEY

"Mettere insieme una compagine così complessa, rappresentata da così importanti Comuni e da realtà private di grande spersona e motivazione; è stato il primo traguardo, per nulla scontato".

"Si tratta, pertanto, di un grande successo; frutto di un lavoro di squadra coordinato e sinergico; in vista del raggiungimento di un obiettivo comune. Ovvero quello di far crescere e conoscere un'area (Litorale Laziale, Tuscia e Maremma Laziale), che dalla civiltà etrusca ha ereditato ingegno, accoglienza e ospitalità; e che potrà finalmente essere riconosciuta come un'Unica Destinazione Turistica.

Siamo anche consapevoli che si tratta solo del primo passo. Il prossimo obiettivo da raggiungere, sarà quello di offrire ai turisti che vogliamo accogliere (e che sono sempre più esigenti), forme di **turismo esperienziale** di alta qualità: culturale; ambientale; termale; enogastronomico. Siamo convinti che l'Etruria meridionale abbia trovato oggi nella DMO ETRUSKEY lo strumento di promozione del territorio idoneo a cogliere le opportunità derivanti dal PNRR".

Ne è convinto anche Stefano Landi, Destination Manager di Etruskey:

"Da oggi si lavora insieme per fare di questo immenso patrimonio storico, paesaggistico, culturale un nuovo prodotto turistico vincente. **Un'unica forte identità**, che avrà, nei diversi cluster e ambiti territoriali, la propria destinazione in un'**offerta turistica integrata**.

Ne saranno protagonisti l'archeologia; il mare; le colline; il cibo e il vino; la tradizione e tutto quello che gli enti pubblici e le imprese di tutta la filiera produttiva del territorio vorranno mettere a disposizione, in modo innovativo e strategicamente sistematico. Come indica lo stesso nome, **EtrusKey, è la chiave per scoprire il territorio e le sue risorse**".

I SOGGETTI FIRMATARI

I Comuni:

Alatri, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Cerveteri, Civitavecchia, Ladispoli, Montalto Di Castro, Monte Romano, Santa Marinella, Tarquinia, Todi.

Le realtà private:

CoopCulture, Cultura del Viaggio, Tattile, Protocollo Civitavecchia, Le All - società cooperativa, Francesca Maruffi - italiano per stranieri, Artemide Guide, Terre di Vulci- Consorzio; Associazione Momenti Divini; Strada del Vino; Linkat; Olio di Blera; Colli Etruschi- oletticio; Carlo Zucchetti- editore, guida enologica; Università Agraria Blera; Tur Monti della Tofa, Outdoor, Tourism & Management; Positive Kite; Federtrek; Borghi marinari del Lazio; Zoomarine; Unindustria; Adecco; Skylavstudios; Twiceout; Evangelista&CO - società di ingegneria e servizi di architettura integrati srl; Incitur- Civitavecchia; Welbeo; PamCards; Emotion; Major75; LEEL00 - agenzia di informazione e comunicazione).

I cluster di lavoro sono: Turismo Culturale e Identitario; Turismo Outdoor; Salute, Enogastronomia e Turismo Rurale.



Lo dichiara l'assessore alla cultura Marco Milani

"Etruskey, risultato storico per il turismo di Ladispoli e per tutto il comprensorio"

"Questa mattina, al castello di Santa Severa, i sindaci di dodici città dell'Etruria meridionale hanno firmato l'accordo, davanti al notaio, per la costituzione dell'Associazione DMO Etruskey, un risultato storico per Ladispoli e per tutto il comprensorio".

Le parole sono dell'assessore alla cultura Marco Milani che ha sottoscritto l'intesa a nome dell'amministrazione comunale di Ladispoli.



"Etruskey, risultato storico per il turismo di Ladispoli e per tutto il comprensorio"

"Il sindaco Alessandro Grande – prosegue Milani – al momento della firma ha espresso la sua soddisfazione per questo risultato, ineguagliato ma mai raggiunto per decenni, diventato realtà oltre che un altro successo di questa amministrazione.

Dodici città, trentuno privati, daranno vita a un circuito turistico dell'Etruria meridionale, in grado di attirare negli anni milioni di turisti, non solo stranieri ma anche italiani.

Saremo individuabili con un marchio, un'identità ben precisa, un'organizzazione in grado di fornire assistenza ai turisti, che potranno godersi il Tour della bassa Etruria, visitando i tanti siti delle nostre città, i nostri ristoranti, i nostri alberghi, le nostre spiagge".

Ladispoli assieme a Montalto di Castro, Tarquinia, Civitavecchia, S.Marinella, Cerveteri, Allumiera, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Monte Romano e Tolfa, formerà un circuito in grado di offrire un'alternativa più che valida ai croceristi che arrivano a Civitavecchia ed a quei turisti che fino ad oggi non hanno avuto alternative a Roma, arrivando col treno o con l'aereo.

Ma tanti saranno quei turisti che la DMO si andrà a prendere nelle fiere e ovunque, con un brand riconoscibile e accattivante ma con tanta sostanza dietro.

"Sappiamo da fonti certe – continua Milani – che altre città e tanti privati hanno fatto richiesta d'ingresso, istanze che saranno valutate più avanti. Mesi di lavoro, tanti progetti da proporre al mercato, tavoli di lavoro permanenti su diversi cluster (Turismo culturale e identitario, salute, enogastronomia, turismo rurale, outdoor), insomma un Think Tank agguerrito.

ETRUSKEY fa fare un salto da gigante al turismo locale e si pone in Pole Position tra le offerte del mercato, dove cominceremo ad esserci nelle fiere internazionali con stand, materiale pubblicitario, contratti con agenti stranieri, insomma una nuova dimensione per le attività del settore di Ladispoli.

La nostra città, cresciuta culturalmente e turisticamente in questi ultimi quattro anni, in grado di organizzare eventi internazionali e di grande richiamo (l'ultima prova è stata fornita con il Festival Celtico, già assurto a festival di livello europeo e pronto per una seconda edizione stellare), ha centrato dunque un obiettivo, che sembrava impossibile.

Dodici città, diverse per cultura, storia, sviluppo, vocazione e molto altro, hanno compiuto un capolavoro e d'ora in poi ci sarà da correre e da stare al passo coi tempi, soprattutto per gli operatori del settore Turismo, perché sarà fondamentale la formazione di tanto personale in grado di offrire accoglienza, competenza e gentilezza".

IL GIORNALE D'ITALIA

Turismo: al via la destination management organization dell'Etruria meridionale

La rete "I Borghi Marinari di Roma" aderisce a Dmo Etruskey: 100 km di costa e 8000 posti letto nella programmazione della destinazione turistica del Mare degli Etruschi

28 Gennaio 2022

Roma, 28 gen. (Labitalia) - Una rete di 12 Comuni e 31 soggetti privati creata per promuovere con una collaborazione sistematica e continua il turismo dell'Etruria meridionale. La neo costituita Associazione Dmo Etruskey, tra i progetti vincitori del bando della Regione Lazio "Interventi a sostegno delle Destinazioni Turistiche del Lazio", nasce con l'obiettivo di far crescere e conoscere l'area composta da Litorale Laziale, Tuscia e Maremma Laziale, sviluppando un turismo integrato di qualità, in un'area che ha come denominatore comune l'identità ereditata dalle origini etrusche.

All'interno di questa sinergia il mare è appannaggio della Rete di Imprese "I Borghi Marinari di Roma", realtà che aderisce al sistema turistico Federbalneari Litorale Nord e associa 78 aziende turistiche -dagli alberghi agli stabilimenti balneari passando per i campeggi - di sei Comuni costieri del Lazio (Montalto di Castro, Tarquinia, Civitavecchia, Santa Marinella, Cerveteri, Ladispoli).

"I 100 chilometri di costa che vanno da Ladispoli a Montalto - spiega Marco Maurelli, Presidente della rete "I Borghi Marinari di Roma" - hanno un potenziale di bellezza, tra mare, paesaggio, storia, arte, cultura, tradizione enogastronomica, che è un dovere valorizzare e far conoscere. Parliamo di 8000 posti letto disponibili nel comparto ricettivo e un territorio vasto e importante, destinazione della domanda turistica programmata e del crocierismo internazionale della nostra Regione, a partire dall'hub del Porto di Civitavecchia".

"Dobbiamo attrarre in questi territori, troppo spesso misconosciuti ed esclusi dalle rotte più in voga, un turismo di qualità, nazionale e internazionale. È questo l'obiettivo della rete e del progetto Dmo Etruskey, con l'impegno di dedicare le proprie attenzioni al tema della ricettività e del turismo ricreativo con l'avvio di un grande piano di promozione e valorizzazione dell'offerta turistica integrata del nostro territorio, con il mare al centro", aggiunge Maurelli.

"Mancava per questi territori - sottolinea Maurelli - una Destination Management Organization e dunque una strategia adeguata e una gestione coordinata di tutti i molti tasselli che costituiscono la promozione turistica. Solo mettendo a sistema tutte le componenti della ricca offerta di questa parte di Italia potremo valorizzarne appieno il potenziale. Con tutte le ricadute economiche e di sviluppo del territorio che ne conseguono".

Turismo: al via la destination management organization dell'Etruria meridionale

Roma, 28 gen. (Labitalia) – Una rete di 12 Comuni e 31 soggetti privati creata per promuovere con una collaborazione sistematica e continua il turismo dell'Etruria meridionale. La neo costituita Associazione Dmo Etruskey, tra i progetti vincitori del bando della Regione Lazio "Interventi a sostegno delle Destinazioni Turistiche del Lazio", nasce con l'obiettivo di far crescere e conoscere l'area composta da Litorale Laziale, Tuscia e Maremma Laziale, sviluppando un turismo integrato di qualità, in un'area che ha come denominatore comune l'identità ereditata dalle origini etrusche.

All'interno di questa sinergia il mare è appannaggio della Rete di Imprese "I Borghi Marinarci di Roma", realtà che aderisce al sistema turistico Federbalneari Litorale Nord e associa 78 aziende turistiche -dagli alberghi agli stabilimenti balneari passando per i campeggi - di sei Comuni costieri del Lazio (Montalto di Castro, Tarquinia, Civitavecchia, Santa Marinella, Cerveteri, Ladispoli).

"1100 chilometri di costa che vanno da Ladispoli a Montalto - spiega Marco Maurelli, Presidente della rete "I Borghi Marinarci di Roma" - hanno un potenziale di bellezza, tra mare, paesaggio, storia, arte, cultura, tradizione enogastronomica, che è un dovere valorizzare e far conoscere. Parliamo di 8000 posti letto disponibili nel comparto ricettivo e un territorio vasto e importante, destinazione della domanda turistica programmata e del crocierismo internazionale della nostra Regione, a partire dall'hub del Porto di Civitavecchia".

"Dobbiamo attrarre in questi territori, troppo spesso misconosciuti ed esclusi dalle rotte più in voga, un turismo di qualità, nazionale e internazionale. È questo l'obiettivo della rete e del progetto Dmo Etruskey, con l'impegno di dedicare le proprie attenzioni al tema della ricettività e del turismo ricreativo con l'avvio di un grande piano di promozione e valorizzazione dell'offerta turistica integrata del nostro territorio, con il mare al centro", aggiunge Maurelli.

"Mancava per questi territori - sottolinea Maurelli - una Destination Management Organization e dunque una strategia adeguata e una gestione coordinata di tutti i molti tasselli che costituiscono la promozione turistica. Solo mettendo a sistema tutte le componenti della ricca offerta di questa parte di Italia potremo valorizzarne appieno il potenziale. Con tutte le ricadute economiche e di sviluppo del territorio che ne conseguono".

Turismo, la grande scommessa della Dmo Etruskey nell'Etruria Meridionale

REGIONALE



Turismo, la grande scommessa della Dmo Etruskey nell'Etruria Meridionale

Come rilanciare la promozione turistica del Lazio, dell'Etruria meridionale in particolare, dopo la frenata causata dalla pandemia? La nuova proposta...

Montalto, il consiglio comunale approva Etruskey per promuovere il territorio

Approvata in consiglio comunale l'adesione al progetto Etruskey, che vede capofila la società Coop Culture in associazione a 12 comuni del litorale e della maremma laziale (tra cui insieme a Montalto anche Tarquinia, Civitavecchia, Tolfa, Cerveteri) e ulteriori 31 soggetti privati.

Il progetto, che ha ottenuto il finanziamento di 250mila euro dalla Regione Lazio, ha come obiettivo la promozione territoriale, attraverso i cluster tematici del turismo storico - culturale e outdoor, enogastronomia, eventi, educazione ambientale. Le prime fasi di attuazione del progetto prevederanno la creazione di un marchio d'area, una piattaforma di commercializzazione comune agli enti associati, comunicazione web e social, sviluppo di pacchetti turistici tematici e partecipazione agli eventi nazionali ed internazionali di settore.

«La DMO Etruskey - commenta l'assessore alla cultura Silvia Nardi - è un punto di partenza importante per la realizzazione di una rete di enti pubblici e privati finalizzata allo sviluppo di una destinazione turistica e relativa promozione integrata. Fattore determinante per poter essere maggiormente competitivi sul mercato e allo stesso tempo rilanciare l'offerta turistica del territorio».



Anche in Italia il **Destination Management** ha fatto passo da gigante negli ultimi anni, nonostante lo stop imposto dalla pandemia.

Quando parliamo di "destinazioni", dobbiamo distinguere sempre tra **DMC**, che è un'azienda che si occupa della strategie e della gestione coordinata di tutti gli elementi che costituiscono una destinazione turistica, da **DMO**, che è invece un'organizzazione senza scopo di lucro ma che ha sempre l'obiettivo di valorizzare un Territorio.

Le DMC differiscono dai **Tour Operator** perché:

- operano su una regione o città/territorio particolare;
- hanno una forza promozionale più forte, strategica e mirata all'internalizzazione: la destinazione diventa un vero e proprio brand;
- spesso agiscono da intermediari, collaborando a loro volta con i T.O.

Pemcards torna a **TTG 2021**, evento di riferimento per il settore Turismo ed Hospitality, con una conferenza dedicata proprio alle **cartoline come strumento di promozione di una destinazione**.

Si parla sempre, infatti, di ripartenza e rilancio per le destinazioni turistiche, con la volontà che la comunicazione e il marketing siano allineati con le nuove esigenze e i nuovi trend: il rischio alla fine è che tutti facciano sempre la stessa cosa, senza ottenere risultati soddisfacenti.

Destinazioni come **Jesolo ed Etruskey** (nuova DMO nella zona della Tuscia, nata con bando di Lazio Crea, composta da 12 Comuni e avente come capofila CoopCulture) hanno sposato l'innovazione di Pemcards, **ottenendo vantaggi** su più ambiti:

- Offrire un servizio originale ai propri visitatori;
- Fare comunicazione con le esperienze dei viaggiatori;
- Raccolta e analisi dati;
- Creazione di budget per successive campagne marketing;

In questo evento le 2 destinazioni racconteranno le diverse strategie attuate, con focus sui servizi Pemcards.

L'agone nuovo

ASSOCIAZIONE CULTURALE NO PROFIT

ETRUSKEY, risultato storico per il turismo di Ladispoli e altre undici città



"Questa mattina, al castello di Santa Severa, i sindaci di dodici città dell'Etruria meridionale hanno firmato l'accordo, davanti al notaio, per la costituzione dell'Associazione DMO Etruskey, un risultato storico per Ladispoli e per tutto il comprensorio".

Le parole sono dell'assessore alla cultura Marco Milani che ha sottoscritto l'intesa a nome dell'amministrazione comunale di Ladispoli.

"Il sindaco Alessandro Grando - prosegue Milani - al momento della firma ha espresso la sua soddisfazione per questo risultato, inseguito ma mai raggiunto per decenni, diventato realtà oltre che un altro successo di questa amministrazione. Dodici città, trentuno privati, daranno vita a un circuito turistico dell'Etruria meridionale, in grado di attirare negli anni milioni di turisti, non solo stranieri ma anche italiani.

Saremo individuabili con un marchio, un'identità ben precisa, un'organizzazione in grado di fornire assistenza ai turisti, che potranno godersi il Tour della bassa Etruria, visitando i tanti siti delle nostre città, i nostri ristoranti, i nostri alberghi, le nostre spiagge".

Ladispoli assieme a Montalto di Castro, Tarquinia, Civitavecchia, S. Marinella, Cerveteri, Alimuriere, Barbarano Romano, Blera, Canale Monterano, Monte Romano e Tolfa, formerà un circuito in grado di offrire un'alternativa più che valida ai croceristi che arrivano a Civitavecchia ed a quei turisti che fino ad oggi non hanno avuto alternative a Roma, arrivando col treno o con l'aereo. Ma tanti saranno quei turisti che la DMO si andrà a prendere nelle fiere e ovunque, con un brand riconoscibile e accattivante ma con tanta sostanza dietro.

"Sappiamo da fonti certe - continua Milani - che altre città e tanti privati hanno fatto richiesta d'ingresso, istanze che saranno valutate più avanti. Mesi di lavoro, tanti progetti da proporre al mercato, tavoli di lavoro permanenti su diversi cluster (Turismo culturale e identitario, salute, enogastronomia, turismo rurale, outdoor), insomma un Think Tank agguerrito. ETRUSKEY fa fare un salto da gigante al turismo locale e si pone in Pole Position tra le offerte del mercato, dove cominceremo ad esserci nelle fiere internazionali con stand, materiale pubblicitario, contratti con agenti stranieri, insomma una nuova dimensione per le attività del settore di Ladispoli. La nostra città, cresciuta culturalmente e turisticamente in questi ultimi quattro anni, in grado di organizzare eventi internazionali e di grande richiamo (l'ultima prova è stata fornita con il Festival Celtico, già assurto a festival di livello europeo e pronto per una seconda edizione stellare), ha centrato dunque un obiettivo, che sembrava impossibile. Dodici città, diverse per cultura, storia, sviluppo, vocazione e molto altro, hanno compiuto un capolavoro e d'ora in poi ci sarà da correre e da stare al passo coi tempi, soprattutto per gli operatori del settore Turismo, perché sarà fondamentale la formazione di tanto personale in grado di offrire accoglienza, competenza e gentilezza".



3 marzo 2022 ore 11
conferenza stampa di presentazione della

ASSOCIAZIONE DMO ETRUSKEY

12 Comuni e 31 soggetti privati insieme per promuovere il turismo dell'Etruria Meridionale

CASTELLO DI SANTA SEVERA
SS1 Via Aurelia, Km 52.600 – Santa Marinella

SL&A SL&A Turismo e Territorio

1.281 follower
5 giorni · 🌐

+ Segui ✕

La DMO ETRUSKEY nasce con l'obiettivo di far crescere e sviluppare forme di [#turismo](#) integrato di qualità in un'area che ha come denominatore comune l'eredità culturale delle origini etrusche.

Ne fanno parte 12 Comuni e 31 soggetti privati ma con prospettive di crescita e di costruttiva apertura ad altre realtà che vogliono contribuire, in modo sistematico e continuo, alla [#promozione](#) turistica dell' [#Etruria](#) meridionale.

*****Giovedì 3 marzo alle ore 11.00*****

presso il Castello di Santa Severa la conferenza stampa, con gli interventi di

👑 [LETIZIA CASUCCIO](#) - Presidente Associ...vedi altro



Suggerisci



Commenta



Condividi



Invia



Aggiungi un commento...





PLAFERAL
RACCOLTA E SMALTIMENTO RIFIUTI

Montalto. Approvata in consiglio l'adesione al progetto Etruskey



NewTuscia - MONTALTO DI CASTRO - Approvata in consiglio comunale l'adesione al progetto Etruskey, che vede capofila la società Coop Culture in associazione a 12 comuni del litorale e della maremma laziale (tra cui insieme a Montalto anche Tarquinia, Civitavecchia, Tolfa, Cerveteri) e ulteriori

31 soggetti privati. Il progetto, che ha ottenuto il finanziamento di 250mila euro dalla Regione Lazio, ha come obiettivo la promozione territoriale, attraverso i cluster tematici del turismo storico - culturale e outdoor, enogastronomia, eventi, educazione ambientale.

Le prime fasi di attuazione del progetto prevederanno la creazione di un marchio d'area, una piattaforma di promo-commercializzazione comune agli enti associati, comunicazione web e social, sviluppo di pacchetti turistici tematici e partecipazione agli eventi nazionali ed internazionali di settore.

«La DMO Etruskey - commenta l'assessore alla cultura Silvia Nardi - è un punto di partenza importante per la realizzazione di una rete di enti pubblici e privati finalizzata allo sviluppo di una destinazione turistica e relativa promozione integrata. Fattore determinante per poter essere maggiormente competitivi sul mercato e allo stesso tempo rilanciare l'offerta turistica del territorio».



festival *della letteratura di* viaggio

XII edizione

Roma, 7-21 settembre 2021

+ in autunno #FuoriFestival21

Museo Nazionale Etrusco, Villa Giulia [ore 18]

TALK

In viaggio con gli Etruschi

Tra Toscana, Lazio e Umbria, i luoghi della **cultura etrusca**. Con **Valentino Nizzo**, direttore del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, **Maria Letizia Casuccio**, direttore generale CoopCulture e responsabile del progetto Dmo Etruskey, **Daniele Maras**, archeologo Soprintendenza Etruria Meridionale, **Maria Angela Turchetti**, etruscologa, direttore del Museo archeologico nazionale dell'Umbria, **Chiara Lanari**, Comune di Chiusi, Capofila Progetto Toscana Terra Etrusca. In collaborazione con **Toscana Promozione Turistica**. Conduce **Tommaso Giartosio**, scrittore e poeta, conduttore Fahrenheit Rai Radio 3.

FESTIVAL DELLA LETTERATURA DI VIAGGIO

Ore 18: TALK - In viaggio con gli Etruschi

Tra Toscana, Lazio e Umbria, i luoghi della cultura etrusca.

Con **Valentino Nizzo**, direttore del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, **Maria Letizia Casuccio**, direttore generale CoopCulture e responsabile del progetto Dmo Etruskey, **Daniele Maras**, archeologo Soprintendenza Etruria Meridionale, **Maria Angela Turchetti**, etruscologa, direttore del Museo archeologico nazionale dell'Umbria. In collaborazione con Toscana Promozione Turistica. Conduce **Tommaso Giartosio**, scrittore e poeta, conduttore Fahrenheit Rai Radio 3.

PRESENTATA LA D.M.O. ETRUSKEY NELL'AFFASCINANTE CASTELLO DI SANTA SEVERA

SANTA SEVERA – La D.M.O. ETRUSKEY – che per il proprio lancio ha scelto la sede del Castello di Santa Severa, artisticamente restaurato e turisticamente seducente, porta incastonata su un promontorio marino – è l'acronimo di Destination Management Organization dell'Alto Lazio, rete che si riconosce nell'eredità culturale degli Etruschi con il progetto di rilanciare il territorio. Necropoli, monumenti e musei, tradizioni millenarie e stili di vita, eventi di forte richiamo internazionale, feste per celebrare storiche tradizioni e prodotti tipici. Civiltà antiche, borghi, castelli, fiumi e boschi incontaminati, definiscono la D.M.O. Etruskey come catalizzatore turistico di arte e cultura. La proposta coinvolge 12 Comuni e 31 soggetti privati, da un territorio di 1.300 Km di estensione e con 191.000 abitanti, con un sito UNESCO e un porto internazionale. Per illustrare la D.M.O. ETRUSKEY sono intervenuti **Valentina Corrado**, Assessore al Turismo, Enti Locali, Sicurezza Urbana, Polizia Locale e Semplicificazione Amministrativa della Regione Lazio; **Letizia Casareccio**, presidente della neonata Associazione DMO ETRUSKEY; **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY; **Maria Elena Bnadi** – Direttore Marketing e Promozione ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo.

Spiega Valentina Corrado Assessore al Turismo della Regione Lazio: "Il progetto della DMO ETRUSKEY rientra nella strategia provinciale della destinazione Lazio che, come Regione, abbiamo avviato secondo una linea programmatica capace di far leva sui fattori attrattivi e identificativi del nostro territorio, di avviare un dialogo produttivo tra entità pubbliche e private, di offrire ai turisti esperienze uniche e personalizzate che incidono sulla qualità della nostra offerta turistica". **Stefano Landi**, Destination Manager della DMO ETRUSKEY ha detto: "Le caratteristiche morfologiche, territoriali, e demografiche della D.M.O. rendono evidente la necessità di valorizzare i piccoli e piccolissimi borghi accanto ad altre realtà territoriali di forte valenza turistica, quali il sito U.N.E.S.C.O. delle Necropoli di Cerveteri e Tarquinia (odr. la Necropoli di Tarquinia è stata, nell'anno 2000, il sito culturale più visitato del territorio), ma anche il sito di Vulci o Montalto di Castro".

Quattro i temi che guidano l'indirizzo della DMO Etruskey: – Turismo Culturale e Identitario: arte, storia e cultura – Turismo Outdoor: cammini, sport, educazione ambientale, cicloturismo – Salute, Enogastronomia, Turismo Rurale: terme, raccolti e tradizioni dei borghi – Eventi Culturali e Artistici: musica, teatro, letteratura, feste e tradizioni. I punti di forza: valorizzazione reciproca tra grandi e piccole realtà, le proposte di turismo esperienziale, la formazione dell'accoglienza, l'attenzione particolare all'accessibilità del pubblico disabile e fragile. Una piattaforma di commercializzazione garantirà la più completa narrazione e la migliore redditività dell'offerta territoriale.

Esperienza tangibile del progetto della DMO Etruskey è stata la visita al Castello di Santa Severa. Chi ci fosse già stato, tornando resterà affascinato dal restauro sapiente, nel rispetto della sua storia, architettura e arte.

La prima documentazione scritta sul Castello risale al 1068 quando fu donato dal conte Gerardo di Galeria all'Abbazia di Farfa poi passato nel 1130, sotto papa Anacleto II, ai confratelli di San Paolo e nel 1462 all'Ordine del Santo Spirito che ne fu proprietario per cinquecento anni, fino al 1980.

La struttura del Castello, come la conosciamo oggi, si ha solo nel XIV secolo, quando la pianta rettangolare con torri angolari era circondata da un fossato. Un ponte di legno collegava il complesso alla imponente fortificazione cilindrica, il Maschio, anticamente chiamata la **Torre del Castello o Saracena**. La struttura oggi visibile si può considerare l'erede di una primitiva torre inserita nel sistema difensivo del litorale laziale, voluto da papa Leone IV alla metà del IX secolo, contro le scorrerie dei Saraceni. Oggi è visibile nella struttura del XII secolo con aggiunto di epoca rinascimentale. Tra il XV e il XVI secolo prende vita il Borgo, sotto l'egida di Santo Spirito, di cui è ben visibile lo stemma, ossia la croce patriarcale.

Dopo un lungo periodo di decadenza, il Castello fu utilizzato anche dai tedeschi come base strategica nel corso del secondo conflitto mondiale. La Regione Lazio, dal 2014 ne ha voluto la riapertura estiva, per far conoscere questo straordinario patrimonio sospeso tra leggenda e realtà. Dall'aprile del 2017 il Castello baciato dal mare è sempre aperto e ha iniziato un nuovo percorso storico, artistico e culturale, grazie anche alla realizzazione di un ostello per giovani e famiglie.



LEELOO SRL
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

