





Parco dei Castelli Romani

Dopo la partecipazione al workshop turistico internazionale BuyLazio a settembre scorso, al TTG di Rimini – la più nota borsa turistica italiana – dal 13 al 15 ottobre e alla Borsa del Turismo Archeologico di Paestum a fine ottobre, la DMO Castelli Romani parteciperà nei giorni 7-9 novembre al WTM (World Travel Market) di Londra: una delle principali borse turistiche internazionali rivolte agli operatori. Qui la DMO e i tour operator dei Castelli che hanno aderito al progetto saranno ospitati nello stand della Regione Lazio.



La DMO Castelli Romani sarà nello stand dell'Agenzia Regionale del Turismo, assieme agli operatori turistici di tutto il Lazio e a tre agenzie dei Castelli Romani a presentare l'offerta del territorio: 25 operatori dei Castelli Romani tra agenzie di viaggi, cantine, artigiani, hotel, ristoranti, società di servizi. La promozione della destinazione Castelli Romani sarà affidata al materiale promozionale prodotto dalla DMO: la mini-guida in lingua inglese "Welcome! Castelli Romani"; una mappa di grande formato sulle Vie e i Cammini dei Castelli Romani – sempre in lingua inglese – e altri prodotti editoriali della DMO, del Parco Regionale dei Castelli Romani e della Comunità Montana Castelli Romani e Monti Prenestini.

Giovedì 8 novembre presso lo stand dell'Enit (Agenzia Nazionale del Turismo) la DMO Castelli Romani presenterà una serie di interventi e offrirà un aperitivo con prodotti dei Castelli Romani (vini tipici, pane di Lariano, porchetta di Ariccia e ciambelle alvino di Genzano di Roma).

La DMO Castelli Romani è un'unità operativa che ha l'obiettivo di gestire la promozione della destinazione turistica "Castelli Romani". Opera, in collaborazione con l'Agenzia Regionale per il Turismo, presso il Consorzio SBCR dei 17 Comuni che compongono la destinazione. Si adopera nella comunicazione grazie a un vivace sito internet, alla presenza sui principali social media e alla stampa di guide e mappe turistiche del territorio in diverse lingue. Programma iniziative di formazione e attività di studio per migliorare l'attrattività della destinazione. Promuove continui tavoli di lavoro che vedono coinvolti sui diversi temi operatori pubblici e privati: albergatori, ristoratori, agenzie di incoming dei Castelli Romani e altri stakeholder.

[Read More](#)