

## Comune di Gallese (VT)



### Piano di promozione turistica

2019 – 2021

Redatto dall'Arch. Giovanni Biallo

Versione 1.1 del 6 marzo 2019

# 1 SOMMARIO

---

## PRIMA PARTE

2	Introduzione .....	3
3	Analisi delle potenzialità turistiche del Comune di Gallese.....	4
3.1	Elementi di interesse turistico del borgo e del territorio di Gallese .....	5
3.1.1	Il borgo di Gallese .....	5
3.1.2	Architettura e archeologia in aree extra-urbane .....	7
3.1.3	La natura ed il paesaggio.....	7
3.1.4	Gli eventi .....	8
3.1.5	Altri elementi di interesse per il turismo .....	9
3.2	L’offerta di ricettività e ristorazione .....	11
3.3	Le forze e le risorse attualmente in campo.....	12
3.4	Competitività del territorio .....	13
3.5	Analisi SWOT .....	13
3.5.1	Mobilità.....	14
3.5.2	Qualità della vita e identità locale.....	15
3.5.3	L’offerta turistica.....	15
3.5.4	Patrimonio culturale, ambientale, sportivo, musicale, etno-antropologico .....	15
3.5.5	Matrice SWOT.....	16
3.6	Identificazione del target .....	16
3.6.1	Per tipologia di età/agggregazione.....	16
3.6.2	Per provenienza geografica.....	17
3.6.3	Per interessi tematici.....	18
3.7	Definizione dei contenuti della comunicazione .....	19
3.8	Selezione dei canali e dei mezzi di comunicazione .....	19
3.8.1	Strumenti tradizionali.....	20
3.8.2	Strumenti digitali .....	20
3.9	Misurazione dei risultati .....	21

# PRIMA PARTE

## 2 INTRODUZIONE

---

Oggigiorno l'offerta di destinazioni turistiche si fa sempre più ampia e diversificata, spesso anche indirizzata ad esigenze specifiche. Proponendo un'offerta innovativa e particolare, stanno emergendo molte nuove destinazioni che si contendono i turisti con le destinazioni classiche.

La contesa si gioca sulla capacità di risultare attrattivi agli occhi di un potenziale turista e non sempre questo si gestisce attraverso una buona offerta turistica. La considerazione che hanno i potenziali turisti di un luogo, delle sue caratteristiche e della sua idoneità ad essere visitato è frutto di un processo mentale che consente di riassumere una grande quantità di dati relativi alla destinazione spesso provenienti da fonti diverse: passaparola, riviste, trasmissioni televisive, siti web, blog, social, guide, depliant. Il turista sceglie istintivamente di visitare un luogo in base all'aspettativa di piacere, al sogno e all'immaginazione.

Quindi è di fondamentale importanza intervenire per creare ed alimentare un'immagine attrattiva della destinazione attraverso un'adeguata gestione di tutti gli strumenti di comunicazione e promozione al fine di fornire al potenziale turista un'immagine ed una motivazione alla visita che soddisfi i suoi bisogni. Al tempo stesso è necessario assicurarsi che le attività e le esperienze proposte dalla destinazione soddisfino le aspettative create, al fine di alimentare la promozione attraverso il passaparola.

Ma come si influenzano le scelte dei turisti? Quali sono le fonti di influenza?

- radio, televisione, cartelloni pubblicitari, stampa, brochure, pubblicità sul web
- agenzie di viaggio, tour operator
- celebrità del cinema e della TV, atleti, influencer
- libri, articoli, storytelling, documentari, film, siti web, social network, mailing
- informazioni generate da conversazioni con amici e colleghi (passaparola)
- precedente visita della destinazione

Secondo la letteratura corrente le azioni di promozione su riviste, televisione, libri, film, viaggi precedenti e il passaparola sono le fonti più importanti. La pubblicità, con ampia copertura in particolare su giornali e riviste, influenza in modo rilevante la scelta di una destinazione, mentre quella su radio e televisione non è della stessa efficacia. Le guide turistiche e lo staff delle agenzie di viaggio esercitano un grande potere persuasivo, ma esiste anche una nuova forma di passaparola online, che ha luogo nei blog e nei social network, che tende sempre più ad assumere un'importanza maggiore nella formazione di opinioni collettive.

La comunicazione turistica si caratterizza per la sua persuasività, che alimenta la forza di attrazione di una destinazione turistica, fornendo ai potenziali turisti degli stimoli e delle suggestioni di vacanza a loro commisurate. La comunicazione turistica consiste nella gestione di tutti quei strumenti che permettono di mettere in evidenza ed esaltare risorse, attrazioni e servizi di una località, e la loro capacità di rispondere a specifiche motivazioni di vacanza. La promozione turistica, invece, è un insieme di attività che mirano ad aumentare la consapevolezza dell'esistenza di un luogo, facendolo così rientrare tra le alternative di vacanza

prese in considerazione dai potenziali turisti. La promozione turistica lavora sull'immagine e notorietà di una destinazione, con l'obiettivo di aumentarne la forza attrattiva.

Per questo motivo alle azioni di promozione e comunicazione si aggiungono le azioni dirette sul territorio che ne consentano la reale fruibilità della destinazione e che vanno in una molteplicità di direzioni: punti di informazione turistica, segnaletica, accesso ai luoghi, servizi, ricettività, ristorazione, visite guidate, guide e brochure, eventi, ecc.

In un mondo frenetico come l'attuale, è necessario inoltre tener presente che l'immagine della destinazione deve essere monitorata di continuo ed aggiornata seguendo le tendenze del momento, alimentando la forza di attrazione e fornendo ai potenziali turisti sempre nuovi stimoli e suggestioni che possano andare incontro ai loro desiderata.

E' necessario però tener presente che avviare una destinazione al turismo richiede tempo e azioni costanti, con una programmazione che preveda periodiche revisioni e aggiornamenti.

### 3 ANALISI DELLE POTENZIALITÀ TURISTICHE DEL COMUNE DI GALLESE

---

Il comune di Gallese, è situato nella provincia di Viterbo, ha una superficie di 37,17 km<sup>2</sup>, una altitudine di 135 m.s.l.m., poco meno di 3.000 abitanti e confina con i comuni di: Calvi dell'Umbria (TR), Civita Castellana (VT), Corchiano (VT), Magliano Sabina (RI), Orte (VT), Otricoli (TR), Vasanello (VT), Vignanello (VT).

**Il borgo** è situato in posizione elevata, vanta un'ottima posizione paesaggistica e ha mantenuto intatta la sua forma antica. Le trasformazioni più recenti sono avvenute essenzialmente al di fuori del borgo. Il centro storico è collocato su uno sperone tufaceo, alla confluenza del rio Maggiore e del fosso della Fontana Nuova.

**Il territorio** circostante presenta interessanti ed articolati paesaggi naturali e rurali. Dal punto di vista naturalistico sono presenti forre, grotte naturali, boschi di lecci, roverelle, frassini, carpinelle, pruni. Inoltre il territorio comunale è attraversato dal Tevere anche se opere infrastrutturali come la ferrovia Roma – Orte, la linea per l'alta velocità Roma - Firenze, la centrale idroelettrica di Ponte Felice, il canale di alimentazione di quest'ultima e la relativa diga, hanno reso molto meno fruibile il fiume, un tempo utilizzato anche come via di comunicazione. E' presente parzialmente nel territorio comunale l'oasi Pian Sant'Angelo del WWF. Dal punto di vista rurale sono presenti vigneti, nocioleti e oliveti che ornano anche dal punto di vista paesaggistico il territorio.

Gli interventi dell'uomo osservati dagli archeologi risalgono già al Paleolitico superiore. Dei **secoli passati** sono rimaste molte tracce di interesse per l'escursionista e il viaggiatore: gli ipogei di Loiano, le tagliate, alcuni resti di epoca romana, la via Amerina che collegava Roma all'Umbria, alcune cappelle rurali, dei casali, alcuni antichi ponti, la ferrovia Orte – Capranica in disuso con le sue infrastrutture, il castello delle Rocchette, il borgo medioevale di Gallese con i suoi vicoli, palazzi, fortificazioni e torri, le chiese, il castello-palazzo ducale, la basilica di San Famiano, il museo civico e centro culturale.

**Cittadini illustri** la cui vita e opere potrebbero interessare escursionisti e viaggiatori sono oltre a San Famiano, i due pontefici Marino I e Romano I, i musicisti Marco Scacchi e Teofilo Gargari, la cantante lirica Armida Parsi, Maria Hardouin che fu moglie di Gabriele D'Annunzio, il pittore e scultore Publio Muratore, oltre ai nobili delle famiglie che abitarono il castello e a vari guerrieri e condottieri.

Molto ricco il **calendario degli eventi** sia di tipo tradizionale che enogastronomico e culturale: la festa di San Famiano (7-10 agosto), la festa dell'Immacolata Concezione (7-8 dicembre), le Giornate dell'Olio e del Vino (novembre), il Festival il suono dei giorni (novembre), il Festival di musica barocca (ottobre), l'infiorata del

Corpus Domini, la sagra della salsiccia e della pastarella di magro (settembre), la festa della Madonnella, la festa dello Sport, la giornata Rinascimentale (luglio – parte della Festa di San Famiano), Note in armonia per la giornata della donna, il festival internazionale Le strade d'Europa Lituania-Italia a novembre, il Carnevale, il Concerto di Natale, la Pasquarella, il raduno camperisti, il raduno motociclisti, ecc. L'organizzazione di questi eventi è affidata secondo le competenze alla Pro Loco e a vari comitati e associazioni. Il comune di Gallese è dotato di una propria banda che ha una storia di 200 anni ed è organizzata in associazione musicale. In sostanza il Comune può offrire un'ampia gamma di attrazioni sia per gli amanti della natura che della storia e delle tradizioni popolari. Il territorio ed il borgo hanno un aspetto gradevole ed interessante sia dal punto di vista paesaggistico che culturale.

**I collegamenti** sono abbastanza buoni in quanto il comune è prossimo all'autostrada A1 e all'uscita Magliano Sabina (13 km dal borgo e 9.5 km da Gallese Scalo).

La stazione ferroviaria FS di Gallese in Teverina situata sulla linea Fiumicino - Roma – Orte dista dal borgo 3,5 km. Con il treno si possono quindi facilmente raggiungere Orte, Roma e l'aeroporto di Fiumicino. La frequenza nei due sensi di marcia prevede circa un treno ogni ora. Si raggiunge Orte in 8 minuti, Roma Tiburtina in 1 ora e 20 minuti, Fiumicino Aeroporto in 2 ore. E' però mancante un collegamento pubblico fra la Stazione ferroviaria ed il borgo di Gallese.

Altre distanze chilometriche stradali di interesse sono: Civita Castellana 17 km; Orte 16,4 km; Fabrica di Roma 14 km; Corchiano 7,6 km; Soriano nel Cimino 20 km; Vitorchiano 34 km; Calcata 29 km; Vasanello 14.6 km; Otricoli 11 km, Roma 76 km (81 km via autostrada).

Inoltre alcuni di questi **comuni vicini** sono anch'essi attrattivi dal punto di vista escursionistico e turistico: Civita Castellana (VT) con il Forte Sangallo, la Cattedrale romanica di S. Maria Maggiore e i resti archeologici di Falerii Novi; la Collegiata di Fabrica di Roma (VT); Soriano nel Cimino (VT) con il palazzo Chigi-Albani, Castello Orsini e l'aerea dei Monti Cimini; Vitorchiano (VT) con le sue mura merlate, le torri e il nucleo medioevale; il disabitato nucleo di Calcata (VT); Vasanello (VT) con il suo castello-museo, le belle chiese medioevali e il museo archeologico.

Nei dintorni possiamo citare altre attrazioni turistiche come Viterbo, il lago di Vico e i Monti Cimini, Caprarola (VT), Orte (VT), Narni (TR), Ronciglione (VT), Sutri (VT) e Nepi (VT).

### **3.1 ELEMENTI DI INTERESSE TURISTICO DEL BORGO E DEL TERRITORIO DI GALLESE**

Le attrattività turistiche del comune di Gallese possiamo così suddividerle: il borgo di Gallese, architettura e archeologia nelle aree extra-urbane, la natura ed il paesaggio, gli eventi, altri elementi di interesse. Si tratterà il reale interesse turistico dei luoghi, i pregi e i difetti allo stato attuale.

#### **3.1.1 Il borgo di Gallese**

L'insieme del borgo di Gallese si presenta in modo suggestivo al turista che può facilmente raggiungere il centro attraverso la strada provinciale 34. Il paesaggio, morfologicamente animato, è arricchito dal borgo adagiato su uno sperone di tufo. Elementi subito evidenti sono le alte mura, il palazzo ducale e le sue fortificazioni. Guardando il borgo dall'esterno ci si aspetta già di entrare in un paese dal tessuto medioevale con bei palazzi e chiese.

Una caratteristica peculiare è rappresentata dall'unico punto di ingresso carrabile al borgo attraverso **l'arco di porta** realizzato nel XVI secolo, con torre cilindrica e stemmi della città e della famiglia Altemps.

Interessante anche l'ingresso pedonale di sud-est che consente di salire al borgo (via del pellegrino) dalla strada provinciale nei pressi della Basilica di San Famiano.

I **vicoli del borgo** sono molto ben tenuti come anche gli edifici ed i palazzi. E' quindi piacevole percorrerli, considerando anche che consentono di raggiungere **punti panoramici** su quasi tutta la circonferenza dell'abitato, con viste paesaggistiche sempre diverse ed interessanti. Nel borgo sono inoltre presenti alcune fontane e diverse gradevoli piazzette.

All'interno del borgo sono presenti diversi **palazzi nobiliari** ed edifici di pregio come: il palazzo Ricci-Parracciani, il palazzo Ranieri, il palazzo del Podestà, il palazzo Massa, tre belle torri medioevali che insieme alle mura merlate e al Palazzo Ducale formano un interessante complesso di fortificazioni. I palazzi nominati ed altri, presentano bei portali con stemmi e decorazioni e spesso custodiscono all'interno dei cortili detti "scoperti" molto interessanti e pregevoli che però rimangono nascosti al visitatore.

Molti edifici privati sono dotati di interessanti locali, scavati nel sottostante suolo tufaceo, anche molto articolati e collegati da scale e cunicoli, utilizzati come cantine e magazzini. Sono però privati e difficilmente visitabili.

Di particolare interesse alcune chiese: in primis il grande **Duomo di Santa Maria Assunta** in stile neoclassico, terminato nel 1796, ben tenuto, con bell'altare in marmo e diverse pale di pregio. Merita un visita anche l'antica **Chiesa di Sant'Agostino** adiacente ad un convento, che conserva una tela cinquecentesca con la Madonna, il Bambino e Santi, e dei pregevoli affreschi quattrocenteschi in grandi nicchie che, con la loro forma danno profondità alle scene rappresentate, una particolarità di sicuro interesse per il visitatore. Interessante, anche per l'importanza del Santo le cui spoglie sono conservate all'interno, la **Basilica di San Famiano** che richiama molti pellegrini, soprattutto durante la festa che si tiene ad agosto. La chiesa è sotto le mura all'esterno del borgo, separata da quest'ultimo dalla strada provinciale. L'inusuale interno a quattro navate di impianto romanico rustico, preceduto da un bel portico esterno a quattro arcate, è strutturato su due livelli, di cui il più basso ospita l'aula e la semi-cripta con un pregevole sarcofago settecentesco che contiene le spoglie del Santo che morì a Gallese nel 1150. Il livello superiore ospita il presbiterio che presenta sul fondo tre absidi e affreschi del XV secolo. Tutte le chiese nominate sono amministrate dal parroco che ne gestisce gli accessi e la fruizione.

Sul lato ovest del borgo è presente il **Palazzo Ducale**, all'origine castello medioevale, trasformato nel XVI secolo in palazzo residenziale da Giacomo Della Porta, allievo del Vignola. L'intero complesso è di forma quadrilatera con torri, presenta all'ingresso un maestoso e bel cortile che attraverso una doppia scalinata porta alla loggia. Il palazzo è attualmente abitato dal Duca Luigi Maria Hardouin di Gallese e dalla sua famiglia. Molto panoramico il cammino di ronda, al quale si accede attraversando un secondo cortile arredato da piante, alberi e da un bel portico. Purtroppo questa attrazione del borgo non è fruibile dai visitatori se non in rarissime occasioni.

Da evidenziare nel borgo il **Museo e Centro Culturale "Marco Scacchi"**, allestito nell'ex convento di Santa Chiara. E' un ottimo punto di partenza per una visita culturale al borgo e al territorio di Gallese, contenendo pannelli descrittivi, foto, dipinti, oggetti d'arte, reperti archeologici, che raccontano la storia di Gallese nelle diverse epoche: dall'età antica ai secoli più recenti. Sono inoltre presenti una sala etnografica, una multimediale e la biblioteca comunale. La sala multimediale è utilizzata per seminari, conferenze, concerti e incontri delle associazioni.

Il borgo purtroppo è un po' troppo affollato da automobili che si muovono e parcheggiano in spazi angusti non adatti al **traffico veicolare**. Naturalmente in questo contesto urbano sono presenti pochi posti auto, a parte qualche posto in più in piazza Castello e nel parcheggio vicino all'Arco di Porta. Fuori dal centro abitato, ma non lontano dall'Arco di Porta, è però presente un ampio **parcheggio**, accanto al complesso scolastico e a 300 metri dagli impianti sportivi.

### 3.1.2 Architettura e archeologia in aree extra-urbane

Nel territorio comunale, fuori dal borgo abitato sono presenti diversi elementi costruiti di interesse per i visitatori.

Di epoca medioevale possiamo citare: il **Castello delle Rocchette** a circa 6 chilometri dal borgo di Gallese (in un'isola amministrativa del comune) del XV secolo con mura merlate e torri; i resti di **fortificazioni medioevali** nelle località: il Peschio, Rustica, Torricella, Borghetto. Singolarmente non sono attrazioni tali da poter prevedere visite turistiche mirate ma, se inserite in itinerari tematici e passeggiate, possono costituire tappe interessanti. Lo stesso dicasi per i **resti di epoca etrusca e romana** disseminati sul territorio come: cisterne, tombe, ville, ponti e necropoli. Un discorso a parte richiedono le cosiddette tagliate, strade preromane incassate nel tufo, molto suggestive per il viaggiatore che le attraversa. **Le tagliate** di Costa Bianca, Costa Nera, il Peschio e della Madonna del Riposo sono sufficientemente vicine e potrebbero essere inserite in una passeggiata tematica eventualmente integrata da altri luoghi archeologici presenti nelle vicinanze. Di sicuro interesse turistico anche gli **ipogei di Loiano** (Santa Bruna e Santa Maria delle Grotte), ambienti scavati nel tufo che presentano nicchie di forma particolare, probabilmente utilizzati nei secoli come sepolture collettive ed in epoche più recenti come stalle per bovini. Per un breve tratto il comune è attraversato dalla **Via Amerina**, costruita intorno alla metà del III secolo a.C. Costituiva l'asse viario utilizzato dai romani per controllare il territorio Falisco fino all'Umbria. Alcuni anni fa la Via Amerina è stata oggetto di attenzione e di promozione turistica. E' tra i 41 itinerari culturali europei, così come definito dal rapporto CERTESS (European Cultural Routes Transfert Experinces Share Solution del 2014). Proposta come antica via da percorrere (ci sono ancora tratti che conservano il selciato originale) e utilizzare per visitare i vari borghi che tocca, come Gallese. Gli esempi di Cammini e Antiche Vie come la Francigena e l'Appia Antica, possono stimolare nuove proposte che portino camminatori ed escursionisti a ripercorrere la Via Amerina, cosa che comunque già in parte avviene. Gli attuali pellegrini che percorrono la Via Amerina chiedono ospitalità al parroco di Gallese che li ospita in uno spazio allestito con una ventina di posti letto. Sul territorio sono presenti anche diversi **casali**, esempi di architettura rurale che raccolgono intorno all'abitazione, stalle, fienili, tettoie ed a volte anche torri. Nota per i pellegrini anche la **Cappella di San Famiano a Lungo** con una fonte che, secondo la tradizione, San Famiano fece scaturire percuotendo il suolo con il suo bastone viatorio. E' situata in un bel contesto rurale arredato da tavoli, panche e staccionate. E' sempre aperta al viaggiatore. La cappella non è tanto interessante da richiedere una visita dedicata, ma può essere un'ottima tappa da inserire in un passeggiata tematica.

Un'altra struttura costruita dall'uomo che potrebbe avere una importante rilevanza turistica è **la Ferrovia Orte – Capranica**, soppressa all'esercizio dal 1994. La Ferrovia attraversa il comune sul lato ovest rispetto all'abitato e presenta interessanti infrastrutture come un ponte in pietra a cinque arcate, un bel ponte in ferro e l'edificio della Stazione di Gallese-Basanello. I luoghi attraversati sono di grande suggestione. E' auspicabile una riapertura o una trasformazione in pista ciclabile come è stato fatto in Italia per altre ferrovie in disuso.

### 3.1.3 La natura ed il paesaggio

Il territorio di Gallese presenta caratteristiche naturali e ambientali di particolare interesse. In realtà il territorio è costituito da un altopiano ricoperto da roccia tufacea e caratterizzato da forti incisioni ricche di vegetazione e torrenti. Questo è il sistema delle **forre** dell'Agro Falisco caratterizzato da una vegetazione lussureggiante e da articolati costoni tufacei. L'acqua dei torrenti arricchisce l'ambiente con cascatelle e vasche. Questo ambiente naturale è ricco di fauna (riccio, scoiattolo, istrice, volpe, cinghiale, rettili, rapaci ed altre specie di volatili, gambero di fiume, ecc.) e di flora (leccio, acero, salice, pioppo, olmo, carpino, ginestra, ecc.). Sono presenti anche enormi **grotte naturali** scavate dalle acque tumultuose dei torrenti.

Sono state usate dall'uomo nei secoli come abitazioni, stalle o per la coltivazione dei funghi. Tutti questi ambienti sono di sicuro interesse per gli amanti della natura e gli escursionisti.

Il territorio comunale è attraversato ad est dal **Fiume Tevere** che, se pur interessato da grandi opere di ingegneria idraulica (centrale idroelettrica di Ponte Felice, il canale di alimentazione, la diga), attraversato e affiancato da strade, autostrade e ferrovie, presenta ancora qualche angolo paesaggistico suggestivo. Ma le sue sponde sono difficilmente accessibili a parte un percorso lungo l'argine che collega Baucchebasse al territorio di Gallese.

Gallese condivide con il comune di Corchiano il **Monumento Naturale di Pian Sant'Angelo**, oasi del WWF. Il territorio si sviluppa fra due forre tufacee e ospita specie animali molto rare nel Lazio come il gatto selvatico e il gufo reale. Presente anche una attività agricola con una azienda che coltiva biologico. Non mancano alcuni elementi archeologici etruschi-falischini (tombe, necropoli, acquedotti, tagliate, ecc.). All'interno nell'oasi sono presenti: 3 aree di sosta attrezzate, un parcheggio, un sentiero natura che richiede 3 ore di percorrenza ed un percorso da mountain bike di 2,4 km.

Il territorio ed il paesaggio di Gallese alterna le aree naturalistiche circoscritte nelle zone dove sono presenti le forre ed i costoni rocciosi, con le **aree coltivate**. Ai seminativi si alternano vigneti, ordinati uliveti e nocciuleti. Questi ultimi stanno tendenzialmente soppiantando le altre due colture. Il paesaggio risulta ordinato dando un'impressione di armonioso connubio naturale ed antropico. Certo non mancano alcuni edifici fatiscenti e maltenuti che purtroppo degradano parte del paesaggio. Fortunatamente per il paesaggio le industrie sono principalmente concentrate nella zona di Gallese Scalo.

### 3.1.4 Gli eventi

Il comune di Gallese è ricco di iniziative ed eventi, alcuni dei quali sono diventati costanti appuntamenti annuali. Grazie ad una fitta rete di attive associazioni, ad una efficiente Pro Loco ed alla stessa Amministrazione, il territorio, ma soprattutto il borgo, sono continuamente animati da manifestazioni di ogni tipo: storico-culturale, musicale, letterario, religioso, enogastronomico, sportivo, artigianale, della tradizione.

Sicuramente l'evento più importante, che coinvolge l'intera popolazione, ma anche molti forestieri, è la **Festa di San Famiano** che si svolge il 7 e 8 agosto ed è anticipata dal pellegrinaggio a San Famiano a Lungo che si svolge il 17 luglio. La festa è molto articolata e si arricchisce di eventi ogni anno. Gli elementi cardine comunque sono: la giornata Rinascimentale, la processione dal Duomo alla Basilica del Santo e la spettacolare Bengalata (pioggia di bengala dalle mura merlate) del 7 agosto; la processione dell'8 agosto dal Duomo alla Basilica del Santo con la partecipazione delle "Zitelle" in abito tradizionale (ragazze nubili, povere ed oneste che, secondo la tradizione, dopo essere state estratte a sorte il 17 luglio, ricevevano la promessa della dote), il corteo storico e la corsa della stella (palio delle 6 contrade). L'evento attira pellegrini e devoti e può essere di particolare attrattiva anche per il turista. Inoltre il Santo è venerato in altri luoghi e nazioni in quanto sia come pellegrino che come monaco cistercense ha attraversato da nord a sud l'Italia, è stato in Francia, Spagna, Inghilterra, Scozia, Irlanda, Germania, Danimarca, Paesi Bassi, in Terra Santa e in vari altri paesi attraversati dalla seconda crociata alla quale partecipò. Ci sono spunti quindi per relazioni e gemellaggi internazionali che possono portare visitatori e turisti a Gallese.

Altri **eventi religiosi** sono:

- la Pasquarella del 5 gennaio – la Befana, accompagnata dalla banda, dispensa regali ai bambini percorrendo le strade del borgo;



- la processione del Venerdì Santo;
- la festa di San Sebastiano a giugno (Gallese Scalo);
- la festa della Madonna della Vite a settembre;
- la festa dell'Immacolata Concezione 7-8 dicembre.

Sono in realtà eventi minori dedicati alla popolazione locale che hanno uno scarso interesse turistico, anche se, ben promosse, possono avere un certo numero di visitatori dai paesi del circondario. Più attrattiva sicuramente **l'Infiorata del Corpus Domini**.

C'è anche da considerare che gli eventi più turistici escludono il periodo invernale a meno che non siano eventi di grande richiamo come i mercatini di Natale in stile Trentino Alto Adige, oppure le grandi rappresentazioni di presepi viventi.

Di richiamo sono anche gli eventi musicali come il **Festival "Il Suono dei Giorni"**, musica e cultura popolare della tradizione contadina dedicato a Diego Carpinella, giunto alla XX edizione nel 2018. Il Festival si svolge in un fine settimana di novembre e può attrarre un pubblico di appassionati di musica popolare. Musicisti molto noti possono naturalmente attrarre pubblico. Anche il **Festival Marco Scacchi** di musica barocca, giunto alla sua XVIII edizione nel 2018, può crescere di interesse, associando eventi, corsi, laboratori che non snaturino il festival ma che lo arricchiscano diventando più attrattivi per un pubblico anche più ampio rispetto all'attuale. In entrambi i casi potrebbe essere utile associare un pacchetto turistico tutto compreso. Il Festival si tiene in un fine settimana di ottobre. Meno attrattivo per i turisti possono essere considerati i concerti bandistici realizzati in occasioni speciali come: la Festa della Repubblica, Natale, ecc.

Gli **eventi enogastronomici** possono sempre attrarre nuovi visitatori soprattutto se arricchiti da eventi musicali, giochi, passeggiate, visite guidate, ecc. Può essere il caso delle Giornate dell'Olio e del Vino (novembre), della Sagra della salsiccia e della pastarella di magro (settembre), ma anche di eventi religiosi ai quali si affianca un'offerta enogastronomica interessante e particolare.

Gli eventi dedicati a particolari target, se ben organizzati e soprattutto se ben promossi, possono essere attrattivi per i turisti. Si fa riferimento ai vari raduni: dei cori, dei camperisti o dei motociclisti. Oppure alle feste a tema come la Festa dello Sport.

Sono un po' più difficili da promuovere a scopo turistico quelli eventi che sono proposti negli stessi giorni anche da molti altri comuni come i concerti di Natale e le feste di Carnevale.

### 3.1.5 Altri elementi di interesse per il turismo

#### L'itinerario dall'Amerina a Gallese

La Via Amerina una decina di anni fa è stata promossa come cammino e anche se meno conosciuta della Via Francigena, è frequentata da camminatori non solo italiani. Coloro che viaggiano con lo spirito del pellegrino, quindi che accettano soluzioni semplici per pernottare e mangiare, giunti a Gallese chiedono generalmente ospitalità al Parroco che ha adibito uno spazio apposito che può ospitare una ventina di persone. Il collegamento fra la Via Amerina ed il borgo di Gallese segue generalmente un itinerario che è stato proposto nell'ambito del Progetto sulla Via Amerina e promosso sulla brochure "itinerari tra storia e natura" (dicembre 2008). L'itinerario parte appunto dalla Via Amerina, dal tratto che ricade nel Comune di Gallese e attraversa il Monumento Naturale di Pian Sant'Angelo e poi la ferrovia Orte- Capranica. Prosegue sulla forra del Rio Maggiore, attraversa una tagliata e giunge alla rupe di Gallese per poi terminare nel borgo. L'itinerario è lungo 6,5 km e si percorre in 2 ore e 30' a piedi, in 30' in bicicletta, in 1 ora e 20' a cavallo. A questi tempi è necessario aggiungere circa 3 ore per le visite. Se pur da verificare e attualizzare sembra

essere un buon percorso che prospetta una certa varietà di paesaggi. Potrebbe essere proposto da associazioni come percorso guidato.

### **Il giro del pappagallo**

L'itinerario è in pratica un anello che parte e ritorna nello stesso punto (stupidamente/a pappagallo, da qui il nome). Il percorso parte dal borgo e attraversa luoghi suggestivi come il bosco e la cascata dei Frati, le fornaci per la produzione di calce viva, il mulino con la cascata, e vari ambienti naturali fino a giungere alla chiesa di San Famiano. Di sicuro interesse se ben segnato e documentato, perché dà una panoramica del paesaggio di Gallese seguendo varie sfaccettature: il bosco, le rocce, l'acqua, il borgo. Molto positivo l'aspetto dell'anello che parte dal borgo e ritorna al borgo.

### **La banda e le attività musicali e corali**

La storica Banda di Gallese che ha origini antiche ed è stata riattivata da 40 anni, associa la sua attività alla scuola di musica e agli eventi dedicati alla musica come i già citati Festival "Il suono dei giorni" e Festival Marco Scacchi, oppure la Festa di Santa Cecilia o il Festival Internazionale di Musica "Strade d'Europa". Inoltre Gallese annovera fra i suoi cittadini illustri oltre al musicista Scacchi anche Teofilo Gargari e la cantante lirica Armida Parsi. E' presente quindi una cultura musicale di tutto rispetto che coinvolge, anche grazie alla Banda, al gruppo Musicisti Città di Gallese e alla Corale Teofilo Gargari, tutti i cittadini di Gallese. Sicuramente il tema della musica può essere alla base di nuove iniziative finalizzate a portare nel borgo visitatori interessati, cultori, musicisti, studenti.

### **Gli impianti sportivi e le altre iniziative del tempo libero**

Gallese è dotata di importanti impianti sportivi abbastanza vicini al borgo (circa 300 mt dall'Arco di Porta – ingresso del borgo). Questi impianti sono già utilizzati per manifestazioni come il Torneo di Pallavolo che porta a Gallese diverse centinaia di ragazzi. Il campo regolamentare di calcio in erba e la pista di atletica entrambi illuminati con spalti per un massimo di 100 sedute, un campo da calcio da allenamento anch'esso illuminato, un campo da calcetto illuminato, un campo da tennis, la palestra comunale coperta e un campo polivalente con spogliatoi, rappresentano sicuramente un'altra risorsa che può essere usata anche come attrattiva turistica. Non mancano comunque iniziative come la Festa dello Sport e altre attrattive come l'equitazione, la corsa, ecc. Come per la musica anche lo sport potrebbe assurgere ad attrattiva turistica attraverso iniziative non episodiche ma sistematiche: tornei, scuole estive, laboratori, ritiri, ecc.

### **Area di sosta camper**

Gallese è dotata, poco fuori le mura, di un'area di parcheggio ampia ed illuminata. Non mancano altre aree come ad esempio: aree a verde nel complesso sportivo comunale a 300 mt dal borgo; Piazza della Liberazione di fronte al ristorante l'Angolo del Castello. A Gallese si svolge annualmente un raduno Camper molto frequentato e l'Amministrazione si impegna a proporre sempre nuove attività ai camperisti.

A Gallese è presente inoltre un'area di sosta comunale per camper situata davanti alla stazione ferroviaria di piazza Tevere a Gallese Scalo. Dispone di sei piazzole ed è corredata di camper service completo (carico/scarico). Manca però un camper service vicino al borgo che potrebbe essere una notevole fonte di attrazione per i camperisti.

### **I gemellaggi**

Una sicura fonte di turismo possono essere i gemellaggi, se adeguatamente curati nei rapporti fra le relative amministrazioni. Nei gemellaggi possiamo includere anche gli accordi con enti che hanno interessi comuni come ad esempio le amministrazioni di luoghi che presentano una comunità attiva di gallesini emigrati, o di

luoghi in cui è venerato San Famiano o di luoghi in cui ha vissuto, è ben conosciuto e celebrato Marco Scacchi o altri nomi illustri di Gallese.

### 3.2 L'OFFERTA DI RICETTIVITÀ E RISTORAZIONE

La ricettività di Gallese è molto limitata. Funge da piccolo albergo l'Agriturismo Giulia di Gallese, abbastanza vicino al borgo, è una location di ottima qualità con ristorazione e ampi spazi e strutture sia all'aperto che al chiuso, in ottima posizione con vista sul borgo. Ai suoi posti letto si aggiungono i posti letto di un bed & breakfast e un paio di affittacamere presenti sul portale airbnb. La ristorazione è concentrata su due ristoranti con una buona reputazione ed una pizzeria/pub.

L'ISTAT, dai dati di rilevamento 2016 e 2017, indica per Gallese le seguenti strutture: un agriturismo con 18 posti letto e quattro B&B con complessivi 22 posti letti. Quindi 5 strutture per un totale di 40 posti letto.

Per Gallese non sono disponibili dati statistici di arrivi (numero di clienti ospitati negli esercizi ricettivi) e presenze (numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi) per via dell'esiguo numero di strutture ricettive presenti nel comune (segreto statistico).

Per quanto riguarda i dati della provincia di Viterbo, che ospita il Comune di Gallese, notiamo una crescita generale negli ultimi anni degli arrivi (da 202.869 del 2014 a 281.928 del 2017, di cui per le strutture extra alberghiere 103.205 nel 2017, mentre un andamento altalenante delle presenze, che si attesta a 921.132 nel 2017, con una presenza di 3,27 giorni di permanenza media dei turisti. Di seguito i dati Istat relativi agli arrivi e presenze per la provincia di Viterbo, per gli anni 2016 e 2017.

Territorio Viterbo							
Correzione dati grezzi							
Ateco 2007 alberghi e strutture simili, alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni, aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte							
Selezione periodo		2016					
Paese di residenza dei clienti		Mondo		Paesi esteri		Italia	
Indicatori		arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
<b>Tipologia di esercizio</b>							
totale esercizi ricettivi		277.476,00	1.095.909,00	58.766,00	203.786,00	218.710,00	892.123,00
esercizi alberghieri		184.984,00	426.346,00	36.004,00	74.281,00	148.980,00	352.065,00
alberghi di 5 stelle, 5 stelle lusso e 4 stelle		98.589,00	228.075,00	19.803,00	40.491,00	78.786,00	187.584,00
alberghi di 3 stelle e residenze turistico alberghiere		81.699,00	190.720,00	15.140,00	32.265,00	66.559,00	158.455,00
alberghi di 2 stelle e alberghi di 1 stella		4.696,00	7.551,00	1.061,00	1.525,00	3.635,00	6.026,00
esercizi extra-alberghieri		92.492,00	669.563,00	22.762,00	129.505,00	69.730,00	540.058,00
campeggi e villaggi turistici		45.869,00	557.851,00	11.213,00	97.429,00	34.656,00	460.422,00
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale		3.866,00	7.167,00	851,00	1.605,00	3.015,00	5.562,00
agriturismi		20.849,00	52.854,00	6.316,00	19.921,00	14.533,00	32.933,00
bed and breakfast		9.429,00	19.913,00	1.519,00	2.926,00	7.910,00	16.987,00
altri esercizi ricettivi		12.479,00	31.778,00	2.863,00	7.624,00	9.616,00	24.154,00

Selezione periodo		2017					
Paese di residenza dei clienti		Mondo		Paesi esteri		Italia	
Indicatori		arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
<b>Tipologia di esercizio</b>							
totale esercizi ricettivi		281.928,00	921.132,00	53.935,00	161.564,00	227.993,00	759.568,00
esercizi alberghieri		178.723,00	389.292,00	34.232,00	69.005,00	144.491,00	320.287,00
alberghi di 5 stelle, 5 stelle lusso e 4 stelle		105.909,00	224.341,00	21.694,00	42.907,00	84.215,00	181.434,00
alberghi di 3 stelle e residenze turistico alberghiere		70.070,00	160.530,00	12.074,00	25.478,00	57.996,00	135.052,00
alberghi di 2 stelle e alberghi di 1 stella		2.744,00	4.421,00	464,00	620,00	2.280,00	3.801,00
esercizi extra-alberghieri		103.205,00	531.840,00	19.703,00	92.559,00	83.502,00	439.281,00
campeggi e villaggi turistici		56.413,00	416.920,00	9.658,00	65.833,00	46.755,00	351.087,00
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale		4.635,00	8.987,00	851,00	1.570,00	3.784,00	7.417,00
agriturismi		20.039,00	50.783,00	5.502,00	16.760,00	14.537,00	34.023,00
bed and breakfast		7.970,00	16.946,00	1.471,00	2.739,00	6.499,00	14.207,00
altri esercizi ricettivi		14.148,00	38.204,00	2.221,00	5.657,00	11.927,00	32.547,00

Nei dintorni di Gallese i comuni più ricettivi per il 2017 sono: Narni con 21.727 arrivi, Soriano nel Cimino con 7.192, Orte con 6.080, Sutri con 5.517, Caprarola con 3.902, Ronciglione con 1.658. Ovviamente questi non

rappresentano i numeri dei visitatori dei borghi ma dei turisti che pernottano nel comune. Non ci sono fonti che consentano di ottenere il numero effettivo dei turisti che visitano una località a meno che questa non abbia un biglietto di ingresso.

Dagli OTA (Online Travel Agencies) e MetaMotori risultano i seguenti esercizi nel comune di Gallese (ove presenti sono anche indicati gli indici di reputazione):

#### **booking.com**

nessun albergo o altra struttura extra-alberghiera

Tuscia villa with pool close Rome (Strada Cerreto 3, 01035 Gallese) – villa privata con 5 camere da letto, piscina, giardino.

#### **tripadvisor.com**

nessun albergo e B&B

Agriturismo Giulia Di Gallese (Strada Cerreto, Gallese) – 18 posti letto - reputazione 4/5 su 17 recensioni

Trattoria del Barcarolo Pizzeria Bar (Piazza dell'Agricoltura 2, Gallese) – reputazione 4/5 su 43 recensioni

Ristorante l'Angolo del Castello (Piazza San Francesco 9, Gallese) – reputazione 4/5 su 68 recensioni

Cose da fare: Fattoria didattica Cupidi (Via Vignarola 9, Gallese) – reputazione 5/5 su 6 recensioni; Chiesa di San Famiano – reputazione 4,5/5 su 7 recensioni; Museo e Centro Culturale Marco Scacchi – reputazione 5/5 su 1 recensione; Chiesa di S. Agostino – reputazione 5/5 su 1 recensione.

#### **airbnb.com**

Casa con vista a Gallese (di Rossana) - 3 letti

Nessuna esperienza proposta

#### **Inoltre da ricerche su Google**

Pizzeria/Pub Hard Doc Music Pub Ltd (Via Giuseppe Garibaldi 24, Gallese)

Bed & Breakfast Le Rose (V.le Italia 36, Gallese) – 4 posti letto <http://www.bedandbreakfastlerose.it/>

### **3.3 LE FORZE E LE RISORSE ATTUALMENTE IN CAMPO**

Gallese si presenta con una cittadinanza particolarmente attiva che partecipa alla vita sociale del comune attraverso Associazioni che a loro volta svolgono attività, incontri e contribuiscono all'organizzazione di eventi e manifestazioni. Sicuramente quindi le Associazioni sono un'indubbia risorsa per il territorio e per lo sviluppo turistico dell'area.

L'Amministrazione Comunale è una risorsa fondamentale per il suo ruolo di coordinamento e di promozione del territorio. Avendo commissionato il presente studio, è sicuramente un attore interessato al tema del turismo e sufficientemente reattivo. In effetti dovrà assumere il ruolo di coagulante per tutte le forze e risorse in campo.

Risorse importanti sono rappresentate dalle imprese del territorio, ed in primo luogo da quelle direttamente interessate alla ricettività ed alla ristorazione. Parliamo anche di tutte le potenziali imprese, alle possibili

Start Up, ai giovani del paese e di tutti coloro che possono dare un contributo anche originale all'attrattività turistica di Gallese.

La parrocchia ed i suoi fedeli sono anch'essi una risorsa per il turismo. Tengono vive le tradizioni religiose, le chiese, gli eventi. Da considerare anche l'ospitalità offerta dal parroco ai pellegrini che attraversano anche a piedi il comune.

Ovviamente per incrementare la presenza turistica a Gallese saranno necessari anche investimenti economici pubblici e privati, finanziamenti derivanti da bandi. L'identificazione delle azioni da svolgere, oggetto della seconda parte del piano, identificheranno gli investimenti necessari.

Per il momento possiamo citare due fonti di risorse economiche che potrebbero finanziare azioni utili al nostro obiettivo: il Gruppo di Azione Locale (GAL) Amerina Agro Falisco e il Bio-Distretto della Via Amerina e delle Forre. Nella seconda parte del piano verranno analizzate tali fonti.

Da considerare inoltre i bandi pubblicati dalla Regione Lazio sia per gli enti pubblici che per i privati nel campo del turismo e non solo; le possibilità offerte dalla CNA - Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa; i bandi nazionali ed europei.

Infine sono da considerare risorse a tutti gli effetti le azioni di promozione turistica che si possono combinare attraverso le collaborazioni con la Camera di Commercio di Viterbo, l'Agenzia Regionale per il Turismo, LazioInnova, l'ENIT.

### **3.4 COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO**

La competitività di un territorio si misura per confronto con altri territori simili. In genere queste analisi si eseguono per territori ampi come le nazioni, le regioni o le destinazioni d'area comunque vasta. Per queste tipologie di territori esistono già dati statistici e di sintesi che consentono di eseguire confronti e verifiche annuali. Ad esempio l'Index of Travel and Tourism, indice che consente una comparazione delle competitività delle destinazioni, considera 14 ambiti su cui si basa lo sviluppo turistico: il quadro normativo e legislativo, la sostenibilità ambientale, la sicurezza, la salute e l'igiene, la priorità del settore viaggi e turismo, le infrastrutture aeree, le infrastrutture di terra, le infrastrutture turistiche, le tecnologie informatiche e per la comunicazione, la competitività dei prezzi nel settore viaggi e turismo, le risorse umane, le affinità al settore viaggi e turismo, le risorse naturali, le risorse culturali.

Riportando questi ambiti ad un territorio comunale come Gallese, dovremmo misurare in primo luogo lo sforzo dell'Amministrazione per il turismo in termini di spesa, di comunicazione e di azioni, i progetti sulla sostenibilità ambientale e sulla sicurezza. Le altre voci sono state già analizzate nei paragrafi precedenti di questo capitolo ma andrebbero misurate e confrontate con le corrispondenti voci delle altre destinazioni vicine.

Nella seconda parte dello studio si procederà con un'analisi comparativa con le destinazioni limitrofe potenzialmente concorrenti, sulla base degli ambiti precedentemente citati.

### **3.5 ANALISI SWOT**

L'analisi SWOT è stata utilizzata per il progetto di promozione turistica del Comune di Gallese, come uno strumento di analisi e pianificazione. Consente di valutare i punti di forza (Strengths), le debolezze (Weaknesses), le opportunità (Opportunities) e le minacce (Threats) del progetto. L'analisi riguarda

l'ambiente interno, analizzando punti di forza e di debolezza, ed esterno, analizzando minacce ed opportunità. Si premette che l'analisi SWOT andrebbe svolta anche durante il processo di sviluppo del progetto di promozione turistica, attraverso opportune indagini, ed è un utile strumento per monitorare l'andamento stesso del progetto.

La matrice che è stata utilizzata è la seguente:

<b>Analisi SWOT</b>	<b>Qualità utili al conseguimento degli obiettivi</b>	<b>Qualità dannose al conseguimento degli obiettivi</b>
<b>Elementi interni</b>	Punti di forza	Punti di debolezza
<b>Elementi esterni</b>	Opportunità	Minacce

L'obiettivo specifico dell'analisi SWOT: trasformare il Comune di Gallese in una destinazione turistica attrattiva sia per il turista che per l'escursionista italiano e straniero.

Quindi si definiscono:

- Punti di forza: le attribuzioni della destinazione che sono utili a raggiungere l'obiettivo;
- Debolezze: le attribuzioni della destinazione che sono dannose per raggiungere l'obiettivo;
- Opportunità: condizioni esterne che sono utili a raggiungere l'obiettivo;
- Rischi: condizioni esterne che potrebbero recare danni alla performance.

I temi analizzati sono:

- Mobilità (trasporti, collegamenti, parcheggi)
- Qualità della vita e identità locale
- L'offerta turistica (ricettività, ristorazione, pacchetti, eventi)
- Patrimonio culturale, ambientale, sportivo, musicale, etno-antropologico

Analizziamo singolarmente i temi e verifichiamo i punti di forza e debolezza.

### **3.5.1 Mobilità**

Gallese ha sicuramente come punti di forza la vicinanza dell'uscita Autostradale Magliano Sabina sulla A1 a 13 km dal borgo e la stazione ferroviaria FS sulla linea Fiumicino – Roma – Orte a 3,5 km dal borgo che consente di raggiungere Roma in 1 ora e 20 e Fiumicino in 2 ore. Ma la stazione non ha un servizio navetta pubblico o privato dedicato che la collega al borgo.

I parcheggi nelle immediate vicinanze dell'ingresso al borgo sono sufficienti e gratuiti anche per un eventuale movimento turistico. Vista l'attrattività del borgo per i camperisti, si nota una mancanza di camper service nelle vicinanze del borgo anche se è presente un camper service a Gallese scalo (3,5 km dal borgo).

Il borgo è facilmente visitabile a piedi. Alcune attrazioni del territorio sono facilmente raggiungibili in auto e, per chi ama camminare, anche a piedi.

La vicinanza dell'uscita autostradale, della stazione e di altri centri vicini di buon richiamo turistico, sono sicuramente opportunità del territorio.

### **3.5.2 Qualità della vita e identità locale**

La comunità di Gallese è molto vivace ed organizza continuamente eventi. Molte Associazioni partecipano attivamente alla vita e alle iniziative del paese. Sicuramente la comunità è fortemente identitaria e questo è un fattore positivo.

Ma il turismo non è sentito dai cittadini come una vera fonte di economia per il paese. Quindi sono necessarie azioni formative/informative e sociali per far capire alla popolazione che la forte identità del paese può essere una opportunità per accrescere l'economia turistica. Inoltre è necessario mostrare quali opportunità il turismo può offrire alla comunità.

Sono da considerare opportunità le attività musicali, sportive, escursionistiche, e di visita che l'intera comunità può offrire.

### **3.5.3 L'offerta turistica**

La ricettività è abbastanza scarsa: l'agriturismo Giulia di Gallese, struttura ben organizzata e in grado di ospitare turisti stranieri, un B&B e due affittacamere. La ristorazione è ridotta a tre esercizi: due ristoranti e una pizzeria/pub. Di sicuro è un punto di debolezza di Gallese che però va di pari passo con un'offerta turistica generale e tematica praticamente inesistente, se si esclude un particolare circuito tematico sulla scienza olistica curato dall'agriturismo precedentemente citato.

Una minaccia può essere rappresentata dall'incremento di strutture ricettive extra-alberghiere disponibili nei comuni vicini a Gallese e ad eventuali offerte tematiche concorrenti.

Un punto di forza è rappresentato dai numerosi eventi organizzati dalla comunità di Gallese che, se ripensati per accrescere i flussi turistici ed escursionistici, possono portare vera economia turistica al paese.

### **3.5.4 Patrimonio culturale, ambientale, sportivo, musicale, etno-antropologico**

Abbiamo visto come l'offerta culturale del paese è particolarmente interessante se organizzata per i turisti e gli escursionisti. Le chiese, i palazzi con i loro cortili, le mura e le torri, i vicoli puliti e ben tenuti sono sicuramente una fonte di attrazione. Un'opportunità sarebbe offerta dall'apertura sistematica alle visite del palazzo ducale. Di interesse anche resti archeologici distribuiti sul territorio come le tagliate, le fortificazioni medioevali, gli ipogei, la via Amerina. A questi si uniscono i particolari e suggestivi paesaggi naturalistici, l'oasi del WWF, il fiume Tevere. L'insieme ambientale-culturale del territorio mostra una naturale vocazione per una offerta di escursioni a piedi che possono andare ben oltre il giro del pappagallo e l'itinerario dalla Via Amerina a Gallese.

Di particolare interesse il ciclo di manifestazioni legate a San Famiano che, insieme ai gemellaggi con altri luoghi frequentati dal Santo, possono offrire delle opportunità di sviluppo turistico.

Altre opportunità sono offerte dalla cultura musicale del paese (la banda, gli eventi celebrativi di alcuni noti musicisti di Gallese) e la disponibilità di impianti sportivi di un certo rilievo. Una debolezza allo sviluppo di queste tematiche è data sempre dalla mancanza di ricettività, in questo caso specifica per pellegrini, giovani sportivi e giovani musicisti.

### 3.5.5 Matrice SWOT

Analisi SWOT	Qualità utili al conseguimento degli obiettivi	Qualità dannose al conseguimento degli obiettivi
<b>Elementi interni</b>	<p><b>Punti di forza</b>                      Vicinanza Autostrada                      Stazione FS Orte – Roma – Fiumicino                      Parcheggi vicini al borgo                      Comunità vivace                      Calendario eventi molto ricco                      Patrimonio culturale e ambientale                      La cultura musicale (Associazioni, banda, personaggi celebri, eventi)                      Gli impianti sportivi                      La ex ferrovia Capranica - Orte</p>	<p><b>Punti di debolezza</b>                      Mancanza collegamento Stazione – borgo                      La comunità non vede il turismo come una fonte di guadagno                      Ricettività scarsa                      Ristorazione appena sufficiente                      Impossibilità visita palazzo ducale                      Mancanza di itinerari segnati, documentati e mantenuti                      Mancanza di visite guidate alla scoperta del borgo e del territorio                      Mancanza totale di promozione della destinazione su web e social                      Mancanza di materiale cartaceo progettato per il turismo</p>
<b>Elementi esterni</b>	<p><b>Opportunità</b>                      Vicinanza a borghi di interesse turistico                      Target interessati agli eventi, alla musica e allo sport                      Le comunità italiane e straniere fedeli a San Famiano                      Città gemellate</p>	<p><b>Minacce</b>                      L'aumentare delle strutture extra-alberghiere nei comuni limitrofi</p>

## 3.6 IDENTIFICAZIONE DEL TARGET

In primo luogo per impostare un'efficace azione di promozione turistica è necessario identificare i soggetti ai quali rivolgere il messaggio. Per farlo è necessario studiare attentamente il mercato, suddividerlo in segmenti omogenei e individuare quelli potenzialmente interessati alla destinazione. I target possono essere individuati per tipologia di età/agggregazione, per provenienza geografica, per interessi specifici. Ovviamente parliamo di miscele di questi tre ingredienti che generano target specifici a cui orientare una comunicazione dedicata attraverso i mezzi di comunicazione più idonei. Per la destinazione Gallese possiamo considerare idonei i seguenti target.

### 3.6.1 Per tipologia di età/agggregazione

#### OVER 65 (generazione baby boomers)

Hanno molto tempo a disposizione e non sono quindi frettolosi nelle scelte. Sono attivi, di classe media, con un buon livello culturale e un'ottima disponibilità finanziaria. Cercano esperienze personali e sono attratti dalla cultura locale. Sono attenti alla salute, al benessere ed alle comodità. Cercano destinazioni tranquille, aria buona, economicità, storia, cultura e cucina, brevi escursioni, borghi, musei, enogastronomia, eventi e sagre. Viaggiano tutto l'anno, da soli, in coppia, in piccoli e grandi gruppi, preferiscono alberghi a 3 o 4 stelle



a mezza pensione, B&B (per piccoli gruppi e coppie). E' un target che non va alla ricerca delle destinazioni, ma preferisce essere cercato dalle destinazioni.

#### Famiglia con figli 4-13 anni (genitori generazione millennials, figli nativi digitali generazione Z)

Internet e i social media (soprattutto Facebook) sono la loro principale fonte d'informazione. Interagiscono e chiedono informazioni a chi nella destinazione deve fornire loro servizi. Sono esigenti, guardano con attenzione i giudizi degli altri e danno importanza alla reputazione. Amano fare recensioni. Cercano cultura, natura e attrazioni per i ragazzi. Hanno una certa autonomia economica e cercano una vacanza attiva orientata ai figli con un pizzico di avventura. Preferiscono una mobilità in autonomia, viaggiano nei weekend e nei ponti di primavera e autunno. Sono orientati verso B&B, agriturismo e piccoli alberghi, mezza pensione con street food a pranzo. Sono interessati a escursionismo leggero, natura, fattorie didattiche e parchi avventura, borghi, eventi e attività ludiche per i ragazzi, sagre e feste. E' un target che cerca la destinazione.

#### Coppia giovane over 25 (generazione millennials)

Internet e i social media sono la loro principale fonte d'informazione. Sono esigenti, guardano con attenzione i giudizi degli altri e danno importanza alla reputazione. Amano fare recensioni. Cercano atmosfere romantiche, avventura, esperienze. Preferiscono la vacanza attiva e sono cultori del cibo e del vino. Preferiscono una mobilità in autonomia, viaggiano nei weekend e nei ponti di primavera e autunno. Preferiscono B&B e piccoli alberghi. Sono interessati agli aspetti romantici dei borghi, ai ristoranti, alla natura, a eventi e sagre. E' un target che cerca la destinazione.

### **3.6.2 Per provenienza geografica**

#### Il turista vicinale

E' il turista che si muove dalle aree circostanti la destinazione anche da luoghi che possano giustificare la permanenza notturna. In questa categoria rientrano anche i camperisti che si muovono nei weekend primaverili e autunnali alla ricerca di destinazioni autentiche. Le regioni più interessate sono, in primo luogo il Lazio e l'Umbria e a seguire l'Abruzzo, le Marche e la Toscana. Provengono da località che si trovano al massimo a 2/3 ore di viaggio in auto. Si informano sulle destinazioni, sono più inclini alla ripetitività della visita (fidelizzazione), utilizzano strutture ricettive anche extra alberghiere. Inoltre, è da queste stesse regioni che si genera un forte movimento escursionistico giornaliero.

#### Il turista italiano extra vicinale

E' il turista itinerante che inserisce la destinazione in viaggi anche di pochi giorni che si svolgono nei ponti medio-lunghi primaverili e d'inizio estate. E' anche il turista che viaggia in gruppo in bus organizzati. E' un target più generico per il quale è necessario creare pacchetti specifici per gruppi, o itinerari ben descritti e dettagliati che includono anche altre destinazioni e orientati a singoli, coppie e famiglie.

#### Il turista straniero

Nel triennio interessato dal piano non è prevedibile un'azione di promozione per il turista straniero a meno di settori specifici ben individuati: gemellaggi, paesani emigrati, camminatori (Via Amerina), giovani musicisti o sportivi, fedeli di San Fiamano. Oppure stranieri attratti da specifiche esperienze pubblicizzate su canali dedicati (esempio: experience di airbnb) e che fanno capo come destinazione di riferimento a Roma.

### 3.6.3 Per interessi tematici

#### Turismo naturalistico

Sono la curiosità e la scoperta delle risorse autentiche di un territorio a motivare al viaggio l'ecoturista che è generalmente informato già prima della partenza e predilige una ricettività diffusa ed alternativa (B&B ed agriturismo). Appartiene a questo segmento l'amante del trekking: colui che percorre sentieri per esplorare ed osservare il panorama, ammirarne la flora e la fauna, e per ricercare momenti di pace a diretto contatto con la natura. Per questo tipo di turista l'infrastruttura "sentiero" è ovviamente fondamentale, e deve essere ben curata e segnata, oltre che documentata con cartografia adeguata, guide specifiche, App, mappe digitali e tracciati GPS. Gallese presenta un territorio idoneo ad intraprendere un percorso di costruzione di una rete di sentieri e itinerari naturalistici.

#### Turismo culturale

La cultura è qui intesa non solo in termini di arte, archeologia e monumenti, ma è anche in termini di usi, tradizioni, saperi, espressioni, costumi di un popolo, che ne costituiscono pertanto la sua dimensione immateriale ed intangibile. Il successo turistico di un luogo, oggi, è direttamente proporzionale alla ricchezza della diversità culturale posseduta. Sulla base di questa accezione più ampia di cultura, quindi, il turista culturale non è solo colui che visita musei e luoghi d'arte, ma è soprattutto colui che cerca un'esperienza di viaggio che lo faccia entrare nello spirito del luogo, che gli consenta di essere protagonista e non solo spettatore. Ad esempio, sono turisti culturali non solo coloro che visitano i siti archeologici o le ville e i palazzi nobiliari, ma anche coloro che partecipano alle varie manifestazioni come sagre, manifestazioni musicali, ecc. Gallese ha tutte le carte in regola per attrarre questo tipo di turista se si lavora su una vera offerta sul tema.

#### Turismo enogastronomico

Oggi l'esperienza gastronomica, l'assaggiare i piatti o i prodotti tipici delle località visitate, sta diventando sempre più un aspetto centrale del turismo, tanto nelle motivazioni e nei desideri di chi viaggia quanto nell'offerta. Il turismo enogastronomico è uno dei settori in più forte espansione soprattutto nel nostro Paese, che finalmente inizia a rivalutare - in alcuni casi a scoprire - il suo eccezionale patrimonio. Se pensiamo a quanto sia diffusa la fama gastronomica dell'Italia, nonché alla grande differenziazione regionale che rende ogni "sconfinamento" in località anche poco lontane una vera e propria scoperta in termini di sapori e tradizioni, è facile capire quale sia il potenziale delle diverse località turistiche italiane note e meno note, anche in termini di stagionalizzazione dei flussi turistici. Gallese può lavorare su questa tema, esprimendo il meglio dell'offerta enogastronomica locale e magari creando dei nuovi motivi di attrazione.

#### Turismo sportivo

Il turismo sportivo è da diversi anni un settore in forte crescita. Il turismo sportivo offre in effetti la possibilità di completare l'offerta turistica di un qualsivoglia territorio diventando quindi fonte di ricchezza e occupazione. Le attività che rientrano in questo fenomeno sono numerose, fra queste ricordiamo il turismo legato a manifestazioni agonistiche di particolare rilevanza, il turismo legato agli eventi sportivi per i giovani e le associazioni, il turismo legato alle preparazioni atletiche, il turismo dedicato a chi vuole svolgere attività sportive standard, originali o avventurose. Nel caso specifico di Gallese ci sono ottime potenzialità per via degli impianti sportivi presenti ma anche per altre attività come l'equitazione e gli sport acquatici come la canoa (sul Tevere). Mancano però strutture ricettive che possano andare bene per questo tipologia di turismo.

### Turismo di formazione

Laboratori, stage, corsi di perfezionamento offrono ad una destinazione la possibilità di ospitare giovani e non solo. In particolare a Gallese è possibile organizzare un'offerta dedicata al mondo della musica avendo associazioni, esperienze, eventi, personaggi famosi che possono creare la giusta attrazione. Ma non è l'unico settore di attrazione se pensiamo alle attività svolte dall'Agriturismo o da alcune associazioni. Mancano però strutture ricettive che possano andare bene per questa tipologia di turismo.

### Turismo scolastico

Le scuole rappresentano un target interessante. Arte, natura e cultura sono le maggiori motivazioni che spingono al viaggio d'istruzione di più giorni che prevede varie destinazioni o alla gita giornaliera. Gallese ha delle caratteristiche in parte idonee a questo target come la Fattoria didattica e gli impianti sportivi, ma manca di un'offerta completa e di una proposta dedicata.

### Turismo religioso

La fede e la devozione sono alla base del turismo religioso che è orientato alla visita dei luoghi religiosi come santuari, chiese, conventi, abbazie, eremi ed altre tipologie di luoghi sacri. Ovviamente il fedele/turista è attratto anche delle bellezze artistiche, culturali e architettoniche offerte dai luoghi sacri e dal contesto in cui sono questi collocati (naturalistico o urbano). Gallese ospita il santuario di San Famiano che sicuramente è la prima fonte di attrazione per i fedeli/turisti e non solo per i pellegrini.

## **3.7 DEFINIZIONE DEI CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE**

La comunicazione è lo strumento che consente di segnalare al potenziale turista le qualità attrattive della destinazione, in modo da invogliarlo alla visita. Per operare una buona comunicazione turistica è necessario creare notorietà della destinazione agendo sull'immaginario collettivo. E' fondamentale posizionare correttamente l'offerta scegliendo gli strumenti giusti per i target che si vogliono raggiungere. E' necessario enfatizzare la presenza di attrazioni uniche rendendole visibili e fruibili. E' importante inoltre assicurare i turisti nei confronti di particolari rischi e difficoltà. In primo luogo è quindi necessario facilitare l'accesso a tutte le informazioni sulla destinazione, sui servizi offerti, sui collegamenti e sui trasporti, facilitando l'attività di prenotazione.

L'efficacia della comunicazione dipende in larga misura dal suo contenuto che deve essere in grado allo stesso tempo di attirare l'interesse dei target, catturarne l'attenzione, far crescere il desiderio nei confronti della destinazione e stimolarne l'azione di visita ed eventualmente di prenotazione. In funzione di questo si definiranno le forme di comunicazione, i titoli, i testi, le immagini.

## **3.8 SELEZIONE DEI CANALI E DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE**

La promozione turistica si realizza attraverso una comunicazione che segue sia i canali tradizionali che i canali digitali, con una forte tendenza verso i canali più utilizzati dai "nuovi" turisti. Nel 2025 la maggior parte dei turisti apparterrà alla generazione dei nativi digitali cioè di coloro che oggi usano lo smartphone per la maggior parte delle proprie azioni di ricerca, acquisto, recensione.

Oggi per fare promozione turistica non è più sufficiente creare una bella brochure o un bel sito. E' necessario comunicare continuamente sui social, fidelizzare il potenziale turistica, condividere immagini. Tutto questo per far crescere il desiderio di un viaggio/escursione nella nostra destinazione.

Vediamo quali strumenti di comunicazione utilizzare.

### 3.8.1 Strumenti tradizionali

Gli strumenti tradizionali non possono essere ancora abbandonati, nonostante la forte tendenza verso il digitale, perché hanno tuttora la loro efficacia e possono essere utili per creare l'informazione di base utile per la comunicazione sugli strumenti digitali.

Un'abitudine da prendere è la redazione di comunicati stampa da mandare alle redazioni di riviste cartacee e online, media ed enti pubblici sovraordinati. Per ogni occasione (eventi, aperture di luoghi, passeggiate, escursioni, visite guidate, laboratori, ecc.) dovrà essere redatto un comunicato stampa poi ripreso in news sul web e post sui social.

Anche un video promozionale del borgo e del territorio può avere molta efficacia se pubblicato su youtube. Per questo tipo di prodotto è necessario rispondere a certi canoni tipici della comunicazione video turistica.

Grande efficacia per far scoprire una destinazione è la pubblicazione su una rivista di turismo anche specializzato su un certo target (per esempio: riviste per camperisti). E' necessario parlare con le redazioni proponendo l'ospitalità per il giornalista ed eventualmente il fotografo. Si possono eventualmente pagare anche dei redazionali. E' ipotizzabile realizzare anche un press tour con giornalisti, influencer, blogger. Meno efficaci le pubblicità sui quotidiani in quanto si rivolgono ad un target troppo generalista e locale, oltre ad essere costosa.

Sono molto utili per un uso in loco materiali cartacei come una miniguia in italiano e in inglese e una mappa a strappo leggera che contenga sia la mappa urbana che la mappa del territorio con gli itinerari di visita.

Per le fiere, workshop B2B e educational tour (dedicati ai tour operator italiani e stranieri) è necessario prima far crescere l'imprenditoria turistica locale, attore principale per questo tipo di strumenti atti a promuovere il territorio con una vera e concreta offerta commerciale.

Fra gli strumenti tradizionali possiamo inoltre citare la pubblicità in TV e la pubblicità per radio. Il target è però troppo generalista ed il costo elevato.

### 3.8.2 Strumenti digitali

In primo luogo è necessario che Gallese abbia un proprio sito web di promozione turistica dove proporre la destinazione, le sue peculiarità, le cose che si possono fare, i dintorni. Questo sito deve essere sia in italiano che inglese. Il sito può essere anche una sezione del sito del comune purché identificabile anche in modo indipendente rispetto al sito istituzionale. Particolare cura dovrà essere posta anche sulla descrizione di Gallese su Wikipedia, oggi non disponibile, magari proposta in più lingue. Da verificare anche la presenza di Gallese sui siti di promozione della Regione o della Camera di Commercio e sui siti specifici di turismo tematico.

Un'attività da svolgere è la raccolta di mail list utili per la promozione: liste di target specifici, liste di visitatori che sono già stati a Gallese, liste contatti media, liste agenzie turistiche, ecc. A questa segue un'attività di invio sistematico di news e newsletter. Il processo è sufficientemente economico ma essendo diretto, richiede una particolare attenzione per la privacy. Per evitare l'effetto spamming è inoltre necessario utilizzare strumenti professionali per l'invio massivo di mail.

Un'altra attività necessaria e impegnativa è dedicata alla promozione della destinazione sui social network più noti come: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube. Questa attività richiede la produzione continua e sistematica di news, testi descrittivi, foto, video, da distribuire sui social. Il costo vivo di promozione è quasi

nullo a meno che non si voglia utilizzare gli strumenti di promozione previsti dai social (ad esempio: le inserzioni di Facebook) che comunque non risultano particolarmente onerosi.

E' possibile utilizzare anche gli strumenti di pubblicità di Google che possono avere una buona efficacia raggiungendo target specifici. I costi sono però dinamici nel tempo perché dipendono dal numero di click sull'inserzione. Non si esclude inoltre la possibilità di acquistare banner pubblicitari su portali web specifici o generalisti.

E' importante verificare con sistematicità i vari OTA (Booking, Airbnb, ecc.) e MetaMotori (Tripadvisor, ecc.) per controllare che ci siano tutte le informazioni sugli operatori privati e sui luoghi di visita e che la reputazione sia sempre alta.

### **3.9 MISURAZIONE DEI RISULTATI**

Il monitoraggio e la successiva revisione dei risultati di una campagna di comunicazione turistica, sono attività essenziali per capire in quale misura le diverse azioni abbiano raggiunto gli obiettivi prefissati. Consentono inoltre di individuare eventuali criticità che permettono di apportare correzioni e integrazioni al piano di comunicazione.

La misurazione dei risultati deve essere fatta quindi in modo regolare e sistematico, partendo con l'individuazione di parametri di cui si raccoglieranno in primo luogo le misure a freddo, cioè prima dell'azione di comunicazione vera e propria. Queste saranno le misure di riferimento con le quali verificare per confronto le misure successive alle azioni di comunicazione. E' intuitivo che il monitoraggio richiede almeno tre/cinque anni per verificare i risultati di un'azione di comunicazione in campo turistico.

I parametri da analizzare per Gallese sono relativi alle effettive presenze per quanto riguarda: ricettività, ristorazione, eventi, visite guidate, laboratori, attività sportive, ecc. Importanti sono inoltre i questionari da somministrare a visitatori e turisti, molto utili per verificare l'attrattiva della destinazione e il grado di soddisfazione del visitatore. L'Amministrazione dovrà istituire un vero e proprio osservatorio sul turismo che avrà la funzione principale di gestire il piano di promozione e di monitorare i risultati nel tempo.

Nella seconda parte dello studio, verranno identificate le modalità di monitoraggio e gli obiettivi da raggiungere.