



Progetto Immersione

Premessa

Obiettivo principale del progetto

Il progetto intende valorizzare:

- a. **I prodotti del territorio:**
 1. Vino Cesanese del Piglio
 2. Olio
 3. Corticchie (biscotti tipici di Acuto)
- b. **I Ristoranti dove poter gustare i prodotti**
- c. **Le ricette tipiche**
- d. **I Cammini che passano sul territorio:**
 1. Via Francigena nel sud variante Prenestina/Casilina
 2. Ciclabile
 3. Strada del Cesanese
 4. Cammino religioso del Papa,

L'obiettivo è quello di promuovere il "Cammino nel Territorio del Cesanese" che attraversa i Comuni dell'area e che per ogni tappa valorizza: Cantine, Aziende produttrici di Olio, Ristoranti e Strutture di Accoglienza.

La promozione di ciascuno di questi "beni" che il territorio possiede deve servire a caratterizzare l'identità del territorio e, viceversa, le caratteristiche del territorio, adeguatamente espresse, devono servire a valorizzare i beni che gli attori del territorio curano, producono e offrono.

Le azioni previste nel progetto

Il progetto è concepito come un processo di formazione-intervento®: tre workshop e periodi di project work intermedi

- 18.11.2025 Condivisione percorso
- 26.11.2025 Primo workshop di progettazione partecipata con le organizzazioni per la promozione territoriale dei prodotti e delle strutture prescelte
- 26.11.2025 – 19.12.2025 Project work, raccolta materiali, analisi delle piattaforme in essere, progettazione cartellonistica**
- 19.12.2025 Secondo workshop di progettazione partecipata con i produttori dei prodotti prescelti, degustazione dei prodotti e rilevazione immagini
- 19.12.2025 – 27.12.2025 Project work su caricamento informazioni e immagini
- 28.12.2025 Terzo workshop passeggiata in bici sulla ciclabile, da Serrone e da Anagni ad Acuto e possibile installazione cartellonistica
- 28.12. 2025 – 07.01.2026 completamento progetto e rendicontazione

ANALISI

L'Analisi documentale

L'analisi sugli strumenti di Comunicazione in essere è finalizzata a verificare se vi è una rappresentazione del territorio, dei produttori, dei prodotti, delle pietanze, dei ristoratori e dei Cammini, omogenea, che consenta a chiunque acceda e dovunque si acceda la risposta sia omogenea, completa e attraente per il target turistico a cui si punta, condivisa dai cittadini residenti e coerente con l'identità territoriale nella quale essi si riconoscono.

1. Analisi storica

A valle del progetto di marketing territoriale effettuato nel 2007 con gli attori del territorio, l'assetto che si era costruito, anche grazie all'accesso a diversi finanziamenti pubblici, era così articolato:

- un sito web dell'Associazione dei Comuni SER.A.F con la rappresentazione delle specificità territoriali del Cesanese
- un sito web di marketing territoriale con la rappresentazione sia del territorio che del patrimonio culturale detenuto da ciascun Comune associato
- un sito web istituzionale identico per ogni Comune con un link che riporta al sito web dell'Associazione e al sito web del marketing territoriale
- una serie di Laboratori di Marketing territoriale presenti nei Comuni del territorio (Montimark e Borghimark) aperti ai giovani per alimentare i siti web (spazi attrezzati con PC e Internet)



I laboratori di marketing territoriali sono stati chiusi, rimane qualche targhetta fuori ai locali che erano stati utilizzati. I siti comunali sono stati rifatti, ma la maggior parte dei Comuni ha scelto un fornitore diverso. I due siti web trasversali (associazione e marketing territoriale) non sono stati più alimentati perché non pagati. Se non trasferiamo rapidamente altrove tutti i contenuti caricati negli anni, perderemo un patrimonio di informazioni e immagini di grande pregio così come è avvenuto per i siti web comunali.

1. Analisi situazione esistente

Abbiamo analizzato i siti web esistenti per capire cosa veicolano sui piani su cui il progetto intende intervenire

- I siti web dei Comuni
- I siti web delle Associazioni
- I siti web delle Aziende
- Il sito della Provincia e della Regione
- Il sito della DMO Alta Ciociaria

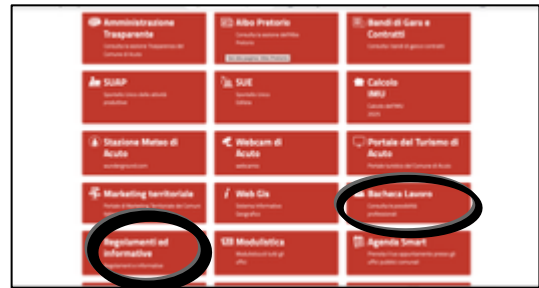
1. Analisi dei siti web dei Comuni

a. Comune di Acuto

La tecnologia del sito web istituzionale del Comune di Acuto è stata realizzata da un gruppo di tecnici bolognesi (MYCITY :<https://www.mycity.it/home>, commercializzata da Gaspari

Sul sito istituzionale del Comune, sono presenti i collegamenti a:

- Turismo (promuove le chiese di Acuto)
- MKT di SERAF



b. Comune di Piglio

La tecnologia del sito web istituzionale del Comune di Acuto è stata realizzata da un gruppo di tecnici bolognesi (MYCITY :<https://www.mycity.it/home>,) commercializzata da Gaspari.

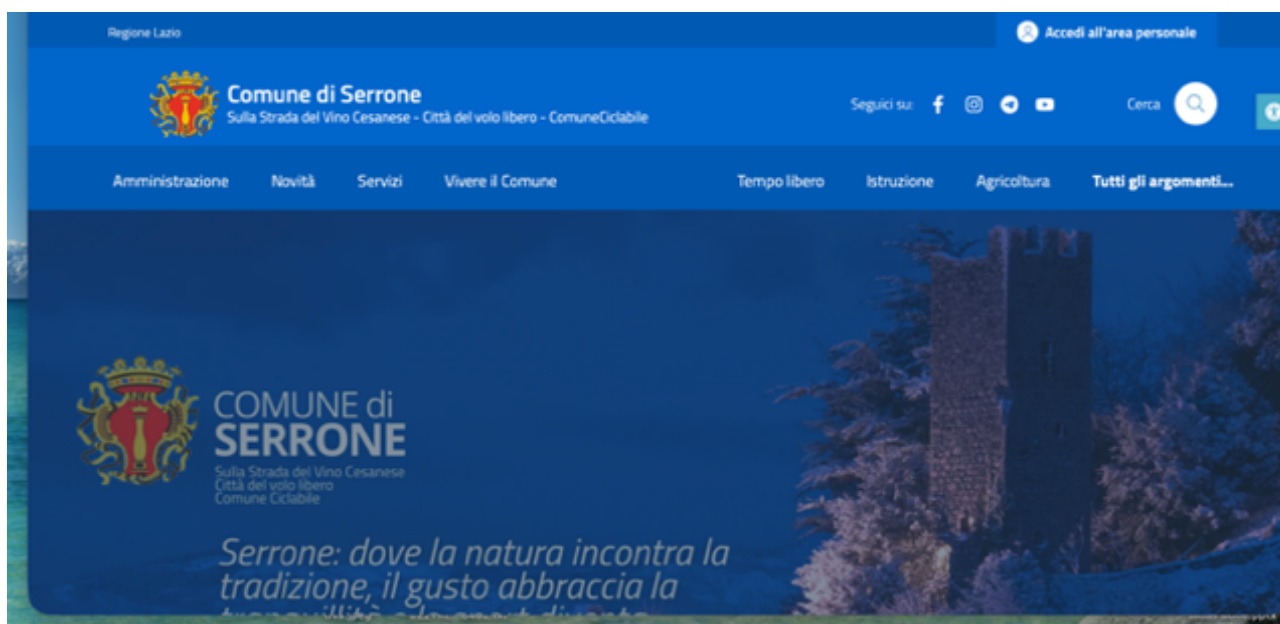
Sul sito istituzionale del Comune vi è anche la possibilità di accedere al sito turistico all'interno del quale:

1. c'è il collegamento al tema dell'ABD del Cesanese con i link ai siti di SERAF e del progetto del 2007
2. c'è il collegamento al Sito web della Strada del Vino Cesanese,
3. c'è la pagina rappresentativa del prodotto Vino, delle sue caratteristiche e del progetto partito nel 2007 circa l'ABD
4. sono indicate anche alcune trattorie di Piglio
5. sono descritti alcuni Cammini



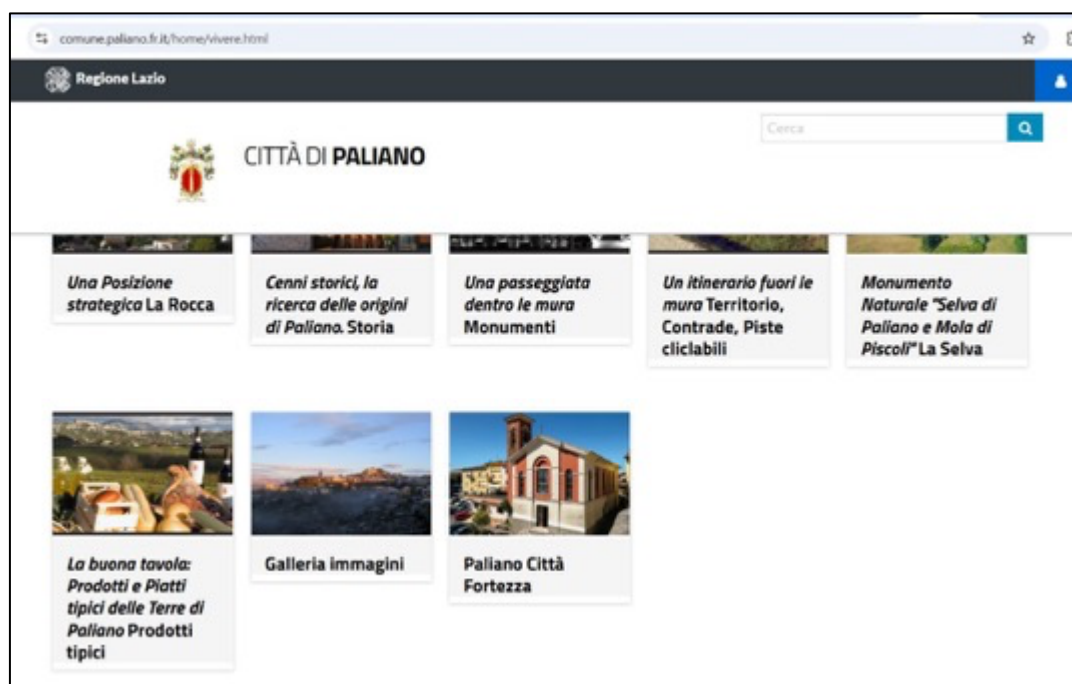
c. Comune di Serrone

La tecnologia del sito web istituzionale del Comune di Serrone è stata realizzata da We-Com Srl. Una pagina del sito descrive la storia di Serrone e le chiese e i monumenti presenti.



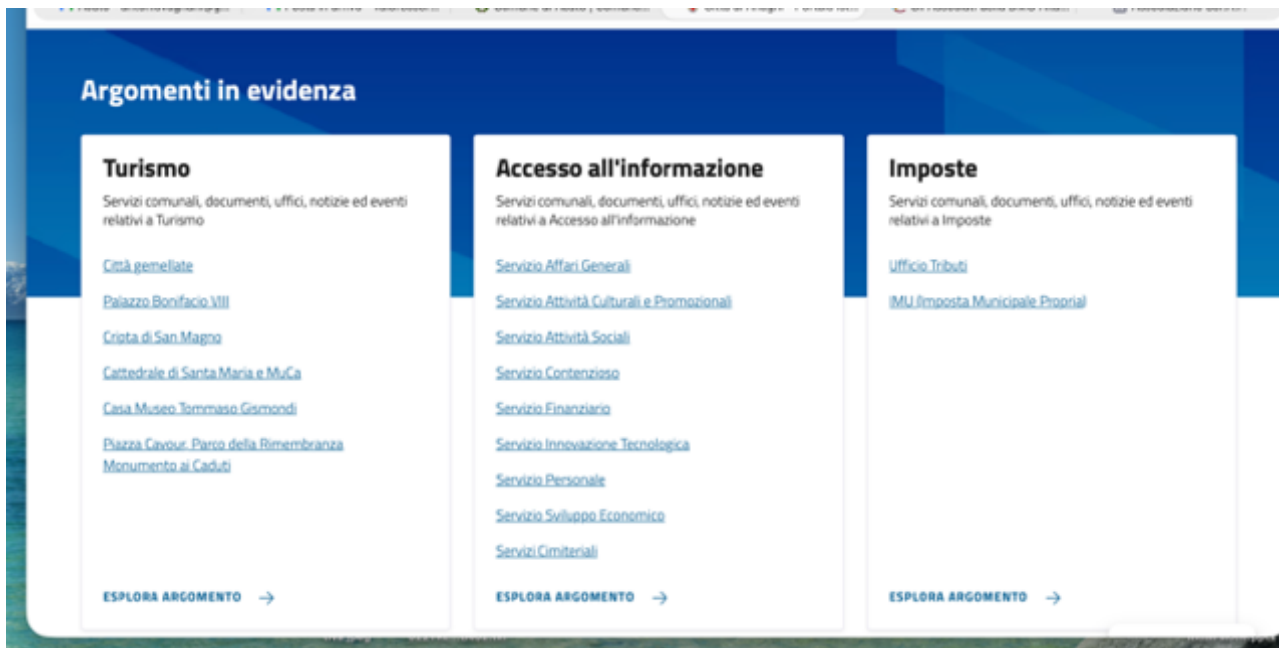
d. Comune di Paliano

La tecnologia del sito web istituzionale del Comune di Paliano è stata realizzata da Magnolia. Su Vivere a Paliano ci sono due box descrittivi (itinerari e prodotti). Il tratto è generico e Paliano centrico.



e. Comune di Anagni

La tecnologia del sito web istituzionale del Comune di Anagni è stata realizzata da Yes I Code. Sul sito è presente una sezione Turismo e nella sezione “vivere il Comune” ci sono altre informazioni. La scelta di base è fare il censimento delle chiese e degli immobili storici.



Sintesi dell'Analisi sui siti web comunali

I Siti Comunali sono stati realizzati da Imprese informatiche diverse:

- a. My City (Acuto e Piglio)
- b. We-Com Srl (Serrone)
- c. Magnolia (Paliano)
- d. Yes I Code (Anagni)

Il taglio è prevalentemente “comunale” . Solo il Comune di Piglio ha un sito Turistico, affiancato a quello istituzionale, che descrive un po’ il territorio senza sottolineare troppo la caratterizzazione comunale. Esso è peraltro l’unico che riporta all’ABD del Cesanese di SERAF e al portale web di Marketing territoriale di SER.A.F. Mentre i Comuni di Paliano, Serrone, Piglio e Acuto, accennano al vino Cesanese, Anagni non lo considera proprio

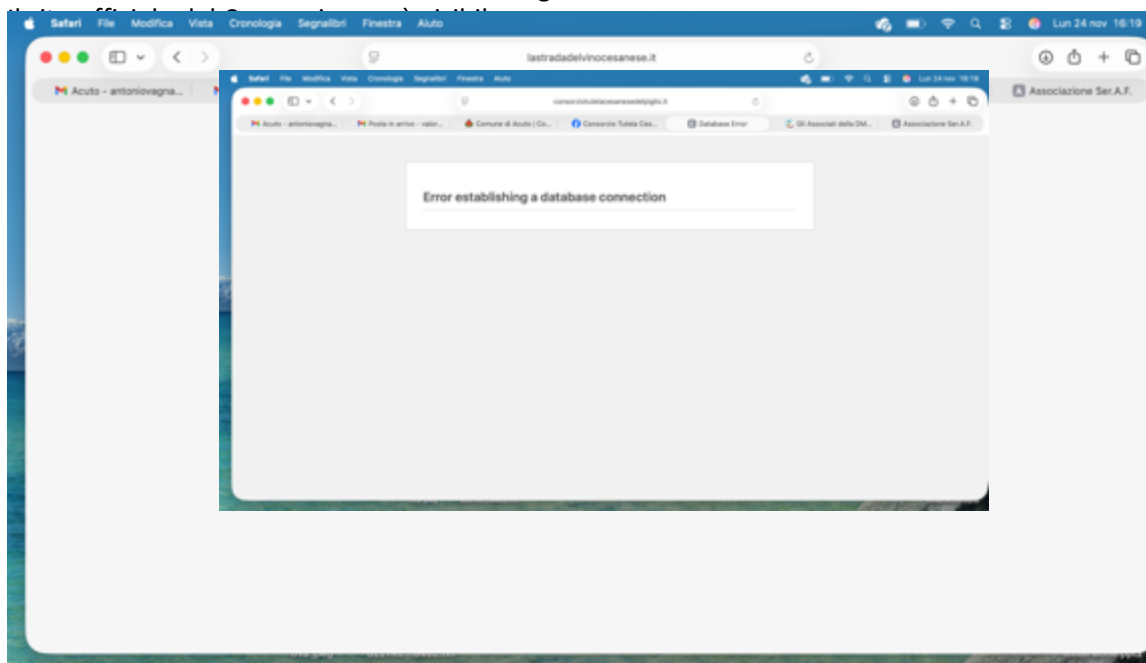
Nessun Comune riporta adeguatamente la Strada del Vino Cesanese e fa cenno ai produttori, almeno quelli più importanti, e nessuno indica il legame tra i Comuni per via del disciplinare del Cesanese. L’accento alla ciclabile è limitato al tragitto e non all’accoglienza. Della Francigena nel Sud c’è un accenno su Piglio, ma con rimando al sito di AEVF.

L’accoglienza non è menzionata. E’ prevalente il taglio del censimento delle chiese e dei monumenti. Ad Anagni ciò è stimolato oltremodo dalla ricchezza che il territorio detiene al riguardo.

L’olio non è trattato come un bene prodotto sull’intero territorio e gli ulivi non sono menzionati come elemento del paesaggio. Il paesaggio peraltro non è valorizzato come un bene.

2. Analisi dei siti web delle Associazioni

a. Il Consorzio di Tutela del Cesanese del Piglio



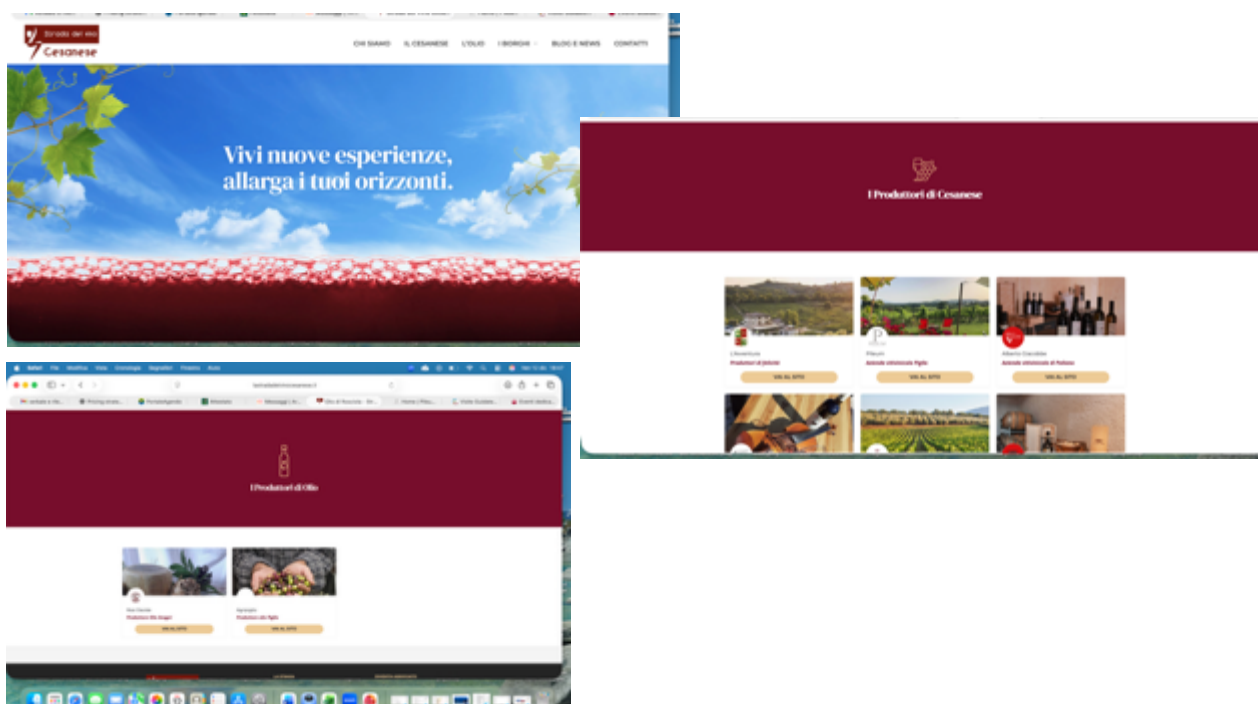
Il sito web; www.consorziotutelacesanesedelpiglio.it è irraggiungibile.

Ne parla un po' un altro sito web:

<https://www.turismodop.it/consorzio-dop-igp/consorzio-per-la-tutela-e-la-valorizzazione-del-vino-cesanese-del-piglio/>

Il Consorzio di tutela del Cesanese di Olevano Romano nasce a novembre 2025 e non ha ancora un sito web da consultare.

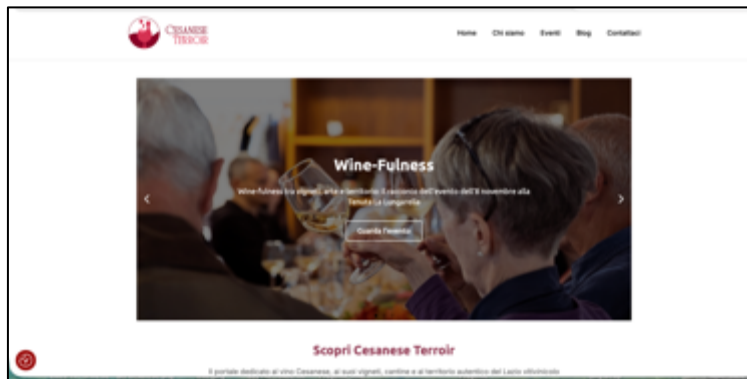
b. La Strada del vino Cesanese ha un sito web <https://www.lastradadelvinocesanese.it/>. Vi è anche una pagina facebook della "Strada" che presenta prevalentemente gli eventi



Il sito web riporta i produttori sia del Cesanese che dell'Olio associati ed il collegamento ai rispettivi siti. Inoltre, contiene anche una breve rappresentazione del territorio dei Comuni del disciplinare. Dal nome dell'Associazione ci si immagina di trovare anche una "mappa" che indichi la strada da percorrere per arrivare alle diverse cantine associate.

La Strada del Vino Cesanese è in realtà un'Associazione che si occupa della promozione del vino e un po' del territorio in cui esso è prodotto. Vi sono anche riportati alcuni ristoranti.

c. Cesanese Terroir



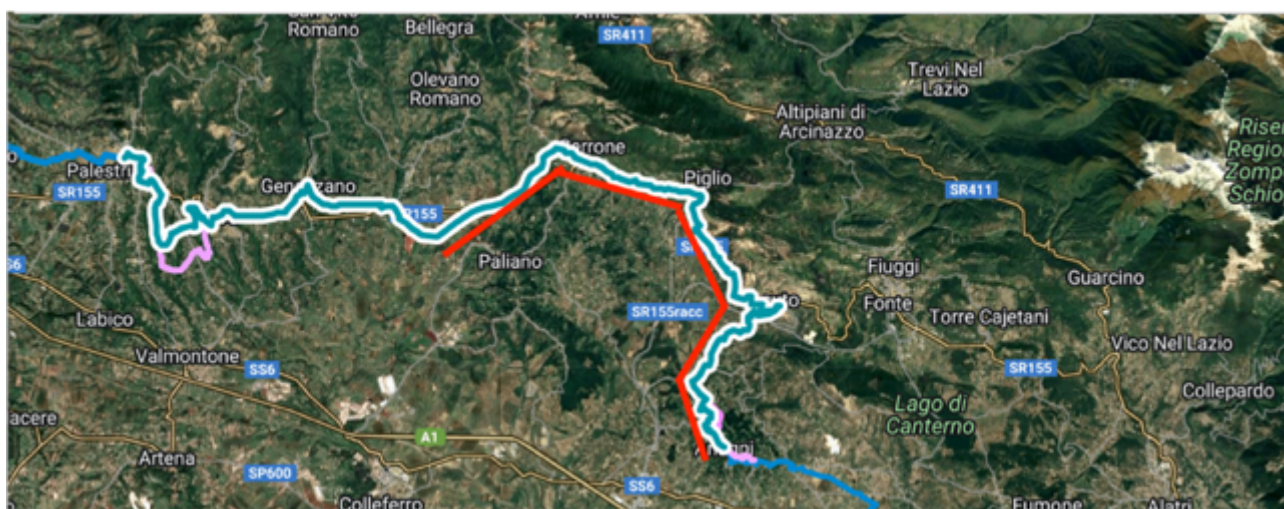
C'è questa ulteriore realtà che sarebbe il caso di approfondire considerate le proposte e le attività poste in essere. Dal sito web non si capisce chi gestisce questo sito e per quale finalità lo fa.

3. i Cammini

a. Via Francigena nel sud – variante Prenestina/Casilina (ciclabile)

Mappatura del tracciato ciclabile della Via Francigena nel Sud variante Prenestina/Casilina realizzato dalla Regione Lazio

La tracciatura della variante ciclabile è stata realizzata dalla Regione Lazio e contiene anche gli elementi di ottimizzazione. Nel tratto da Piglio ad Acuto coincide con la ciclovia



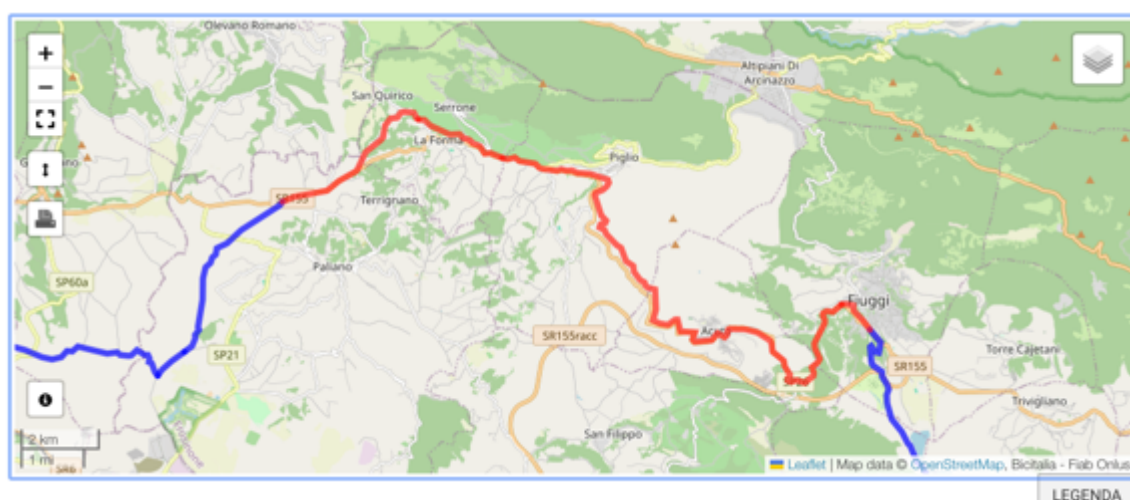
b. Via Francigena nel sud – variante Prenestina/Casilina (pedonale)

Mappatura del tracciato pedonale della Via Francigena nel sud variante Prenestina/Casilina, realizzato nel 2016 con i tecnici dei Comuni aderenti a SERAF nell'ambito del progetto Francigena Verso Sud, finanziato dalla Regione Lazio. Ciò ha consentito l'Accreditamento a livello regionale della variante, ma non ancora il riconoscimento di AEFV e del Consiglio d'Europa.



c. Ciclovia Paliano Fuggi: Bicitalia.org

La Ciclovia segue l'antico tracciato ferroviario della Linea che da Fuggi portava a Palestrina. Nel tratto Piglio-Acuto, si sovrappone al tracciato ciclabile della Francigena



Il percorso è rilevabile da: <https://www.bicitalia.org/it/percorsi/91-pista-ciclabile-fiuggi-palano>

Sintesi della Comunicazione sui Cammini

Troviamo informazioni sulla ciclabile, ma no sulla francigena nel Sud.

Per la ciclabile

1. il percorso è indicato anche in formato gps,
2. le singole tappe del percorso con informazioni circa le caratteristiche e le eventuali difficoltà che si possono incontrare
3. in alcuni casi viene brevemente descritto il territorio circostante

Per la ciclabile usata come tracciato della Francigena nel Sud conosciamo quelle indicazioni regionali circa i miglioramenti che i Comuni dovrebbero apportare sul tracciato di competenza

Non c'è un rapporto tra i due percorsi, peraltro coincidenti da Paliano ad Acuto, con il percorso che qualcuno si immagina passi dai vigneti o dalle cantine.

Il percorso ciclabile è indicato, ma considerato un'opportunità sportiva e quindi delegata a chi va in bicicletta piuttosto che usata dai Comuni o dalle aziende vitivinicole per attrarre un turismo slow che usa la bici per le visite nei vigneti e nelle cantine.

La Comunicazione degli altri Enti



Visit Lazio

Singola pagina con una breve descrizione del prodotto

Provincia di Frosinone



Singola pagina con una breve descrizione del prodotto, della zona di produzione e delle caratteristiche

ARSIAL



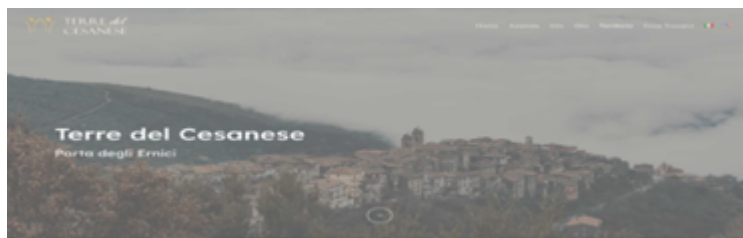
Pagina con la descrizione generale del prodotto e il Disciplinare

Sintesi sulla Comunicazione degli altri Enti

Sui siti analizzati troviamo essenzialmente informazioni sul prodotto e sulle sue caratteristiche.

5. La Comunicazione delle aziende produttrici

a. Azienda Terre del Cesanese



Questa nasce come un consorzio, ma ora la gestiscono un paio di aziende produttrici. Essi promuovono il prodotto tramite la promozione del territorio e del Cesanese in generale. Usano peraltro un nome che richiama il territorio prima dei prodotti e dei servizi in vendita.

Il nome dell'azienda può confondere. Ci si immagina di conoscere le Terre, mentre è un'azienda che produce vini.

b. Le tre terre Antiche Cantine Mario Terenzi



In queste descrizioni si “respira” l’orgoglio della terra che accoglie in vino. Naturalmente poi prevale il messaggio di vendita del prodotto

6. La Comunicazione dei prodotti sul sito DMO Alta Ciociaria



La scelta fatta dalla DMO è quella proporre pacchetti turistici offerti da alcune Aziende di Serrone, Paliano e Piglio. Esse offrono direttamente i pacchetti turistici per una visita ai vitigni o alle cantine. Alcune aziende offrono anche la permanenza per qualche giorno. Alcune indicano il prezzo di degustazione del vino e di prodotti locali e alcune rimandano l’indicazione del prezzo ad una specifica negoziazione diretta. Nel sito web alcune offerte sono proposte da un’agenzia turistica che funge da intermediario tra la potenziale clientela e le imprese del territorio. Sarebbe da approfondire il rapporto su questo piano tra l’azione della DMO e quella della Strada del Cesanese.

Il Cammino delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene.



(<https://collineconeglianovaldobbiadene.it/cammino-delle-colline-del-prosecco/>)

Analizzando il sito web si evince:

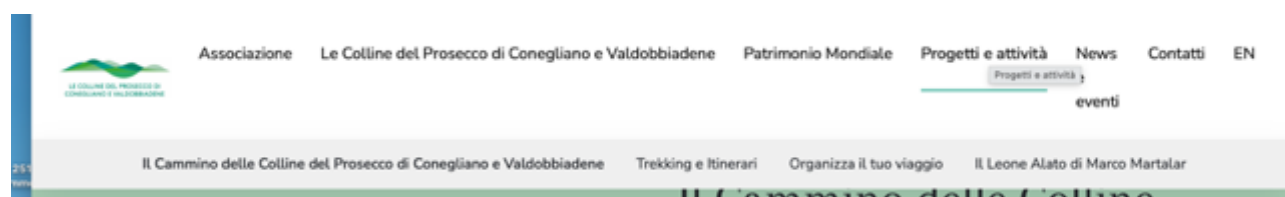
1. Vi è un'Associazione che gestisce il Cammino e che pertanto indica:
 - a. struttura,
 - b. come aderire,
 - c. il Piano di Gestione
 - d. Il rendiconto semestrale delle attività (aggiornato ad ottobre 2024)



2. Vi è la rappresentazione dell'Area di produzione e del territorio



3. Sono rappresentati i progetti e le iniziative



4. Rispetto al Cammino:
 - a. Sono indicate le tappe
 - b. Vi è un Regolamento

c. la Credenziale ed i punti dove timbrarla



PRIME CONCLUSIONI

Prime ipotesi sulle cose da fare rispetto al progetto.

- a. Andrebbe chiarito il rapporto tra l'Associazione Strada del Vino Cesanese e DMO Alta Ciociaria. Se un'azienda come Terenzi (ad esempio) è presente nel sito di entrambe le Associazioni dovrebbe presentare la stessa proposta. Altrimenti la presenza nel sito dell'Associazione Strada del Vino indica la sua qualità di socio e la presenza in quella della DMO indica l'impresa offerente di un pacchetto turistico.
- b. Andrebbe definito un Cammino tra le Cantine o tra i vitigni visitabili per poterlo promuovere come "Cammino" e andrebbe definito il rapporto tra il Cammino che passa dalle Cantine e i due Cammini esistenti: la Ciclabile e la Francigena nel Sud,
- c. I Cammini che passano sul territorio andrebbero descritti come ha fatto Conegliano, solo che in questo caso sul territorio ne passano almeno tre (ciclabile, Francigena e Cesanese)
- d. I prodotti del territorio (dovrebbero essere descritti e riportati in tutti i siti allo stesso modo)
 - Vino Cesanese del Piglio
 - Olio
 - Corticchiozze
- e. I Ristoranti dove poter gustare i prodotti (andrebbe integrato l'elenco di Piglio, con quello della DMO)
- f. Le ricette tipiche (andrebbero raccolte, descritte e riportate in tutti i siti)
- g. L'identità del territorio (andrebbe scritto un testo e condiviso per poi essere posto in ogni sito, accanto alle personalizzazioni comunali)
- h. Va ottimizzata e integrata la cartellonistica sul territorio perché attualmente la cartellonistica della Strada del vino Cesanese in alcuni casi è da ripristinare, ma soprattutto non si capisce la mappa a cosa si riferisce (non si trova negli archivi) e capire se essa indica un vero e proprio Cammino tra le cantine
- i. Vanno integrate le cartellonistiche dei diversi Cammini ed esse vanno collegate con un QRCode con un sito che consenta l'approfondimento delle conoscenze sia degli stessi cammini che di quello che si può vedere e fare lungo tali Cammini.
- j. Va probabilmente scelto un sito web comune a cui la cartellonistica si collega per dare le informazioni necessarie similmente a quel sistema usato per il progetto Incontro dei Santi per il Cammino di San Benedetto tra Roccasecca e Montecassino.

Alcune iniziative possono essere fatte con le poche risorse del progetto Immersione. Le altre possono entrare a far parte di un piano condiviso tra i Comuni e realizzato mano a mano che si trovano le risorse per realizzarlo con la progressività del caso.

La Segreteria di SER.A.F. può sviluppare intanto, nell'immediato, un certo coordinamento delle imprese informatiche che lavorano per i Comuni per garantire un filo rosso tra i contenuti che sono inseriti sui siti comunali.

Con le imprese produttrici va sviluppato un percorso di promozione collettiva affiancando il lavoro proprio della Strada del Cesanese.

Le ipotesi formulate potranno essere oggetto di riflessione comune nella riunione prevista per il 19 dicembre p.v.

Segreteria SERAF
12.12.2025