SISTEMA TURISTICO DELLA CITTA' DI APRILIA

PROGRAMMA DI SVILUPPO TURISTICO 2022-2023

DOCUMENTO STRATEGICO

Parte 1 - Analisi del territorio, delle risorse e dei prodotti turistici

1.1. Analisi di contesto: territorio, demografia ed economia 2

1.2. Analisi del contesto turistico 4

1.3. Analisi dei Flussi Turistici 7
1.3.1 La vocazione turistica della Città
1.3.2 Dati su flussi turistici 8

1.4 Il sistema infrastrutturale locale: raggiungibilità della città e potenziale bacino d'utenza 9

1.5. Mappatura degli Operatori 10

1.6. Analisi SWOT della Città 19

1.7. Esigenze dei Turisti reali e potenziali 20

Allegato 1 – Schede tecnica Associazione
Allegato 2 – Scheda tecnica Struttura ricettiva

Documento redatto da **Tiziana Marinelli** – Destination Manager, nell'ambito della consulenza attivata dal Comune di Aprilia con la determinazione n. 251 del 14/12/2021 "**AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI SUPPORTO TECNICO E SPECIALISTICO AL III SETTORE ISTRUZIONE, CULTURA E SOCIALE – SERVIZIO CULTURA, PER ATTIVITÀ DI SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELLE PECULIARITÀ CULTURALI, AMBIENTALI, ENOGASTRONOMICHE COSTITUENTI L'ATTRATTIVA TURISTICA DEL TERRITORIO APRILIANO – CIG: Z8C3429767."**

Analisi del territorio, delle risorse e dei prodotti turistici

1.1 Analisi di contesto: territorio, demografia ed economia

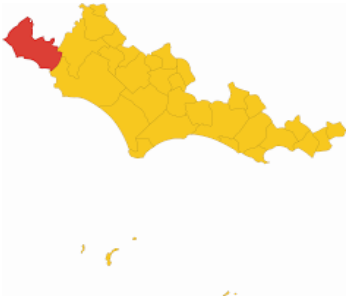
La Provincia di Latina è divisa in 33 Comuni ed ha una popolazione di circa 500 mila abitanti. Si estende su una superficie di 2.250 km. La città di Latina è la capitale della provincia, è stata fondata nel 1932. Conta 5 distretti: Monti Lepini, Aprilia-Cisterna, Fondi-Terracina, Latina e Formia-Gaeta; in quest'ultimo distretto sono comprese le isole pontine (Zanone, Gravi, Palmarola, Ponza, Ventotene e Santo Stefano).

Aprilia è la più giovane città della provincia di Latina, fondata il 25 aprile 1936 fu la quarta città costruita durante la bonifica dell'agro pontino, oggi rappresenta la quarta città più popolosa del Lazio ed è il secondo centro della provincia per numero di abitanti. Fu elevata a rango di città con decreto del Presidente della Repubblica il 29 ottobre 2012. A vocazione agricola è tuttavia sede di numerose industrie.

Superficie 178,11 km² **Popolazione** 73.429 abitanti (censimento 2016), di cui **9.021** stranieri (12,3% della popolazione residente).La comunità straniera più numerosa è quella proveniente dalla **Romania** con il 52,0% di tutti gli stranieri presenti sul territorio, seguita dall'**India** (16,7%) e dall'**Ucraina** (2,1%). **Patrono** San Michele Arcangelo (29 settembre) http://italia.indettaglio.it/ita/lazio/aprilia.html

Si trova a circa 38 Km da Roma, 25 km da Latina, 132 Km da Viterbo, 138 Km da Rieti e 81 Km da Frosinone. Confina con Anzio(RM), Ardea (RM), Ariccia (RM), Cisterna di Latina, Lanuvio(RM), Latina, Nettuno(RM), Velletri(RM) https://www.tuttitalia.it/lazio/84-aprilia/statistiche/

Di seguito si riportano delle cartine illustrative relativa al Comune di Aprilia, per poi procedere all'analisi territoriale.



Comuni confinanti *(o di prima corona)*	*distanza*	*popolazione*
Lanuvio (RM)	10,1 km	13.152
Ardea (RM)	11,1 km	48.365
Anzio (RM)	11,9 km	52.373
Nettuno (RM)	12,1 km	47.576
Ariccia (RM)	14,7 km	18.182
Velletri (RM)	15,0 km	52.943
Cisterna di Latina	15,0 km	35.506
LATINA	24,8 km	126.612

Del comune di Aprilia fanno parte anche le frazioni di Apriliana **(6,10 km),** Apriliana Sud **(6,50 km),** Buon Riposo **(4,97 km),** Camilleri **(3,20 km),** Camilleri – Vallelata **(3,86 km),** Campo del Fico **(10,15 km),** Campo del Fico – Sele **(7,72 km),** Campo di Carne **(4,18 km),** Campoleone **(6,17 km),** Campoleone Scalo **(5,76 km),** Campoverde **(11,34 km),** Carano **(8,41 km),** Casalazara **(8,45 km),** Casalazzara **(10,38 km),** Case sparse **(-- km),** Cogna **(7,83 km),** Colle Cavaliere **(13,17 km),** Colle Oliva **(7,44 km),** Colli del Sole **(7,57 km),** Corsira **(13,17 km),** Cossira **(12,86 km),** Due Case **(4,99 km),** Fossignano **(9,39 km),** Genio Civile **(6,44 km),** Giannottola **(8,33 km), G**iglio **(9,97 km),** Guardapasso **(2,39 km),** Il Rimessone **(5,61 km),** Isole **(4,58 km),** Lampione **(8,68 km),** Leda **(4,25 km),** Miculan **(9,88 km),** Orfanotrofio **(4,79 km),** Pantanelle **(7,14 km),** Pontoni **(4,29 km),** Pozzo dell'Inferno **(10,23 km),** Riserva Nuova **(2,87 km),** Rutuli **(6,17 km),** Sassi Rossi **(6,34 km),** Sele **(9,06 km),** Spaccasassi **(5,34 km),** Torre Bruna **(8,44 km),** Torre del Padiglione **(5,89 km),** Tre Colli **(6,82 km),** Tufetto **(4,19 km),** Vallelata **(3,20 km),** Vallelata Centrale **(2,77 km),**Vallelata Nord **(3,68 km).**

Il Comune fa parte dell'Associazione Infioritaliae del Movimento Patto dei Sindaci e risulta essere gemellata con le seguenti città:

- Pergola, dal 1991 - Nella pagina wikipedia non è riportato il gemellaggio con Aprilia
- Mostardas, dal 1996
- Buja, dal 1997
- Montorio al Vomano, dal 2000
- Sciacca, dal 2003
- Ben Arous, dal 2003
- Tulcea, dal 2003
- Cingoli, dal 2004
- **Aldeno, dal 2019**

I suddetti gemellaggi rappresentano importanti opportunità da non trascurare, per i progetti di scambio tali da arricchire l'offerta turistica per gli operatori turistici. Un esempio pratico è rappresentato dall'associazione dei Trentini del Lazio (Aprilia-Ardea-Pomezia) promotori del gemellaggio con la città di Aldeno. All'associazione è collegata la pubblicazione "Radici Pontine", un elemento identitario importante per il territorio.

Lo stemma rappresenta un campo di cielo a cinque rondini di nero al volo spiegato, in formazione di cuneo rovesciato e risulta essere ben descritto nel sito del Comune: https://www.comune.aprilia.lt.it/home/entrare/la-citta/lo-stemma/

L'8 febbraio 2001, la città riceve la **medaglia di bronzo al merito civile** (onorificenze concesse dalla Repubblica Italiana al fine di "premiare le persone, gli Enti e i Corpi che si siano prodigati, con eccezionale senso di abnegazione, nell'alleviare le altrui sofferenze o, comunque, nel soccorrere chi si trovi in stato di bisogno): Aprilia fu infatti luogo di episodi di resistenza civile
«Situato in posizione strategica, durante l'ultimo conflitto mondiale fu teatro di feroci battaglie fra i due eserciti che se ne contendevano l'occupazione. Nonostante gli ingenti danni all'abitato e alle infrastrutture, la popolazione sopportò gli enormi disagi con grande spirito di sacrificio e si adoperò instancabilmente nella difficile opera di ricostruzione.» Aprilia (LT), gennaio-giugno 1944

Nonostante la sua **vocazione agricola**, che si manifesta a tutt'oggi attraverso uno sfruttamento qualificato delle risorse, soprattutto in tre direttrici (vitivinicola - si trovano coltivazioni che si estendono per 3700 ettari di vino Denominazione di origine controllata **DOC,** la quale è nota per le varietà di vini prodotti come il Trebbiano, Merlot, Sangiovese e Abbuoto; florovivaistica; colture specializzate come il kiwi), Aprilia è considerata il **polo industriale** della provincia di Latina.

Nel territorio sono presenti importanti associazioni di categoria, quali Unindustria Aprilia, Consorzio Artigiani Aprilia ed il **CIAP** – Consorzio Industriali Aprilia, oltre ad importanti Aziende private, di seguito elencate (per dimensione fatturato 2017: > 10 m. euro) che operano o hanno delle sedi nel Comune di Aprilia:

SIMMENTHAL KRAFT FOODs ITALIA S.P.A.
ANGELINI PHARMA (Farmaceutico)
RECORDATI S.P.A. (Farmaceutico)
EUROSPIN LAZIO SPA (Distribuzione)
ABBVIE S.R.L. (Farmaceutico)
PFIZER CONSUMER MANUFACTURIN G ITALY S.R.L. (Farmaceutico)
UNISPAD PETROLI S.P.A (Prod. petrolio)
WYETH LEDERLE S.R.L. (Farmaceutico)
ISTITUTO BIOCHIMICO ITALIANO GIOVANNI LORENZINI (Farmaceutico)
CATALENT ITALY S.P.A. (Chimica-Farmaceutico)
DP LUBRIFICANTI - S.P.A. (Biocarburanti)
R.I.D.A. AMBIENTE S.R.L. (Recupero dei rifiuti urbani)
TRASIMENO S.P.A. (Enogastronomia)
CASALE DEL GIGLIO AZIENDA AGRICOLA S.R.L. (Enogastronomia)
INDUSTRIA LATTICINI G.CUOMO - S.R.L. (Enogastronomia)
VEA S.R.L. (Arredo)
Elenco completo con dettaglio del fatturato annuo reperibile su
https://www.companyreports.it/comune/aprilia/1

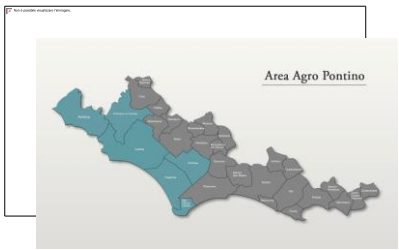
Nel 2015 le 4251 imprese operanti nel territorio comunale, che rappresentavano il 10,82% del totale provinciale (39304 imprese attive), hanno occupato 19494 addetti, il 15,95% del dato provinciale (122198 addetti); in media, ogni impresa nel 2015 ha occupato quattro persone (4,59).

Resta ancora molto esigua la nuova imprenditoria, sia per numero di start-up che di PMI innovative. Dopo Latina, è invece la **seconda città della Provincia, per numero di imprese culturali e creative.**

ATECO		totale
18.12.00	Altra stampa	18
74.20.19	Altre attività di riprese fotografiche	13
47.62.10	Commercio al dettaglio di giornali, riviste e periodici	11
74.10.29	Altre attività dei disegnatori grafici	11
58.14.00	Edizione di riviste e periodici	7
73.11.01	Ideazione di campagne pubblicitarie	6
47.61.00	Commercio al dettaglio di libri nuovi in esercizi specializzati	5
18.13.00	Lavorazioni preliminari alla stampa e ai media	4
33.13.01	Riparazione e manutenzione di apparecchiature ottiche, fotografiche e	4
26.40.01	Fabbricazione di apparecchi per la riproduzione e registrazione suono e immagini	3
47.43.00	Commercio al dettaglio di apparecchi audio e video in esercizi specializzati	3
59.11.00	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi	3
18.14.00	Legatoria e servizi connessi	2
47.78.37	Commercio al dettaglio di articoli per le belle arti	2
59.20.10	Edizione di registrazioni sonore	2
85.52.01	Corsi di danza	2
90.01.09	Altre rappresentazioni artistiche	2
46.43.30	Commercio all'ingrosso di articoli per fotografia, cinematografia e ottica	1
46.49.20	Commercio all'ingrosso di libri, riviste e giornali	1
47.59.60	Commercio al dettaglio di strumenti musicali e spartiti	1
47.63.00	Commercio al dettaglio di registrazioni musicali e video in esercizi specializzati	1
47.78.31	Commercio al dettaglio di oggetti d'arte (incluse le gallerie d'arte)	1
47.79.20	Commercio al dettaglio di mobili usati e oggetti di antiquariato	1
58.11.00	Edizione di libri	1
60.20.00	Programmazione e trasmissioni televisive	1
74.10.21	Attività dei disegnatori grafici di pagine web	1
74.10.90	Altre attività di design	1
74.20.20	Laboratori fotografici per lo sviluppo e la stampa	1
90.02.01	Noleggio con operatore di strutture ed attrezzature per manifestazioni e spettacoli	1
90.02.09	Altre attività di supporto alle rappresentazioni artistiche	1
90.03.02	Attività di conservazione e restauro di opere d'arte	1
90.04.00	Gestione di teatri, sale da concerto e altre strutture artistiche	1

1.2 L'analisi del contesto turistico

Il contesto turistico della Città può essere letto sotto molteplici punti di vista.



In ambito regionale la città si trova in provincia di Latina e più precisamente all'interno dell'area della così detta Area Pontina. Bonificata nel 1937, la fascia pianeggiante corrisponde al 75% dell'intera superficie territoriale della Provincia e si estende per 55 mila ettari.

I comuni provinciali che vi ricadono sono:
Aprilia; Cisterna di Latina; Latina; Pontinia; Sabaudia;San Felice Circeo.

Secondo quando descritto dal report dell' ISNART per la Camera di Commercio di Latina , le destinazioni dell'Agro Pontino e le loro unicità possono essere esplorate e vissute attraverso il seguente itinerario **turistico culturale**, che parte proprio dalla città di Aprilia:

• **Giorno 1**
Partenza da Roma verso Aprilia, splendida cittadina concepita nel 1800. Arrivati, visita alla Chiesa di San Michele Arcangelo e Santa Maria Goretti, costruita negli anni '30 del 1900. All'interno, tra le tante opere, il dipinto intitolato "Giustizia, Temperanza, Prudenza" in onore delle virtù cardinali e una Madonna in legno proveniente dal Trentino. Segue visita del monumento ai caduti della Seconda Guerra Mondiale e della tomba mausoleo della famiglia Garibaldi in località Carano Garibaldi, inserita in un ambiente naturale e ambientale che conserva le caratteristiche tipiche della campagna romana/pontina. Pranzo in ristorante tipico. Altri importanti percorsi escursionistici a Aprilia riguardano la scoperta dei tesori archeologici (presso l'antica città di Satricum, il cui primo insediamento risale all'età del ferro) e della Storia del Comune (visita all'antica Tenuta Torre del Padiglione, eretta nel XV secolo dal duca Alfonso II di Calabria, in occasione della guerra tra Papa Sisto IV e il re di Napoli Ferdinando III d'Aragona). Nel pomeriggio, spostamento da Aprilia a Cisterna di Latina e visita di Palazzo Caetani, risalente al 1564 e commissionato all'architetto Francesco da Volterra. Segue visita del cinquecentesco Palazzo Renzi e del Palazzo della Confraternita delle Anime del Purgatorio, poi della Chiesa di Santa Maria Assunta, che custodisce la canoviana statua di San Rocco e il ligneo crocifisso settecentesco. Infine, escursione a Ninfa e visita dei Giardini di Ninfa, 8 ettari di parco naturale con 1.300 specie di piante, recentemente proclamato dal New York Times "Il giardino più bello del mondo". Cena in ristorante tipico e pernottamento in hotel. Anche il trekking richiama i turisti a Cisterna di Latina, infatti il percorso fino a Norma, sui Monti Lepini-Ausoni, permette di attraversare uliveti e ammirare il panorama sul mare con le isole pontine. Ripercorrendo la stessa via, si raggiunge l'ingresso all'oasi naturale di Pantanelle, parco di 100 ettari che ospita l'ambiente originario delle Paludi Pontine prima della bonifica integrale. Da ricordare, inoltre, il percorso in canoa lungo il fiume Cavata per gli amanti degli sport acquatici.

• **Giorno 2**
Partenza da Cisterna di Latina verso Latina, ribattezzata "La città del Novecento" poiché fondata nel 1932 per volontà del regime Fascista come binomio perfetto tra campagna e città dell'epoca. Arrivati, visita al Museo della Terra Pontina, che ripercorre la storia dell'Agro Pontino dalla pre-bonifica alla sua antropizzazione ed al Palazzo del Municipio che ospita la "Dafne" di Elisabetta Majo ed una fontana con la sfera in travertino del 1939. Segue pranzo in ristorante tipico. Nel pomeriggio, visita al Palazzo del Governo, impreziosito all'interno dal porfido e dal marmo verde delle Alpi e con all'esterno iscrizioni con testi di Plinio il Vecchio e di Mussolini, ed escursione al lago di Fogliano con visita al giardino ottocentesco dei Caetani. Cena in ristorante tipico e pernottamento in hotel. La tradizione sportiva fascista ha influenzato l'identità turistica di La-tina, che si contraddistingue per il running con la "Circeo Run", gara podistica di circa 10 km dal litorale alle alture del Parco Nazionale del Circeo per poi scendere nei centri storici, seguendo i vicoli, e tagliare il traguardo con una vista mozzafiato sul lungomare. Poi, è importante l'alle-namento a corpo libero, promosso con l'evento "Runtastic" nel Parco Natura. Un'ora da trascor-rere all'aria aperta, allenandosi e concludendo con lo stretching per distendere e allungare i mu-scoli.

• **Giorno 3**
Partenza da Latina verso Sabaudia, facente parte del Parco Nazionale del Circeo, una delle più antiche aree naturali protette d'Italia. Arrivati, visita alla Villa di Domiziano, gioiello archeologico che si estende su un lembo di terra proteso verso il Lago di Sabaudia all'interno del Parco. Visita della Riserva Naturale Rovine di Circe e del borgo di Villa Fogliano, segue pranzo in ristorante tipico. A Sabaudia è possibile coniugare il turismo allo sport, grazie alla "Circeo National Park Trail", competizione di running campestre pianeggiante di 11 km che attraversa il parco, le strade e le famose dune di Sabaudia, permettendo ai corridori di godersi appieno la natura. Nel pomeriggio, spostamento a San Felice Circeo, incastonato a metà promontorio nel cuore del Parco Nazionale del Circeo. Visita al Centro Storico, della Torre e del Convento Templare. Segue visita alla Chiesa di Santa Maria degli Angeli ed alla Chiesa dell'Immacolata, quest'ultima realizzata nel 1954. Al termine, cena

in ristorante tipico e pernottamento in hotel. Il Parco Nazionale del Circeo è il luogo di maggior promozione del turismo sportivo nella Provincia di Latina, in primis del running grazie alla "Circeo Run" che parte dalle sue alture fino ad arrivare al litorale per un percorso complessivo di 10 km. Poi, importante è il trekking al Picco di Circe sul promontorio del Monte Circeo da cui ammirare le Isole Pontine, il Golfo di Gaeta e la spiaggia di Sabaudia (spiaggia di Torre Paola).

Il **Turismo Sportivo e dell'Outdoor** possono essere un altro filo conduttore da seguire. L'ultimo rapporto del Coni afferma che **Latina è, dopo Roma, la provincia del Lazio con il più alto numero di società sportive sul territorio (617)**, che disciplinano, promuovono e tutelano lo sport anche in funzione del turismo. La provincia è dotata di impianti sportivi tra comunali, scolastici e privati sparsi per i comuni, che evidenziano una cultura ramificata dello sport fin dalla giovane età. Di questi, subito dopo Latina che ne conta 133, ,ne troviamo, la più alta concentrazione ad Aprilia e Terracina con ben 64 strutture.

Pur non essendo inclusa in percorsi trekking di rilievo o nel cammino della Via Francigena, il mondo delle **escursioni** trova massima espressione nell'area **dell'Agro Pontino**, partendo proprio dal comune di **Aprilia** che organizza vari itinerari:

• "**Sulle tracce di Satricum**: alla scoperta dei tesori archeologici" (partenza dalla frazione di Campoverde per visitare la Parrocchia S. Pietro in Formis, antica Domus Culta ovvero insediamento agricolo circondato da poderi contadini del 750 d.C. Visita al lago del Monsignore, area archeologica del borgo di Campoverde e dell'antica città di Satricum, il cui primo insediamento risale all'età del ferro.);
• **"Inseguendo Aprilia: lungo i sentieri della Storia"** (visita al suggestivo complesso monumentale Menotti-Garibaldi, dove riposano insieme alle spoglie del Generale Menotti Garibaldi, primogenito del grande eroe risorgimentale, la moglie con i figli. Si prosegue per la riscoperta degli antichi mestieri locali nella proprietà Scardala, dove i visitatori potranno osservare l'ampia collezione di attrezzi e mezzi agricoli d'epoca. Infine, visita all'antica Tenuta Torre del Padiglione, eretta nel XV secolo dal duca Alfonso II di Calabria, in occasione della guerra tra Papa Sisto IV e il re di Napoli Ferdinando III d'Aragona.).

• **"Tra i monumenti di Aprilia: passeggiata nella storia"** (visita della Piazza e Chiesa di S. Michele, della Sala Manzù, centro culturale di conferenze e mostre periodiche, della statua della Dea Cibele situata presso l'entrata della Biblioteca Comunale. Si prosegue per la visita della Chiesetta di Sant'Antonio Abate, edificata nel 1697 dal principe Borghese in occasione della visita di Papa Innocenzo XII a Carroceto durante il viaggio a Nettuno. La chiesa fu distrutta nella Seconda Guerra Mondiale e successivamente ricostruita. Al termine, partenza verso Campoverde per la visita dell'antichissima macchia mediterranea naturale e ritorno in hotel e/o luogo di partenza e termine servizi.).

In ambito cittadino, sono stati sviluppati degli itinerari che riprendono i caratteri identitari della Città.
Aprilia è infatti soprattutto **memoria storica**. In memoria della Battaglia di Aprilia, avvenuta a seguito dello Sbarco di Anzio delle truppe alleate del 22 gennaio 1944, viene raccontata alle attuali generazioni, la storia drammatica di quattro mesi di scontri avvenuti sul territorio, attraverso la valorizzazione turistica del territorio e della sua storia, promuovendo nel contempo una nuova formula di turismo: Il **turismo della memoria**.
L'itinerario della memoria si propone di ripercorrere tutti i luoghi più significativi degli avvenimenti che interessarono la città di Aprilia a seguito dello sbarco alleato a Nettuno. I percorsi sono attrezzati secondo le esigenze dei visitatori, che ad oggi hanno fatto registrare un flusso di turismo proveniente da vari Paesi come Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Brasile, Canada, etc. Il richiamo ai singoli avvenimenti che hanno caratterizzato ogni sito sono disponibili grazie alla installazione di Totem con relativo grafico "QR.

Altri tre **itinerari tematici cittadini** sono proposti all'interno della guida "Aprilia, Paesaggi e Personaggi":
il centro, l'Acqua e la Terra. Tre diverse chiavi di lettura dello stesso ambito, che possono ulteriormente **espandersi anche al di fuori del contesto cittadino**, collegando ad esempio, l'itinerario dell'Acqua alla futura stazione termale di Santo Stefano e al litorale Pontino; l'itinerario della Terra al Museo Manzù ed alle aree archeologiche presenti nei Comuni limitrofi.

1.3 Analisi dei Flussi Turistici

Aprilia è una città dell'agro-pontino ed ha una vocazione turistica ancora molto sottostimata con potenzialità inespresse e grande fermento culturale legato alla presenza di numerose realtà associative che si impegnano, a vari livelli, nell'animazione territoriale e nel preservare la memoria storica del luogo.

Da quanto riferito da operatori locali, Aprilia è una destinazione molto nota ai flussi turistici provenienti da Europa e America, legati alla città per le vicende della Seconda Guerra Mondiale. Flussi che già arrivano in città ma di cui spesso non si hanno notizie e, soprattutto, difficili da monitorare perché non vi è un operatore di riferimento nella città stessa con conseguenti difficoltà a convogliarle ad utilizzare maggiormente i servizi turistici della città, attraverso delle proposte turistiche mirate.

1.3.1 Dati su flussi turistici

Secondo i dati ISTAT, la provincia di Latina nello specifico ha registrato oltre 2 mln di presenze nel 2018 (con un aumento del +9,2% rispetto al 2017) a fronte di 640 mila arrivi.
Essa rappresenta il 6% delle presenze in regione, il maggior flusso turistico dopo Roma e provincia, con una prevalenza invece della clientela turistica italiana (oltre 1,9 mln).

La componente straniera (circa 220 mila presenze) proviene principalmente da:

1. Germania (32 mila);
2. Russia (29 mila);
3. Stati Uniti (22 mila).

In questo contesto, infatti, la provincia di Latina si posiziona solo al penultimo posto rispetto alle altre province del Lazio.

Gli ultimi dati statistici riportano che **l'area pontina ha registrato 1,6 mln di presenze a fronte di 478 mila arrivi** con oltre 1.900 imprese turistiche operanti. La sua ricettività si caratterizza per **288 strutture con 12 mila posti letto (di cui il 73,2% extralberghiere tra B&B, campeggi ed alloggi in affitto).**

Considerato tra i maggiori poli produttivi della Regione Lazio, attualmente nella città di **Aprilia** si registrano ancora **poche presenze turistiche**, che hanno tuttavia un'elevata incidenza internazionale dovuta alla presenza di grandi aziende Si rileva una incidenza più bassa dei pernottamenti (1-2 notti) con permanenze medie più basse di quella regionale. Per quanto riguarda l'occupazione netta alberghiera delle camere, i livelli sono estremamente bassi e mostrano come il turismo regionale, al di fuori di Roma, sia in sofferenza nonostante i dati in crescita, visto il mancato raggiungimento di limiti accettabili di vendita annuale.

Ad oggi non è possibile reperire informazioni più precise sull'entità e la composizione dei flussi turistici della città. Ciò che viene confermato dai dati pervenuti dalle strutture turistiche della città, è che i flussi sono sia italiani che stranieri, con una bassa permanenza media e con una motivazione prevalente legata a lavoro o altro (salute) ma si rileva anche una bassa motivazione legata al turismo da vacanza.

Il rapporto annuale EBTL fornisce delle indicazione dettagliate su Roma Capitale ed hinterland, senza tuttavia poter avere una distinzione per province e comuni. Presso Regione Lazio, Istat ed APT di Latina non è possibile reperire informazioni più precise.

Per questo, sarebbe opportuno iniziare a gettare le basi per una rilevazione puntuale e dettagliata, istituita a livello comunale.

1.4 La vocazione turistica della Città

La vocazione turistica cittadina potrebbe essere sviluppata in diversi ambiti:

Turismo della Memoria – legato allo sbarco di Anzio e all'operazione Shingle, attuabile attraverso i percorsi della Memoria e l'esposizione museale della Battaglia di Aprilia;

Turismo di Ritorno – legato ai flussi migratori che sin dalle sue origini hanno determinato la storia demografica della città, attuabile anche attraverso un itinerario che ha come focus le opere di artisti importanti: **Iezzi, Cottiga, Mastroianni, Manzù**. Con quest'ultimo artista è possibile un collegamento con la Fondazione omonima e con il vicino Comune di Ardea per sviluppare delle sinergie che possano coinvolgere tutta l'area e rendere immersivo il percorso.

Aprilia è definita la **Città Dell'Accoglienza**, è una città fondata da immigrati e, ad oggi, ha un tessuto sociale composto per il 12% da residenti stranieri: tutti gli abitanti di Aprilia sono figli di immigrati o immigrati essi

stessi. Più che elemento divisivo, va letto come elemento identitario dal quale partire per proporre progetti o presentarsi come la città nella quale ospitare **eventi legati all'accoglienza**.

Turismo Culturale – legato al patrimonio artistico e siti d'interesse storici della città che si può collegare alle città gemellate per incentivare gli scambi, in ambito nazionale e internazionale. Di supporto all'implementazione delle attività ed al coinvolgimento della comunità possono essere due progetti sviluppati recentemente: la guida "**Aprilia – Paesaggi e Personaggi**" e "**A spasso con la Storia**".Occorre dare valore e continuità a progetti che hanno coinvolto istituzioni, associazioni, studenti e professionisti della città: contengono l'essenza della comunità e un punto da cui partire.

Turismo Rurale – legato alla vocazione dell'area dell'agro-pontino e alla bonifica (Radici pontine) e anche al contributo dato da Menotti Garibaldi che, dopo aver assolto i suoi impegni militari e politici, prese in enfiteusi perpetua una vasta tenuta ad Aprilia, divenendo un apprezzato imprenditore agricolo. Senza dimenticare l'importanza della Mostra agricola di Campoverde. Attraverso l'associazione Proiettiamo Aprilia, possono essere riproposti ed implementi i percorsi legati al progetto **"Fattorie Aperte"**

Turismo eno-gastronomico – La caciotta romana di Aprilia, il vino DOC, l'olio sono solo alcuni degli elementi intorno a cui far ruotare delle proposte di richiamo per i foodies. L'Olivicoltura in Provincia di Latinaè il regno dell'Itrana, la cultivar autoctona dalla duplice valenza nella triplice variante a due D.O.P. Nella Tenuta Calissoni Bulgari (che conta oggi 28 ettari di oliveti suddivisi nelle quattro cultivar frantoio, leccino, moraiolo e itrana), e in altri frantoi e aziende agricole locali si organizzano varie attività per rappresentare questa eccellenza.

Turismo degli Eventi – Dalla festa del Santo Patrono all'Infiorata, passando per il Carnevale collegato al gemellaggio con la città di Sciacca. Per poter essere reso efficace è necessario impostare un **Calendario Annuale** sulla base del quale, dare adeguata visibilità agli eventi e al tempo stesso, alle associazioni promotrici, garantendo una fluida distribuzione senza accavallamenti. Questo consentirebbe di poter predisporre anche dei pacchetti turistici tematici, coinvolgendo gli operatori della città.

Turismo Outdoor - le vacanze all'aria aperta, con la possibilità di **esperienze** capaci di favorire l'adesione all'ambiente naturale e la conoscenza socio-culturale dei luoghi attira sempre più e coinvolge anche il segmento degli over 65. Attraverso il brand naturalistico "Bosco Village", all'interno dell'area boschiva della tenuta Tofani, .si potrebbero implementare le proposte legate all'economia circolare che ruota intorno al valore "Natura" e "Paesaggio", in particolare rappresentato dal "Bosco Mediterraneo", di cui lo spazio fisico preserva l'identità e la genuinità della flora e della fauna selvatica locale.

Turismo Industriale - Considerato tra i maggiori poli produttivi della Regione Lazio, Aprilia potrebbe sicuramente sviluppare il circuito "**Industrie Aperte**" con il contributo del CIAP.

Cine Turismo - Aprilia compare come set in alcuni importanti **film** del cinema italiano degli anni 70 che raccontavano situazioni socialmente difficili. Tra queste si ricordano: Piazza Roma, nella odierna Banca Popolare, usata come set per alcune scene dei film Roma Violenta (1975) di Franco Martinelli e Roma a mano armata (1976) di Franco Micalizzi; nell'ex sito della fabbrica Freddindustria di Via Enna è stata girata la scena del monologo moralistico sulle classi agiate del film La banda del gobbo (1977) di Umberto Lenzi, in un complesso sportivo sito in via Nettunense è stato girato il film La cicala (1979) di Alberto Lattuada. Infine nello Stadio Quinto Ricci è stata girata la scena dei "giochi aziendali" del film Fantozzi subisce ancora (1983)di Neri Parenti (Fonte: FederCulture). Su queste basi, potrebbe essere utile predisporre un itinerario turistico specifico da destinare agli studenti delle scuole superiori ad indirizzo cinematografico.

1.5 Il sistema infrastrutturale locale: raggiungibilità della città e potenziale bacino d'utenza

Da Roma

Aprilia è raggiungibile da Roma tramite treno, bus e macchina.

Da Roma Termini è possibile raggiungere il centro cittadino di Aprilia, attraverso la linea ferroviaria regionale FL8 Roma-Nettuno (fermata Aprilia FFSS – durata: 35 minuti circa). In alternativa, è possibile giungere a Campoleone FFSS da Roma, attraverso la linea regionale FL7 (Roma-Formia/Gaeta), l'interregionale per Caserta o il diretto per Napoli. La stazione di Campoleone è collegata con il centro cittadino dalla Linea 2 del Trasporto Pubblico Locale.

Con l'autobus è possibile raggiungere Aprilia, con collegamenti espletati da Cotral, con partenza da Roma Laurentina (capolinea Metro B) con 15 corse giornaliere da Roma, dalle ore 6:30 alle 20:40. Il sabato si

riducono a 12, mentre nei festivi non ci sono orari disponibili. Da Aprilia le corse in partenza sono 22 dalle ore 5.10 alle ore 21:30, il sabato si riducono a 19, mentre nei festivi non ci sono orari disponibili.

I collegamenti sono presumibilmente destinati a lavoratori pendolari e poco fruibili da parte dei turisti visitatori o escursionisti che si muovono nel week-end http://servizi.cotralspa.it/Orari?com=d

In macchina si può raggiungere Aprilia tramite la SS 148 Pontina o tramite il tragitto che comprende la SR7 Appia e la SR 207 Nettunense. Comporta circa un'ora di viaggio, ma risente, anche notevolmente, della stagionalità del turismo balneare che porta al blocco della principale via di accesso alla città (la SR148 nota come Pontina).

I principali aeroporti regionali (Fiumicino e Ciampino) sono raggiungibili **solo in auto**. Dall'Aeroporto "Leonardo da Vinci" di FIumicino, Aprilia è raggiungibile percorrendo l'A91 in direzione GRA e da qui la SS148 Pontina.Atterrando con l'aereo presso l'Aeroporto "G.B. Pastine" di Ciampino, è possibile raggiungere Aprilia tramite la SR7 Appia e la SR207 Nettunense

Da Napoli

Aprilia è inoltre collegata direttamente con la città di Napoli tramite il treno diretto Napoli-Roma, che ferma alla stazione di Campoleone.

Da Latina

Con la Città di Latina, Aprilia è collegata tramite la SS148 Pontina, tramite la linea bus Cotral e tramite treno con la linea regionale FL7 Roma-Formia/Gaeta che ferma alla stazione di Campoleone. Da qui è possibile raggiungere il centro cittadino attraverso la Linea 2 del Trasporto Pubblico Locale.
Con il TPL, Aprilia è ben collegata ad Anzio con il treno (circa 17 minuti) o bus (circa 20 minuti); a Formia da Campoleone con il treno (circa 1h e 30 minuti) ; a Sabaudia O Terracina da Campoleone con treno o treno+bus (circa 2h e 30 minuti per circa 50km di percorrenza). Per quanto riguarda il litorale, Anzio risulta essere la destinazione meglio collegata. Sulle altre, occorrerebbe intervenire con collegamenti privati.
Il bacino di utenza raggiungibile fa riferimento tutti i possibili viaggiatori internazionali in arrivo presso i principali punti di snodo – aeroporto di Fiumicino, di Ciampino e di Capodichino, oppure alle stazioni di Napoli, Roma e Latina. La criticità maggiore è poi organizzare lo spostamento verso la città che – dai due aeroporti romani, è raggiungibile solo con mezzi di trasporto privati. Per quanto riguarda i collegamenti ferroviari, il punto maggiormente raggiunto è Campoleone che, comunque non è ben collegata con il centro
Un elemento da rafforzare in città è rappresentato dai **parcheggi**, soprattutto per i pullman sia all'interno della città che in prossimità dei punti di interesse della città. Gli spazi maggiormente disponibili risultano essere collocati in prossimità dei centri commerciali. Contestualmente occorrerebbe **aggiornare l'apposita sezione** nel sito istituzionale per facilitare l'accessibilità alla città con mezzi di trasporto privati.
L'utenza raggiungibile può essere sia di prossimità, su base regionale, che internazionale. In quest'ultimo caso, se si tratta di gruppi, soltanto con servizi di trasporto privati.

1.6. Mappatura degli Operatori

Per il rilancio a livello turistico del Territorio, tre sono le macro-fasi di azione degli elementi costitutivi di una destinazione ideale:

1. Costruzione dell'offerta turistica;
2. Fruibilità dell'offerta e dell'organizzazione del territorio;
3. Livello di notorietà e immagine sul mercato.

A ciascuna fase corrisponde una serie di piccole azioni che, in maniera sequenziale, danno vita ad un prodotto turistico di successo. Alla base di tutto vi è la rilevazione delle risorse disponibili – sia in termini di operatori che di attrazioni, per poi analizzarle e costruire le relative proposte.

Accoglienza

Estrapolando le strutture ricettive presenti nel territorio, si nota una discrepanza con i dati Istat del 2020 (ISTAT nel 2020 ne riporta un totale di 30, mentre ne sono state rilevate 21). E' stata elaborata una scheda tecnica (allegato 2) sottoposta a tutte le strutture ricettive del territorio, per poter verificare i dati e rilevare informazioni più precise relativamente alla capacità ricettiva e alla tipologia di flussi. E' stato richiesto di poter avere i rilevamenti da parte dell'EBTL ma è stato inviato un report annuale con i dati di Roma e quelli del resto della regione, che però risultano aggregati nella macro categoria “hinterland”.

Dalla tabella di cui sopra, trova riscontro l’analisi espletata dall’ISNART che rilevava appunto una forte presenza di strutture extra-alberghiere ed una limitata presenza di strutture alberghiere.

Di seguito il dettaglio delle strutture reperite attraverso il web, nei vari portali di distribuzione.

4 Alberghi:
Hotel Aquila https://www.hotelaquila-aprilia.it/
Hotel San Michele (lavinium) https://hotelsanmicheleaprilia.it/it/
Hotel Enea Aprilia https://www.eneahotel.it/enea-aprilia/
Il Nido Hotel e Ristorante (lavinium) http://www.ilnidohotelristorante.it/

6 Agriturismi
La Giannottola http://www.agriturismoaprilia.it/
Lo Zafferano https://www.lozafferanoagriturismo.it/
Tenuta de Castro https://www.tenutadecastro.it/
Torre Cristina http://www.agriturismotorrecristina.it/
Il Grappolo CHIUSO DEFINITIVAMENTE
Pane e Vino di Valenza Maurizio http://www.agripanevino.it/ (sito in manutenzione)

2 Residence
Della piana Residence http://www.dellapianaresidence.it/
Casale del Vento https://www.facebook.com/Casaledelventocountryhouse/ (sito non attivo) Country house /B&B

9 Alloggi privati
La ricerca più complessa è legata agli alloggi privati che, molto spesso, non sono rintracciabili tramite sito o portali e non pubblicano dei recapiti.

I Cinghialini https://www.facebook.com/B-B-i-cinghialini-493857237366231/ (no sito)
Mary lho http://www.merylho.it/
La Villetta senza tempo https://la-villetta-senza-tempo-aprilia.hotelmix.it/#w (no sito/no FB NO CONTATTI)
La collina delle Fonti https://bb-la-collina-delle-fonti.business.site/

		STRUTTURE RICETTIVE			
Regione Lazio		Cod 120			
Provincia di Latina		Cod 059			
Comune di Aprilia		Cod 001			
		Anno 2012-2022 nessuna variazione			
HOTEL	Tipologie	esercizi	letti	camere	bagni
	Hotel 5*	0	0	0	0
	Hotel 4*	1	88	74	74
	Hotel 3*	1	28	18	18
	Hotel 2*	2	43	26	26
	Hotel 1*	1	16	10	10
	Res Tur Alb	1	47	27	29
Totale Alberghi		6	222	155	157
Extra Alberg		2012		2022	
		esercizi	letti	esercizi	letti
	Campeggi	0	0	0	0
	Villaggi	0	0	0	0
	Affitto imprend	4	37	4	34
	Agriturismi	8	89	8	99
	Ostelli	0		0	0
	Case Ferie	0		0	0
	B&B	7	29	8	41
	Altre imp ricettive	0	0	4	20
Totale extra alberghieri		19	155	24	194
TOTALE STRUTTURE				30	416

Carroceto Appartment https://www.bedandbreakfast.eu/it/a/4822198/carroceto-apartment/ (no sito)
La piana dell'erika http://www.lapianadellerika.info/bedandbreakfast/
LovelyBed https://www.bedandbreakfast.eu/it/a/2785474/lovelybed/ (no sito/no FB)
Il Casale di Giulia https://www.facebook.com/BB-il-Casale-di-Giulia-Agriturismo-1713813178862325/ (no sito)
B&B Delle Valli https://www.bb-dellevalli.it/
La Tenuta del Passero B&B https://it-it.facebook.com/LaTenutaDelPasseroBedBreakfastColasanti/

Dalle schede ricevute da parte delle strutture ricettive, si evince una presenza sia di i**taliani che di stranieri** che, nelle strutture extra-alberghiere hanno una permanenza anche medio-lunga (fino a 10 notti consecutive) per motivazione apparentemente legate alla vacanza e quindi con un'alta concentrazione nel periodo estivo.

E' necessario monitorare le strutture, aggiornare i dati e successivamente, approfondire le informazioni per comprenderne le potenzialità e la capacità di accoglienza.
Da una recente consultazione su booking, i prezzi per camera doppia, per la notte di sabato 26 febbraio (week-end di Carnevale), vanno da €150 a €60, con un **rating** migliore per le strutture extra-alberghiere (8.2 Hotel Enea contro 9.2 de Il casale di Giulia).

Oltre a quanto sopra, sarebbe importante monitorare lo stato di avanzamento lavori del progetto della **Santo Stefano Terme Spa.** Nel territorio di Aprilia, vicino al confine con Ardea, laddove c'è l'attuale fonte di acqua minerale finora venduta sfusa, in località Fossignano, dovrebbe sorgere un prestigioso centro termale (spa, piscina, albergo) con annesso stabilimento di imbottigliamento dell'acqua effervescente naturale. L'inizio dei lavori per la realizzazione del complesso era previsto per il 2019 ma si registrano dei ritardi.

Operatori Turistici
Si rilevano **11 operatori turistici attivi**, di cui 7 agenzie di viaggi specializzate nell'outgoing, e 4 con licenza sia A (produttori) che B (intermediari) che offrono servizi turistici sia outgoing che incoming.
I tour operator sono entusiasti di iniziare a collaborare ad un progetto per il rilancio turistico della città; attendono solo di essere coinvolti

NOME	TIPO	OUT/IN	EMAIL/SITO
VIAGGI CARMEN WELCOME TRAVEL	ADV	OUT	info@viaggicarmen.com WWW.VIAGGICARMEN.COM
MAGIFLA VIAGGI	ADV	OUT	https://magiflaviaggi.weebly.com/
TER GEOGRAPHIC DI COPPARONI FRANCESCA	ADV	OUT	NO SITO – SOLO PAGINA FB tel. 0692970048
FROG VIAGGI O GRODA TOUR	ADV E TO	IN E OUT	NO SITO SOLO SOCIAL Tel. 0692014404
LA BOTTEGA DEI SOGNI	ADV E TO	IN E OUT	WWW.LABOTTEGADEISOGNIVIAGGIEVACANZE.IT LABOTTEGADEISOGNIADV@LIBERO.IT
GO GO VIAGGI	ADV	OUT	Contatti – gogo (gogoviaggiaprilia.com) info@gogoviaggiaprilia.com
AVVENTURE ESOTICHE	ADV TO(?)	IN E OUT	WWW.avventureesotiche.it fabiana@avventureesotiche.it
TRAVEL BUY	ADV E TO	IN E OUT	aprilia.travelbuy.it - aprilia@trabelbuy.it
CABRIL VIAGGI	ADV	OUT	WWW.cabrilviaggi.it INFO@CABRILVIGGI.IT

KUSAFIRI VIAGGI	ADV	OUT	WWW.viaggikusafiri.it
MISTER HOLIDAY	ADV	OUT	WWW.aprilia.misterholiday.it aprilia@misterholiday.it

Botteghe Storiche
(dal sito della Proloco)

Bar Orchidea (da più di 50 anni) - via dei Garofani 17
Bar Davi dal 1973 - piazza Roma 19
Bar Enoteca La Primula (da più di 60 anni) - via Giacomo Matteotti 156
Caffetteria Antica Toscana (dal più di 70 anni) - piazza della Repubblica 5
Profumeria Prioli dal 1959 - via degli Aranci 8
Bottega della Musica (da oltre 10 anni) - via Pietro Mascagni 8
La Merceria F.lli Tedeschi (dal circa 40 anni) - via delle Margherite 47
Merceria Ditta Bellini Mario (dal circa 60 anni) - via de Lauri 53
Panificio Consolandi (da circa 50 anni) - via delle Margherite 44
Forno Gallo (da circa 60 anni) - via Alcide De Gasperi 24
Forno Caruso dal 1961 - via Guglielmo Marconi 80
Coimper forniture edili dal 1982 - via Testoni 2
Farmacia Nencini dal 1941 - via degli Aranci 15
Ferramenta Vittorino di Saggiorato Vittorio (da più di 60 anni) - via Alcide De Gasperi 17
Cuomo Mozzarelle dal 1910 - via delle Scienze 6
Belle Arti Snidaro (da circa 30 anni) - via Alcide De Gasperi 75
Articoli per Feste Skiribizzo Rosalba dal 1991 - via degli Oleandri
Fumetteria Latitudine 42 di Rottaro Riccardo dal 1997 - via degli Aranci 61
Officina Lanari Group (da circa 40 anni) - via Cagliari 57
Tabaccheria Casagrande (da circa 60 anni) - piazza Benedetto Croce 58
Legatoria Polin Rosalia - via Marco Aurelio 7
Foto Bililli (da circa 60 anni) - via delle Margherite 263
Lavorazione carni suine Norcineria Equizzi dal 1954 - piazza Guglielmo Marconi 17
Tessuti Prezioso - via de Lauri 142
Gioielleria Tocchini (da circa 50 anni) - piazza Benedetto Croce 34
Gioielleria Doria (da più di 50 anni) - via de Lauri 60
Giocheria il Girotondo (da circa 60 anni) - largo delle Rose 13

Dove Mangiare

Di seguito un elenco delle strutture, rilevate online a cui andranno aggiunti i ristoranti in agriturismo (vedi strutture ricettive).
A fronte di questa lista (rilevata da sito https://www.regioni-italiane.com/ristoranti-lazio/ristoranti-aprilia-lt.htm e sito della Proloco), occorrerà verificare l'operatività post covid ed il numero di coperti disponibili in ciascuna struttura. Una indagine più approfondita potrebbe essere utile per classificarli anche in base alla tipologia di cucina e di proposte offerte.

Ristorante Casale La Coccinella
Campoverde (LT) V. Dei Cinque Archi, 5
telefono: 06 92902507
Ristorante Cinese Chinatown Di Li Weixi Ristorante Li Weixi
Aprilia (LT) Via Foscolo Ugo, 16
telefono: 06 92014156
Ristorante Da Elena
Aprilia (LT) V. Matteotti, 14
telefono: 06 92704098
Ristorante Hostaria Da Spadellone *
Aprilia (LT) V. Umbria, 14
telefono: 06 92703654
cellulare: 347 6386559

Ristorante I Giardini Del David
Aprilia (LT) V. Guardapasso, 53
telefono: 06 9281513
Ristorante Il Casolare F.Llì Cappellini Snc
Aprilia (LT) Via Mediana, KM. 52
telefono: 06 92871024
Ristorante Il Focarile
Aprilia (LT) V. Pontina, KM 46,500,
telefono: 06 9280392 06 9282549
Ristorante Il Gallo D'Oro Ristorante
Aprilia (LT) Via Toscanini Arturo, 24
telefono: 06 9282564
Ristorante La Bella Napoli
Aprilia (LT) V. Dei Lauri, 85
telefono: 06 92708076
Ristorante La Strana Coppia (ha cambiato nome)
Aprilia (LT) V. Aldo Moro, 94/D
telefono: 06 92858012
Ristorante La Trottola
Aprilia (LT) V. Genio Civile, 23
telefono: 06 9254254
Ristorante Lago Incantato
Aprilia (LT) Via Dei Rutuli, 26
telefono: 06 9255148
Ristorante Laregina Srl
Aprilia (LT) Via Pontina, KM. 54.400
telefono: 06 92900121
Ristorante Villa Ludovica (ex Luna e L'Altro)
Aprilia (LT) V. Del Campo
telefono: 06 9254 336
cellulare: 339 3450298
Ristorante Pacchero Solitario
Aprilia (LT) V. Verdi, 29
telefono: 06 92062042
Ristorante Pizzeria La Fonte
Aprilia (LT) V. Fossignano, 94
telefono: 06 9251265
Ristorante Settimo Cielo 2009
Aprilia (LT) V. Fossignano, 54
telefono: 06 9288557
Ristorante Soft Drink Spike
Aprilia (LT) V. Delle Margherite, 213
telefono: 06 92858013
Ristorante Trattoria Sorgente Di Carano *
Aprilia (LT) V. Roselli, 5
telefono: 06 92903249
Albergo Ristorante Il Nido
Aprilia (LT) V. Collina, 20
telefono: 06 92704737
Ansara Srl Ristorante Il Gatto e La Volpe *
Aprilia (LT) Via Torino, 5
telefono: 06 9276769
Bernini Ristorante Bar Santino
Aprilia (LT) Via Pontina, 56
telefono: 06 92902317
Il Giardino Di Giada Di Wang Wei Ping Ristorante Cinese Il Giardino Di Giada *
Aprilia (LT) Via La Malfa Ugo, 6
telefono: 06 9280568
Yummi (ex Zio Paolo)
Aprilia (LT) Via Augusto, 21
06 92702130
Sei di Aprilia Se...Pizzeria al Taglio

Aprilia (LT) Via Degli Aranci, 53
327 9581260
Chicken Hut
Aprilia (LT) Via Delle Margherite, 7
324 5659890
Civico 39
Aprilia (LT) Via Augusto, 39
06 92730336
Al Grottino da Salvino Fraschetteria
Aprilia (LT) Via Dei Garofani, 23
06 83524418
Zi Armando
Aprilia (LT) Via Trieste, 17
06 92702004
Rossoantico Bottiglieria
Aprilia (LT) Via Augusto, 74
380 5840889
La Piazzetta del Gusto Srl
Aprilia (LT) Via Dei Mille, 20
06 92704506
Ristorante Be Bop a Lula di Alessandro Mariano *
Aprilia (LT) Via Piemonte 31
06 37894849

* Verificare operatività
Di seguito elenco fornito da Associazione Ristoratori di Aprilia:

NOME	INDIRIZZO	POSTI INTERNI	TIPOLOGIA
AL VECCHIO GATTONE	VIA CARROCETO, 180	20/30	RISTORANTE CARNE
ALEX BAR	VIA GOITO, 3	20/30	BAR
ALMAGAIA	VIA A. DE GASPERI, 116	80/100	PUB BIRRERIA
BAR DAVI DAL 1973	PIAZZA ROMA	20/30	BAR
BAR PINDER'S HOUSE	VIA ALDO MORO 43/A	20/30	BAR
BARNABA	PIAZZA BEN EDETTO CROCE, 39		BAR
CAFE VINTAGE	VIA G. DI VITTORIO, 41	30/40	BAR
CAFFE FABIANI	VIA CARDUCCI, 8	20/30	BAR
CARANO GARIBALDI	VIA CARANO, 135/A	30/40	BAR ENOTECA TAVOLA CALDA
CASAFUSCO	VIA. NETTUNENSE 227	40/60	BAR TAVOLA CALDA
CASALE DEL VENTO	VIA BASENTO, 10	100+	AGRITURISMO
CIVICO 39	VIA AUGUSTO,39	30/40	RISTORANTE COCKTAIL BAR
ENOSTERIA	VIA DELLE REGIONI	40/60	RISTORANTE
FERMENTO	VIA PIRANDELLO, 44	100+	PIZZERIA GOURMET
GRAN CAFFE MANDUCA	CORSO GIOVANNI XXIII, 23	40/60	BAR PASTICCERIA
I GIARDINI DEL DAVID	VIA GUARDAPASSO 53	100+	RISTORANTE PIZZERIA
IL FOCARILE	VIA PONTINA, KM 46,027	150 +	RISTORANTE
IL GALLO D'ORO SRL	VIA TOSCANINI, 30	100+	PIZZERIA
IL GENIO	VIA GENIO CIVILE, 6C	80/100	PIZZERIA
IL PACCHERO SOLITARIO	CVIA VERDI 29	40/60	RISTORANTE
IL SOLITO POSTO	VIA ALDO MORO, 74	20/30	BAR
JARM'S	VIA DEI RUTULI 98/E	60/80	PUB MUSICA DAL VIVO
LA PIANA DELL'ERIKA	VIA RETAROLA, 1	100+	AGRITURISMO
LA ROSA DEI VENTI	VIA CASA LAZZARA, 1	40/60	BAR ENOTECA TAVOLA CALDA
LA SARTORIA	CORSO GIOVANNI XXIII, 29	20/30	PUB BIRRERIA
MARIENPLATZ	VIA LEONARDO DA VINCI, 58	100+	BIRRERIA BAVARESE
MON AMOUR	PIAZZA BENEDETTO CROCE, 50	40/60	GELATERIA ARTIGIANALE
ORO BISTRO'	VIA DEI LAURI, 126	40/60	BAR BISTRO'
PASTICCERIA BON BON	VIA PERGOLESI, 1	20/30	PASTICCERIA
PIZZERIA ISOLE	VIA ISOLE, 26	150 +	PIZZERIA
RISTORANTE DA ELENA	VIA NETTUNENSE 1	40/60	RISTORANTE
ROSSINI CAFFE	VIA DELLE MARGHERITE 269	30/40	BAR ENOTECA
SHEBAA	VIA DONATO BARDI, 61	80/100	BIRRERIA CON CUCINA
TOASTAMORE	VIA DEI LAURI, 117	20/30	TOAST
TONKA	VIA. UGO FOSCOLO, 15		GELATERIA ARTIGIANALE
TRENTASEI	VIA ALDO MORO, 37	100+	LOCALE SERALE MUSICA DAL VIVO
WEISSE	VIA MASCAGNI, 65	100+	BIRRERIA PIZZERIA MUSICA DAL VIVO
ZI ARMANDO	VIA TRIESTE, 17	40/60	TRATTORIA

Il Ristorante **Il Focarile** ha aderito al **Club del Gusto della Camera di Commercio di Latina**, per valorizzare le due produzioni certificate: Aprilia DOP (che comprende le tipologie di vino: Bianco, Rosso e Rosato) e il kiw Latina IGP

Aziende Agricole e Vitivinicole

Le seguenti Aziende hanno aderito al **Club del Gusto della Camera di Commercio di Latina**, per valorizzare le due produzioni certificate: Aprilia DOP (che comprende le tipologie di vino: Bianco, Rosso e Rosato) e il kiw Latina IGP:
AGRICOLA CASA DIVINA PROVVIDENZA Soc. Agricola srl
APE D'ORO
INDUSTRIA LATTICINI G. CUOMO SRL

La fattoria Mardero è nota come fattoria didattica.
Il Centro Ippico San Giorgio propone invece la messa in sella di adulti e bambini
Tenuta Callissoni Bulgari società agricola, tra le altre cose, ospita l'area espositiva di The Factory 1944

Per il vino:
Azienda agricola Casal de Luca
Cantine Lupo
Casale del Giglio
Casale San Paolo Snc Di Tranquilli Luigi Azienda Vinicola
Società Agricola Veliterna Vini
Azienda Agricola ARTICO
Azienda Agricola Casale Cinque Scudi
Cantine Co Pro Vi
Azienda Agricola Buresta Marco Vinicio

Le aziende agricole e vitivinicole possono essere una grande **risorsa** in termini di offerta eno-gastronomica locale e potrebbero essere inseriti in un prodotto turistico sotto forma di **visita e/o degustazione**

All'interno del pacchetto, restando in tema di prodotti eno-gastronomici, sarebbe interessante proporre anche **il gelato:** si riscontra **(attraverso tripadvisor)** l'alto gradimento da parte dei visitatori, il successo che ogni anno riscuote la Festa del Gelato e il numero di gelaterie artigianali presenti in città di cui, almeno dieci, hanno rating e recensioni di assoluto interesse su Tripadvisor.

Cultura e Luoghi di interesse
I luoghi di interesse culturale e turistico sono:

Statua di San Michele Arcangelo;
Scultura "Evoluzione, gioco lunare" di Umberto Matroianni;
Monumento ai Caduti;
Statua della Dea Cibele;
Chiesa di San Michele Arcangelo e Santa Maria Goretti (Fonte Battesimale);
Tomba di Menotti Garibaldi;
Borgo di Campoverde e la Chiesa di San Pietro in Formis
Chiesa dello Spirito Santo;
Fontana di Piazza delle Erbe (mercato coperto);
Via Selciatella (scuola, i poderi dell'ONC, Torre del Padiglione);
Chiesa del Buon riposo e la vetrata di Duilio Cambellotti;
Arredi sacri e porte della Chiesa della Resurrezione;
Monumento dell'Emigrante;
Opera "La Cittadella" di Claudio e Lorenzo Cottiga;
Quadro collettivo "Nella notte buia danzano" Woody;
Scultura e installazione "Il guardiano dell'Arte" e "Artisti al Muro";
Pinacoteca comunale;
Ramo d'ulivo di Giacomo Manzù medaglia e busto bronzeo di Giacomo Manzù;
Zoo delle Star;
Cimitero storico di Carano;
Satricum e il tempio di Mater Matuta.

A questi si aggiungono i **luoghi della memoria**, legati allo sbarco di Anzio e alla battaglia di Aprilia:
Il Fosso della Moletta, teatro di sanguinosi scontri tra inglesi e tedeschi
Cavalcavia di Campo di Carne dove arrivarono le truppe inglesi il 24 gennaio
Monumento Waters in via dei Pontoni
Le cave-wadi nella Tenuta Calissoni-Bulgari e area museale della Battaglia di Aprilia Chiesa di Sant'Antonio a Carroceto
Luoghi ed itinerari turistici della città sono perfettamente descritti (sia in italiano che in inglese) all'interno della guida "**Souvenir di Viaggio – Aprilia: paesaggi e personaggi":**
Federica Calandro, una delle co-autrici della guida, si è dimostrata disponibile a mettere a disposizione la guida per una divulgazione attraverso i canali istituzionali ufficiali della città. Al momento vi è la sola versione

in formato elettronico ma, poter avere la ristampa della guida cartacea, vorrebbe dire disporre di uno strumento di promozione importante, da presentare in occasioni istituzionali e fieristiche.

Gran parte dei luoghi di interesse della città soffrono di **mancanza di parcheggi**, **aree di sosta attrezzate, adeguata segnaletica sia stradale-turistica che identificativa dei singoli siti.**

Le bacheche predisposte lungo il percorso della memoria, contengono un **QR code** vuoto: non vi è di fatto alcuna informazione dietro al codice che possa essere riconducibile alla città o ai percorsi. Se implementato, sarebbe invece uno strumento di coinvolgimento e condivisione utile a turisti e residenti, il cui contenuto potrebbe arricchire e completare il portale turistico della città.

Il **cavalcavia di Campo di Carne** potrebbe essere rivalutato attraverso un progetto che ridisegni l'intera area (graffiti o street art), a beneficio di tutti quei turisti che – a nostra insaputa, sostano e fotografano l'area. Il **monumento ai caduti** posto in area limitrofa, è totalmente anonimo e privo di targhe informative o descrittive.

Non esistono musei. L'unico presidio culturale principale della città è rappresentato dalla Biblioteca Comunale che ospita l'iconica statua della **dea Cibele.**
In città è presente la **Fondazione Giacomo Manzù**, presso colle Manzù che potrebbe essere in qualche modo collegata al Museo Manzù, situato nel vicino comune di Ardea.

Su Tripadvisor, digitando Aprilia, compaiono i seguenti punti di interesse:

Centro Commerciale Aprilia 2 – 91 recensioni – punteggio 3,5
Zoo delle Star – 11 recensioni – punteggio 3,5

Green Village (parco acquatico) – 28 recensioni – punteggio 3,5
Statua di San Michele Arcangelo – 26 recensioni – punteggio 4
Monumento alla Memoria di F. Waters . 15 recensioni – punteggio 3,5
Statua della Dea Cibele – 3 recensioni – punteggio 4,5

La tenuta Callissoni Bulgari e la Tomba di Menotti Garibaldi non compaionoo su Tripadvisor, mentre l'area espositiva di The Factory appare come Esposizione museale della Battaglia di Aprilia (6 recensioni, punteggio 5)

Come **spazi aggregativ**i e culturali, Aprilia ospita 1 cinema (multisala da 8 sale) e 4 tra teatri e spazi per spettacoli dal vivo. Il teatro più rilevante è il Teatro Europa con una capienza di quasi mille posti. Proprio per questa sua caratteristica è uno spazio utilizzato dalle associazioni con le quali l'Amministrazione comunale potrebbe valutare una eventuale convenzione.

È inoltre attivo il Teatro Spazio 47 realtà molto attiva nel panorama teatrale e musicale cittadino. Si aggiungono gli spazi dell'ex Mattatoio, anch'essi molto frequentati dalle fasce giovanili della cittadinanza per quanto riguarda l'offerta musicale e gli spazi della ex Claudia, ridenominati "CulturAprilia" destinati ad accogliere numerose offerte culturali, ma ancora non utilizzata appieno.

Presente presso i locali dell'ex-mattatoio anche la Fucina Musicale, che mette a disposizione della cittadinanza uno **studio di registrazione** e post-produzione audio, una sala montaggio video e post-produzione video e una sala multimediale, tale realtà risulta da tempo inutilizzata.

In ambito culturale, la città collabora con **l'Associazione Teatrale tra i Comuni del Lazio** per l'organizzazione della stagione teatrale. Il Comune di Aprilia aderisce, inoltre, ad alcuni importanti realtà territoriali, quali ad esempio l'**Ecomuseo dell'Agro Pontino e l'Ecomuseo del Lazio Virgiliano –** anche se di quest'ultimo non vi è particolare evidenza.

Di seguito un riepilogo degli spazi disponibili, suddivisi per tipologia di eventi (da Federculture).

Tipologia	**Nome**
Biblioteca comunale	Sala Manzù
Spettacolo dal vivo	Spazio47

Spettacolo dal vivo (teatro, musica)	Teatro Finestra
Evento, Manifestazione, Convegni	Aula Consiliare
Spazio espositivo, Spettacolo dal vivo, Studio di registrazione, Festival, Manifestazione	Sala Ex Mattatoio
Spazio espositivo, Spettacolo dal vivo, Spazio espositivo, Spettacolo dal vivo, Festival, Rassegne	Culturaprilia (Ex Cluadia)
Festival, Rassegne, Manifestazioni, Teatro, Musica	Auditorium I.C. Pascoli
Spettacoli dal vivo Musica	Auditorium I.C. Gramsci
Spettacoli dal vivo Musica, Teatro	Auditorium I.C. Toscanini
Spettacoli dal vivo, Musica, Manifestazioni, Spazio espositivo, Convegni	Auditorium IS Carlo e Nello Rosselli
Convegni, Teatro	Sala Convegni Aprilia Sporting Village
Spettacoli dal vivo	Sala/Teatro Il pidocchietto
Spettacoli dal vivo	Sala Centro sociale e sportivo G.A. Sada (ex Craal)
Convegni, Manifestazioni	Sala Aprilia Nord
Spettacoli dal vivo	Teatro Teatro Europa- CST
Spettacoli dal vivo, manifestazioni	Piazza Roma

Animazione

Ogni mese, Aprilia propone eventi molto attesi e partecipati non solo dalla comunità locale: diventano motivo di richiamo per visitatori regionali ma anche esteri.

Di seguito una sintesi dei principali:

- Ogni anno, il Giovedì e il Martedì grasso e nelle due domeniche antecedenti il martedì, si svolge il Carnevale Apriliano; una tradizione di più di 50 anni che prevede le sfilate di gruppi in maschera e soprattutto dei carri allegorici realizzati dai gruppi di quartiere, che si sfidano per il Palio del Carnevale.
- Ogni 29 settembre, si svolge la Festa del Santo Patrono San Michele Arcangelo.
- Ogni 24 aprile, fino al 1º maggio, si svolge la *Mostra Agricola di Campoverde - Fiera Nazionale dell'Agricoltura*. Nel 2019 la fiera ha raggiunto la sua 34ª edizione.
- Ogni 8 dicembre, è solito svolgersi in via dei Lauri e nei pressi di piazza Roma, il Mercatino delle pulci
- Ogni anno, il 25 Aprile si festeggia la fondazione della Città.
- Ogni anno il 28 maggio si svolge la rievocazione storica legata allo sbarco di Anzio (battaglia di Aprilia)

Agli eventi di cui sopra, si aggiungono :

- La commemorazione dello sbarco delle truppe alleate (gennaio)
- Celebrazioni in onore di Menotti Garibaldi (marzo)
- Passione vivente di Cristo (aprile)
- Rievocazione del passaggio di Papa Innocenzo XII (aprile)
- Infiorata (giugno)
- Estate Apriliana (luglio)
- Cinema sotto le stelle (agosto)
- Festa del vino e OSMOSI (ottobre)
- Anniversario Inaugurazione della città (fine ottobre)

A questa lunga lista, si sommano i singoli eventi proposti dalle numerose associazioni, in particolare gli eventi teatrali, che richiamano ogni anno un interessante numero di partecipanti – anche **molto giovani** principalmente provenienti dalle scuole della città dove sono attivi numerosi laboratori.
Per questo, si rende necessario – a beneficio di tutti, realizzare un calendario su base annuale per evitare sovrapposizioni e soprattutto poter organizzare al meglio la comunicazione dei singoli eventi, dando visibilità alle associazioni che si impegnano per organizzarli.

Associazioni

Sono regolarmente iscritte all'albo comunale ben 118 associazioni, di cui:
06 Combattentistiche
15 Comitati di Quartiere
34 Culturali
43 Sportive
01 Protezione ambientale
02 Protezione Civile
17 Volontariato

A queste se ne aggiungo altre, non meno interessanti, tra cui: ANPI, Carristi di Aprilia, Proiettiamo Aprilia, ETA – Energie del Territorio Aprilia. Nel sito di quest'ultima associazione sono presenti due interessanti pubblicazioni che potrebbero essere divulgate anche nel portale turistico: "Aprilia Città dell'Industria" e "La rinascita di Aprilia attraverso lo sviluppo industriale"
A tutte le associazioni iscritte all'albo è stata inviata una scheda (Allegato 1) per la raccolta delle informazioni che potranno successivamente essere caricate nel portale turistico della città. Tra quelle inviate, 7 email sono tornate indietro a causa dell'indirizzo inesatto. Alle associazioni non presenti nel database di cui è stato fornito il contatto, hanno ricevuto la scheda successivamente.
Hanno risposto 16 associazioni ma la rete si sta allargando.
Con la Proloco e le associazioni più attive potrebbe essere attivato processo virtuoso di co-progettazione eco-produzione che, man mano vedrà crescere il numero di associazioni coinvolte.

REG.ARTI, ovvero l'archivio degli artisti e artigiani di Aprilia**, è patrocinato dal Comune di Aprilia e dalla Provincia di Latina,** ha come finalità la documentazione e la promozione del loro lavoro e la creatività contemporanea nel nostro territorio. https://regarti.com/
E' un sito che ha contenuti interessanti che andrebbero organizzati meglio per poter essere realmente fruibili e resi disponibili anche attraverso i canali istituzionali.

Proloco

La **Proloco** cittadina risulta essere un partner istituzionale importante per il Comune di Aprilia, il quale affida all'associazione l'organizzazione e la realizzazione di numerosi eventi istituzionali come ad esempio la festa del Patrono, i festeggiamenti carnevaleschi o le iniziative estive.

Brand di Destinazione – Marchio Cittadino "Aprilia in Latium"

Il COMUNE di APRILIA, al fine di promuovere e valorizzare le specifiche attrattive del territorio e la qualità dei prodotti e dei servizi esistenti all'interno del Comune e del connesso territorio, ha creato e istituito il Marchio collettivo APRILIA IN LATIUM.
L'attuale brand di destinazione, Aprilia in Latium, non risulta tuttavia essere pienamente valorizzato, essendo ancora in corso la procedura di regolamentazione e registrazione.
Il brand nasce con l'idea di valorizzare l'enogastronomia locale ma attualmente, tra i beneficiari del marchio compaiono anche aziende che si occupano di servizi, di agroalimentare, di manifatturiero e associazioni.

1.7. Analisi SWOT della Città

L'analisi S.W.O.T. dell'ambito territoriale, evidenzia tra i punti di forza un'offerta turistica potenzialmente ampia e variegata in termini di risorse ed eventi; una forte presenza di strutture extra-alberghiere; la presenza di potenziali prodotti turistici da sviluppare soprattutto in media e bassa stagione; l'elevata presenza di associazioni culturali che si impegnano su molti fronti e con progetti di qualità; molte professionalità disposte a mettersi in gioco per migliorare la città; una ricca offerta culturale. Di contro tuttavia ci sono molteplici criticità legate alla scarsa presenza di strutture alberghiere, di segnaletica turistica, di percorsi su strada messi in sicurezza, di promozione turistica. La comunicazione è blanda, molte volte assente o frammentaria. C'è dispersione: molti progetti realizzati non hanno una continuità o peggio se ne perde traccia, vanificando gli sforzi compiuti per realizzarli
La comunità partecipa agli eventi proposti ma non c'è una solida identità e consapevolezza sulle reali potenzialità attrattive del luogo. Le associazioni lamentano la mancanza di spazi di aggregazione e di un archivio storico digitale. Gli operatori lamentano invece l'assenza di una cabina di regia che possa dare supporto allo sviluppo del territorio da un punto di vista turistico. Le poche informazioni turistiche della città

sono rintracciabili nel sito del Comune e della Pro-loco: manca un vero contenitore che possa aiutare la Città a configurarsi come destinazione turistica e non solo come territorio.
Puntiamo proprio sulle debolezze perché possano diventare delle grandi opportunità di crescita economica per la città, passando anche attraverso Roma - come grande porta e portale di accesso.

1.8. Esigenze dei turisti reali e potenziali

Aprilia, nonostante le potenzialità e l'arrivo di turisti anche stranieri, non è ancora configurabile come vera destinazione turistica. Oggi chi arriva in città lo fa con motivazioni turistiche molto deboli o per motivi di lavoro.
L'esigenza è quella di disegnare una nuova prospettiva che possa garantire una crescita non casuale ma strutturata, attraverso un progetto che rivolgerà i propri sforzi dapprima a quei flussi che arrivano già, per poi ampliare il raggio d'azione.
Oggi i turisti viaggiatori sono alla ricerca di prodotti autentici legati all'identità territoriale: uno degli elementi inconfutabili è racchiuso proprio nella memoria storica di questa giovane città: la sua nascita ed il suo ruolo nella seconda guerra mondiale.
A questo elemento, occorrerà agganciare una proposta turistica integrata, legata al turismo della memoria, tale da garantire al Cliente visitatore un'esperienza immersiva.
Le attuali proposte fanno riferimento al percorso della memoria (The Factory) e alle iniziative embrionali legate a Fattorie Aperte (Proiettiamo Aprilia) o a quelle in via di sviluppo di "Industrie Aperte" (Ciap), a cui potrebbero aggiungersi quelle eno-gastronomiche e legate al gelato.

Dopo il COVID, si sta osservando un graduale incremento delle richieste legate al turismo organizzato: è opportuno riuscire a strutturare delle proposte da poter sottoporre a tutti quei Tour Operator esteri che, attualmente portano i loro turisti ad attraversare la città con brevi soste e convincerli fermarsi più a lungo.
I passaggi successivi potrebbero ricondursi a:
Definizione di un Brand che incarni l'identità storica della città;
Istituire una tassa di soggiorno simbolica attraverso cui veicolare la card turistica della città;
Costruire un portale web all'interno del quale iniziare a raccogliere tutti i contenuti turistici della città;
Partendo dalla DMO di Latina, collegare il portale anche tutti gli enti e le istituzioni territoriali di prossimità;
Aggiornare il sito del Comune nella sezione legata al turismo in città;
Costruire i contenuti da legare ai Qrcode posti sulle bacheche della città;
Avviare una campagna di comunicazione anche attraverso i social;
Prevedere la ristampa della guida "Aprilia, paesaggi e personaggi";
Prevedere la stampa di una mappa turistica e di materiale informativo in più lingue;
Prevedere la progettazione di un app che offra la possibilità di scaricare la mappa ed i contenuti di interesse storico, artistico e culturale nella lingua desiderata;
Identificare i primi prodotti turistici sia per individuali che per gruppi che facilitino l'accessibilità alla destinazione e la facile fruizione di tutti i servizi previsti;
Presenziare a fiere anche di settore o locali (Fiera agricola) come destinazione turistica, coinvolgendo risorse giovani adeguatamente formate e con una "divisa" che riconduca al brand di destinazione.

1.9 Criticità

Si evidenziano le seguenti criticità, da un punto di vista di comunicazione esterna. I
l contesto turistico ha visibilità scarsa, nonché:

- **Nel sito del Comune**, al momento, risulta una promozione marginale, soltanto in lingua italiana e con scarsa indicazione dei servizi.
- **Nel sito della Proloco cittadina** sono presenti informazioni sulla storia e cultura della città. Il sito si focalizza principalmente sugli eventi e vi è anche un elenco dei punti di attrazione, di strutture ricettive, ristoranti, botteghe storiche e associazioni (info statiche). Mancano altri operatori economici e percorsi.
- **Aprilia in Latium** (Proiettiamo Aprilia) non vi è ancora evidenza di carattere turistico.
- Su WikiVoyage, non esiste la pagina di Aprilia ma la città viene menzionata nel Lazio meridionalehttps://it.wikivoyage.org/wiki/Lazio_meridionale
- Nel sito https://www.latinamipiace.it/categoria/itinerari/ non vi sono itinerari turistici che possanoincludere Aprilia.

- Su Google, digitando: Aprilia Turismo - rimanda ad altri contributi per poi arrivare al sito del Comune
- Ufficio IAT non ha un sito di riferimento e le informazioni non sono disponibili nemmeno nella paginadedicata all'interno del sito del Comune

E' interessante quindi notare la presenza di itinerari e percorsi descritti dall'ISNART per conto della Camera di Commercio di Latina o da una guida turistica bilingue ben costruita e, di contro, trovare una comunicazione frammentaria o assente a livello di destinazione turistica e di relative proposte anche da parte dell'azienda di promozione turistica di Latina.
Gran parte dei luoghi di interesse della città soffrono di mancanza di parcheggi, aree di sosta attrezzate, adeguata segnaletica sia stradale-turistica che identificativa dei singoli siti.

SISTEMA TURISTICO DELLA CITTA' DI APRILIA

PROGRAMMA DI SVILUPPO TURISTICO 2022-2023

DOCUMENTO STRATEGICO

Parte 2 – Definizione delle strategie di sviluppo turistico

2.1. Dalla mappatura alle azioni future 22

2.2. Costruzione dell'offerta turistica 24

2.3. Fruibilità dell'offerta e organizzazione del territorio 26

2.4. Livello di notorietà e immagine sul mercato 26

2.5. Eventi e Territorio: pacchetti turistici da strutturare 28

Allegati:
- 22 schede ricevute dalle associazioni (su un unico file pdf)
- 06 schede ricevute dalle strutture ricettive (su unico file pdf)
- 01 Schema riepilogativo della mappatura

2.1. Dalla mappatura alle esigenze future

La voglia di viaggiare degli italiani, e non solo, è tornata comunque a farsi sentire: basti pensare che in occasione del ponte del 1° novembre, secondo l'indagine di Federalberghi, sono stati 10 milioni e 535 mila gli italiani in viaggio, di cui il 90,5% ha scelto località del Belpaese, mentre il 9,5% si è diretto all'estero.
Quasi il 70% di chi è restato in Italia (69,8%), è rimasto nella stessa regione di residenza e chi è restato in Italia ha scelto in primis le località d'arte (27,7%), la montagna (22,5%) e quindi il mare (20,5%). Nella classifica stilata dall'istituto di ricerca Demoskopika dedicata alle reputazioni turistiche delle regioni Italiane nel 2021, ai primi tre posti compaiono Toscana, Trentino Alto Adige e l'Emilia Romagna – regioni che hanno saputo strutturare al meglio le proprie potenzialità turistiche..

Anche se nessun trend può essere considerato stabile in questo momento e solo quando sarà passata questa fase di evoluzione e trasformazione sarà possibile avere indicatori più precisi, si può al momento constatare che, dopo due anni difficili per il settore turistico, per i territori e gli operatori turistici, le preferenze dei "nuovi" turisti viaggiatori fanno sempre più spesso riferimento ad una maggiore attenzione a tutto ciò che rientra nella sfera dell'outdoor, della scoperta, della ricerca di luoghi di piccole dimensioni e di maggiore intimità, in contrapposizione con il desiderio di una socializzazione più spinta, del ritorno alla vita di comunità, all'adesione a momenti aggregativi.

Così come è indubbio che ci sia un diffuso innalzamento del livello di sensibilità delle persone, accompagnato dalla crescente importanza che viene attribuita al tema della sicurezza, elemento che incide fortemente sul benessere personale e dunque sulla soddisfazione della vacanza.

In virtù di queste considerazioni di carattere generale e di ciò che emerge dall'analisi territoriale (parte1), occorre ripensare la Città di Aprilia in chiave di vera e propria **destinazione turistica**, mettendo in luce le potenzialità inespresse, in funzione dei bisogni di questi nuovi viaggiatori.

I passaggi cruciali di questa "transizione" si legano in particolar modo all'accessibilità, anche comunicativa.

Per potersi definire come destinazione, innanzitutto è necessario definire un **Brand** che incarni l'identità storica della città, da raccontare a residenti e visitatori passati, presenti e futuri.

Affinché sia sostenuto, occorre coinvolgere gli operatori locali nel progetto e costruire un adeguato **piano di comunicazione** che preveda una campagna di comunicazione anche sui social. Sarebbe importante prevedere la ristampa della guida "Aprilia, paesaggi e personaggi", la stampa di una mappa turistica e di materiale informativo in più lingue.

In un secondo momento, sarebbe utile valutare la progettazione di un app, agganciata al portale, che offra la possibilità di scaricare la mappa ed i contenuti di interesse storico, artistico e culturale nella lingua desiderata

Ristabilire e consolidare i rapporti con le istituzioni e associazioni territoriali di riferimento, in primis la DMO di Latina, l'azienda di promozione turistica e la camera di commercio di Latina, Il sito "Latinamipiace", il sito Aprilia in Latium, l'Associazione Teatrale tra i Comuni del Lazio, l'associazione dei Trentini del Lazio (Aprilia-Ardea-Pomezia), le città gemellate, l'Ecomuseo dell'Agro Pontino e quello del Lazio Virgiliano, Regarti, la Provincia di Latina.

Ridurre la polverizzazione delle informazioni e facilitarne la consultazione in più lingue, facendole confluire all'interno di un **portale web** turistico dedicato che, partendo dalla DMO di Latina, collega il portale con tutti gli enti e le istituzioni territoriali di prossimità. Occorre strutturare un sistema di collaborazione e di rete fra l'Amministrazione, Visit Lazio, la DMO e gli enti soci, nonché i diversi operatori turistici locali. L'obiettivo è quello di uscire dall'anonimato e posizionare la Città anche come Destinazione Turistica e non solo come polo industriale del Lazio.

Parallelamente, per creare continuità e trasmettere coerenza, sarebbe opportuno **aggiornare il sito** del Comune nella sezione legata al turismo in città, costruire i contenuti da legare ai **Qrcode** posti sulle bacheche della città ed inserire informazioni turistiche nella pagina di **wikivoyage**.

Presenziare a fiere anche di settore o locali (Fiera agricola) come destinazione turistica, coinvolgendo risorse giovani adeguatamente formate e con una "divisa" che riconduca al brand di destinazione.

Istituire una **tassa di soggiorno** simbolica attraverso cui veicolare la card turistica della città e promuovere la visita a siti d'interesse della città, l'utilizzo di mezzi di trasporto locale e la mobilità sostenibile.

Dopo la decisione della regione Lazio che riconosce rilevanza turistica a tuttii comuni del Lazio, una soluzione utile allo scopo, potrebbe essere legata all'applicazione della **tassa di soggiorno**. In quanto tassa di scopo, gli introiti potrebbero essere utilizzati per rafforzare il marketing territoriale: a fronte del pagamento, potrebbe essere rilasciata al turista visitatore una **card** per accedere ai punti di interesse/percorsi turistici della città o avere sconti sui mezzi di trasporto o peracquisti nella città. Questo darebbe la possibilità di mostrare le ricchezze della città e, auspicabilmente, accendere il desiderio di parlarne ma soprattutto di tornare per approfondirne la conoscenza.

Oltre all'accessibilità comunicativa, occorre aprire fare un'attenta e approfondita analisi sull'**accessibilità** legata ai mezzi di trasporto: il primo focus da affrontare è quello legato ai parcheggi per auto e pullman sia a lunga sosta che in prossimità dei siti di interesse. L'informazione relativa ai **parcheggi** – seppur esigui al momento disponibili, deve essere inserita nel sito del Comune e poter essere consultata facilmente da ogni singolo fruitore.

Successivamente, dopo aver identificato **tour operator e agenzie incoming** interessate a collaborare al progetto, sarà necessario strutturare i primi prodotti turistici tematici - sia per individuali che per gruppi, che facilitino l'accessibilità alla destinazione e la facile fruizione di tutti i servizi previsti.

Per questo occorre:

1. Potenziare l'accoglienza turistica, facilitando la fruizione e la visita ai turisti nella destinazione (mobilità e itinerari), formalizzando, strutturando e organizzando nuova proposta turistica esperienziale ed identitaria, in un'ottica sempre più cliente-centrica, che consideri il turista un vero promotore e ambasciatore della Città (coinvolgimento e creazione modelli di feedback).

2. Favorire la crescita del turismo e delle attività ad esso collegate, potenziando la capacità imprenditoriale in ambito turistico anche dei giovani, per attivare e consolidare quel coinvolgimento nella cura del Bene Comune, utile al turismo, ai residenti ed alle attività economiche direttamente e indirettamente coinvolte (Percorsi di formazione/specializzazione e incentivi).

3. E' altresì importante, incrementare la percezione del valore aggiunto dato delle attività economiche e dai prodotti del territorio, non direttamente connesse alle attività turistiche, come il commercio, la ristorazione, l'artigianato, le produzioni agroalimentari, ecc

4. Sviluppare servizi che migliorino l'accoglienza turistica, coinvolgendo i residenti stessi (livello di accoglienza anche pubblico, totem, segnaletica turistica).

5. Attuare strategie di promozione e di marketing, costruendo una narrazione turistica coerente con le reali potenzialità attrattive e di accoglienza della città, definendo e strutturando una strategia di marketing turistico integrata (portale web/depliant) ad una strategia di comunicazione, reputazione e promozione dei diversi attori e punti d'interesse turistici.

6. Favorire ed alimentare una promozione integrale del turismo della Città di Aprilia all'interno della gestione del marketing nella Provincia di Latina e nella Regione Lazio, che possa incrementare l'immagine e la consapevolezza rispetto alla destinazione. I prodotti turistici ideati devono poter avere ampia visibilità. Ove possibile, incrementare l'immagine della destinazione come destinazione accessibile e adatta a tutte le domande turistiche (senior, giovani, famiglie, disabili, ecc.).

7. Rafforzare l'attrattività dell'offerta di prodotti e proposte turistiche esistenti o da sviluppare, in modo da consentire il costante aggiornamento dell'offerta, aggiungendo attrattive, esperienze, prodotti e servizi che possono essere offerti in relazione a un determinato tema, a itinerari, a un evento. Per poter competere con destinazioni più importanti o macro-attrattori come Roma o Napoli, occorre puntare sulla specializzazione dell'offerta, della qualità dei servizi e della capacità organizzativa.

8. Favorire l'incontro con la domanda, presenziando a fiere di settore e pianificando azioni concrete, a partire dal Buy Lazio (educational per operatori italiani ed esteri), incrementando la notorietà della Città di Aprilia, quale destinazione turistica, il cui prodotto turistico rappresenta una varietà di offerta che, partendo dal turismo della memoria, abbraccia anche il turismo outdoor, culturale, rurale, ecc. ma soprattutto esperienziale per un'offerta integrata e sempre più rispondente alle esigenze del turista moderna.

In fase post-pandemica, tornare a viaggiare su ampia scala sembra essere una possibilità ancora remota; tuttavia, il turismo domestico è un primo passo verso il lento ritorno alla normalità e avrà un ruolo determinante nel far riprendere l'economia. Riscoprire, riqualificare e valorizzare le tradizioni, le bellezze culturali e paesaggistiche deve essere uno tra gli obiettivi principali di questa Città.

Sarà d'importanza strategica, intensificare la collaborazione fra pubblico e privato ed avere un approccio flessibile alla progettazione di esperienze turistiche e alla programmazione degli interventi promozionali e di informazione e accoglienza.

2.2. Costruzione dell'offerta Turistica

La destinazione è una porzione del Territorio che sviluppa potere attrattivo e deve poter essere percepita dal mercato in modo organico e strutturato. Di base è prima di tutto un concetto amministrativo: è necessario adottare azioni precise nei vari ambiti strategici, coordinate a quelle che il territorio in senso geografico saprà creare, per mettere a punto una proposta turistica trasversale tematica, con un'offerta di servizi a 360° per il turista, arricchita da nuovi stimoli, tesi a valorizzare le risorse, attraverso dei prodotti esperienziali in grado di catturare l'interesse dei turisti. Si tratta di un processo di crescita condiviso e partecipato, da avviare su una specifica area tematica – quella maggiormente identificativa per il territorio, per andare poi a testare ed eventualmente mettere a punto la proposta che sarà vista come una sorta di progetto pilota, replicabile successivamente in nuove aree tematiche, che possano nel tempo far RI-conoscere la città attraverso caratterizzazioni univoche di brand.

Il territorio può scegliere diversi modi per approcciare l'idea di destinazione turistica:
la configurazione punto – punto
il prodotto turistico viene definito dal turista attraverso relazioni singole con gli attori locali
la configurazione package
il prodotto turistico viene progettato ed assemblato da un'impresa specializzata che vende la vacanza nel suo complesso
la configurazione network
più attori della destinazione combinano la propria offerta per assicurare al turista sinergia, varietà e uniformità qualitativa delle diverse attrazioni di cui potrà beneficiare nel corso della vacanza

La scelta, sempre più spesso ricade sempre più spesso nella configurazione a network:

- Visti i molteplici cambiamenti di settore e l'evoluzione del Cliente viaggiatore, i prodotti richiesti sono sempre più diversificati e disomogenei.

- La competitività di una destinazione turistica oggi passa attraverso l'integrazione e la cooperazione tra servizi, operatori, prodotti.

- Un vero e proprio network che, seppur composto da una compagine disomogenea, opera in maniera unitaria ed in un'ottica cliente-centrica

Come gli attuali schemi di crescita territoriale vogliono, anche la Città di Aprilia si propone di ragionare in termini di **prodotto turistico integrato con una configurazione a network**, da costruire attivando sinergie

con gli altri territori con i vari prodotti e servizi della filiera. Per attuare sinergie e logiche di rete, per costruire prodotti turistici integrati e identitari, è determinante, individuare un "fil rouge" intorno ai quali costruire i prodotti turistici. Nel corso del 2022 in particolar modo si privilegeranno nuovi percorsi tematici legati all'outdoor, allo slow tourism, alla cultura e identità dei luoghi: la Seconda Guerra Mondiale, i percorsi della memoria, la storia di Menotti Garibaldi , le eccellenze eno-gastronomiche possono diventare delle narrazioni caratterizzanti che, partendo da temi e suggestioni identitarie forti, consentono di poter essere riconoscibili come destinazione anche a livello internazionale

Il prodotto è il medium tra la domanda e l'offerta turistica, e mette in relazione produttori e consumatori, brand di destinazione e reputazione di marca. Un prodotto turistico esiste nel momento in cui garantisce una risposta alle motivazioni di consumo del cliente.

Il processo di progettazione parte quindi dai bisogni, dalle motivazioni e dalle esigenze tipiche di uno specifico pubblico-target, che trovano una risposta nella proposta di prodotti turistici in grado di soddisfarli: si tratta spesso di esperienze più in relazione ad una specifica motiazione di vacanza, che cercando di soddisfare nel modo più completo possibile, senza mai allontanarsi delle vocazioni e delle fruizioni delle risorse del territorio, e sempre rispettando le caratteristiche e l'identità di quest'ultimo.

La **gamma dell'offerta turistica** del territorio consiste in un catalogo dei prodotti turistici di un'area territoriale (una destinazione) che ne rappresenta l'articolazione dell'assortimento, ovvero l'insieme delle linee di prodotto presidiate dalla destinazione stessa e indirizzate a pubblici selezionati. Se ne dà un possibile esempio nella tabella sottostante, dalla quale si può evincere la formalizzazione, per ampiezza e profondità, di quanto una destinazione è in grado di proporre a diversi target di domanda.

Dallo schema generico di cui sotto, è possibile fare alcune considerazioni rispetto alle potenzialità della destinazione Aprilia, in funzione sia della profondità che dell'ampiezza: è possibile sviluppare le tre linee di prodotto e leggerle in molte delle declinazioni già presenti in tabella.

	AMPIEZZA		
	LINEE DI PRODOTTO		
	Storia e cultura	Sport e natura	Enogastronomia e relax
PROFONDITÀ	Cammini religiosi e culturali Visite e tour tematici alla scoperta del territorio Spettacoli teatrali e musicali e arti performative in generale Visite specializzate ed esperienziali a monumenti, centri storici e musei Visite e tour alla scoperta del paesaggio culturale Folklore e tradizioni locali Rievocazioni storiche ed eventualmente in location storiche Soggiorni in residenze d'epoca e in hotel di pregio Scoperta dei luoghi d'arte	Soggiorni e attività in aree naturali e protette Centri e servizi per attività sportive all'aria aperta e a contatto con la natura Parchi avventura Percorsi di utilizzo e fruizione della rete sentieristica per attività di trekking, escursionismo, equitazione, mountain bike, cicloturismo Folklore locale e tradizioni Servizi di guide escursionistiche e /o naturalistiche Percorsi comprendenti musei etnografici e/o naturalistici Pacchetti soggiorno in agriturismo	Pacchetti soggiorno in agriturismo Pacchetti soggiorno in residenze d'epoca e di charme Esperienze di degustazione in cantine e salumifici Degustazioni di prodotti tipici locali – ricette tipiche locali Rassegne enogastronomiche Esperienze di vita nei borghi caratteristici Visite e tour alla scoperta del paesaggio produttivo Visite e tour alla scoperta dei prodotti del territorio

(Fonte: Gal del Ducato S.Cons.Rl)

La progettazione di un pacchetto turistico è per legge di competenza di un Tour Operator ed è normata dal Decreto Legislativo 21/05/2018 N. 62, entrato in vigore dal 1° luglio 2018. Prima di interfacciarsi con i TO locali per definire una programmazione strutturata di proposte turistiche, è bene identificarne i contenuti.

Per la Città di Aprilia, nella progettazione del prodotto, può essere ipotizzato un itinerario **a margherita**, che rappresenta un'ottima scelta qualora nell'area da visitare sia presente un polo di attrazione forte o principale (per esempio in termini di risorse culturali) che esprima un valore simbolico, culturale e tematico dominante.

Attorno a questo cardine è possibile costruire un sistema di escursioni verso altre risorse e località situate nei dintorni che migliorino la comprensione del luogo e del tema da parte del turista.
In un itinerario di questo tipo, si utilizza la stessa base di pernottamento durante l'intero soggiorno e questo può comportare condizioni economiche più vantaggiose (chi gestisce una struttura ricettiva avrà probabilmente maggiore disponibilità ad accordare uno sconto a fronte di più giorni di pernottamento), una maggiore facilità nel gestire operazioni tipo carico-scarico bagagli e le criticità legate ai parcheggi.

Questa opzione consentirebbe, utilizzando Aprilia come base di pernottamento per l'intero soggiorno, di poter posizionare sul mercato un prodotto flessibile che offre al visitatore la possibilità di scegliere tra una singola esperienza giornaliera oppure costruire un percorso tematico di più giorni.

Per incentivare la crescita del **numero di visitatori** di prossimità, sarebbe interessante proporre delle esperienze giornaliere o con un pernottamento, in concomitanza con i principali eventi programmati in città; per far crescere la **permanenza media** ed i flussi turistici stranieri sarebbe invece opportuno strutturare una proposta tematica su base settimanale o di short break che possa essere venduta come estensione da Roma o Napoli.

Un elemento fondamentale per l'identità e l'unicità della proposta di fruizione di un territorio attraverso un circuito è la scelta del **tema;** per la Città di Aprilia, restando nell'ambito del Turismo della Memoria, il tema di

partenza è quello legato alla seconda guerra mondiale e potrebbe trovare la sua prima declinazione nella proposta turistica “Aprilia - Operazione Shingle”

Attraverso questa prima proposta, pensata con una formula versatile - da week-end lungo (**4 notti**) fino ad arrivare ad **experience giornaliera**, si comincerà a lavorare su un'offerta integrata perché saranno coinvolti più operatori: TO locali, associazioni (The Factory 1944 e Shingle), Pro loco, strutture ricettive (il pacchetto potrebbe offrire più opzioni di scelta in termini di sistemazione: dall'agriturismo all'albergo), ristoranti, cantine vitivinicole, siti d'interesse della città.

2.3. Fruibilità dell'offerta e organizzazione del territorio

L'offerta per poter essere realmente fruibile da un mercato nazionale ed internazionale, deve essere supportata da un impegno da parte dell'amministrazione che possa mettere in condizione i visitatori di:

- **informarsi** (brand, portale turistico della città, sito del Comune, altri siti di informazione turistica dell'area)

- **accedere** (parcheggi, aree di sosta, collegamenti, servizi, prodotti turistici tematici)

- **approfondire i contenuti** (guida, brochure, segnaletica turistica, bacheche con QR code che rimandano a contenuti in più lingue)

- **tornare** (customer care per il monitoraggio della soddisfazione e delle richieste dei visitatori, nuovi prodotti turistici, calendario degli eventi)

La prima proposta tematica, legata alla Seconda Guerra Mondiale, è destinata agli appassionati del genere, agli amanti della storia, a persone direttamente o indirettamente coinvolte nel conflitto bellico, alle scuole, alle famiglie con bambini in età scolare.

Potrebbe essere resa fruibile ed accessibile anche ai portatori di disabilità.

E' rivolta ad un turismo nazionale ed internazionale – in quest'ultimo caso sarà necessario fare una profonda riflessione sulla fruibilità dell'offerta da parte dei mercati esteri in termini di: disponibilità di materiali in lingua, capacità di accoglienza da parte degli operatori turistici locali (strutture ricettive, ristoranti, ecc), disponibilità di guide e interpreti nel territorio.

2.4 Livello di notorietà e immagine sul mercato

La città non è attualmente percepita come destinazione turistica, se non in modo poco significativo.
In funzione del ruolo che ha rivestito durante la Seconda Guerra Mondiale, sui mercati internazionali (anglosassone e americano in particolare) la città è nota con l'appellativo “The Factory”, ma i flussi turistici che arrivano sono frutto del lavoro di operatori turistici esteri che vedono Aprilia come una meta di transito – ovvero, una piccola parte del racconto ma non la protagonista.

In funzione delle fasi previste in questo progetto (brand di destinazione, portale web turistico, calendario degli eventi), si lavorerà per costruire un'immagine di destinazione attraverso cui veicolare ogni tipo di comunicazione e prodotto ad essa correlata. Per accrescere la notorietà del brand saranno sviluppati contenuti, itinerari, educational tour, atti ad accrescere la consapevolezza degli operatori del territorio, nonché materiali on line ed off line dedicati rivolti all’esterno.

Lo sviluppo dei primi prodotti, accompagnati da workshop tematici, potrà promuovere il consolidamento del network ed in futuro, vedere la nascita di club di prodotto dedicati.

MERCATI Si conferma il presidio del mercato nazionale che rimane quello di riferimento ma si guarda con interesse anche a quello ed anglosassone e americano.

TARGET Per quanto riguarda i target, gli stessi sono suddivisibili in due diversi segmenti: - il consumatore finale quale potenziale ospite. - il sistema dell'intermediazione organizzata (tour operator, bus operator, agenzie di viaggi, network, etc.) e quella no profit (associazioni, CRAL, istituti, centri, etc.).

Fondamentale sarà anche l'istituzione di un vero **punto di informazioni e di accoglienza turistica della città (IAT)**: al momento ha sede presso il comune di Aprilia ma non sono presenti informazioni sul sito del Comune e l'unica possibilità per entrare in contatto (reperire telefono o inviare un email) è tramite il sito di Visititaly.it.

Gli uffici informazione turistica, in attuazione delle nuove norme di sicurezza anti Covid, devono continuare ad essere luoghi fisici accoglienti dove il turista può trovare tutte le informazioni necessarie, ma devono anche raccogliere, organizzare e distribuire le informazioni degli attori della destinazione, attraverso l'uso della rete e dei nuovi mezzi di comunicazione, diventando, di fatto, anche uffici virtuali digitali, e fornire al turista tutte le informazioni di cui ha bisogno nell'ottica di promuovere il territorio, con consigli di viaggio online ed offline. In questo contesto è indispensabile realizzare iniziative formative per gli operatori degli uffici di informazione turistica nei quali trattare temi come l'accoglienza, il nuovo ruolo degli uffici, l'attività di comunicazione sul web ed i social media, nell'ottica di creare una rete relazionale in grado di promuovere il territorio in maniera maggiormente efficace.

A supporto dell'accoglienza e dell'informazione turistica, la Destinazione avvierà la sua attività editoriale redigendo e producendo il **materiale promozionale rivolto al mercato nazionale ed internazionale** distribuendolo nelle principali fiere turistiche, ai convegni, negli eventi, alle strutture ricettive e negli Uffici di informazione turistica dislocati sul territorio.

E' indispensabile favorire la realizzazione di iniziative di **animazione ed intrattenimento turistico** che incentivino la conoscenza e la fruibilità del territorio e siano in grado di suscitare interesse anche oltre il livello locale.

Si rende sempre più necessario il coordinamento tra parte pubblica e privata del territorio al fine di rendere ancora più stretto il legame della programmazione di eventi e di offerte dedicate che possano incrementare il livello di notorietà della destinazione, la sua immagine sul mercato ed il consolidamento della configurazione a network che ha come finalità la realizzazione di un'offerta turistica integrata.

2.5. Eventi e Territorio: pacchetti turistici da strutturare

In base agli attuali eventi a calendario, con un potenziale attrattivo che esce dall'ambito cittadino per abbracciare un contesto più ampio, è importante con gli operatori turistici interessati alla definizione delle seguenti proposte:

Aprile – Turismo Rurale
In occasione della Fiera Agricola di Campoverde – pacchetto week-end in agriturismo con visita in fattoria

Maggio – Turismo della Memoria
In occasione della rievocazione storica legata allo sbarco di Anzio (associazione The Factory) – pacchetto week-end in agriturismo con percorso della memoria e visita alla tenuta Callissoni-Bulgari.

Giugno – Turismo Giovanile/Outdoor
In occasione dell'evento "APRILIA BOOKS & COMICS" - pacchetto week-end in B&B/Residence/Affittacamere con degustazione di birra artigianale

Luglio – Turismo Culturale
In occasione dell'infiorata e di Estrosa – pacchetto week-end in Hotel in città con proposte di menù tematici legati ai fiori

Agosto – Turismo Rurale
In occasione della transumanza – pacchetto week-end in agriturismo con visita alla tomba di Menotti Garibaldi e degustazione/visita alle Cantine Casale del Giglio.

Settembre – Turismo Religioso

In occasione della festa di San Michele – pacchetto week-end in Hotel, con visita turistica della città.

Maggio, Giugno e Settembre – Turismo Rurale e Outdoor
In occasione di Fattorie Aperte – pacchetto week-end in agriturismo o Residence, con visita della città e degustazione eno-gastronomica.

Di seguito, alcune proposte giornaliere da poter valorizzare sia singolarmente che per comporre l'itinerario a margherita:

1° Rievocazione storica
Una giornata presso la "Tenuta Calissoni Bulgari"
Visita guidata al Museo con l'associazione The Factory
Pranzo al sacco biologico
Nel pomeriggio passeggiata con visita al Wadi

2° Visita Mausoleo di Garibaldi
Una giornata alla scoperta della storia, vi porterà indietro di due secoli per approfondire la figura di Giuseppe Garibaldi, combattente, marito e padre.
In compagnia di Costanza Ravizza Buscaglione Garibaldi – discendente diretta di Garibaldi, potrebbe essere possibile visitare la tomba di famiglia dove riposa Menotti Garibaldi ed arricchire questa esperienza con aneddoti storici e curiosità sulla famiglia Garibaldi.
Pranzo in ristorante
Pomeriggio visita del Cimitero storico di Carano (se possibile) oppure visita alle cantine Casale del Giglio

3° - Città di Aprilia
Visita guidata del centro della città, da Piazza della Repubblica a Piazza Roma: com'era e come si è arrivati ad oggi
Pranzo in ristorante
Nel pomeriggio visita all'azienda Ape D'Oro con laboratorio e degustazione di miele e formaggi locali.