Post to Pdf

Accordo di co-marketing tra Comunedi Grottaferrata eTrenitaliaaa

Il Commissario prefettizio di Grottaferrata, viceprefettoGiancarlo Dionisi ha presentato oggi presso l'aulaconsiliare di Palazzo Consoli i tratti principalidell'accordo di co-marketing sancito tra Comune diGrottaferrata a Trenitalia.

Presenti in sala in rappresentanza di Trenitalia: il dottorSilvio Damagini della Direzione Regionale Lazio diTrenitalia e la dottoressa Elettra Salemi della DirezioneCommerciale Lazio – Offerta commerciale di Trenitaliaassieme a rappresentanti del mondo delle attivitàproduttive

UN ACCORDO SEMPLICE E MOLTO FUNZIONALE –"Si tratta di un accordo importante sottoscritto dalComune di Grottaferrata già la scorsa estate conTrenitalia, azienda del gruppo Ferrovie dello Stato chegarantisce la mobilità su tratte lunghe, medie e brevi inambito nazionale" ha esordito il viceprefetto.

"Il piano di co-marketing al centro di questa intesa èsemplice e per questo molto funzionale. Trenitaliagarantirà con un unico biglietto la tratta in treno fino aFrascati con il successivo rapido trasferimento in busdalla stazione Fs di Frascati a Grottaferrata che va adintegrarsi nel medesimo titolo di viaggio. Un servizioeccellente e puntuale che io stesso, all'inizio di questaavventura da amministratore di Grottaferrata, stosperimentando piacevolmente" ha spiegato ilcommissario prefettizio.

SCONTISTICA NELLE ATTIVITA' ADERENTI TRA IL 10E IL 20% – "Giunti quindi a Grottaferrata, si apre unmondo di opportunità da vivere. Tutto ciò grazie allascontistica che sarà applicata neivari esercizicommerciali del territorio che hanno aderito e stannoaderendo: dai negozi alle aziende agricole, dai ristorantiagli alberghi. Un piano che prevede sconti tra il 10 e il20%".

"L'accordo – ha proseguito Dionisi – è finalizzatodunque a favorire il miglioramento dellecondizioni economiche e del benessere sociale del territorioattraverso una migliore mobilità chepuò rappresentarel'inizio di una apertura della città e di tutte le sueapprezzabili peculiarità a unaplatea di utenti sempre piùampia".

UNO STIMOLO PER LE ECCELLENZE DELLA CITTA' E PER IL TURISMO -"Con questa intesadi co-marketing si intende pertanto – ha spiegato ancora il viceprefetto – andare a rafforzare legià vive potenzialità ambientali, paesaggistiche, produttive, architettoniche, artistiche e culturalifino ad arrivare a una ulteriore valorizzazione e fama di eccellenze già rinomate negli ambiti dell'enogastronomia e dell'ospitalità della Città di Grottaferrata, in modo che tanto i turisti quanto i cittadini residenti ne traggano sempre maggiore giovamento" ha sottolineato il commissario prefettizio.

UNA INIZIATIVA…IN PROGRESS – "Mi piace dunque pensare a questa come ad una iniziativa in progress. Per questo posso già dire che il Comune da parte sua cercherà di ampliare la platea delle attività produttive e commerciali aderenti tentando di migliorare anche il piano di sconti proposti agli utenti" ha concluso il commissario prefettizio.

Presente in sala anche il gestore del trasporto pubblico locale Schiaffini Travel, creator della stazione virtuale, presupposto fondamentale alla base dell'accordo di co-marketing, che è anche tra i promotori dell'altra iniziativa che vede legati mobilità e turismo: l'attrazione di Visit Grottaferrata che nei fine settimana offre la possibilità di visitare gratuitamente vigneti e luoghi di interesse culturale della città.

Ulteriori informazioni, dettagli e la possibilità di acquistare il biglietto on line sono disponibili sulla landing page dedicata all'iniziativa all'interno del sito web di Trenitalia, raggiungibile cliccando il

Developer By Post to Pdf