







## Accordo di co-marketing tra Comune di Grottaferrata e Trenitalia

Il Commissario prefettizio di Grottaferrata, viceprefetto Giancarlo Dionisi ha presentato oggi presso l'aula consiliare di Palazzo Consoli i tratti principali dell'accordo di co-marketing sancito tra Comune di Grottaferrata a Trenitalia.

Presenti in sala in rappresentanza di Trenitalia: il dottor Silvio Damagini della Direzione Regionale Lazio di Trenitalia e la dottoressa Elettra Salemi della Direzione Commerciale Lazio – Offerta commerciale di Trenitalia assieme a rappresentanti del mondo delle attività produttive

**UN ACCORDO SEMPLICE E MOLTO FUNZIONALE** – “Si tratta di un accordo importante sottoscritto dal Comune di Grottaferrata già la scorsa estate con Trenitalia, azienda del gruppo Ferrovie dello Stato che garantisce la mobilità su tratte lunghe, medie e brevi in ambito nazionale” ha esordito il viceprefetto.

“Il piano di co-marketing al centro di questa intesa è semplice e per questo molto funzionale. Trenitalia garantirà con un unico biglietto la tratta in treno fino a Frascati con il successivo rapido trasferimento in bus dalla stazione Fs di Frascati a Grottaferrata che va ad integrarsi nel medesimo titolo di viaggio. Un servizio eccellente e puntuale che io stesso, all'inizio di questa avventura da amministratore di Grottaferrata, sto sperimentando piacevolmente” ha spiegato il commissario prefettizio.

**SCONTISTICA NELLE ATTIVITA' ADERENTI TRA IL 10 E IL 20%** – “Giunti quindi a Grottaferrata, si apre un mondo di opportunità da vivere. Tutto ciò grazie alla scontistica che sarà applicata nei vari esercizi commerciali del territorio che hanno aderito e stanno aderendo: dai negozi alle aziende agricole, dai ristoranti agli alberghi. Un piano che prevede sconti tra il 10 e il 20%”.



“L'accordo – ha proseguito Dionisi – è finalizzato dunque a favorire il miglioramento delle condizioni economiche e del benessere sociale del territorio attraverso una migliore mobilità che può rappresentare l'inizio di una apertura della città e di tutte le sue apprezzabili peculiarità a una platea di utenti sempre più ampia”.

**UNO STIMOLO PER LE ECCELLENZE DELLA CITTA' E PER IL TURISMO** - “Con questa intesa di co-marketing si intende pertanto – ha spiegato ancora il viceprefetto – andare a rafforzare le già vive potenzialità ambientali, paesaggistiche, produttive, architettoniche, artistiche e culturali fino 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

