

## Castelvenere - Guardia

# C'è l'adesione alle wine card della Campania

REDAZIONE TELESINA  
benevento@ottopagine.it

Castelvenere e Guardia Sanfranceschi sono le prime due **Città del Vino** del comprensorio telesino-torrecusano ad aderire all'iniziativa 'Campania Wine Card'. Le giunte, guidati dai rispettivi sindaci Alessandro Di Santo e Floriano Panza, hanno deliberato in merito alla condivisione del progetto messo in campo dalla pattuglia campana dell'associazione nazionale delle **Città del Vino**. Lo schema di protocollo d'intesa fra i Comuni aderenti alla 'Campania Wine Card' è stato provato lo scorso 2 febbraio, nel corso del-

l'assemblea regionale dell'associazione svoltasi a Sant'Agata dei Goti, alla quale hanno partecipato anche il presidente nazionale ed il coordinatore regionale dell'associazione, rispettivamente, Pietro Iadanza e Raffaele Ferraioli. Con questa iniziativa si vuole promuovere i vini ed il loro territorio, orientando e deviando flussi turistici dalle località più famose, come quelle della costa e delle isole, a quelli dell'entroterra della regione meno conosciuti, ma con potenzialità di attrattiva. Il progetto prevede una serie di azioni: acquisto di una pagina di un settimanale a tiratura nazionale di almeno 400.000 copie al fine di distribuire la wine card in modo gratuito; stampa di almeno 500.000 wine card; stampa di un adesivo da fornire ai partners al fine di individuare coloro che aderiscono al progetto e propongono promozioni commerciali ai possessori della wine card (sconti, omaggi, degustazioni, ecc.); realizzazione di un portale internet, a servizio dei possessori della wine card per acquisire informazioni

circa i vantaggi, offerte promozionali dei partners, eventi e manifestazioni: tale portale internet potrà essere anche una vetrina per i comuni aderenti alle **Città del Vino** e per le mete di prossimità. Per quel che concerne i Comuni l'adesione al progetto oltre alla delibera del predisposto schema di convenzione prevede un contributo per le spese quantificato in trecento euro. Si tratta, dunque, di un'iniziativa con molteplici obiettivi: può essere una risposta senz'altro efficace, in quanto soddisfa il bisogno di popolarità dei siti meno conosciuti e frequentati, riesce a riequilibrare i flussi turistici sul territorio e sviluppa la logica dell'aggregazione e della costituzione di reti e sistemi, oltre a rappresentare uno strumento flessibile e tarabile sulle esigenze dei territori. La card, già presentata alla Borsa Internazionale del Turismo svoltasi l'altra settimana a Milano, si farà conoscere anche all'imminente Vinitaly di Verona.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

