Scritto da Red.
Venerdì 28 Ottobre 2016 17:45



AVELLINO – A un anno del suo approdo in Irpinia, il progetto “Comuni in comune” rende noti i primi risultati. L’iniziativa di marketing territoriale ha esordito nell’ottobre del 2015 coinvolgendo in dodici mesi ben 35 Comuni in provincia di Avellino. Un bilancio molto significativo in termini di consensi, soprattutto alla luce di quanto registrato in altre province.

Con l’adesione al progetto – si legge in un comunicato – ogni Comune irpino ha ottenuto un sostanziale aumento della visibilità grazie alle affissioni gratuite su poster stradali di grande formato con cui sono stati promossi eventi ed attrattive turistiche del territorio, anche fuori regione. La gratuità del progetto ha comportato un conseguente risparmio in termini economici per la promozione dei territori interessati (si stima in circa 10mila euro la cifra rimasta nelle casse dei Comuni aderenti). Soldi risparmiati dalle amministrazioni, e dunque dai cittadini, che si aggiungono al dato più importante in assoluto, quello delle presenze turistiche sul nostro territorio, che da quanto riportato dalla Pat Service di Pescara, incaricata della ricerca di mercato sulla verifica dei flussi turistici in Irpinia legati all’impatto del progetto, ha visto un aumento delle presenze tra i Comuni rientranti nel circuito “Comuni in comune” di circa il 13%, confermando inoltre che il tipico turista che visita l’Irpinia è quello che pratica il cosiddetto “mordi e fuggi”.

Numeri perfettamente in linea con le recenti statistiche che riferiscono di 33 milioni di visitatori in Irpinia durante la scorsa estate, addirittura il 9% in più rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente. Un bilancio che va al di là di ogni aspettativa e che trova conferma nel giro d’affari che sale addirittura del +17,2%, arrivando a 21 miliardi. Un passo in avanti notevole, da più parti considerato uno spartiacque importante per il futuro del turismo nella nostra provincia.