la Rassegna.it
Fondata nel 1906

3 Luglio 2017

Turismo, gli Infopoint cambiano pelle. Un bando sostiene l’ammodernamento

Il progetto di riordino della Regione prevede 4 tipologie di strutture di accoglienza turistica, una nuova immagine e più servizi, come la possibilità di prenotare i biglietti per i musei o dei trasporti locali. Stanziate risorse per l'adeguamento

Un nuovo logo, un’immagine coordinata rinnovata e quattro diverse tipologie di uffici. Gli Infopoint turistici in Lombardia cambiano pelle, come ha illustrato l’assessore allo Sviluppo economico Mauro Parolini, al termine della seduta di giunta. «Siamo di fronte a un progetto di rilancio senza precedenti – ha evidenziato -, che prevede l’introduzione di servizi innovativi, l’apertura anche ai privati e, soprattutto, lo stanziamento di fondi per la creazione di nuove strutture e la riqualificazione di quelle esistenti».

«Gli Infopoint – ha dichiarato Parolini – sono la porta d’ingresso alle destinazioni turistiche e, molto spesso, la prima tappa di un percorso dentro la nostra regione, che deve essere contraddistinta da una rinnovata professionalità e ricchezza di informazioni: per questo li vogliamo più moderni, più efficienti e aperti più a lungo, perché qui i turisti devono sentirsi accolti, informati e aiutati».

«Degli oltre 5,3 milioni di euro che abbiamo stanziato – ha spiegato Parolini – più di 4,8 milioni sosterranno un bando che aprirà nelle prossime settimane e che finanzierà, con contributi a fondo perduto fino a 50mila euro, gli investimenti sugli Infopoint di soggetti pubblici e privati in innovazione tecnologica e organizzativa, interventi strutturali e acquisto materiali o apparecchiature tecnologiche, ma anche per l’incremento degli orari di apertura e l’organizzazione di iniziative di promozione in modo di completare il salto di qualità che l’accoglienza turistica in Lombardia sta vivendo».

LE TIPOLOGIE

La rete sarà composta da quattro tipologie di Infopoint: **standard**, strutture permanenti localizzate presso i Comuni capoluoghi di provincia e nelle principali località turistiche; **gate**, strutture localizzate negli aeroporti, nelle stazioni ferroviarie e presso le infrastrutture stradali e autostradali che intercettano i principali flussi turistici, che offrono servizi aggiuntivi rispetto alle altre tipologie Infopoint; **flagship**, strutture emblematiche localizzate nelle destinazioni caratterizzate dai principali flussi turistici; **diffusi**, strutture che integrano la rete al fine di garantire la massima copertura territoriale del servizio turistico e possono avere carattere permanente o temporaneo.

I SERVIZI PRINCIPALI

Informazioni turistiche (eventi, orari e localizzazioni attrazioni, itinerari suggeriti, etc), info 24 ore tramite totem con touch-screen o altre tecnologie interattive; disponibilità di materiale informativo e promozionale del territorio di competenza e di quello regionale (cartine, trasporti, attrazioni, eventi, etc); disponibilità di connettività wi-fi in loco, aperta e gratuita previa registrazione; servizi di prenotazione biglietti musei, trasporti locali, transfer, spettacoli ed eventi in tutta la Regione e vendita biglietti; disponibilità di connettività anche attraverso eventuale vendita sim e noleggio device wi-fi portatili.

Negli Infopoint flag-ship sono inoltre previsti corner per la promozione del territorio e vendita merchandising e prodotti tipici, nel rispetto della normativa vigente, videowall per rappresentazione di video promozionali e postazioni per visione video 3D.

ORARI

Una volta a regime, gli Infopoint standard assicureranno gradualmente orari di apertura al pubblico per non meno di 56 ore settimanali, compresi i giorni festivi. Maggiore
disponibilità dovrà essere assicurata in occasione dei periodi di maggiore afflusso. Per quelli “diffusi” non meno di 36 ore; per le altre tipologie verranno definiti con appositi accordi tra Regione Lombardia e i soggetti gestori.

IL PERSONALE

Gli addetti dovranno possedere il diploma di scuola media superiore e conoscere almeno due lingue straniere, di cui almeno una compresa tra le seguenti: francese, inglese, tedesco e spagnolo. Dovranno inoltre saper operare con gli strumenti informatici e telematici. Sono previsti infine corsi di formazione per l’aggiornamento delle conoscenze sulle risorse e sui servizi turistici.

L’INFOPOINT FLAGSHIP GIÀ OPERATIVO A RHO FIERA MILANO

L’Infopoint si trova all’ingresso della Porta Est della Fiera e occupa uno spazio coperto di oltre 200 metri quadri. Offre informazioni turistiche e orari, notizie su eventi, attrazioni e itinerari suggeriti da personale qualificato durante i giorni di apertura della Fiera per manifestazioni ed esposizioni.

All’interno dello spazio sono disponibili materiali informativi e promozionali ed è possibile fare esperienze di visita in 3D attraverso gli “Oculos e Cardboard”: la Lombardia in Virtual Reality. È inoltre presente un’area lounge, un’area denominata “In Bici #inLombardia”, nella quale è possibile pedalare con due biciclette su rulli accompagnate da monitor che consentiranno di immergersi negli itinerari cicloturistici lombardi, e un’area dedicata al turismo enogastronomico, “#saporeinLombardia”, attraverso la quale conoscere eventi legati al turismo enogastronomico, scoprire le ricette della tradizione e degustare prodotti tipici nel rispetto della normativa vigente.

Infine è prevista anche l’area dedicata a #ilPassaporto della Lombardia: un documento personale per collezionare le proprie esperienze di viaggio in Lombardia da farsi timbrare, per ogni destinazione visitata, proprio presso gli Infopoint e i siti turistici autorizzati.

Ogni area è provvista di Ipad per la consultazione autonoma del visitatore delle informazioni online e degli eventi a tema.