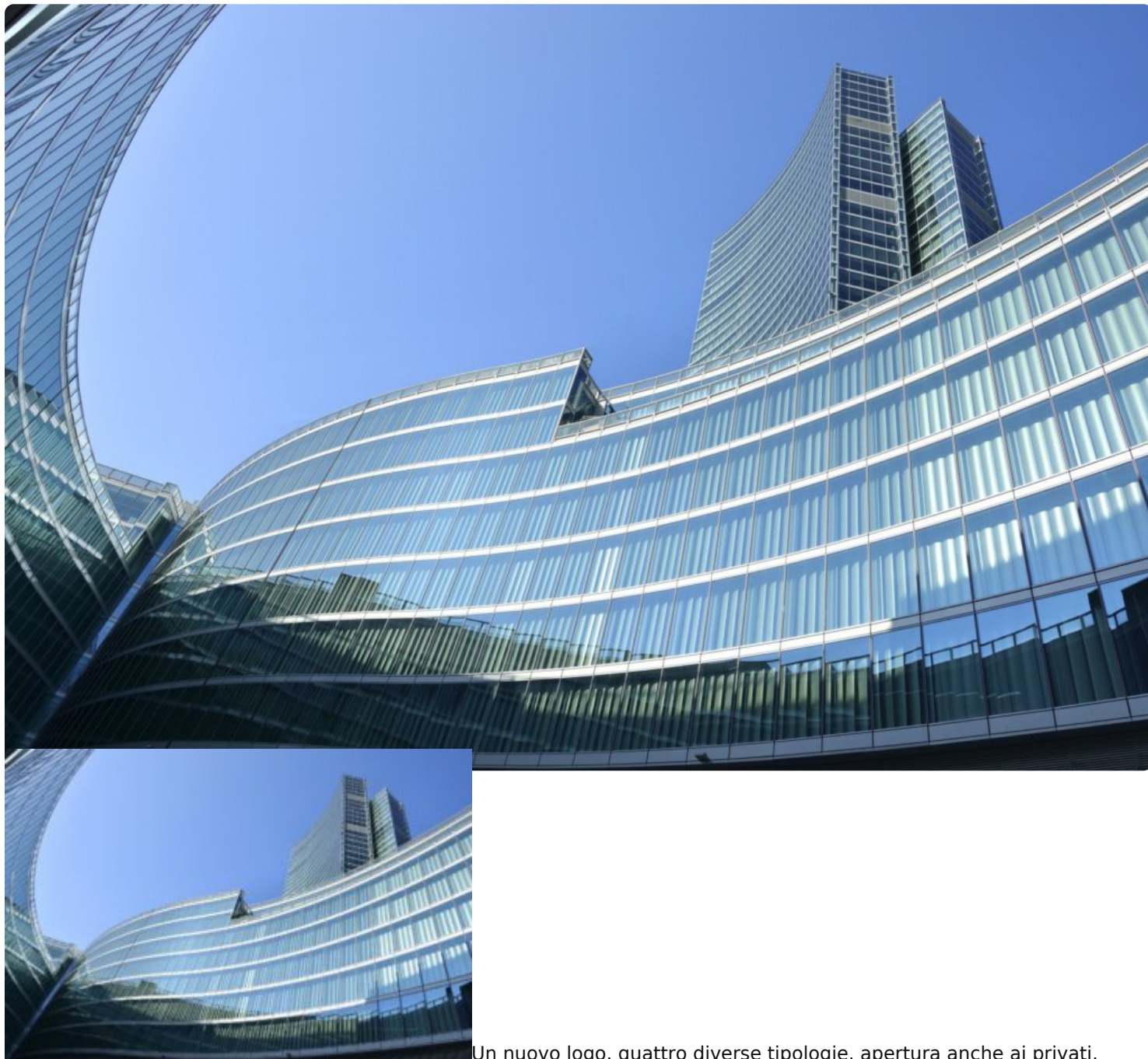


Turismo, la Regione cambia gli infopoint e apre ai privati

Un nuovo logo, quattro diverse tipologie, nuovi servizi innovativi ed informazioni in almeno due lingue straniere. Questi i punti salienti dei provvedimenti approvati oggi dalla Giunta



Un nuovo logo, quattro diverse tipologie, apertura anche ai privati, nuovi servizi innovativi ed informazioni in almeno due lingue straniere. Sono queste alcune delle novità contenute nei due provvedimenti approvati durante la seduta odierna di Giunta su proposta dell'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia Mauro Parolini, che ridisegnano le strutture regionali di informazione e accoglienza turistica. "Da Regione notoriamente conosciuta in Italia e all'estero per il ruolo di leadership economica svolto nei settori della moda, del design, della metalmeccanica, dell'agroalimentare - ha dichiarato Parolini -, la Lombardia sta rivelando anche la sua

grande vocazione turistica, facendo registrare negli ultimi anni aumenti a doppia cifra in termini di arrivi e presenze”.

“Durante questa legislatura – ha sottolineato Parolini – abbiamo impresso una forte accelerazione al turismo: c’è una nuova legge, un impegno economico di oltre 60 milioni di euro per valorizzarlo, un nuovo modo di gestirlo e, soprattutto, una più moderna ed organica strategia di promozione della destinazione Lombardia grazie anche alla società Explora, che è diventata a pieno titolo la nostra DMO (Destination Management Organization). Ora il cambio di passo coinvolge anche gli uffici per l’informazione e l’accoglienza turistica, che vogliamo più moderni, aperti e più efficienti”.

“Queste strutture sono infatti la porta d’ingresso alle destinazioni turistiche – ha spiegato l’assessore -: la prima tappa di un percorso dentro la nostra regione che deve essere contraddistinta da una rinnovata professionalità e ricchezza di informazioni, ma anche da riconoscibilità e coerenza d’immagine, oltre che da un atteggiamento attento e amichevole nei confronti dei turisti. Per questo abbiamo innanzitutto scelto un nuovo logo attraverso un contest curato dalla nostra società di promozione turistica, in collaborazione con l’Associazione per il disegno industriale, ADI, a cui hanno partecipato ben 84 progetti”. “Sentendo anche gli Enti locali, le associazioni di categoria e i protagonisti della filiera del turismo – ha concluso Parolini – abbiamo poi deciso di alzare gli standard qualitativi dei servizi di accoglienza e di integrarli e coordinarli in una rete regionale come previsto dalla nostra nuova legge, aprendo la possibilità di svolgere questa attività ad enti pubblici associati, a partenariati pubblico – privato e a soggetti privati, comprese le agenzie di viaggio che in questa nuova funzione possono trovare un’opportunità di sviluppo in un momento di crisi per questo genere di attività”.

LA SCHEDA

Le principali novità contenute nei provvedimenti che saranno inviati alla commissione consiliare competente per un parere.

LE TIPOLOGIE

La rete sarà composta da 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 localizzazione attrazioni, itinerari suggeriti, etc.), info h 24 ore tramite totem con touchscreen o altre tecnologie innovative; disponibilità di materiale informativo e promozionale del territorio di competenza e di quello regionale (cartine, trasporti, attrazioni, eventi, 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, vendita biglietti; disponibilità di connettività anche attraverso vendita sim e noleggio device wifi portatili. Negli Infopoint flagship sono inoltre previsti corner per la promozione del territorio e vendita merchandising e prodotti tipici (consegna in hotel o a casa), nel rispetto della normativa vigente videowall per rappresentazione di video promozionali e postazioni per visione video 3D.

ORARI

Gli Infopoint standard assicurano orari di apertura al pubblico per non meno di 56 ore settimanali, compresi i giorni festivi. Maggiore disponibilità deve 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 devono 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. Devono 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.