
Turismo e Attrattività

LOMBARDIA

1. Rete degli infoPoint turistici

Gli infoPoint turistici possono costituire una rete non solo informativa ma anche di raccolta di dati ed esigenze turistiche che consentiranno di sviluppare le future strategie sulla base delle effettive esigenze dei visitatori. E' necessario che la rete abbia un orizzonte temporale di operatività sufficiente non solo ad andare a regime con le proprie attività, ma anche evolvendo e assicurando continuità di dotazione tecnologica, formazione degli addetti, aggiornamento di materiali, allestimenti e sistemi informativi, per evitare e prevenire che dopo l'investimento iniziale ci si dimentichi di dare seguito al supporto di rete, vera e propria infrastruttura abilitante.

La infrastrutturazione fisica degli infoPoint lombardi, il cui numero a regime è stimato in un centinaio, sarà assicurata dal bando sviluppato in sede di Accordo per la competitività già approvato e in corso di definizione, che consentirà di dare dotazioni infrastrutturali a tutti i punti, sia quelli esistenti che i nuovi punti che faranno richiesta, nelle tre tipologie di infoPoint definite a livello regionale a seconda della qualità dei servizi offerti.

Resta tuttavia da affrontare e supportare la necessità dei gestori degli infoPoint di dare servizi omogenei – formando adeguatamente il personale che sarà utilizzato – e soprattutto di supportare i gestori degli infoPoint con personale aggiuntivo che consenta di assicurare gli orari di apertura ampliati, stabilizzare il personale esistente e selezionarne di nuovo.

Si prevede una forte attività di formazione all'utilizzo degli strumenti relativi all'infopoint (EDT, Materiali di comunicazione), modalità di connessione coi propri strumenti e soprattutto di coaching sull'importanza degli strumenti, della rete e dell'infrastruttura integrata, oltre alle attività di formazione degli operatori della filiera turistico-ricettiva, integrandola e mettendo direttamente in comunicazione lo staff dedicato alla promozione/comunicazione e le imprese.

Si prevede di sviluppare un bando per contributi ai gestori degli infoPoint – differenziato sia per categoria di infoPoint che per tipologia di gestore degli stessi – per cofinanziare le spese di personale incrementali direttamente volte ad assumere nuove risorse, stabilizzare quelle esistenti, incrementare gli orari di apertura degli infoPoint con maggiore utilizzo di risorse lavorative già presenti.

2. Azioni integrative di supporto al comparto dell'attrattività

FORMAZIONE alla filiera turistica e di servizi attrattivi

Si prevede un piano di formazione rivolto alla filiera, in continuità con il progetto #inLombard1a, con riguardo a diversi ambiti (digital, social, content, accoglienza, prodotto, ecommerce, bigdata, dati, marketing, lingue, allestimenti, organizzazione eventi, promozione integrata, turismo active, food Tourism, turismo religioso, turismo in famiglia, etc...). I momenti formativi saranno finalizzati a valorizzare il territorio e promo-commercializzare le località turistiche, con moduli di social media marketing del turismo, gestione CRM dei clienti, sino alla realizzazione di materiale informativo digitale per promuovere lo storytelling delle attività commerciali e turistiche del territorio

CONTRIBUTI ad imprese, operatori e progettualità aggregative

In parallelo, si favorirà con altri strumenti gestiti direttamente in collaborazione con le Associazioni Imprenditoriali del Territorio – dei “distretti” di attrazione turistico-culturale, con perimetrazione degli ambiti e segnaletica delle “icone” identificative, clusterizzate secondo i fattori di attrattività da parte delle CCIAA: percorsi enogastronomici, artistico-culturali, shopping e negozi/locali tradizionali e storici, altri fattori di attrattività quali grandi eventi, sport, design e moda, sfruttando lo strumento di governance territoriale rappresentato dai Distretti Urbani del Commercio.

3. Il budget di progetto

Il forte input che proviene dalle Camere di Commercio lombarde è quello di contenere al massimo possibile i costi interni e di destinare una significativa percentuale delle risorse a beneficio diretto delle imprese. Si ipotizzano le principali voci di spesa per la realizzazione del progetto, finalizzate solo per il 20% circa a costi di gestione, con il restante 80% riservato ad interventi diretti a favore delle imprese e dei territori, come segue:

Supporto e funzionamento	800.000
Interventi a favore delle imprese e territori:	2.000.000
Voucher di sostegno agli InfoPoint:	1.400.000
TOTALE SPESA ANNUA	4.200.000

IL SEGRETARIO GENERALE
(dr Massimo Ziletti)

IL PRESIDENTE
(dr Giuseppe Ambrosi)