

Dodici totem turistici in città e un brand per rendere le edicole riconoscibili come punti informativi

di **Redazione**

07 Luglio 2021 - 13:35



Genova. Un progetto di accoglienza turistica sviluppato con l'installazione diffusa di **12 totem**, a presidiare le principali location di afflusso e di interesse: veri e propri punti informativi tecnologici che nascono dall'esigenza di fornire indicazioni ai turisti nelle 24 ore, anche nelle mete di interesse più lontane dagli uffici di Informazione e accoglienza turistica.

"I totem rispondono all'esigenza di colmare un gap informativo che abbiamo intercettato: ora i turisti hanno la possibilità di accedere a tutte le notizie, messe a sistema per essere visualizzate nella modalità più idonea per questo tipo di supporto - spiega l'assessore al Turismo e marketing territoriale **Laura Gaggero** - ci stiamo inoltre attrezzando per brandizzare come punti informativi anche le rivendite di giornali. Per questo abbiamo lanciato un bando, tuttora aperto, al quale hanno finora aderito tre edicole, presso le quali è possibile ricevere informazioni turistiche ma anche acquistare il Genova City Pass e le visite guidate organizzate dal Comune di Genova. Tutte queste iniziative si inseriscono in un più ampio contesto di azioni di promozione turistica, poste in essere da questa amministrazione, per realizzare percorsi e attività sempre più coinvolgenti connotando Genova come città esperienziale, in grado di offrire una vasta gamma di possibilità".

La selezione dei luoghi in cui posizionare i **12 totem** è inserita nel progetto europeo Mobimart, MOBilità Intelligente MARE Terra, che ha come focus una piattaforma integrata per mettere in comunicazione intelligente i servizi di trasporto, facilitando gli spostamenti e rendendo più semplice l'accesso alle informazioni.

Per veicolare le informazioni turistiche e/o di interesse cittadino, sono state pertanto individuate le seguenti zone: stazione ferroviaria di Nervi, Porto Antico - nei pressi del nuovo punto Iat accanto alla biglietteria dell'Acquario, piazza De Ferrari, Pegli (nei pressi di Villa Durazzo Pallavicini), Palazzo Ducale, Palazzo Tursi, stazione ferroviaria di Brignole, stazione ferroviaria di Principe, terminal traghetti (nei pressi dell'area "arrivi", stazione marittima e nei pressi dell'area "arrivi" delle navi da crociera), monitor presso il mobility and tourism hub in zona Porto Antico (nella stagione estiva), monitor in via Prè.

Il progetto si articola in due aspetti complementari, hardware e software: per la prima componente, sono state scelte 3 tipologie di device in base alle diverse location: 6 totem touchscreen indoor, 4 totem touchscreen outdoor, 2 monitor touchscreen. Sul fronte del software, la scelta si è invece orientata verso la tecnologia del Digital Signage, ovvero una piattaforma di back office che permette di gestire i contenuti e il palinsesto attraverso una cabina di regia unica. Il palinsesto può infatti essere differenziato in base alla localizzazione spaziale e alla diffusione di informazioni di carattere territoriale. Le informazioni veicolate, riguardano, per esempio, gli eventi, i musei, gli itinerari, ma anche le notizie cittadine, il meteo e la viabilità.

Per ottimizzare la diffusione della rete di informazioni turistiche su tutto il territorio genovese, facilitando l'acquisto di alcuni servizi e prodotti turistici, è stato anche pubblicato un bando per **brandizzare le rivendite di giornali**, rendendole identificabili come **ulteriori punti di informazione turistica**, nei luoghi di grande affluenza non direttamente presidiati dagli uffici Iat.

Ad oggi hanno aderito **tre edicole** (piazza De Ferrari, piazza Caricamento, piazza Acquaverde/stazione Principe), che si sono inoltre impegnate a vendere i prodotti e le esperienze turistiche gestite dal Comune di Genova, come il Genova City Pass e le visite guidate.