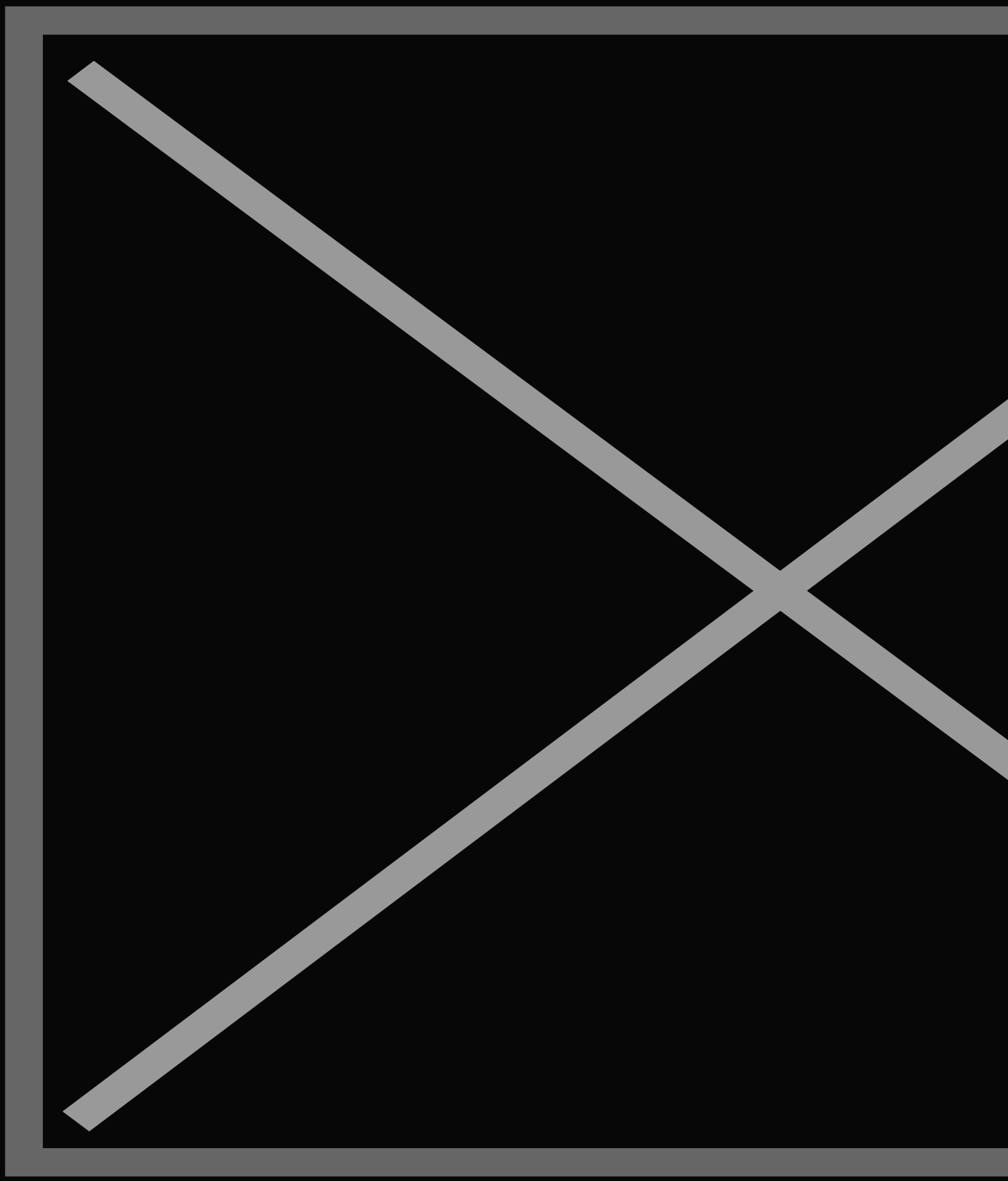
Tourism Act 2017, ultima tappa del progetto #inLombard1a: formati 900 operatori turistici

Si è svolta il 14 novembre a Milano, alla presenza del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo Dario Franceschini, la tappa conclusiva del progetto **“#inLombard1a”**, dedicato alla formazione degli operatori turistici in materia di promozione, attrattività e digitalizzazione, in occasione dell'edizione 2017 del **Tourism Act,** gli stati generali del turismo lombardo, organizzato dall'assessorato regionale allo Sviluppo Economico e da Explora, DMO di Regione Lombardia.
Nel corso della sessione plenaria, alla quale hanno partecipato, oltre al Ministro Franceschini, l'Assessore allo Sviluppo Economico di Regione Lombardia **Mauro Parolini**, il direttore generale dell'assessorato Danilo Maiocchi, il presidente di SEAPietro Modiano, il regista e direttore artistico Davide Rampello, il presidente della Fondazione Vittoriale degli Italiani Giordano Bruno Guerri e il ristoratore e giudice di Masterchef Joe Bastianich, si è evidenziato quanto il turismo sia centrale nell'economia del territorio, quanto si è fatto fino a oggi a sostegno della filiera e quali sono gli indirizzi per continuare a crescere.



L'anno del turismo lombardo (29 maggio 2016-29 maggio 2017) ha visto Regione Lombardia impegnare nel settore **60,6 milioni di euro**, con 9 bandi attivati a sostegno della filiera, 40 iniziative di promozione dell'offerta turistica, la partecipazione a 36 fiere ed eventi nazionali e internazionali e la realizzazione del progetto formativo #inLombard1a, organizzato dalla Regione e condotto da Explora, Unioncamere Lombardia e Camera di Commercio di Milano.

#inLombard1a, con il numero ”1” al posto della “i” a dichiarare l'intento e l'obiettivo del progetto – lavorare insieme alla filiera del turismo per ambire a diventare la prima regione turistica d'Italia – si è svolto in 9 tappe iniziate a gennaio 2017 e ha toccato tutto il territorio regionale per formare gli operatori del settore turistico in modo non convenzionale e innovativo su modalità di accoglienza turistica e digitalizzazione. All'iniziativa di formazione hanno partecipato complessivamente, a oggi, circa 900 persone.

“La Lombardia – ha sottolineato l'assessore **Mauro Parolini** – è riuscita in questi ultimi anni a svelare finalmente la sua grande vocazione turistica: il turismo si è affermato come uno dei principali asset di sviluppo economico e continua a crescere nei numeri e nella qualità. Con il progetto formativo “#inLombard1a abbiamo voluto garantire un'opportunità di formazione a tutti gli operatori e a tutta la filiera coinvolta nel turismo, per arricchire le loro competenze, accrescere ulteriormente l'attrattività delle nostre aree turistiche e migliorare l'accoglienza: vogliamo diventare – ha concluso l'assessore – la prima regione italiana anche in ambito turistico e la formazione è una componente strategica indispensabile per raggiungere questo obiettivo”.

Anche in occasione della tappa di Milano workshop formativi si sono alternati a panel di lavoro e laboratori, durante i quali sono stati toccati diversi temi fra cui lo scenario dell'accoglienza e del turismo odierno, l'utilizzo dei Social Media nel turismo, Big Data, e ancora Food e Turismo, con un approfondimento mirato circa l'iniziativa “Food Meets Tourism” per analizzare il tema del turismo nell'enogastronomia e l'utilizzo degli strumenti digitali per la promozione online.

In Piazza Città di Lombardia è stato poi allestito un Temporary Restaurant, dove si sono alternati gli show cooking di due grandi maestri lombardi della cucina, Vittorio Fusari ed Elio Sironi, oltre a una dimostrazione di gelato all'azoto di Massimiliano Scotti e una degustazione di prodotti lombardi: salumi, formaggi, dolci, vini e birre.

Per chi non fosse riuscito a prendere parte all'evento è disponibile una sezione online sul sito web di Explora dove consultare la documentazione dei panel, visionare i videoclip dei workshop e le interviste realizzate a ospiti, formatori e testimonial, un piano di comunicazione sui social e sulle community locali e una campagna dedicata con tanto di Passaporto speciale per l'occasione.