Avviso

Progettazione e realizzazione arredi Ufficio Informazioni Mazzin

PREMESSA

L'Azienda per il Turismo della Val di Fassa, a seguire ApT o Committente, nell'ambito dell'attività di informazione, assistenza turistica e promozione e per espletare la propria funzione istituzionale, così come definita dalla legge PAT 08/2020, ha la necessità di individuare un partner che possa supportare il Committente nella progettazione e realizzazione di un nuovo Ufficio Informazioni.

Il Comune di Mazzin mette da anni a disposizione del Committente un locale adibito a Ufficio Informazioni in Strada de Capitel del Moro, 812. Per questo motivo e in considerazione della tecnologica attualmente disponibile, si rende necessario la progettazione e realizzazione di un ufficio innovativo dove poter interagire con ospiti, soci e la comunità.

Date queste premesse, si rende necessario individuare un fornitore competente ed affidabile che possa affiancare ApT nella realizzazione di questo progetto. A partire dall' analisi sull'esperienza nell'ufficio informazioni (per ospiti, comunità, soci e collaboratori di ApT), l'azienda partner dovrà sviluppare una soluzione funzionale, adeguata agli standard qualitativi, nel rispetto di concept e brand di ApT.

APT VAL DI FASSA: CHI SIAMO

L'Azienda per il Turismo della Val di Fassa è l'organizzazione di promozione territoriale istituzionale della Val di Fassa. Si tratta di una società cooperativa a capitale misto, costituito per circa il cinquanta percento da risorse pubbliche erogate dalla Provincia Autonoma di Trento e per la restante parte da finanziamenti privati versati da oltre mille soci contributori, rappresentati in prevalenza da titolari o gestori di attività economiche legate all'ambito turistico e operanti nel territorio della valle.

La Val di Fassa con una ricettività di oltre 60.000 posti letto e oltre 4 milioni di presenze turistiche annue, rappresenta una delle principali destinazioni turistiche delle Dolomiti e dell'intero arco alpino. Con un mercato turistico in prevalenza italiano ma con una forte attrattiva anche su quello internazionale, soprattutto d'inverno (50% delle presenze totali annuali provengono dall'estero), la Val di Fassa accoglie visitatori provenienti da tutt'Europa (in particolare da Germania, paesi dell'est europeo, Olanda, Scandinavia, UK e USA), ma anche da numerosi mercati extraeuropei, soprattutto a seguito del riconoscimento Unesco di Patrimonio dell'Umanità alle Dolomiti.

In inverno la Val di Fassa rappresenta un vero e proprio paradiso dello sci, con oltre 70 impianti di risalita all'avanguardia tecnologica e un network di piste di massimo livello. Posta al centro del comprensorio sciistico più esteso al mondo, il Dolomiti Superski, la Val di Fassa annovera diverse aree sciistiche – quasi tutte collegate fra loro – nonché tre accessi diretti al Sella Ronda, il famoso Giro dei Quattro Passi. Estremamente differenziata anche la proposta outdoor invernale, con numerose attività sulla neve alternative allo sci alpino quali l'escursionismo, lo sci di fondo, lo scialpinismo, oltre alla

presenza di prestigiosi centri termali e benessere ed una ricca offerta enogastronomica, a completamento di una già ricca offerta turistica.

La Val di Fassa nei periodi estivi vanta una rete molto vasta di sentieri e percorsi escursionistici che attraversano alcuni dei gruppi dolomitici più famosi del mondo, dal Catinaccio alla Marmolada, dal Sassolungo al Sella, con luoghi iconici quali le Torri del Vajolet e il lago d'Antermoia – solo per citarne alcuni – ove è possibile praticare innumerevoli attività outdoor come l'escursionismo, l'arrampicata e le vie ferrate. In forte crescita tutto il panorama bike, con le salite più famose del Giro d'Italia per gli appassionati di bici da strada, una rete di strade forestali per l'ebike, il bike park destinato alla MTB o il cicloturismo lungo la pista ciclopedonale che ne attraversa il fondovalle. Numerose le attività per famiglie e bambini, target turistico principale della proposta estiva. Negli ultimi anni, grande attenzione sul benessere nella natura, la rigenerazione (al di fuori delle SPA degli hotel e dai centri benessere). Molto ricco il calendario con eventi e manifestazioni sportive, culturali ed enogastronomiche.

In anni recenti, vista la maggior propensione soprattutto dei visitatori stranieri a spostarsi anche in periodi di minore affluenza ed in un'ottica di superamento del concetto di bi-stagionalità dell'offerta turistica strettamente estiva o invernale, divengono sempre più attrattive le opzioni di vacanza proposte nei periodi primaverili e autunnali, quando il territorio risulta fruibile in un clima di maggiore tranquillità e minor afflusso turistico.

OGGETTO DEL SERVIZIO

Apt Val di Fassa invita Fornitori interessati a presentare una proposta per la progettazione e la realizzazione (inclusi arredi e complementi d'arredo) dell'ufficio informazioni di Mazzin.

Nello specifico, si richiede la presentazione di un'offerta con quotazione economica che dovrà essere riferita alle seguenti attività:

1) Progettazione

Si richiede la progettazione degli interni dell'ufficio informazioni. Questi devono tenere in considerazione:

- la planimetria (Allegato 1). Entro gennaio 2027 si rende necessario fornire alcune importanti informazioni al Comune per il completamento dei lavori (eg posizionamento punti luce). La progettazione richiesta non riguarda il locale adibito a servizi igienici;
- le linee guida dello studio realizzato da Trentino Marketing contenute nel documento "Il nuovo ufficio turistico del Trentino: Personas & Journey" e "Il nuovo ufficio turistico - Design Guidelines" (Allegati 2 e 3). Queste descrivono l'ufficio informazioni con una nuova chiave di lettura, che va oltre al semplice servizio informativo. L'ufficio informazioni diventa un luogo in cui la destinazione si presenta, si costruiscono relazioni e si informano gli ospiti, ma si lavora anche individualmente al computer. È importante pensare alle diverse interazioni con ospiti, soci e fare in modo che ci siano anche delle postazioni self-service;
- il manuale d'uso del marchio Val di Fassa (Allegato 4);

- continuità progettuale e comunicativa con il recente intervento di riqualificazione dell'Ufficio Turistico di Moena, valorizzando l'utilizzo di elementi architettonici e materiali riconducibili alla tradizione locale e all'identità della Val di Fassa, al fine di garantire coerenza estetica e riconoscibilità della rete degli uffici turistici del territorio.

2) Realizzazione

Si richiede la realizzazione del progetto ed il completamento di arredi e finiture entro il termine del 31/05/2027. Il costo di quanto non incluso nel bando sarà sostenuto dal Comune o da ApT Val di Fassa.

SELEZIONE DEL FORNITORE

In sede di individuazione dei fornitori, saranno valutati:

Idea generale e progettazione di massima (non è richiesto l'elaborato definitivo)

Proposta economica con quantificazione dell'investimento per progettazione e realizzazione dell'Ufficio

TEMPISTICHE

Completamento dei lavori (progettazione e realizzazione arredi) entro il 31.05.2027.

REQUISITI DELL'AZIENDA FORNITRICE

Ai fini dell'aggiudicazione dell'incarico saranno verificati il possesso dei requisiti e il rispetto dei criteri previsti dal regolamento acquisti e vendite e dall'informativa fornitori di Apt Val Fassa.

TERMINI E MODALITA' PER LA PRESENTAZIONE DELLE OFFERTE

Le offerte, indirizzate ad Azienda per il Turismo della Val di Fassa Soc. Coop., dovranno pervenire entro e non oltre il 27/11/2026, con invio a mezzo e-mail all'indirizzo PEC aptfassa@pec.cooperazionetrentina.it .

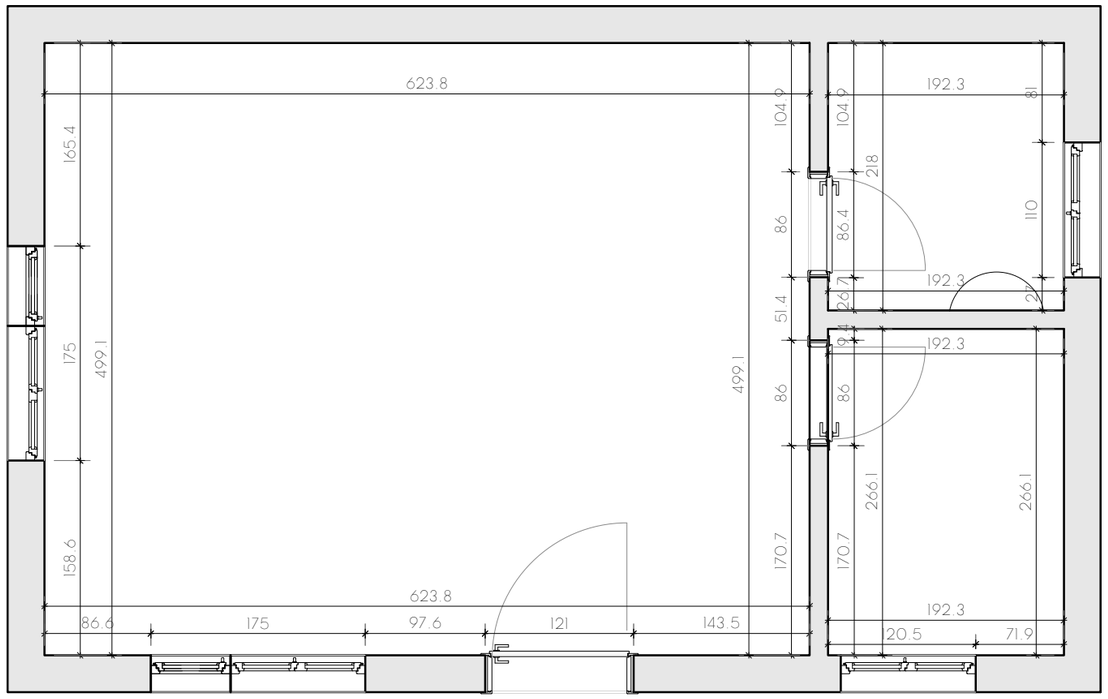
Il presente documento è pubblicato nella sezione Organizzazione Trasparente del portale Fassa.com, alla pagina "Bandi e manifestazioni d'interesse".

Ai fini della valutazione degli elaborati e delle proposte economiche, ApT adotterà una griglia attribuendo punteggi alle offerte pervenute, valutando aspetti tecnici ed economici. ApT si riserva la facoltà di ricontattare e convocare i singoli fornitori per un eventuale confronto e approfondimento delle proposte presentate.

Per maggiori informazioni, contattare il Direttore Nicolò Weiss, cell. 351 9914200 nicolo.weiss@fassa.com

Canazei, 15 ottobre 2026

ALLEGATO 1)



Committente	APT Val di Fassa
Oggetto	Rilievo Ufficio Mazzin
Scala	1:50
Data	16-03-2026

ALLEGATO 2)

'DINN!

TRENTINO SCHOOL OF MANAGEMENT

trentino marketing
SOCIETÀ PER IL TURISMO

Il nuovo ufficio turistico del trentino: Personas & journey

18 settembre 2023

01.
INTRODUZIONE
- Obiettivi

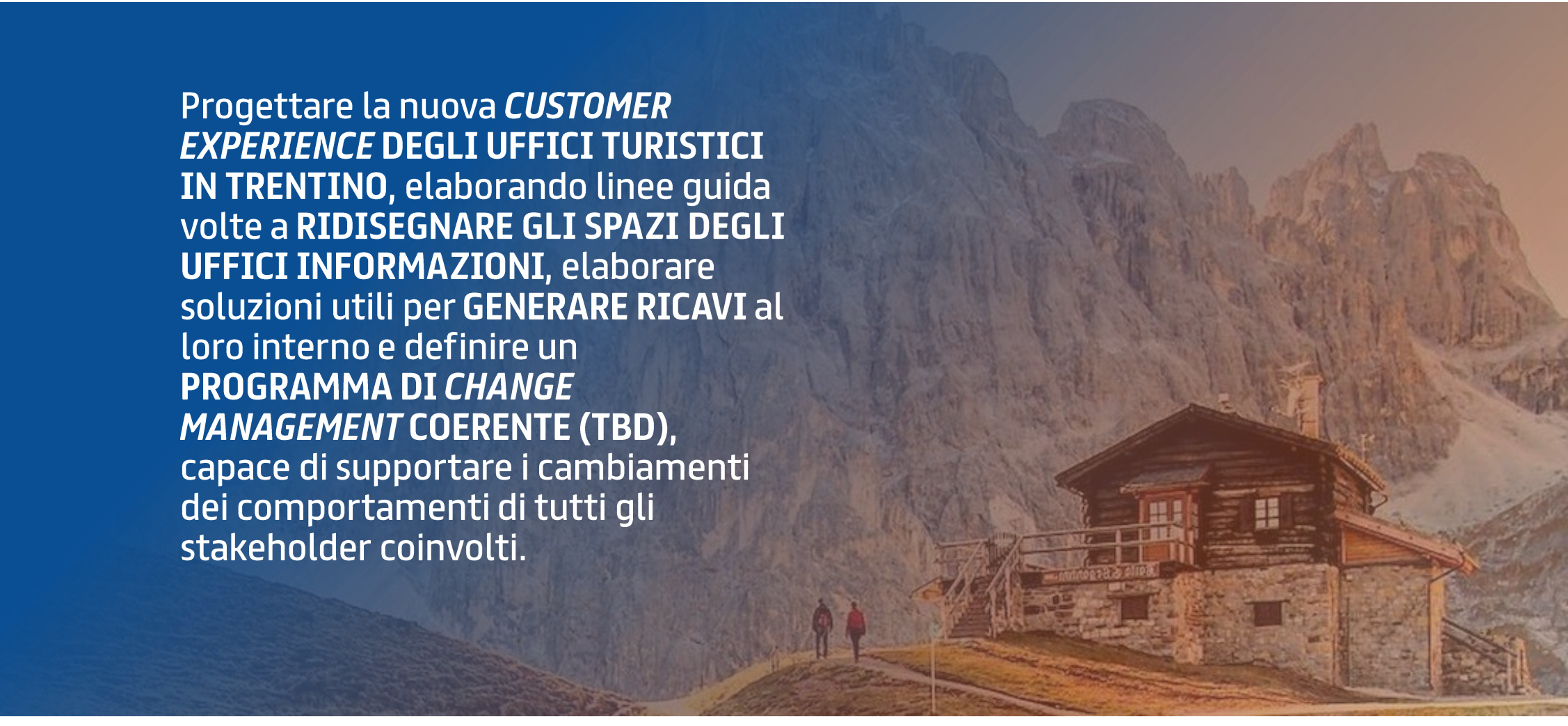
02.
STATO DELL'ARTE

03.
PERSONAS

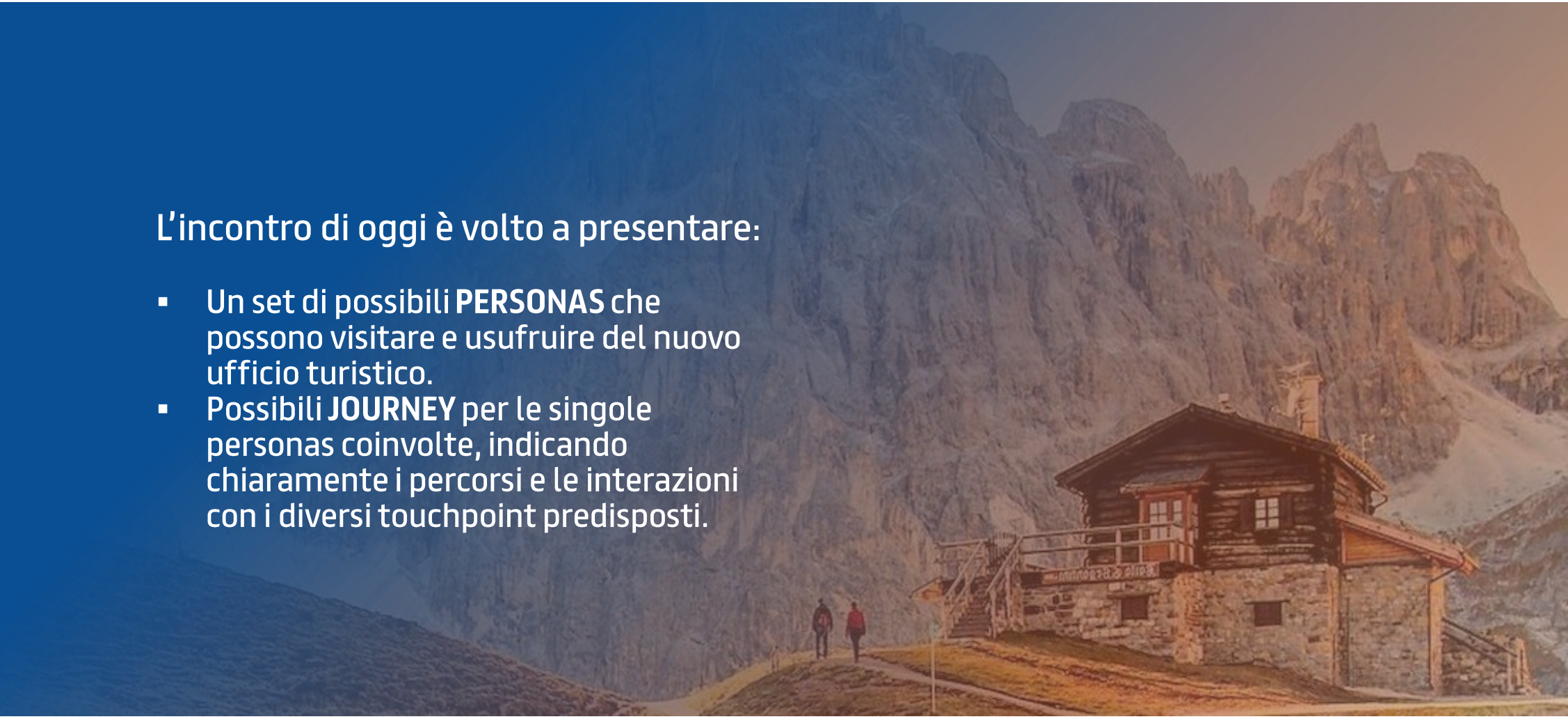
04.
JOURNEY: CUSTOMER & STAFF

05.
PROSSIMI PASSI

01. INTRODUZIONE



Progettare la nuova ***CUSTOMER EXPERIENCE*** **DEGLI UFFICI TURISTICI IN TRENTINO**, elaborando linee guida volte a **RIDISEGNARE GLI SPAZI DEGLI UFFICI INFORMAZIONI**, elaborare soluzioni utili per **GENERARE RICAVI** al loro interno e definire un **PROGRAMMA DI *CHANGE MANAGEMENT* COERENTE (TBD),** capace di supportare i cambiamenti dei comportamenti di tutti gli stakeholder coinvolti.



L'incontro di oggi è volto a presentare:

- Un set di possibili **PERSONAS** che possono visitare e usufruire del nuovo ufficio turistico.
- Possibili **JOURNEY** per le singole personas coinvolte, indicando chiaramente i percorsi e le interazioni con i diversi touchpoint predisposti.

02.

STATO DELL'ARTE

ANALISI PRELIMINARE

OUTPUT: identificazione dei bisogni e delle esigenze sulla base dei quali abbiamo potuto costruire le linee guida dell'esperienza, del design e del branding.

In questa fase abbiamo analizzato, attraverso interviste, sopralluoghi e workshop; i **PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA** degli attuali uffici turistici e evidenziato i **BISOGNI** e le **ESIGENZE** dei visitatori degli uffici turistici del territorio Trentino.

INTERVISTE

- Matteo Agnolin, Direttore ApT Trento
- Paolo Grigolli, Direttore ApT Val di Fassa
- Elisa Salvi, Ufficio Stampa ApT Val di Fassa
- Paola Ferretti, Look & Feel ApT di Val di Fassa
- Dimitri Demarchi, Assessore al Turismo del Comune di Canazei e Vice Sindaco
- Giovanni Bernard, Sindaco di Canazei
- Fausto Lorenz, Presidente Apt Val di Fassa
- Nadia Rizzi, Responsabile Front Office ApT
- Elisa Maccagni, Presidente Consorzio Impianti
- Mattia Lorenz, Operatore del ricettivo
- Operatrici Uffici Turistici visitati: Angelica, Eleonora, Lodovica e Adriana

SOPRALLUOGHI

- Trento (ufficio turistico in rifacimento)
- Val di Fassa:
- Moena
- Pozza di Fassa
- Canazei
- Alba

WORKSHOP

- ApT Trento
- ApT di Val di Fassa
- Trentino MKT
- Trentino School of Management (TSM)

EVIDENZE EMERSE: L'UFFICIO TURISTICO COME PUNTO NEVRALGICO DELLA VITA SUL TERRITORIO, POCO OTTIMIZZATO E VALORIZZATO – AREE DI VALUTAZIONE



1. FINALITÀ

L'ufficio turistico come luogo affidabile per chiedere e ricevere informazioni



2. MODALITÀ

Modello esperienza arretrato e poco in linea con le nuove esigenze



3. SPAZIO

Inadeguato e poco valorizzante



4. PERSONE

Si sta sviluppando un nuovo turista di montagna

LINEE GUIDA

OUTPUT: definizione modello e regole attraverso cui applicare il concept sviluppato in termini di esperienza, design e branding sui diversi touchpoint

Sulla base dei BISOGNI evidenziati nella fase preliminare, abbiamo delineato il MODELLO e le REGOLE attraverso cui applicarlo negli spazi dei diversi e possibili touchpoint coinvolti.

LINEE GUIDA
ESPERIENZA

Le linee guida dell'esperienza definiscono i momenti che ogni visitatore potrebbe vivere all'interno dell'ufficio turistico e dei suoi diversi dislocamenti.

Questo livello è costituito da 5 moduli dell'esperienza, che corrispondono ai 5 momenti fruibili dal visitatore che non corrispondono necessariamente alle aree di cui si deve dotare l'ufficio turistico.

Per ogni modulo viene fornito un set di parametri standard, che permettono di disegnare lo stesso modulo in tutte le diverse situazioni possibili preservandone la distintività ma capace di adattarsi alle esigenze dei singoli casi.

Oltre i parametri, per ogni modulo, viene indicato quanto incide la dimensione commerciale capace, quindi, di generare ricavi per il sistema Ufficio e in quali modalità può essere rappresentata.

È possibile la sovrapposizione dei moduli in uno stesso momento o luogo.



LINEE GUIDA
INTERIOR & BRANDING

Le linee guida dell'interior & branding, definiscono gli standard di design e branding che devono essere preservati e applicati su tutti gli uffici turistici e i loro distaccamenti affinché lo stesso stile e identità siano preservate e coerenti.

L'unione di queste due categorie risponde all'esigenza di rappresentare e comunicare l'identità del Trentino come territorio vasto che consente ai turisti di vivere esperienze diverse immersi nella natura e nella tranquillità; che ospita al suo interno diverse realtà (città e valli) tra loro molto diverse, uniche e distinte con caratteristiche peculiari che meritano di essere raccontate e condivise.

Affinché questo sia possibile occorre che in ogni touchpoint, fisico o digitale, sia seguita la seguente regola:
Le soluzioni di interior design e branding devono rappresentare, per il 20% dello spazio a disposizione, il territorio Trentino attraverso l'uso dei suoi codici identitari o delle soluzioni individuate;
Le soluzioni di interior design e branding devono rappresentare, per il 80% dello spazio a disposizione, il territorio della località in cui si inserisce il tochpoint attraverso l'uso dei suoi codici identitari o delle soluzioni individuate.

INTERIOR & BRANDING



TRENTINO
20%



CITTA'/VALLE
80%

INTERIOR & BRANDING

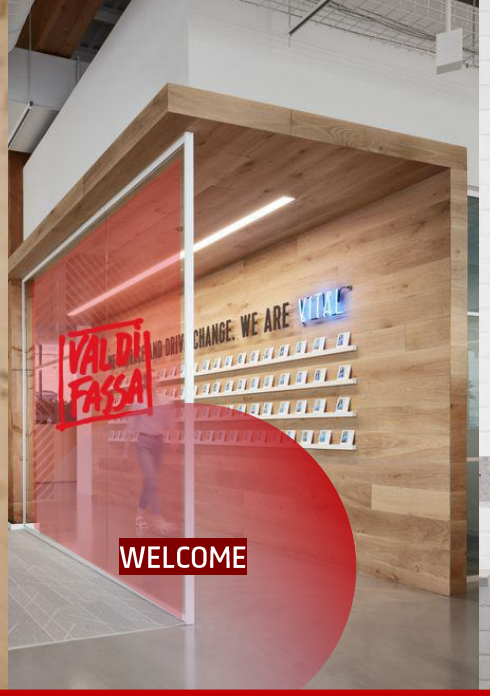


TRENTINO
20%



CITTA'/VALLE
80%


AUGMENTED REALITY


WELCOME


"La mia felicità
abita qui"
RELAX


EDUCATION
LE PIANTE INTORNO A NOI
THE PLANTS ALL AROUND US


VISUAL PRODOTTO




EVENTS


INFO PANEL

TOUCHPOINT

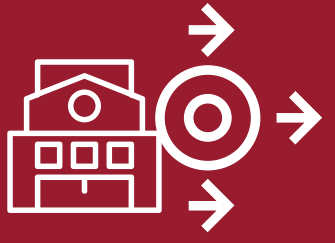
OUTPUT: applicazione esemplificativa del modello sui touchpoint principali individuati

Nel rispetto dei parametri definiti nella fase precedente, abbiamo applicato il MODELLO sugli attuali e nuovi TOUCHPOINT attraverso cui gli stakeholder (visitatori, cittadini e soci) vengono o potrebbero venire a contatto con l'informazione in Trentino.



UFFICIO TURISTICO FISSO

Lo strumento a cui affidarsi per arricchire la propria esperienza sul territorio.



UFFICIO TURISTICO DIFFUSO

Lo strumento per fornire prodotti e servizi aggiuntivi, volti a vivere al meglio il territorio, quando e dove servono.



APP – MIO TRENTINO

Lo strumento, a portata di mano, che permette di vivere il territorio in modo integrato, sempre e dovunque.

UFFICIO TURISTICO: COSA CAMBIA E PERCHÉ

COS'É

È il luogo a cui i diversi stakeholder si affidano per costruire o arricchire la propria esperienza sul territorio, sia che questa sia lavorativa o indirizzata allo svago.

Nel nuovo ufficio turistico, il visitatore potrà reperire, acquistare o vivere diverse esperienze volte a rispondere alle seguenti categorie di bisogni:

- Relazione e convivialità
- Educazione e approfondimenti
- Ausilio e supporto
- Lavoro
- Informazione

OBIETTIVO

Affiancare alla tradizionale, consolidata e riconosciuta dimensione informativa, tipica dell'ufficio turistico esperienze, servizi e prodotti complementari e aggiuntivi che trasformino l'ufficio in un destination hub per tutti gli stakeholder potenzialmente coinvolti.





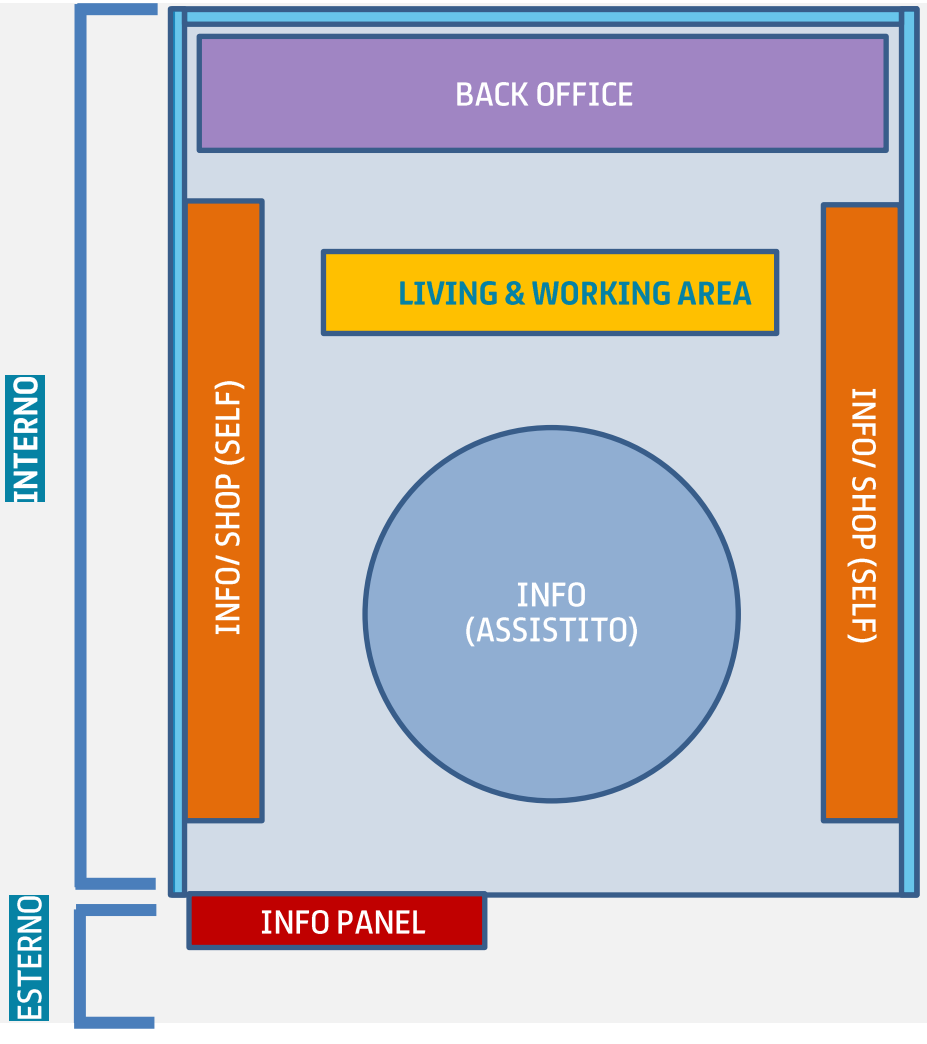






* Immagini e reference puramente esemplificativi che non fanno riferimento al design

UFFICIO TURISTICO: ZONING



INTERNO

BACK OFFICE
area dedicata alle attività di back office, proprie degli operatori

LIVING & CO-WORKING AREA
aree in cui, attraverso livelli di privacy differenti, è possibile costruire momenti di interazione tra visitatori o aree più riservate volte ad attività più individuali

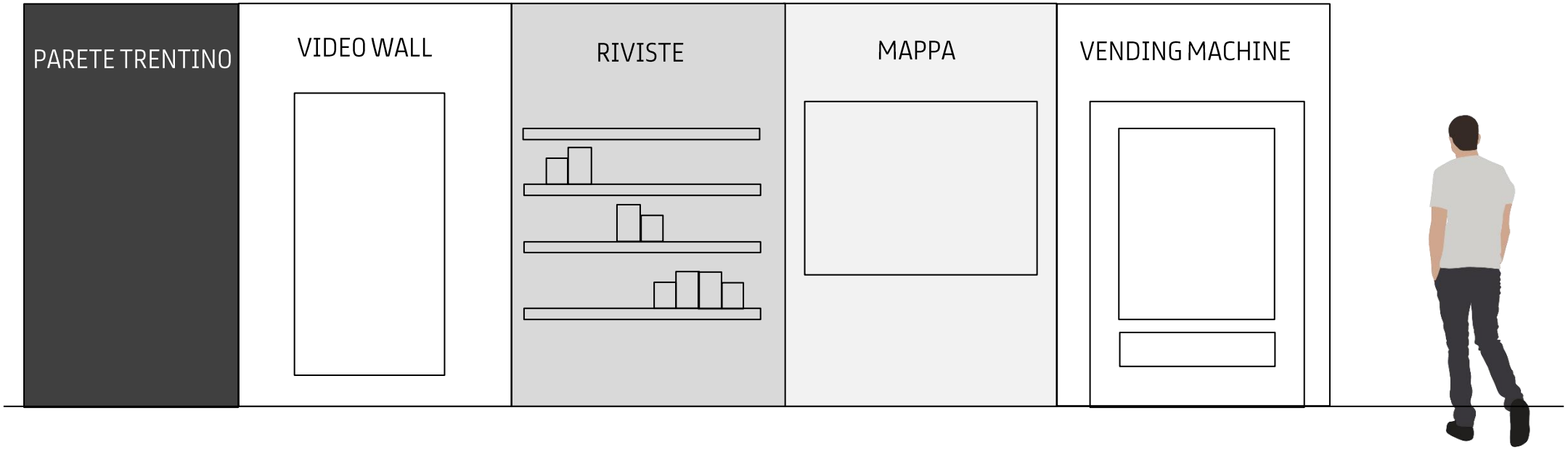
INFO & SHOP (SELF)
area self volte alla fruizione di informazioni e acquisto di prodotti o servizi

INFO (ASSISTITO)
area dedicata allo scambio di informazioni tra operatore e visitatore

ESTERNO

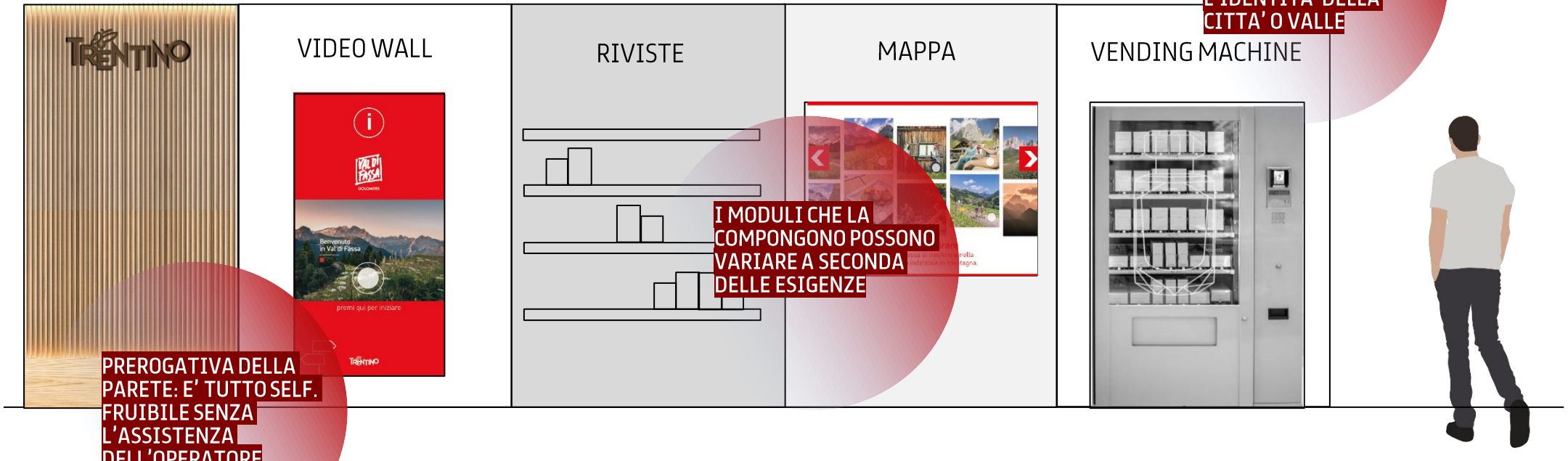
INFO PANEL
pannello volto a fornire informazioni di base quando l'ufficio turistico è chiuso

INTERIOR & BRANDING: PARETE INFO & SHOP (SELF) – SCHEMA- MODULI



INTERIOR & BRANDING: PARETE INFO & SHOP (SELF) – POSSIBILE APPLICAZIONE (ESEMPIO - MODULI)

PARETE SU CUI E' POSSIBILE APPLICARE, IN AUTONOMIA, L'IDENTITA' DELLA CITTA' O VALLE



I MODULI CHE LA COMPONGONO POSSONO VARIARE A SECONDA DELLE ESIGENZE

PREROGATIVA DELLA PARETE: E' TUTTO SELF. FRUIBILE SENZA L'ASSISTENZA DELL'OPERATORE

TRENTINO — CITTA'/VALLE

* Immagini e reference puramente esemplificativi che non fanno riferimento al design

UFFICIO TURISTICO DIFFUSO: COSA CAMBIA E PERCHÉ

COS'È

Lo strumento attraverso cui fornire informazioni, servizi e prodotti agli stakeholder quando e dove ne hanno bisogno.

È un prolungamento dell'ufficio turistico fisso che si posiziona sul territorio nei suoi punti strategici, sulla base dei quali fornisce:

- Informazioni (sempre)
- Prodotti o servizi aggiuntivi utili

OBIETTIVO

Fornire informazioni, prodotti o servizi utili, quando e dove servono allo stakeholder durante o prima la sua esperienza sul territorio (es. durante una camminata, al suo arrivo etc.).











* Immagini e reference puramente esemplificativi che non fanno riferimento al design

UFFICIO TURISTICO DIFFUSO: I MODULI CHE LO POSSONO COMPORRE

COME FUNZIONA

L'ufficio turistico diffuso è uno strumento versabile e modificabile a seconda di dove viene posizionato sul territorio e ai bisogni e richieste degli stakeholder che transitano in quei luoghi o punti strategici.
La sua funzione principale è quella INFORMATIVA a cui, a discrezione degli uffici turistici fissi, possono essere aggiunte dimensioni e funzioni aggiuntive. Queste possono essere combinate tra loro come necessario. (es. INFORMAZIONE + LAVORO + AUSILIO).

CONTENUTO SEMPRE GARANTITO

INFORMAZIONE

Questa dimensione, sempre presente, consente agli stakeholder di reperire informazioni utili per conoscere meglio il territorio e viverlo in totale sicurezza.

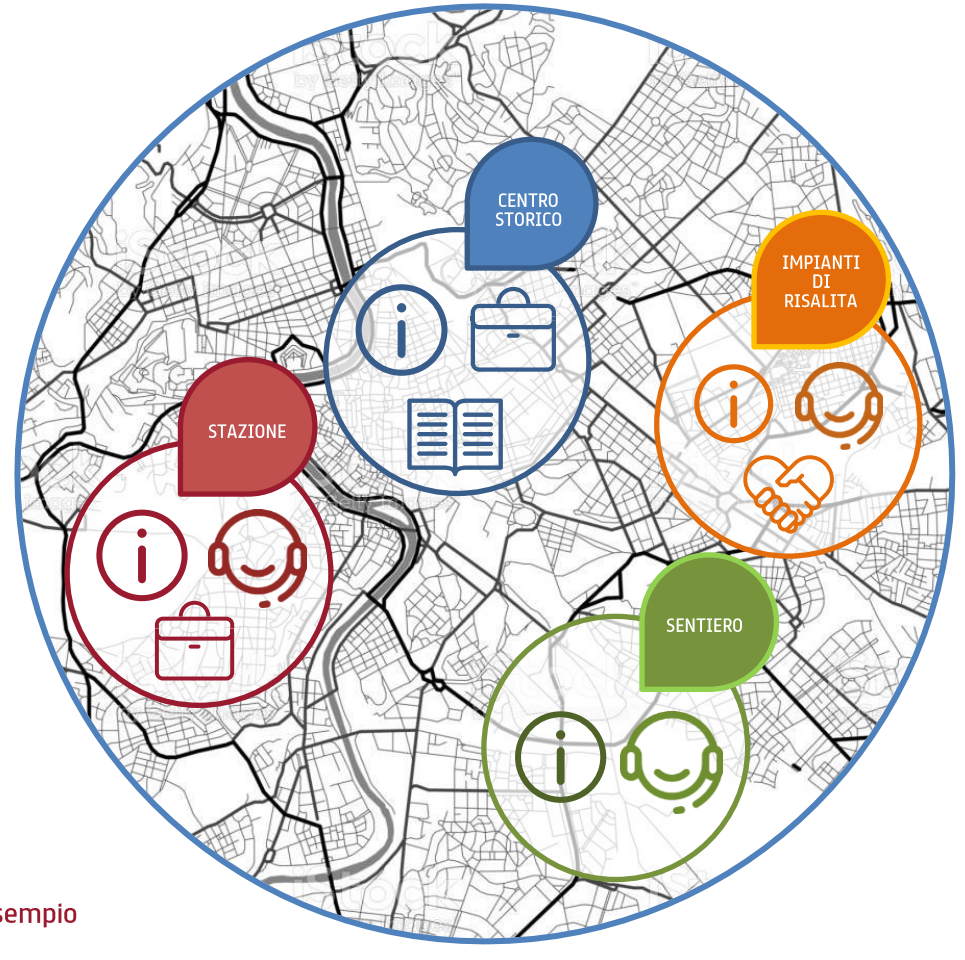
Le informazioni fornite sono sempre aggiornate e puntuali. Possono essere presentate secondo format diversi.

+

CONTENUTI VARIABILI

LAVORO **RELAZIONE** **EDUCAZIONE** **AUSILIO**

DISTRIBUZIONE*



*esempio

APP MIO TRENTINO: COSA CAMBIA E PERCHÉ

COS'È

È lo strumento attraverso cui:

- Accedere a prodotti e servizi, fruibili in un unico strumento sempre a portata di mano (reperibili anche negli altri touchpoint)
- Accedere a prodotti o servizi esclusivi che integrano e migliorano l'esperienza degli stakeholder sul territorio e negli altri touchpoint (ufficio turistico fisso e diffuso)

L'utente può accedere a questi prodotti/servizi secondo modalità diverse: open (aperti a tutti) o limited (ristrette e disponibili solo ad alcuni, attraverso il pagamento di una fee).

OBIETTIVO

Diventare così il ponte tra i diversi touchpoint del territorio e consentire alle persone di accedere a informazioni, prodotti o servizi aggiuntivi a cui altrimenti non potrebbero accedere.







03.

PERSONAS

RASSICURAZIONE



>

ANDREA:
il giovane esperto che non ha tempo da perdere – 25 anni

BISOGNO PRINCIPALE:
Andrea conosce bene la montagna, la frequenta da quando era molto piccolo. Questa volta, però, la vuole scoprire in solitaria. E come tutti i frequentatori della montagna, Andrea sa bene che per non incappare in pericoli, è bene informarsi bene su dove e come visitare i sentieri. Per questo, quando all'ultimo momento decide di percorrere un nuovo sentiero, si assicura della sua percorribilità direttamente al chiosco dell'ufficio turistico diffuso, mettendosi in contatto con un operatore.

PAROLE CHIAVE:
Velocità – autonomia – ultimo momento

SUPPORTO PARZIALE (OTTIMIZZAZIONE)



>

FAMIGLIA COLOMBO:
La vacanza per adulti e bambini– 35, 5 e 2 anni

BISOGNO PRINCIPALE:
Dopo un anno intero è arrivato, finalmente, il momento di godersi un po' di meritato riposto, divertimento e tempo da trascorrere in famiglia. Avendo due bambini piccoli e tanti impegni, Dario e Clara non sono riusciti ad organizzare granché.
Per questa ragione, decidono di ottimizzare il tempo a disposizione e passare all'ufficio turistico per vedere cosa offre il territorio e la montagna durante la loro settimana di vacanza, che sappia mettere d'accordo grandi e piccini.

PAROLE CHIAVE:
Ottimizzazione – compromesso – bisogni diversi

SUPPORTO COMPLETO



>

NONNI IN PENSIONE:
vivere la montagna attraverso i consigli di chi la vive tutti i giorni – 70 e 69 anni

BISOGNO PRINCIPALE:
Paolo e Martina visitano la montagna per la primissima volta, dopo tanti anni di mare e lago. Sono persone che amano e prediligono il contatto umano, scambiare due chiacchere al bar o per strada piuttosto che nascondersi dietro lo schermo di uno smartphone.
Per questo vogliono affidarsi ai consigli, alle parole e al supporto delle persone che vivono quotidianamente il territorio. Sono convinti che parlando con un operatore, sarà per loro possibile definire l'itinerario perfetto.

PAROLE CHIAVE:
Contatto umano – organizzazione per filo e per segno – scarso uso della tecnologia

VISIBILITÀ



>

ALBERGATORE (operatore):
diffondere le novità per far conoscere la propria struttura - 30 anni

BISOGNO PRINCIPALE:
Dopo tanti sacrifici, l'hotel di Alessandra è finalmente aperto. Ora è giunto il momento di farlo sapere a tutti e far conoscere i servizi che la nuova struttura offre ai suoi ospiti.
Per fare questo, Alessandra decide di affidarsi all'ufficio turistico vista la grande fama e fiducia che riveste per i turisti.

PAROLE CHIAVE:
Organizzazione – semplicità – velocità

TRANQUILLITÀ



>

PAOLO:
l'ignegnere che non stacca mai la spina, nemmeno in vacanza – 54 anni

BISOGNO PRINCIPALE:
Paolo si concede qualche giorno di riposo in montagna con la sua famiglia. Sono ospiti a casa di amici di famiglia. Questo vuol dire solo una cosa: tante persone per casa, bambini urlanti dappertutto e poco spazio per concentrarsi e chiudere alcuni progetti di lavoro rimasti aperti.
Paolo ha quindi bisogno, per alcune ore al giorno, di uno spazio tranquillo, dotato di Wi-fi, riservato in cui può mandare –email, fare qualche telefonata di lavoro e concentrarsi un po' sul lavoro.

PAROLE CHIAVE:
Silenzio – privacy – tecnologia – wi-fi

DARE SFOGO ALLE PASSIONI



>

ROBERTA:
Vive a Canazei ed è sempre pronta ad imparare cose nuove e fare nuove esperienze – 38 anni

BISOGNO PRINCIPALE:
La nuova passione di Roberta è: la ferrata. Grazie all'APP Mio Trentino, ha saputo che mercoledì, presso l'ufficio turistico di Fassa; si terrà un corso preparatorio alla ferrata dove un istruttore spiegherà l'attrezzatura necessaria, indicazioni di massima e introdurrà la ferrata organizzata dall'ufficio turistico per la settimana successiva.

PAROLE CHIAVE:
Nuovo interesse – parlare con l'esperto – condividere l'esperienza con appassionati

FLESSIBILITÀ



> MARTINA:

COMPORTAMENTO PRINCIPALE:
L'operatore dell'ufficio turistico è sempre pronto a rispondere alle esigenze e alle domande di tutti i visitatori affinché questi possano vivere il territorio nel miglior modo possibile.
Non esistono ruoli o attività prefissate e assegnate ad operatori specifici. Tutti gli operatori, in base alle necessità, il numero di visitatori e le attività organizzate nella giornata; possono svolgere tutto e per questo sono estremamente intercambiali.

PAROLE CHIAVE:
Flessibilità – variabilità – nuovo modo di lavorare

04.

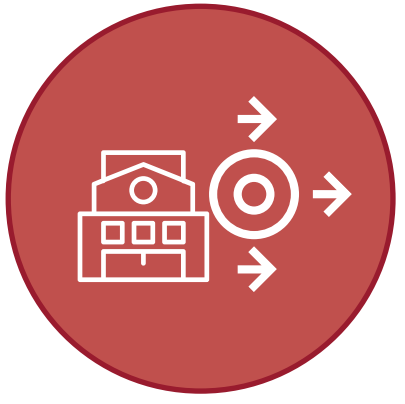
JOURNEY:
CUSTOMER & STAFF

IL NUOVO UFFICIO TURISTICO: I TOUCHPOINT D'INTERAZIONE



UFFICIO TURISTICO FISSO

Lo strumento a cui affidarsi per arricchire la propria esperienza sul territorio.



UFFICIO TURISTICO DIFFUSO

Lo strumento per fornire prodotti e servizi aggiuntivi, volti a vivere al meglio il territorio, quando e dove servono.



APP – MIO TRENTINO

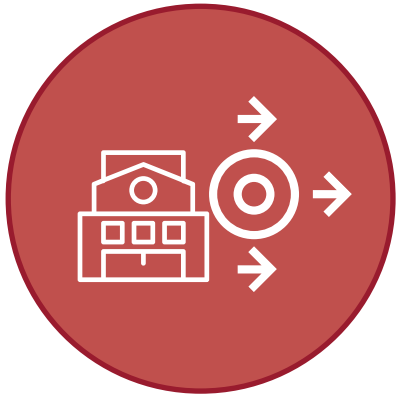
Lo strumento, a portata di mano, che permette di vivere il territorio in modo integrato, sempre e dovunque.

IL NUOVO UFFICIO TURISTICO: I TOUCHPOINT D'INTERAZIONE E I RELATIVI STRUMENTI



UFFICIO TURISTICO FISSO

- Info panel
- Operatore (in presenza)
- Parete info & shop



UFFICIO TURISTICO DIFFUSO

- Info panel
- Operatore (in remoto)
- Parete info & shop



APP – MIO TRENTINO

- Digital device

CUSTOMER SERVICE MAPPING

IL NUOVO UFFICIO TURISTICO/ I TOUCHPOINT D'INTERAZIONE

UFFICIO TURISTICO FISSO

Lo strumento a cui affidarsi per arricchire la propria esperienza sul territorio.

STRUMENTI
. Info panel
. Operatore (in presenza)
. Parete info & shop

UFFICIO TURISTICO DIFFUSO

Lo strumento per fornire prodotti e servizi aggiuntivi, volti a vivere al meglio il territorio, quando e dove servono.

STRUMENTI
. Info panel
. Operatore (in remoto)
. Parete info & shop

APP – MIO TRENTINO

Lo strumento, a portata di mano, che permette di vivere il territorio in modo integrato, sempre e dovunque.

STRUMENTI
.Digital devise

PERSONAS & BISOGNI

ATTIVITA'



PERSONAS & BISOGNI

1

ANDREA



VISITATORE

STO FACENDO UNA PASSEGGIATA MA, PRIMA DI PROSEGUIRE, VORREI SAPERE SE IL PASSO ROLLE È APERTO

2

FAMIGLIA COLOMBO



VISITATORE

TROVARE LA VACANZA ESTIVA PERFETTA CHE SAPPIA CONCILIARE I BISOGNI DI DUE ADULTI E DUE BAMBINI PICCOLI

ATTIVITÀ



AL PARCHEGGIO, ALL'INIZIO DEL PERCORSO, C'È IL CHIOSO DEL TERRITORIO (UFFICIO TURISTICO DIFFUSO)

VISTA LA BELLA GIORNATA, DECIDO DI FARE UNA PASSEGGIATA PIÙ LUNGA MA, ESSENDO DA SOLO, PREFERISCO ASSICURARMI DELLA FATTIBILITÀ DEI PERCORSI PRIMA DI AVERE PROBLEMI LUNGO IL PERCORSO

DALL'INFO PANEL, CERCO TRA LE DIVERSE PASSEGGIATE DISPONIBILI, QUELLA CHE PIÙ SI ADDICE ALLE MIE NECESSITÀ



SIAMO ARRIVATI OGGI A MOENA, DOVE PASSEREMO LA NOSTRA VACANZA ESTIVA PER I PROSSIMI 7 GIORNI

NON AVENDO AVUTO TEMPO DI ORGANIZZARE NULLA PER QUESTA SETTIMANA, DECIDIAMO DI AFFIDARCI ALL'UFFICIO TURISTICO DI MOENA

AL NOSTRO INGRESSO, GLI OPERATORI ERANO GIÀ TUTTI IMPEGNATI E VOLENDO OTTIMIZZARE I TEMPI, ABBIAMO DECISO DI AFFIDARCI ALLE **INFORMAZIONI DISPONIBILI ALLA PARETE INTERATTIVA**

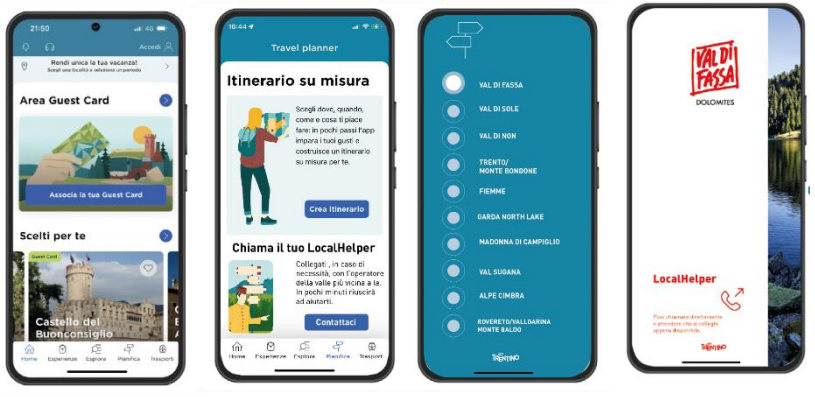


DALL'INFO PANEL, CERCO TRA LE DIVERSE PASSEGGIATE DISPONIBILI, QUELLA CHE PIÙ SI ADDICE ALLE MIE NECESSITÀ

SONO INDECISO TRA DUE PERCORSI. UNO DI QUESTI PREVEDE DI ATTRAVERSARE IL PASSO ROLLE

NON SAPENDO SE IL PASSO ROLLE È APERTO, DECIDO DI CHIAMARE IL LOCAL HELPER

APRO L'APP MIO TRENTINO SUL MIO SMARTPHONE E SELEZIONO LA FUNZIONALITÀ LOCALHELPER





AL NOSTRO INGRESSO, GLI OPERATORI ERANO GIÀ TUTTI IMPEGNATI E VOLENDO OTTIMIZZARE I TEMPI, ABBIAMO DECISO DI AFFIDARCI ALLE **INFORMAZIONI DISPONIBILI ALLA PARETE INTERATTIVA**

AL **VIDEO WALL**, ABBIAMO POTUTO COSTATARE CHE QUESTA SETTIMANA CI SARANNO DIVERSI EVENTI PER BAMBINI A CUI POSSIAMO PARTECIPARE

MARTINA (LA BIMBA DI 2 ANNI) INIZIA A FARE I CAPRICCI PER LA FAME, DECIDIAMO QUINDI DI ACQUISTARLE UN PICCOLO SNACK ALLA **MACCHINETTA AUTOMATICA**

UN OPERATORE SI LIBERA E CI CHIEDE SE ABBIAMO BISOGNO DI AIUTO



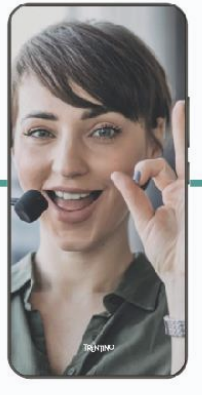
L'OPERATORE CI CONSIGLIA DI ACQUISTARE I BIGLIETTI DEL TRENINO PANORAMICO CHE PERMETTE DI VEDERE, IN TOTALE COMODITÀ, IL PAESE



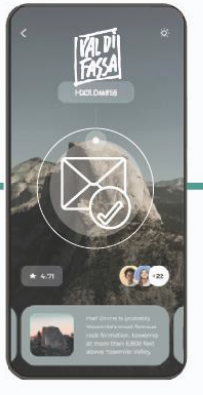
DOPO UN PICCOLO CONSULTO TRA DI NOI, DECIDIAMO DI ACQUISTARE I BIGLIETTI. DECIDIAMO DI FARLO IN AUTONOMIA



DOPO ALCUNI ISTANTI, VENGO MESSO IN CONTATTO CON UN OPERATORE DELL'UFFICIO TURISTICO DI CAVALESE



L'OPERATORE HA RISPOSTE ALLE MIE DOMANDE E INVIA ALLA MIA AREA RISERVATA DELL'APP DETTAGLI ULTERIORI E CONSIGLI UTILI SULLA PASSEGGIATA SCELTA ADDICE ALLE MIE NECESSITÀ





TORNIAMO AL VIDEO WALL, SELEZIONIAMO L'ICONA «ATTRAZIONI» DA CUI POSSIAMO ACQUISTARE I BIGLIETTI PER IL TRENINO

TERMINATO L'ACQUISTO, MI ARRIVA LA CONFERMA NELLA MIA SEZIONE RISERVATA DELL'APP



PERSONAS & BISOGNI

1

ANDREA



VISITATORE

STO FACENDO UNA PASSEGGIATA MA, PRIMA DI PROSEGUIRE, VORREI SAPERE SE IL PASSO ROLLE È APERTO

2

FAMIGLIA COLOMBO



VISITATORE

TROVARE LA VACANZA ESTIVA PERFETTA CHE SAPPIA CONCILIARE I BISOGNI DI DUE ADULTI E DUE BAMBINI PICCOLI

ATTIVITÀ

AL PARCHEGGIO, ALL'INIZIO DEL PERCORSO, C'È IL CHIOSO DEL TERRITORIO (UFFICIO TURISTICO DIFFUSO)

VISTA LA BELLA GIORNATA, DECIDO DI FARE UNA PASSEGGIATA PIÙ LUNGA MA, ESSENDO DA SOLO, PREFERISCO ASSICURARMI DELLA FATTIBILITÀ DEI PERCORSI PRIMA DI AVERE PROBLEMI LUNGO IL PERCORSO

DALL'INFO PANEL, CERCO TRA LE DIVERSE PASSEGGIATE DISPONIBILI, QUELLA CHE PIÙ SI ADDICE ALLE MIE NECESSITÀ



SIAMO ARRIVATI OGGI A MOENA, DOVE PASSEREMO LA NOSTRA VACANZA ESTIVA PER I PROSSIMI 7 GIORNI

NON AVENDO AVUTO TEMPO DI ORGANIZZARE NULLA PER QUESTA SETTIMANA, DECIDIAMO DI AFFIDARCI ALL'UFFICIO TURISTICO DI MOENA

AL NOSTRO INGRESSO, GLI OPERATORI ERANO GIÀ TUTTI IMPEGNATI E VOLENDO OTTIMIZZARE I TEMPI, ABBIAMO DECISO DI AFFIDARCI ALLE **INFORMAZIONI DISPONIBILI ALLA PARETE INTERATTIVA**





DALL'INFO PANEL, CERCO TRA LE DIVERSE PASSEGGIATE DISPONIBILI, QUELLA CHE PIÙ SI ADDICE ALLE MIE NECESSITÀ

SONO INDECISO TRA DUE PERCORSI. UNO DI QUESTI PREVEDE DI ATTRAVERSARE IL PASSO ROLLE

NON SAPENDO SE IL PASSO ROLLE È APERTO, DECIDO DI CHIAMARE IL LOCAL HELPER

APRO L'APP MIO TRENTINO SUL MIO SMARTPHONE E SELEZIONO LA FUNZIONALITÀ LOCALHELPER





AL NOSTRO INGRESSO, GLI OPERATORI ERANO GIÀ TUTTI IMPEGNATI E VOLENDO OTTIMIZZARE I TEMPI, ABBIAMO DECISO DI AFFIDARCI ALLE **INFORMAZIONI DISPONIBILI ALLA PARETE INTERATTIVA**

AL **VIDEO WALL**, ABBIAMO POTUTO COSTATARE CHE QUESTA SETTIMANA CI SARANNO DIVERSI EVENTI PER BAMBINI A CUI POSSIAMO PARTECIPARE

MARTINA (LA BIMBA DI 2 ANNI) INIZIA A FARE I CAPRICCI PER LA FAME, DECIDIAMO QUINDI DI ACQUISTARLE UN PICCOLO SNACK ALLA **MACCHINETTA AUTOMATICA**

UN OPERATORE SI LIBERA E CI CHIEDE SE ABBIAMO BISOGNO DI AIUTO



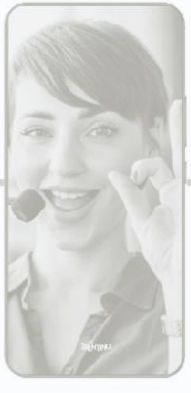
L'OPERATORE CI CONSIGLIA DI ACQUISTARE I BIGLIETTI DEL TRENINO PANORAMICO CHE PERMETTE DI VEDERE, IN TOTALE COMODITÀ, IL PAESE



DOPO UN PICCOLO CONSULTO TRA DI NOI, DECIDIAMO DI ACQUISTARE I BIGLIETTI. DECIDIAMO DI FARLO IN AUTONOMIA



DOPO ALCUNI ISTANTI, VENGO MESSO IN CONTATTO CON UN OPERATORE DELL'UFFICIO TURISTICO DI CAVALESE



L'OPERATORE HA RISPOSTE ALLE MIE DOMANDE E INVIA ALLA MIA AREA RISERVATA DELL'APP DETTAGLI ULTERIORI E CONSIGLI UTILI SULLA PASSEGGIATA SCELTA ADDICE ALLE MIE NECESSITÀ



TORNIAMO AL VIDEO WALL, SELEZIONIAMO L'ICONA «ATTRAZIONI» DA CUI POSSIAMO ACQUISTARE I BIGLIETTI PER IL TRENINO

TERMINATO L'ACQUISTO, MI ARRIVA LA CONFERMA NELLA MIA SEZIONE RISERVATA DELL'APP





PERSONAS & BISOGNI

3

NONNI IN PENSIONE



VISITATORE

ESSENDO NEOFITI FREQUENTATORI DELLA MONTAGNA VOGLIAMO VISITARLA INTERAMENTE E IN TOTALE SICUREZZA

4

ALESSANDRA



OPERATORE-ALBERGATRICE

HO APERTO DA POCO IL MIO PRIMO ALBERGO A VIGO DI FASSA E VOGLIO FARLO CONOSCERE A TUTTI

ATTIVITÀ

ABBIAMO ORGANIZZATO UNA VACANZA ITINERANTE NELLE DOLOMITI PER LA PRIMA VOLTA MA CI VOGLIAMO AFFIDARE AI CONOSCITORI VERI DEL TERRITORIO PER FARCI RACCONTARE E CONSIGLIARE I LUOGHI DA VISITARE ASSOLUTAMENTE

IL POMERIGGIO DEL NOSTRO ARRIVO A TRENTO, DECIDIAMO DI ENTRARE NELL'UFFICIO TURISTICO

L'UFFICIO TURISTICO, AL NOSTRO ARRIVO, È VUOTO

ATTRAVERSO L'ASSOCIAZIONE ALBERGATORI DEL TRENTINO, CAPISCO COME PRENDERE APPUNTAMENTO CON UN OPERATORE DELL'UFFICIO TURISTICO DI VIGO PER FARMI SPIEGARE IL SISTEMA CHE REGOLA LA COMUNICAZIONE TRA OPERATORI E UFFICIO TURISTICO

SULL'APP MIO TRENTINO, CREO IL MIO PROFILO NELL'AREA RISERVATA



L'UFFICIO TURISTICO, AL NOSTRO ARRIVO, È VUOTO

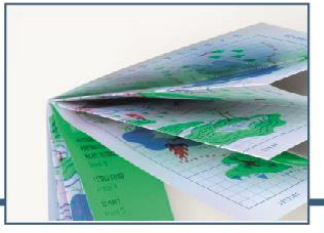
NON SIAMO MOLTO AVVEZZI ALLA TECNOLOGIA E PREDILIGIAMO IL CONTATTO E IL DIALOGO UMANO



APPENA VARCHIAMO LA SOGLIA DELL'UFFICIO TURISTICO, UN OPERATORE CI ACCOGLIE



IN UNO DEI DESK DISPONIBILI, L'OPERATORE CI FA VEDERE COSA VISITARE NELLE CITTÀ DI: TRENTO, CAVALESE, PREDAZZO, CAMPITIELLO (LE TAPPE DEL NOSTRO VIAGGIO)



CI ANNOTA TUTTI I CONSIGLI SULLA CARTINA E PREPARA UNA PICCOLA GUIDA CARTACEA IN UNA CARTELLETTA



DECIDIAMO DI ACQUISTARE LA CARTINA, PAGHIAMO ALL'OPERATORE DIRETTAMENTE AL DESK



NELL'AREA RISERVATA DELL'APP, ESCLUSIVA SOLO AGLI OPERATORI, PRENDO APPUNTAMENTO CON UN OPERATORE DELL'UFFICIO DI VIGO



NON POTENDOMI ALLONTANARE DALLA STRUTTURA, DECIDO DI SVOLGERE L'APPUNTAMENTO CON L'OPERATORE A DISTANZA



DOPO QUALCHE GIORNO, ATTRAVERSO LA FUNZIONE IL MIO LOCAL HELPER (DISPONIBILE ANCHE DA DESKTOP), MI COLLEGO CON L'OPERATORE PER LA NOSTRA VIDEO CHIAMATA



PRIMA DI USCIRE, L'OPERATORE CI SUGGERISCE DI CREARE UN NOSTRO ACCOUNT SULL'APP. IN QUESTO MODO, IN AUTOMATICO, RICEVEREMO AGGIORNAMENTI IN TEMPO REALE E SUGGERIMENTI, IN BASE AI NOSTRI INTERESSI, PER LE NOSTRE FUTURE VACANZE.



L'OPERATORE, TERMINATA LA NOSTRA VIDEO CHIAMATA, INVIA ALLA MIA PAGINA PERSONALE DELL'APP TUTTI I DOCUMENTI NECESSARI PER LA COMUNICAZIONE CON L'UFFICIO



PERSONAS & BISOGNI

3

NONNI IN PENSIONE



VISITATORE

ESSENDO NEOFITI FREQUENTATORI DELLA MONTAGNA VOGLIAMO VISITARLA INTERAMENTE E IN TOTALE SICUREZZA

4

ALESSANDRA



OPERATORE-ALBERGATRICE

HO APERTO DA POCO IL MIO PRIMO ALBERGO A VIGO DI FASSA E VOGLIO FARLO CONOSCERE A TUTTI

ATTIVITÀ

ABBIAMO ORGANIZZATO UNA VACANZA ITINERANTE NELLE DOLOMITI PER LA PRIMA VOLTA MA CI VOGLIAMO AFFIDARE AI CONOSCITORI VERI DEL TERRITORIO PER FARCI RACCONTARE E CONSIGLIARE I LUOGHI DA VISITARE ASSOLUTAMENTE

IL POMERIGGIO DEL NOSTRO ARRIVO A TRENTO, DECIDIAMO DI ENTRARE NELL'UFFICIO TURISTICO

L'UFFICIO TURISTICO, AL NOSTRO ARRIVO, È VUOTO

ATTRAVERSO L'ASSOCIAZIONE ALBERGATORI DEL TRENTINO, CAPISCO COME PRENDERE APPUNTAMENTO CON UN OPERATORE DELL'UFFICIO TURISTICO DI VIGO PER FARMI SPIEGARE IL SISTEMA CHE REGOLA LA COMUNICAZIONE TRA OPERATORI E UFFICIO TURISTICO

SULL'APP MIO TRENTINO, CREO IL MIO PROFILO NELL'AREA RISERVATA



L'UFFICIO TURISTICO, AL NOSTRO ARRIVO, È VUOTO

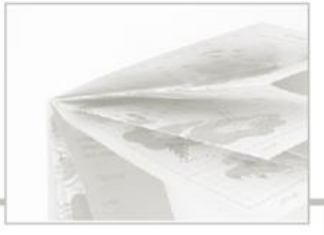
NON SIAMO MOLTO AVVEZZI ALLA TECNOLOGIA E PREDILIGIAMO IL CONTATTO E IL DIALOGO UMANO



APPENA VARCHIAMO LA SOGLIA DELL'UFFICIO TURISTICO, UN OPERATORE CI ACCOGLIE



IN UNO DEI DESK DISPONIBILI, L'OPERATORE CI FA VEDERE COSA VISITARE NELLE CITTÀ DI: TRENTO, CAVALESE, PREDAZZO, CAMPITIELLO (LE TAPPE DEL NOSTRO VIAGGIO)



CI ANNOTA TUTTI I CONSIGLI SULLA CARTINA E PREPARA UNA PICCOLA GUIDA CARTACEA IN UNA CARTELLETTA



DECIDIAMO DI ACQUISTARE LA CARTINA, PAGHIAMO ALL'OPERATORE DIRETTAMENTE AL DESK



NELL'AREA RISERVATA DELL'APP, ESCLUSIVA SOLO AGLI OPERATORI, PRENDO APPUNTAMENTO CON UN OPERATORE DELL'UFFICIO DI VIGO



NON POTENDOMI ALLONTANARE DALLA STRUTTURA, DECIDO DI SVOLGERE L'APPUNTAMENTO CON L'OPERATORE A DISTANZA



DOPO QUALCHE GIORNO, ATTRAVERSO LA FUNZIONE IL MIO LOCAL HELPER (DISPONIBILE ANCHE DA DESKTOP), MI COLLEGO CON L'OPERATORE PER LA NOSTRA VIDEO CHIAMATA



PRIMA DI USCIRE, L'OPERATORE CI SUGGERISCE DI CREARE UN NOSTRO ACCOUNT SULL'APP. IN QUESTO MODO, IN AUTOMATICO, RICEVEREMO AGGIORNAMENTI IN TEMPO REALE E SUGGERIMENTI, IN BASE AI NOSTRI INTERESSI, PER LE NOSTRE FUTURE VACANZE.



L'OPERATORE, TERMINATA LA NOSTRA VIDEO CHIAMATA, INVIA ALLA MIA PAGINA PERSONALE DELL'APP TUTTI I DOCUMENTI NECESSARI PER LA COMUNICAZIONE CON L'UFFICIO



5

PAOLO



VISITATORE

SPAZIO TRANQUILLO, SILENZIOSO E CON WI-FI IN CUI SBRIGARE ALCUNE ATTIVITA' DI LAVORO

ATTRAVERSO L'APP MIO TRENTINO, PRENOTO UNA POSTAZIONE NELL'AREA CO-WORKING DELL'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI DA VISITARE ASSOLUTAMENTE

MI PRESENTO ALL'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI NELLO SLOT ORARIO CHE HO PRENOTATO.



ENTRO NELL'AREA CO-WORKING, MI COLLEGO ALLA RETE WI-FI E INIZIO A LAVORARE

6

ROBERTA



VISITATORE

IMPARARE TUTTO CIO' CHE C'E' DA SAPERE SULLA FERRATA E FARNE UNA

RICEVO LA NOTIFICA DELLA LEZIONE SULLA FERRATA DIRETTAMENTE SULL'APP MIO TRENTINO. INCONTRO VOLTO A CONOSCERE TUTTI I SEGRETI DELLA FERRATA. DECIDO DI PARTECIPARE

CLICCANDO SULLA NOTIFICA, CONTROLLO I COSTI DELL'INIZIATIVA E DECIDO DI PARTECIPARE. COMPILO IL FORM PER LA REGISTRAZIONE E PROSEGUO AL PAGAMENTO, TUTTO ATTRAVERSO L'APP

IL GIORNO DEL CORSO, MI PRESENTO PRESSO L'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI.AL MIO ARRIVO TROVO L'ISTRUTTORE AARON E UN GRUPPO DI ISCRITTI.



ENTRO NELL'AREA CO-WORKING, MI COLLEGO ALLA RETE WI-FI E INIZIO A LAVORARE

POCO PRIMA DELLO SCADERE DELLO SLOT CHE AVEVO PRENOTATO, MI ARRIVA UNA NOTIFICA SUL CELLULARE. MI INFORMA CHE MANCANO 15 MINUTI



TERMINO LE ULTIME ATTIVITA' E PAGO LA MIA «SOSTA» DIRETTAMENTE SULL'APP





PRIMA DI USCIRE DALL'UFFICIO TURISTICO, CONTROLLO IL PROGRAMMA EVENTI PER LA SERATA E TORNO A CASA

IL GIORNO DEL CORSO, MI PRESENTO PRESSO L'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI. AL MIO ARRIVO TROVO L'ISTRUTTORE AARON E UN GRUPPO DI ISCRITTI.

INIZIO A FARE QUALCHE CHIACCHERA CON IL GRUPPO E INIZIAMO A CONOSCERCI



ALLE 15.00 INIZIA IL CORSO. AARON CI SPIEGA TUTTI I SEGRETI DELLA FERRATA E CI INTRODUCE LA FERRATA CHE HA ORGANIZZATO, CON IL GRUPPO PRINCIPIANTI, PER LA SETTIMANA SUCCESSIVA



INCORAGGIATA DALLE PERSONE CHE HO CONOSCIUTO AL CORSO, DECIDO DI PARTECIPARE ALLA FERRATA DELLA SETTIMANA PROSSIMA



CHIEDO LE DISPONIBILITA' ALL'OPERATORE DELL'UFFICIO TURISTICO. CI SONO ANCORA ALCUNI POSTI LIBERI





PRIMA DI USCIRE DALL'UFFICIO TURISTICO, CONTROLLO IL PROGRAMMA EVENTI PER LA SERATA E TORNO A CASA



TA DALLE
E HO
AL CORSO,
ARTECIPARE
A DELLA
ROSSIMA



CHIEDO LE DISPONIBILITA' ALL'OPERATORE DELL'UFFICIO TURISTICO. CI SONO ANCORA ALCUNI POSTI LIBERI

MI ISCRIVO E PAGO, IN CONTANTI, ALL'OPERATORE. QUESTI POI MI INVERA' SULL'APP LA CONFERMA DI ACQUISTO, IL PROGRAMMA PER LA FERRATA E LA LISTA DI COSE DA PORTARE



IL GIORNO SEGUENTE AL CORSO, MI ARRIVA NELLA MIA AREA RISERVATA DELL'APP, IL PROGRAMMA PER LA FERRATA. HO TUTTO E NON VEDO L'ORA DI INIZIARE



AGO, IN
OPERATORE.
'NVERA'
NFERMA DI
ROGRAMMA
E LA LISTA DI
RE



IL GIORNO SEGUENTE AL CORSO, MI ARRIVA NELLA MIA AREA RISERVATA DELL'APP, IL PROGRAMMA PER LA FERRATA. HO TUTTO E NON VEDO L'ORA DI INIZIARE



5

PAOLO



VISITATORE

SPAZIO TRANQUILLO, SILENZIOSO E CON WI-FI IN CUI SBRIGARE ALCUNE ATTIVITA' DI LAVORO

ATTRAVERSO L'APP MIO TRENTINO, PRENOTO UNA POSTAZIONE NELL'AREA CO-WORKING DELL'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI DA VISITARE ASSOLUTAMENTE

MI PRESENTO ALL'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI NELLO SLOT ORARIO CHE HO PRENOTATO.



ENTRO NELL'AREA CO-WORKING, MI COLLEGO ALLA RETE WI-FI E INIZIO A LAVORARE

6

ROBERTA



VISITATORE

IMPARARE TUTTO CIO' CHE C'E' DA SAPERE SULLA FERRATA E FARNE UNA

RICEVO LA NOTIFICA DELLA LEZIONE SULLA FERRATA DIRETTAMENTE SULL'APP MIO TRENTINO. INCONTRO VOLTO A CONOSCERE TUTTI I SEGRETI DELLA FERRATA. DECIDO DI PARTECIPARE

CLICCANDO SULLA NOTIFICA, CONTROLLO I COSTI DELL'INIZIATIVA E DECIDO DI PARTECIPARE. COMPILO IL FORM PER LA REGISTRAZIONE E PROSEGUO AL PAGAMENTO, TUTTO ATTRAVERSO L'APP

IL GIORNO DEL CORSO, MI PRESENTO PRESSO L'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI.AL MIO ARRIVO TROVO L'ISTRUTTORE AARON E UN GRUPPO DI ISCRITTI.



ENTRO NELL'AREA CO-WORKING, MI COLLEGO ALLA RETE WI-FI E INIZIO A LAVORARE

POCO PRIMA DELLO SCADERE DELLO SLOT CHE AVEVO PRENOTATO, MI ARRIVA UNA NOTIFICA SUL CELLULARE. MI INFORMA CHE MANCANO 15 MINUTI ALLO SCADERE DELLO SLOT



TERMINO LE ULTIME ATTIVITA' E PAGO LA MIA «SOSTA» DIRETTAMENTE SULL'APP





PRIMA DI USCIRE DALL'UFFICIO TURISTICO, CONTROLLO IL PROGRAMMA EVENTI PER LA SERATA E TORNO A CASA

LLO I
IVA E
PARE.
ER LA

O

IL GIORNO DEL CORSO, MI PRESENTO PRESSO L'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI. AL MIO ARRIVO TROVO L'ISTRUTTORE AARON E UN GRUPPO DI ISCRITTI.

INIZIO A FARE QUALCHE CHIACCHERA CON IL GRUPPO E INIZIAMO A CONOSCERCI



ALLE 15.00 INIZIA IL CORSO. AARON CI SPIEGA TUTTI I SEGRETI DELLA FERRATA E CI INTRODUCE LA FERRATA CHE HA ORGANIZZATO, CON IL GRUPPO PRINCIPIANTI, PER LA SETTIMANA SUCCESSIVA



INCORAGGIATA DALLE PERSONE CHE HO CONOSCIUTO AL CORSO, DECIDO DI PARTECIPARE ALLA FERRATA DELLA SETTIMANA PROSSIMA



CHIEDO LE DISPONIBILITA' ALL'OPERATORE DELL'UFFICIO TURISTICO. CI SONO ANCORA ALCUNI POSTI LIBERI

MI ISCR
CONTA
QUESTI
SULL'AR
ACQUIS
PER LA
COSE D





PRIMA DI USCIRE DALL'UFFICIO TURISTICO, CONTROLLO IL PROGRAMMA EVENTI PER LA SERATA E TORNO A CASA



TA DALLE
E HO
AL CORSO,
ARTECIPARE
A DELLA
PROSSIMA



CHIEDO LE DISPONIBILITA' ALL'OPERATORE DELL'UFFICIO TURISTICO. CI SONO ANCORA ALCUNI POSTI LIBERI

MI ISCRIVO E PAGO, IN CONTANTI, ALL'OPERATORE. QUESTI POI MI INVERA' SULL'APP LA CONFERMA DI ACQUISTO, IL PROGRAMMA PER LA FERRATA E LA LISTA DI COSE DA PORTARE

IL GIORNO SEGUENTE AL CORSO, MI ARRIVA NELLA MIA AREA RISERVATA DELL'APP, IL PROGRAMMA PER LA FERRATA. HO TUTTO E NON VEDO L'ORA DI INIZIARE



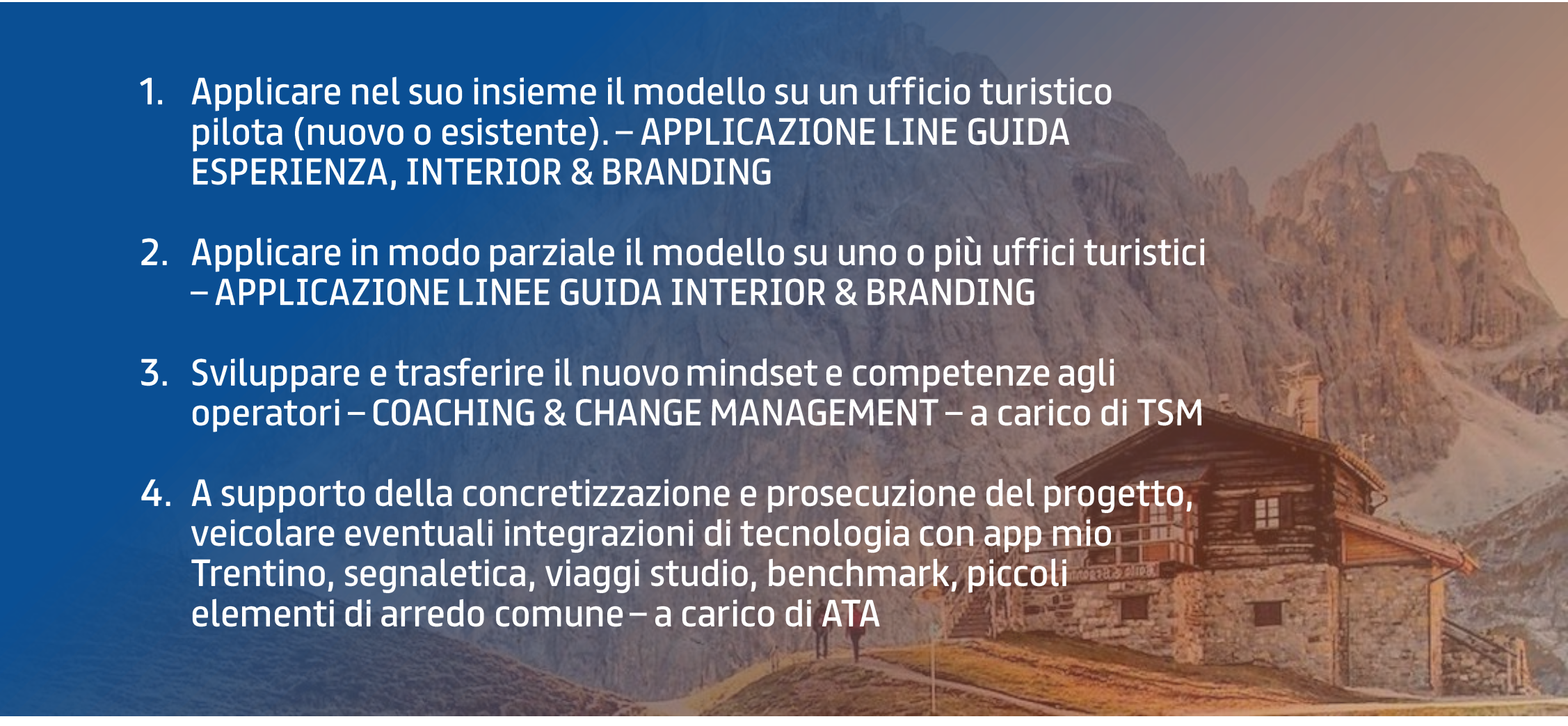
AGO, IN
OPERATORE.
NVERA'
NFERMA DI
ROGRAMMA
E LA LISTA DI
RE

IL GIORNO SEGUENTE AL CORSO, MI ARRIVA NELLA MIA AREA RISERVATA DELL'APP, IL PROGRAMMA PER LA FERRATA. HO TUTTO E NON VEDO L'ORA DI INIZIARE



05.

PROSSIMI PASSI



1. Applicare nel suo insieme il modello su un ufficio turistico pilota (nuovo o esistente). – APPLICAZIONE LINE GUIDA ESPERIENZA, INTERIOR & BRANDING

2. Applicare in modo parziale il modello su uno o più uffici turistici – APPLICAZIONE LINEE GUIDA INTERIOR & BRANDING

3. Sviluppare e trasferire il nuovo mindset e competenze agli operatori – COACHING & CHANGE MANAGEMENT – a carico di TSM

4. A supporto della concretizzazione e prosecuzione del progetto, veicolare eventuali integrazioni di tecnologia con app mio Trentino, segnaletica, viaggi studio, benchmark, piccoli elementi di arredo comune – a carico di ATA

'DINN!

TRENTINO SCHOOL OF MANAGEMENT

trentino marketing
SOCIETÀ PER IL TURISMO

Grazie!

DINN! - Via Crocefisso, 2
20122 Milano
t. +39 02 87287092
info@dinndesign.com
dinndesign.com

South East Asia Office
Marina Bay Financial Centre Tower 3
12 Marina Boulevard #17-01
Singapore 018982
t. +65 68095111

ALLEGATO 3)

NUOVO CONCEPT DI UFFICIO TURISTICO

Risultati delle interviste, del workshop di co-design e linee guida progettuali

30 Giugno 2026









INDICE

A. LINEE GUIDA CONCETTUALI E TEMI EMERSI DALLE INTERVISTE E DAL WORKSHOP

B. LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEL CONCEPT GENERALE DI NUOVO UFFICIO INFORMAZIONI AI TRE LAYOUT DI CANAZEI, CAMPITELLO E MAZZIN

C. TIMELINE E PROSSIMI PASSI

Strategie di brand

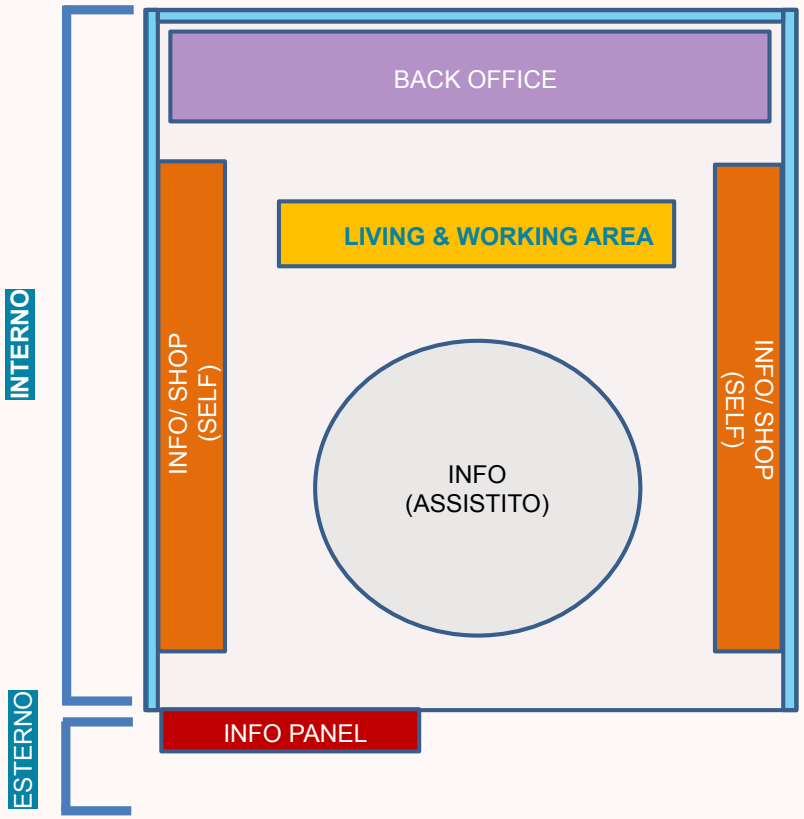
Concept Design di brand

A. LINEE GUIDA E TEMI EMERSI DALLE INTERVISTE E DAL WORKSHOP

Concept Design retail

anni di esperienza internazionale

TEMI CHIAVE DAL WORKSHOP/INTERVISTE



1. Il nuovo modello di layout e di servizio per l'ufficio turistico elaborato per il Trentino è **adattabile e applicabile** anche al caso della Val di Fassa.
2. Il Layout dell'ufficio deve riuscire a dare più informazioni possibile **in modo self** alle persone, per sollevare il peso e la congestione del lavoro del personale, soprattutto in alcuni periodi di picco dell'anno.
3. E' necessario dare un maggiore orientamento e differenziazione ai **flussi di accesso.**
4. Serve una integrazione nell'ufficio informazioni turistiche di una zona per la **esposizione e vendita di merchandising**





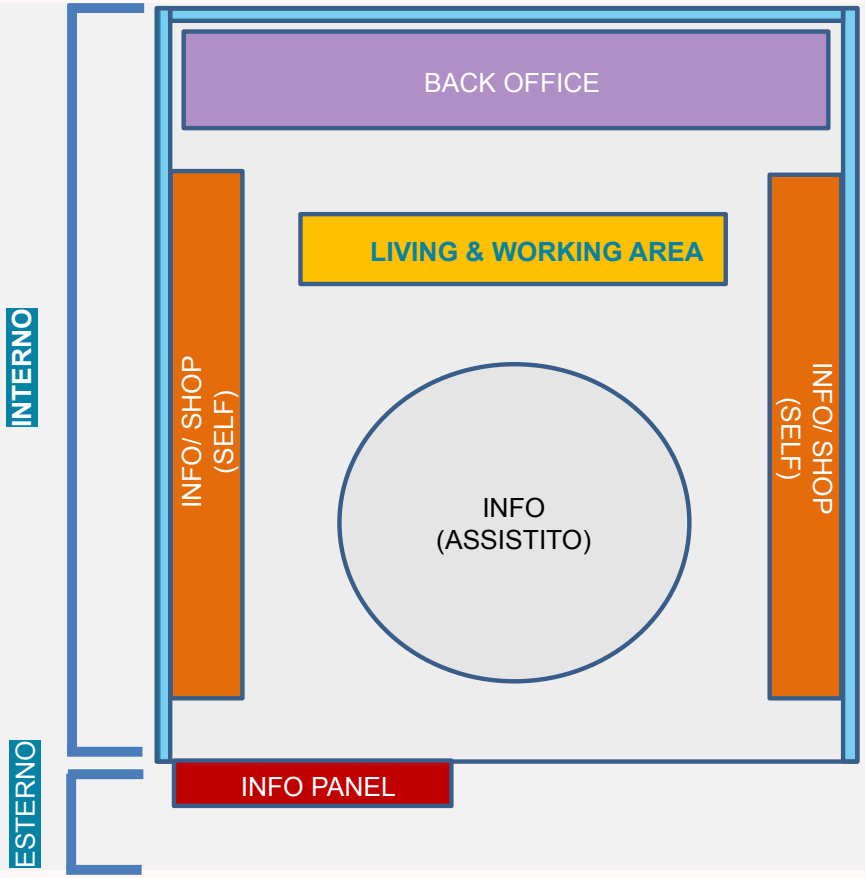
TEMI CHIAVE DAL WORKSHOP/INTERVISTE

5. Un elemento fondamentale è la capacità dell'ufficio di **rappresentare l'unicità e l'identità ladina**, attraverso una zona espositiva/di esperienza di materiali/oggetti messi a disposizione dal Museo Ladino di Fassa

6. L'ufficio turistico di **Canazei rappresenta un caso speciale di progettazione**, in quanto può integrare un ampio spazio aggiuntivo nella zona di accesso (ingresso del Municipio) e, in questo senso rappresentare un pilota ideale del nuovo concetto di ufficio informativo



1. IL NUOVO MODELLO ELABORATO PER IL TRENTINO È ADATTABILE E APPLICABILE



INTERNO

BACK OFFICE
area dedicata alle attività di back office, proprie degli operatori

LIVING & CO-WORKING AREA
aree in cui, attraverso livelli di privacy differenti, è possibile costruire momenti di interazione tra visitatori o aree più riservate volte ad attività più individuali

INFO & SHOP (SELF)
area self volte alla fruizione di informazioni e acquisto di prodotti o servizi

INFO (ASSISTITO)
area dedicata allo scambio di informazioni tra operatore e visitatore

EDUCATION

ESTERNO

INFO PANEL
pannello volto a fornire informazioni di base quando l'ufficio turistico è chiuso

RELAX

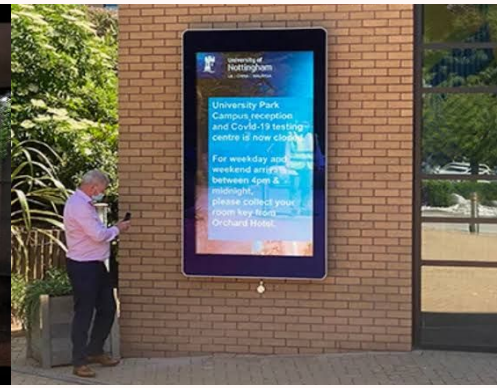
1. IL NUOVO MODELLO ELABORATO PER IL TRENTINO È ADATTABILE E APPLICABILE

Elementi essenziali del nuovo modello di ufficio informazioni:

a. **Self service assistito** (il visitatore esplora aree diverse e riceve informazioni in modo autonomo e, se serve, assistito)
b. Il **Bancone lascia il posto ad una zona di dialogo** (tendenzialmente centrale) dove avviene il servizio assistito
c. la zona esterna viene allestita con un **pannello/diversi pannelli informativi self (digitali)** per dare le informazioni più semplici (orari, previsioni tempo…)
d. il **Back office** è una zona (più o meno ampia, dove il visitatore non accede e che serve per il lavoro di ufficio
e. I **flussi vengono differenziati** attraverso un uso differente delle zone, che favorisce l'informazione simultanea a più persone e diluisce il tema delle code.







2. IL LAYOUT DELL'UFFICIO DEVE RIUSCIRE A DARE PIÙ INFORMAZIONI IN MODO SELF

1. **Decongestionare il lavoro degli operatori**, soprattutto nei momenti di picco/alta stagione.
2. Occorre prevedere **una serie di zone**, nel layout, che possano essere utilizzate in modo self oppure in modalità assistita.
3. Le zone prevedibili possono essere (da finalizzare insieme a team di lavoro Val di Fassa):
   a. zona merchandising
   b. zone tematiche (es. biking, hiking, benessere, food, mappa self…)
   c. zona identità ladina (vedi sezione ad hoc)
   d. evoluzione/cambio servizio ticketing (automazione? sentire impianti)
4. Fondamentale la **zona self all'esterno** dell'ufficio turistico
   a. incrementare l'uso dei pannelli già predisposti, ottimizzarne l'uso ed integrare con eventuali soluzioni alternative
   b. Promuovere l'uso delle info su app











3. E' NECESSARIO DARE UN MAGGIORE ORIENTAMENTO E DIFFERENZIAZIONE DEI FLUSSI DI ACCESSO

1. Eliminare il bancone, per evitare l'effetto creazione della coda
2. Introdurre sistemi di gestione delle code (di nuova generazione, senza ticket, su smartphone, da utilizzare solo nei momenti di picco
3. Massimizzare il sistema di segnalazione delle aree dell'ufficio turistico, per facilitare l'utilizzo delle stesse da parte del visitatore

4. INTEGRAZIONE NELL'UFFICIO INFORMAZIONI TURISTICHE DI UNA ZONA MERCHANDISING



1. APT Val di Fassa sta pensando a una linea di merchandising
2. L'ufficio turistico deve prevedere una zona ad hoc per esposizione e vendita
3. possibile valutazione di esposizione tradizionale oppure con Vending Machine (promozione dell'acquisto self)
4. Necessità di prevedere sistema di cassa (non necessariamente un'area, ma anche solo POS digitale)
5. Importante il lavoro sul packaging e di allineamento di branding grafico



5. FONDAMENTALE È LA CAPACITÀ DI RAPPRESENTARE L'UNICITÀ E L'IDENTITÀ LADINA

1. Inserire in una delle zone espositive dell'ufficio informativo materiali e opere esemplificative della cultura Ladina (possibilità di accordo con Museo Ladino di Fassa)
2. Questo elemento è fortemente distintivo e identitario della Val di Fassa
3. L'accordo con il Museo può garantire l'intercambiabilità e il rinnovamento dell'esposizione (importante per trasmettere segno di dinamismo al visitatore)



6. L'UFFICIO TURISTICO DI CANAZEI COME CASO SPECIALE

1. Esiste la possibilità di utilizzare l'intero atrio del municipio per l'ufficio turistico
2. L'atrio potrebbe avere tre funzioni principali:
   a. spazio informativo self (decongestione)
   b. Aree espositive per l'identità ladina
   c. "Agorà" per eventi e presentazioni
3. E' fondamentale lo spostamento dell'insegna (dalla costruzione di SX alla zona centrale) per evitare le confusioni esistenti attualmente nel flusso di ingresso





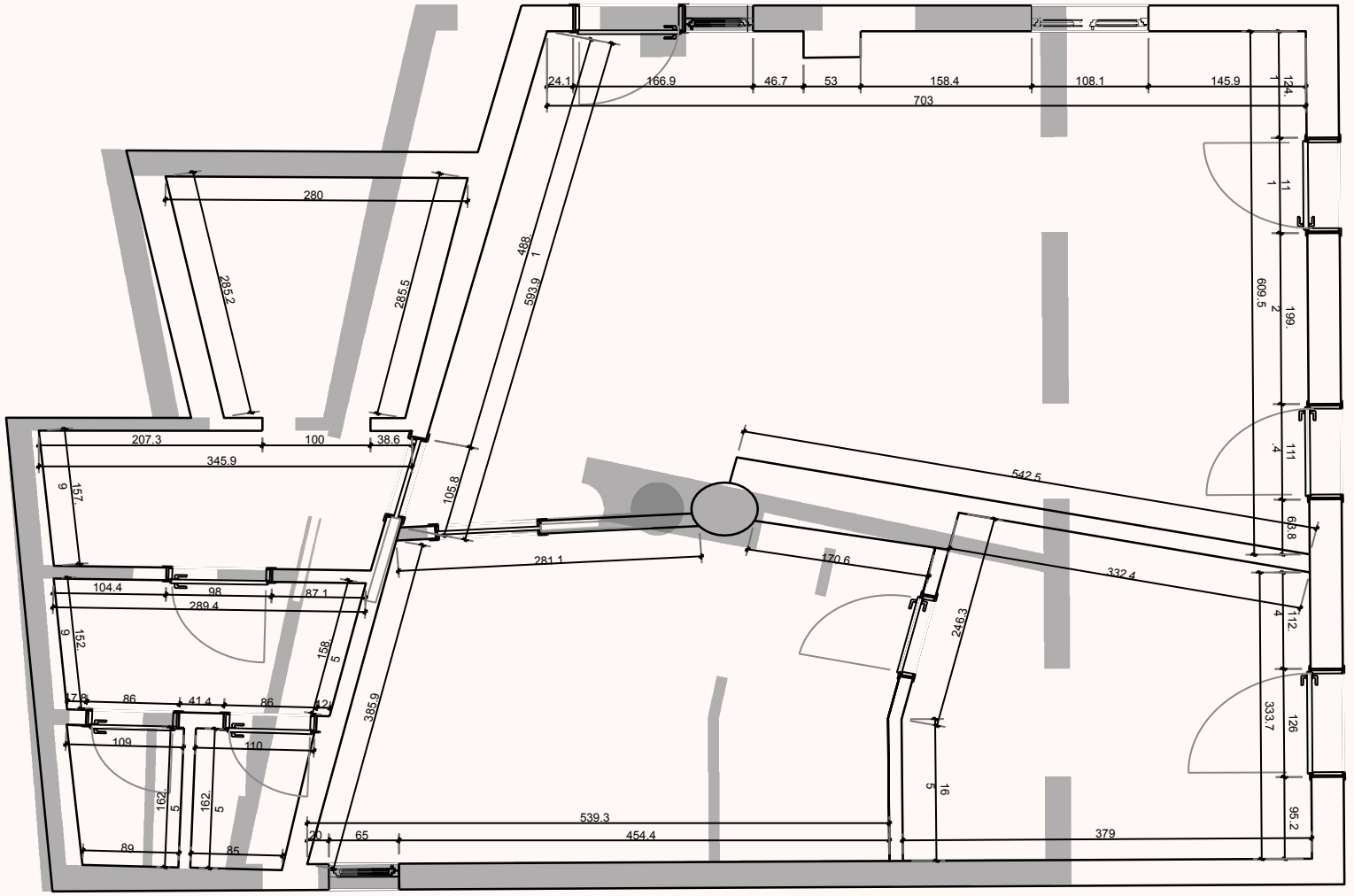
Strategie di brand

Concept Design di brand

B. LINEE GUIDA PER APPLICAZIONE AI TRE LAYOUT DI CANAZEI, CAMPITELLO E MAZZIN

Concept Design retail

anni di esperienza internazionale

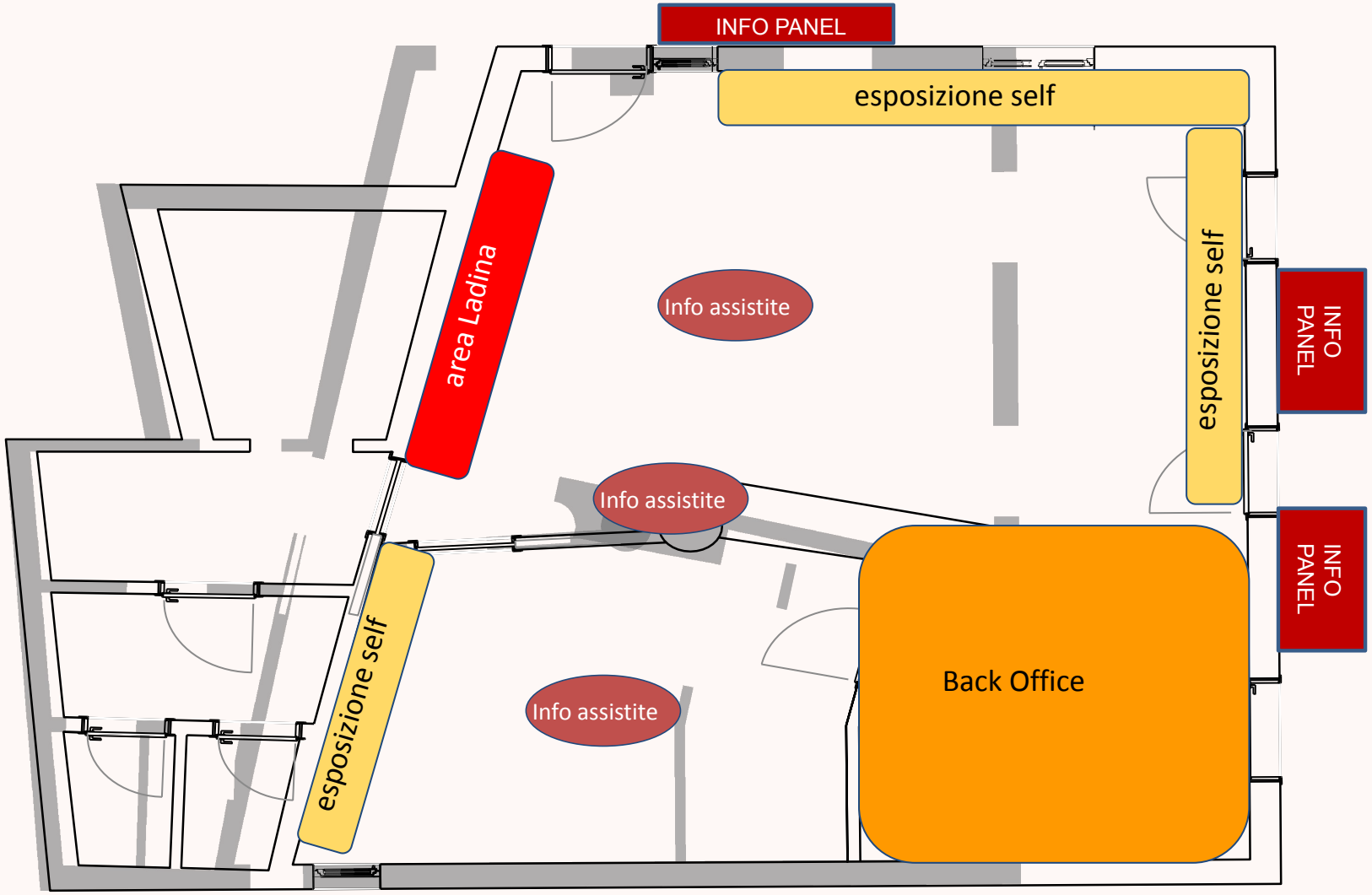


UFFICIO CANAZEI

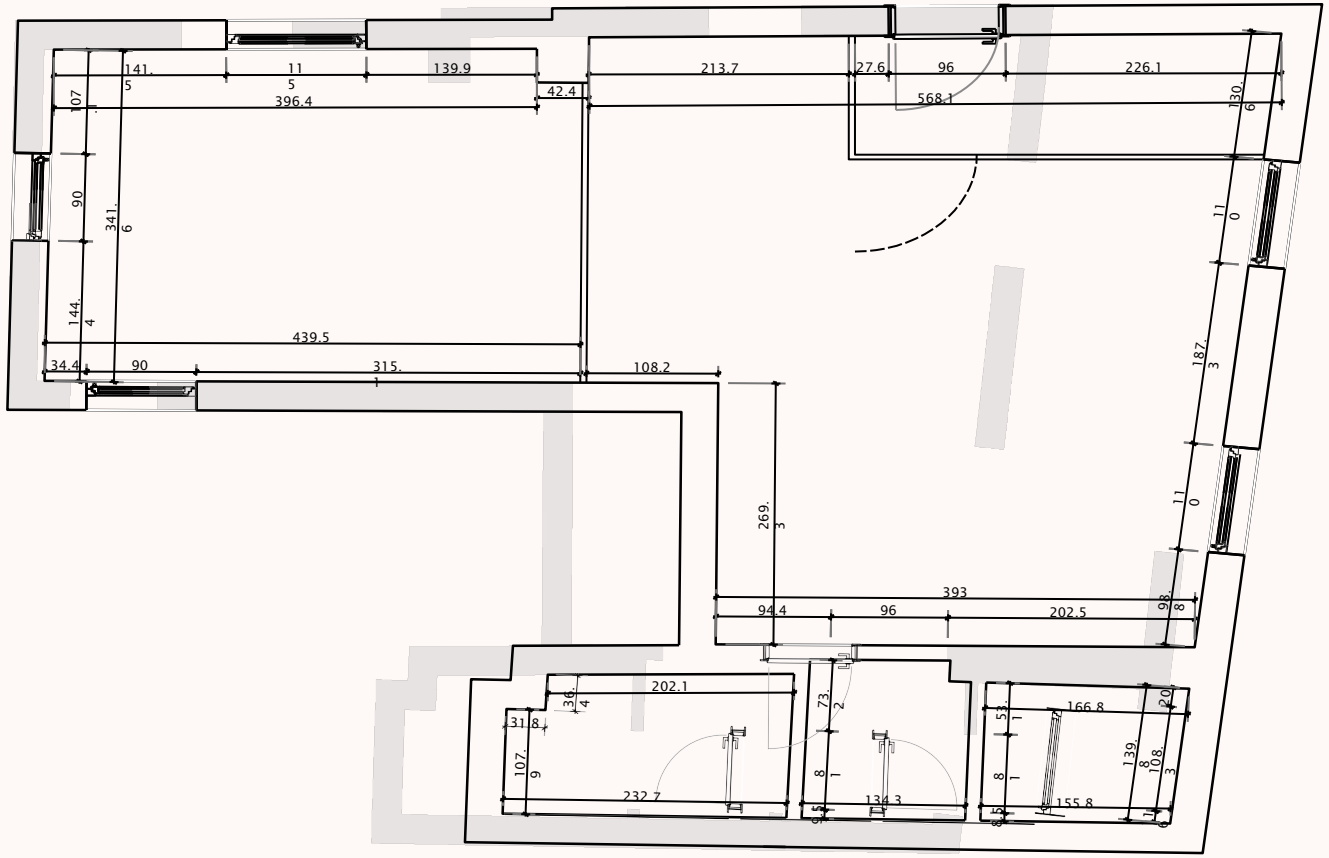
1. Il progetto dovrà essere integrato con l'eventuale parte "esterna" (l'ingresso del municipio, qualora confermato).

2. I punti info assistitI si sviluppano in modo da non intralciare l'uso della parte self/espositiva

3. Tutte le aree self devono essere progettate in dettaglio. I contenuti saranno:
a)merchandising;
b)zone tematiche (es. biking, hiking, benessere, food, mappa self…);
c) self ticketing (da verificare).



UFFICIO CANAZEI

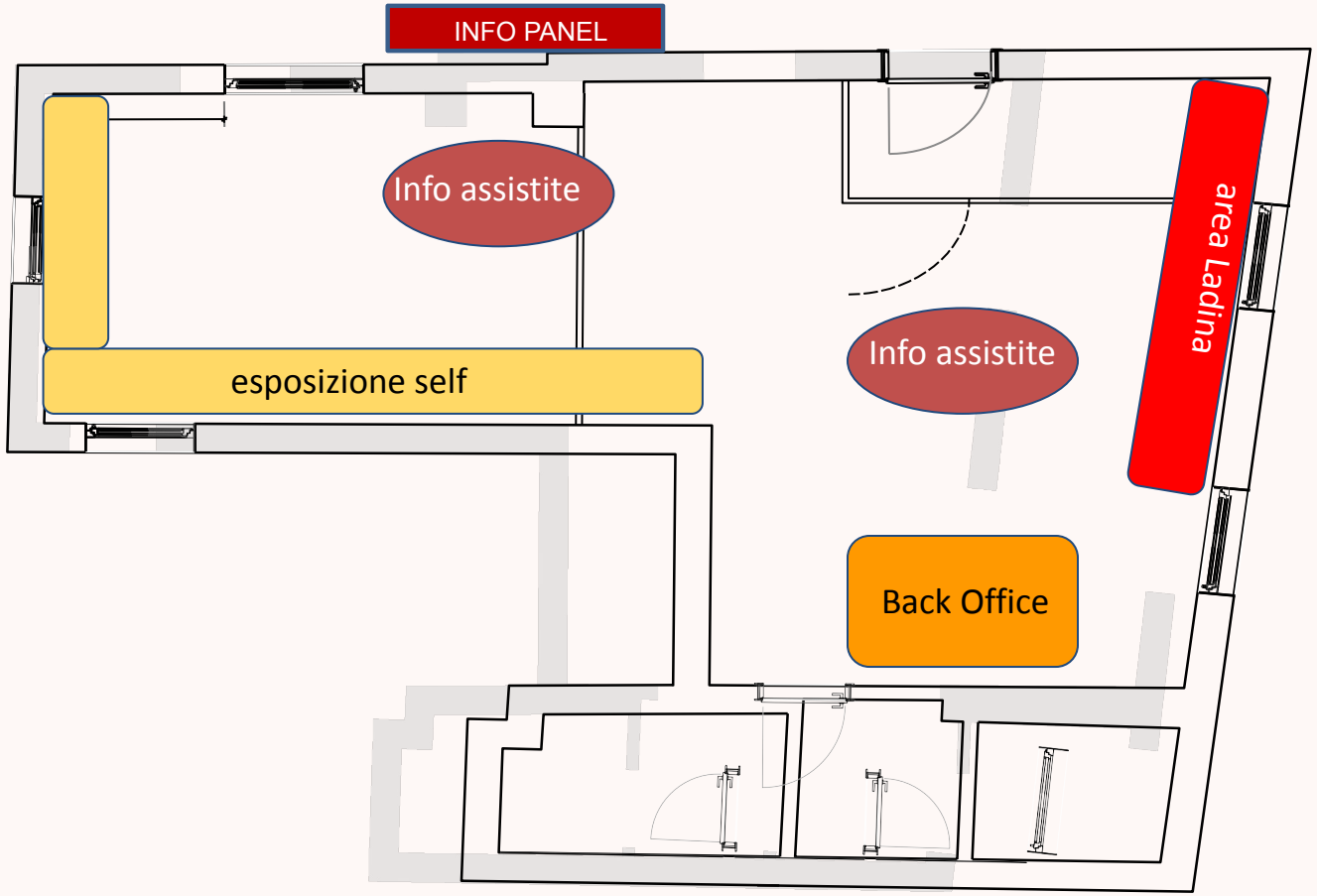


UFFICIO CAMPITELLO

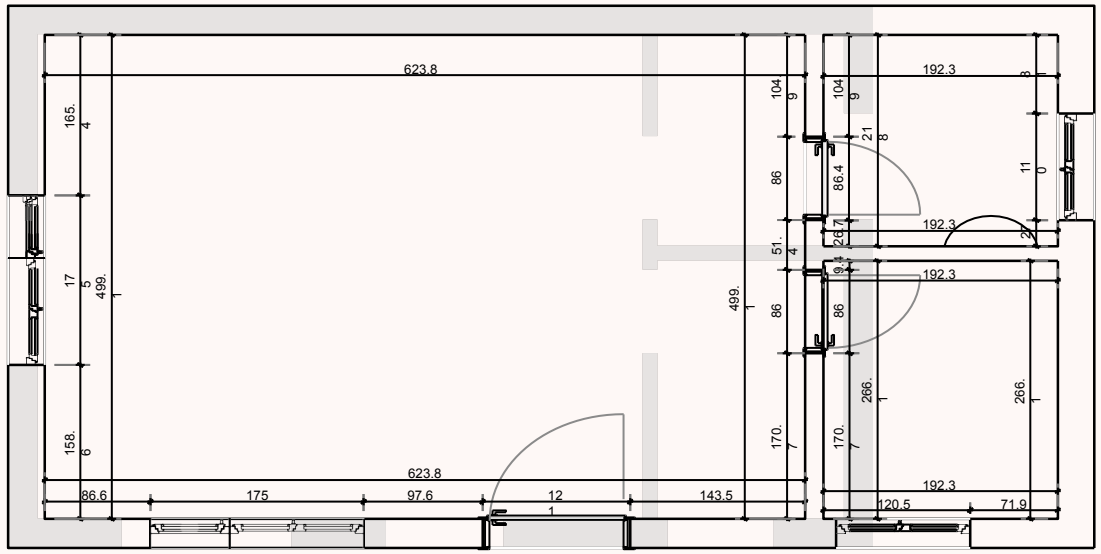
1. Il numero dei punti info assistite verrà definito in base al numero degli operatori (qui si ipotizza due operatori)

2. I punti info assistitI si sviluppano in modo facilitare l'utilizzo delle zone self/espositive

3. Tutte le aree self devono essere progettate in dettaglio. I contenuti saranno:
a)merchandising ;
b)zone tematiche (es. biking, hiking, benessere, food, mappa self…);
c) self ticketing (da verificare).



UFFICIO CAMPITELLO

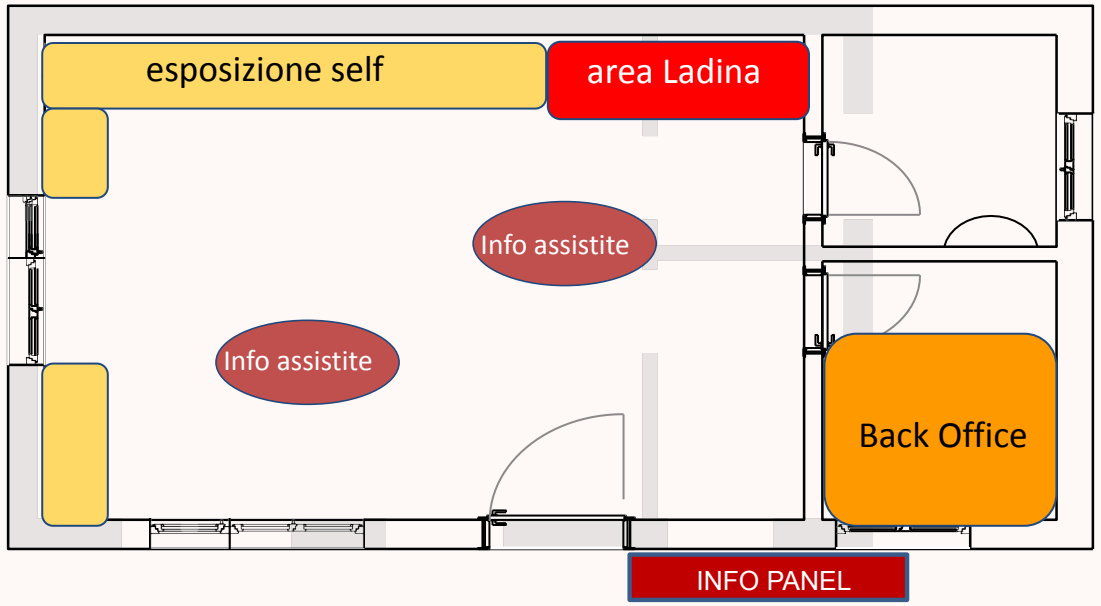


UFFICIO MAZZIN

1. il numero dei punti info assistite è raddoppiato rispetto al numero di operatori (1) immaginando un uso anche self da parte dei visitatori

2. I punti info assistitI si sviluppano in modo facilitare l'utilizzo delle zone self/espositive

3. Tutte le aree self devono essere progettate in dettaglio. I contenuti saranno:
a)merchandising;
b)zone tematiche (es. biking, hiking, benessere, food, mappa self…);
c) self ticketing (da verificare)



UFFICIO MAZZIN

Strategie di brand

Concept Design di brand

C. TIMELINE E PROSSIMI PASSI

Concept Design retail

anni di esperienza internazionale

PROJECT TIMELINE

PROSSIMI PASSI

dove siamo oggi



27-28 Maggio

- interviste conoscitive preliminari
- realizzazione visita il loco
- realizzazione workshop

- elaborazione interviste e workshop
- definizione linee guida (concept adattato per Val di Fassa)
- applicazione linee guida agli specifici layout (insieme allo Studio design/architettura Locale

fine luglio

sett - in avanti

- supervisione alle ideazione del design e progettazione esecutiva (Studio design/architettura Locale)
- supervisione alla realizzazione dei progetti

ALLEGATO 4)

APT VAL DI FASSA BRAND MANUAL

LINEE GUIDA

fassa.com

VERSIONE 1.0 | OTTOBRE 2024

Logotipo

1.1 Storia del logotipo

Il marchio della Val di Fassa è stato commissionato nel 1989 da Ezio Anesi,
allora direttore dell'Azienda di Promozione Turistica della Val di Fassa, a Norbert Moser.
Il marchio è derivato da un tratto autografo del famoso grafico di Innsbruck.

Durante la sua vita, il marchio Val di Fassa è stato utilizzato in occasioni di eventi culturali e sportivi di prestigio a livello nazionale ed internazionale e portato con orgoglio da vari testimonial d'eccezione.

1.2 Logotipo istituzionale





DOLOMITES

Applicazione
con scritta DOLOMITES

1.3 Costruzione del logotipo

Il marchio è costruito in un rettangolo
e mantiene la proporzione di 1:1,153
prendendo come parametro l'unità di base.
L'inclinazione del bordo è di 9°



la gamba della i
segna la distanza
tra logo e scritta

1.4 Proporzioni

Grandezza minima
utilizzata su materiali stampati



12 mm

Colore del logo è il rosso. Per "Dolomites" il nero



VERSIONE CMYK

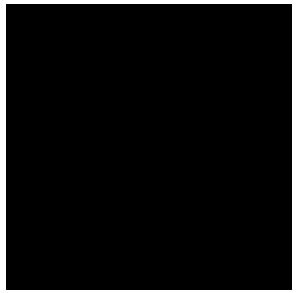
ROSSO:
cyan 0
magenta 100
yellow 100
black 0

VERSIONE RGB

ROSSO:
R 225
G 0
B 0

TINTA PIATTA

ROSSO:
Pantone Warm Red U
Pantone 1795 C



VERSIONE CMYK

NERO:
cyan 0
magenta 0
yellow 0
black 100

VERSIONE RGB

E1 00 00

TINTA PIATTA

NERO:
Process Black


VAL DI FASSA
DOLOMITES

Non è ammesso l'uso di campo bianco o nero su sfondo fotografico per rendere leggibile il logo



Non è consentito l'uso del logo su sfondo fotografico se non perfettamente leggibile e chiaramente riconoscibile



Non è possibile utilizzare il logo se modificato nelle forme, colori, tagli e inclinazioni



Uso corretto e scorretto del logo su fondo colore

LOGO COLORE



sfondo nero 0%



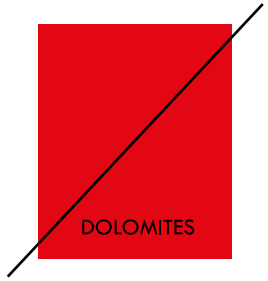
sfondo nero 30%



sfondo nero 70%

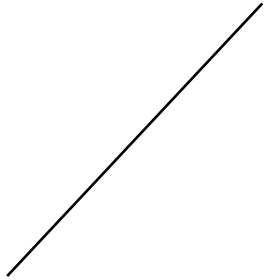


sfondo nero 100%



sfondo rosso

LOGO IN NEGATIVO



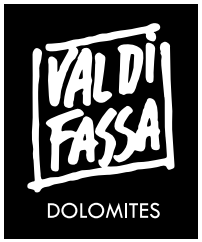
sfondo nero 0%



sfondo nero 30%



sfondo nero 70%



sfondo nero 100%



sfondo rosso

Il marchio non deve essere attorniato
da altri elementi grafici estranei
che potrebbero ridurne la leggibilità.
Lo spazio circostante deve essere
di colore bianco e debitamente proporzionato
alle dimensioni del marchio.
Tale regola può essere derogata solo in casi
particolari, autorizzati da ApT Val di Fassa,
o per la sua applicazione nel trapezio della
visual identity di ApT Val di Fassa, rispettando
spazi e proporzioni, come da esempi delle
pagine successive.





Rapporto proporzionale
larghezza lettere VAL



In casi particolari il logo può essere sviluppato in orizzontale anche senza l'apposizione di "Dolomites", ma solo con la singola scritta "Val di Fassa", in casi particolari come banner o striscioni sportivi.

VAL DI FASSA

Applicazione
con scritta DOLOMITES



parametro per la scritta DOLOMITES:
stessa distanza delle lettere VAL e SSA

Disciplinare contorno



Rapporto proporzionale
larghezza lettere VAL



Uso corretto e scorretto del logo su fondo colore

LOGO COLORE



sfondo nero 0% | sfondo nero 30% | sfondo nero 70% | sfondo nero 100% | sfondo rosso

LOGO IN NEGATIVO



sfondo nero 0% | sfondo nero 30% | sfondo nero 70% | sfondo nero 100% | sfondo rosso

1.11 Area di rispetto del logotipo orizzontale

La I rovesciata, equivale alla distanza da tenere tra logo e lato lungo del banner o striscione



La I rovesciata, equivale alla distanza da tenere tra logo VAL DI FASSA e lato lungo del banner o striscione



VAL D equivale alla distanza da tenere tra loghi

APT VAL DI FASSA
Strèda Roma, 36 - 38032 Canazei (TN)
Tel. +39 0462 609500
info@fassa.com | fassa.com

BRAND MANUAL