



Verbale per seduta del 25-10-2016 ore 12:00

congiunta alla IV Commissione, alla VIII Commissione e alla IX Commissione.

CONSIGLIO COMUNALE
VI COMMISSIONE

Consiglieri componenti le Commissioni: Luca Battistella, Maika Canton, Barbara Casarin, Felice Casson, Saverio Centenaro, Ciro Cotena, Maurizio Crovato, Paolino D'Anna, Alessio De Rossi, Francesca Faccini, Andrea Ferrazzi, Rocco Fiano, Gianpaolo Formenti, Enrico Gavagnin, Giancarlo Giacomini, Giovanni Giusto, Elena La Rocca, Lorenza Lavini, Bruno Lazzaro, Marta Locatelli, Deborah Onisto, Giorgia Pea, Giovanni Pelizzato, Paolo Pellegrini, Nicola Pellicani, Francesca Rogliani, Monica Sambo, Davide Scano, Alessandro Scarpa, Renzo Scarpa, Matteo Senno, Ottavio Serena, Silvana Tosi, Chiara Visentin, Sara Visman.

Consiglieri presenti: Luca Battistella, Maika Canton, Barbara Casarin, Saverio Centenaro, Ciro Cotena, Maurizio Crovato, Paolino D'Anna, Andrea Ferrazzi, Rocco Fiano, Enrico Gavagnin, Giancarlo Giacomini, Giovanni Giusto, Elena La Rocca, Bruno Lazzaro, Deborah Onisto, Giorgia Pea, Giovanni Pelizzato, Paolo Pellegrini, Nicola Pellicani, Francesca Rogliani, Monica Sambo, Davide Scano, Alessandro Scarpa, Renzo Scarpa, Matteo Senno, Ottavio Serena, Silvana Tosi, Chiara Visentin, Sara Visman.

Altri presenti: Sindaco Luigi Brugnaro, Assessore Paola Mar, Direttore Maurizio Carlin, Dirigente Stefano Pillinini, Segretario del Gruppo Tecnico di Lavoro Nicola Callegaro, Amministratore Unico A4smart srls Innovativa Francesco Pedrini.

Ordine del giorno seduta

1. Gestione Flussi Turistici - Proposte per la gestione del turismo (rif.odg 18 del 23.12.2015): Audizione di Francesco Pedrini progetto "VATE".

Verbale seduta

I numeri riportati tra parentesi ,dopo il nominativo di coloro che intervengono, si riferiscono agli interventi consultabili nella registrazione della diretta streaming :

http://streaming.comune.venezia.it/basestream.php?tipo=commissione&data=25102016&cal=atti_conv_316

PEA: alle ore 12.30 , constatato il numero legale, da inizio ai lavori della Commissione congiunta sul tema dei Flussi Turistici ,ringraziando per la presenza delle Consigliere e Consiglieri ,il Gruppo di Lavoro Tecnico e l'assessore Mar. Da inizio ai lavori con la presentazione del relatore Francesco Pedrini per il progetto VATE.

PEDRINI: (28:20)Un approccio efficiente per attenuare l'impatto che una massa costante di turisti ha sull'apparato cittadino è quello di creare una struttura smart, che permetta al tessuto commerciale della città stessa di approcciare e dialogare con la massa di turisti. Le esperienze di Handing con i CRM ed i Beacon BT, due nuove tecnologie non ancora sviluppate appieno nel Veneto, ci suggeriscono di usare questi sistemi come mezzo di raccolta informazioni e profilazioni dei nostri clienti (i turisti, appunto).Ad un CRM, in grado di tracciare i clienti e le prenotazioni delle loro vacanze, proponiamo di affiancare un sito web che raccolga in un unico posto l'intera offerta culturale, turistica e di intrattenimento della città ed una app che funzioni sul territorio come una mappa interattiva e come collettore di richieste da parte del turista. Questa strategia permetterà di raccogliere dati che andranno aldilà di date di arrivo e partenza e provenienza ma permetteranno di profilare in maniera profonda il cliente ed i suoi bisogni.

Un nuovo tipo di turista usa device come smartphone, tablet e laptop,si aspetta di trovare internet dovunque, non si affida ed intermediari, cerca informazioni prima e durante la sua permanenza in città, valuta e commenta i servizi di cui ha avuto esperienza. La nostra esperienza ed i prototipi disponibili ci consentono attraverso una app di creare una comunicazione a due vie con questo turista in modo da permettere a lui di ottenere direzioni e informazioni ed in cambio di essere raggiunto da messaggi push (in caso di avvenimenti, ingorghi, intoppi di vario genere) sia da richieste di valutazione dei servizi richiesti.

Un approccio di questo genere, incentrato verso il turista, permette di mettere in primo piano le sue richieste, mantenendone però il controllo ed usando le informazioni così raccolte per capire quali siano i servizi richiesti da questa nuova dimensione di turista.Il sistema, così progettato, è estremamente flessibile, scalabile e integrabile.

Può fornire dei cruscotti per gestire la clientela a tutti gli alberghi, a tutti i ristoranti, a tutti gli esercizi. A medio termine è in grado di generare una base dati utilizzabile per iniziative di promozione commerciale e di contatto per fare in modo che i turisti siano invogliati a ritornare nella città e/o a prolungare la propria permanenza.(Venezia in questo momento ha una media di 2.35 notti a turista con una scarsa propensione al ritorno).

In questa configurazione il nostro sistema diviene promotore di innovazione, di miglioramento del tessuto cittadino e di promozione del tessuto commerciale della città stessa. In prospettiva, esistono sistemi che si avvantaggiano della diffusione degli smartphone per valutare i flussi e delineare le linee di traffico, aiutando a capire e desumere una immagine piuttosto chiara dei desideri e delle richieste dei turisti. Una formula di questo genere è applicabile a tutte le città a vocazione turistica ed auspica una serie di investimenti strutturali: prevede l'applicazione di soluzioni che consentano all'utente di essere "always on" e localizzabile, come possono essere reti di access point wifi e di beacon Bluetooth, in modo da raccogliere ed analizzare ogni singola componente del flusso di traffico. La geolocalizzazione è importante anche a fini di interazione con il turista stesso, sia con i suddetti messaggi push, sia fornendo punti di interesse e percorsi che sottoponendo agli utenti opportunità ed offerte.

Un sistema di questo genere permette di misurare il grado di customer satisfaction del cliente in termini di efficienza del servizio e di percezione della soddisfazione. Un effetto secondario di un meccanismo di questo genere consiste nel miglioramento autoimposto dell'offerta ed il miglioramento del servizio. La facilità di fruizione della città attraverso questo mix di strumenti a quel punto diviene facile sia nell'utilizzo che nella gestione, in maniera tale da invogliare sia l'allungamento della permanenza, sia il ritorno. Questi due dati, molto significativi per il flusso del turismo, subiscono delle variazioni importanti quando entrano in campo dei facilitatori, siano essi app, sistemi informativi, interventi di gestione ed altro.

Questo mix di soluzioni, non è solo un prodotto informatico, un programma, un software, è bensì un intervento organico che investe la città (migliorie nella segnaletica, infrastrutture, access point intelligenti, beacon etc) e che ha molto più successo quando avviene un'azione di "involvement" da parte delle componenti commerciali cittadine.

Un CRM per gli albergatori, i negozianti, i ristoratori è comunque uno strumento a due vie, che richiede sia l'inserimento di informazioni, l'aggiornamento delle stesse ed una certa attività da parte del negoziante, ma che in cambio fornisce opportunità, occasioni ed una base promozionale estesa ed estendibile. Handing lavora da anni con soluzioni di gestione delle informazioni in maniera condivisa, sia a scopo gestionale che promozionale, ed ha già elaborato moltissime soluzioni di Client relationship management, con interfacce web o con app per device mobili.

Quello di cui stiamo parlando non è un sistema a scatola chiusa che può essere adattato a tutte le situazioni, ma una soluzione che, pur partendo da sistemi consolidati, è personalizzabile anche per città come quella di Venezia, che hanno delle caratteristiche peculiari che la rendono unica nel suo genere.

Un'ultima cosa: l'utilizzo di strumenti di questo genere permette di elevare il turista dal rango di "cliente" allo status di "ambasciatore", di un soggetto cioè in grado di raccontare della propria esperienza in termini entusiastici fornendo ad un costo relativamente basso una delle pubblicità migliori del mondo, in termini di penetrazione ed in termini di efficacia.

Inizio del dibattito

VISMAN (1:00:00) chiede se in merito al sistema presentato sono teorizzati degli accordi con privati (artigiano, commerciante, ristoratore ...) e se è possibile conoscerne il costo oltre a valutare se non vi è il rischio che possano in qualche modo partecipare all'iniziativa attività di minor qualità nella tutela della città .

PEDRINI: (1:02:23) afferma che per il 2017 è prevista una prima sperimentazione con un campione rappresentativo di un'area della città ed iniziare con una realtà museale . Il percorso verso il museo definirebbe la mobilità turistica e la possibile incidenza ,in collaborazione in modo triangolato per proporre itinerari che possano comportare beneficio alle attività di zona. In merito all'eventuale spesa sarà poi determinata in base ai risultati ottenuti in fase sperimentale.

PEA: (1:07:50) riguardo all'impegno economico del progetto, quale dovrebbe essere la spesa o comunque il badge previsto.

PEDRINI: (1:08:10) il progetto presentato in Regione prevede una richiesta di 100.000, contributo di euro mentre altri 60.000 con altre fonti per una cifra complessiva di 160.000.

PEA:(1:08:38) chiede se quindi con questo impegno di spesa sarebbe possibile avviare il progetto.

PEDRINI: (1:08:45) si ,sempre che la Regione confermi il proprio impegno.

SCARPA R(1:09:25): in merito al progetto chiede se tutti i dati sono poi riportati in una unica centrale operativa per la gestione complessiva del flusso turistico

PEDRINI: (1:10:56) il progetto consente di avere in tempo reale le presenze nell'area in analisi e solo realizzando in modo capillare sarà possibile in un quadro generale.

GIUSTO (1:13:31) chiede se i costi dichiarati di 160.000 euro sono per il progetto o per la sola realizzazione del progetto stesso.

PEDRINI: (1:14:08) sono i costi della sperimentazione e quindi la realizzazione del progetto nel 2017 .

GIUSTO (1:13:31) sembra di comprendere che il progetto in analisi ricopre la sola area di campo Santa Margherita ,quindi ci si chiede che costo avrebbe nella copertura della intera città .

PEDRINI: (1:15:15) l'obiettivo da raggiungere è che attraverso questa piattaforma , oltre la costo iniziale , sia nel proseguo e vi sarebbe un rientro da parte dei servizi offerti . All'inizio è necessario un supporto economico e quindi di costo ma successivamente ,anche con il contributo di sponsor , di seguito vi sarebbe una riduzione del budget.

PELLICANI:(1:17:45) nell'ascoltare l'audizione pone la questione se nel suo autoalimentarsi il progetto arriverà ,con la piattaforma proposta ,ad ottenere dati reali sul flusso e se una volta esteso ,chi aderisce commercialmente o interessato a promuovere la propria attività , e se si potrà ottenere un quadro complessivo di quanto avviene in città o sarà diviso per comparti .

PEDRINI: (1:20:09) ricorda che il progetto è parziale e per poterlo rendere totalizzante è necessario l'intervento dell'ente locale e nella diffusione di antenne a sostegno ed integrazione per raccogliere i dati dei cellulari . Quindi oltre le caratteristiche di marketing è necessario l'intervento del Comune.

SAMBO : (1:24:36) chiarimenti su i tempi di realizzazione , considerando le varie fasi del progetto fino alla sua realizzazione.

PEDRINI: (1:26:00) nel dare avvio a questo progetto sono state contattate diverse categorie interessate al progetto ed la presentazione in data odierna il Comune e da qui proseguire per dare avvio alla cosa.

ZITTELLI (1:29:05) chiede se è possibile distinguere l'offerta della fruizione dei beni pubblici e culturali e dai beni promozionali e commerciali . Lamenta che Venezia sia ormai non più percepita come città d'arte ma come parco divertimenti, trascurando così' la qualità.

PEDRINI (1:30:25) afferma che il problema sta come impostare la profilazione del turista e del cittadino , oltre a come organizzare i sistemi che vanno programmati e partecipati nel muoversi per Venezia e nel raccogliere gli stimoli delle proposte di attività culturali insite nella app.

GIUSTO (1:33:02) pone la questione alla copertura del progetto ,con le previste adesioni da parte di categorie interessate , in tutta l'area della città con intenti da business marketing e si deve cercare di coinvolgere tutte le zone

PEDRINI (1:35:10) afferma che dipende dalle zone che si intende privilegiare e dalla richiesta proveniente dalle forze culturali e commerciali interessate. Solo dopo il 2017 con il contributo dell'Amministrazione comunale ce dalle varie categorie coinvolte sarà possibile un eventuale piano di estensione del progetto. La promozione sarà tra Amministrazione ed esercenti con integrazione di intenti ,passo do po passo ,cercando di valorizzare anche zone meno visibili e conclude ricordando che il 2017 sarà l'anno della sperimentazione.

PEA (1:41:43) alle ore 13.45 , nel ringraziare tutti i partecipanti all'audizione del progetto presentato , chiude i lavori di Commissione.