



Verbale per seduta del 25-10-2017 ore 11:30
congiunta alla X Commissione.

CONSIGLIO COMUNALE
VI COMMISSIONE

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

Altri presenti: Assessore Michele Zuin, Capo di Gabinetto del Sindaco Morris Ceron, Dirigente Nicola Nardin, Funzionario Michele Dal Zin, Amministratore Unico VELA S.p.a. Piero Rosa Salva, Direttore Generale VELA S.p.a. Vincenzo Monaco, Direttore Comunicazione & Eventi VELA Fabrizio D'Oria.

Ordine del giorno seduta

1. Vela S.p.A. e la Promozione della Città

Verbale seduta

PEA: verificato il numero legale e data lettura dell'ordine del giorno : Vela S.p.A. e la promozione della Città e nel ringraziare i convocati per la seduta di commissione e l'assessore Mar presenti ai lavori dove sarà proiettato un video ad illustrare la attività di Vela.

ROSA SALVA: ricorda il ruolo delicatissimo che da anni Vela svolge per la città di Venezia e come l'occasione di tale commissione consenta di illustrare con orgoglio il lavoro compiuto, descrivendo quella che viene definita l'architettura istituzionale sulla promozione della città. Ricorda che Vela ha ridisegnato una profonda riforma, a partire da delibere della precedente gestione amministrativa, passando per il periodo del commissariamento per giungere all'attuale amministrazione, attraverso una "esplosione operativa di arricchimento ed incremento di strategie promozionali" che hanno consentito ad attuare tutta una serie di competenze dal marketing alla promozione oltre ad attività congressuali. Evidenzia le operazioni che si sono rivelate feconde attraverso azioni integrate che hanno prodotto risultati anche grazie ad interventi di ottimizzazione della competenze proposte rimarcando dati e parametri conseguiti. Attraverso provvedimenti assunti ricorda come Vela, ogni anno, debba presentare eventi da svolgere in accordo di un importo preventivato dall'Amministrazione ed intento è quello di ottimizzare per l'impegno assunto con l'intento di perseguire una sempre maggior autonomia. Dichiaro che per quanto riguarda l'aspetto della promozione della città è stata creata una piattaforma adeguata al prestigio internazionale di cui la città di Venezia gode nel mondo. Ricorda che chiunque richieda un servizio viene offerto un modello di servizio che la città può offrire e come le proposte e le competenze di Vela siano da modello anche per altre città che seguono i progetti istituiti da Vela.

PEA: ringraziando per l'intervento ricorda che in altra commissione sarà trattata la questione della bigliettazione e su Venezia Unica. Ai consiglieri presenti sarà dato modo di accedere al materiale slides che sarà inserito nella cartellina a loro disposizione.

MONACO. Attraverso l'ausilio di slides illustra l'organigramma della AVM Holding e con particolare attenzione a Vela ed alle due Direzioni: Vendite e Comunicazioni ed in particolare l'attuale attività di produzione e quello che riguarda le informazioni ed accoglienza turistica, oltre a tutto quanto riguardi le attività di sviluppo del mercato, con proposte congressuali, mondo dei tour operator ed agenzie di viaggio per quanto riguarda i mercati di riferimento, intesi da quelli locali, nazionali ed internazionali, a seconda delle diversificazioni delle richieste del mercato stesso. Ricorda che "Vela SpA è la società commerciale della mobilità e di marketing del Comune di Venezia, che può offrire una piattaforma completa di comunicazione ai partner della Città.

Vela è gestore di Venezia Unica, piattaforma di commercializzazione di servizi per residenti ed ospiti di Venezia. Vela organizza \ produce \ promuove eventi \ meeting e incentive \ ticketing \ musei. " Nel particolare viene illustrata l'organizzazione eventi riguardanti il Comune, includendo Terraferma con Le Città in Festa e per il centro storico con il

Carnevale, Biennale, Redentore e Regata Storica. Ricorda inoltre che il fatturato di Vela e' di € 24.100.000, riscontrando andamenti positivi in particolare negli ultimi anni.

ZUIN: ricorda che intento e' quello di far si che la società Vela si possa muovere con sempre maggior autonomia e che vi sono buoni risultati che permettono un risparmio da parte della contribuzione comunale grazie ai benefici di risorse esterne.

MONACO: evidenzia un rallentamento dovuto ai lavori di intervento all'ex palazzo del Casinò del Lido di Venezia che ha influito sui problemi di locazione e si sta cercando di promuovere un incremento del mercato congressuale ,(che per sua natura richiede una programmazione a lungo termine, e la Società sta già lavorando per la stagione 2020/2021).

ROSA SALVA: ricorda che l'attuale stagione ha dato risultati , grazie all'incremento consistente sulle attività programmate con molto anticipo per quanto riguarda la locazione congressuale, con esiti strepitosi e come sia stia prolungando fino al mese di novembre.

MONACO:illustra la slide riguardante la Gestione Rete Vendita Territoriale sia diretta (biglietterie e self sevice) che indiretta (concessionari e trade) , proseguendo , con gli eventi proposti , ricordando che la Società che fa parte del trasporto e quindi muove e genera fiducia nell'investitore attraverso eventi privati ,meeting e congressi e che la città di Venezia secondo BrandAsset® Valuator*(BAV valuta i brand internazionali, misurando i quattro assetti fondamentali: DIFFERENZIAZIONE, RILEVANZA, STIMA e CONOSCENZA)per definire i gradi del ciclo di crescita. La ricerca studia i casi delle principali città italiane. , Venezia è la città italiana di primo piano in termini di «forza e leadership del brand». Proseguendo con le slides affronta la questione del Marketing Platform che includono Visibilità Dinamica (Spazi pubblicitari e vestizione di vaporetto , spazi pubblicitari durante le riprese TV di eventi, manifestazioni, feste, gare sportive.);visibilità agli approdi ed ai punti vendita ; visibilità editoriale e hand to hand ;Field Marketing (attività di flash-mob, hand2hand o guerrilla marketing in aree di grande affluenza. Allestimenti personalizzati nelle principali location all'aperto. Offerte speciali legate alla vendita dei biglietti del trasporto pubblico. Eventi sponsorizzati. Eventi speciali.);Sponsorizzazioni e partnership durante gli eventi veneziani in cui i offre l'opportunità di diventare partner dei nostri eventi anche con progetti taylor-made e di sponsorizzazioni specifiche di ogni singola attività ed Hospitality inteso come accesso all'Area VIP o posti a sedere riservati ed esclusivi nei luoghi dei principali eventi cittadini . Illustra i canali delle attività promozionali attraverso Rete distributiva on site:(Informazione e vendita dei servizi di trasporto, card multiservizi, singoli accessi, tour turistici e altri prodotti editoriali.);Rete distributiva online(Venezia Unica portale turistico ufficiale dellaCittà B2C e B2B dedicato al residente al turista ; Comunicazione media Venezia Unica (Collaborazione con le principali case editrici nazionali ed internazionali per aggiornamento guide turistiche sulla Città) Rapporti con operatori professionali turistici (trade) (Contatti con Ota, T.O., Adv quali reti distributive e di informazione, compagnie aeree, catene alberghiere e in generale operatori turistici legati all'accoglienza) ed il Portale web veneziaunica.it ,oltre ai nuovi mezzi di interazione web e social quali Twitter,Instagram e Facebook ed un canale su YouTube (<https://www.youtube.com/user/VeMaEventi>). A fine conclusione intervento descrive le attività promozionali di Marketing territoriale ;Partecipazione principali fiere turistiche e congressuali Attività di educational e contatti con i giornalisti e Gestione punti IAT e attività uffici Enit .

PEA: nel ringraziare per l'intervento illustrato prima di aprire al dibattito in commissione la scia la parola all'assessore Zuin.

ZUIN ritiene che quanto visionato siano momenti necessari per meglio capire cosa fa una società ed il perché dell'incrementare le attività che Vela svolge , oltre a capire che ripercussione ha il transito turistico e che ricaduta vi sia sulla Comune di Venezia. Ribadisce la necessità di quanto possa servire la professionalità e la esternalizzazione come avviene a Vela ed il beneficio che ne trae l'Amministrazione. Prosegue nel ribadire che risposte dà l'Amministrazione e comprendere che il sistema integrato offerto ,dalla bigliettazione quale servizio importante e quella che e' la promozione stessa della città .

PELLEGRINI: chiede se e' mai stata valutata l'idea di considerare tutti quei brand che utilizzano nel loro marchio luoghi identificativi della città di Venezia, considerando che in molti usano diciture gratuitamente e quindi se si possono ottenere delle royalties a beneficio del Comune. Inoltre chiede che riscontro economico si ha dall'uso cinematografico degli spazi della città .

VISMAN: pone una riflessione sulla fattibilità di usare i canali che veicolano il transito in città per una comunicazione sul rischio borseggi , ed in particolare sui mezzi pubblici di trasporto.

SCANO: pone vari quesiti: dai file gare e contratti in cui non riscontra le voci inerenti a fiere,viaggi e costi; l'esatto ammontare del badge 2016/2017 e quanto viene poi rispettato per quanto riguarda il servizio sulla promozione della città; chi sostituisce il posto vacante di Direttore Generale; quali progetti ha Vela in merito al Casinò; e come sono regolate alcune manifestazioni che vengono organizzate ,con riferimento agli spazi della pescheria.

ROSA SALVA: nel merito delle royalties ricorda che la normativa italiana non consente alcuna rivendicazione sull'uso del brand per la città .

PEA: ricorda che per includere un luogo geografico in un brand e' necessario contenga ulteriori elementi capaci di veicolare il consumatore verso l'azienda.

ROSA SALVA: in merito all'uso di un determinato luogo pubblico puo' essere un ottimo business se si riesce a contrattualizzare. E nel merito alla questione dell'informazioni anti borseggio ricorda che la società Vela si attiene a disposizioni date dalla Amministrazione e che la questione non e' attualmente all'ordine del giorno di Vela.

MONACO: nel merito delle fiere ricorda che Vela, nei rapporti con Regione o Enit ,si attiene ad un regolamento interno .

ROSA SALVA: riportando il caso degli spazi riguardante l'Arsenale ricorda che quanto guadagnato da Vela sull'uso degli spazi viene poi destinato al Comune ed altre attività commerciali svolte con altre agenzie consentono a Vela di acquisire piu' risorse senza dover gravare sulla Amministrazione. Per la questione inerente il ruolo vacante il Direttore Generale ricorda che il loro interlocutore di riferimento e' il direttore Carlin del Comune di Venezia. Nel merito di uso esclusivo degli spazi ,Vela si muove senza interferire con il mercato privato, non essendo di competenza della società contattare fornitori ma solo la gestione dell'uso degli spazi stessi.

ZUIN ricorda che il Comune si interfaccia con Vela che attua la propria attività su indicazione della stessa Amministrazione , coem accade per l'uso delle strutture a cui viene demandato a Vela tutte quelle procedure pratiche che realizza la società per conto dello stesso comune quale gestione di un bene dato a loro in concessione. Evidenza che e' un sistema integrato il rapporto che lega Vela al Comune , non solo per quanto riguarda la bigliettazione ma anche quello che riguarda gli aspetti della promozione della città.

LA ROCCA: immedesimandosi nel ruolo di visitatore che usando un motore di ricerca digiti "eventi Venezia" riscontra che solo al terso link risulta quanto richiesto e come consiglia invece ricorda che ha cercato nel sito di AVM-VELA il programma delle manifestazioni e relativo bilancio senza aver riscontrato nulla.

ZUIN: ricorda che non e' poi cosi' facile risultare primi in un motore di ricerca ed in merito alla questione del bilancio ricorda che ai consiglieri che ne fanno richiesta viene comunque fornito anche se non reso pubblico perche' la questione relativa la badget e' interna al Comune e non obbligatoriamente resa pubblica.

MONACO: evidenzia come il sito della Società sia tradotto nelle sei lingue principali e che la questione di poter risultare primi in una ricerca internet non e' possibile considerando società di maggior rilevanza rispetto al sito Vela.

BATTISTELLA: nel complimentarsi con Vela per l'alta professionalità dimostrata e chiede chiarimenti suylla gestione delle consulenze esterne svolte nel 2017 e sulla durata di tali incarichi .

ONISTO: pone una riflessione sull'informativa riguardante il decoro pur riconoscendo che Vela dovrebbero dare un messaggio sulla città senza per questo creare allarmismo verso coloro che vogliono visitare Venezia.

PELLICANI: nel ricordare le origini di Vela e dell'attività pioneristica svolta dalal società ritiene si debba investire maggiorante sulla promozione della città e considerando come Venezia sia tra i cinque piu' conosciuti al mondo brand e ritiene vi siano ulteriori margini per trovare ulteriori risorse da parte di Vela .

SCARPA R.: ritiene doveroso porre un quesito riguardante l'aggiornamento dei report e ricorda che sono state presentate interpellanze in merito sulal questione della reportistica trimestrale sull'affidamento delle consulenze e ritiene sia da segnalare un uso a volte "leggero" sia sull'uso di risorse pubbliche e si renda necessario un maggior controllo.

PEA: ricorda di attenersi all'ordine del giorno della seduta.

MONACO: afferma che la stessa società e' procacciatrice d'affari e ricorda che il ruolo riconosciuto a figure esterne a Vela sono riportate negli atti e siglate dai contratti svolti.

ZUIN: nel ricordare che le attività di Vela sono iniziate da tempo edl'attuale Amministrazione prosegue nell'affidamento a Vela per quanto riguarda la promozione turistiche che le e' stata affidata. Nel merito della questione degli incarichi esterni ritiene necessario rivolgersi e delgare ad incarichi professionali che non sono possibili essere gestite unicamente da risorse umane interne all'Amministrazione. Ribadisce che al fine di non creare ulteriore confusione l'Amministrazione rende pubblici i bilanci previsti per legge , nel caso di "semestrali" sono consultabili per i consiglieri che ne fanno richiesta.

SENO: al fine di ringraziare per la presenza dei consiglieri all'incontro ,dedidere fare due precisazione : nel primo caso riguardante le semestrali ,che solo determinate agenzie con quotazione in borsa hanno obbligo di pubblicazione . Sulla questione relativa a consulenze esterne ricorda che in una visione industriale o si cresce numericamente con acquisizione di nuovo personale oppure ci si affida a consulenze esterne alla società ,come accade per Vela. Al fine di scolgere tutte le attività richieste . Concorda sull'importanza di di contenere eventuali spese extra badget ed e' intenzione della società nel rivedere ,come nel caso dell'ufficio acquisti, di ottemperare ad una minuziosa verifica ed ottimizzare al meglio le procedure attuate.

GIUSTO: riconosce a Vela un grande ruole per il contributo svolto alla promozione della città con eventi anche a tutela delle tradizioni ,quali la festa di San Martino, che meglio contribuiscono a rivitalizzare quanto di buono ancora accade con proposte degne dell'attenzione che deve essere riconosciuta a Venezia. Esprime tutta la propria riconoscenza nel promuovere eventi ritenuti fantastici.

PEA: nel ringraziare i partecipanti ed i contributi resi durante i lavori della giornata ,alle ore 13.28 chiude i lavori di commissione.