



**"Short Master"**  
OBIETTIVO LE GARE TPL

**La Gestione del cliente**

**Vincenzo Monaco**  
**Vela spa - Venezia**

Firenze, 04 maggio 2018



## Indice

- Chi siamo: Il Gruppo A.V.M. (Azienda Veneziana della Mobilità) e i servizi affidati a Vela.
- Le principali azioni svolte nei confronti del cliente
- I risultati raggiunti.
- Le ulteriori attività di Vela spa.
- Conclusioni

# Chi siamo: Il Gruppo AVM

## Organizzazione aziendale

CITTÀ DI  
VENEZIA



**Comune di Venezia**



**100% Comune di Venezia.**

**Azienda Venezia della Mobilità**

**Indirizzo, controllo e funzioni di staff per le controllate**



**66,5% AVM – 17,68% - 11,27% Comune Chioggia – 4,55% altri**

**Gestione servizio di Trasporto Pubblico Locale e Mobilità Privata**



**88,86% AVM – 11,14% Comune di Venezia**

**Società per la commercializzazione del Trasporto Pubblico Locale e del marketing della Città di Venezia**

# Cosa prevede il contratto di servizio di Vela

.....AVM affida a Vela la gestione delle proprie attività.....:

- **i servizi commerciali:** gestione rete diretta, concessionari, tvn, e-commerce, app, ecc.;
- **attività di marketing:** studi e analisi di mercato, vendita spazi pubblicitari, gestione tariffaria, ecc.;
- **la comunicazione esterna:** comunicazione di prodotto, di servizio, l'immagine, la gestione del call center, ecc.:

in pratica:

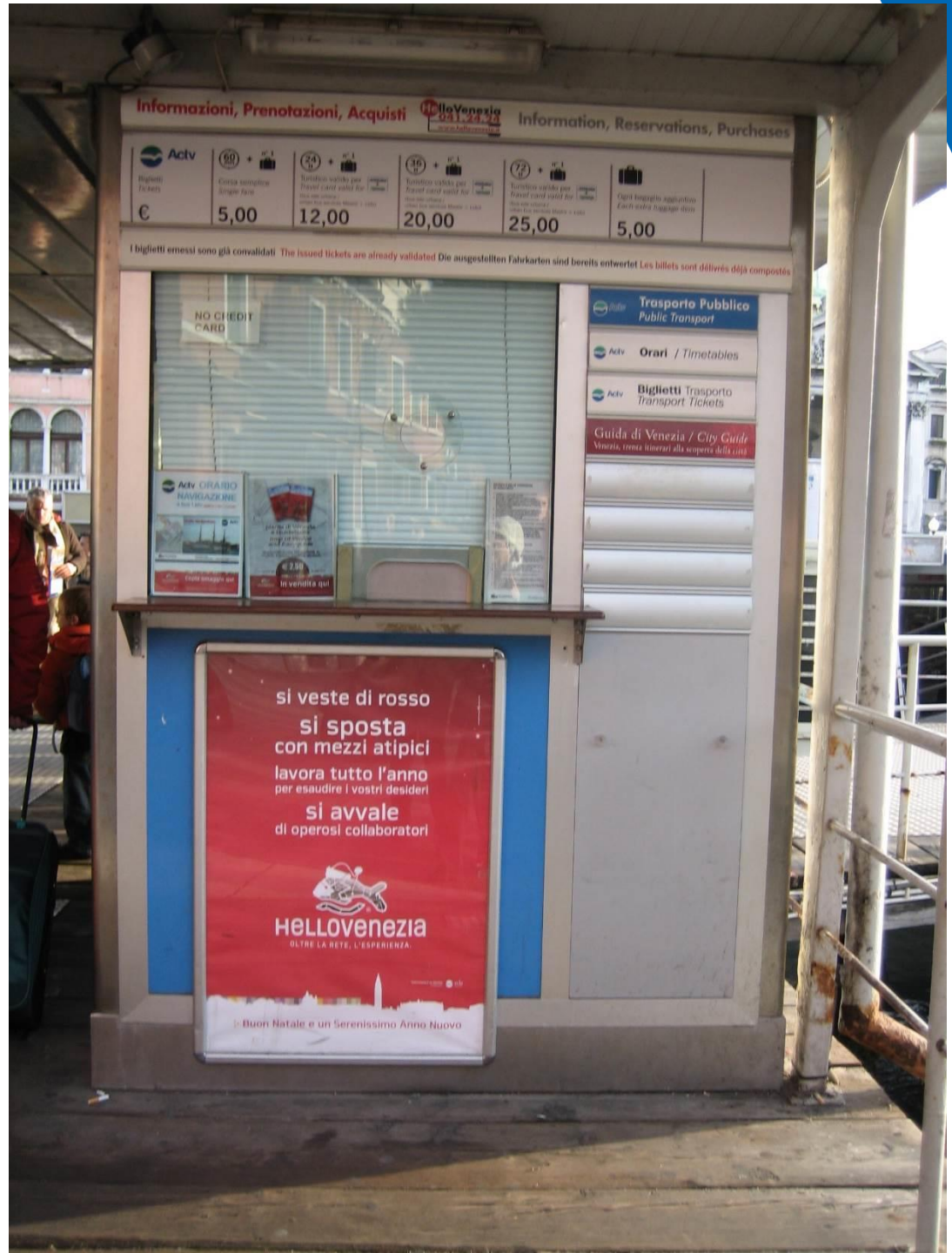
**il rapporto con il cliente!**

# Il percorso intrapreso

- Le attività svolte:
  - **Strutture:** sia a livello di comunicazione esterna che di infrastruttura;
  - **Personale:** selezione e formazione;
  - **Organizzazione:** abbiamo riunito in una unica struttura organizzativa vendite dirette, indirette e controllo tdv;
  - Allargamento dei **canali di vendita**;
  - **Comunicazione** di prodotto e di servizio
- I risultati raggiunti:
  - Incremento volumi **abbonamenti annuali**;
  - Incremento volumi **passenger trasportati**;
  - i risultati della **Customer Satisfaction** sul punto vendita.

# La rete di vendita diretta: infrastruttura

Da dove siamo partiti.



# La rete di vendita diretta: l'infrastruttura

## La fase 1. Il riordino della comunicazione del pv



# La fase 1: riordino comunicazione p.v. e approdo



# La rete di vendita diretta: l'infrastruttura

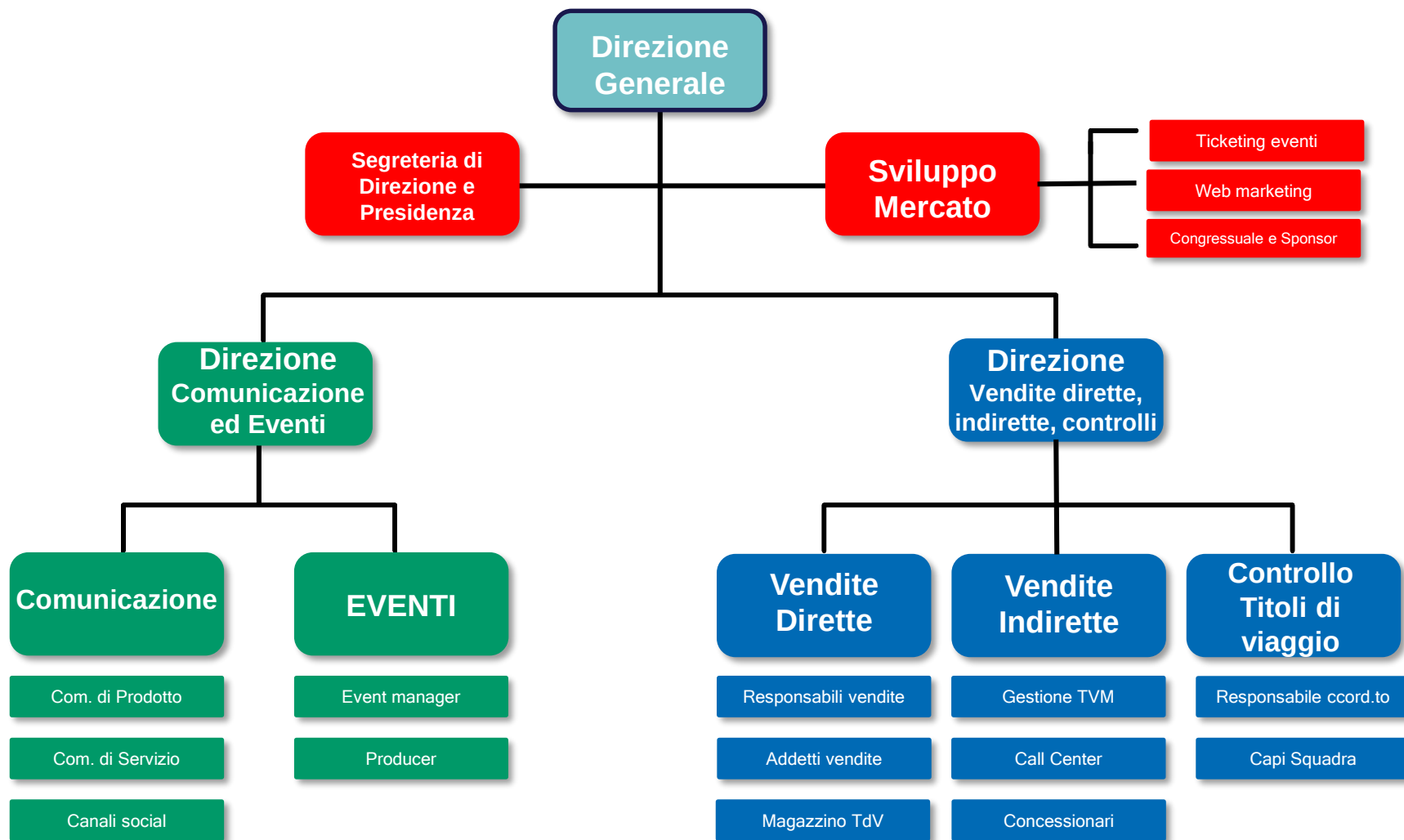
## La fase 2. Il rifacimento della struttura e comunicazione



# Selezione e Formazione personale di vendita

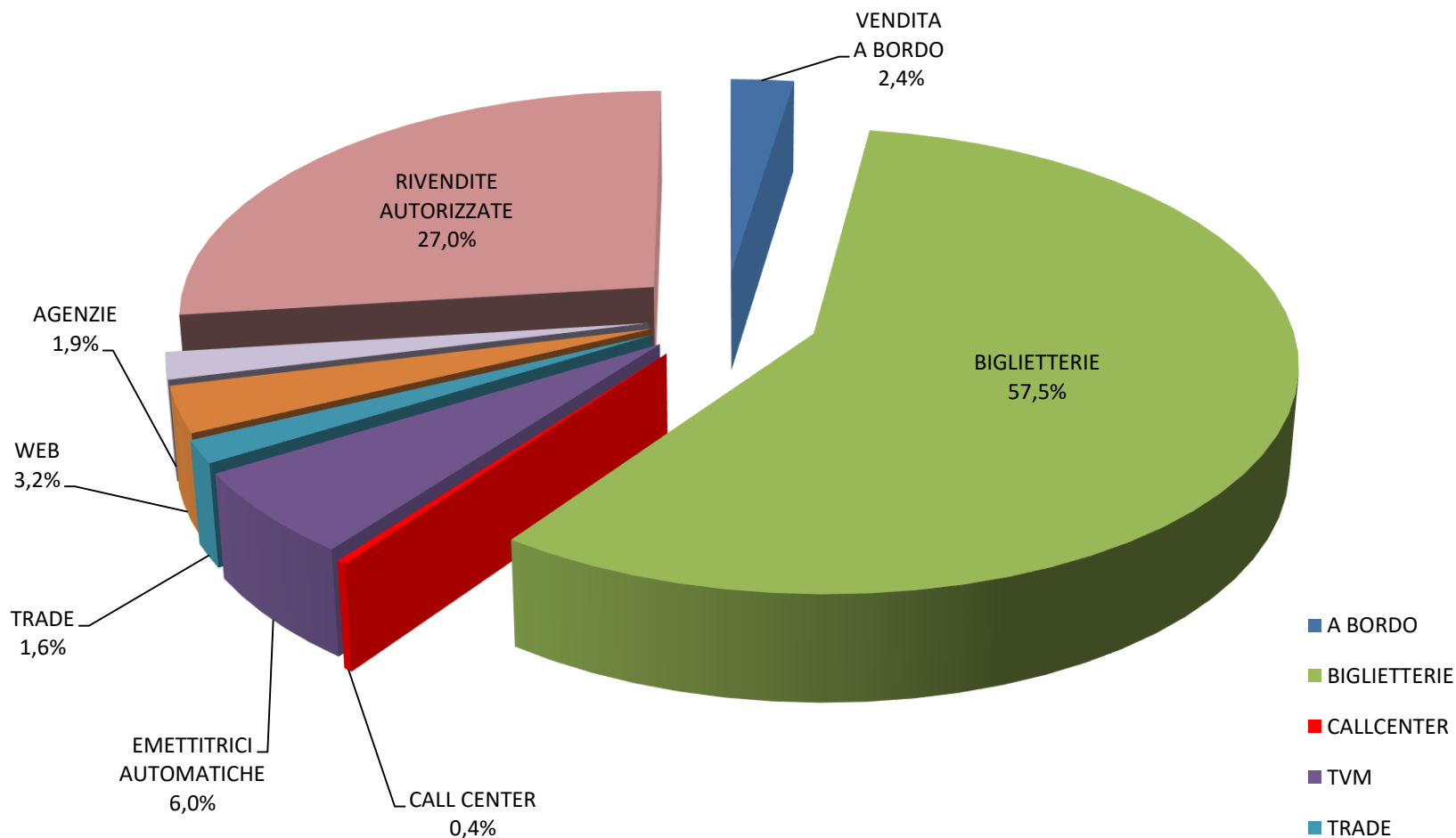
- **Selezione personale di front line.** Requisiti:
  - conoscenza 3 lingue,
  - conoscenza sistemi informatici;
  - predisposizione all'accoglienza turistica;
- **Formazione continua:**
  - numero di ore di formazione erogate nel 2017 al personale di front line: 4.623;
  - argomenti trattati nel tempo:
    - Gestione del cliente;
    - Gestione delle code e dello stress;
    - Tecniche di vendita;
    - Up selling e cross selling;
  - formazione per formatori «on the job»
- **Aggiornamento continuo su sistemi e prodotti**

# Organizzazione interna: organigramma aziendale Vela/Dicom



# L'allargamento dei canali di vendita

## DISTRIBUZIONE VENDITE PER CANALE - 2017



# La comunicazione di prodotto

## Campagna Abbonamento Actv annuo studenti. Testimonial: generici

2007

CAMPAGNA ABBONAMENTO ANNUALE STUDENTI



**Ke studente 6?**  
dai 6 a 26 anni, andare a scuola  
non è più quello che pensi...  
è meglio!

Con il nuovo abbonamento imob **ti muovi sicuro**,  
in un anno **risparmi da 2 fino a 4 mensilità**  
e se vuoi, **dilazioni pure il pagamento!**  
**pensaci... come mai ancora non ce l'hai?**

L'offerta è riservata agli studenti di ogni ordine e grado, di età compresa tra 6 e 26 anni, purché frequentino un istituto scolastico/universitario.

[www.hellovenezia.com](http://www.hellovenezia.com)  
info call center 041 24.24

**imob.venezia**  
la tua libertà di movimento non si tocca.



2008

CAMPAGNA ABBONAMENTO STUDENTI 2008-09



**Ke classe fai?**  
Ogni anno c'è qualche novità,  
ogni anno... tu 6 + grande!

Con il nuovo abbonamento annuale imob  
**ti muovi sicuro**, puoi **risparmiare da 2 fino a 4 mensilità** e quest'anno, ci sono **grandi vantaggi per l'acquisto e il pagamento.**  
Insomma, una scelta intelligente... **pensaci!**

L'offerta è riservata agli studenti di ogni ordine e grado, di età compresa tra 4 e 26 anni.

[www.hellovenezia.com](http://www.hellovenezia.com)  
info call center 041 24.24

**imob.venezia**  
la tua libertà di movimento non si tocca.



# Campagna Abbonamento Actv annuo. Testimonial: Alessandro Gassmann

2012

Studenti

Residenti

Pendolari

ANNA BELLÌ, RICERCATRICE FRANCESCO PICCHI, STUDENTE con ALESSANDRO GASSMAN

SONO GIOVANI, ARRIVANO DA OGNI PARTE E VANNO LONTANO. VIAGGIANO IN TRAM, AUTOBUS O VAPORETTO. SONO TUTTI DIVERSI, MA HANNO UNA COSA IN COMUNE: L'ABBONAMENTO ANNUALE. UNISCITI A LORO.

## GENERAZIONE TRAM



**L'abbonamento  
annuale: dal 20 agosto  
nelle tue tasche.**



Info: [www.actv.it](http://www.actv.it)  
[www.imob.venezia.com](http://www.imob.venezia.com)  
call center HelloVenezia  
041 24 24

GIULIA MIDO, ALUNNA ALDO SARTORI, PENSIONATO con ALESSANDRO GASSMAN

## MAMMA, HO PRESO L'AUTOBUS

VIVONO E SI SPOSTANO IN GRUPPO SUI MEZZI PUBBLICI, COME UNA GRANDE FAMIGLIA. SONO TUTTI DIVERSI, GIOVANI, ADULTI, ANZIANI E BAMBINI, MA HANNO UNA COSA IN COMUNE: L'ABBONAMENTO ANNUALE. UNISCITI A LORO.



**L'abbonamento  
annuale: dal 20 agosto  
nelle tue tasche.**



Info: [www.actv.it](http://www.actv.it)  
[www.imob.venezia.com](http://www.imob.venezia.com)  
call center HelloVenezia  
041 24 24

FRANCO MARTIN, IMPIEGATO SARA BASSO, ARCHITETTO LAURA TREVISAN, COMMESSA con ALESSANDRO GASSMAN

## LIBERI DI MUOVERSI



**L'abbonamento  
annuale: dal 20 agosto  
nelle tue tasche.**



Info: [www.actv.it](http://www.actv.it)  
[www.imob.venezia.com](http://www.imob.venezia.com)  
call center HelloVenezia  
041 24 24

# Campagna Abbonamento ACTV annuo.

## Testimonial: Università di Venezia.

2014



**ABBONARSI  
CONVIENE**

**Abbonamento annuale ACTV:  
per studiare, lavorare  
o semplicemente divertirsi.**

Pratico, conveniente e sempre vantaggioso.  
Lo acquisti una sola volta e lo usi per un anno per  
muoverti con autobus, tram, vaporetti e people mover.  
**COSA ASPETTI, ABBONATI!**

**Attv VENEZIA UNICA**

SEGUICI SUI NOSTRI SOCIAL NETWORKS

MASSIMILI INFORMATIONI  
www.veneziainforma.it - www.actv.it  
Call Center Helpline - 041 2424

Attivazione con  
Università Ca' Foscari Venezia



**ABBONARSI  
CONVIENE**

**Abbonamento annuale ACTV:  
per studiare, lavorare  
o semplicemente divertirsi.**

Pratico, conveniente e sempre vantaggioso.  
Lo acquisti una sola volta e lo usi per un anno per  
muoverti con autobus, tram, vaporetti e people mover.  
**COSA ASPETTI, ABBONATI!**

**Attv VENEZIA UNICA**

SEGUICI SUI NOSTRI SOCIAL NETWORKS

MASSIMILI INFORMATIONI  
www.veneziainforma.it - www.actv.it  
Call Center Helpline - 041 2424



**ABBONARSI  
CONVIENE**

**Abbonamento annuale ACTV:  
per studiare, lavorare  
o semplicemente divertirsi.**

Pratico, conveniente e sempre vantaggioso.  
Lo acquisti una sola volta e lo usi per un anno per  
muoverti con autobus, tram, vaporetti e people mover.  
**COSA ASPETTI, ABBONATI!**

**Attv VENEZIA UNICA**

SEGUICI SUI NOSTRI SOCIAL NETWORKS

MASSIMILI INFORMATIONI  
www.veneziainforma.it - www.actv.it  
Call Center Helpline - 041 2424



**ABBONARSI  
CONVIENE**

**Abbonamento annuale ACTV:  
per studiare, lavorare  
o semplicemente divertirsi.**

Pratico, conveniente e sempre vantaggioso.  
Lo acquisti una sola volta e lo usi per un anno per  
muoverti con autobus, tram, vaporetti e people mover.  
**COSA ASPETTI, ABBONATI!**

**Attv VENEZIA UNICA**

SEGUICI SUI NOSTRI SOCIAL NETWORKS

MASSIMILI INFORMATIONI  
www.veneziainforma.it - www.actv.it  
Call Center Helpline - 041 2424



**ABBONARSI  
CONVIENE**

**Abbonamento annuale ACTV:  
per studiare, lavorare  
o semplicemente divertirsi.**

Pratico, conveniente e sempre vantaggioso.  
Lo acquisti una sola volta e lo usi per un anno per  
muoverti con autobus, tram, vaporetti e people mover.  
**COSA ASPETTI, ABBONATI!**

**Attv VENEZIA UNICA**

SEGUICI SUI NOSTRI SOCIAL NETWORKS

MASSIMILI INFORMATIONI  
www.veneziainforma.it - www.actv.it  
Call Center Helpline - 041 2424



**ABBONARSI  
CONVIENE**

**Abbonamento annuale ACTV:  
per studiare, lavorare  
o semplicemente divertirsi.**

Pratico, conveniente e sempre vantaggioso.  
Lo acquisti una sola volta e lo usi per un anno per  
muoverti con autobus, tram, vaporetti e people mover.  
**COSA ASPETTI, ABBONATI!**

**Attv VENEZIA UNICA**

SEGUICI SUI NOSTRI SOCIAL NETWORKS

MASSIMILI INFORMATIONI  
www.veneziainforma.it - www.actv.it  
Call Center Helpline - 041 2424

Attivazione con  
Università Ca' Foscari Venezia

# Campagna Abbonamento Actv annuo.

## Testimonial: gli sportivi del territorio

2015



**UN ABBONATO ACTV.**  
**UNO DEI NOSTRI.**

**Con l'abbonamento annuale entri a far parte di una squadra vincente.**

Più pratico. Più versatile. Più tuo.  
Abbonati e ottieni ogni giorno un grande risultato perché puoi viaggiare su autobus, tram, vaporetti e people mover.  
Un anno intero, su tutti i mezzi, con un unico abbonamento.

**Actv** **CITTÀ DI VENEZIA UNICA**

SEGUI I NOSTRI SOCIAL NETWORKS  
f Actv Venezia A Actv\_Venezia

MAGGIORI INFORMAZIONI:  
www.veneziaunica.it - www.actv.it  
Call Center HelplineVenezia 041 2424

campagna a cura di **Vela**

**Tomas Resi, Hrvoje Peric, Jeff Viggiano**  
Giocatori della Venezia  
Registrazione 2015



**UN ABBONATO ACTV.**  
**UNO DEI NOSTRI.**

**Con l'abbonamento annuale entri a far parte di una squadra vincente.**

Più pratico. Più versatile. Più tuo.  
Abbonati e ottieni ogni giorno un grande risultato perché puoi viaggiare su autobus, tram, vaporetti e people mover.  
Un anno intero, su tutti i mezzi, con un unico abbonamento.

**Actv** **CITTÀ DI VENEZIA UNICA**

SEGUI I NOSTRI SOCIAL NETWORKS  
f Actv Venezia A Actv\_Venezia

MAGGIORI INFORMAZIONI:  
www.veneziaunica.it - www.actv.it  
Call Center HelplineVenezia 041 2424

**Andrea Cipressa, Elia Cipressa**  
Giocatori della Venezia  
Registrazione 2015



**UN ABBONATO ACTV.**  
**UNO DEI NOSTRI.**

**Con l'abbonamento annuale entri a far parte di una squadra vincente.**

Più pratico. Più versatile. Più tuo.  
Abbonati e ottieni ogni giorno un grande risultato perché puoi viaggiare su autobus, tram, vaporetti e people mover.  
Un anno intero, su tutti i mezzi, con un unico abbonamento.

**Actv** **CITTÀ DI VENEZIA UNICA**

SEGUI I NOSTRI SOCIAL NETWORKS  
f Actv Venezia A Actv\_Venezia

MAGGIORI INFORMAZIONI:  
www.veneziaunica.it - www.actv.it  
Call Center HelplineVenezia 041 2424

**Valeria Zanetti**  
Giocatrice della Venezia  
Registrazione 2015



**UN ABBONATO ACTV.**  
**UNO DEI NOSTRI.**

**Con l'abbonamento annuale entri a far parte di una squadra vincente.**

Più pratico. Più versatile. Più tuo.  
Abbonati e ottieni ogni giorno un grande risultato perché puoi viaggiare su autobus, tram, vaporetti e people mover.  
Un anno intero, su tutti i mezzi, con un unico abbonamento.

**Actv** **CITTÀ DI VENEZIA UNICA**

SEGUI I NOSTRI SOCIAL NETWORKS  
f Actv Venezia A Actv\_Venezia

MAGGIORI INFORMAZIONI:  
www.veneziaunica.it - www.actv.it  
Call Center HelplineVenezia 041 2424

**Simone Marzotto, Simone Marzotto**  
Giocatori della Venezia  
Registrazione 2015



**UN ABBONATO ACTV.**  
**UNO DEI NOSTRI.**

**Con l'abbonamento annuale entri a far parte di una squadra vincente.**

Più pratico. Più versatile. Più tuo.  
Abbonati e ottieni ogni giorno un grande risultato perché puoi viaggiare su autobus, tram, vaporetti e people mover.  
Un anno intero, su tutti i mezzi, con un unico abbonamento.

**Actv** **CITTÀ DI VENEZIA UNICA**

SEGUI I NOSTRI SOCIAL NETWORKS  
f Actv Venezia A Actv\_Venezia

MAGGIORI INFORMAZIONI:  
www.veneziaunica.it - www.actv.it  
Call Center HelplineVenezia 041 2424

**Riccardo Bassoletti, Nicola Bassoletti, Riccardo Bassoletti**  
Giocatori della Venezia  
Registrazione 2015



**UN ABBONATO ACTV.**  
**UNO DEI NOSTRI.**

**Con l'abbonamento annuale entri a far parte di una squadra vincente.**

Più pratico. Più versatile. Più tuo.  
Abbonati e ottieni ogni giorno un grande risultato perché puoi viaggiare su autobus, tram, vaporetti e people mover.  
Un anno intero, su tutti i mezzi, con un unico abbonamento.

**Actv** **CITTÀ DI VENEZIA UNICA**

SEGUI I NOSTRI SOCIAL NETWORKS  
f Actv Venezia A Actv\_Venezia

MAGGIORI INFORMAZIONI:  
www.veneziaunica.it - www.actv.it  
Call Center HelplineVenezia 041 2424

**Valeria Zanetti**  
Giocatrice della Venezia  
Registrazione 2015



**UN ABBONATO ACTV.**  
**UNO DEI NOSTRI.**

**Con l'abbonamento annuale entri a far parte di una squadra vincente.**

Più pratico. Più versatile. Più tuo.  
Abbonati e ottieni ogni giorno un grande risultato perché puoi viaggiare su autobus, tram, vaporetti e people mover.  
Un anno intero, su tutti i mezzi, con un unico abbonamento.

**Actv** **CITTÀ DI VENEZIA UNICA**

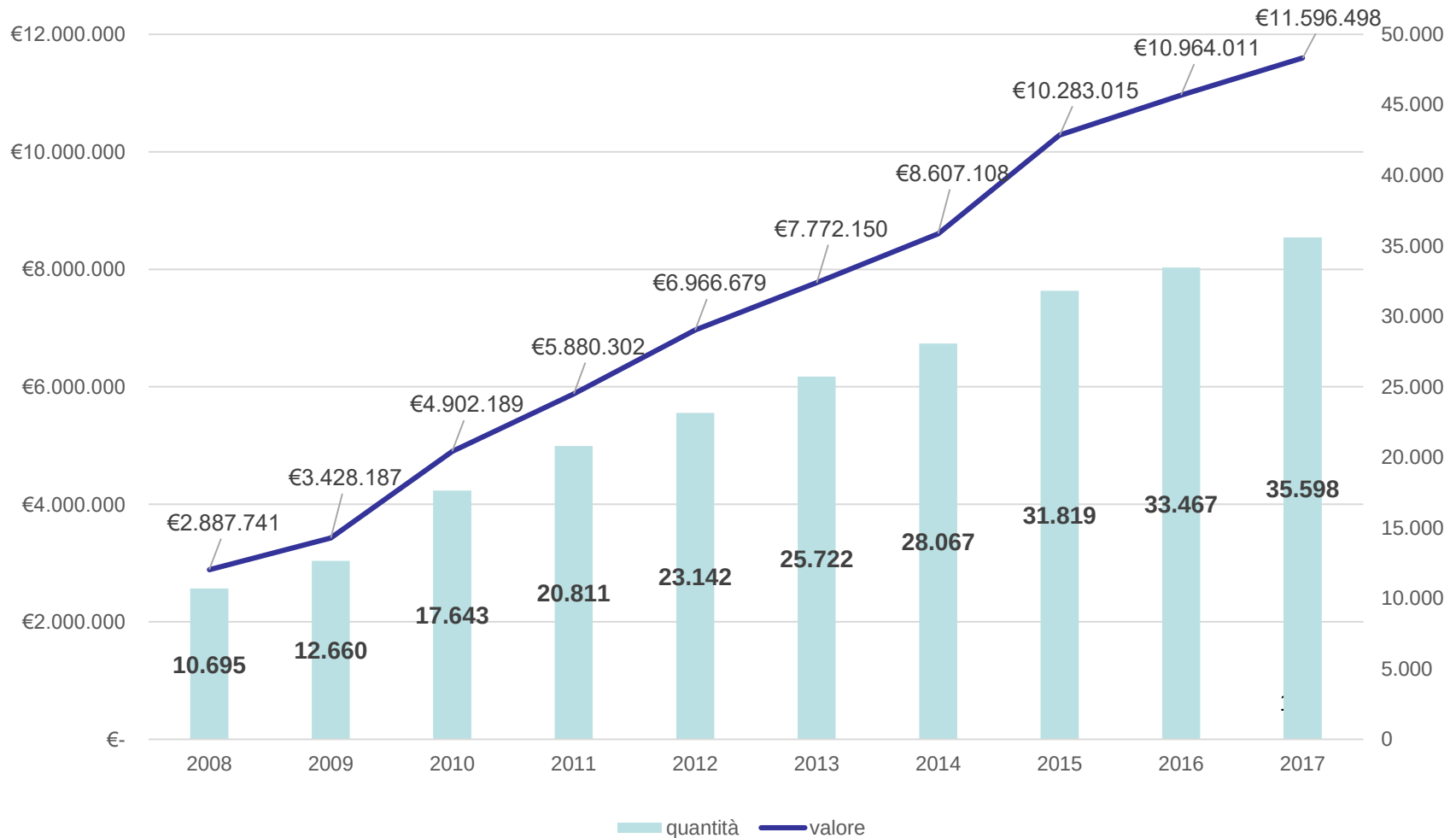
SEGUI I NOSTRI SOCIAL NETWORKS  
f Actv Venezia A Actv\_Venezia

MAGGIORI INFORMAZIONI:  
www.veneziaunica.it - www.actv.it  
Call Center HelplineVenezia 041 2424

**Simone Marzotto, Simone Marzotto**  
Giocatori della Venezia  
Registrazione 2015

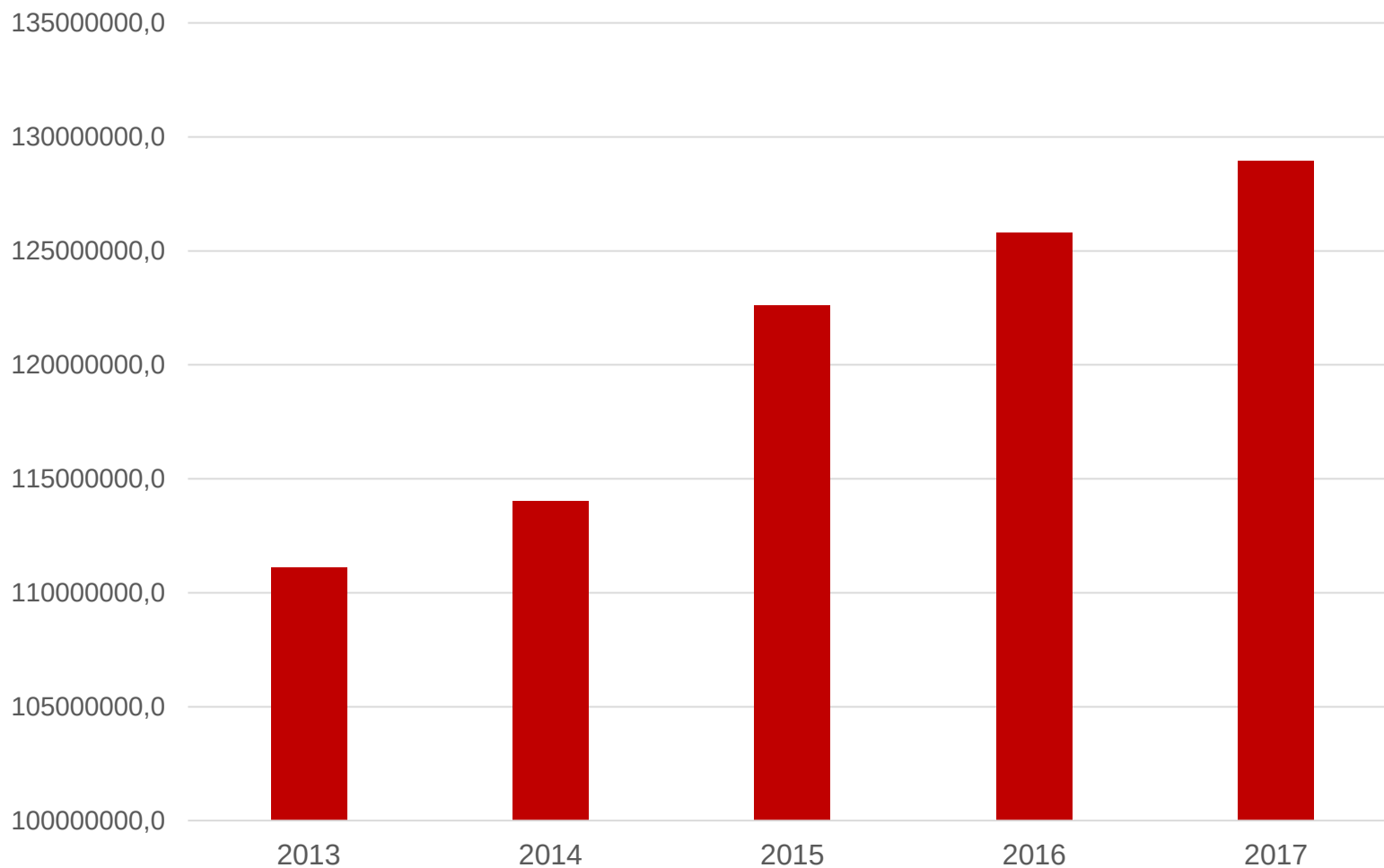
# I risultati ottenuti

## Crescita in quantità e valore degli abbonamenti annuali al tpl



# I risultati ottenuti

## Quantità passeggeri trasportati



# Il giudizio del cliente

## Estratto C.S. dei punti vendita - Valutazione del servizio

### Sintesi dei dati

L'utenza esprime un **giudizio positivo sul servizio complessivo offerto dai PV**.

Il voto medio è pari a 7,3 e la percentuale di soddisfatti (voti da 6 a 10) raggiunge il 97,6%. I voti tra 1 e 3 sono solamente lo 0,5% del totale dei giudizi.

Le valutazioni sono **ampiamente positive presso tutte le tipologie di PV**: v. m. 7,3 per le **agenzie** e per i **concessionari**, v. m. 7,0 per le biglietterie agli **approdi** e v.m. 7,5 per gli **IAT**. In tutti i casi l'area delle valutazioni positive (voti 6 – 10) interessa la **quasi totalità degli intervistati**.

I giudizi si confermano positivi anche per i **quattro macrofattori** del servizio considerati, che registrano percentuali di soddisfatti amplissime e buone valutazioni medie: per l'**Attesa** v. m. 7,1 e % di soddisfatti pari a 93,1%, per gli **Aspetti relazionali del Personale** 7,3 e 97,7%, per il **Comfort** 7,1 e 96,3% e per la **Comunicazione – Informazione** 7,2 e 97,6%.

I giudizi sono positivi anche per tutti gli elementi di dettaglio valutati in relazione alle diverse aree. **Le valutazioni più contenute** - anche se sempre di pieno apprezzamento - riguardano la gestione della coda in eccesso al PV (v. m. 7,0) in ambito Attesa, l'accoglienza del personale (v. m. 7,3) in ambito Aspetti relazionali del Personale, la Pulizia del PV in ambito Comfort (v.m. 6,9) e il materiale informativo (v. m. 7,1) in ambito Comunicazione/Informazione.

# Estratto Customer Satisfaction sui p.v.

## Valutazione del servizio

Giudizio sui fattori del servizio e tipologia di punto vendita (%)

Tavola di sintesi – Voto su scala da 1 a 10

|                                                                                                                    | Voto medio    |         |          |     |        | %5-10         |         |          |      |        | %3-10         |         |          |      |        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------|----------|-----|--------|---------------|---------|----------|------|--------|---------------|---------|----------|------|--------|
|                                                                                                                    | Ag. ACTV/Vela | Approdo | Concess. | IAT | Totale | Ag. ACTV/Vela | Approdo | Concess. | IAT  | Totale | Ag. ACTV/Vela | Approdo | Concess. | IAT  | Totale |
| Tempo di attesa prima di essere servito                                                                            | 7,1           | 6,5     | 7,4      | 7,3 | 7,0    | 94,1          | 83,1    | 79,8     | 92,9 | 90,9   | 34,6          | 18,9    | 42,6     | 39,7 | 32,5   |
| Gestione della coda in accesso al punto vendita                                                                    | 7,1           | 6,7     | 7,5      | 7,3 | 7,1    | 94,3          | 89,3    | 76,0     | 92,2 | 92,3   | 36,9          | 19,9    | 43,6     | 43,8 | 34,8   |
| <b>Giudizio complessivo Attesa</b>                                                                                 | 7,1           | 6,6     | 7,4      | 7,3 | 7,1    | 94,1          | 88,8    | 78,0     | 94,7 | 93,1   | 35,7          | 17,9    | 41,6     | 42,8 | 33,5   |
| Accoglienza del personale in termini di educazione e cordialità                                                    | 7,3           | 7,2     | 7,4      | 7,4 | 7,3    | 96,5          | 96,6    | 77,0     | 98,1 | 97,1   | 43,6          | 37,6    | 47,5     | 47,2 | 43,4   |
| Atteggiamento del personale in termini di capacità, disponibilità nell'ascoltare e interesse alle proprie esigenze | 7,3           | 7,1     | 7,3      | 7,4 | 7,3    | 96,7          | 96,3    | 76,0     | 97,9 | 96,9   | 45,6          | 36,9    | 44,6     | 46,0 | 43,2   |
| Chiarezza del linguaggio utilizzato dal personale nel fornire le informazioni                                      | 7,3           | 7,1     | 7,3      | 7,3 | 7,3    | 96,7          | 95,6    | 78,0     | 97,2 | 96,7   | 43,5          | 36,9    | 39,6     | 40,8 | 40,5   |
| Rapidità nel fornire le informazioni richieste da parte del personale                                              | 7,2           | 7,1     | 7,3      | 7,4 | 7,2    | 96,5          | 96,1    | 78,0     | 98,1 | 97,0   | 41,1          | 35,1    | 38,6     | 44,8 | 40,5   |
| Precisione delle informazioni fornite dal personale                                                                | 7,3           | 7,1     | 7,3      | 7,4 | 7,3    | 96,3          | 97,8    | 77,9     | 98,0 | 97,4   | 40,7          | 33,7    | 41,7     | 46,2 | 40,5   |
| Pro-attività del personale ovvero volontà di fornire informazioni aggiuntive anche se non richieste                | 7,2           | 6,8     | 7,0      | 7,1 | 7,2    | 95,9          | 92,1    | 73,0     | 92,4 | 93,5   | 39,7          | 24,0    | 30,0     | 34,8 | 33,1   |
| Cura d'aspetto del personale (cura personale, abbigliamento, etc.)                                                 | 7,4           | 7,3     | 7,2      | 7,5 | 7,4    | 96,9          | 97,0    | 77,0     | 97,6 | 97,2   | 49,1          | 44,4    | 33,7     | 48,9 | 46,7   |
| <b>Giudizio complessivo Personale PdV</b>                                                                          | 7,3           | 7,2     | 7,3      | 7,5 | 7,3    | 96,5          | 98,0    | 78,0     | 98,5 | 97,7   | 44,4          | 35,1    | 42,6     | 48,2 | 42,9   |

Base: totale intervistati (1471)

**1) RETE DISTRIBUTIVA****MULTI-CANALE**

- Diretta (punti vendita e TVM)
- Indiretta (anche mercato trade)
- Call Center (info + vendita)
- Web (piattaforma e-commerce)

**MULTI-CLIENTE**

- Teatro La Fenice
- La Biennale
- Musei Civici Veneziani
- Teatro Stabile del Veneto
- Venezia FC e Reyer
- *Altro*

**MULTI-SISTEMA  
DI VENDITA**

- Ticketing IMOB
- Ticketone
- TMaster/Best Union
- Quercia
- Planet
- *Altro*

**MULTI-TARGET**

- Residenti
- Pendolari
- Turisti

**2) INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA TURISTICA****3) ALTRE ATTIVITÀ COMMERCIALI**

- Locazione spazi pubblicitari
- Attività Congressuali
- Valorizzazione Arsenale e altre location cittadine
- Gestione Museo Navale

**4) ORGANIZZAZIONE EVENTI**

- Carnevale di Venezia
- Festa del Redentore
- Regata Storica
- Festa della Sensa
- Capodanno
- Città in Festa

## Il valore delle vendite

Ve.La. oggi genera circa **210 milioni di €** in termini di valore commerciale, di cui

**ricavi TPL per 153 milioni di €**

**ricavi extra TPL per 22 milioni di €**

**incassi a favore del Comune di Venezia per 35 mln di €**

ed un valore della produzione che supera i **26 milioni di €** (in crescita) grazie a:

**41 pv / 71 sportelli**

**250 addetti vendita**

**75 accertatori**

**600 concessionari**

**35 emettitrici automatiche**

**uno sforzo costante nella ricerca sponsor e inserzionisti**

**uno dei primi 100 siti italiani di e-commerce**

## Conclusioni

Da molti anni Vela rappresenta una organizzazione unica nel panorama italiano ed europeo in grado di offrire al cliente una molteplicità di servizi integrati tra loro.

Questi risultati sono stati ottenuti senz'altro perchè



ma soprattutto perchè siamo convinti che



**Grazie per l'attenzione**

**Vincenzo Monaco**

**Direttore Generale Vela Spa - Venezia**

**[v.monaco@velaspa.com](mailto:v.monaco@velaspa.com)**