

2° Modulo

Verso un modello di innovazione inclusiva

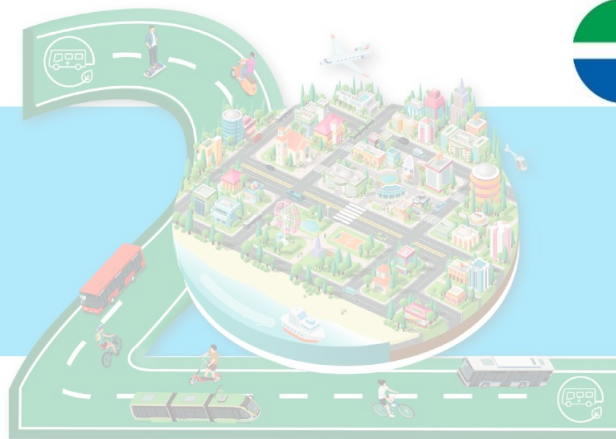
L'ecosistema digitale della mobilità veneziana

Giovanni Santoro - Direttore Relazioni Esterne e
Processi Innovativi e Direttore Operativo
Controlli Territoriali e Sosta - AVM SpA



EVENTI
FORMATIVI

2024



Con il contributo tecnico-scientifico di

Con il patrocinio di

Si ringraziano per il loro importante contributo



Verso un modello di innovazione inclusiva L'ecosistema digitale della mobilità veneziana

■ Closed loop | Open Payments

Un cambio di paradigma: il cliente/utente al centro

Key-words: ABT, EMV, infomobilità, CRM e Social Commerce



Da oggi in tutta la provincia di Venezia potrai ricaricare il tuo borsellino in tabaccheria!
Scegli il comune per scoprire qual è il tabaccaio PUNTOLIS più vicino a te.
Semplice, veloce, sempre a portata di mano.

[cerca il punto vendita più vicino a te!](#)



MOOVA
ABSOLUTE MOBILITY



Verso un modello di innovazione inclusiva L'ecosistema digitale della mobilità veneziana

■ Pay per Use | Free access

Due modelli di business a confronto

Best practices: Telepass, TFL, Trenitalia | AMT Genova, ÖV42 di 42hacks (31 Days Challenge)



Amt, metropolitana e impianti gratis anche nel 2024: "Valutiamo possibili estensioni"



Verso un modello di innovazione inclusiva L'ecosistema digitale della mobilità veneziana

■ Value for money | Minimum price/fare

Una suggestione: il modello TARI

Riflettiamo su: Fondo nazionale trasporti, servizi di mobilità e servizi a chiamata



**Ministero delle infrastrutture e
dei trasporti**

autostrade // per l'italia



SERVIZI A CHIAMATA

progetto sperimentale zona Favaro sul percorso di linea 44

prenota il servizio
da 7 giorni a 40 minuti prima



recati alla fermata di partenza

scendi alla fermata prenotata



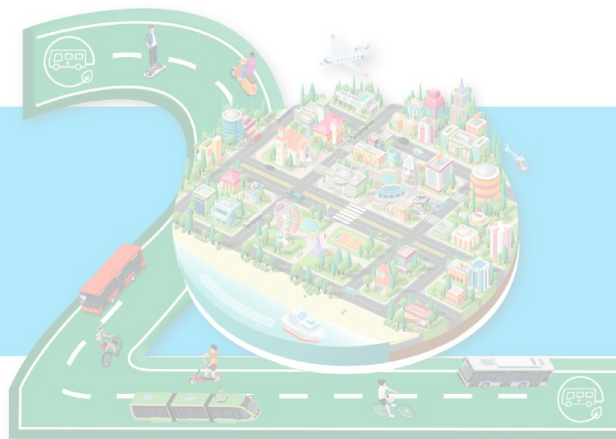
2° Modulo

Evoluzione Canali di vendita TPL Venezia

Alberto Bozzo Direttore
Sviluppo Mercati e Vendite
VELA S.p.A.

EVENTI
FORMATIVI

2024



Con il contributo tecnico-scientifico di



Con il patrocinio di



PROVINCIA
DI COSENZA

Si ringraziano per il loro importante contributo



arriva



IVECO
BUS

Almaviva

Bigliettazione TPL stato di fatto e evoluzione strategica

La Pandemia COVID-19 **oltre a creare una grave situazione economica internazionale diffusa** ,ha creato per il gruppo **AVM una importante mancanza di introiti** principalmente legati alla bigliettazione TPL.

Tale situazione di mercato , ha anche **messo a nudo la necessità per VELA di ridisegnare una organizzazione di vendita del TPL** che sia in linea con **i nuovi imperativi di mercato e tendenze dei consumatori**, ma che sia **intrinsecamente flessibile dal punto di vista dei costi** e che al contempo sia **specializzata , motivata e capace di gestire un profilo di turismo altamente diversificato**.

Nata nel 1998 da Actv Spa - Azienda Veneziana del trasporto Pubblico Locale - con la missione di svilupparne l'attività commerciale, Ve.La. S.p.A. ha consolidato negli anni un ruolo di raccordo tra il sistema del trasporto pubblico ed i suoi utenti, veneziani e visitatori, allargando l'offerta dei servizi anche ad importanti istituzioni culturali della città.

La realtà di Ve.La. S.p.A. è caratterizzata da **una missione multifunzionale** che si traduce nella gestione quotidiana di una **pluralità di servizi e prodotti diversi**, mirata all'attento mantenimento e sviluppo della relazione tra il brand, il territorio, cittadini e turisti.

- **Trasporto pubblico locale:** Vendita TPL , IAT , Servizi e Cultura , informazioni percorsi, orari, tessere abbonamenti e titoli di viaggio.
- **Comunicazione e ideazione grafica a supporto del gruppo AVM** General Signage , Infrastrutture , Pontili , Autorimessa , campagne vendite.
- **Eventi:** ideazione, organizzazione e commercializzazione delle manifestazioni tradizionali e di eventi speciali in città (Carnevale , Salone Nautico...)
- **Arte:** informazioni turistiche ed accesso alle principali mostre e siti d'arte attraverso presidi IAT;
- **Sport:** boxoffice dei principali eventi sportivi nazionali;
- **Teatro:** campagna abbonamenti del Gran Teatro La Fenice, Teatro Malibran, biglietti de La Biennale di Venezia, boxoffice del Teatro Goldoni;
- **Venezia Unica city pass:** il pass dedicato al turista che comprende i principali siti culturali di Venezia e gestione piattaforma informativa e commerciale
- **Sviluppo di accordi internazionali con OTA** per la promozione della destinazione Venezia
- **Congressi e Incentive:** gestione esclusiva di importanti sedi congressuali al Lido di Venezia e organizzazione di viaggi motivazionali su misura.
- **Advertising:** gestione esclusiva di spazi di comunicazione dinamici a grande formato inclusa gestione 3 concessionari esterni.
- **Sponsorizzazioni e eventi privati:** offerta e gestione progettuale deroghe e permessi onerosa , contrattualizzazioni e gestione clienti.
- **Diritti d'immagine a titolo oneroso** per riprese commerciali nella città di Venezia : contrattualizzazioni e gestione clienti
- **Merchandising sella città di Venezia** , ideazione , produzione e vendita diretta e indiretta.

Bigliettazione TPL stato di fatto e evoluzione strategica

Linee guida

- **Massimizzare i ricavi di gruppo**
- **Presidio** dei punti chiave di accesso alla città
- **Aumento della qualità del servizio** a valore aggiunto (IAT , Biglietterie , Gestione Flussi)
 - **supporto attuativo e informativo al Contributo di Accesso alla città di Venezia**
 - **Nuove tecnologie** , flessibilità , risposta a un mercato discontinuo e **riduzione costi fissi**
- **Valorizzazione professionale della rete vendita diretta** e miglioramento della qualità del lavoro e del servizio erogato
- **Valorizzazione della rete indiretta** (creazione programma rivenditore autorizzato)
 - Evoluzione del modello indiretto di gestione vendite/IT e amministrativa
- **Sinergia di comunicazione** di tutta la rete vendita
- Da Multicanalita' a Omnicanalita'

PRENOTABILITA'



Venezia Unica



APP

CAPILLARITA'



Rivenditori



PRESIDIO & informazione



Rivenditori

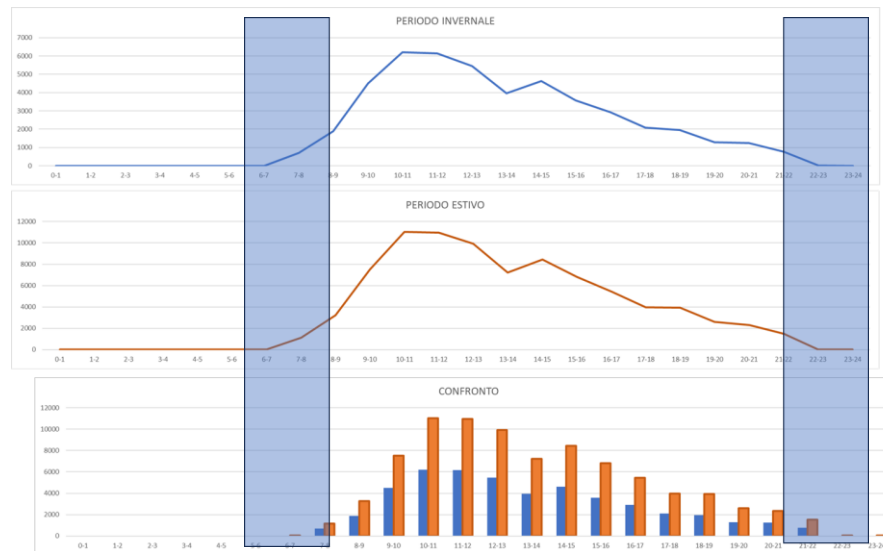
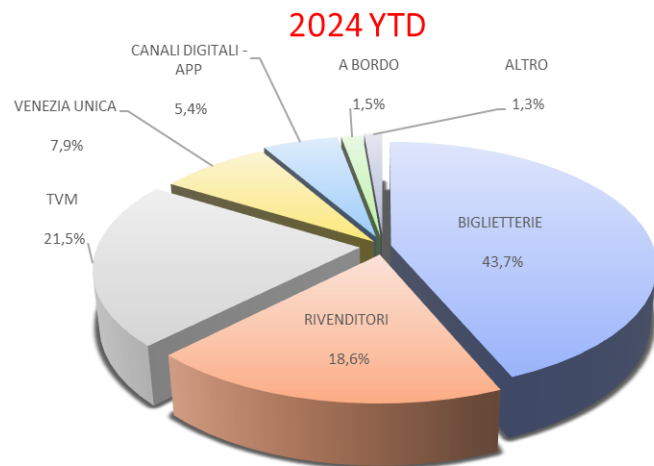


TVM / EMV



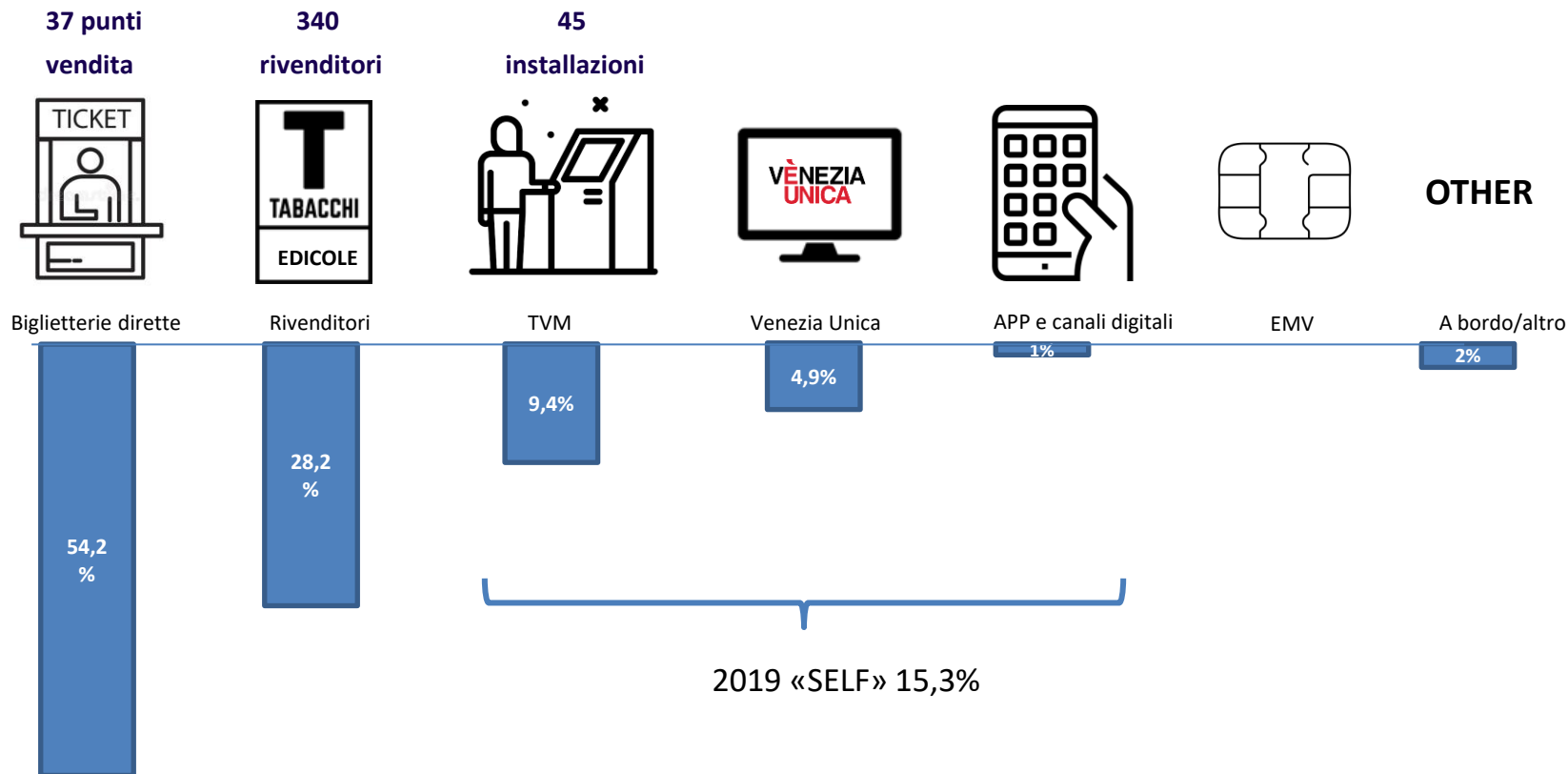
Biglietterie dirette

n. Transazioni per fascia oraria (esempio biglietteria Scalzi)



Transazioni media dalle ore 6-7 e ore 21-23 rappresentano 2% delle transazioni giornaliere
Le 4 ore in oggetto rappresentano il 22% della turnistica giornaliera.

CANALI DI VENDITA TPL 2019



UN FRAMEWORK OPERATIVO UNICO PER TUTTI I CANALI DI VENDITA



Biglietterie dirette



Rivenditori



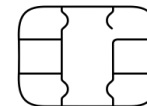
TVM



Venezia Unica



APP



EMV

OTHER

A bordo

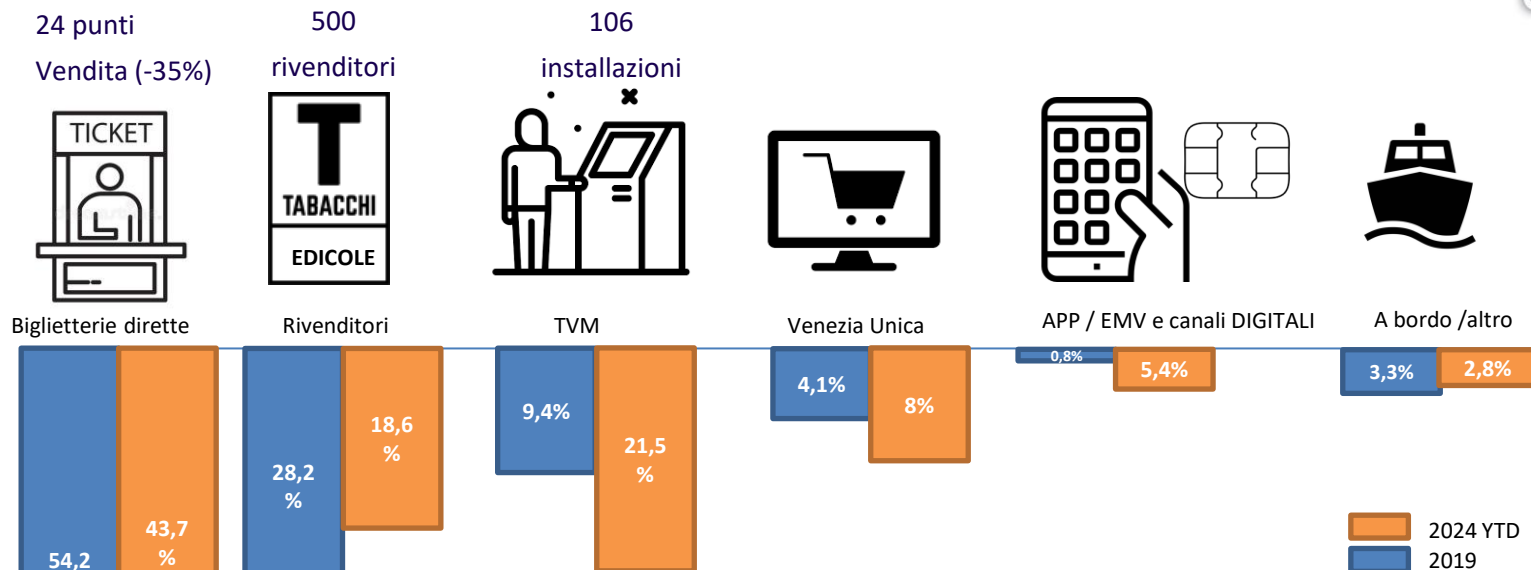
Progetti specifici evolutivi per ogni canale / **Formazione** interoperabilità del personale

Nuovo sistema di bigliettazione MOOVA 2025

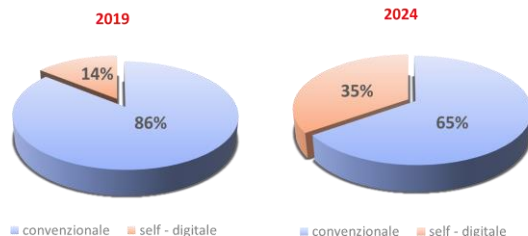
Omnicanalità e CRM **integrato** per tutti i canali

Piano industriale Vela / PEF / rendicontazione integrata

CANALI DI VENDITA TPL 2024 Vs 2019



2024 «SELF» 35% (24/7)



Visione evolutiva



Biglietterie dirette



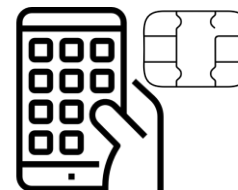
Rivenditori



TVM



Venezia Unica



APP / EMV e canali DIGITALI



A bordo /altro

**Da vendita a
Vendita e
supporto**

Di tutti i sistemi
di bigliettazione

**Capillarità
Dell'offerta**

**Self
Semplicità
on site**

**Self
Prenotabilità'**

**Self
Autonomia
utente**

**Last min
cashless**