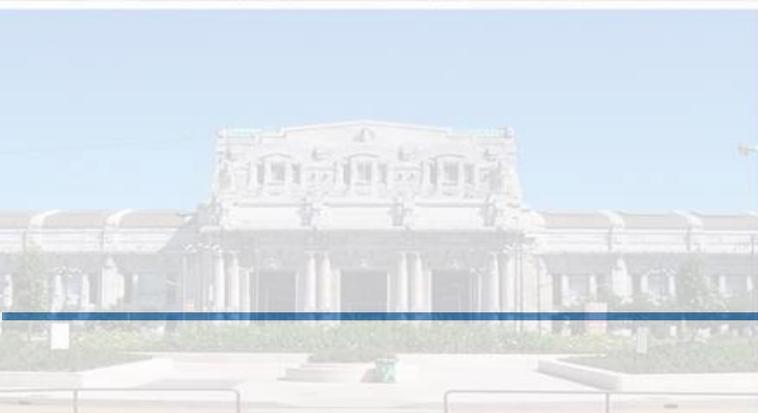




PROGETTO DI GESTIONE

STUDIO DI FATTIBILITÀ E RELAZIONE SULLE CARATTERISTICHE E SULLA GESTIONE DI UN SERVIZIO “CITY PASS” ISTITUZIONALE PER LA CITTÀ DI MILANO



INDICE

I. Premessa	P.3
A. IL “CITY PASS” ISTITUITO NELLE PRINCIPALI CITTÀ TURISTICHE ITALIANE ED EUROPEE E IL CARATTERE INNOVATIVO DELL’APPROCCIO QUI PROPOSTO	
B. VOX E IL SUO GRUPPO	
C. IL PROGETTO DI VOX PER IL CITY PASS DI MILANO	
II. CONTENUTI DEL SERVIZIO	P.8
A. RISORSE DEDICATE DA VOX ALLA PRESTAZIONE DEL SERVIZIO	
B. GLI ASSET “DIGITALI” DEL SERVIZIO	
C. I SERVIZI INCLUSI NEL CITY PASS	
D. I CONTENUTI INCLUSI NEL SERVIZIO	
E. LE ATTIVITÀ PROMOZIONALI E DISTRIBUTIVE	
F. LE ATTIVITÀ DI SUPPORTO E REPORTISTICA	
III. LIVELLI DI PRESTAZIONE E QUALITÀ DELL’INFRASTRUTTURA	P.25
A. DISPONIBILITÀ	
B. TEMPI DI INTERVENTO PER LA RISOLUZIONE DI PROBLEMI TECNICI	
C. ECCEZIONI	
D. GESTIONE DEI BACK-UP DI SISTEMA ED APPLICATIVI	
IV. CONTROLLI	P.27
V. POSIZIONAMENTO E TARGET	P.28
VI. CONTRIBUTI ISTITUZIONALI	P.28

I. Premessa

A. IL “CITY PASS” ISTITUITO NELLE PRINCIPALI CITTÀ TURISTICHE ITALIANE ED EUROPEE E IL CARATTERE INNOVATIVO DELL’APPROCCIO QUI PROPOSTO

Milano è da sempre città baluardo d’Italia in termini di innovazione, e metropoli sempre più attrattiva per i flussi turistici tradizionali ed emergenti. La posizione strategica, l’efficienza dei servizi e l’ampia varietà di offerta turistico-culturale della città e del territorio circostante, posizionano Milano tra le mete più ambite per i viaggiatori internazionali, sia *leisure* che *business*.

La digitalizzazione del settore turistico rappresenta una chance di ripresa che non può essere sprecata. Farsi trovare pronti è essenziale per massimizzare l’offerta e migliorare l’esperienza dei visitatori, soprattutto individuali.

Gli strumenti digitali offrono maggior autonomia nei tempi e nelle modalità di visita della città, inoltre consentono di superare le barriere linguistiche e di rendere fruibili luoghi di interesse normalmente esclusi dai circuiti tradizionali. Tra i prodotti turistici che più possono beneficiare della digitalizzazione troviamo le City Card o City Pass, prodotti già in ampia diffusione nelle principali città europee e mondiali, molto apprezzati dai visitatori perché facilitano l’accesso ai principali servizi e attrazioni della città (trasporto pubblico, musei, chiese, attività turistiche, ecc.).

Grazie alle partnership con i più importanti tour operator e o.t.a. mondiali, Vox ha realizzato un’analisi delle principali City Card offerte da diverse città (tabella 1).

CARD / PASS	SERVIZI INCLUSI	DURATA	PREZZO
ITALIA			
Torino/Piemonte Card	Quasi tutti i musei e luoghi di interesse della Regione; trasporto pubblico con supplemento	2-3-5 gg	€ 36-43-50,00
Verona Card	Trasporto pubblico, 16 musei/siti	24-48h	€ 20-25,00
Venezia Unica	Contenuto componibile da parte dell’utente	1-7 gg	€22-51,00
Mantova/Sabbioneta Card	Trasporto pubblico, 10 musei, sconti	72h	€ 20,00
Firenze Card	Quasi tutti i musei con accesso prioritario; trasporto pubblico nella versione <i>plus</i>	72h	€ 85-92,00
Roma Pass	Trasporto pubblico, 1/2 musei, sconti e convenzioni	48-72h	€ 32-52,00

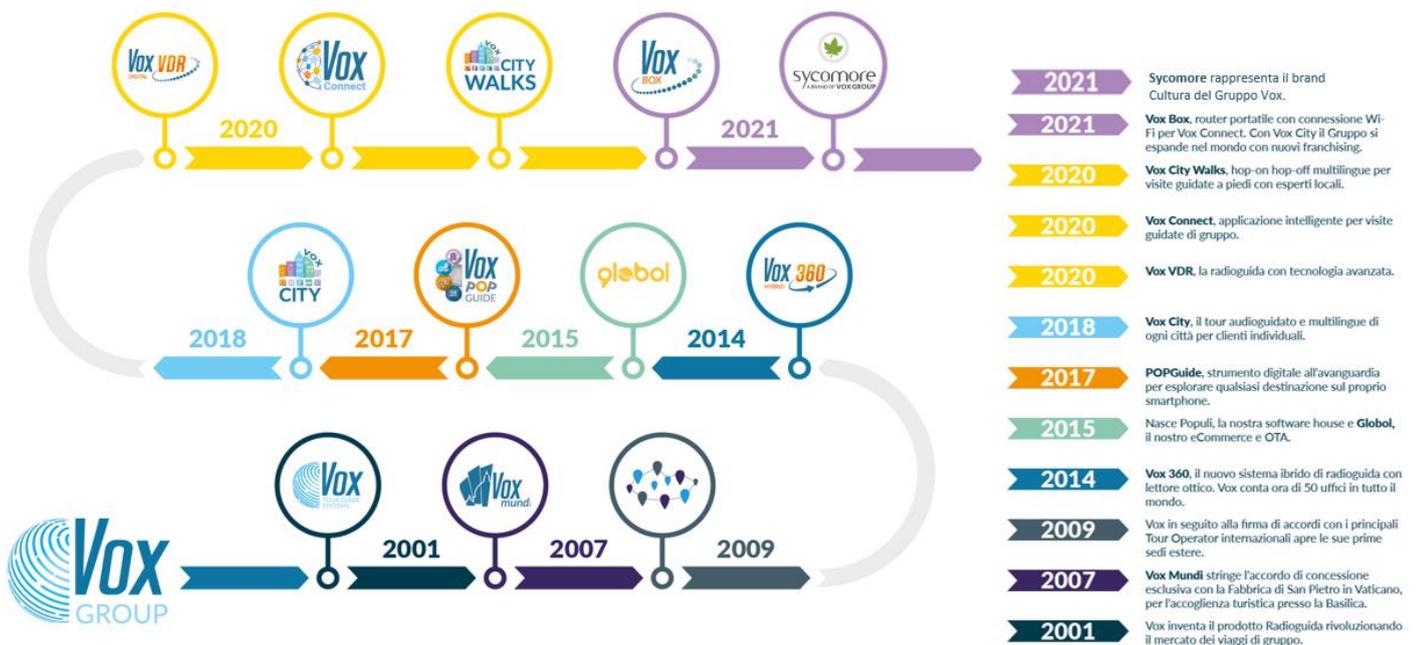
Omnia Card (Roma e Vaticano)	San Pietro, Musei Vaticani, Cappella Sistina, open bus. Roma Pass incluso nella versione 72h	24-72h	€ 55-113,00
Napoli Artec card	Trasporto pubblico, 3 musei, sconti e convenzioni	3 gg	€ 21,00
Naple Pass	5/8 musei/visite, sconti e convenzioni; trasporto pubblico nella versione <i>all inclusive</i>	3 gg	€ 49-72,00
EUROPA			
I Amsterdam City Card	Trasporto pubblico, tutti i musei, crociera sui canali	24-48-72-96-120h	€ 65-85-105-120-130,00
Berlin Welcome Card	Trasporto pubblico, sconti e convenzioni; musei e openbus inclusi nella versione <i>all inclusive</i> (48-72h)	48-72h, 4-5-6 gg	€ da 28 a 89,00
Barcellona Card	Trasporto pubblico, 20 musei, sconti; Sagrada Familia e Park Guell: supplemento € 44,50	72-96-120h	€ 46-56-61,00
Vienna City Card	Trasporto pubblico, sconti sui musei, openbus con supplemento	24-48-72h	€ 17-25-29,00
Paris Pass	Trasporto pubblico, scelta tra oltre 60 musei e attrazioni. Con limite/plafond di spesa!	2-3-4-6 gg	€ 132-166-206-246,00
The London Pass	(privato) Oltre 80 musei e attrazioni tra cui openbus.	da 1 a 10 gg	€ da 80 a 200,00 circa
MONDO			
The New York Pass	(privato) Oltre 100 musei e attrazioni tra cui openbus.	da 1 a 10 gg	€ da 100 a 260,00 circa
The Los Angeles Pass	(privato) Oltre 45 musei e attrazioni tra cui openbus.	da 1 a 7 gg	€ da 70 a 260,00 circa
San Pietroburgo City Pass	25 musei e attività (no Hermitage e top), 6 tour, sconti	2-3-5 gg	€ 70-100-115,00
Moscow City Pass	40 musei e attività, 9 tour, sconti	1-2-3-5 gg	€ 45-70-90-135,00
Bangkok City Pass	1g Skytrain + Tourist boat + 1/2 attività a scelta	2-3 gg	€ 40-80,00
Singapore SG55 City Pass	3 attività a scelta su 25 + food voucher	3 mesi	€ 35,00

Tabella 1

Rilevando che attualmente Milano non dispone di tale prodotto, il presente progetto propone la realizzazione di un innovativo City Pass istituzionale, interamente digitale, che includa un'offerta completa di servizi turistici e culturali, dedicato al più ampio target di visitatori della città.

B. VOX E IL SUO GRUPPO

Il Gruppo Vox (di seguito anche Vox) è stato fondato nel 2001 e oggi conta con orgoglio 55 uffici in tutto il mondo, che soddisfano 15 milioni di viaggiatori in oltre 27 milioni di tour annuali. L'azienda collabora con oltre 5000 tra le più grandi aziende di viaggi e compagnie turistiche del mondo offrendo loro i migliori contenuti esclusivi, le più innovative tecnologie multimediali e servizi di gestione del turismo d'avanguardia. Vox dispone di una gamma unica di servizi, prodotti e sistemi tecnologici brevettati creati dal proprio team interno di ingegneri e sviluppatori, dalla divisione internazionale di ricerca e sviluppo. Ha costruito una vasta libreria digitale di contenuti audio multilingue per lo storytelling e grazie alle capacità e le competenze di un team di alto livello di copywriter, editor, doppiatori e specialisti di produzione, grazie all'acquisizione nel 2021 dell'azienda Sycomore, che rappresenta il brand Cultura del Gruppo ed è referente per tutti i musei, i monumenti e i siti patrimoniali che desiderano offrire ai loro visitatori soluzioni tecnologiche innovative per la visita e contenuti multimediali accattivanti per un'esperienza indimenticabile. Inoltre, grazie alla componente turistica, Sycomore e Vox propongono un *cross-selling* per ogni sito che desideri sviluppare ulteriormente la sua base di visitatori tramite il *channel* turistico nel quale il gruppo Vox opera quotidianamente.



Nei venti anni di esperienza a servizio del turismo, Vox ha avuto modo di sviluppare anno dopo anno tecnologie innovative, che rispondessero alle nuove dinamiche ed esigenze del

settore, ponendo l'accento non solo al turista finale ma costruendo una rete di interconnessione con tutte le realtà che girano attorno a questo fondamentale business. Dalle partnership con i più importanti tour operator mondiali alla presenza nelle venue più visitate d'Europa, Vox oggi rappresenta il partner tecnologico ideale per chi vuole offrire un'esperienza ottimale al turista sempre più attento alla sicurezza personale e con un approccio ecosostenibile.

Ogni giorno, decine di migliaia di visitatori utilizzano le soluzioni implementate dal nostro Gruppo in siti culturali e patrimoniali o presso le agenzie ricettive e i tour operator come parte integrante di una visita o del loro soggiorno turistico. Dalla classica audioguida multilingue fino alla più evoluta tecnologia di videoguida con contenuti multimediali, senza dimenticare le applicazioni scaricabili, il nostro Gruppo offre soluzioni che rispondono alle esigenze dei visitatori e al loro desiderio di arricchire le proprie conoscenze in modo efficiente e piacevole.

Referenze a livello internazionale

Presenti nei principali musei, monumenti e siti turistici in Europa (tra cui il Castello di Versailles, l'Abbazia del Monte St. Michel, il Musée de l'Armée a Parigi, la Basilica di San Pietro a Roma, la Reggia di Venaria Reale a Torino, il Trains World a Bruxelles, il Palazzo della Regina in Madagascar e prossimamente alle Gallerie dell'Accademia di Venezia), abbiamo realizzato più di 2.500 progetti tra installazioni museali permanenti e mostre temporanee. La maggior parte di questi progetti sono stati realizzati in ambito museale, con pubbliche amministrazioni e sulla base di gare pubbliche, ma annoveriamo anche clienti del settore privato, principalmente del settore turistico, con alcune eccezioni in ambito aziendale (sviluppo di corporate identity, eventi). Tutti questi progetti hanno legittimato le competenze del team, aumentato la notorietà dell'azienda, oggi leader nel segmento delle visite interattive, e forgiato l'esperienza che condividiamo con ogni nuovo cliente.

L'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19 ha dettato nuove regole nel vivere quotidiano, che si sono rispecchiate anche nell'ambito turistico ponendo nuove sfide organizzative che possono essere gestite tramite un nuovo fondamentale aspetto: il digitale.

C. IL PROGETTO DI VOX PER IL CITY PASS DI MILANO

Vox ha scelto Milano come città ideale per un nuovo progetto totalmente volto alla digitalizzazione del turismo. L'obiettivo del progetto è quello di far sì che la città di Milano sia la prima in Italia a poter offrire ai suoi visitatori un pass digitale che in un'unica applicazione abbia:

Servizio principale:

- Raccolta e gestione dei biglietti delle varie attrazioni che verranno incluse, che permetterà agli utenti di visitare le più importanti realtà della città.

Prestazioni accessorie:

- una mappa della città interattiva navigabile, arricchita da punti di interesse con tracce audio visive delle attrazioni più importanti della città.
- il trasporto pubblico con possibilità per l'utente di utilizzare mezzi sotterranei e di superficie nonché il servizio di bike sharing.
- valorizzazione degli spazi aperti della città, con creazione di itinerari dedicati ai quartieri storici e alla street art.
- promozione degli eventi collaterali legati al calendario della manifestazione principali organizzate col patrocinio del comune (es. settimana della moda, salone del mobile ecc).
- orientamento dei flussi dei visitatori per aumentare le presenze nelle attrazioni meno coinvolte dal turismo di massa, creando, per ognuna di queste, dei contenuti fruibili gratuitamente per l'utente e che lo invitino alla scoperta.

Ancillare alla creazione dell'applicazione che vedremo in seguito nei suoi dettagli, Vox si propone di creare anche un portale online sia B2B che B2C, che risponda a 3 macro-fruitori:

- fornitori del pass (tutti i partner inclusi nel pass)
- rivenditori del pass
- utente finale.

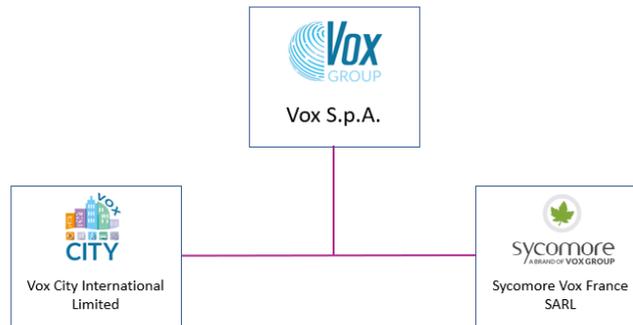
II. CONTENUTI DEL SERVIZIO

A. RISORSE DEDICATE DA VOX ALLA PRESTAZIONE DEL SERVIZIO

Il progetto di Vox ha dunque per oggetto l'erogazione e la gestione del servizio di city pass per la città di Milano con le caratteristiche sopra indicate da realizzare in partenariato pubblico-privato (il *Servizio*). A questo fine Vox metterà a disposizione le seguenti risorse:

- una software house interna per lo sviluppo di un applicativo mobile fruibile attraverso play store e app store
- una software house interna per lo sviluppo di un portale online multilingue dedicato
- una software house interna per lo sviluppo di un software gestionale tale da poter essere integrato con gestionali esterni/privati (collegamento API, Webview ecc)
- una rete di distribuzione globale fondata sia su un team dedicato alla sponsorizzazione del prodotto online con il posizionamento sui più importanti OTA mondiali, e sia su una rete di partnership che conta più di 3 500 tour operator che ogni anno lavorano con Vox
- un reparto di *content creation* dedicato alla creazione di contenuti storico-artistici culturali (sia audio che scritti) multilingue, grazie all'ausilio di attori e copywriter madrelingua.
- customer care attivo 7 giorni su 7 dalle 08 alle 18 tramite un numero attivo per messaggistica istantanea (Whatsapp) e un indirizzo e-mail dedicato
- personale formato alla raccolta e all'analisi di dati aggregati
- Un team commerciale che effettuerà:
 - individuazione target di utenza e posizionamento di mercato
 - dealing con fornitori, partner privati e istituzionali
 - costing e budgeting
 - monitoraggio in itinere allo scopo di migliorare il prodotto
 - commercializzazione, marketing e la distribuzione

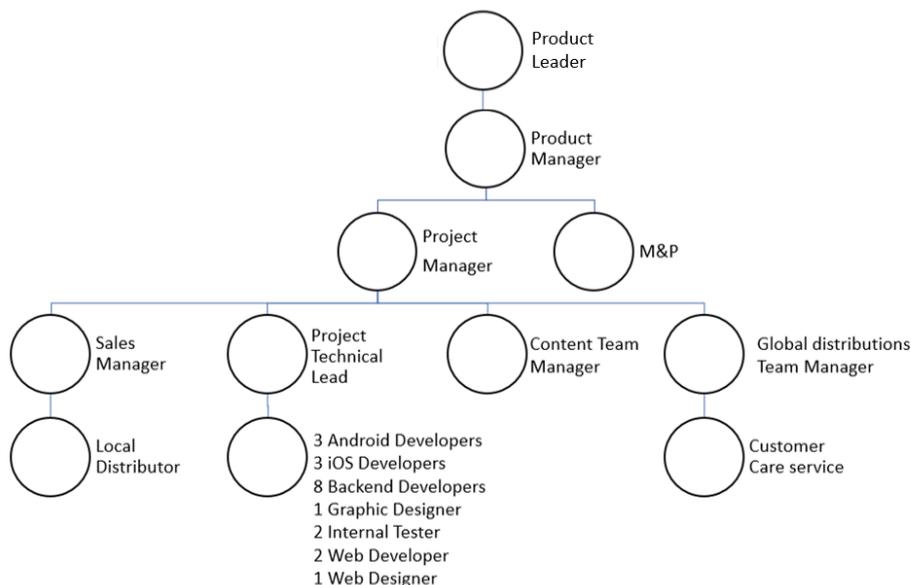
Organigramma dei soggetti appartenenti al Gruppo Vox e del personale dedicato al progetto City Pass



La Vox S.p.a. è un'impresa italiana che opera nell'ambito delle innovazioni digitali ed è leader di mercato nella fornitura di radioguide, audioguide e strumenti tecnologici dedicati al settore turistico e culturale. All'interno del gruppo rientrano:

Sycomore Vox France SARL, nome commerciale VOX Sycomore è la società del Gruppo Vox che si occupa di soluzioni per musei e istituzioni culturali. Offre visite interattive utilizzando guide digitali intelligenti e produzioni multimediali, crea esperienze multilingue arricchite da soluzioni digitali e hardware intuitive. La produzione di contenuti di qualità è il cuore dell'attività di Sycomore ed è la chiave per un'esperienza di successo dei visitatori.

Vox City International Ltd è stata lanciata per la prima volta nel 2020 per fornire i nostri servizi direttamente al consumatore (B2C). Con l'obiettivo di offrire ai viaggiatori completamente indipendenti esperienze autoguidate, che vanno dai tour della città ai tour audio dei luoghi più iconici del mondo. Le audioguide interattive digitali vendono sulle più importanti OTA's globali e sono utilizzate dai viaggiatori di tutto il mondo. L'azienda inglese parte del Gruppo Vox gestisce oltre alla distribuzione online dei servizi sopra citati, combinati con pacchetti turistici delle varie realtà locali, anche il prodotto Vox City Walks che combina insieme la tecnologia Vox operativa su smartphone con le visite guidate dal vivo, disponibile nelle principali città europee e non solo.



(a) Qualità ed adeguatezza del gruppo di lavoro proposto per l'esecuzione dei servizi oggetto dell'appalto

Fabio Primerano - Product Leader

Laureato in Ingegneria, dopo diverse esperienze lavorative all'estero tra l'Europa e il Medio Oriente, a capo di importanti progetti, nel 2013 entra nel Gruppo Vox e lo rivoluziona introducendo sistemi di gestione e prodotti tecnologici innovativi.

La sua passione, il costante studio e la ricerca in ambito digitale rappresentano le chiavi di lettura per comprendere la posizione attuale di Vox nel settore turistico e culturale da quando Fabio ricopre il ruolo di CEO dell'azienda;

L'attitudine naturale alla leadership, gli consente di essere il riferimento costante per tutti gli uffici del gruppo a livello globale, che si sono allineati negli anni alla sua visione. Parla e lavora in italiano e inglese.

Raffaella Scarano - Product Manager

Dopo il conseguimento del titolo di perito aeronautico, inizia la carriera nel campo dell'aviazione prima come Cabin Crew Manager presso Azzurra Air e successivamente come Pilota per Mistral Air ed Ocean Airlines. Nel 2007 diventa Managing Director presso RAS Aviation occupandosi di consulenza gestionale per l'aviazione e business plan, conti di gestione e dipartimento customer care.

Successivamente inizia una lunga esperienza come Amministratore Delegato Incoming & Eventi presso Opera Romana Pellegrinaggi dove, grazie alla sua profonda conoscenza del settore turistico, diventa un'importante figura di riferimento occupandosi sia di Business Development, risorse umane, gestione fornitori e contratti ma anche lavorando nel campo delle vendite e del marketing.

Dal 2014 al 2016 ricopre l'importante ruolo di direttrice generale di City Sightseeing Roma, contribuendo a far crescere la compagnia attraverso la creazione di nuovi prodotti ed iniziative ma anche tramite lo sviluppo e consolidamento di una forte rete di distribuzione nazionale ed internazionale.

Da 6 anni è il Direttore Esecutivo del Tour Operator Touristation, specializzato nella produzione, fornitura e promozione di servizi turistici, il quale, tramite le sue diverse sedi situate in punti strategici della capitale, rappresenta oggi un'importante realtà nel settore turistico di Roma e non solo.

Giuliana Tredici - Project Manager

Studi universitari in Storia dell'arte alla Sapienza di Roma, termina la ricerca per la sua tesi magistrale alla New York University, lavorando al contempo presso la A.I.R. Gallery di Brooklyn come assistente. Dopo uno stage presso l'Ufficio Esportazioni del MiC, consegue il

patentino da Guida Nazionale e Accompagnatore Turistico. Entra a far parte del team di Vox Mundi, presso la Basilica di San Pietro in Vaticano, dove matura l'esperienza di Assistente alle Vendite B2C. In questa fase, confrontandosi con una clientela internazionale, rafforza le sue skills e dopo tre anni entra a far parte del dipartimento commerciale della sede centrale del Gruppo Vox, dove lavora in sinergia con gli altri reparti alla continua ricerca di soluzioni tecnologiche per il turismo. Parla e lavora in italiano, inglese, spagnolo e francese.

Claudio Fiorini - Digital Product Manager

Ha iniziato come sviluppatore software nel 2002 per una delle prime Web Agency nate a Roma. Nel 2008 diventa freelance ed inizia ad effettuare consulenze per diverse realtà consolidate fino ad avere tra i suoi clienti importanti gruppi automobilistici italiani. Nel 2011 fonda la società Medicofacile.it, uno dei primi portali web che recensisce medici in Italia, dove ricopre la carica di Chief Technology Officer. Nel 2015 effettua una fusione con Dottori.it portale di proprietà di Immobiliare.it; per i successivi anni ricopre il ruolo di Senior Project Manager fino a Marzo 2019 dove esce definitivamente dalla società. Dopo un periodo di formazione entra in Vox Spa come Senior Software Developer e nei successivi anni arriva a ricoprire il ruolo di Digital Product Manager mettendo a disposizione 20 anni di esperienza digitale e web.

Riccardo Menicucci - Software Developer

Si occupa dello sviluppo del back-end dell'app Popguide e del CMS utilizzato all'interno dell'azienda. Precedentemente Software Developer nell'ambito del Facility Management, fino al 2017 ha contribuito alla produzione di software finalizzato alle operazioni di censimento e rilievo architettonico, sviluppando nel contempo un software CAD fruibile da web browser e utilizzato all'interno dell'azienda. Si laurea a pieni voti nel 2015 in Ingegneria Informatica all'Università degli Studi Roma Tre, dopo una partecipazione al Google Technologies for Cloud and Web Development workshop.

Alessio Mariotti – Content Team Manager

Una delle prime risorse ad entrare nel Gruppo VOX partendo dal ruolo di rider per le consegne di materiale, in breve tempo e grazie alle sue spiccate doti analitiche, unite ad una capacità di veduta globale, arriva a ricoprire il ruolo di responsabile del reparto operativo. È proprio a partire da questo ruolo che da avvio allo sviluppo del dipartimento di traduzione simultanea e di setup impianti di sala per eventi.

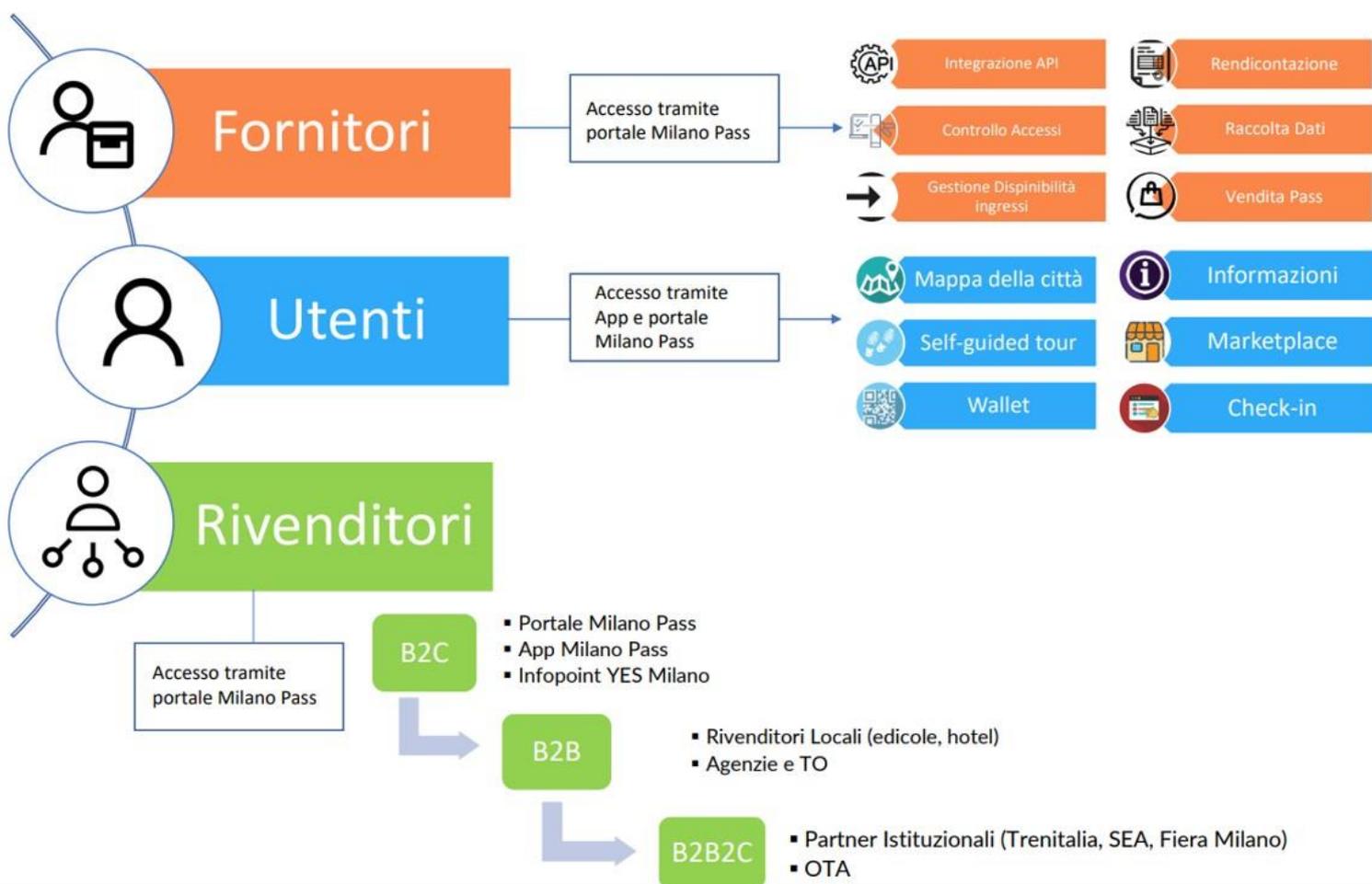
Dal 2014, con l'avvio del processo di digitalizzazione dei prodotti e servizi offerti da Vox, assume il comando del team dedicato alla produzione di contenuti multimediali, da cui gestisce ogni fase della produzione, dal writing al sound mixing finale.

Francesco Epifani - Global Distribution Team Manager

Studi universitari in Economia e Management presso la Luiss di Roma, inizia a lavorare in Vox nel 2015 come assistente marketing, gestendo la presenza online della società e collaborando a stretto contatto con il CMO monitorando le campagne marketing attive. Nel 2017 viene promosso a Regional Distribution Manager e inizia a gestire progetti di tipo internazionale, coordinandosi con i vari dipartimenti per far rispettare le tempistiche e i requisiti dei vari progetti. Negli anni inizia ad occuparsi anche della distribuzione online e nel 2020 ne diventa Global Distribution Team Manager, gestendo i rapporti con tutte le principali OTA internazionali, e curando aspetti delle partnership come: posizionamento del prodotto, commissioni riconosciute e promo ad hoc.

B. GLI ASSET “DIGITALI” DEL SERVIZIO

Nei seguenti paragrafi elenchiamo, per ciascun elemento del Servizio, le caratteristiche tecniche minime previste. In particolare, gli asset “digitali” offrono rispettivamente a fornitori, utenti e rivenditori le funzionalità descritte nello schema che segue.



(a) Applicazione (App)

L'applicazione – App – sarà uno strumento di semplice fruizione e utilizzo destinato ad un bacino di utenza ampio che va dai 6 anni in su. L'App sarà disponibile per le piattaforme iOS e Android e scaricabile dai due store online principali, rispettivamente Apple App Store e Google Play Store. Nel caso in cui l'utente non sia già in possesso di un Pass, scaricandola dagli store, la App darà accesso al marketplace da cui sarà possibile comprare il Pass. Se l'utente è in possesso del City Pass, farà accesso tramite la funzione login e gli si sbloccheranno tutte le funzionalità principali di seguito elencate:

- **Gestione dei biglietti d'ingresso:** un'area dedicata in cui si può prenotare l'ingresso a una delle strutture incluse nel pass e ricevere direttamente dentro la App il biglietto che ne consentirà l'accesso.

Per ogni fornitore, verranno effettuate delle integrazioni API per permettere all'utente di fruire di ogni servizio telematicamente in piena flessibilità e autonomia. Caposaldo del Pass è offrire in maniera digitale accesso a tutte le strutture e servizi inclusi, ossia senza richiedere all'utente di stampare qualcosa o ritirare tagliandi cartacei di qualunque genere.

Ognuna delle integrazioni sopra citate è soggetta ad accordi interni con i fornitori che verranno negoziati ad hoc nella fase iniziale della prestazione del Servizio.

- **Wallet:** in questa area si ricapitolano tutti i biglietti e voucher acquistati dall'utente, quali: Pass, prenotazioni effettuate, acquisto di biglietti o altri servizi, anche non inclusi nel Pass ma acquistati separatamente attraverso l'app o il sito web.
- **Checking:** l'utente per ogni attrazione inclusa nel pass potrà prenotare la sua visita. Questo consentirà di monitorare i flussi e garantire un'esperienza in completa sicurezza.

Ogni fornitore (es. museo) avrà la possibilità tramite backend, che vedremo in seguito, di selezionare fasce orarie e disponibilità di posti nella sua struttura. Così facendo si eviteranno assembramenti e si potenzierà l'affluenza anche nelle fasce orarie meno utilizzate, massificando così il numero di ingressi.

Funzionalità legate alle prestazioni accessorie del Pass:

- **Mappa:** la mappa di navigazione della città, arricchita da punti di interesse con commenti audio e supporto visivo, utilizzabile offline con geo-localizzazione e funzione auto-play per la riproduzione automatica dei contenuti basata sulla posizione GPS dell'utente. Più di centocinquanta punti di interesse (POI) disponibili in diverse lingue. Le lingue e i POI saranno definiti con il partner nella prima fase progettuale. Sulla mappa verranno inclusi anche gli Starpoint, tramite backend, che andranno ad evidenziare svariate categorie di interesse, ognuna con un'icona dedicata (es. trasporti, food, wi-fi spot, punti panoramici, parcheggi, bagni pubblici ecc.).

Per ogni punto sarà possibile inserire un collegamento ipertestuale con numero di telefono, e-mail e sito internet, oltre che foto e una descrizione multilingua.

- **Itinerari:** sarà possibile disegnare sulla mappa della città dei percorsi dedicati tematici che ogni utente potrà effettuare in completa autonomia grazie alla funzione autoplay. Il design di questi percorsi ha lo scopo non solo di informare l'utente, ma di guidarlo alla scoperta di quei luoghi fuori dal circuito turistico di massa. Ciò consentirà non solo di valorizzare quartieri storici ma di canalizzare i flussi verso le attrazioni che vogliamo promuovere.
- **Autoplay:** grazie a questa funzionalità l'utente potrà effettuare le sue visite guidate in autonomia, tenendo lo smartphone offline e senza dover selezionare le tracce da ascoltare. Infatti tramite un tracciamento GPS all'avanguardia, all'avvicinarsi del visitatore ad un monumento, la descrizione partirà in automatico e lasciando così libero l'utente di utilizzare lo smartphone per fare foto o altro.
- **Marketplace:** in questa area l'utente potrà acquistare ulteriori prodotti o servizi disponibili per la visita della città (cross-selling e up-selling).
- **Notifiche:** sarà possibile impostare delle notifiche geolocalizzate, legate a un preciso luogo o calendarizzare degli avvisi in modo che informino l'utente su un evento o una promozione.
- **Camera:** attraverso questa funzione l'utente potrà direttamente scattare foto in app e sia salvarle sul suo dispositivo che condividerle sui social includendo un hashtag predefinito che permetterà una promozione indiretta del prodotto e completamente gratuita. Il tutto nel pieno rispetto della normativa europea GDPR.

Una volta scaduto il Pass acquistato, la app non permetterà più l'accesso ai suoi contenuti e ritornerà nella modalità iniziale, ossia quella in cui un utente non abbia acquistato il Pass.



Tabella riassuntiva delle funzionalità della App 1

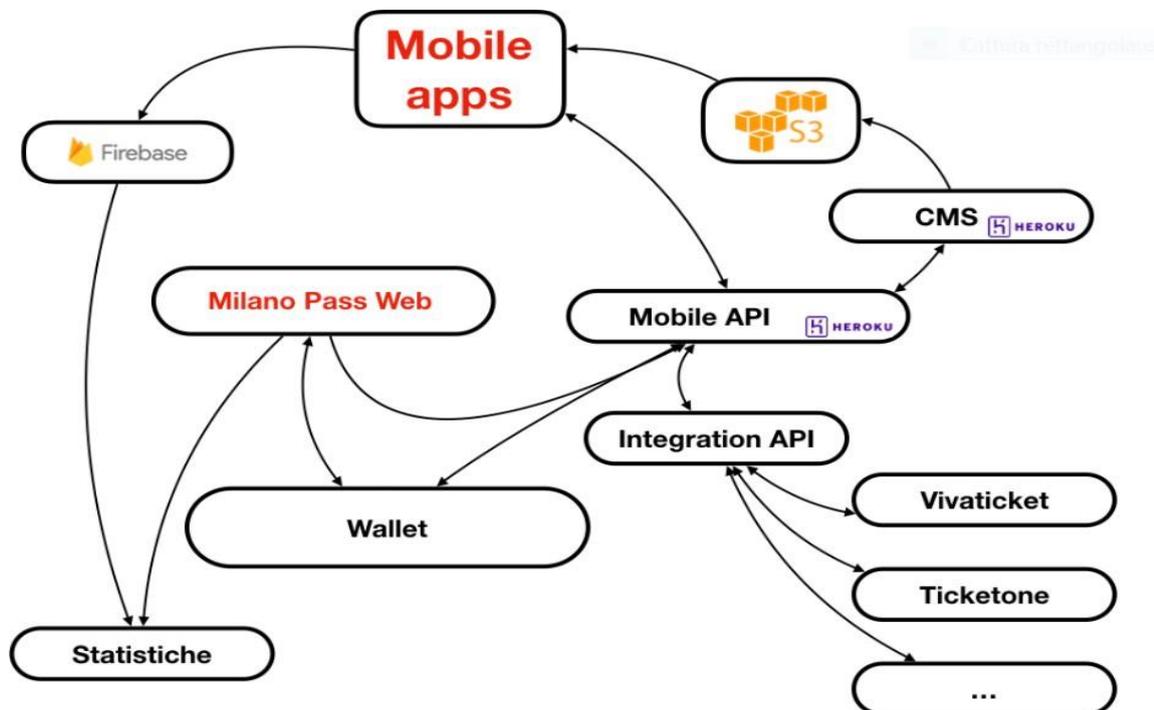


Tabella riassuntiva delle funzionalità della App 2

(b) Portale web B2C (Portale B2C)

Attraverso l'utilizzo del Portale B2C – ossia quello rivolto agli utenti finali del City Pass – saranno accessibili le seguenti funzionalità principali:

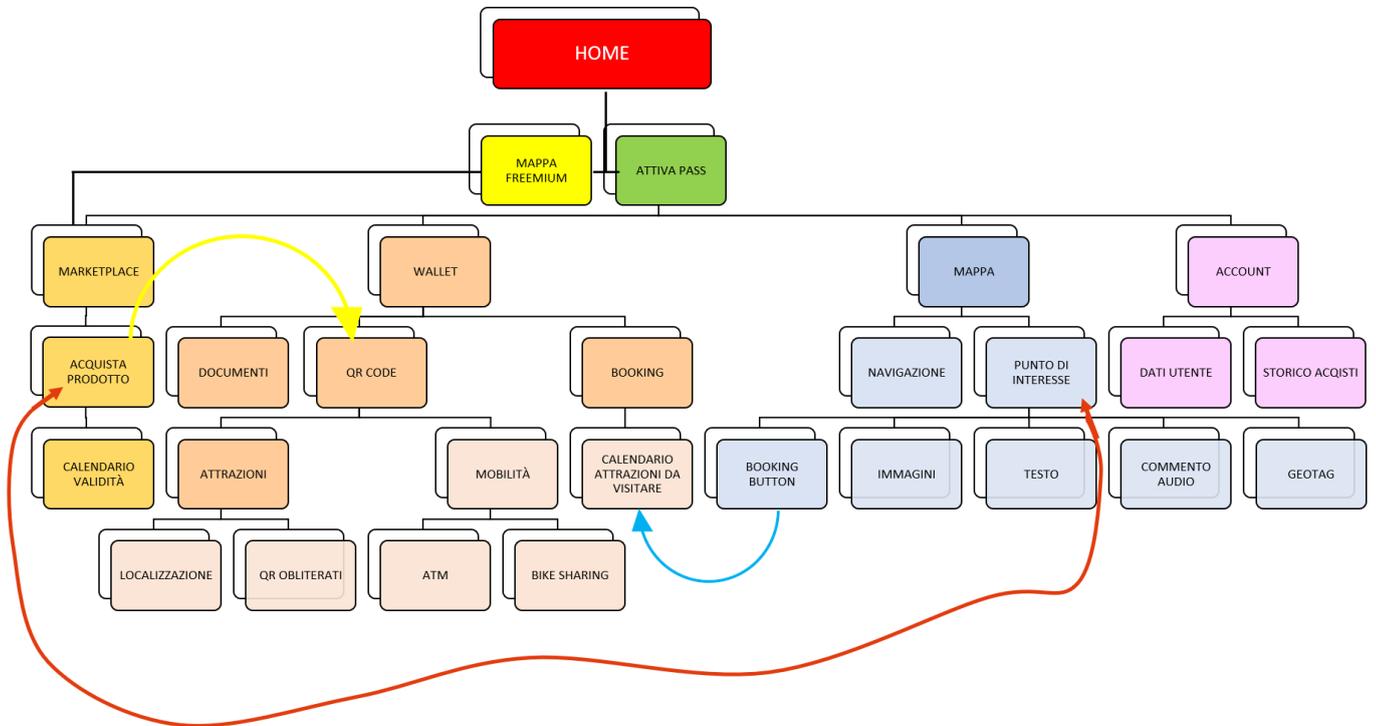
- l'acquisto del City Pass;
- la descrizione in dettaglio dei prodotti di cui si compone il City Pass;
- la visualizzazione delle attrazioni incluse nel City Pass;
- un'area riservata per i clienti, dai quali sarà anche possibile accedere al c.d. Wallet, ossia l'area presente anche nell'App in cui sono ricapitolati i biglietti e i voucher acquistati dall'utente;
- Sezione contatti nella quale saranno indicati anche i riferimenti per accedere al servizio di customer care

(c) Portale web backend B2B (Portale B2B)

Attraverso l'utilizzo del Portale B2B – ossia quello rivolto ai fornitori e ai rivenditori – saranno accessibili le seguenti funzionalità principali:

- l'accesso ai prodotti
- l'accesso alle diverse tipologie di servizi aggregati (c.d. pacchetti) offerti con le distinte formule di pass
- l'accesso alle singole prenotazioni effettuate
- la gestione delle integrazioni con fornitori (es. Musei Civici, Musei Privati, ATM, Duomo ecc.)

Diagramma Interazioni App-Backend



(d) Cronoprogramma degli sviluppi “digitali”

Nello schema che segue vengono descritte e riassunte le principali fasi di sviluppo della App, del Portale B2B e del Portale B2C.

Modalità di esecuzione tecnica

Fase 1 (8 settimane) *:

- Creazione Team dedicato al progetto che lavorerà in sinergia col partner
- Incontri e tavoli di lavoro con i fornitori
- Incontri e tavoli di lavoro con i rivenditori
- Progettazione UX/UI per le app mobile 4 graphic designer
- Gli sviluppatori di backend lavoreranno alle integrazioni API con i diversi gestori dei fornitori (8 sett. dal momento in cui riceveremo la documentazione API)
- Creazione Wallet con API per le mobile app
- Creazione di tutti gli account per i servizi di terze parti (es google firebase)
- CMS (content management system) per il set up dei contenuti audioguidati
- Analisi e sviluppo web service per il wallet
- Analisi e sviluppo web service per il marketplace
- Progettazione UX/UI per il portale vendita B2B e B2C

Fase 2 (4 settimane) *:

- Rilascio prima versione API per le app mobile e sviluppo software per l'integrazione API nell'app
- Avanzamento realizzazione del software per le integrazioni lato backend

Fase 3 (3 settimane) *:

- Completamento sviluppo API e qualora nelle fasi precedenti i gestori abbiano fornito tutte le informazioni richieste, completamento delle integrazioni

Fase 4 (2 settimane) *:

- Ottimizzazione delle performance, debugging, analisi ricezione statistica, test reali in loco

*Oscillazione del +/-

Nella fase bootstrap del progetto, verrà pianificata una roadmap generale per ogni step di progettazione; allo stesso modo, ogni singolo team interessato, (ios team-android team - backend team-frontend team- graphic team) svilupperà una propria roadmap dedicata, che verrà fruita e condivisa sinergicamente con gli altri team.

Tale processo servirà ad evitare eventuali rallentamenti tra team, che ogni settimana si sincronizzeranno con uno stand-up meeting, composto da soli team leader.

C. I SERVIZI INCLUSI NEL CITY PASS

(a) Accordi con i gestori dei musei e delle attrazioni

Vox stipulerà i contratti, o ogni altro accordo, utili alla inclusione a favore degli utenti del City Pass dei titoli di accesso ai musei e attrazioni inclusi nell'offerta del City Pass. In particolare, saranno stipulati accordi con varie attrazioni, con la possibilità di allargare l'offerta inserendo anche ulteriori musei oltre a quelli compresi nel seguente elenco che viene presentato al solo scopo esemplificativo.

Musei Civici & Chiese

Galleria d'Arte Moderna
Museo del 900
Museo del Castello Sforzesco
Museo Archeologico
Acquario Civico
Museo della Storia Naturale
Sant'Ambrogio
Santa Maria delle Grazie
San Maurizio
Duomo di Milano
Museo del Duomo Chiesa di san Gottardo
Cattedrale
Area Archeologica
Terrazze a piedi e/o ascensore

Altri Musei

Pinacoteca Brera
Pinacoteca Ambrosiana
Museo Diocesano
Museo Poldi Pezzoli
Museo della Scienza di Leonardo da Vinci
Gallerie d'Italia
Leonardo 3D Museum
Triennale Design
La Vigna di Leonardo
La Scala
Museo Prada
San Siro
Casa Milan
Museo Armani
Fondazione Portaluppi



(b) Accordi con i gestori dei servizi

Vox stipulerà i contratti, o ogni altro accordo, utili alla inclusione a favore degli utenti del City Pass dei titoli legittimanti alla fruizione dei servizi inclusi nel City Pass. In particolare, saranno stipulati accordi con i gestori dei seguenti servizi

- ATM – servizio trasporto pubblico locale
- Servizi Mobilità sharing
- Punti di distribuzione turistica

D. CONTENUTI ACCESSORI INCLUSI NEL SERVIZIO

L'obiettivo di Vox è quello di fornire al pass un serio numero di punti di interesse che permettano agli utenti di conoscere la città di Milano, per un'esperienza completa a 360°.

Ogni punto di interesse sarà completo di una propria immagine ed una propria descrizione scritta, oltre che della traccia audio di riferimento. Le tracce audio potranno essere ascoltate tramite auricolari, in vivavoce, oppure in modalità privata, avvicinando lo smartphone all'orecchio; sono incluse per ogni punto le funzioni di play, pausa, avanti e indietro di 10 secondi.

I punti di interesse, disponibili nelle lingue prescelte, sono selezionabili sia sulla mappa generale della città di Milano sia da un elenco e possono essere organizzati sulla base di percorsi accessibili sia a piedi sia con l'ausilio di mezzi di trasporto pubblici (bus e tram) che con biciclette e monopattini.

Tutti i contenuti dell'App possono essere aggiornati in tempo reale, offrendo di fatto il 100% della flessibilità e la garanzia di fornire ai propri utenti informazioni sempre attuali.

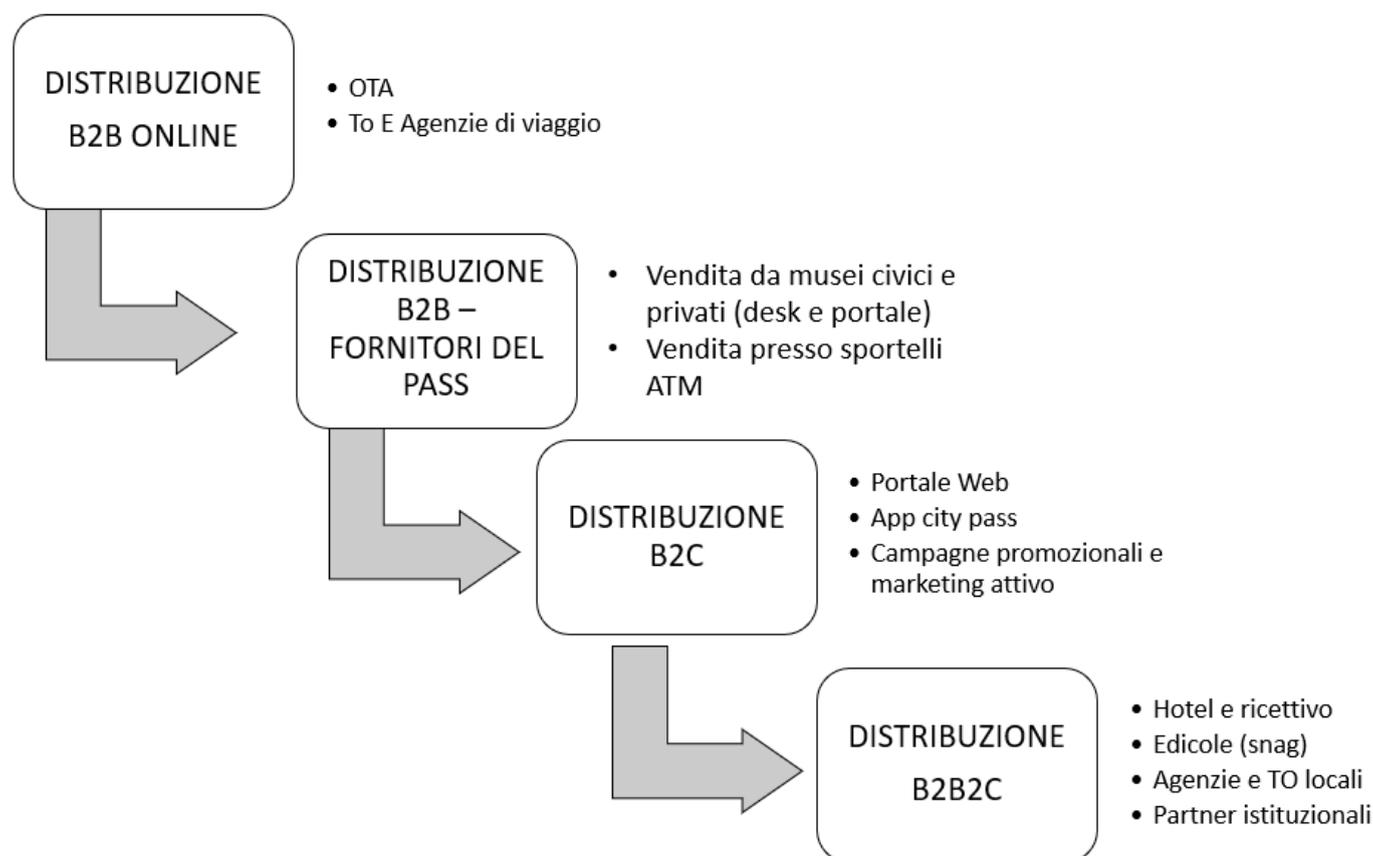
I contenuti prodotti permetteranno non solo di scoprire la città di Milano ma anche di conoscere le singole realtà museali di zona, che ad oggi non offrono un'audioguida di supporto al percorso museale.

Il City Pass arricchito da questi storytelling diventa quindi un utile strumento di supporto alla rete museale, coadiuvato da politiche promozionali finalizzate a incrementare la fruizione dei Musei Civici, a rafforzarne la reputazione e la visibilità, e a promuovere l'intero contesto territoriale che li ospita.

E. LE ATTIVITÀ PROMOZIONALI E DISTRIBUTIVE

Il team di distribuzione Vox, con sede nel Regno Unito, è responsabile della distribuzione esclusiva di un ampio portfolio di tour e attività, inclusi self-tour audioguidati, tour a piedi hop on hop off, prodotti per pacchetti e pass e biglietti di ingresso diretto per importanti attrazioni (es: Basilica di San Pietro in Vaticano).

Per la distribuzione del City Pass, Vox si avvarrà dei canali distributivi riassunti nel grafico che segue.



Schema della struttura di distribuzione di Vox

Il sistema di prenotazione di Vox è connesso con le principali piattaforme OTA, così da consentire un processo fluido di prenotazione e accessi con la consegna di disponibilità in tempo reale di voucher digitali scansionabili tramite smartphone e tablet.

Esempi di OTA globali integrati con Vox:

- Get Your Guide (Mercato Europeo)
- Viator (Mercato Americano e Indiano)
- Tui Musement (Mercato Italiano ed Europeo)
- Tiqets -Booking.com -Tripadvisor (Mercato Globale per il ticketing)
- Klook (Mercato Asiatico)
- Headout (Mercato Americano e Medio Oriente)



Oltre a concentrarsi sui distributori più grandi del mercato, Vox crede nell'importanza di partnership con aziende di distribuzione locali che possono supportare il turismo domestico. Negli ultimi tempi in particolare, sfruttando la rete globale di 55 uffici in tutto il mondo, Vox ha incrementato i suoi risultati unendo gli effetti della distribuzione online e di quella onsite.

Al fine di garantire alti standard di vendita, il responsabile del team di distribuzione gestisce e monitora continuamente le prestazioni sulle piattaforme OTA per assicurare che le attività di Vox soddisfino i criteri imposti dal mercato:

- classifiche e posizionamenti sul web
- connettività e integrazioni fluide
- disponibilità accessi
- recensioni
- customer care

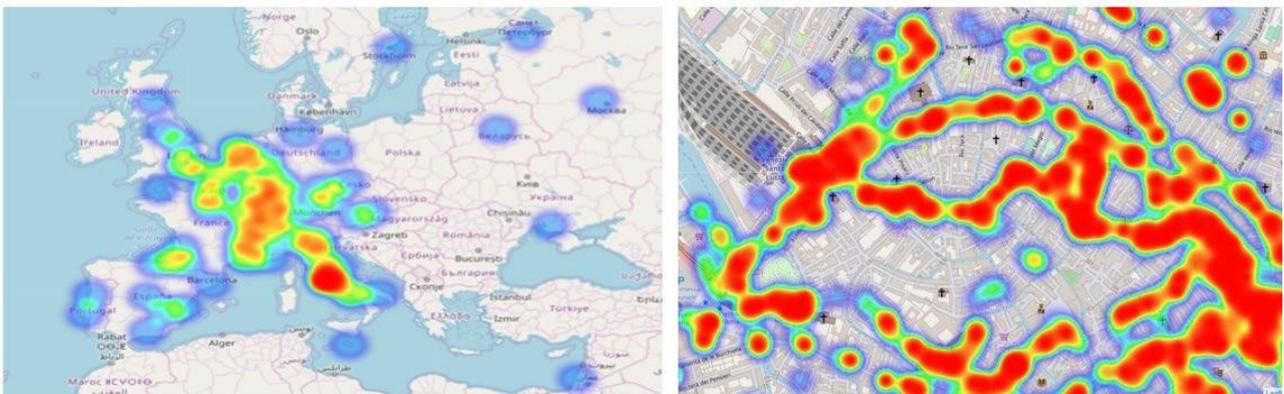
F. LE ATTIVITÀ DI SUPPORTO E REPORTISTICA

Al fine di massimizzare le ricadute positive dei prodotti lanciati sul mercato, Vox studia e sviluppa sistemi di raccolta dati volti alla costruzione di cluster profilati di utenti.

In particolare, tramite lo studio dei dati di utilizzo del City Pass, sarà possibile raccogliere e condividere i seguenti dati:

- numero di installazioni dell'app su dispositivi mobile.
- frequenza giornaliera dei flussi di utenza
- acquisti in app e sul portale
- i punti di interesse visitati
- le principali attrazioni visualizzate
- la provenienza degli utenti correlata alla lingua utilizzata per la fruizione dei contenuti
- le c.d. venue più richieste
- heatmap delle aree della città in cui sono localizzati i POI maggiormente visualizzati
- i percorsi dedicati utilizzati con prevalenza

Questa reportistica sarà fornita anche sotto forma di mappe che indicano la frequenza delle presenze nei luoghi di maggior flusso turistico (come esemplificato qui di seguito).



Esempio mappe di calore

III. LIVELLI DI PRESTAZIONE E QUALITÀ DELL'INFRASTRUTTURA

Questa parte del documento definisce i livelli di servizio minimi di Vox e delinea le modalità e i tempi di intervento nei casi di malfunzionamento dei servizi erogati direttamente da Vox.

A. DISPONIBILITÀ

Vox si impegna a fornire un up-time del 95% in modalità *best effort* come segue.

Disponibilità dell'App in ciascuna piattaforma	95% dei giorni di un anno (al netto di problematiche originate dal funzionamento dello store e dei tempi di verifica/validazione dei soggetti gestori della piattaforma come infra precisato al paragrafo eccezioni)
Raggiungibilità della Piattaforma B2B e della Piattaforma B2C	95% dei giorni di un anno (al netto di problematiche originate da malfunzionamenti della rete e fuori di cause di disservizi imputabili ai fornitori della piattaforma come infra precisato al paragrafo eccezioni)

La Disponibilità indica le finestre temporali entro le quali vengono garantite le singole voci che compongono il servizio. Saranno esclusi dal calcolo della disponibilità del servizio, i periodi necessari per interventi tecnici sugli apparati e sulle linee costituenti la rete, come pure i tempi occorrenti per l'inserimento di nuove configurazioni e/o aggiornamenti sui nodi stessi.

I componenti vengono distribuiti sulle seguenti piattaforme:

Heroku

Aws

Apple store

Playstore

L'operatività piena di tutte le funzionalità viene garantita da lunedì a venerdì dalle 8.00 alle 19.00, si conferma che trattandosi di servizi erogati via web I livelli di servizio saranno applicati solo per quanto di diretta responsabilità di Vox.

B. TEMPI DI INTERVENTO PER LA RISOLUZIONE DI PROBLEMI TECNICI

	Tempo di presa incarico / risposta	Tempo di azione
Malfunzionamento della App*	4 ore	72 ore
Malfunzionamento della Piattaforma B2B	4 ore	72 ore
Malfunzionamento della Piattaforma B2C	4 ore	72 ore

*I tempi di azione escludono l'attesa di verifica e pubblicazione da parte di soggetti terzi (apple store e play store).

I tempi di azione sono soggetti ad eventuali revisioni per la pubblicazione richieste da soggetti terzi (apple store e play store).

Il tempo di presa in carico/risposta è il tempo che intercorre tra la ricezione della chiamata e la presa in carico del problema da parte di Vox. Il tempo di presa in carico non deve essere confuso con il tempo di risoluzione, in questo contesto viene classificata come azione anche l'attività di escalation e problem determination necessaria in caso non sia disponibile immediatamente una diagnosi esaustiva o una soluzione.

C. ECCEZIONI

Non saranno imputabili a Vox i disservizi dovuti a:

- ✓ Lavori di manutenzione programmata della rete
- ✓ Eventi di carattere eccezionale non imputabili a Vox derivanti da reti di comunicazione esterne
- ✓ Malfunzionamenti causati dai fornitori (Heroku, Aws ed altri) e malfunzionamenti di terze parti
- ✓ Errate configurazioni delle apparecchiature da parte dei fornitori e/o rivenditori
- ✓ Problematiche inerenti apparati in gestione di fornitori e/o rivenditori

D. GESTIONE DEI BACK-UP DI SISTEMA ED APPLICATIVI

- ✓ E' responsabilità di Vox attivare tutti i servizi e gli accorgimenti necessari al corretto salvataggio dei dati e alla loro conservazione per il periodo e le modalità concordate.
- ✓ Il Back-Up per i dati a cui Vox ha accesso diretto è giornaliero (es: storico degli acquisti del Pass).

IV. CONTROLLI

Tramite accesso dedicato e diretto al back-end della App, del Portale B2B e del Portale B2C, per l'Associazione sarà possibile visionare:

- ✓ frequenza giornaliera degli acquisti totali del pass
- ✓ numero di installazioni dell'app su dispositivi mobile
- ✓ acquisti in app
- ✓ acquisti dal Portale B2B e dal Portale B2C
- ✓ numero pass venduti dalla OTA
- ✓ numero pass venduti dai singoli rivenditori
- ✓ disponibilità ed ingressi delle varie attrazioni

V. POSIZIONAMENTO E TARGET

Sulla base degli studi preliminari condotti, si è arrivati ad una formulazione di due possibili ipotesi di posizionamento dell'offerta City Pass. Nella piena volontà di creare un prodotto il più inclusivo possibile la fruizione per utenti da 0-13 anni sarà completamente gratuita.

Tale strategia garantisce un ottimo posizionamento nel target del turismo per famiglie trasformando il prodotto in un vero Family Pass.

Elenchiamo di seguito i potenziali prodotti e servizi associabili/includibili in ogni pass; per ogni aspetto economico e finanziario ad essi associato si può fare riferimento al PEF relativo.

N.B. I musei e le attrazioni indicate in tabella non sono ancora coinvolti nel progetto. L'indicazione è solo di natura programmatica.

PASS STANDARD

Duomo Pass a piedi
Alcuni Musei Civici
Altri Musei
Trasporto Pubblico

Durata 3 giorni

Cancellazione gratuita fino a 72 ore prima se non si è attivato il pass

TARGET:

Visitatori che soggiornano per 2/3 giorni
Utenti che visitano la città per la prima volta e danno priorità anche alla visita degli esterni

Utenti interessati maggiormente alle attrazioni più famose

Fascia età 25/40
Family PASS

PASS PREMIUM

Duomo Pass con ascensore
Tutti i Musei Civici
Tutte le altre Attrazioni incluse
Trasporto Pubblico

Durata 3 giorni

Cancellazione gratuita fino a 72 ore prima se non si è attivato il pass

TARGET:

Visitatori che soggiornano per 3 o più giorni
Utenti che ritornano in città e vogliono approfondire le attrazioni interne
Utenti che preferiscono avere il ventaglio completo delle attrazioni senza dover comprare in corsa altri ticket
Fascia anche over 65 che preferisce un'esperienza più comoda (vedi ascensore terrazze)
Family PASS

VI. CONTRIBUTI ISTITUZIONALI

Fare riferimento al PEF allegato