

# Smarter Italy - Sviluppo delle comunità del territorio attraverso la valorizzazione dei beni culturali

One to One  
Vodafone Business

18 aprile 2024

# Vodafone | chi siamo

01





**Attraverso i nostri asset  
supportiamo**

**>700.000**

**Clienti Business & PA**



PA



GRANDI  
AZIENDE



SME



P.IVA





# Vodafone | le nostre tecnologie piattaforme, soluzioni e servizi

02



> **Vodafone Business partner per la trasformazione digitale, in Italia e all'estero, con tecnologia, piattaforme, soluzioni e servizi gestiti**



Security



**ANALYTICS e SOLUZIONI DIGITALI**



**CLOUD**



**MANAGED SERVICES**

IoT



**Vodafone Network**



# 40M

Metadati generati dalla  
**Vodafone Network**  
ogni minuto



## > Vodafone Analytics | La rete: il nostro asset

**Vodafone Analytics** è una soluzione **VODAFONE** che analizza informazioni non personali generate dalla Rete Mobile Vodafone (**Network BIG DATA**)



30% dei clienti  
in Italia

Copertura 4G/4.5G, oltre  
il 98% dell'Italia



Granularità  
spaziale/temporale



Record di rete e non dati  
personali (aggregazione e  
anonimizzazione irreversibile)



40% degli utenti  
stranieri roaming-in



Inferenza statistica sul  
**100% della popolazione**



GDPR compliance



Comportamenti collettivi  
di gruppi omogenei





## > I punti di forza dei Vodafone Analytics



### RAPPRESENTATIVITÀ

- **CAMPIONE ENORME:** 30% italiani e 40% stranieri
- **Nello Spazio:** tutti i **QUARTIERI DI TUTTI I COMUNI** di tutta Italia
- **Nel Tempo:** **24 ORE 365** giorni anno



### NEAR REAL TIME

Le informazioni sono **DISPONIBILI DOPO POCHISSIMO** tempo, tipicamente nella settimana successiva all'evento



### DATA PLATFORM & EXPERIENCE

**TEAM DI ESPERTI** con profonda **CONOSCENZA** ed **ESPERIENZA** nel campo degli **ADVANCED ANALYTICS**, a disposizione dei clienti per consigliare la **MIGLIORE SOLUZIONE** e fornire il **MIGLIOR SERVIZIO**





# Vodafone | i casi applicativi

03



## > Alcune delle nostre referenze in ambito turismo



### REFERENZE ISTITUZIONALI

ISTAT

MINISTERO DEI TRASPORTI

FERROVIE dello STATO

DOXA SCENARI  
(x Banca d'Italia)



## > Il Parco Archeologico di Pompei

### OBIETTIVO

- Studiare il **FLUSSO DEI VISITATORI** del parco ed il loro comportamento
- Analizzare **PUNTI DI INTERESSE** piu' significativi all'interno del parco
- **PERIODO: 2019, 2020, 2021, 2022, 2023**

### ANALISI

- Provenienze per **REGIONE, PROVINCIA e CITTA'** per italiani
- **NAZIONALITA'** di provenienza per stranieri
- **PERCORSI** piu' frequenti durante la visita
- **TEMPO DI PERMANENZA** all'interno del parco
- Demografia dei visitatori (**genere, eta', capacita' di spesa, nucleo familiare**)





## > Analisi turistica per la città di Napoli

### OBIETTIVO

- Creazione dell' **OSSERVATORIO TURISTICO** in collaborazione con l'università Federico II di Napoli
- Monitorare ed elaborare dati sui **FLUSSI NAZIONALI** ed **INTERNAZIONALI**
- Analizzare i **PUNTI DI INTERESSE** (Vomero, Centro antico,..) e **CIRCOSCRIZIONI** della città' (10)
- **PERIODO: 2022, 2023**

### ANALISI

- **SOGGIORNI** (pernottamenti, check-in, check-out)
- **DIGITAL SENTIMENT** (recensioni, social listening)
- **CO-VISITA** con aree turistiche limitrofe (Ischia, Capri, Caserta, Pompei)
- **MODALITA' DI TRASPORTO** in ingresso/uscita (aeroporti/stazioni)
- **CORRELAZIONE** con dati esterni (meteo)
- Demografia dei visitatori (**genere, età', capacita' di spesa, nucleo familiare**)





# Vodafone | evoluzione dei prodotti linee di ricerca e innovazione

04



# > L'approccio innovativo attraverso la promozione dei beni culturali

## L'Augmented Reality per aumentare l'engagement dei visitatori

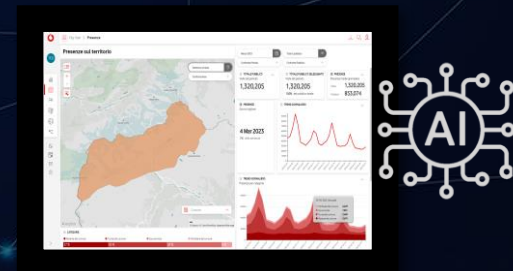
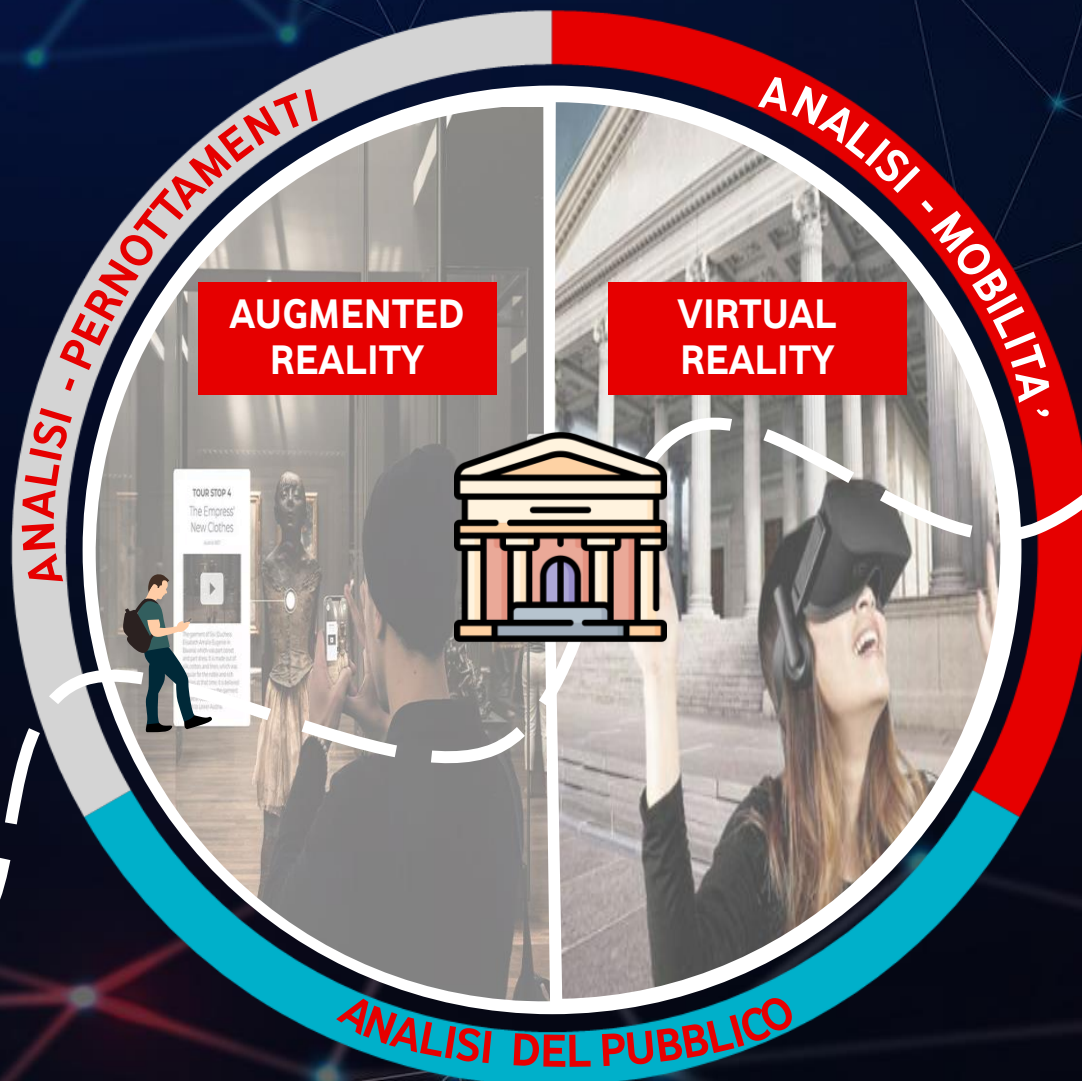
Esperienza Phygital, con elementi digitali sovrapposti a quelli fisici

Arricchimento di opere e beni con contenuti aggiuntivi, coinvolgenti

Fruibilità attraverso visori economici ed anche semplici smartphone

Abbattimento barriere (accesso da remoto e supporti per disabili)

## Gestione campagne SOCIAL MEDIA & MARKETING, Identificazione target



## GEN AI

Per analisi e pianificazione di nuove attività

La **Virtual Reality** per vivere le opere come se fossero al loro **massimo splendore**

Esperienza Phygital, con elementi digitali sovrapposti a quelli fisici

Arricchimento di opere e beni con contenuti aggiuntivi, coinvolgenti

Fruibilità attraverso visori economici ed anche semplici smartphone

Abbattimento barriere (accesso da remoto e supporti per disabili)





**vodafone**  
business

Together we can