

hospitality^{4^a edizione}sud

il salone per hotellerie ed extralberghiero

Napoli

Stazione Marittima

22-23 febbraio 2023



AVVICINARSI A NAPOLI CON ESPERIENZE MULTICANALI AUMENTATE

il progetto ANEMA è cofinanziato dall'Unione Europea, dallo Stato Italiano e dalla Regione Campania,
nell'ambito del POR Campania FESR 2014/2020 – ASSE 3 – Obiettivo specifico 3.1 – Azione 3.1.1
Avviso Pubblico per il Sostegno alle MPMI Campane
nella realizzazione di Progetti di Trasferimento Tecnologico e Industrializzazione.

CLARA AMADIGI



PROJECT MANAGER – Spicy

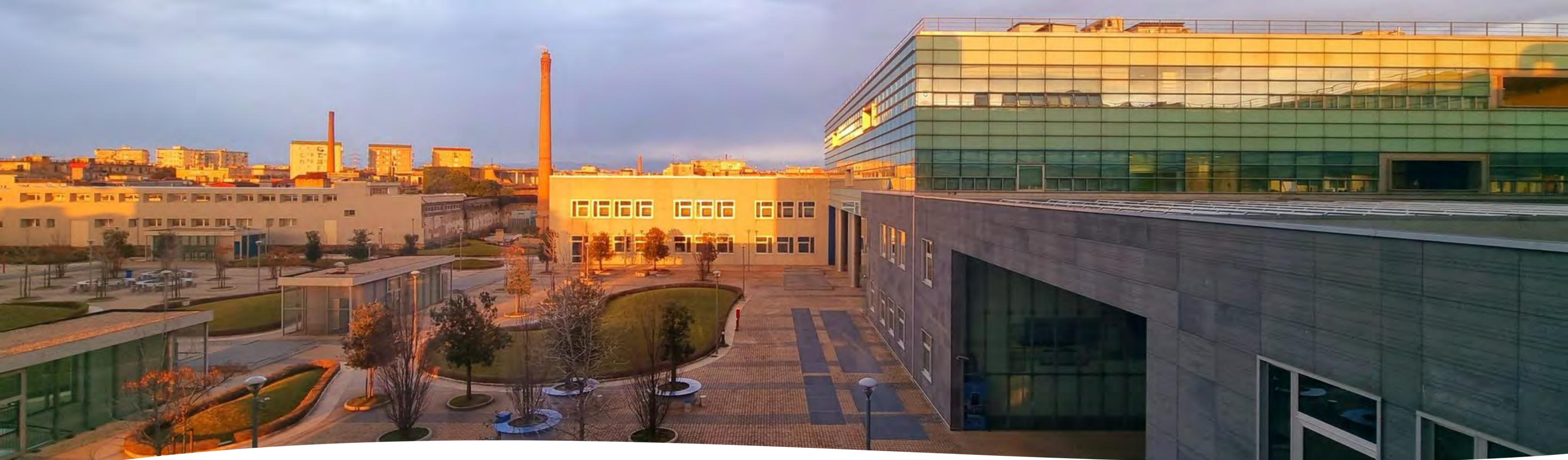
- Programmi di accelerazione ed internazionalizzazione d'impresa
- Programmi di scouting tecnologico e R&S

Ingegnere gestionale

Appassionata del mondo startup e innovazione



Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione



Spicy



Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione

HEADQUARTER



**Polo Tecnologico dell'Università Federico II
San Giovanni a Teduccio**

**Lavoriamo in sinergia con le più
importanti Academy nazionali ed
internazionali presenti nel Polo**

Deloitte.



accenture

TIM

LEONARDO

KPMG

**FERROVIE
DELLO STATO
ITALIANE**

CISCO

UniCredit

cdp

Fondo Nazionale Innovazione
CDP Venture Capital Sgr

Capgemini

INTESA SANPAOLO



Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione

CHI SIAMO

**DIGITAL INNOVATION HUB
&
ACCELERATORE INTERNAZIONALE**

MISSION

Portare valore alla PA e alle PMI, supportandole nei processi di:

ACCELERAZIONE

TRASFORMAZIONE DIGITALE

INTERNAZIONALIZZAZIONE



Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione

NETWORK





Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione

I NOSTRI SERVIZI

DIGITAL TRANSFORMATION



ACCELERAZIONE



INTERNAZIONALIZZAZIONE



SMART CITIES & COMMUNITIES



I FOCUS SETTORIALI

INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE

GREEN & BLUE ECONOMY

LE OPPORTUNITA' PER LE INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE

**EUROPEAN DIGITAL INNOVATION HUB
"HERITAGE SMARTLAB"**

**CASA DELLE TECNOLOGIE EMERGENTI NAPOLI
INFINITI MONDI**

A.N.E.M.A.

AVVICINARSI A NAPOLI CON ESPERIENZE MULTICANALI AUMENTATE



Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione

EUROPEAN DIGITAL INNOVATION HUB "HERITAGE SMARTLAB"

Heritage Smart Lab è uno dei **136 European Digital Innovation Hub** selezionati e finanziati dalla **Commissione Europea nei 27 Paesi dell'Unione**, con l'obiettivo di **supportare la transizione digitale** delle PMI e della PA, con particolare riferimento ai domini tecnologici **dell'Intelligenza Artificiale, del Calcolo ad Alte Prestazioni e della Cybersecurity**.

L'Heritage Smart Lab, che avrà sede a **Napoli, Matera e Bari**, rappresenta **l'unico Polo Europeo in Italia integralmente verticalizzato sulla trasformazione digitale del settore dei Beni culturali e le Industrie Culturali e Creative**, un comparto centrale nelle Strategie di Specializzazione Intelligente della Campania, della Basilicata e della Puglia.



I PARTNER DI "HERITAGE SMARTLAB"

HERITAGE SMARTLAB è promosso da importanti partner, tra cui:

- **Basilicata Creativa** (Lead partner - Coordinator), con il **CNR** come partner affiliato;
- **SPICI srl**;
- **3 Cluster Tecnologici** Lucani operanti nei settori dell'**Aerospazio, Automotive, Energia e Ambiente**;
- **Digital Innovation Hub della Basilicata**;
- **MedTech Competence Center** delle Regioni Campania e Puglia, con 7 partner affiliati;
- **Sviluppo Basilicata SpA**;
- **Iniziativa Cube srl**.

Il Comune di Matera partecipa come partner associato, attraverso la propria Casa delle Tecnologie Emergenti.

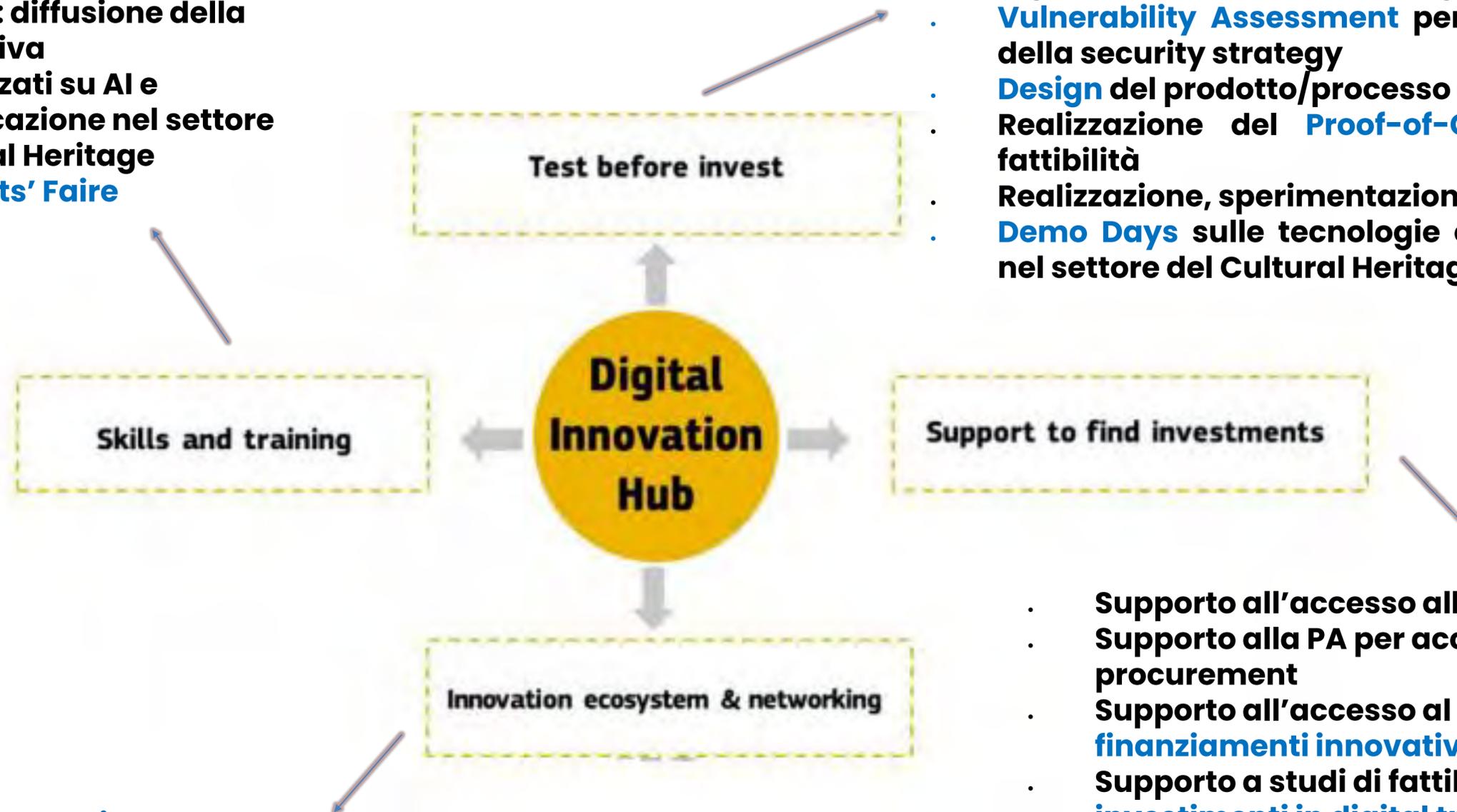




LE ATTIVITA' DI HERITAGE SMART LAB



- HSL Talents' Academy
- Creative incursions: training on-the-job
- Animazione e awareness: diffusione della cultura digitale e innovativa
- Corsi di training specializzati su AI e Cybersecurity, con applicazione nel settore delle industrie del Cultural Heritage
- Heritage Smart Lab Talents' Faire



- Digital Innovation and Acceleration Programme
- Digital maturity assessment e definizione della digital transformation strategy
- Vulnerability Assessment per le PMI e definizione della security strategy
- Design del prodotto/processo digitale e validazione
- Realizzazione del Proof-of-Concept e studi di fattibilità
- Realizzazione, sperimentazione e test di prototipi
- Demo Days sulle tecnologie e le loro applicazioni nel settore del Cultural Heritage

- Programma di Open Innovation
- Evento Annuale "Heritage Smart Lab"
- Scouting di soluzioni tecnologiche, attività di brokeraggio e matchmaking, supporto per l'accesso ai mercati esteri

- Supporto all'accesso alla finanza pubblica
- Supporto alla PA per accedere all'innovation procurement
- Supporto all'accesso al capitale privato, finanziamenti innovativi e creazione PPP
- Supporto a studi di fattibilità finanziari e di investimenti in digital transformation
- Supporto al business modelling

CASA DELLE TECNOLOGIE EMERGENTI NAPOLI INFINITI MONDI

CTE Napoli "Infiniti Mondi" è un **centro di innovazione avanzata** nel settore delle **Industrie culturali e creative**. Il progetto dispone di un budget di circa **15 milioni di euro** e prevede la realizzazione nell'area di Napoli Est di un centro, dedicato al settore delle **Industrie Culturali e Creative**, fornendo supporto **nell'introduzione e formazione sulle nuove produzioni e nuovi generi**, dal **videomapping** alle **digital series**, dal **live media theatre** alla **live performing media art**, dalla **digital art e cinema**, così come dal **videogaming ai software**.

Infiniti Mondi supporterà infatti lo **sviluppo di prodotti, processi, servizi, startup e nuovi modelli di business** per le PMI, relativi alle tecnologie emergenti, creando una **rete di laboratori avanzati** su **Metaverso, Web 3.0, Gaming, Storytelling, Quantum Computing e 5G**.

L'obiettivo è mettere a disposizione delle imprese nazionali un centro tecnologico dotato delle più evolute **strumentazioni tecnologiche e di connettività** per sviluppare e testare nuovi prodotti, soluzioni e servizi.

I PARTNER DI "INFINITI MONDI"

Infiniti Mondì si è classificato **secondo in Italia**, dopo Bologna, su sette progetti approvati e circa 40 presentati.

Proposto e coordinato dal **Comune di Napoli**, è stato affiancato nel coordinamento operativo dal **Centro di Competenza MedITech**, che si occuperà anche di sviluppare la piattaforma tecnologica a supporto della gestione della CTE, oltre che da altre importanti realtà imprenditoriali presenti su territorio, come:

- **SPICI**, che in particolare si occuperà di gestire il **laboratorio di Gaming**, in collaborazione con Meditech, e nel supportare la nascita e lo sviluppo di startup innovative, attraverso le **attività di accelerazione ed incubazione**, nel campo del settore audiovisivo e del gaming.
- **CNR**
- **il CerICT**
- **l'Università degli Studi di Napoli Federico II**
- **l'Università di Napoli L'Orientale**
- **l'Accademia di Belle Arti di Napoli**
- **TIM**
- **One More Pictures**
- **Cefriel**

LE ATTIVITA' DI INFINITI MONDI

INFINITI MONDI sarà strutturata come una vasta aggregazione di **competenze multidisciplinari, attrezzature** all'avanguardia e **laboratori avanzati** al servizio della:

1. RICERCA APPLICATA, SVILUPPO SPERIMENTALE E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

L'obiettivo è mettere a disposizione delle imprese nazionali un centro tecnologico dotato delle più **evolute strumentazioni** e sistemi di connettività, per **sviluppare e testare nuovi prodotti, soluzioni e servizi**, attraverso la creazione di una rete di **laboratori avanzati**.

2. ACCELERAZIONE D'IMPRESA

L'obiettivo è quello di supportare la **creazione di nuove imprese e rafforzare la competitività** di quelle esistenti, attraverso programmi di **accelerazione e mentoring** per i partecipanti.

3. FORMAZIONE AVANZATA

L'obiettivo è quello di creare **nuove figure professionali** avanzate per le industrie culturali e creative, come technologist, creator, developer, designer, nonché di supportare l'ammmodernamento dell'ecosistema culturale nazionale e internazionale, anche attraverso percorsi di adeguamento delle competenze digitali, attraverso il **programma dell'Academy**.

4. TECHNOLOGY BROKERAGE

L'obiettivo è quello di **facilitare l'allineamento tra domanda e offerta di innovazione**, attraverso iniziative di networking, brokeraggio e trasferimento tecnologico, attraverso attività di **matchmaking**.

5. SOCIAL IMPACT

L'obiettivo è quello di **promuovere l'innovazione sociale** nella città, valorizzando il ricco, articolato e dinamico tessuto imprenditoriale, professionale e del terzo settore presente nell'area metropolitana, attraverso **eventi ed iniziative diffuse**.

A.N.E.M.A. AVVICINARSI A NAPOLI CON ESPERIENZE MULTICANALI AUMENTATE



Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione



il progetto ANEMA è cofinanziato dall'Unione Europea, dallo Stato Italiano e dalla Regione Campania, nell'ambito del POR Campania FESR 2014/2020 - ASSE 3 - Obiettivo specifico 3.1 - Azione 3.1.1
Avviso Pubblico per il Sostegno alle MPMI Campane
nella realizzazione di Progetti di Trasferimento Tecnologico e Industrializzazione.

IL CONTESTO **EUROPEO** DEL TURISMO

CONGRESSUALE

**Turismo congressuale, i dati Enit:
l'Italia cresce e va al quinto posto**



Mercoledì 5 Ottobre 2022, 12:26

4 Minuti di Lettura

- **Europa:** nel **Top 20 Destination Performance Index di ICCA** – International Congress and Convention Association, il **70% dei Paesi e l'80% delle città sono destinazioni europee.** Seguono i Paesi asiatici (15%) e i Paesi nordamericani (10%).
- La **Spagna** balza di **2 posizioni** rispetto al 2019 e diventa la **seconda destinazione per meeting a livello globale, dopo gli Stati Uniti** che restano saldi al primo posto per numero di congressi ospitati.
- Seguono la Germania al 3° e la Francia al 4°. **L'Italia nel 2021 ottiene il 5° posto**, scavalcando il Regno Unito che scende di una posizione rispetto al 2019.
- Nella classifica delle città, **Roma** entra nelle prime 20 posizioni e si piazza al **16° posto; Milano al 28°.**

IL TURISMO CONGRESSUALE IN **ITALIA**

Un settore importante:

- valore totale **€ 65,5 miliardi**
- impatto sul Pil Italia di **€ 36,3 miliardi**
- **569mila** addetti
- **56,4 milioni** di partecipanti

Nel 2021, la spesa internazionale per viaggi d'affari in Italia, circa 4,3 miliardi di euro (+50,8% sul 2020), è cresciuta più di quella per vacanze (+16,8%).

Nei primi 6 mesi del 2022, i viaggiatori dall'estero in Italia per motivi di lavoro hanno speso **quasi 3 miliardi di euro.**

IL TURISMO CONGRESSUALE IN ITALIA

Secondo l'**Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi-OICE**, l'industria dei congressi e degli eventi è ripartita.

TUTTAVIA

- La **ripresa** ai livelli pre-pandemici è attesa **nel 2026**.
- Il **52,5%** delle **sedi per congressi** ed eventi **si trova al Nord**, il 25,5% al Centro, il 13,9% al Sud e l'8,1% nelle Isole.
- Il **Nord** ha ospitato il **65,2% degli eventi nazionali** con un aumento del +29,0% circa sul 2020.

IL TURISMO CONGRESSUALE A **NAPOLI**

Il turismo traina la ripresa in Campania quadruplicate le presenze straniere

di Tiziana Cozzi

Il rapporto Bankitalia dei primi sei mesi del 2022

19 NOVEMBRE 2022 ALLE 09:58

🕒 2 MINUTI DI LETTURA



- Secondo i dati Bankitalia, a Napoli, nei primi 6 mesi del 2022 sono **quadruplicate le presenze straniere rispetto al 2021, superato del 24% anche il livello del primo semestre del 2019.**
- **Aeroporto:** nel primo semestre 2022 il traffico passeggeri dell'aeroporto di Napoli è risultato **7 volte superiore a quello dell'analogo periodo del 2021**, mentre nel Mezzogiorno e in Italia è quadruplicato.
- **Nei primi 9 mesi del 2022, crescono di due terzi i passeggeri di traghetti e aliscafi**, mentre il settore crocieristico aumenta l'attività ma non raggiunge ancora i livelli pre- pandemia.
- Nel primo semestre 2022 **l'occupazione è cresciuta del 5,2%**, recuperando i livelli pre pandemia.

IL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO 2023-2027

Oggi, **22 Febbraio 2023** a Roma sarà presentato il nuovo Piano Strategico del turismo che prevede **5 pilastri**:

- Innovazione
- Governance
- Formazione
- Qualità e inclusione
- Sostenibilità

IL NOSTRO CONTRIBUTO



AVVICINARSI A NAPOLI CON ESPERIENZE MULTICANALI AUMENTATE

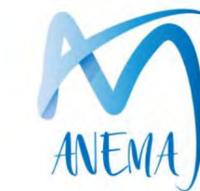


Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione



il progetto ANEMA è cofinanziato dall'Unione Europea, dallo Stato Italiano e dalla Regione Campania, nell'ambito del POR Campania FESR 2014/2020 - ASSE 3 - Obiettivo specifico 3.1 - Azione 3.1.1
Avviso Pubblico per il Sostegno alle MPMI Campane
nella realizzazione di Progetti di Trasferimento Tecnologico e Industrializzazione.

I PARTNER DI A.N.E.M.A.



SOCIETA' SPECIALIZZATA NELLA RICERCA, CONSULENZA E FORMAZIONE, NEL SETTORE DELLE PRODUZIONI AUDIOVISIVE, MULTIMEDIALI, APP E VIDEOGAMES



Società per
l'Innovazione
la Cooperazione e
l'Internazionalizzazione

SOCIETA' SPECIALIZZATA IN INNOVAZIONE DIGITALE (INTELLIGENZA ARTIFICIALE E MACHINE LEARNING), INTERNAZIONALIZZAZIONE E ACCELERAZIONE D'IMPRESA



AZIENDA ALL'AVANGUARDIA NELLA PROGETTAZIONE E NELLA REALIZZAZIONE DI SISTEMI INFORMATIVI AVANZATI E CYBERSECURITY

A.N.E.M.A. – II DIGITALE PER IL TURISMO

Il **digitale** rappresenta non solo un **fattore abilitante per la ripartenza del turismo congressuale e culturale**, ma anche **differenziante rispetto ai competitor** che tardano nell'affrontare questo percorso di trasformazione.

Le tecnologie digitali infatti possono essere di supporto nel:

- **conoscere e comprendere i bisogni degli operatori** e delle **figure professionali** che lavorano in questo settore, così come quelle dei **clienti/ ospiti**, grazie al potenziale dei big data e allo sviluppo di un approccio data-driven;
- **aumentare la visibilità del brand** e della **propria offerta**, anche su scala **internazionale**, migliorando il potenziale attrattivo di operatori e strutture rispetto ad un bacino di domanda più ampio ed esigente;
- nel **fornire ai propri ospiti/ clienti un'esperienza e un'interazione fluida e continua**, possibile grazie allo sviluppo di prodotti e contenuti digitali, interoperabili e integrati;

OBIETTIVI DI A.N.E.M.A.



Mettere a sistema le più recenti **innovazioni delle tecnologie digitali** come **AI, Machine learning, X-Reality**, per contribuire ad **innovare** la filiera del **turismo congressuale**.

Costruire un **nuovo approccio culturale**, in cui gli **spazi fisici** di alberghi, centri congressi, location aggregative, musei e siti storici, con il loro patrimonio di spazi ed opere, vengono **fruits e potenziati attraverso un ecosistema digitale di contenuti e servizi culturali** fra loro **interconnessi**, in una logica **multicanale**, attraverso **app, tour virtuale, prodotti audiovisivi, esperienze olografiche**.



TARGET DI A.N.E.M.A.

- 1. OPERATORI, PUBBLICI E PRIVATI, DEL TURISMO CONGRESSUALE**
→ miglioramento della **progettazione e gestione dell'offerta**
- 2. VISITATORI**
→ miglioramento **dell'esperienza di visita**

A.N.E.M.A. – IL «DIMOSTRATORE»



E' il partner professionale per gli **organizzatori congressuali di Napoli** e dintorni, agendo come facilitatore e coordinatore con le Istituzioni e con gli operatori del settore, attraverso un percorso di **consulenza professionale e gratuito.**

42

Soci & Partner

HOTEL 5 stelle Deluxe e 4 stelle

CENTRI CONGRESSI

SEDI UNCONVENTIONAL

SEDI ISTITUZIONALI

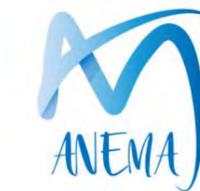
AGENZIE DI ORGANIZZAZIONE CONGRESSUALE

TOUR ED ESPERIENZE

CATERING e TRASPORTI

SERVIZI CONGRESSUALI

A.N.E.M.A. – l'analisi dei fabbisogni



ALCUNI ELEMENTI CHIAVE EMERSI DAI **WORKSHOP** CON GLI **OPERATORI DI ACCOGLIENZA CONGRESSUALE E TURISTICA**

PROGRAMMAZIONE:

- **Si è allungato l'orizzonte di programmazione**, non più annuale. Si sta programmando già il 2024 e il 2025.
- Lo scenario si fa più lungo e più complesso e incerto: il **rischio di previsione di un piano tariffario passa dal 15% al 60%** → software di **"revenue management"**, in continuo aggiornamento, ma anche **deep scouting sul web** alla ricerca di informazioni utili per pianificare le proprie strategie, a partire da quelle commerciali.
- **Gestione data-driven**, per comprendere in maniera più puntuale il **comportamento dell'intera filiera turistica**, dal gestore al consumatore, trasformando i dati in supporto strategico per guidare le giuste scelte di investimento, con **decision support systems**, ma anche **supporto di agenzie di comunicazione** - es. sentiment analysis.

A.N.E.M.A. – l'analisi dei fabbisogni



ALCUNI ELEMENTI CHIAVE EMERSI DAI **WORKSHOP** CON GLI **OPERATORI DI ACCOGLIENZA CONGRESSUALE E TURISTICA**

INTERAZIONE CON I CLIENTI:

- **Abbassamento dell'età media dei clienti:** la nuova generazione di turisti è composta ormai prevalentemente da **nativi digitali che richiedono by default servizi digitali e innovativi;**
- **Digitalizzazione degli acquisti turistici** anche tra i clienti in fasce d'età più adulte;
- **Contrazione dei tempi di risposta al cliente:** da 24/48 ore a **non più di 30 minuti**
- **Contrazione dei tempi di vendita**
- **Necessità di costruzione veloce, efficace, emozionante, innovativa dell'offerta turistica** (es. esperienze olografiche, ma anche strumenti tradizionali, ma **fortemente customizzati**)

A.N.E.M.A. – l'analisi dei fabbisogni



ALCUNI ELEMENTI CHIAVE EMERSI DAI **WORKSHOP** CON GLI **OPERATORI DI ACCOGLIENZA CONGRESSUALE E TURISTICA**

COMUNICAZIONE:

- Il «**colore**» della comunicazione cambia tonalità lungo il ciclo di vita di un contatto: caldissima nella fase iniziale, più tecnica nell'evoluzione;
- I **siti web** si evolvono verso **piattaforme**, «gemelli digitali» delle aziende;
- Dall'**inseguimento del cliente alle strategie SEO (Search Engine Optimization)**, che mirano ad aumentare la visibilità di un sito, migliorandone la posizione nelle classifiche dei motori di ricerca
- No pdf e ppt, ma **link e landing page**, poco descrittivi e pieni di immagini; Il **cartaceo**, quando c'è, assomiglia più a un **book fotografico**;
- **Continua generazione di contenuti video** (reel), sempre **meno strutturati** e professionali ma «**smart**» e aggiornati;
- **storytelling day by day** (spesso affidato a società esterne) mantenendo un equilibrio tra l'immagine aziendale e la diversificazione dei messaggi in funzione dei canali social;
- Attenzione alla **brand reputation**;

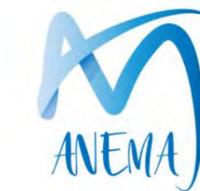
A.N.E.M.A. – l'analisi dei fabbisogni



LE **PRIORITA'** EMERSE DALL'ANALISI

- **Migliorare la user experience e potenziare / rendere più efficace l'interazione fisico-digitale** lungo l'esperienza congressuale;
- **Migliorare i sistemi di rilevamento (e di socializzazione!) della customer satisfaction**, anche in ottica SEO;
- **Migliorare la formazione sugli strumenti digitali**, e la capacità di valutazione delle potenzialità, dei vantaggi e dei rischi delle **nuove tecnologie**, tra cui il **metaverso, gli ologrammi e la realtà immersiva**, così come **produzioni video e brochure multimediali**;
- **Semplificare la gestione dei vari target** di clienti tra loro portando, in ultima istanza, ad un miglioramento della loro soddisfazione e fidelizzazione;
- **Necessità di maggiori info dalle istituzioni**, uso di **sistemi pubblici più aggiornati** ed efficaci per il **monitoraggio e la promozione turistica**.

A.N.E.M.A. – l'analisi dei fabbisogni



LE **PRIORITA'** EMERSE DALL'ANALISI

Migliorare il rapporto con la comunicazione della città' (E CON LE ISTITUZIONI):

- Napoli non è la prima destinazione quando si viene in Italia;
- abbiamo un aeroporto internazionale da pochi anni;
- abbiamo una città caotica, non lineare.

La capacità di vendita di una struttura passa per la **capacità di trasmettere l'atmosfera della città.**

La **Regione Campania** ha fatto un grande **passo avanti** nella **cinematografia**, generando **pubblicità** attraverso tv e una produzione cinematografica e televisiva che ha promosso la città nel mondo, con **effetti anche sul turismo**.

Ma c'è ancora tanto da fare!



AVVICINARSI A NAPOLI CON ESPERIENZE MULTICANALI AUMENTATE

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

