

## COORDINAMENTO DEL PROGETTO ED EVENTI PROMOZIONALI

Forte della sua trentennale esperienza nella realizzazione di progetti in ambito culturale nonché nell'incentivare e promuovere il dialogo fra il settore pubblico e quello privato, attraverso eventi e iniziative, l'Associazione Civita si è occupata del coordinamento del progetto "WeACT<sup>3</sup>" facilitando la collaborazione fra le imprese partner, socie di Civita, e le Gallerie Nazionali di Arte Antica.

Seguendo a fianco delle imprese sia la fase progettuale che di effettiva realizzazione, Civita ha curato gli aspetti legali ed amministrativi dell'iniziativa giungendo alla firma congiunta del primo contratto di sponsorizzazione tecnica fra 12 partner e le suddette Gallerie volto alla valorizzazione di queste ultime attraverso una serie di interventi tecnologici ed innovativi messi a disposizione in maniera integrata. Un importante lavoro di raccordo, dunque, che trova il suo punto di forza nell'integrazione di molteplici competenze oltre che in un ascolto puntuale delle indicazioni fornite dalle Gallerie.

Nell'ambito del progetto, inoltre, l'Associazione Civita, ha fornito il proprio contributo attraverso la realizzazione di 5 eventi volti a promuovere la conoscenza delle Gallerie e del loro patrimonio verso un pubblico più ampio e diversificato: dall'organizzazione di un hackathon, in collaborazione con Ericsson, rivolto ai giovani creativi con l'obiettivo di sperimentare le potenzialità insite nelle tecnologie a vantaggio del museo, fino alla promozione di iniziative di musica e spettacolo in collaborazione con il Teatro dell'Opera di Roma previste per il 2019.

**L'Associazione Civita** è un'organizzazione non profit fondata da un gruppo di aziende, enti pubblici di ricerca e università che, da ormai trent'anni, rappresenta un punto di riferimento importante nel dibattito nazionale sui beni e le attività culturali. Con oltre 160 imprese associate, è impegnata nella "promozione della cultura" attraverso ricerche, convegni, eventi, pubblicazioni e progetti volti a valorizzare il patrimonio culturale italiano e a promuovere iniziative di partnership pubblico-privato.

Nata nel 1987, con l'obiettivo originario di far fronte al degrado di Civita di Bagnoregio, antico borgo dell'Alto Lazio, Civita prosegue il suo impegno nel settore nella convinzione che l'investimento in Cultura offra una preziosa opportunità per la crescita non solo civile ma anche economica di una comunità. Se Civita è viva e presente nella società e nella cultura italiana è grazie agli importanti risultati conseguiti in questi anni che ne hanno accresciuto notorietà e prestigio.

Per ulteriori informazioni: [www.civita.it](http://www.civita.it)

## **ENERGY MANAGEMENT** (PARTNERSHIP AVVENIA - ERICSSON)

**Risparmio ed efficienza per Palazzo Barberini e Galleria Corsini.** Installazione, in quattro sale di Palazzo Barberini e in una di Galleria Corsini, di un sistema di monitoraggio e diagnostica, non invasivo e di altissimo livello tecnologico.

Il monitoraggio è richiesto, ed è fondamentale data l'alta variabilità di molti parametri all'interno della struttura museale (come l'affluenza e le collezioni che possono variare). Questo consente maggiori possibilità di ospitare quadri da altri musei, dato che molti richiedono che siano controllati tutti i parametri. La finalità, dunque, è permettere di mantenere costanti tali valori sia per una migliore fruizione da parte dei visitatori delle gallerie, ma soprattutto per la conservazione delle opere stesse.

I sensori utilizzati, forniti da Avvenia, hanno raccolto informazioni preziose inerenti umidità, luminosità, temperatura e consumi di energia. I dati sono stati inseriti all'interno della piattaforma "IoT Accelerator" di Ericsson, grazie a un modello di calcolo che centralizza le informazioni provenienti dalle differenti tipologie di sensori, e tra pochi mesi saranno pronti i risultati: ora è possibile definire le migliori soluzioni tecnologiche da implementare per migliorare l'efficientamento energetico dei due musei, stimando una riduzione dei costi del 20%. L'idea è quella di garantire anche benefici circa il miglioramento del servizio offerto da parte del museo ai suoi visitatori come un miglior confort ambientale, un miglior livello di luminosità delle sale e delle opere, considerando che il mantenere un monitoraggio attivo potrà aumentare la possibilità di ricevere in prestito opere da altri musei che richiedono delle condizioni ambientali da mantenere. Il risparmio ottenuto si tradurrà in risorse economiche da poter destinare ad altre attività del museo, e di conseguenza in un'esperienza più confortevole e qualificata per i visitatori.

**AVVENIA**, E.S.Co. certificata UNI CEI 11352 e ISO 9001, nasce nel 2001 divenendo in breve tempo leader del mondo dell'efficienza energetica, con più di un 1,7 milioni di TEE ottenuti negli ultimi anni, e un numero di progetti di efficientamento realizzati e gestiti fra i più alti in Italia, anche tramite soluzioni del tipo EPC (Energy Performance Contract). Ha così intessuto un dialogo importante con l'AEEG, l'ENEA e il GSE consolidando la leadership e il suo ruolo guida nel mercato dell'efficienza. È componente attivo della FIRE (Federazione Italiana per l'uso Razionale dell'Energia). In coerenza con la sua missione aziendale, Avvenia è certificata in ottemperanza alla norma UNI-CEI 11352. Avvenia è una azienda del gruppo Terna.

## SISTEMA DI GESTIONE DELLE COLLEZIONI E GUIDA DIGITALE GALLERIA CORSINI

**Sistema di gestione delle collezioni:** La soluzione realizzata dal Consorzio Glossa supporta il Museo nella conoscenza e gestione del proprio patrimonio, fornendo a tutte le funzioni organizzative (inventariazione, movimentazione, restauro, allestimento, documentazione, comunicazione, valorizzazione, ecc..ecc.) una piattaforma integrata e accessibile via web. L'attività condotta in collaborazione con il Personale delle Gallerie, ha consentito, inoltre, di recuperare le informazioni già digitalizzate negli anni e distribuite su diversi supporti e sistemi. Sono così confluite nel sistema, alla data, oltre 2.400 voci di inventario, circa 12.000 immagini digitali oltre alle planimetrie delle sale e al loro allestimento.

**Guida digitale Galleria Corsini:** L'applicazione consente di effettuare la visita alla Galleria Corsini con l'ausilio di un *tablet* che propone, in italiano, inglese e francese, una descrizione delle sale e delle opere esposte consentendo all'utente di approfondire temi ed argomenti di proprio interesse. L'*APP* è realizzata in modo che tutte le informazioni (testi, immagini, piante e allestimento delle sale) sono estratte automaticamente dalla banca dati del **Sistema di gestione delle Collezioni** consentendo, così, di espandere ed aggiornare i contenuti in occasione di eventi e/o mutamenti degli spazi espositivi.

Il software sviluppato, e la stretta integrazione tra le due piattaforme realizzata appositamente con il progetto WeACT<sup>3</sup>, costituiscono un modello innovativo per la digitalizzazione di un museo e hanno consentito al Consorzio Glossa di proporre una propria soluzione applicativa, denominata **SIPAC© Sistema Informativo Patrimonio Culturale**, attualmente in uso presso altri musei italiani.

**Il Consorzio Stabile Glossa** è un consorzio ad attività esterna e senza scopo di lucro, costituito nel 1996 per sviluppare attività di ricerca finalizzate all'applicazione delle tecnologie informatiche al settore delle scienze umane.

Come da statuto, il Consorzio ha lo scopo, tra l'altro, di:

- svolgere attività di ricerca applicata nel campo delle tecnologie informatiche e delle tecnologie avanzate di rete, finalizzata all'individuazione di metodologie e alla produzione di soluzioni informatiche evolute, **con particolare riferimento ai settori della catalogazione, conservazione e fruizione dei beni culturali e ambientali, della promozione turistica, protezione ambientale e pianificazione del territorio**, della multimedialità ed editoria elettronica, della traduzione "assistita" dal computer;
- favorire l'interazione tra Istituzioni Universitarie, Enti di Ricerca e Organismi, nazionali e internazionali, in campi di interesse economico, sociale e culturale, garantendo lo scambio delle informazioni e delle conoscenze.

Ai sensi del Regolamento (CE) n°800/2008, e ss. mm. e ii. il Consorzio Glossa si qualifica come **Organismo di Ricerca** nell'ambito delle iniziative comunitarie e nazionali per l'erogazione dei fondi per attività di ricerca e sviluppo industriale.



## DIGITAL MARKETING (PARTNERSHIP DM CULTURA - ORACLE)

Chi lavora nell'ambito della promozione turistico-culturale sembra aver compreso, ormai, il valore potenzialmente strategico degli ambienti digitali che consente di sfruttare un canale comunicativo sempre aperto, per stringere relazioni con i potenziali visitatori.

Per partecipare a questa nuova grande "conversazione", il **Digital Marketing Culturale** ci aiuta a ripensare e rimodellare le modalità di interazione fra persone, fra Luoghi della Cultura e utenti/visitatori, fra dispositivi e applicazioni.

Il progetto di DM Cultura prevede servizi di **affiancamento** e **consulenza** per la creazione di efficaci e solide **strategie di comunicazione**, di **social media management**, di **promozione** e di **marketing** utili per incrementare la **presenza sul web** delle **Gallerie Nazionali Barberini Corsini**.

L'obiettivo è creare le condizioni per intercettare un **nuovo pubblico** da convertire in **visitatore** fisico delle Gallerie, sviluppando percorsi che lo traghettino dall'interesse **digitale** a quello **reale**.

È stata adottata una **metodologia innovativa** nel mondo museale, fatta di contenuti unici, di qualità e valore, rivolti ad un target definito, finalizzato ad un processo che faccia conoscere le Gallerie, interagire gli utenti, allineare i contenuti con gli interessi.

L'intervento ha consentito la **raccolta**, l'**analisi** delle interazioni digitali e dei **feedback**, generando **visibilità**, precisione delle comunicazioni su segmenti di potenziali visitatori e ritorno di immagine. Significativo è stato l'impatto sui canali di comunicazione digitale (social ed email) delle Gallerie che sono cresciute rispetto al 2017. Da notare l'exploit di Instagram, sia in termini di followers (+277%) che di visualizzazioni medie per ciascun post (+177%).

L'esperienza di **DM Cultura** ha inizio, più di **30** anni fa, nel settore **Biblioteche**. Nel tempo, sono diventati nostri clienti **Musei** e Reti Museali, **Luoghi della Cultura**, **Archivi Storici** e realtà che operano nel **Turismo Culturale**.

Oggi sono oltre **5.500** gli enti, pubblici e privati, che hanno scelto le nostre soluzioni e i nostri servizi. Lo consideriamo un punto di partenza. Per noi è importante, infatti, continuare ad accompagnare le Istituzioni Culturali in un percorso di innovazione in cui nuovi servizi e nuove piattaforme uniscono tecnologia e comunicazione, aspetti scientifici e la migliore esperienza utente possibile.

Nei nostri ambiti di lavoro (**Consulenza Strategica, Piattaforme Tecnologiche, GDPR Consultancy, Digital Strategy, Servizi web e mobile, Cyber Security**) abbiamo scelto di:

- sviluppare e applicare le novità tecnologiche
- prestare grande attenzione alla qualità in tutte le fasi di progettazione e sviluppo del software.

DM Cultura supporta il processo di **trasformazione digitale** dei Luoghi della Cultura, progettando e realizzando modelli di fruizione e valorizzazione interattivi ed immersivi grazie all'impiego di tecnologie digitali innovative, quali ad esempio **Realtà Virtuale**, **Realtà Aumentata**, proiezioni olografiche.

Il nostro impegno: usare la rete per coinvolgere le persone e far loro scoprire e riscoprire i nostri straordinari patrimoni culturali. Per ulteriori informazioni: <http://www.dmcultura.it>

## DIGITALIZZAZIONE DELLA VOLTA DI PIETRO DA CORTONA E RICOSTRUZIONI 2D&3D DI DUE OPERE ESPOSTE IN GALLERIA CORSINI

L'**ENEA** ha partecipato al progetto realizzando due interventi: la digitalizzazione della volta di Pietro da Cortona a Palazzo Barberini mediante laser scanner RGB-ITR, e la ricostruzione fotogrammetrica 3D e modellazione di due opere: il «Trono Corsini» e il busto in terracotta ritratto di Alessandro VII Chigi, opera di Gian Lorenzo Bernini.

L'intervento eseguito con lo scanner RGB-ITR (Red Green Blue – Imaging Topological Radar) ha permesso di restituire un modello 3D dettagliato della volta affrescata da Pietro da Cortona "Il Trionfo della Divina Provvidenza", nella sala di Palazzo Barberini. L'operazione è stata possibile senza l'uso di impalcature e interdizione dell'area ai visitatori. L'utilizzo combinato dei tre fasci laser dello strumento ha permesso di ottenere un modello 3D a colori ad altissima risoluzione, che permette di monitorare lesioni e danneggiamenti dell'affresco, supportando non solo il lavoro dei restauratori, ma anche la divulgazione. Infatti, il modello 3D consente di apprezzare dettagli non facilmente fruibili ad occhio nudo.

Mediante l'utilizzo della tecnica fotogrammetrica, integrata con l'applicazione di uno scanner a luce strutturata, si è partiti da immagini digitali 2D per elaborare i modelli 3D della scultura romana "Trono Corsini" e del ritratto di Alessandro VII Chigi, busto in terracotta di Bernini, opere conservate nella Galleria Corsini. Tali modelli 3D favoriscono la fruizione in modalità virtuale delle opere e facilitano la visibilità di alcuni dettagli, come le impronte digitali del Bernini rimaste impresse sulla terracotta. L'analisi puntuale delle lesioni metricamente riportate nel modello 3D permette, inoltre, di continuare a monitorare nel tempo lo stato di conservazione delle opere.

**ENEA** è l'Agenzia Nazionale per le Nuove Tecnologie, l'Energia e lo Sviluppo Economico Sostenibile. Molte di queste tecnologie che vennero sviluppate in altri settori, si sono negli anni dimostrate adattabili ed efficaci sui beni culturali, portando l'Agenzia a ricoprire un ruolo determinante nell'innovazione dei metodi scientifici per la diagnostica, il restauro e la fruizione del Patrimonio Culturale.

Le esperienze di Ricerca dell'ENEA, maturate negli ultimi tre decenni, in costante collaborazione con le istituzioni culturali, rappresentano un esempio di successo per il supporto dato nelle fasi di progettazione ed esecuzione di restauri, monitoraggio dello stato di conservazione, messa in protezione e di ampliamento delle modalità di fruizione, anche per i beni difficilmente accessibili o non più esistenti.

Le tecnologie e le competenze ENEA sono state valorizzate nell'ambito di progetti regionali e nazionali finanziati per supportare ricercatori, studiosi e operatori del settore, non solo con indagini eseguite nei laboratori, ma anche nel lavoro di cantiere, realizzando strumenti trasportabili e di facile utilizzo. L'Agenzia - che è anche partner del Centro di Eccellenza DTC Lazio - non si ferma soltanto alla Ricerca, ma è anche orientata al Trasferimento Tecnologico e al sostegno dei processi d'innovazione per il miglioramento della competitività internazionale nel sistema imprenditoriale.

## ENERGY MANAGEMENT E IOT (PARTNERSHIP AVVENIA - ERICSSON)

**Risparmio ed efficienza per Palazzo Barberini e Galleria Corsini.** Installazione, in quattro sale di Palazzo Barberini e in una di Galleria Corsini, di un sistema di monitoraggio e diagnostica, non invasivo e di altissimo livello tecnologico.

I sensori utilizzati, forniti da Avvenia, hanno raccolto informazioni preziose inerenti umidità, luminosità, temperatura e consumi di energia. I dati sono stati inseriti all'interno della piattaforma "IoT Accelerator" di Ericsson, grazie a un modello di calcolo che centralizza le informazioni provenienti dalle differenti tipologie di sensori, e tra pochi mesi saranno pronti i risultati: ora è possibile definire le migliori soluzioni tecnologiche da implementare per migliorare l'efficiamento energetico dei due musei, stimando una riduzione dei costi del 20%. L'idea è quella di garantire anche benefici circa il miglioramento del servizio offerto da parte del museo ai suoi visitatori come un miglior confort ambientale, un miglior livello di luminosità delle sale e delle opere, considerando che il mantenere un monitoraggio attivo potrà aumentare la possibilità di ricevere in prestito opere da altri musei che richiedono delle condizioni ambientali da mantenere. Il risparmio ottenuto si tradurrà in risorse economiche da poter destinare ad altre attività del museo, e di conseguenza in un'esperienza più confortevole e qualificata per i visitatori.

La piattaforma IoT Accelerator è stata utilizzata anche nella maratona digitale, "Che forma avrà il museo del futuro?", organizzata dalle Gallerie Nazionali Barberini Corsini, l'Associazione Civita ed Ericsson lo scorso mese di giugno. La sfida ha visto la partecipazione di numerosi giovani, umanisti, sviluppatori, programmatori, copywriter e data analyst che, all'insegna dell'innovazione, hanno proposto, dopo tre settimane di intenso lavoro, la loro "idea di museo", un luogo dove la tecnologia è al servizio della creatività, per migliorare l'esperienza di visita da parte del pubblico e, al contempo, incrementare conoscenza e visibilità del museo stesso. L'iniziativa si inserisce all'interno della programmazione dell'Anno europeo del patrimonio culturale 2018.

**Ericsson**, con sede principale a Stoccolma, Svezia, è tra i leader mondiali nella fornitura di tecnologie e servizi per la comunicazione. Ogni giorno oltre il 40% del traffico mobile mondiale passa attraverso le reti Ericsson. Presente in 180 paesi, con oltre 97.500 professionisti, nel 2017 ha registrato un fatturato di 201,3 miliardi di SEK. Le attività di R&S rappresentano un settore al quale la società ha da sempre dedicato importanti risorse e investimenti - nel 2017 ha investito in R&S circa il 19% del fatturato globale - registrando risultati di eccellenza a livello mondiale che gli permettono oggi di possedere oltre 45.000 brevetti essenziali nelle telecomunicazioni.

In Italia Ericsson è presente dal 1918, oggi con circa 3.000 professionisti. Nel nostro Paese ha all'attivo 40 anni di attività di Ricerca & Sviluppo, svolta all'interno dei tre centri di eccellenza mondiale di Genova, Pisa e Pagani (Salerno). Dall'anno 2000 sono oltre 600 i brevetti registrati dai ricercatori italiani, protagonisti anche di diversi record mondiali. Tutto questo è frutto dell'ecosistema virtuoso dell'innovazione che Ericsson contribuisce a far crescere, fungendo da cerniera tra i maggiori centri di ricerca, le istituzioni, le imprese e le università e promuovendo la condivisione di esperienze e lo sviluppo di progetti comuni tra i vari referenti dell'innovazione locale. In Italia Ericsson fornisce tecnologie e servizi ai principali operatori di telecomunicazioni ed è impegnata nell'evoluzione delle attuali reti mobili verso il 5G.

Per consolidare l'impegno di Ericsson nel campo della Responsabilità Sociale, nel 2006 nasce la Fondazione Lars Magnus Ericsson, un ente morale senza fini di lucro finalizzato alla creazione di soluzioni di successo in grado di creare valore nel campo delle telecomunicazioni, al fine di contribuire al progresso umano e civile e migliorare la qualità della vita.

## PIATTAFORMA DI SUPERVISIONE INTEGRATA PER SECURITY & SAFETY

**Il progetto ha come scopo principale gestire e centralizzare, attraverso un'unica piattaforma di supervisione, i sistemi e sottosistemi di sicurezza di entrambi i siti museali.**

La piattaforma software **Galassia 4.0 Global PSIM Solution** è stata installata presso la sala regia di Palazzo Barberini per il monitoraggio e la correlazione degli eventi generati dai sistemi di controllo degli accessi, videosorveglianza, rivelazione incendi e dei sensori di consumo energetico presenti in entrambi i musei.

Galassia 4.0 è una soluzione Client/Server di livello Enterprise, aperta, scalabile e flessibile, per realizzare Centrali Operative evolute finalizzate alla supervisione di uno o più siti geograficamente distribuiti.

La **soluzione realizzata presso le Gallerie Nazionali Barberini Corsini** consentirà di adottare **innovative misure di sicurezza** per:

- proteggere e tutelare le opere esposte
- migliorare la sicurezza del percorso dei visitatori
- accrescere la percezione di Sicurezza all'interno delle aree museali
- ottimizzare l'impiego di personale di sicurezza sollevando da mansioni a cui le tecnologie possono sopperire con la possibilità di destinare il personale in altre attività museali
- migliorare le procedure di gestione degli eventi con la tracciabilità del dato
- salvaguardare gli investimenti pregressi

**Gruppo DAB** è il primo "Polo Tecnologico Sicurezza" in Italia: un centro di assoluta eccellenza con l'obiettivo preciso di soddisfare ogni richiesta in termini di **Security, Safety e Controllo Tecnologico**. Fondata nel **1972**, l'azienda affronta con successo tutte le esigenze connesse alla tutela di Beni, Persone e Territorio coniugando sinergicamente ogni elemento della propria competenza: *Ricerca e Sviluppo, Analisi e Progettazione, Realizzazione di Sistemi Complessi di Sicurezza, Telemonitoraggio, Vigilanza e Formazione.*

## IDENTITÀ DIGITALE DELL'INIZIATIVA WEACT<sup>3</sup>

Logotel si è occupata di progettare e realizzare una **comunicazione integrata** che valorizzi il racconto di WeACT<sup>3</sup>, iniziativa che coinvolge 12 imprese ed enti a collaborare e mettere in campo le proprie competenze a servizio dell'arte e della cultura.

In particolare ha fornito il suo supporto nella definizione condivisa degli **strumenti di comunicazione**, co-progettando insieme ai 12 partner - ognuno con toni di voce diversi - il racconto degli interventi, creando uno **storytelling univoco** e un **linguaggio comune**, appositamente studiati per essere condivisi da tutti.

Logotel ha rafforzato l'**identità digitale** e la visibilità dell'iniziativa grazie alla realizzazione del **sito web** di WeACT<sup>3</sup>, a una serie di **video** per presentare il progetto e gli interventi dei partner e a un kit di comunicazione per diffondere in modo univoco e integrato l'*identity* di WeACT<sup>3</sup>.

**Logotel** è la service design company che progetta e accompagna la trasformazione delle imprese in modo collaborativo. Dal 1993 costruiamo insieme ai nostri Clienti servizi ed esperienze su scala internazionale, dalla strategy al delivery al "life" dei progetti.

L'approccio di Logotel unisce discipline e competenze diverse, sempre "People & Design Focused", rendendo concreta l'innovazione, ingaggiando i network di intere organizzazioni distribuite sul territorio, ridisegnando le relazioni tra Brand, Clienti interni ed esterni per generare impatti reali.

Con un team composto da oltre 190 Persone, abbiamo sede a Milano nei 2.400 mq di spazi dell'ex stabilimento Faema. Nel 2017 Logotel ha lavorato per oltre 60 Clienti diversi, ha coinvolto 5.000 Persone in progetti formativi e ne supporta quotidianamente più di 100.000 con le 31 Content and Business Community che erogano servizi e contenuti, motivano e attivano la condivisione e la partecipazione.



## PAGAMENTI DIGITALI

**Mastercard** ha supportato il progetto **WeACT<sup>3</sup>** ampliando i servizi di pagamento digitale e introducendo i pagamenti contactless presso le Gallerie Barberini-Corsini, per migliorare l'esperienza del consumatore con strumenti di pagamento semplici, sicuri e veloci.

Attraverso la sua piattaforma globale Priceless Cities, Mastercard ha inoltre promosso eventi dedicati ai propri titolari di carte, iscritti alla piattaforma, per promuovere le Gallerie Barberini-Corsini. Il programma [Priceless Cities](#) è attivo in oltre 40 città in tutto il mondo e offre ai possessori di carte Mastercard l'accesso ad una serie di esperienze esclusive: eventi enogastronomici e culturali, esperienze di shopping e molto altro ancora. Priceless Cities offre una selezione di esperienze e vantaggi esclusivi, e consente ai possessori di carte Mastercard di visitare le più grandi città del mondo in un modo davvero priceless. Dopo Roma, Milano, anche la Sicilia è di recente entrata nel programma Mastercard, con Priceless Sicily, una sezione dedicata ai luoghi straordinari di quest'isola.

**Mastercard** (NYSE: MA), è il network tecnologico globale dei pagamenti con una portata globale e raggiunge più di 210 paesi e territori, partner di 22 mila istituzioni finanziarie e di più di 35 milioni di retailers. I prodotti e le soluzioni Mastercard rendono le attività commerciali di tutti i giorni – come per esempio fare shopping, viaggiare, dirigere un'impresa e gestire le finanze – più facili, più sicure e più efficienti per tutti. In qualità di leader tecnologico e di innovazione, Mastercard connette milioni di consumatori, guardando alle tecnologie più innovative per creare nuove esperienze per i consumatori, proprio per rendere più piacevole e gratificante il processo di acquisto online e in-store. La visione di Mastercard del futuro, è quella dove le nuove tecnologie creeranno nuove esperienze di consumo, sempre più coinvolgenti, divertenti e connesse e quella di una realtà con infinite possibilità per effettuare pagamenti, con device sempre più intelligenti e mobili, e pagamenti in app. Mastercard è sponsor delle più importanti manifestazioni nel mondo dello sport (nel calcio UEFA Champions League, la Nazionale brasiliana, la Coppa America in Cile, il Boca Juniors e River Plate in Argentina, nel tennis i Roland Garros e Miami Open), della musica (The Brit Awards) e del cinema (Festival Di Cannes, Berlinale Film Festival, Biennale di Venezia).



## DIGITAL MARKETING (PARTNERSHIP DM CULTURA - ORACLE)

Obiettivo primario dell'intervento è quello di consentire a "WeACT<sup>3</sup>" di poter adottare le più moderne metodologie di Modern Marketing per comunicare con tutto il mercato. Oggi perché una comunicazione venga recepita dal ricevente è necessario che essa sia altamente personalizzata, tempestiva e rilevante. Grazie alle soluzioni presenti in Cloud di Oracle Marketing Cloud (Eloqua per le campagne di comunicazione e SRM per la gestione dei canali social) è stato possibile procedere alla definizione delle Personas più corrette, creare messaggi altamente personalizzabili ed uscire dal paradigma della comunicazione unidirezionale ma passare a una reale comunicazione relazionale.

Aver a disposizione la miglior piattaforma per l'Orchestrazione della Comunicazione ha permesso a "WeACT<sup>3</sup>" di far partire diverse campagne personalizzate e rilevanti per ogni singolo ricevente.

La capacità di monitorare, con dati effettivi ed in tempo reale, ogni singolo passaggio delle campagne ha poi consentito non solo di misurare i risultati reali ed effettivi ma ha permesso di approntare eventuali azioni correttive al fine di garantire il successo della comunicazione e dell'iniziativa.

**Oracle Cloud** offre un'unica suite completa di applicazioni in modalità SaaS ("Software as a Service") che copre i processi di ERP (Enterprise Resource Planning include le parti di SCM), HCM (Human Capital Management) e **CX (Customer eXperience**, che comprende soluzioni in Cloud per il **Modern Marketing, CRM - Customer Relationship Management** sia per la parte dei processi di vendita che di supporto - e molto altro ancora), oltre alla propria pluripremiata piattaforma database come "Platform as a Service" (PaaS) ed anche un set completo di soluzioni "Infrastructure as a Service" (IaaS). I servizi Cloud di Oracle sono erogati da data center diffusi nel mondo – nelle Americhe, in Europa e in Asia – con anche la possibilità unica di avere il "Cloud at Customer", al fine di essere in grado di rispettare tutti i requisiti legislativi, normativi anche nei mercati più restrittivi e sui dati più sensibili. Con un mondo di applicazioni SaaS virtualmente per ogni funzione aziendale – dalla Finanza al Marketing, dalla Supply Chain alle Human Resources etc. – e la possibilità avere nativamente presenti nelle applicazioni le principali innovazioni tecnologiche, dalla **BlockChain** all'**Intelligenza Artificiale** al **Machine Learning** - la completezza funzionale e sistemica di Oracle Cloud è la più estesa del mercato ed è già un realtà presente e apprezzata dai molti clienti.

Nel nostro Paese Oracle è presente dal 1993, con sedi principali a Milano e Roma e con filiali a Torino, Padova, Bologna. Oracle in Italia, con oltre 1.100 dipendenti, opera al fianco di circa 700 Business Partner - in particolare ISV, System Integrators e VAR – che conoscono a fondo le esigenze di specifiche aree geografiche o merceologiche e che sono in grado di aggiungere valore all'offerta Oracle. L'azienda è guidata nel nostro paese da Fabio Spoletini, Country Leader e Vice President Technology Sales per Italia, Francia, Iberia, Russia e CIS.

Per ulteriori informazioni su Oracle (NYSE: ORCL), [www.oracle.com/it](http://www.oracle.com/it).

Per avere un punto di vista italiano: <https://blogs.oracle.com/Il-Blog-di-Oracle/>

Per seguire Oracle Italia su Twitter: <http://twitter.com/OracleItalia>

Per seguire Oracle Italia su YouTube: <http://www.youtube.com/user/OracleItalia>

ORACLE®

**MOBILE TICKETING** (PARTNERSHIP VODAFONE - WIND TRE)

Il progetto realizzato nell'ambito di WeAct<sup>3</sup>, rende possibile l'acquisto del biglietto d'ingresso a Palazzo Barberini - Galleria Corsini, direttamente dal credito telefonico.

Per fruire del servizio sarà sufficiente andare sul portale dedicato, oggi in fase demo, accedere nell'area riservata al polo museale e:

- selezionare data di visita;
- selezionare numero e tipologia di biglietti;
- confermare l'acquisto inviando un SMS al numero dedicato;
- ricevere, sempre via SMS, il PIN da mostrare in cassa a conferma della transazione.

L'importo verrà scalato dal credito residuo o addebitato in fattura.

Vodafone Italia fa parte del Gruppo Vodafone, uno dei maggiori gruppi di telecomunicazioni al mondo, con 531,9 milioni di clienti di rete mobile e 20,4 milioni di rete fissa. Il Gruppo opera nel mercato della rete mobile in 25 paesi, è presente con accordi di partnership in altri 44 ed è attivo in 18 mercati con i propri servizi di rete fissa. Vodafone Italia ha circa 7.000 dipendenti, di cui 2.500 operano nel mondo dell'assistenza ai clienti in 8 Competence Center su tutto il territorio nazionale. Vodafone Italia chiude l'anno fiscale al 31 marzo 2018 con ricavi da servizi a 5.302 milioni di euro e EBITDA a 2.329 milioni di euro.



### **MOBILE TICKETING** (PARTNERSHIP VODAFONE - WIND TRE)

Il progetto realizzato nell'ambito di "WeACT<sup>3</sup>", rende possibile l'acquisto del biglietto d'ingresso a Palazzo Barberini - Galleria Corsini, direttamente dal credito telefonico.

Per fruire del servizio sarà sufficiente andare sul portale dedicato, oggi in fase demo, accedere nell'area riservata al polo museale e:

- selezionare data di visita;
- selezionare numero e tipologia di biglietti;
- confermare l'acquisto inviando un SMS al numero dedicato;
- ricevere, sempre via SMS, il PIN da mostrare in cassa a conferma della transazione.

L'importo verrà scalato dal credito residuo o addebitato in fattura.

**Wind Tre**, guidata da Jeffrey Hedberg, è ai vertici del mercato mobile in Italia e tra i principali operatori alternativi nel fisso. L'azienda è nata dalla fusione delle due società operative H3G S.p.A e Wind Telecomunicazioni S.p.A. a seguito della joint-venture paritetica creata dai rispettivi azionisti CK Hutchison e VEON.

Dal 7 settembre 2018, CK Hutchison è azionista unico di Wind Tre.

Wind Tre sta realizzando significative efficienze e importanti investimenti in infrastrutture digitali. La nuova capacità finanziaria e industriale permette a Wind Tre di fornire servizi innovativi, di elevata qualità ed una maggiore velocità di rete in linea con la crescente domanda di connettività e con le aspettative di consumo di famiglie ed imprese.

L'azienda ha l'obiettivo di diventare un player di riferimento nell'integrazione fisso-mobile e nello sviluppo delle reti in fibra di nuova generazione grazie anche all'accordo con Open Fiber per la realizzazione della rete in banda ultra larga in Italia. Per quanto riguarda la telefonia mobile, Wind Tre, una volta consolidato il proprio network, disporrà di 21.000 siti di trasmissione.

Nel segmento Consumer, "Wind" e "3" sono i brand che caratterizzano i prodotti e le offerte.

"Wind Tre Business" è il brand per le aziende e la Pubblica Amministrazione.

