

## Descrizione della Proposta SMART URBAN DISTRICT

### Breve descrizione

La proposta SMART URBAN DISTRICT consiste nella costruzione di una 'piazza virtuale&fisica' che vada a valorizzare – grazie a tutte le opportunità messe a disposizione dal digitale - il distretto territoriale, a far conoscere al pubblico l'offerta commerciale di negozi e di intrattenimento della zona, a supportarne la ripresa economica dopo la pandemia e a guidare gli abitanti e i frequentatori (stanziali od occasionali) del distretto nella fruizione delle proposte di prodotti e servizi.

La 'piazza virtuale&fisica' avrà un forte radicamento con la realtà presente sul territorio mettendo in connessione la domanda e l'offerta di beni e servizi e promuovendo, parallelamente, processi di rigenerazione locale, rilancio dei sistemi commerciali di vicinato e ricadute positive sul territorio di riferimento.

La proposta è pensata per uno o più distretti territoriali di Milano.

### A chi si rivolge

Il target audience - **dal lato dell'offerta** - è rappresentato da:

commercianti, artigiani, mercati rionali, servizi di pubblica utilità, Università e biblioteche, centri di proposte sportive/culturali/di intrattenimento, strutture di coworking, parchi/aree ciclabili/ortobotanici e di tutti coloro che propongono servizi ai cittadini di pubblica utilità.

Target audience – **dal lato della domanda** – è rappresentato da :

abitanti della zona sia storici che di recente trasferimento, frequentatori della zona per lavoro e/o studio (università statale con molte delle università scientifiche, agraria e politecnico), turisti occasionali.

### Ambito di Riferimento

L'ambito di riferimento della proposta verte sui seguenti aspetti:

- Creazione di una piattaforma digitale che consenta di mettere in connessione domanda ed offerta del distretto territoriale;
- Organizzazione e layout di spazi urbani comuni per divulgare la conoscenza dell'iniziativa e creare engagement;
- Proposta di interventi mirati finalizzati al potenziamento della rete commerciale esistente attraverso il rafforzamento/qualificazione degli spazi urbani e l'identificazione di sistemi unitari e riconoscibili;
- Proposta di azioni per migliorare l'organizzazione del sistema logistico di stoccaggio e distribuzione delle merci, prevedendo anche modalità associative per la consegna a domicilio;
- Collocazione di dispositivi (es.: totem interattivi) e strumenti di segnaletica sul territorio utili ad informare e guidare i cittadini nell'offerta di beni e servizi 'a portata di 15 minuti a piedi';

## Descrizione della Proposta SMART URBAN DISTRICT

- Collocazione di dispositivi per la sicurezza e il distanziamento (es.: contapersone posizionati in punti strategici o tipicamente grande traffico pedonale) coerentemente alle normative introdotte a seguito della pandemia.

### Obiettivi

1. Valorizzare il territorio, il distretto urbano, i servizi offerti, le aree commerciali/negozi al fine di aumentarne la notorietà e la fruizione da parte del target;
2. Conoscere chi 'vive' il distretto urbano in modo da migliorare la circolarità dell'offerta di beni e servizi proposti nel distretto;
3. Instaurare un dialogo aperto e diretto con tutti i target per creare una relazione duratura che vada oltre la loro visita / permanenza sul territorio e per comprenderne le esigenze
4. Mettere in connessione domanda ed offerta;
5. Avvicinare la popolazione più anziana, tradizionalmente meno digitalizzata, ad essere parte attiva del progetto coinvolgendoli nella realizzazione dello stesso e in fase divulgativa;
6. Identificare nuovi servizi da offrire/proporre ai target che, da un lato, siano rispondenti alle loro esigenze/aspettative e che, dall'altro, valorizzino ed innovino l'offerta stessa del distretto urbano;
7. Creare un'identità di distretto con elementi fisici e digitali identificativi ed evocativi del territorio;
8. Integrare i percorsi commerciali di quartiere con possibili percorsi sicuri casa-scuola (*Piedibus*) coinvolgendo gli operatori commerciali, la popolazione in età scolare e la popolazione in età avanzata;
9. Pensare i luoghi fisici per il commercio come luoghi inclusivi aperti e tutti (*City for all*), possibilmente privi di barriere architettoniche;
10. Integrare gli interventi con le iniziative di riqualificazione urbana (scala macro e micro) già avviati dall'Amministrazione comunale.

### Descrizione del Progetto

SMART URBAN DISTRICT è pensato per far convivere il mondo digitale col mondo fisico rappresentato dall'offerta commerciale e di pubblica utilità della zona attraverso la creazione di una 'piazza virtuale&fisica' con l'ausilio di una piattaforma digitale ed una identità del territorio che metta in connessione tutti i target audience.

Il progetto sarà sviluppato in almeno due idiomi (italiano e inglese) per la forte presenza di abitanti italiani e per includere anche la grande community di frequentatori stranieri.

Il primo passo è quello di conoscere i target audience del distretto urbano (sia dell'offerta che della domanda) e le relative esigenze. Si vuole essere costantemente aggiornati su preferenze, necessità, motivi principali della loro presenza nella zona, tempi previsti di permanenza per gli abitanti temporanei, come attrarre e soddisfare le loro aspettative e qual è la customer experience vissuta in precedenza.

L'obiettivo è quello di instaurare un dialogo di interscambio di informazioni col target in modo da mirare l'offerta di servizi, la comunicazione delle proposte ed affinarle sempre più nel corso del tempo.

## Quali sono le componenti della proposta?

- A. Implementare un sito web per valorizzare la proposta e una app per guidare i diversi target audience a conoscere, fruire ed interagire con le realtà commerciali e di servizio offerti.
- B. Dare la possibilità di attivare piattaforme di ecommerce del distretto con poli locali di logistica merci e prodotti recuperando aree o edifici abbandonati.
- C. Creare ad hoc percorsi personalizzati tra i negozi al fine di:
  - arricchire l'esperienza dei visitatori
  - informare su eventi speciali
  - informare di servizi e attività di distretto
  - creare un engagement "totale" dei target circa le potenzialità non solo del distretto urbano, ma di tutta l'area di Milano.
- D. Valorizzare la Shopping Experience – lo spazio fisico deve poter condividere un ambiente dedicato per far vivere esperienze sia online che offline di shopping di prossimità e poter effettuare acquisti entrando direttamente in contatto con i canali ecommerce del negozio e/o di distretto.
- E. Fornire servizi dedicati rivolti a tutti gli abitanti e frequentatori del quartiere come ad esempio:
  - Per il target privato: prenotazioni per usufruire di servizi di pubblica utilità, ristoranti, spettacoli, visite a mostre con l'aiuto di mappe interattive o ancora permettendo ai punti vendita di comunicare messaggi personalizzati, previa autorizzazione del target a cui si rivolge;
  - Per il target professionale: attivazione di servizi per organizzare meeting di lavoro, ricerca sale di lavoro attrezzate con assistenza personale, eventi, interpretariato, suggerire ristoranti ed organizzare pranzi di lavoro.

## Da Dove si parte?

I principali passi previsti sono:

1. Identificazione ed attivazione di tutte le realtà del territorio che desiderano aderire alla 'piazza virtuale&fisica'.
2. Messa a punto dei servizi di informazione e comunicazione (esempio: numeri utili, mappe, servizi per il pubblico, ecc. ecc.) fruibili attraverso la piattaforma.
3. Studio e conoscenza dei target audience e test di un prototipo della 'piazza virtuale&fisica' al fine di misurare efficacia, interesse e attrattività da parte dei diversi target e identificare migliorie e/o implementazioni.
4. Creazione e finalizzazione della piattaforma informatica, sito web, app del distretto.
5. Creazione di una infrastruttura di misurazione per passaggi, flussi ed aree coperte.
6. Identificazione e attivazione del network dei canali di comunicazione social del distretto.
7. Creazione per tutti i abitanti/frequentatori del distretto commerciale di un fidelity program in relazione agli acquisti, adesione al fidelity programm, partecipazioni a sondaggi di opinione.
8. Mappatura delle criticità fisiche del distretto, come discontinuità pedonali, barriere architettoniche, fragilità in generale (puntuali o estese) e degli apparati espositivi che possano compromettere o depotenziare il sistema stesso.

## Descrizione della Proposta SMART URBAN DISTRICT

9. Raccolta di esempi e buone pratiche nazionali e internazionali mirate al rilancio o potenziamento del distretto.
10. Possibilità di attivare ecommerce di distretto.

### Perchè va incontro alla nuova visione di Milano 2020 e dall'impatto del Covid19?

Riferendoci al documento *Milano 2020 - Strategia di adattamento* crediamo che sia utile, più in generale, una (ri)organizzazione dei tempi della città, oggi che Milano cambia ritmo, ed un'implementazione della digitalizzazione per offrire ai cittadini una maggiore facilità di orientamento e fruizione di beni e servizi.

Inoltre, anche in vista delle Olimpiadi 2026 che vedrà Milano con un ruolo centrale, valorizzare i singoli distretti urbani con un'identità riconoscibile e con servizi innovativi permetterà di innalzare l'immagine stessa della città e di tutte le proposte che verranno ideate e lanciate proprio in occasione delle Olimpiadi stesse.

E' necessario ridefinire l'uso delle strade e degli spazi pubblici, aumentare gli spostamenti di superficie non inquinanti (piedi, bici, mobilità leggera) e sviluppare aree che consentiranno sviluppi commerciali, ricreativi, culturali, sportivi, rispettando i distanziamenti fisici (ma non sociali!), che saranno previsti. E' importante riscoprire la dimensione di quartiere (la città raggiungibile a 15 minuti a piedi), accertandosi che ogni cittadino abbia accesso a pressoché tutti i servizi entro quella distanza.

### Flessibilità, adattabilità e fattibilità di SMART URBAN DISTRICT

SMART URBAN DISTRICT è un progetto flessibile e adattabile alla realtà già esistente in ciascuna zona di Milano. È replicabile in più zone sempre nel rispetto della valorizzazione di ciò che attualmente esiste e delle peculiarità di ciascuna zona. Inoltre, tutti i tools digitali che verranno predisposti saranno modulabili proprio per potersi adattare a ciascun contesto.

### Efficacia di SMART URBAN DISTRICT

Lo sviluppo del progetto sarà congeniato per fasi successive con delle realizzazioni 'pilota' in modo da misurare l'impatto e il grado di apprezzamento da parte dei target.

Gli obiettivi della proposta sono quelli di fornire strumenti di ingaggio del cittadino, di offrire servizi nel raggio di 15min e di poter misurare flussi e presenze in determinate aree commerciali.

### Valorizzazione economica di SMART URBAN DISTRICT

La valorizzazione economica prevede un costo di set up del progetto e un canone mensile da condividere con gli utenti B2B della piattaforma e dei principali stakeholder. Una delle leve a supporto del business model sono logiche di % di guadagno sulle transazioni erogate.

## Descrizione del Proponenti

### **iNovaRetail**

iNovaretail <http://inovaretail.it/> è la piattaforma tecnologica messa a punto da Disignum che risponde ai cambiamenti in atto nel mondo del Retail: nasce per semplificare la gestione dello store e la relazione con il cliente, migliorandone la customer experience (online e offline). Mette al centro il consumatore e gestisce l'omnicanalità e i servizi tipici dell'e-commerce, anche all'interno del negozio fisico, garantendo un'esperienza "seamless" che integri in modo fluido l'online con l'offline.

### **Disignum**

Disignum <http://www.disignum.it/> è una azienda che progetta soluzioni tecnologiche innovative, incentrate sulla multicanalità ed orchestrate con un sapiente CRM. Disignum si rivolge principalmente ad aziende che operano in ambito consumer e B2B e le aiuta a trasformare azioni di marketing (digitale) e vendita in un effettivo coinvolgimento del cliente.

### **Evolvere**

Evolvere <http://www.evolvere.it/> è una società di ricerche di mercato, customer insight e misurazioni di customer experience che supporta aziende Retail e in Franchising con progetti volti a migliorare la propria competitività e le performance di vendita. Negli anni ha messo a punto una serie di metodologie di ricerca digitali anche attraverso piattaforme CRM tra cui iNovaRetail al fine di approfondire il dialogo delle aziende col proprio parco clienti. Esperti **anche** in progetti mystery shopping, Evolvere collabora stabilmente all'Osservatorio evolutivo sul Futuro del Retail di Intribe <https://www.intribetrend.com/#Osservatori>

### **VGA**

Vincenzo Gaglio Architettura <https://vincenzogaglio.com/> è uno studio di progettazione architettonica e urbana che supporta committenti pubblici e privati nei processi di trasformazione degli spazi aperti e del costruito. Sviluppa progetti su misura per ogni contesto, attraverso l'ascolto costante e la verifica degli obiettivi. Il processo ideativo si nutre anche della ricerca scientifica sviluppata in ambito accademico. Al centro dell'attività progettuale si trovano i temi dell'Urbanistica commerciale, del Progetto urbano e del *Social housing*. Vincenzo Gaglio collabora stabilmente con il Politecnico di Milano. <https://www.polimi.it/>