

Intervista

Smeraldo Fiorentini (Almaviva): lavoriamo per una mobilità easy

Con una value proposition che abilita le opportunità offerte dai paradigmi emergenti della mobilità digitale, Almaviva è leader in Italia nell'ambito dell'ICT applicato al settore dei Trasporti e della Logistica ed è un player sempre più significativo nel mercato internazionale.

Dalle competenze esclusive in ambito ferroviario alla definizione di un'offerta completa di soluzioni e servizi per il trasporto pubblico locale integrato e la logistica intermodale, Almaviva realizza e gestisce soluzioni enterprise mission critical per la mobilità delle persone e il trasporto delle merci.

Smeraldo Fiorentini, direttore generale della Divisione Transportation & Logistics, è in Almaviva dal 2009. Grazie a una lunga esperienza nelle soluzioni per la gestione dei sistemi di trasporto, ha accompagnato la Divisione dall'ambito nazionale ai mercati internazionali con una value proposition che si è di recente arricchita della nuova e completa piattaforma di mobilità Moova, fiore all'occhiello dell'offerta.

Dottor Fiorentini, Almaviva ha alle spalle una storia fatta di progettazione interna, ma anche di acquisizioni (basti pensare a TSF, Tele Sistemi Ferroviari acquistata dalle Ferrovie dello Stato), ed è tra i soci fondatori di Club Italia. Vent'anni di Club Italia e di bigliettazione elettronica, sembra passato un secolo...

Abbiamo fatto molta strada: Almaviva, in ambito trasporti, ha mosso i primi passi come system integrator. Abbiamo affrontato la trasformazione facendo leva sul pensiero progettuale e l'approccio agile,



rimanendo sempre al passo con i tempi rispetto alle nuove tecnologie e migliorando, allo stesso tempo, i sistemi legacy. Non solo. Anche grazie alla conoscenza dei processi e a partnership consolidate, siamo diventati solution provider in grado di fornire efficaci soluzioni verticali e2e e time-to-market. Il tutto con un occhio sempre attento al tema della bigliettazione elettronica.

La nostra trasformazione non finisce qui, cambiamo pelle ogni volta che è necessario o che si crea un'opportunità. Abbiamo lanciato sul mercato Moova, la piattaforma che abilita nuovi paradigmi della mobilità in un unico e avanzato framework tecnologico. Quando parliamo di Moova parliamo di mobilità easy, veloce, interconnessa, sostenibile e as a service.

Almaviva si confronta con i grandi player del settore a livello europeo e non, ma anche con una miriade di piccole realtà e start-up. Qual è la vostra percezione del mercato della bigliettazione elettronica?

Il settore va verso la concentrazione di pochi player solidi perché rimanere al passo con tecnologie spesso complesse, e

comunque in continua evoluzione, richiede sì idee innovative ma anche investimenti importanti.

Almaviva è forse l'unico grande player del mercato del ticketing che, non producendo hardware, garantisce indipendenza e capacità di integrazione con tutti i vendor del settore.

Siamo arrivati a Moova passando dallo sviluppo di sistemi verticali alla loro integrazione; abbiamo creato una piattaforma che fa dialogare i sistemi di bigliettazione con i sistemi di pianificazione e gestione del trasporto in un'ottica multimodale a beneficio sia delle aziende sia dei cittadini.

I piccoli player non hanno la forza di investire in piattaforme integrate e multimodali, cioè il modello verso cui sta andando il mercato. Le start up, però, possono dare un contributo fondamentale per la loro freschezza, agilità, per le idee innovative e la vision sul futuro.

La sinergia tra i grandi player e le start up in questo settore può sviluppare un processo virtuoso da cui tutti traggono beneficio: le stesse start up e le grandi aziende, ovviamente, ma anche la Pubblica Amministrazione a cui si garantisce lo sviluppo di soluzioni globali in tempi certi e costi contenuti, contribuendo quindi alla crescita e all'innovazione del Paese.

Vent'anni fa solo poche persone del setto-

re avevano intuito il passaggio dalla carta all'elettronica per pagare il trasporto locale. Prima lentamente ed oggi con una rapidità impressionante si è passati dalla carta, al magnetico, agli Sms, all'elettronico, allo smartphone ed ora alla carta di credito. La grande Almaviva riesce a stare

in competizione?

Come Almaviva abbiamo l'ambizione di guidare la competizione attraverso una costante ricerca e sviluppo nel settore. Solo per fare un esempio, Almaviva è stata tra i primi in Ita-

lia a implementare un sistema EMV sulla tratta Fiumicino Aeroporto-Roma Termini ed è la prima ad aver attivato un EMV su un sistema di trasporto integrato su base regionale.

Negli ultimi 3 anni abbiamo fatto un importante investimento sviluppando Moova, piattaforma open source in linea con i trend mondiali, modulare, cloud ready, basata su standard internazionali (quali Transmodel SIRI Datex Transit).

Nello specifico, Moova_Automated Fare Collection è uno strumento potente per la bigliettazione elettronica secondo il paradigma della mobilità come servizio ed è in grado di combinare i classici canali di vendita, di convalida e di controllo con strumenti avanzati come l'Account Based Ticketing, prepagato, VUID, EMV, Best Fare, HCE e Blockchain.

Moova_AFC garantisce sempre informa-



zione puntuali e precise ai clienti e sistemi di pagamento flessibili e integrati, AFC può coprire anche la vendita di servizi e prodotti collaterali rispetto al viaggio, per esempio il biglietto d'ingresso a musei o cinema.

Senza contare che AFC è perfettamente integrato con il sistema informativo per i passeggeri, la videosorveglianza, i contatori passeggeri, la gestione della flotta e tutti gli altri verticali Moova per la gestione della mobilità.

Un mondo insomma che inoltre, grazie all'Intelligenza artificiale, al machine learning e alle analisi predittive, supporta la gestione del servizio in tempo reale, fornendo previsioni e KPI a supporto decisionale in situazioni critiche.

Non possiamo pensare a come ci si muoverà tra altri vent'anni, ma un'idea del vicino futuro quale potrebbe essere?

Il futuro - che è già visibile in embrione nel presente - è la digitalizzazione, l'integrazione e la multimodalità. Le nuove soluzioni dovranno essere native per tutti gli operatori, per tutti i modi e per tutti i canali, già alla progettazione e dovranno garantire al cliente l'utilizzo personalizzato di un pacchetto di trasporto pubblico e privato e di servizi complementari. Una vera e propria offerta integrata e multimodale di mobilità porta a porta.

I dati provenienti dai diversi sistemi saranno integrati in modo da fornire una visione unica del sistema di mobilità e proporre al cliente finale informazioni puntuali e personalizzate e alle Aziende un unico punto di accesso per una gestione efficace del servizio.



In ambito sistemi di bigliettazione l'Account Based Ticketing la farà da padrone, le carte saranno sostituite dal riconoscimento facciale e per pagare basterà "metterci la faccia".

Un'altra tecnologia promettente e ancora poco esplorata nel settore della mobilità è la blockchain che può diventare un fattore chiave per la Mobility as a service e che risponde all'esigenza dei diversi stakeholder di avviare transazioni tra loro, per prenotazioni, fatturazione, pagamento, interagire con il viaggiatore, acquisire e scambiare dati operativi, elaborarli in informazioni che vengono utilizzate per alimentare e avviare i relativi processi di business in un processo di miglioramento continuo.

La blockchain in questo ambito è il fattore che garantisce fiducia, ad esempio consentendo pagamenti digitali sicuri e gestione dell'identità, aggiunge trasparenza, eliminando inutili processi di business e intermediari, e facilita il lato contrattuale della fornitura del servizio.