

Smartland Platform

Un ecosistema di dati e servizi

Innovation Meeting - Smart Government e Data Economy
27/09/2021

Prof. Andrea Albarelli
Università Ca' Foscari Venezia



Università
Ca' Foscari
Venezia

Il principio guida alla base della piattaforma

Ogni partecipante interpreta ruoli diversi in modo trasparente

Principi guida

L'idea guida è che si desidera **annullare la distinzione** tra fornitori di servizi, agenzie, organizzatori di eventi, produttori di informazioni e dati

Ogni partecipante è semplicemente un **operatore**

Ogni operatore è (o può essere) simultaneamente:

- **Fornitore di servizi:** suoi, o nelle sue disponibilità
- **Venditore di servizi:** suoi e di altri, spesso combinati
- **Fornitore di dati:** provenienti dai suoi servizi e clienti
- **Consumatore di dati:** prodotti da altri operatori oppure "open"

Il principio guida alla base dell'ecosistema

Confederare
servizi, dati e
algoritmi abilita
un turismo data
driven

Principi guida

Per massimizzare il valore del pacchetto per il turista è necessario mettere insieme:

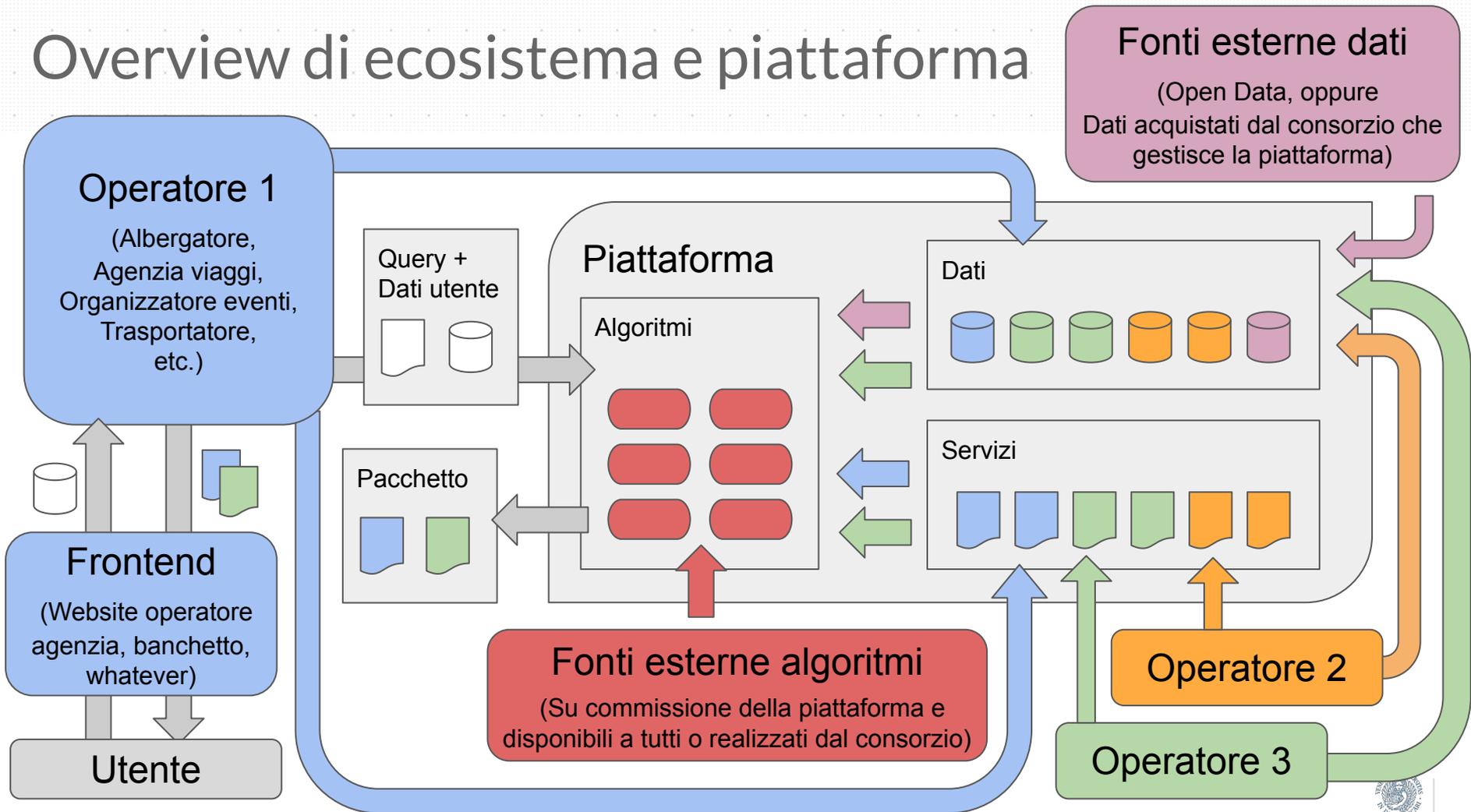
- **Servizi**
- **Dati**
- **Algoritmi**

Nessun operatore avrà sempre tutti i servizi utili per comporre un pacchetto, ma tutti potranno creare pacchetti con servizi di altri operatori

Nessun operatore avrà disponibili tutti i dati necessari per ottimizzare i pacchetti, ma tutti potranno utilizzare i dati degli altri operatori, con opportune salvaguardie

Nessun operatore sarà in grado di ideare tutti gli algoritmi necessari, ma la piattaforma potrà mettere a disposizione un set di terze parti

Overview di ecosistema e piattaforma



Vantaggi della confederazione per gli operatori

Sorgenti di
remunerazione
per gli operatori

Caratteristiche salienti

Gli operatori possono ottenere remunerazione attraverso diversi canali:

- Vendendo i loro servizi, in qualunque pacchetto questi si collochino, sia questo venduto da loro o parte di un pacchetto venduto da altri;
- Ottenendo margini nella vendita di servizi di altri all'interno di pacchetti da loro proposti per tramite dei loro frontend;
- Ottenendo margini indiretti dalla vendita di dati, qualora tali dati siano utilizzati dagli algoritmi per produrre pacchetti poi venduti a clienti;

In sostanza quindi l'operatore guadagna sia dai suoi clienti diretti e dalla capacità di raggiungerli, avendo però a disposizione una quantità illimitata di servizi e di dati per comporli, sia dai clienti indiretti tramite l'inserimento di suoi servizi in pacchetti prodotti da altri, sia dalla vendita di dati, sempre in modo indiretto, quando utilizzati dagli algoritmi (**i dati non escono !**)

Divergenze rispetto ai sistemi centralizzati

Caratteristiche
distintive di un
sistema federato
basato sui dati
condivisi

Caratteristiche salienti

Rispetto ad un sistema centralizzato:

- Non è presente un sistema di vendita, ma vengono solamente federati dati e servizi che terze parti possono utilizzare tramite frontend (digital first startup platform)
- Il ruolo centrale è ricoperto dagli operatori, non dalla piattaforma e il numero di operatori è aperto
- Ogni operatore può fare leva su diverse fonti di remunerazione, sia vendendo direttamente o indirettamente servizi, sia che vendendo dati;
- Il sistema è aperto a fornitori di algoritmi (e dati) terzi, che pur non essendo operatori possono contribuire
- Attraverso i diversi frontend il turista interagisce con un unico sistema in grado di fornire pacchetti algoritmici
- La stessa profilazione dell'utente può essere unificata (anche attraverso App companion)