

NEWSLETTER



Quindicinale a cura della redazione giornalistica di Ferpress
newsletter-clubitalia@ferpress.it © Riproduzione riservata

CLUB ITALIA - Notiziario n. 29 del 9 maggio 2024

In questo numero:

Intervista a Claudio Claroni

Intervista a Lorenzo Sarti, Chief Technology Officer di MAIOR

Eventi Club Italia: NME FieraMilano e Convegno/Visita tecnica a Urbino

Notizie su ITS e MaaS in collaborazione con Ferpress

CLUB ITALIA A PESARO E URBINO PER DISCUTERE DI ACCOUNT BASED TICKETING.

INTERVISTA A CLAUDIO CLARONI

Club Italia prosegue il suo tour in Italia per scoprire (e presentare) i sistemi di bigliettazione elettronica per il trasporto pubblico. Molte le città toccate negli anni

per incontri e visite tecniche: possiamo dire da Bolzano ad Agrigento. Il 23 e 24 maggio sarà la volta di Pesaro e Urbino ospiti di AMI, l'azienda locale del TPL. Abbiamo chiesto a Claudio Claroni di darci qualche anticipazione su questa visita tecnica...Claroni, non pensate solo a sistemi che riguardano le grandi aree metropolitane, ma anche le medie città. Il pagamento elettronico si sta diffondendo a macchia d'olio...



Così il 23/24 maggio prossimi, nella visita tecnica e nel convegno che faremo a Urbino, oltre ai servizi avanzati propri di Pesaro e Urbino, potremo conoscere le prime fasi di avvio del sistema di bigliettazione elettronica della regione Marche chiamato "Marta". Sono tre i motivi principali che stanno richiamando tante persone, È vero, ed è un fenomeno molto positivo che stiamo vivendo negli ultimi anni: anche le medie e piccole città non vengono più

lasciate sole con arcaici sistemi di pagamento dei trasporti pubblici e, di conseguenza, con sempre crescenti difficoltà dei loro cittadini per poter usare e trovare titoli di viaggio e tariffe adatti alle loro esigenze. Tutto questo è dovuto al sempre più forte impegno di molte Regioni, ma ancora non tutte, di progettare e implementare sistemi di bigliettazione elettronica in tutte le aziende concessionarie con sistemi hardware e software comuni, con integrazioni tariffarie, interoperabilità e possibilità di forme associate di servizi al pubblico come i sistemi di bigliettazione regionali.

Così il 23/24 maggio prossimi, nella visita tecnica e nel convegno che faremo a Urbino, oltre ai servizi avanzati propri di Pesaro e Urbino, potremo conoscere le prime fasi di avvio del sistema di bigliettazione elettronica della regione Marche chiamato "Marta". Sono tre i motivi principali che stanno richiamando tante persone, tecnici del settore, amministratori pubblici a questo evento: innanzitutto la coincidenza del riconoscimento a Pesaro di Capitale della cultura 2024 ed il nostro evento contribuirà certamente a diffondere le straordinarie occasioni di cultura, arte, paesaggio di Pesaro e Urbino. Non dimentichiamoci mai che una corretta, avanzata, moderna offerta di servizi di trasporto pubblico fa parte della cultura di un territorio, per cui abbiamo voluto rappresentare l'anello strettissimo di congiunzione fra cultura e trasporto collettivo, mettendo in evidenza e approfondendo le scelte più avanzate messe in campo dalle aziende del territorio.

Per questo e per l'aiuto profuso per questo evento ringraziamo AMI, che insieme all'università di Urbino illustrerà sistemi di qualità dei servizi e mezzi nuovi offerti al cittadino, nonché soluzioni tariffarie e lotta all'evasione particolarmente avanzati. Terzo aspetto che teniamo ad evidenziare riguarda la caratteristica propria di Club Italia, un'associazione "soprattutto" tecnologica che cerca di diffondere, in ogni suo

convegno, informazione, approfondimento e il “che fare” di ogni novità che si presenta nello scenario dei servizi ITS e della bigliettazione elettronica. Così, in questi anni, l’associazione, grazie all’apporto dei propri soci, ha costruito “linee guida” che sono state e sono la chiave per aprire la porta a nuovi scenari tecnologici. Le linee guida EMV e di costruzione operativa dei sistemi MaaS ne sono gli ultimi casi più eloquenti. Ad Urbino il tema tecnico preponderante che sarà oggetto di approfondimento, oltre alla Intelligenza Artificiale per i trasporti collettivi (su cui cercheremo anche qui di preparare linee guida), è il concetto di “ACCOUNT BASED TICKETING” (ABT), che sta entrando sempre più nei sistemi di bigliettazione elettronica moderni.

Spieghiamo meglio cos’è l’ABT...

L’ABT si può definire come il nuovo paradigma della bigliettazione, dopo il sistema di offerta di trasporto integrata e di pagamento MaaS. Non sto qui ovviamente ad approfondire l’ABT, ma il suo crescente successo risiede soprattutto nel fatto che pagare da parte del cittadino non sarà più legato ad un supporto fisico da cui rilevare e condividere tipologia e validità del viaggio, ma da un supporto variegato in termini di entità e consistenza che ha la funzione di semplice oggetto di identificazione del passeggero (carte bancarie, smartphone, wearable o altri oggetti identificativi fisici/ virtuali). La complessità del sistema e, al contempo, la sua flessibilità risiederanno nei sistemi centrali aziendali, permettendo la massima adattabilità in termini di sistemi tariffari da applicare e sistemi di pagamento da adottare. In un sistema ABT è infatti l’elaborazione a livello centrale che consente al cittadino di spostarsi lungo i tragitti desiderati con la sola preoccupazione di validare il proprio supporto identificativo; sarà poi il sistema centrale che applicherà le dovute tariffe e richiederà i pagamenti conseguenti in relazione al livello di utilizzo del servizio da parte dell’utente, con notevoli ricadute positive sia sugli operatori della mobilità collettiva che sui cittadini stessi.

Sembra che ormai nessuno parli più di MaaS. Avviate le sperimentazioni, sopite le polemiche, ho l’impressione che alla fine ai cittadini che cercano l’autobus non sia poi cambiato molto. Club Italia è stata forse una delle associazioni che più ha spinto, pubblicando persino le linee guida per i servizi MaaS. Cosa rimane di tutto questo sforzo?

In effetti la nostra associazione ha creduto subito a questo nuovo “paradigma”, che consentirebbe, dicendolo in massima sintesi, di rispondere mediante un dispositivo digitale a portata di mano alla domanda di un cittadino per andare da un punto all’altro, costruendogli un percorso con più mezzi di trasporto e sosta e consentendogli contemporaneamente il pagamento. Da questa semplice descrizione, dietro la quale c’è una enormità di dati, tecnologie, organizzazione, mezzi coinvolti ecc. si può immaginare il livello di complessità che comporta costruire un MaaS su un territorio dove operano diverse aziende. Noi, credendoci fin da subito, assieme ai nostri soci, abbiamo costruito due edizioni delle linee guida MaaS, presentandole dopo un lungo lavoro di due anni nel 2021 e poi, quelle operative, nel 2023. Oltre al progetto ministeriale MaaS4Italy, ci sono state alcune iniziative territoriali (Emilia Romagna e Genova) che ad oggi presentano un alto o

buon livello di rispondenza alle domande di mobilità dei cittadini interessati. Altre sono in fase di sperimentazione e graduale costruzione, e la risposta più importante da porci è fra quanto tempo le iniziative in corso potranno esaudire la domanda di mobilità di ogni cittadino di quel territorio.

Il MaaS è indubbiamente una novità di grande complessità che sta incontrando anche a livello internazionale consistenti problematiche, se non addirittura alcuni fallimenti. Penso che al momento, salvando tutte le operazioni in gioco, occorra ribadire alcuni punti chiave che sono emersi con forza dalle attuali esperienze. La prima è la centralità del trasporto pubblico con le sue aziende, che per presenza diffusa sul territorio, riconoscimento sociale, tecnologie, infomobilità, mezzi disponibili in altissima misura e rapporto stretto e sistemico con la propria clientela può conseguire l'obiettivo primario dei MaaS: la migliore sostenibilità ambientale. Il MaaS ha ancora bisogno di alcune riflessioni e dobbiamo interrogarci se stiamo parlando di un servizio o un nuovo "elemento di mercato nella mobilità", e dobbiamo essere in grado di approfondire il tema dei livelli di sostenibilità economica e ambientale. Senza dimenticare che la rispondenza tecnologica dei diversi sistemi di trasporto in campo è un fattore chiave per i MaaS e una più diffusa digitalizzazione dell'intero comparto del trasporto pubblico rappresenta sicuramente un aspetto determinante.

Penso che una seria riflessione, da fare tutti insieme, sulle esperienze fin qui acquisite e sulle migliori azioni possa indicare le prospettive su cui i diversi livelli istituzionali, associativi e di mercato possano andare avanti nell'interesse dell'intera comunità nazionale.

Intervista di Antonio Riva

INTERVISTA A LORENZO SARTI CHIEF TECHNOLOGY OFFICER DI MAIOR

Vorrei partire da una caratteristica di MAIOR che mi pare fondamentale: il rapporto con il mondo della ricerca e dell'università. Ho visto che avete lavorato moltissimo con le università prima partendo da Pisa e ampliando poi il network.

MAIOR è nata come spin-off dell'Università di Pisa 35 anni fa e nei primi anni di vita nel board direttivo di MAIOR c'erano dei professori universitari. Non ho avuto il piacere di conoscere nessuno di loro, però l'idea che mi sono fatto è che fossero persone molto concrete, perché sono riuscite a vedere la realizzazione di quello che avevano studiato per anni. Non capita molto spesso, magari si studia per una vita un tema senza vederne il risultato concreto. In questo caso, ci sono riusciti

anche reclutando alcuni studenti particolarmente brillanti che hanno contribuito a mettere su questa azienda.

Questo tipo di collaborazione, in particolare con l'Università di Pisa, è rimasta sempre attiva, inoltre abbiamo in azienda un gruppo di matematici che fanno sia lavoro di ricerca che lavoro di networking con il mondo universitario, partecipano a convegni, conoscono i docenti universitari che in Italia si occupano di Intelligenza Artificiale e di Ricerca Operativa.

Ogni tanto ci capita anche di partecipare a dei progetti di ricerca europei che co-finanziamo: ad esempio proprio quest'anno si è chiuso un progetto quadriennale con cui abbiamo finanziato una borsa di ricerca per un giovane dottorando. Noi in azienda non siamo strutturati per monitorare autonomamente quali siano le direzioni più promettenti in cui si muove la ricerca; non è il nostro core business, c'è chi lo fa professionalmente e perciò è necessario mantenere rapporti con l'accademia, e questo spesso significa finanziare borse di studio e assegni per le attività di ricerca.

Personalmente mi trovo in un ruolo particolare, perché in questo momento sono il responsabile della Ricerca e Sviluppo di MAIOR, ma nella prima parte della mia carriera ho lavorato nel Dipartimento di Ingegneria dell'Università di Siena, prima per il dottorato di ricerca e poi per sette anni come ricercatore. Ho vissuto tutti e due gli ambiti in prima persona e mi piace anche molto tessere queste reti anche con le persone che magari all'epoca ho conosciuto in università. Secondo me in Italia c'è un po' di diffidenza nei confronti dell'università da parte delle aziende, rispetto anche a quanto possa essere efficace la collaborazione. Noi abbiamo avuto delle esperienze fortunate. Ovviamente abbiamo avuto anche dei fallimenti, potrei fare una lunga lista di progetti di ricerca o collaborazioni che non sono andate avanti, ma il bilancio è positivo.

Riassumendo: noi non siamo strutturati per monitorare in che direzione si muove la ricerca di punta, quella che permette di capire cosa succederà nel futuro prossimo, quindi questo l'incontro con la ricerca è win-win, conviene a noi che acquisiamo delle competenze e delle conoscenze che non avremmo e conviene all'università perché sicuramente MAIOR ha una maggiore capacità di realizzare un'idea.

Nel suo intervento a Bari faceva riferimento alla necessità di osservare la realtà e studiare i dati per mettere a punto i software che realizzate per i vostri clienti.

Sì assolutamente. Bisogna conoscere a fondo i clienti e sapere cosa fanno per riuscire a produrre qualcosa che abbia senso per il mercato. A noi in passato è capitato che ci sia stato chiesto da qualche potenziale cliente se fossimo interessati a sviluppare un software che non avesse niente a che fare col mondo

dell'ottimizzazione di risorse e noi abbiamo sempre declinato perché siamo convinti di fornire valore al mercato e ai clienti in questo ambito in modo particolarmente efficace e non vogliamo disperdere energie in troppe direzioni.

A me piace dire che noi tentiamo di massimizzare il lavoro non fatto, ovvero non perdere il tempo in cose che non servono. Non abbiamo troppo tempo, non abbiamo troppe risorse, quindi per capire esattamente cosa serve bisogna parlare con i clienti, bisogna partecipare ad eventi come quello di Club Italia a Bari, bisogna visitare i clienti, bisogna parlarci ed instaurare un rapporto di fiducia.

MAIOR ha avuto una trasformazione negli ultimi 5-6 anni, perché è diventata un'azienda internazionale, e lavorare in questo modo su una scala globale è un po' più difficile perché per quanto si possa conoscere bene una lingua straniera è sempre una lingua straniera e si riesce a entrare meno in relazione. Però è sempre importante capire cosa serve al cliente, italiano o estero che sia.

E a proposito di estero il vostro primo cliente fuori dall'Italia è stato Dublino, giusto? Quali sono i mercati esteri in cui lavorate maggiormente?

Io sono arrivato in MAIOR nel 2011, Dublino è stato sicuramente il primo cliente estero che ho visto, prima c'erano state altre partnership, ad esempio abbiamo fornito il software per l'ottimizzazione del servizio delle Olimpiadi a Pechino nel 2008.

In questo momento abbiamo installazioni in cinque continenti su sei, l'unico continente in cui non abbiamo clienti è l'Africa. Abbiamo software in Nuova Zelanda, a Taiwan, in Qatar, in Arabia Saudita. Il nostro mercato privilegiato, insieme all'Italia, sono gli Stati Uniti perché nel 2017 MAIOR è stata acquisita da una società americana, Clever Devices, che in questo modo ha costituito un gruppo internazionale.

Clever Devices fa software per le aziende di trasporto negli Stati Uniti, si occupa prevalentemente di sistemi AVM, ovvero quelli che permettono la localizzazione della flotta ma gli mancava la componente software per l'ottimizzazione che invece sviluppa MAIOR. Chiaramente questa partnership ci ha permesso, e ci permette tuttora, di poter accedere da una posizione privilegiata a un mercato molto grande e anche molto competitivo. MAIOR ha l'opportunità di presentarsi ai clienti di Clever Devices sfruttando l'autorevolezza e la credibilità della nostra capofila e questo è un vantaggio competitivo particolarmente rilevante. Abbiamo una ventina di installazioni, un numero di installazioni che in autonomia avremmo raggiunto con maggior difficoltà. Quando siamo stati acquisiti avevamo un solo cliente negli Stati Uniti, ora abbiamo dei clienti molto importanti: Chicago, Denver, abbiamo

un'installazione in un quartiere di Los Angeles che è grande come una media cittadina italiana.

Quali sono le nuove evoluzioni di MAIOR su quello che poi era il tema del convegno di Bari, cioè l'Intelligenza Artificiale? Cosa state sviluppando in questo in questo campo?

In questo momento abbiamo quattro progetti attivi: due dei quali secondo me sono i più rilevanti per due ragioni di importanza diversa.

Il primo per importanza, in stato più avanzato, è un sistema che permette alle aziende di trasporto di giustificare, presso le Agenzie della mobilità, gli scostamenti dal livello di servizio atteso. Se il contratto di servizio prevede che ci sia una certa quantità di chilometri fatti, le agenzie vogliono sapere perché non si è fatta una corsa come programmato. Un tempo interessava il dato semplice - cioè quanti chilometri sono stati effettuati quel tale mese - ormai con i dispositivi di localizzazione della flotta siamo in grado di capire se una corsa è stata fatta o meno, e se è stata fatta con puntualità oppure no. Questo tipo di richiesta da parte delle Agenzie della mobilità causa per gli operatori un grande aggravio di lavoro, soprattutto per le grandi aziende che fanno migliaia di corse al giorno in contesti complessi come le grandi città e che hanno dovuto creare dei reparti che per produrre questi rapporti. Noi invece abbiamo sviluppato un sistema che questo lavoro lo fa in **maniera automatica**. Questo è il primo progetto in ordine di importanza, arrivato alla versione beta, che possiamo far vedere; abbiamo creato una sorta di gruppo di lavoro con alcune delle aziende italiane più importanti con cui stiamo capendo come poter collaborare alla finalizzazione di questo sistema. Chiaramente, le prestazioni di questi software dipendono molto dai dati che saranno a disposizione: quindi per far funzionare il sistema a Milano abbiamo bisogno dei dati di Milano, per farlo funzionare a Bari ho bisogno di dati di Bari, e così via. E' stato, inoltre, un progetto che ci ha permesso di creare nuove relazioni perché abbiamo iniziato una partnership con un gruppo di ricerca dell'Università di Pisa con il quale non avevamo mai lavorato.

Il secondo progetto, per me rilevante perché impatta proprio sul nostro core business, è un progetto di velocizzazione dei nostri algoritmi di ottimizzazione con tecniche di AI. Gli algoritmi che noi oggi proponiamo e vendiamo al mercato non sono basati su tecniche di intelligenza artificiale bensì di ricerca operativa. Sono algoritmi che trovano soluzioni ottime ma a volte le tempistiche di esecuzione non soddisfano i clienti. Il tempo di attesa diventa critico nel momento in cui il cliente vuole effettuare numerose simulazioni. Abbiamo quindi iniziato a studiare delle tecniche di intelligenza artificiale per velocizzare alcune parti del nostro algoritmo.

Questo è un progetto su cui siamo già attivi da un paio d'anni con uno studente di dottorato dell'Università di Milano, e poiché ha ottenuto dei risultati promettenti, vorremmo proseguire le attività per capire se i suoi risultati sono il meglio che è possibile ottenere o se si può fare ancora di più.

MAIOR ha 4 o 5 competitor a livello internazionale, e anche i nostri competitor stanno iniziando a pubblicizzare il fatto che utilizzano l'AI. Uno di questi lo sta facendo in maniera abbastanza aggressiva e sembra anche con un certo successo, quindi, insomma, bisogna rispondere, bisogna avere anche noi qualcosa di confrontabile. Convinti come sempre di portare valore al cliente.

I vostri clienti poi spesso sono aziende pubbliche che hanno anche delle risorse limitate con cui fare i conti...

Questa è una delle ragioni per cui ormai 15-10 anni fa abbiamo iniziato a uscire dal mercato italiano per orientarci verso altri paesi, in Europa, in cui le aziende di trasporto sono private e vengono gestite con una logica un po' diversa, o ci sono più soldi disponibili.

Ultima domanda: qual è il vantaggio di stare in Club d'Italia? La maggior parte delle aziende che stanno in Club d'Italia si occupano soprattutto di pagamenti che invece è una cosa che voi non fate.

Ti rispondo facilmente: è uno dei momenti in cui ci possiamo confrontare con i nostri clienti in un setting diverso dal solito: è diverso dal chiamare un cliente, prendere un appuntamento e andare a trovarlo. Nel momento in cui il tuo cliente ti riceve, riceve sempre un fornitore, è una situazione in cui il cliente ascolta qualcuno che "tenta di vendergli" qualcosa. Invece abbiamo bisogno anche di momenti in cui il cliente ci ascolti per lavorare con lui in un'ottica di "team", un momento in cui ci si possa confrontare senza dover discutere specificamente di una fornitura o di qualche accordo contrattuale da negoziare. Alla fine ci troviamo lì con Club Italia perché siamo appassionati di questo mondo. E noi ci andiamo per ascoltare cosa fanno gli altri, cosa fanno le altre aziende anche se non sono strettamente nostre competitor, cosa fa l'università di Bari in termini di veicoli autonomi, per esempio. E' un momento di apprendimento.

Si percepisce molto la passione e l'interesse per l'innovazione delle aziende che partecipano e anche di come tutto questo venga recepito e rielaborato poi dalle aziende di TPL.

Sì, anche perché ci sono dei problemi comuni che devono essere risolti dalle aziende di trasporto e non bisogna mai dimenticare che il trasporto di cui parliamo è un servizio pubblico, un servizio per la cittadinanza. Se io immagino le città nei

prossimi 10-20 anni sono città in cui il TPL la fa da padrone. Se io devo spiegare a mia figlia di 14 anni quale è il mio lavoro, posso farlo in tanti modi ma mi piace anche raccontarle che tento di partecipare a un miglioramento del benessere della società. Questa è la mission di tutte le aziende di trasporto.

A Bari si parlava di veicoli a guida autonoma, sicuramente una tecnologia su cui a un certo punto, credo, ci sarà un cambio di paradigma, diventando veramente diffusa come è successo con l'intelligenza artificiale di cui ormai parliamo tutti. Però se non affrontiamo tutti insieme il problema rischiamo di non essere efficienti, quindi i momenti come gli eventi di Club Italia secondo me hanno decisamente rilievo.

Noi, nel nostro piccolo, essendo fornitori di tantissime aziende di trasporto in Italia, organizziamo una volta l'anno un convegno che si chiama *MAIOR User Meeting*, a cui invitiamo i nostri clienti e aziende che magari potrebbero essere interessate a diventarlo. Ogni anno poniamo un tema e organizziamo delle tavole rotonde: lo scorso anno, per esempio, parlavamo della difficoltà che le aziende di TPL hanno nel reperire personale. E' un tema che non riguarda MAIOR direttamente che però diventa occasione di confronto in cui i vari direttori di esercizio delle aziende di trasporto discutono e ascoltano. Ecco, è un posto dove si possono accendere delle lampadine, trovare stimoli per nuove idee.

MAIOR fa anche formazione, vero?

Ovviamente facciamo formazione per i nuovi clienti all'avviamento del sistema. Annualmente, poi, organizziamo un evento che si chiama *MAIOR School* in cui invitiamo i nostri clienti a partecipare a sessioni di uso avanzato del nostro software che contiene tantissimi tool, tantissimi strumenti, e magari alcuni sono un po' nascosti.

A volte prepariamo il programma su input dei clienti raccogliendo un po' di richieste specifiche da parte loro, ad esempio sulla costruzione dei turni, o sull'azione dell'assegnazione dei turni al personale. E anche quello è un momento ricreativo, perché partecipano una ventina di persone che fanno lo stesso lavoro in aziende diverse, che si ritrovano presso la nostra sede passando del tempo insieme, si conoscono e fanno rete come succede per gli eventi organizzati da Club Italia.

Intervista di Giulia Riva

PROSSIMI EVENTI CLUB ITALIA

Club Italia ContactLess Users Board sta organizzando due eventi per il mese di maggio.

Next Mobility Exhibition 8-10 maggio, FieraMilano

Da mercoledì 8 maggio a venerdì 10 maggio 2022 si svolgerà l'evento internazionale biennale dedicato a soluzioni, tecnologie, mezzi e politiche per un sistema di mobilità delle persone integrato, innovativo e sostenibile. La manifestazione, che riunisce aziende leader e stakeholder nazionali e internazionali, vede presente anche Club Italia e tanti dei suoi soci.

Club Italia sarà presente per tutta la durata dell'evento. Vieni a trovarci al Padiglione 10, Stand G22!

In più, Venerdì 10 maggio, dalle ore 10:00 alle 11:30 (SALA B), ci sarà il workshop, a cura di Club Italia e Anav, dedicato al MaaS, all'Intelligenza Artificiale e alla Bigliettazione Elettronica. **Qui il programma**



Convegno/Visita Tecnica - Urbino 23 e 24 maggio 2024

In occasione della proclamazione di **Capitale della cultura 2024** riconosciuta alla città di Pesaro, due saranno i fili conduttori di questa visita tecnica/convegno imperniata in particolare sulla cultura delle tecnologie applicate al trasporto pubblico:

- **AMI S.p.A.** e il Sistema di bigliettazione regionale **MARTA** interesseranno la prima parte del convegno che si terrà nel prestigioso COLLEGIO RAFFAELLO a Urbino, dalle ore 13:30 del 23 maggio 2024. L'attenzione alla qualità del servizio e dei mezzi offerti al cittadino, con anche la collaborazione dell'Università di Urbino, impegneranno buona parte della prima giornata. Il progetto "*Wort One Minute*" (**WOM**), la lotta all'evasione, gli standard di qualità aziendali e il nuovo sistema di bigliettazione elettronica regionale "**MARTA**", progettato con logica Account Based e sistema EMV, saranno ampiamente approfonditi e sviluppati nei loro aspetti gestionali e tecnologici.
- Come consuetudine dei convegni di Club Italia, la seconda parte del convegno sarà dedicata agli aspetti tecnologici, organizzativi e gestionali di particolari sistemi propri della bigliettazione elettronica e dei sistemi di tariffazione territoriali. In questo convegno verrà trattato un importante tema, la cui implicazione con i tantissimi aspetti del nostro settore sta diventando sempre più preponderante: l'**ACCOUNT BASED TICKETING (ABT)**. Ormai non c'è sistema di tariffazione e di bigliettazione elettronica in cui non si comincino a introdurre, a livello nazionale e internazionale, i sistemi ABT con le relative implicazioni tecnologiche, organizzative, economiche e di coesistenza con i "supporti cartacei" tradizionali e non. Ne parleranno i maggiori esperti e player del settore e, riteniamo e auspichiamo, che da questa iniziativa il mondo istituzionale, aziendale e culturale potrà trarne un utile giovamento.

La componente di **VISITA TECNICA** riguarderà la messa a disposizione di un autobus attrezzato; nella giornata del 24, infatti, sarà presentato un veicolo equipaggiato, oltre che con tutte le dotazioni necessarie all'infomobilità, anche di altre tecnologie per ridurre il fenomeno di evasione.

Non mancherà la parte di cultura "tout court", con una visita al Palazzo Ducale di Urbino e alla città di Pesaro, Capitale della Cultura 2024.



CONVEGNO / VISITA TECNICA

LA CULTURA DELLA TECNOLOGIA NELLE AZIENDE DEL TRASPORTO PUBBLICO

DA MARTA A WOM, LE NUOVE STRADE DELLA MOBILITÀ
CON L'ACCOUNT BASED TICKETING

Intelligenza artificiale, bigliettazione elettronica regionale
e account based ticketing:
i temi tecnici cardine sviluppati nelle due giornate.

URBINO
23-24 MAGGIO 2024
Collegio Raffaello - Salone Raffaello



con il patrocinio di



CITTA
DI URBINO

NOTIZIE ITS E MAAS IN COLLABORAZIONE CON FERPRESS

08 May 2024 9:16

[Torino: parte "MaaS ToMove", la mobilità personalizzata attraverso una super App](#)

07 May 2024 10:31

[Toscana: il sistema TipTap compie un mese e registra circa 650.000 "tap". Kuba presente a NME](#)

03 May 2024 11:49

[Atm: dal 7 maggio il ticket per accedere a bus, tram, filobus e metro diventa ricaricabile](#)

02 May 2024 9:45

[Indra: accordo quadro con National Transport Authority d'Irlanda e diventa partner della tecnologia di biglietteria](#)

02 May 2024 8:44

[Maas4Italy: D'Annunziis, l'Abruzzo tra i sette territori scelti per il progetto](#)

30 Apr 2024 9:20

Il Deutschland-Ticket compie un anno. +28% di passeggeri rispetto a maggio 2023

24 Apr 2024 15:45

ASF: nuovo sistema SwipeOnLake per pagare il titolo di viaggio a bordo in modalità contactless

23 Apr 2024 15:21

Trenord sempre più sostenibile: ogni mese venduti 1,5 mln di biglietti ricaricabili e 1,2 digitali

23 Apr 2024 11:37

Autolinee Toscane premia le idee di innovazione interna dei dipendenti con la "Challenge Award"

22 Apr 2024 11:44

Wetaxi AllinOne: a Torino sull'app anche bici, monopattini condivisi, bus, tram e metro

19 Apr 2024 13:05

Cagliari: al via Pollicino l'app per migliorare mobilità urbana con la collaborazione dei cittadini

17 Apr 2024 14:58

Il contactless di Aep Ticketing Solutions rivoluziona il TPL dei bus extraurbani SETA

17 Apr 2024 10:00

TUA Agrigento: con la nuova App è possibile acquistare biglietti e rinnovare abbonamenti TPL