

Miglio digitale, Mestre

classe 3^F , anno scolastico 2018-2019

E' un progetto pilota a livello nazionale che, a Mestre, rimette al centro le piccole e medie imprese in tema di innovazione.

E' realizzato dal Digital Innovation Hub di Confesercenti, nell'ambito del Piano Nazionale Impresa 4.0

Il progetto, presentato ai media all'interno degli spazi dell'M9, è finalizzato alla realizzazione

di interventi di innovazione digitale in maniera aggregata, cioè coinvolgendo più operatori

del commercio all'interno di una stessa area della città e che si snoda, per l'appunto, lungo un percorso di circa un miglio nel cuore di Mestre.

IL PROGETTO

della Confesercenti Città Metropolitana di Venezia

- **1. Promozione Distretto Urbano Mestre (DUM)**

realizzazione di un piano di digital marketing e storytelling territoriale mirato a promuovere iniziative e luoghi

- **2. Realizzazione di una rete beacon/wifi**

in grado di raccogliere i dati dei transiti pedonali in centro, che verranno poi successivamente analizzati per affinare strategie di marketing

- **3. Negozio Digitale 4.0**

Realizzazione di un punto vendita sperimentale (in Corte Legrenzi) dotato delle soluzioni Smart Retail Olivetti per accompagnare il processo di digitalizzazione dei negozi di prossimità, incrementando l'efficienza dei processi interni e le relazioni fra l'esercente e la sua clientela finale.

- **4. Consulenza one to one alle aziende aderenti**

I consulenti incaricati realizzeranno un servizio di consulenza per ogni singola azienda

- **5. Coinvolgimento studenti**

Grazie al progetto di “Alternanza scuola – lavoro” ora PCTO, Confesercenti ha voluto mettere fattivamente in contatto con il mondo imprenditoriale, una classe intera di studenti del Liceo Scientifico Bruno di Mestre (classe terza F) che hanno realizzato contenuti e strategie digitali per gli operatori del commercio aderenti al “Miglio Digitale

Il contributo degli studenti



Dopo una fase iniziale di **formazione** gli studenti, suddivisi in gruppi, hanno lavorato:

- **Eseguendo una raccolta dati e fotografando** le merci di alcuni negozi dell'area interessata dal progetto.
- **Proponendo idee per l'organizzazione del territorio commerciale:** elementi d'arredo pubblico, tecnologie, marketing.
- **Collaborando alla programmazione di eventi** con lo scopo di far conoscere le attività commerciali, con l'aiuto di un docente universitario e un gestore marketing.
- **Conclusione del progetto.** Conferenza stampa, in cui si è parlato dell'organizzazione degli eventi e della generale innovazione degli spazi commerciali di Mestre.
- Visita guidata al **museo M9**

LE PROPOSTE

Circa 5 mesi di lavoro, formazione in aula, raccolte dati su 11 esercizi commerciali, fra negozi e ristoranti, studio delle loro interazioni sui social.

Le idee :

1. un deejay set in piazzale Donatori di Sangue, con promozione social e volantinaggio, a metà giugno, dal titolo: "Notte in bianco"
1. Un'altra proposta riguarda piazzale Candiani, con stand e truccatori "stile circense", la riprogrammazione di film x bambini, anche della stagione precedente a prezzi agevolati, e sconti per le famiglie nei ristoranti vicini, in abbinamento all'entrata al cinema.

