

The logo for WOW, with the letters "WOW" in a large, white, serif font. The letter "O" is replaced by a circular icon containing a stylized wine glass.

A transformação urbana e digital

Na génese do world of wine

NA GÉNESE DO WOW - WORLD OF WINE

A zona ribeirinha de Gaia, que albergava os armazéns de enchimento dos vinhos Croft e Taylor's, é agora o WOW – World of Wine, um novo polo de atração cultural e turístico, nascido para consolidar o Porto como um destino internacional de eleição. Na génese deste projeto está uma das maiores iniciativas de reabilitação urbana da Europa e um projeto estrutural de transformação digital, confiado à Axians pelo promotor do WOW, o Grupo The Fladgate Partnership.

A 31 de julho de 2020, o WOW inaugurou as suas primeiras atrações, com a abertura ao público de um vasto conjunto de experiências gastronómicas, vinícolas e museológicas, mas a transformação que mudou a paisagem e realidade desta zona da cidade começou muito antes.

No início de 2019, os três hectares e meio onde hoje se encontra o WOW não passavam de um projeto em planta, ao qual arquitetos e engenheiros das mais variadas especialidades adicionavam, em simultâneo, diferentes camadas de informação e requisitos técnicos. Os requisitos tecnológicos e digitais capazes de suportar a

“Os requisitos tecnológicos e digitais capazes de suportar a operação do WOW foram, por isso, os primeiros que o Grupo The Fladgate Partnership delegou à Axians Portugal”

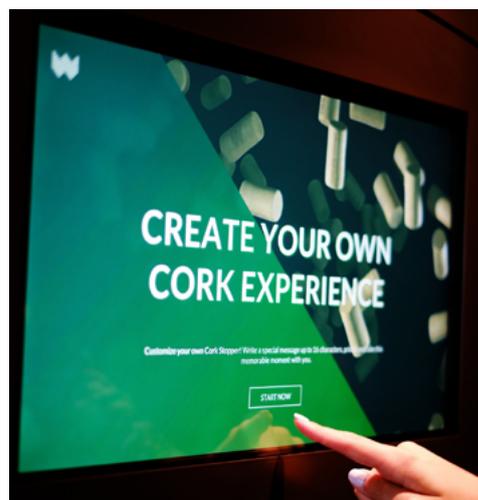
operação do WOW foram, por isso, os primeiros que o Grupo The Fladgate Partnership delegou à Axians Portugal.

Não foram, no entanto, estes requisitos que asseguraram à Axians a presença nas fases seguintes do projeto. Como explica Ângelo Alves, CIO do Grupo The Fladgate Partnership, “quisemos assegurar que a empresa escolhida para implementar as tecnologias de informação do WOW teria uma capacidade de resposta transversal a todas as necessidades envolvidas no projeto – sem recorrer a subcontratações – e foi com esta premissa que abrimos concurso para selecionar o parceiro tecnológico”.

INFRAESTRUTURA E INTEGRAÇÃO TECNOLÓGICA DO ZERO E DE A - Z

A Axians acabou, assim, por estar envolvida em todas as etapas, desde o ponto zero – o levantamento prévio –, à implementação e integração de todas as tecnologias que identificara.

“Toda a plataforma tecnológica foi pensada e dimensionada no vazio”, explica Rui Calmão, Diretor de Business Analytics & Transformation e responsável por esta etapa estruturante, que



se prolongou por cerca de seis meses. Para dar a perceber a dimensão e complexidade do processo, o responsável adianta vários exemplos que ilustram bem o desafio, como foi o caso da videovigilância: “definimos todos os locais e ângulos que precisavam de estar visados pelo sistema, evitando os chamados ‘ângulos mortos’, quando a única coisa que tínhamos era a planta dos espaços. Isto representou grande complexidade e responsabilidade, pois teve de assegurar, por exemplo, que uma criança perdida num museu não vai simplesmente desaparecer das câmaras e que o sistema de segurança vai conseguir saber permanentemente onde ela está”.

Quando Rui Calmão refere “toda a plataforma”, as suas palavras são literais, porque o trabalho da Axians implicou pensar e integrar todas as plataformas que suportam agora as mais variadas estruturas e valências do WOW, quer para quem lá trabalha, quer para os visitantes, quer ainda para os gestores do espaço.

Esta missão estruturante englobou desde as soluções que suportam a videovigilância, o estacionamento e a bilhética, à estrutura informática que apoia a operação de museus, lojas e restaurantes (...)

“Esta missão estruturante englobou desde as soluções que suportam a videovigilância, o estacionamento e a bilhética, à estrutura informática que apoia a operação de museus, lojas e restaurantes (...)

que ligam todas estas soluções para dar a conhecer aos gestores do WOW o que está a suceder neste complexo em tempo real.

GESTÃO E COLABORAÇÃO PARA UMA IMPLEMENTAÇÃO DESAFIANTE

Se o planeamento e arquitetura por detrás da transformação tecnológica e digital do WOW foi desafiante para a Axians, a implementação no terreno não lhe ficou atrás. Depois de voltar a ser a empresa escolhida pelo Grupo The Fladgate Partnership num conjunto de concursos que abarcaram a implementação de todas as peças tecnológicas desenhadas no referido concurso, a Axians montou as necessárias equipas e meteu “mãos à obra”.

Num projeto desta dimensão, a implementação é sempre uma corrida contra o tempo e exige uma robusta capacidade de comunicação e coordenação dos múltiplos intervenientes, para que tudo esteja pronto e funcional no dia marcado para a inauguração.

Neste caso, o processo foi ainda condicionado pela pandemia da Covid-19, já que a implementação decorreu na primavera e início do verão de 2020, quando a circulação de pessoas e materiais se encontrava altamente condicionada pelas regras de saúde pública. E se numa primeira fase havia arquitetos e engenheiros a projetar em papel, nesta segunda fase, dezenas de equipas,



incluindo as empreitadas de construção civil, multiplicavam-se em trabalhos no terreno - um enorme estaleiro.

“Cada uma destas equipas tem a sua missão, os seus prazos a cumprir e está focada nas suas tarefas e prioridades. É muito difícil conciliar todas estas pessoas e assegurar que não há margem para erro nem para derrapagens, com o desafio adicional de desenvolver esta missão em contexto pandémico. Para se ter uma ideia, foi preparado um plano de contingência para lidar com eventuais cenários do impacto da pandemia, sempre com objetivo de garantir a abertura no prazo definido em condições de segurança. Este foi um dos pontos diferenciadores da nossa abordagem, pois conferiu um grau maior de confiança ao nosso cliente, de que não iríamos falhar nos prazos”, refere Milton Cabral, Gestor e responsável pela atividade da Axians no norte do país. “E as tecnologias da informação tinham uma dependência grande daquilo que eram as infraestruturas da construção civil”, acrescenta o CIO do Grupo The Fladgate Partnership, sublinhando que “foi muito importante a solidariedade demonstrada pelas equipas, em especial para ultrapassar as limitações adicionais devidas à pandemia”. Mas a verdade é que a 31 de julho tudo estava pronto e funcional. Isto deveu-se a um complexo, mas gratificante, trabalho de gestão, feito em colaboração com os di-

versos stakeholders do projeto, que foi muito além das aptidões tecnológicas tipicamente oferecidas pelas empresas do sector.

“Dos cerca de 100 milhões de investimento global que fizemos no WOW, perto de 10% foram para tecnologias da informação. É um investimento que os visitantes não veem - e que é suposto não verem - mas que lhes permite desfrutar em pleno das muitas interações proporcionadas neste espaço, para que tenham aqui experiências inesquecíveis”, sublinha Ângelo Alves.

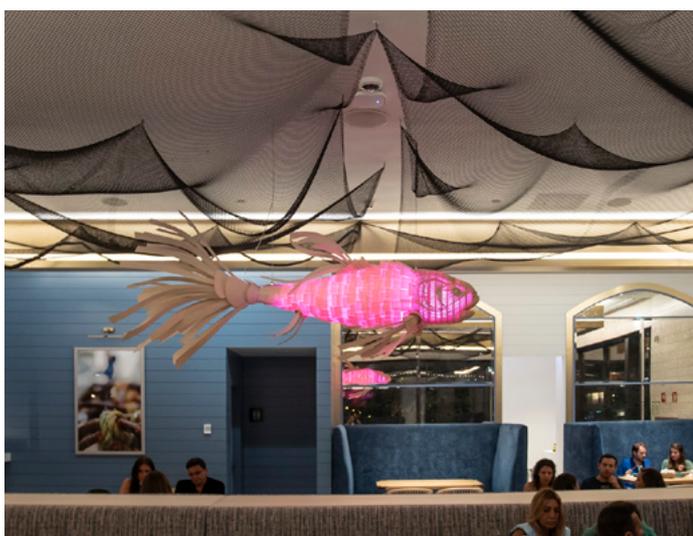
DATA ANALYTICS E BUSINESS INTELLIGENCE MAXIMIZAM WOW E DESTINO PORTO

A partir do momento em que o WOW abriu as suas portas, iniciou-se uma terceira fase da colaboração com a Axians, em que se destaca o apoio à gestão estratégica e à operação corrente do World of Wine, com vista à respetiva otimização.

Nesta etapa, Data Analytics e Business intelligence têm um papel fundamental. Ao estarem ligadas

a todos os sistemas implementados dentro do complexo e ao interagirem com os dispositivos dos visitantes que assim o autorizam, estas plataformas permitem fazer a correlação dos dados operacionais, das preferências dos turistas e da informação de negócio oriunda do sistema financeiro, em tempo real, para apoiar a tomada de decisão. Esta informação, que nasce

“Além de contribuir para a satisfação dos visitantes e para a maximização dos resultados do WOW, o conhecimento da jornada potencial de cada cliente permite ainda maximizar ativos fora deste complexo.”



do histórico de visitas e da antecipação das preferências dos visitantes, permite melhorar a experiência de cada cliente no local, por exemplo, através de uma sugestão de um restaurante ou museu que se enquadra no seu perfil, mas para o qual não foi feita reserva ou compra de bilhetes.

Além de contribuir para a satisfação dos visitantes e para a maximização dos resultados do WOW, o conhecimento da jornada potencial de cada cliente permite ainda maximizar ativos fora deste complexo, o que apoia os objetivos prosseguidos pelo Grupo The Fladgate Partnership em duas outras vertentes:

- na vertente direta do seu negócio, apoia a criação de sinergias e mais-valias entre a oferta patente no WOW e aquela que está disponível noutras áreas de atividade deste Grupo, nomeadamente nos vinhos e na hotelaria;
- numa vertente mais vasta e transversal, que se resume na ambição de aumentar a atração do destino turístico Porto, ajuda a dinamizar outros ativos turísticos da região e a melhorar a experiência e satisfação dos turistas estrangeiros que a visitam, motivando estadas mais prolongadas e, por

isso, mais compensadoras para os operadores turísticos e a economia.

Perto de seis meses após a abertura do WOW, “o feedback dos visitantes é muito positivo, mas dada a situação pandémica e como as vias aéreas continuam condicionadas, ainda é pouco o tráfego gerado. No entanto, temos vários sistemas e equipas do Grupo que acabam por ser transversais e que vão apoiar a operacionalização e criar sinergias assim que a situação permitir que os visitantes, e nomeadamente os turistas internacionais, voltem ao Porto”, refere Ângelo Alves, convicto de que, dentro de alguns meses, o WOW e a “Invicta” voltarão a merecer a escolha de muitos turistas.

Esta missão e ambição do WOW em reforçar o Porto como destino turístico internacional de referência – que levou o projeto a ser considerado de Potencial Interesse Nacional (projeto PIN) – foram prioridades para o The Fladgate Partnership desde a primeira hora e foram também estratégicas na definição destas soluções de analítica e inteligência recomendadas e implementadas pela Axians.

CONTACTO AXIANS:

MILTON CABRAL | milton.cabral@axians.com

axians.pt