

# Marketing Sociale



Caso studio:

Applicazione per smartphone di sensibilizzazione, informazione e prevenzione per un consumo responsabile di alcolici.

## **Alla Salute ...Sicuro?**



SERT di Teramo



Mattia Bella De Iovita  
Giorgio Gazzotti

***Il marketing sociale è l'utilizzo dei principi e delle tecniche del marketing per influenzare un gruppo Target ad accettare, rifiutare, modificare o abbandonare un comportamento in modo volontario, allo scopo di ottenere un vantaggio per i singoli, i gruppi o la società nel suo complesso.***

Philip Kotler.

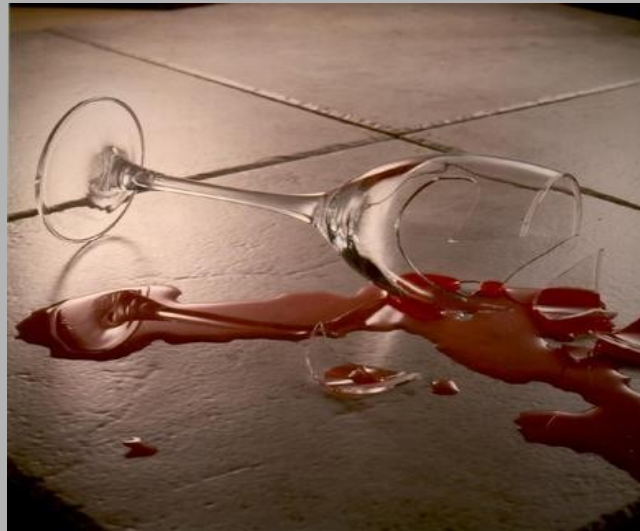
# Contesto:

TERAMO – una delle città con un numero in costante aumento di persone che abusano di alcolici, soprattutto nelle zone del litorale adriatico.

Cio` ha comportato un drastico quanto inesorabile aumento di incidenti automobilistici, soprattutto nel periodo estivo, e di sequestri dei mezzi e revocche di patenti oltre la media regionale.

## MONITORAGGIO PROVINCIALE

- Si riscontra un notevole consumo a rischio degli alcolici soprattutto nei giovani, di sesso maschile, che abitano i piccoli paesi limitrofi, date le scarse attrattive sociale e ludiche.
- Di rilievo e` l'eta`, sempre piu' prematura, dell'iniziazione all'alcol.



BUDGET STIMATO: 7.000 Euro

# FASE STRATEGICA

## Priorita`

- Fornire gratuitamente un servizio multimediale interattivo che abbia funzioni informative e preventive.
- Fornire un'applicazione completa e gratuita.



## Obiettivi

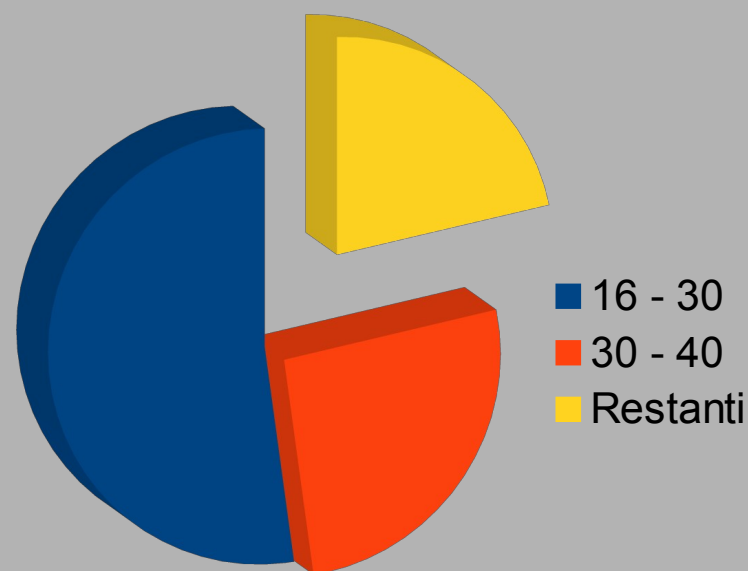
- Sensibilizzare I giovani ad un responsabile consumo degli alcolici.
- Fornire informazioni e dati dettagliati riguardo rischi e sanzioni legate all'abuso di alcolici.



# Target

Si prende in considerazione la fascia di età che va dai 16 anni, limite legale per il consumo di alcolici, ad un massimo di 40 anni.

Il target oltre a prendere in considerazione i consumatori di alcolici si sofferma anche sulla percentuale di possessori di Smartphone sui quali è possibile scaricare l'applicazione.



# FASE ANALITICA



Controllando sul web è possibile individuare una grande quantità di programmi e di applicazioni che hanno la funzione di fornire dati, per lo più molto approssimativi, del tasso alcolemico fermandosi a dare una visione più ludica che informativa della realtà.

Spesso tali programmi sono a pagamento e tarati su parametri diversi da quelli europei e nazionali senza alcuna interazione da parte del fruitore.

<http://www.android-htc.it/applicazioni/alcohol-calculator-1-03/>

[http://it.androidzoom.com/android\\_applications/health\\_and\\_fitness/phone-alcol-test\\_bpcv.html](http://it.androidzoom.com/android_applications/health_and_fitness/phone-alcol-test_bpcv.html)



# FASE OPERATIVA

## Applicazione



L'applicazione e` stata ideata per essere scaricata GRATUITAMENTE sui cellulari di ultima generazione.

E` possibile entrare in possesso dell'applicazione utilizzando il lettore QRcode presente in ogni smartphone.

Puntando il lettore contro il codice QR automaticamente si viene indirizzati alla pagina web da cui e` possibile effettuare il download dell'applicazione autoinstallante compatibile con tutti I sistemi operativi ANDROID.



# Applicazione

## Struttura

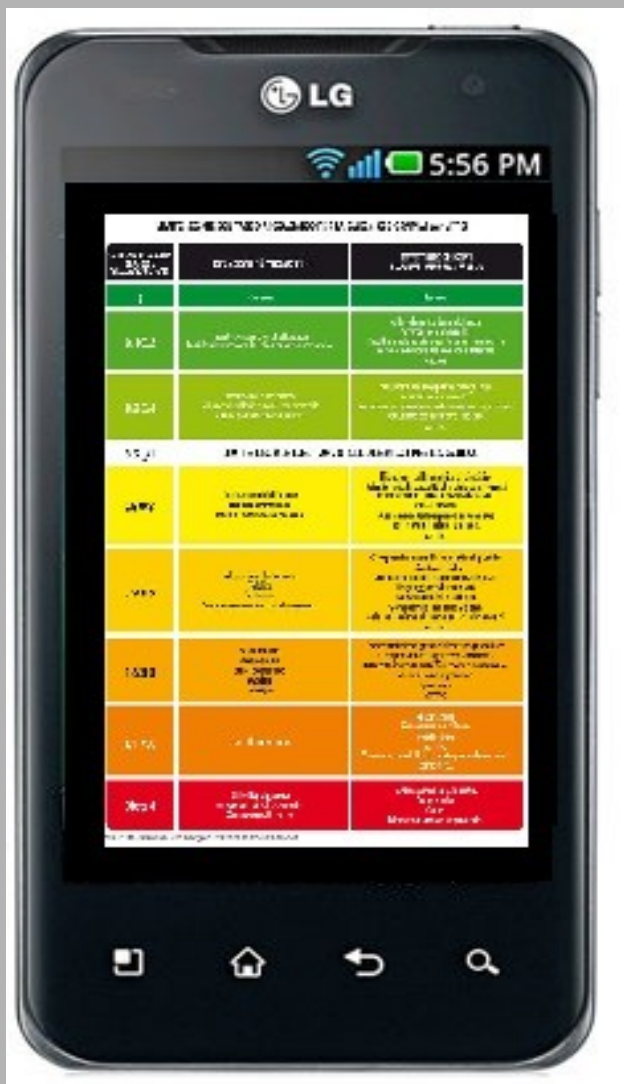


Una volta installata l'applicazione si apre una schermata iniziale che rimanda ad un piccolo menu touch interattivo.

Tale menu comprende:

# Applicazione

## Struttura



### GRIGLIA D'ALLERTA:

Tabella descrittiva dei limiti alcolemici e dei sintomi correlati ai diversi livelli di concentrazione di alcol nel sangue, simile alle griglie in dotazione agli esercizi commerciali.

# Applicazione

## Struttura



## SANZIONI:

Vengono illustrate le sanzioni legali e penali che si rischiano in base alla gradazione del tasso alcolemico presente nel sangue, in base al decreto legge 1720-B che modifica il codice della strada entrato in vigore il 30.07.2010.

Da 0.50 a > 1.50 g/l.

Tale schermata evidenzia:

- l'ammenda da pagare;
- se previsto, l'arresto;
- periodo di sospensione della patente;
- la decurtazione dei punti;
- il sequestro del mezzo.

# Applicazione

## Struttura

COSA FARE SE... :

In questa schermata e` possibile visualizzare due oggetti multimediali:

- un'immagine shock o di forte impatto visivo ed emotivo.
- un video con durata massima di 2 min dove e` possibile ascoltare il parere di un medico che spiega cosa fare, come agire e come intervenire in caso di abuso alcolico.



# Applicazione

## Struttura



### CALCOLATORE ED EFFETTI NEL CORPO:

Vengono illustrati gli effetti a livello organico nel sangue.

Viene fornita inoltre un piccolo motore di ricerca interno grazie al quale e' possibile calcolare in modo approssimato le proprie condizioni psico-fisiche dovute all'utilizzo dell'alcol in tempo reale.

Inserendo infatti cio' che si e' bevuto il calcolatore interno riesce a dare un giudizio approssimativo delle condizioni dell'utente che riesce in tal modo ad interagire con l'applicazione.

# Distribuzione, Promozione e Pubblicità



Si propone l'utilizzo del semplice QRcode accompagnato dal nome dell'applicazione.

Tale codice può essere applicato all'interno dei locali della costa adriatica abruzzese aderenti all'iniziativa.

Inoltre è possibile stampare il codice sui bicchieri di plastica in uso in bar e discoteche.

Dal punto di vista pubblicitario, considerando il target di riferimento verranno adoperate tecniche di viral marketing e guerrilla marketing.



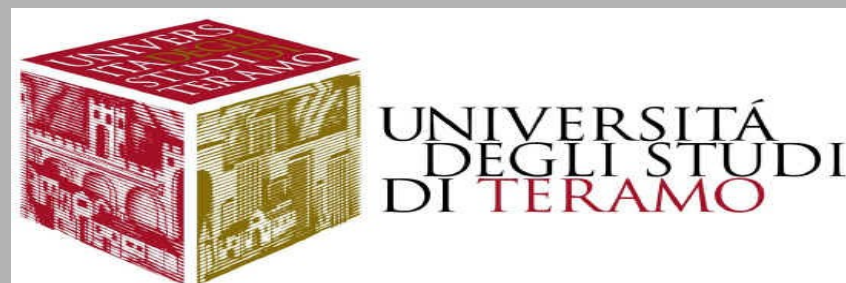
Oltre all'utilizzo di depliant, adesivi posti in punti strategici della città e del litorale (richiamo della Scorpion Brand della Nike), manifesti e flyer verranno utilizzate anche le tecniche del:

- GUERRILLA MARKETING: una forma di promozione pubblicitaria non convenzionale e a basso costo ottenuta attraverso l'utilizzo creativo di mezzi e strumenti aggressivi che fanno leva sull'immaginario e sui meccanismi psicologici degli utenti finali.

- VIRAL MARKETING: un tipo di marketing non convenzionale che sfrutta la capacità comunicativa di pochi soggetti interessati per trasmettere il messaggio ad un numero elevato di utenti finali. La modalità di diffusione del messaggio segue un profilo tipico che presenta un andamento esponenziale.



# Partner ed Eventi



# Riferimenti bibliografici

- Alcuni dei dati presenti fanno riferimento al portale web [www.jellinek.nl/english](http://www.jellinek.nl/english).
- Fattori G., Vanoli M., "Il marketing sociale: opportunità e prospettive", in E. Cucco, R. Pagani, M. Pasquali, Secondo rapporto sulla comunicazione sociale in Italia, Carocci Editore
- Fattori G., French J., Blair – Stevens C., Guida operativa al marketing sociale, a ristampa, Modena, 2009.
- Commentario riassuntivo dell'ordinamento legislativo italiano in materia. Consultato on-line il 18/12/2010  
[http://www.alcol.net/images/leggi\\_italia.pdf](http://www.alcol.net/images/leggi_italia.pdf)
- <http://www.appinventorbeta.com/about/>
- <http://www.salute.gov.it>
- <http://www.comune.teramo.it/ricerca.asp>