

BecomeAtree

Progetto:

«Ideazione della App
per la promozione
della salute in ambito
della sostenibilità
ambientale»

Prof. Giuseppe Fattori
Marketing Sociale
Com.pass 2011/2012



A cura di:
Stefano Andreucci
Chen Chen
Fabrizio Cilindro
Giulia Giliberti
Du Liuxiao
Virginia Romani



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Marketing analitico

Letteratura: progetto SU.VO.T., *best practices* estere, “Guida operativa al Marketing Sociale” e “Carta volontaria del ristorante sostenibile”.



Contesto: Attraverso la mappatura del territorio di Rimini e provincia, abbiamo individuato le forze che forniscono opportunità al nostro progetto di turismo sostenibile e quelle che potrebbero intralciarlo.

Lista di alberghi, ristoranti e stabilimenti balneari che attuano le loro scelte d'acquisto all'interno di precisi criteri e che rientrano all'interno di specifiche caratteristiche.



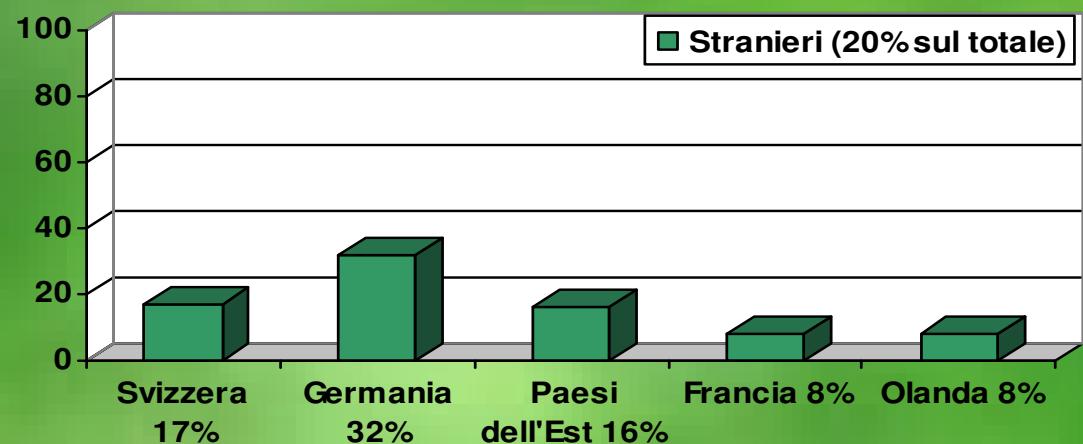
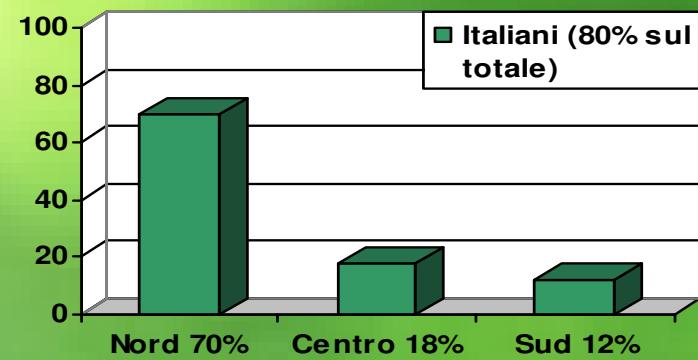
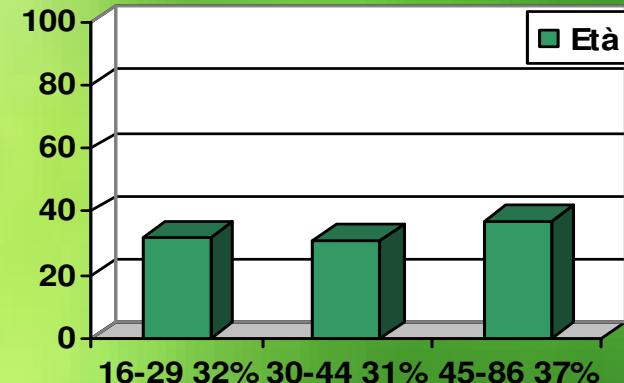
Marketing strategico

Priorità: cambiamento di comportamenti dei turisti.

Obiettivi (misurabili): aquisizione di dati tramite la App e grazie agli esercizi commerciali aderenti.

Segmentazione: utilizzo di statistiche dell'Università di Bologna ai fini di segmentare il nostro target.

Posizionamento: consumo di prodotti del territorio a filiera corta, ingresso scontato a musei ed eventi culturali, rispetto dell'ambiente



Marketing operativo

Product:

Comportamento turistico consapevole.

Price:

Costi economici e non: rinuncia a un'alimentazione meno sana ma più economica. Benefici: sconti ai musei, alimentazione sostenibile, biciclette gratuite, interazione con la App.



Place:

Info-points, esercizi commerciali che aderiscono, musei, centri culturali.

Promotion:

brochure, giornali locali, riviste, social media, siti istituzionali, App.

Partner:

Unione Europea, Arpa, Acquisti Verdi, Università di Bologna, TagBoLab, Legambiente.

Verifiche

Fase sperimentale → 6 mesi (da maggio a ottobre)

Verifica di processo → metà luglio

- Quanti download della App? Quanti commenti e feedback sono stati lasciati?
- Nuovi esercizi commerciali che hanno deciso di aderire al progetto in itinere.
- Quanti ingressi scontati hanno emesso i musei.

Verifica di esito → fine ottobre

- Ulteriore analisi delle variabili precedenti con l'aggiunta di dati sui movimenti dei clienti dall'inizio del progetto fino alla chiusura della stagione estiva.

App: **BecomeAtree**



- Dal sito del comune di Rimini è possibile scaricare gratuitamente la App.
- Le caratteristiche che guidano l'ideazione di questa applicazione sono: semplicità e interattività.
- Lo scopo dell'applicazione è quello di incentivare il turismo sostenibile.
- Si rivolge ai turisti possessori di smartphone o tablet.
- La App viene promossa in tutti gli info-point della città tramite appositi e visibili cartelli all'ingresso.

BecomeAtree

*“Se non vogliamo
perdere, è indispensabile
che tutti siano coinvolti in
questo processo di
cambiamento totale”*

[Lester Russell Brown]

Fai la tua scelta:

Scarica la nostra App su



*“If you do not want to lose,
it is essential that
everyone involved in this
process of radical change”*

[Lester Russell Brown]

Make your choice :

Download our App on

www.comune.rimini.it



Istruzioni per l'uso:

BecomeAtree

SI SCARICA LA APP

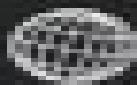
Edit



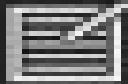
SI SCEGLIE LA LINGUA (ITALIANO, INGLESE, TEDESCO, FRANCESE)



SI EFFETTUÀ UNA REGISTRAZIONE CON L'INSERIMENTO DEI PROPRI DATI: FASCIA D'ETÀ, PROVENIENZA, ATTIVITÀ D'INTERESSE.



SI OTTIENE UNA PASSWORD CON LA QUALE SARÀ POSSIBILE EFFETTUARE DUE OPERAZIONI:



ACCEDERE ALLA APP



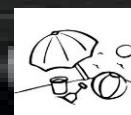
NOLEGGIARE GRATUITAMENTE BICICLETTE



Alberghi



Musei



Spiagge



Ristoranti



Biciclette

Opzione 1: “Mappa”



Indica la tua posizione nella città e tramite un menù laterale, da la possibilità di scegliere dove mangiare, dove dormire, cosa visitare o come muoversi.

La App mappa le attività commerciali aderenti al progetto, i punti di interesse culturale, o i luoghi dove è possibile reperire gratuitamente le biciclette.

Con un click sarà possibile effettuare tre operazioni:

- Leggere informazioni utili sull'esercizio commerciale.
- Leggere commenti e feedback di altri turisti.
- Opzione check-in: usufruire di quel servizio ed avere la possibilità di inserire commenti e dare feedback, incrementando il proprio punteggio.

Opzione 2: “BecomeAtree”



Un avatar, raffigurante un albero, crescerà rigoglioso ogni volta che la scelta del turista ricadrà su una meta ecosostenibile, al contrario appassirà se, ogni 24 ore, non sarà effettuata alcuna scelta.

Opzione 3: “Quanto sei sostenibile?”

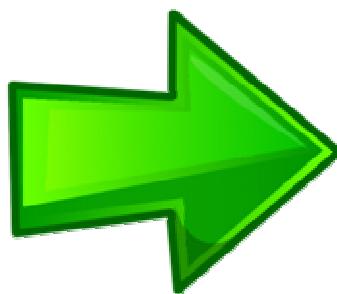


L'Applicazione calcola il numero di scelte effettuate mostrando al turista l'evoluzione/involuzione del suo avatar. Viene inoltre stilata una classifica in cui sono messi a confronto i risultati di tutti i turisti che hanno partecipato all'iniziativa.

Opzione 4: “Suggerimenti”



Questa opzione fornisce brevi curiosità e consigli sui benefici che si ottengono effettuando scelte sostenibili.



App si:

- Rende fruibile, attraverso la sua semplicità, tematiche ambientali di cruciale importanza
- Traduce concetti sulla sostenibilità in concrete e interattive azioni individuali
- Stimola la competizione e il conseguente interesse verso i comportamenti proposti
- Facilita chi già è predisposto verso scelte sostenibili (“innovatori”/“pionieri”) a perseguire i suoi obiettivi



App no:

- Non tiene in considerazione l'*economic* e il *knowledge divide*
- È difficile valutare le scelte concrete portate avanti da chi ha scaricato l'applicazione
- La App è un metodo che può risultare superficiale se non supportato da ulteriori approfondimenti

Bibliografia e sitografia

- Assezzorato al turismo del comune di Rimini, *Guida alla città di Rimini*, 2008
 - Evans G., *Planning for Urban Tourism: A Critique of Tourism Reserch*, Centre for Leisure and Tourism Studies, University of North London, No.5 (2000), pp. 307-326
 - Fattori G., French J., *Le caratteristiche dei turisti a Rimini: un Confronto tra due recenti indagini*, 2006.
 - Provincia di Rimini, *Movimento clienti negli esercizi ricettivi per il mese 2001*
 - Fugini P., Troia T., *Le caratteristiche dei Turisti a Rimini: un Confronto tra due recenti indagini*, 2006.
 - Geographical Juournal, *Savage Urban Context*, Vol. 170, No. 3 (Step. 2004), pp. 212-225.
-
- ✓ <http://www.aquistiverditurismo.it/>
 - ✓ <http://www.turismo-sostenibile.provincia.rimini.it/>
 - ✓ <http://www.turismo-sostenibile.org/>
 - ✓ <http://www.slideshare.net/erichoffman/utah-travel-conference-09>
 - ✓ <http://www.slideshare.net/katielips/social-media-and-turism-274877>
 - ✓ <http://solt.unwto.org/en>
 - ✓ http://www.arpa.emr.it/documenti/_cerca_doc/certificazioni/2010/cvrs%20protocollo.pdf