

# ALIMENTAZIONE ED EDUCAZIONE ALLA SOSTENIBILITA'

Campagna sperimentale



Presentazione di:  
Francesca Banchelli  
Licia Giglio

# CHI SIAMO:

**Assessorato ambiente e sviluppo sostenibile della Regione Emilia Romagna tramite l'ufficio Servizio Comunicazione e Educazione alla sostenibilità.**



In collaborazione con:



# MARKETING ANALITICO

## CONTESTO:

- Dal 2007 campagna “Consumabile”: adottando comportamenti virtuosi, con sforzi davvero minimi, si produce un risparmio economico e si pesa meno sull’ambiente. Comportarsi meglio è conveniente per tutti e quindi: **diventa un Consumatore abile, tu risparmi e l’ambiente ci guadagna.**”



# MARKETING STRATEGICO

## PRIORITA':

- **Sensibilizzazione** ➡ Miglioramento ambiente
- **Focus** ➡ Cambiare l'atteggiamento e il comportamento alimentare dei consumatori
- **Disclosure** ➡ Partnerizzazione, attrazione, divulgazione materiali informativi e distribuzione gadget

# MARKETING STRATEGICO

## OBIETTIVI:

- **Sensibilizzazione** → Far comprare prodotti locali, tipici e di stagione;
- **Focus** → Orientare i consumi divulgando l'importanza della sana alimentazione e del consumo critico e sostenibile;
- **Disclosure** → Coinvolgimento nuovi partner, creazione App.

# MARKETING STRATEGICO

## SEGMENTAZIONE:

- **Target 25-39 anni: 79.341**
- **Target 40-55 anni: 81.051**

Uomini e donne nel Comune di Bologna

Totale popolazione Comune di Bologna:  
239.670

# MARKETING STRATEGICO

## POSIZIONAMENTO:

- Realizzazione di un'App;
- Coinvolgimento dei cittadini-consumatori attraverso l'**implementazione** della sezione “Mangiabile” della campagna “Consumabile” promossa dalla Regione Emilia-Romagna;
- **coinvolgimento attivo** dei cittadini nel programma di consumo sostenibile attraverso stand informativi e ricette.

# MARKETING OPERATIVO

## PRODOTTO:



**Comportamento desiderato:** cambiamento delle abitudini alimentari attraverso il consumo consapevole e sostenibile.

**Benefici/vantaggi della sua adozione:** migliorare la salute delle persone, sviluppo sostenibile e aiuti all'ambiente (meno inquinamento).

# MARKETING OPERATIVO

## PRODOTTO:

1. App “**Consumaturo**” ideata per rispondere alla necessità di informare e di rendere facilmente accessibili i servizi del consumo sostenibile. Scaricabile dal portale “consumabile”, dai siti dei partner, tramite codice QR presente sulle sportine, ricette e dispenser posti nei mercati e ipermercati-supermercati Coop.

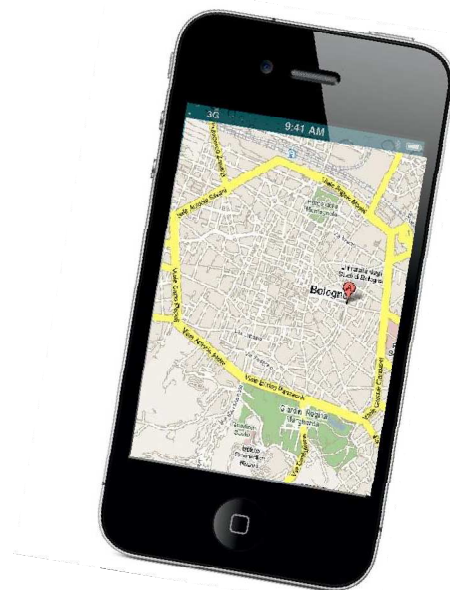


# MARKETING OPERATIVO

- **Contenuti:**

- **Mercati biologici, contadini e della terra:**

- mappa con i 4 mercati contadini e della terra che si tengono a Bologna. Con orari e giorni di apertura.



# MARKETING OPERATIVO

- **Mappa del consumo sostenibile (MCS):**  
distributori del latte, erogatori di detersivi e di prodotti sfusi e punti provvisti di erogatori di acqua potabile;
- **Elenco autobus che servono i mercati:**  
per informare il cittadino di come può raggiungere i luoghi del consumo sostenibile in modo responsabile;



# MARKETING OPERATIVO

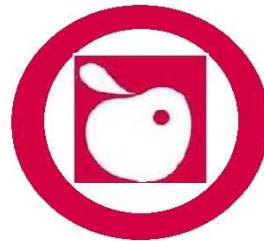
- **Elenco prodotti ortofrutticoli di stagione:**  
mese per mese elenco della frutta e della verdura di stagione;
- **Ricette a base dei prodotti di stagione:**  
ricette ideate dai cuochi di Slowfood per aiutare e dare idee al consumatore per cucinare in modo diverso, facile e gustoso i prodotti di stagione con supporto video;
- **Mappa dei cibi idroesigenti** (fornita da Hera).



# MARKETING OPERATIVO

## PRODOTTO:

2. **Target adulto:** Cartoncini con ricette a base dei prodotti di stagione e tabelle per il calcolo del peso ideale, incontri frontali per azione informativa e divulgativa circa i prodotti di stagione e come cucinarli affiancati da incontri con specialisti dell'Ausl di Bologna.
3. Sportine riutilizzabili in cotone con il logo dell'iniziativa e codice QR
4. **Target 25-39 anni:** gioco a premi in base ai check-in e badge di Foursquare;





# MARKETING OPERATIVO

## PREZZO:

- **Costi economici:** Maggior prezzo dei prodotti di stagione biologici, costi di raggiungibilità;
- **Costi non-economici:** Dedicare più tempo alla spesa, poca diffusione dei prodotti biologici, poca durata dei prodotti freschi, difficile accessibilità ai luoghi (poco diffusi), cambiamento abitudini alimentari.

# MARKETING OPERATIVO

## PROMOZIONE:

- Conferenza stampa;
- Stand informativi presso i mercati e i supermercati Coop;
- Dispenser ricette con prodotti di stagione presso supermercati e mercati;
- Lezioni di cucina;
- Sezione del sito Consumabile dedicata ai contenuti dell'App;
- Banner all'interno dei siti internet dei partner;
- Spot Radio.



# MARKETING OPERATIVO

## CANALI DI DISTRIBUZIONE:

- Mercati biologici e della terra;
- Coop;
- Internet;
- Radio

# MARKETING OPERATIVO

## PARTNER:





# VALUTAZIONE:

## **Di processo:**

- Monitorare vendite prodotti di stagione nei mercati e supermercati;
- Valutazione lezioni di cucina ogni due mesi tramite Focus-group;
- Misurare una volta al mese il numero di App scaricate;
- Monitorare sito internet Consumabile (tempo di permanenza, sezioni più cliccate, numero utenti).



# VALUTAZIONE:

## **Di esito:**

- Questionario on-line sul portale di “Consumabile” e da somministrare nei mercati e supermercati-ipermercati Coop. Inoltre verrà inviato alle persone che hanno scaricato l’App.



# Grazie

**Francesca Banchelli**  
**Licia Giglio**