

Relazione finale #greenmobilitybz 2017/2018

René Rinner

Bolzano, settembre 2018

Green Mobility ist eine Initiative des Landes Südtirol und wird koordiniert von:
Green Mobility è un'iniziativa della Provincia Autonoma di Bolzano e viene coordinata dalla:

STA - Südtiroler Transportstrukturen AG • Gerbergasse 60 • I-39100 Bozen
STA - Strutture Trasporto Alto Adige SpA • Via dei Conciapelli 60 • I-39100 Bolzano
Tel. +39 0471 312 888 • greenmobility@sta.bz.it • sta@pec.bz.it • www.greenmobility.bz.it

Ges.Kapital - capitale soc.: Euro 14.860.000 • MwSt.-Nr. - p. IVA: 00586190217
Handelsregister Bozen - registro delle imprese Bolzano: BZ 87527 • Einpersonengesellschaft - Società unipersonale
Unterliegt der Leitung und Koordination gemäß Art. 2497 und folgende des Z.G.B. durch die Autonome Provinz Bozen - Südtirol
Società soggetta a direzione e coordinamento ai sensi dell'Art. 2497 del C.C. da parte della Provincia Autonoma di Bolzano - Alto Adige

File: G:\Projekte sonstige GMKommunikationskampagne 2017-2018\A. Projektmanagement\180813 Abschlussbericht
#greenmobilitybz_IT.docx

Indice

1.	Campagna di comunicazione Green Mobility	4
1.1.	Descrizione della Campagna di comunicazione	4
1.2.	Offerta di Helios.....	5
1.3.	Gruppo di lavoro #greenmobilitybz	5
2.	Esplorazione visiva	6
3.	Ottimizzazione grafica del sito "Green Mobility"	6
4.	Factsheet contributi all'acquisto	7
5.	Sticker marchio ombrello "Green Mobility"	9
6.	Stories #greenmobilitybz.....	9
6.1.	Smart mobility: Kuno Prey, il professore multimodale	11
6.2.	Mobilità e turismo: Heinrich Dorfer – su turismo, mobilità e il paradiso	12
6.3.	E-mobility e viticoltura: prendere la vita più con calma con l'auto elettrica.....	13
6.4.	Logistica e mobilità: più cargo bike e meno furgoni.....	14
6.5.	E-mobility: Christian Gruber, l'artigiano che utilizza la mobilità elettrica	15
6.6.	Auto elettriche – Cresce il numero di compratori.....	16
6.7.	Ciclopendolarismo – Andare al lavoro usando l'elettricità	18
6.8.	Spazio al treno: viaggiare con la coscienza pulita.....	19
6.9.	La via breve è sempre la migliore	20
6.10.	Camminare e dimagrire.....	21
6.11.	Dev'essere veloce, l'artigiano.....	22
6.12.	Car pooling – Strategie di pendolarismo.....	23
6.13.	Mobilità elettrica in generale (video aggiuntivo)	24
6.14.	Mobilità ciclistica in generale (video aggiuntivo)	24
7.	#101Argumente	25
8.	Banner pubblicitario Salto	26
9.	Monitor sui treni FLIRT	27
10.	Banner sui bus SASA.....	29
11.	Poster fermate degli autobus	30
12.	Poster stazioni della ferrovia della Val Venosta.....	31
13.	Jingle sonoro	31

14.	Contributi editoriali radio	31
15.	Banner pubblicitari media di comprensorio	32
16.	Contributi redazionali media di comprensorio	33
17.	Contributi redazionali media associazioni di categoria	33
18.	Banca Raiffeisen	34
19.	Scuole guida della provincia	34
20.	Concessionarie auto della provincia.....	35
21.	Comuni e comunità comprensoriali della provincia	35
22.	Uffici provinciali a Bolzano	35
23.	Alperia.....	35

1. Campagna di comunicazione Green Mobility

1.1. Descrizione della Campagna di comunicazione

Il pacchetto di misure "Green Mobility", sviluppato da un gruppo di lavoro istituito dalla Giunta Provinciale, comprende anche una campagna di comunicazione sul tema della "mobilità sostenibile", che intende contribuire alla sensibilizzazione dei cittadini altoatesini. La campagna intende fornire informazioni in modo razionale e obiettivo sui temi: evitare di creare traffico, trasferire il traffico e migliorare il traffico, nonché sugli effetti del traffico sul clima e sulla salute (rumore, emissioni di CO₂, ecc.). L'obiettivo non è una campagna d'immagine, ma una campagna d'informazione.

Il budget originariamente previsto per la campagna di comunicazione, pari a circa 250.000 €, come indicato nel catalogo delle misure, non era più disponibile all'inizio del bando, per cui si è iniziato con una prima campagna "più piccola" nel 2017. L'importo massimo del bando è stato fissato a **39.700 €**. A causa di queste restrizioni finanziarie, la campagna si è concentrata sull'informazione di contributi finanziari per l'acquisto di veicoli elettrici, sia per i privati che per le aziende, e di stazioni di ricarica a casa. Oltre alle informazioni sull'elaborazione puramente tecnica dei contributi, la campagna si propone di comunicare tutti i vantaggi e le informazioni relative alla mobilità elettrica, di dissipare i pregiudizi e di diffondere il messaggio che i veicoli elettrici rappresentano già oggi una valida alternativa ai tradizionali motori a combustione nell'uso quotidiano.

Poiché il pacchetto di misure si rivolge a diversi gruppi target, la campagna dovrebbe essere rivolta anche a gruppi specifici. In linea di massima, nel bando di gara sono stati definiti tre gruppi target:

1. Il grande pubblico: deve essere informato sui fatti concreti relativi ai contributi della Provincia di Bolzano e su come vengono gestiti nell'acquisto di veicoli elettrici e stazioni di ricarica a casa. Inoltre, la popolazione deve essere sensibilizzata al tema della mobilità sostenibile. È da comunicare che la mobilità elettrica in particolare è una forma innovativa di mobilità.
2. Pubblica amministrazione, comuni, stakeholder: a loro dovrebbero essere fornite le conoscenze di base e le interrelazioni sul motivo per cui esiste il pacchetto di misure #smartunterwegs (in seguito #greenmobilitybz), quali obiettivi perseguiti e quale contributo può essere dato al raggiungimento degli obiettivi e alla loro attuazione. Si vuole sensibilizzare alla mobilità sostenibile e comunicare i numerosi vantaggi che ci si può aspettare quando si raggiungono gli obiettivi. L'obiettivo è quello di fornire a questo gruppo target le informazioni necessarie sulla strategia "evitare, trasferire e migliorare il traffico".
3. Moltiplicatori: aiutano a indirizzare le informazioni specialistiche specificamente a vari gruppi target e ad agire come formatori di opinioni. Per questo gruppo devono essere fornite informazioni dettagliate. Possibili referenti sono, ad esempio, associazioni di categoria (LVH.APA, HGV), rivenditori (rivenditori di auto e biciclette, produttori di stazioni di ricarica), installatori, elettricisti, tecnici e project manager, associazioni, scuole guida, ecc.

La comunicazione dovrebbe essere gestita direttamente, cioè attraverso il classico lavoro dei media, e indirettamente attraverso i moltiplicatori come le associazioni, la pubblica amministrazione e gli stakeholder.

Oltre alla pura mobilità elettrica, dovevano essere studiati altri 10-15 argomenti chiave, preparati per la copertura mediatica e comunicati. I testi e le immagini dovevano essere comunicati attraverso vari siti web, social media, riviste specializzate e di associazioni, ecc.

Poiché al momento della gara d'appalto non era ancora chiaro quale budget fosse definitivamente disponibile, i fornitori di servizi dovevano offrire tre scenari con servizi diversi (scenario piccolo, medio e grande).

Il periodo della campagna è stato fissato da luglio 2017 a febbraio 2018.

Il periodo di offerta si è concluso il 30 giugno 2017.

1.2. Offerta di Helios

L'offerta dell'agenzia di comunicazione Helios ha convinto la commissione di valutazione con il suo approccio. A causa dello scarso budget, il lavoro di comunicazione e media previsto è stato incentrato sui social media, poiché è possibile raggiungere un alto risultato a bassi costi e ha un rapporto prezzo-prestazioni molto efficiente. Inoltre, questi media raggiungono anche il pubblico giovane, aperto alle innovazioni, come gruppo target.

Helios offre un mix di testimonianze, storytelling, stampa, social, sito web, radio e treni FLIRT. In particolare, sono state proposte le seguenti misure:

- elaborazione di un concetto di comunicazione
- design e keyvisual strategici
- piano media
- project management

Come risultati vengono consegnati:

- 8-10 comunicati stampa (testo e immagine, senza layout), tema principale: incentivi all'acquisto
- 10-15 PR-Info/pubbliredazionale (creazione di info/pubblicitari, layout di testo e immagini), argomento principale secondo l'impostazione dell'agenda
- Articoli tecnici (creazione di brevi articoli redazionali in consultazione con i giornalisti – testi e immagini senza impaginazione)
- 15 "stories" #smartungerwegs (poi #greenmobilitybz) come post sul sito web GM e sui social media (Facebook, Instagram), argomenti principali secondo l'impostazione dell'agenda
- Factsheet/folder per il pacchetto di misure #smartunterwegs
- Slide informative per i monitor sui treni FLIRT
- 1x presentazione Keynote/PowerPoint sul layout GM, durata circa 15 minuti
- Spot radio #smartunterwegs, tema principale vantaggi
- Storie radio #smartunterwegs, temi principali degli articoli blog
- Azione di test per bici cargo (non compresa nei costi, lavoro extra)

1.3. Gruppo di lavoro #greenmobilitybz

All'inizio della campagna è stato presentato un gruppo di lavoro con l'obiettivo di discutere, concordare e divulgare i risultati dell'agenzia di comunicazione. Il gruppo di lavoro era composto dai seguenti rappresentanti:

- Günther Innerebner, Helios
- Manuel Demetz, Helios
- René Rinner, Green Mobility – STA
- Elisa Zambiasi, Green Mobility – STA
- Angelika Schrott, Agenzia di stampa e comunicazione
- Roman Clara, Agenzia di stampa e comunicazione

- Silvana Amistadi, Agenzia di stampa e comunicazione
- Marina Giuri, Agenzia di stampa e comunicazione
- Inge Aster, Dipartimento Mobilità

Il gruppo di lavoro si è riunito in totale 6 volte durante la campagna di comunicazione:

- 1° incontro: 05.10.2017
- 2° incontro: 31.10.2017
- 3° incontro: 29.11.2017
- 4° incontro: 18.12.2017
- 5° incontro: 18.01.2017
- 6° incontro: 15.02.2017

2. Esplorazione visiva

Uno dei primi passi è stata l'esplorazione visiva e la definizione del keyvisual della campagna. Il risultato è stato #greenmobilitybz:


#greenmobilitybz

3. Ottimizzazione grafica del sito "Green Mobility"

Una volta definito il keyvisual, Helios ha analizzato l'intero sito www.greenmobility.bz.it e ha presentato suggerimenti per il suo miglioramento in termini di grafica, leggibilità e linee guida di progettazione (screen design). Questi suggerimenti sono stati accolti dal reparto Green Mobility, trasmessi ai programmatori di Hell Company e implementati.


greenmobility.bz.it

Suchen




E-Mobility passt zu Südtirol

Maximilian Plant weiß ganz genau, was seine Gäste an der Ferienregion Seis am Schiern schätzen. Aber er möchte noch einen Schritt weiter gehen ...



Mit E-Autos die Schöpfung Gottes bewahren

Toni Fung macht im Jahr über 40.000 km, um bei den Menschen vor Ort zu sein. Eine ökologische(re) Alternative zum Diesel wäre für den...



Ladestationen in Südtirol

NEWS

Countdown Mobilitätspreis 2018

21.08.2018 Die Anmeldefrist für den Mobilitätspreis 2018 ist vorbei und es wurden 12 spannende Projekte eingereicht!

eTestDays erfolgreich beendet


03.08.2018 Die Aktion „eTestDays“, bei der Betriebe kostenlos E-Autos im Alltag testen konnten, ist abgeschlossen. 61 Betriebe haben Erfahrungen mit...

1.223 Südtiroler radelten im Juli zur Arbeit

02.08.2018 „Mit dem Rad zur Arbeit“, die Sommeraktion des Fahrradwettbewerbes, ist zu Ende. 20 Gewinnerinnen und Gewinner freuen sich über ein...


Südtirols Wirtschaft fährt elektrisch: E-Autos übergeben

19.07.2018 670 Betriebe haben angefragt – 60 davon können bis zum 3. August bei den eTestDays ein E-Auto ausprobieren. Die ersten E-Autos wurden nun...



Fahrdynamik und Ökologie unter einem Dach

Als Renate Gamper von Gamper Dach für die täglichen Bedürfnisse der E-Auto-Fahrer...



Neue Technologien sind unser Antrieb

Für die Enrico Giacomuzzi GmbH ist der technologische Wandel eine Chance des Wachstums. Jetzt möchte das Bozner Traditionsunternehmen im...

4. Factsheet contributi all'acquisto

Helios ha preparato 2 factsheet sotto la direzione di Green Mobility in conformità con i due schemi di contributo che fungesse da brochure informativa per il contributo di acquisto per i veicoli elettrici:

- una versione per privati/associazioni/pubbliche amministrazioni
- una versione per aziende.

Queste schede informative sono state redatte in due lingue, con una versione cartacea e una versione online per ogni scheda. Nel corso della campagna sono state modificate le linee guida per le aziende, di conseguenza la versione online è stata nuovamente adattata.

Factsheet aziende: versione cartacea

WIE // COME

#1 **100% RIFINANZIATA INVESTIZIONE**
 Attribuzione del contributo per la sostituzione dell'Autoveicolo Privato (Autov. Privato) - Alto Adige.

#2 **100% RIFINANZIATA INVESTIZIONE**
 Attribuzione del contributo per la sostituzione dell'Autoveicolo Privato (Autov. Privato) - Alto Adige.

DOPO L'ACQUISTO
 Richiesta di rimborso della Partecipazione Economica della Provincia Autonoma di Bolzano - Alto Adige.

HOLEN SIE SICH IHRE FÖRDERUNG APPROFITTA DEGLI INCENTIVI
 INFO - WWW.GREENMOBILITY.BZ.IT

#greenmobilitybz

E-MOBILITY
 FÖRDERUNGEN FÜR BETRIEBE
 INCENTIVI PER AZIENDE

DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT BEGINNT JETZT.

IL FUTURO DELLA MOBILITÀ INIZIA ORA.

WER // CHI

GEFÖRDERT WERDEN UNTERNEHMEN, FREIBERUFLER UND SELBSTSTÄNDIGE FOLGENDER BEREICHE:
 Handwerk, Industrie, Handel, Dienstleistungen und Tourismus

WAS // COSA

GEFÖRDERT INVESTITIONEN

INVESTIMENTI SOVVENZIONATI

WIE VIEL // QUANTO

#66
 E-mobility: schafft mehr Unabhängigkeit
 Mobilità elettrica: crea indipendenza

€ 4.000
 Für volle E-Fahrzeuge, für batteriebetriebene Fahrzeuge mit Range-Erweiterer sowie Brennstoffzellenfahrzeuge (80% der Förderung übersteigt das Land Südtirol und 50% der Fahrzeugkosten).

€ 2.000
 Für Plug-in-Hybrid (50% der Förderung übersteigt das Land Südtirol und 50% der Fahrzeugkosten).

30% (max. € 1.000)
 Für den Ankauf von neuen, drei- und vier-achsigen E-Fahrzeugen.

30% (max. € 1.500)
 Für den Ankauf von E-Fahrzeugen.

70% (max. € 1.000)
 Für den Ankauf oder die Langzeitmiete (mit Eigentümerversicherung) eines zweifachachsigen, Plug-in-Hybrid- oder dreifachachsigen E-Fahrzeugs.

Factsheet privati: versione cartacea

WER // CHI

FÖRDERUNGEN FÜR
 Privatpersonen, öffentliche Körperschaften sowie Vereine und andere Organisationen in Südtirol, die keine unternehmerische Tätigkeit ausüben.

INCENTIVI PER
 Privati, enti pubblici, associazioni e altre organizzazioni in Alto Adige che non svolgono attività imprenditoriale.

HOLEN SIE SICH IHRE FÖRDERUNG APPROFITTA DEGLI INCENTIVI
 INFO - WWW.GREENMOBILITY.BZ.IT

#greenmobilitybz

E-MOBILITY
 FÖRDERUNGEN FÜR PRIVATE
 INCENTIVI PER PRIVATI

DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT BEGINNT JETZT.

IL FUTURO DELLA MOBILITÀ INIZIA ORA.

WAS // COSA

GEFÖRDERT INVESTITIONEN

HEIMLADESTATIONEN

STAZIONI DI RICARICA

WIE // COME

E-FAHRZEUGE

AUTOVICOLI ELETTRICI

BETEILIGTE FAHRZEUGHÄNDLER UND DETAILLIERTE INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER
 WWW.GREENMOBILITY.BZ.IT

RIVENDITORI CONVENZIONATI E INFORMAZIONI DETTAGLIATE SU
 WWW.GREENMOBILITY.BZ.IT

WIE VIEL // QUANTO

€ 4.000
 Für volle E-Fahrzeuge, für batteriebetriebene Fahrzeuge mit Range-Erweiterer sowie Brennstoffzellenfahrzeuge (80% der Förderung übersteigt das Land Südtirol und 50% der Fahrzeugkosten).

€ 2.000
 Für Plug-in-Hybrid (50% der Förderung übersteigt das Land Südtirol und 50% der Fahrzeugkosten).

80%
 Für die Ladestation, bis max. € 1.200. Privatpersonen können Beiträge für max. drei Ladestationen erhalten. Für öffentliche Körperschaften können drei Ladestationen.

Per le aziende sono state stampate e distribuite 10.000 schede informative. Queste sono state anche allegate come supplementi alle riviste delle associazioni di categoria LVH, APA, HDS e HGV (per maggiori dettagli si veda il capitolo 17).

Sono state stampate e distribuite 24.000 schede informative per i privati. Queste schede sono state inviate per posta a tutti i comuni dell'Alto Adige, alle comunità comprensoriali, alle scuole guida, agli uffici provinciali, alle concessionarie di auto, ecc. (dettagli dal cap. 17 in poi).

La versione online delle schede informative è stata messa a disposizione per il download in due lingue sul sito web di Green Mobility (www.greenmobility.bz.it). Inoltre, queste informazioni digitali sono state spesso inviate per e-mail al momento della richiesta del contributo d'acquisto o sono state inviate come

volantino informativo a varie redazioni (stampa, radio, ecc.), sempre per e-mail, nell'ambito della campagna.

5. Sticker marchio ombrello "Green Mobility"

Per rendere i veicoli elettrici più "visibili" nella vita di tutti i giorni, è nata l'idea di rendere disponibili gratuitamente a tutti i concessionari di auto della provincia gli adesivi con il marchio ombrello "Green Mobility". Anche i veicoli che hanno ricevuto un contributo pubblico per l'acquisto dovrebbero essere "riconoscibili" di conseguenza. I concessionari erano liberi di scegliere se apporre gli adesivi direttamente sui veicoli elettrici o se consegnarli ai clienti per uso volontario. Gli adesivi sono stati progettati in due dimensioni e sono stati inviati a tutte le concessionarie automobilistiche con una lettera di accompagnamento:

- formato 100x31mm: 250 pezzi
- formato 150x46,5mm: 250 pezzi



6. Stories #greenmobilitybz

Secondo l'offerta dell'agenzia di comunicazione Helios, sono state prodotte 12 storie (video + racconto) sui diversi temi della mobilità sostenibile. I video sono stati di solito registrati e trasmessi in una sola lingua. Le storie sono state tutte pubblicate in due lingue (DE/IT). Le storie sono state trasmesse attraverso i seguenti canali: STOL, Südtirol News, sito web Green Mobility, Facebook Green Mobility e canale YouTube Green Mobility. Per raggiungere meglio i diversi target e gruppi linguistici su Facebook e per spingere le

storie, è stato assegnato un ulteriore contratto all'agenzia di content marketing "clicktext". Nell'ambito della campagna Facebook sono state generate le seguenti cifre per tutti i video e le storie: 210.000 persone raggiunte, 1,65 milioni di impression, 530.000 visualizzazioni video.

La produzione dei 12 video e delle storie è costata 12.800 €. Per ogni canale è stato speso il seguente budget pubblicitario:

Facebook: 4.620€

STOL/Südtirol News: 8.041 €

Salto: 3.000 €

6.1. Smart mobility: Kuno Prey, il professore multimodale



Tema: intermodalità (bici pieghevole/trasporto pubblico)

Lingua video: IT e DE

STOL: dal 15.11.2017: 1.732 consultazioni

Südtirol News: dal 17.11.2017: 219 consultazioni

Salto Desktop: 149 consultazioni

Facebook: 60.808 impression

6.2. Mobilità e turismo: Heinrich Dorfer – su turismo, mobilità e il paradiso



Tema: Raggiungibilità, turismo e mobilità (trasporti pubblici, servizio navetta, e-bike)

Lingua video: DE

STOL: dal 22.11.2017: 3.424 consultazioni

Südtirol News: dal 24.11.2017: 3.799 consultazioni

Salto Desktop: 544 consultazioni

Facebook: 48.108 impression

6.3. E-mobility e viticoltura: prendere la vita più con calma con l'auto elettrica



Tema: sostenibilità, consumo

Lingua video: DE

STOL: dal 6.12.2017: 4.569 consultazioni

Südtirol News: dal 7.12.2017: 575 consultazioni

Salto Desktop: 312 consultazioni

Facebook: 64.809 impression

6.4. Logistica e mobilità: più cargo bike e meno furgoni



Tema: City Logisti, mobilità ciclistica, cargobike

Lingua video: IT

STOL (solo articolo): dal 20.12.2017: 2.212 consultazioni

Südtirol News (solo articolo): dal 21.12.2017: 919 consultazioni

Salto Desktop: 330 consultazioni

Facebook: 68.702 impression

6.5. E-mobility: Christian Gruber, l'artigiano che utilizza la mobilità elettrica



Tema: mobilità elettrica in azienda, veicoli elettrici

Lingua video: DE

STOL: dal 15.01.2018: 3.315 consultazioni

Südtirol News: dal 22.01.2018: 1.019 consultazioni

Salto Desktop: 230 consultazioni

Facebook: 49.433 impression

6.6. Auto elettriche – Cresce il numero di compratori



Tema: mobilità elettrica, veicoli elettrici

Lingua video: DE + IT

STOL: dal 26.01.2018: 3.769 consultazioni

Südtirol News: dal 28.01.2018: 786 consultazioni

Salto Desktop: 151 consultazioni

Facebook: 11.824 impression

6.7. Ciclopendolarismo – Andare al lavoro usando l'elettricità



Tema: e-bike, S-Pedelec, bike to work

Lingua video: DE

STOL: dal 26.01.2018: 3.769 consultazioni

Südtirol News: dal 28.01.2018: 786 consultazioni

Facebook: 42.170 impression

6.8. Spazio al treno: viaggiare con la coscienza pulita



Tema: trasporto pubblico e turismo, viaggiare in modo sostenibile

Lingua video: DE

STOL: dal 19.03.2018: 2.070 consultazioni

Südtirol News: dal 21.03.2018: 939 consultazioni

Facebook: 29.473 impression

6.9. La via breve è sempre la migliore



Tema: auto a idrogeno, parco auto, tragitti brevi, sostenibilità, logistica

Lingua video: DE

STOL: dal 28.03.2018: 2.250 consultazioni

Südtirol News: dal 28.03.2018: 939 consultazioni

Facebook: 26.911 impression

6.10. Camminare e dimagrire



Tema: mobilità lenta, pedoni, ciclisti, salute, movimento

Lingua video: DE

STOL: dal 12.04.2018: 9.821 consultazioni

Südtirol News: dal 12.04.2018: 1.259 consultazioni

Facebook: 12.300 impression

6.11. Dev'essere veloce, l'artigiano



Tema: Cargob, mobilità ciclistica

Lingua video: DE

STOL: dal 5.05.2018: 5.449 consultazioni

Südtirol News: dal 5.05.2018: 894 consultazioni

Facebook: 15.245 impression

6.12. Car pooling – Strategie di pendolarismo



Tema: Carpooling

Lingua video: DE

STOL: dal 21.06.2018: 2.090 consultazioni

Südtirol News: dal 21.06.2018: 632 consultazioni

Facebook: 17.824 impression

6.13. Mobilità elettrica in generale (video aggiuntivo)



Alla fine del 2017 c'era ancora un piccolo budget residuo disponibile, che è stato utilizzato per pubblicizzare il video generale di Green Mobility riguardo la mobilità elettrica su Facebook.

Facebook: 61.646 impression

6.14. Mobilità ciclistica in generale (video aggiuntivo)



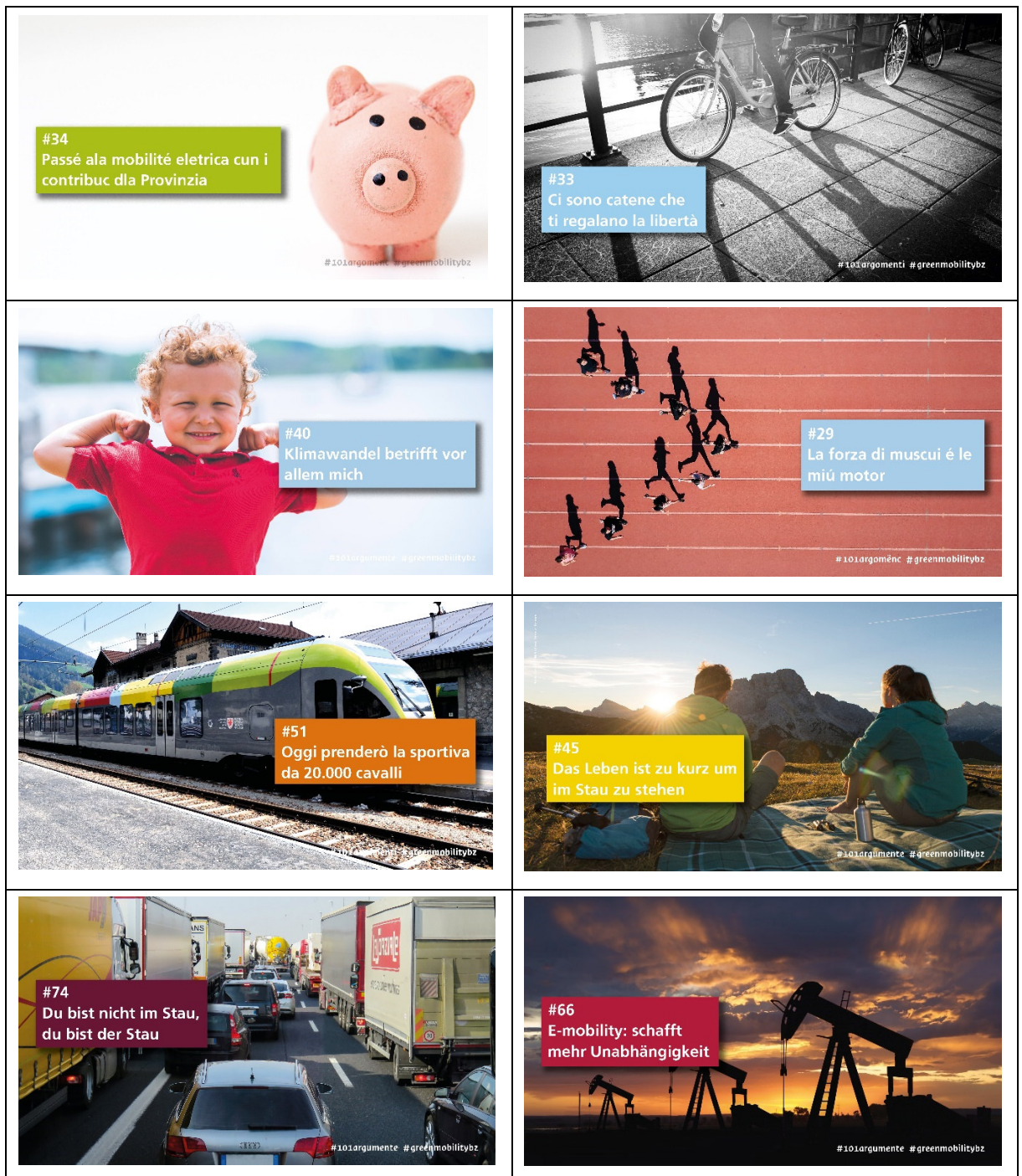
Alla fine del 2017 c'era ancora un piccolo budget residuo disponibile, che è stato utilizzato per pubblicizzare il video generale di Green Mobility riguardo la mobilità ciclistica su Facebook.

Facebook: 79.945 impression

7. #101Argumente

Secondo l'offerta di Helios, la serie dei #101argomenti non era prevista, ma è stata creata come "sotto-prodotto/prodotto aggiuntivo" e ha avuto molto successo. Originariamente era previsto che Helios sviluppasse le cosiddette "PR Research Notes" per l'Agenzia di stampa e comunicazione. <http://www.greenmobility.bz.it/it/projekte/101argomenti/101argomenti/>

Estratti:



Per vari motivi non è stato possibile realizzare questa idea, per cui i #101 argomenti sono stati sviluppati come alternativa. L'idea alla base: 101 argomenti a favore della mobilità sostenibile vengono sviluppati in tutte e tre le lingue provinciali e successivamente vengono pubblicati. L'importante era un linguaggio vivo accattivante, slogan interessanti e nessun indice puntato. L'idea era quella di attirare l'attenzione dell'opinione pubblica sul tema della mobilità sostenibile in modo ironico, divertente e accattivante. Uno dopo l'altro, gli argomenti sono stati pubblicati sul sito web di Green Mobility, su Facebook, Instagram, gli schermi sui treni, ecc. Tutti i #101 argomenti si trovano sul sito web di Green Mobility.

I #101 argomenti sono stati pubblicizzati anche su Facebook con un budget di 538 €. In tutto sono state raggiunte 90.000 persone, 280.00 impression e 320 click sul sito web Green Mobility.

8. Banner pubblicitario Salto

Su www.salto.bz sono stati pubblicizzati in totale 12 banner pubblicitari animati della serie #101 argomenti, alternativamente in tedesco e in italiano. I banner in "formato weekend" sono stati visualizzati nella homepage di Salto e in un blocco separato in fondo alla sezione ambientale. Inoltre, i banner sono stati visualizzati sul profilo Facebook di Salto (11.500 fan) e nella newsletter.

Datua	Impression	Click	CTR %
16-18/11/2017	41806	153	0,37
21.11.2017	15839	46	0,29
25.11.2017	11873	20	0,17
27.11.2017	17850	42	0,24
02.12.2017	13885	17	0,12
06.12.2017	16456	32	0,19
08.12.2017	10725	20	0,19
11.12.2017	18048	42	0,23
13.12.2017	15662	37	0,24
18-22/12/2017	79738	171	0,21
28-28/12/2017	44320	79	0,18
Totale	286202	659	0,23%

TU SEI SALTO LOGIN REGISTRAZIONE 9° C / -4° C DE / IT CERCA

IL PORTALE D'INFORMAZIONE E SOCIAL NETWORK ALTOATESINO COS'È SALTO • SOSTENERE • PUBBLICITÀ

salto.bz

POLITICA CULTURA ECONOMIA SOCIETÀ AMBIENTE CRONACA **COMMUNITY**

Themen: banche | Salto colloqui | immigrazione | Weekend | Wandern | Investigativ | Mehrsprachigkeit |

Bolzano docet
Un articolo dell'inglese The Guardian elogia il capoluogo altoatesino per aver fatto i conti con il proprio passato attraverso il depotenziamento del fregio di Mussolini.

INSERZIONE

#101argumete
#greenmobilybz

#46
La benzina del futuro
è multimodale

Ein gefährlicher Spaltpilz
Braucht Südtirol eine neue soziale Spaltung?
Ein kritischer Gastbeitrag des Südtiroler
Universitätsprofessors Max Haller zur Frage

Sposarsi a Innsbruck
In Austria i matrimoni egualitari dal 2019.
Schuster: "Non serve la residenza, gli
altoatesini possono registrarsi oltre confine,

Lang, länger, Langtaufers
Die Landesregierung schiebt die
Entscheidung über die Skiverbindung

Vaccini, sanzioni da luglio
Percorso a tappe: la soluzione della
Provincia per aumentare il tasso vaccinale.
Dall'anno scolastico 2018-2019 scatta anche

9. Monitor sui treni FLIRT

In totale sono stati creati 6 brevi video animati per gli schermi multimediali dei treni FLIRT. Ogni video dura 1,25 minuti e si compone di 6 diversi argomenti, alternativamente nelle lingue tedesco, italiano e ladino. All'inizio, dopo il primo blocco di argomento, così come alla fine, viene mostrato il banner pubblicitario #greenmobilybz, infine una diapositiva con i promotori dell'azione (Provincia di Bolzano, Green Mobility). I video sono stati programmati in modo tale che i pendolari al mattino e alla sera sullo stesso percorso vedano argomenti diversi in ogni caso, dopo 2 settimane il set è stato completamente cambiato. Questa alternanza di argomenti crea una suspense tra i passeggeri del treno, in modo che le informazioni sugli schermi siano più facili da percepire e attirino l'attenzione. L'obiettivo era anche quello di far sì che i passeggeri fossero consapevoli delle argomentazioni e ne discutessero e trasmettessero le informazioni (diventando così moltiplicatori della campagna). I video sono stati proiettati sui treni dal 15.11.2017 al 30.09.2018. L'iniziativa può essere ripresa in un secondo momento. Per mantenere alta l'attenzione, la campagna sarà interrotta a partire dal 30 settembre 2018.

Banner iniziale e intermedio:

101 argomenti
greenmobilitybz

Argomenti animati:



Slide finale:



10. Banner sui bus SASA

Sui finestrini posteriori degli autobus SASA a Merano e Bolzano è stata affissa una selezione dei #101 argomenti. A tale scopo sono stati prodotti 25 fogli adesivi nel formato 130x30cm, che sono stati utilizzati sulle seguenti linee:

18x a Bolzano (sugli autobus che circolano a rotazione sulle linee 3 - 5 - 6 - 8 - 9 - 10A/B - 110 - 111) e

7x a Merano (città, linea ME-BZ, linea Lana-Merano, linea Parcines, quindi un po' su tutte le zone).

La distribuzione linguistica è stata volutamente scelta in modo tale che a Bolzano fossero utilizzati 7 argomenti in italiano e 7 in tedesco, mentre a Merano sono stati affissi 3 argomenti in italiano e 4 in tedesco.



11. Poster fermate degli autobus

La Provincia Autonoma di Bolzano possiede 134 fermate di autobus, per lo più in zone rurali, che dispongono di spazi pubblicitari propri. La Provincia ha messo a disposizione del reparto Green Mobility alla STA un'area esterna di ciascuna di queste fermate di dimensione 118,5x175 cm.



14 dei #101 argomenti sono stati preparati graficamente in questo formato dall'agenzia grafica Helios. I manifesti saranno esposti tra il 1° ottobre 2018 e il 28 febbraio 2019.

12. Poster stazioni della ferrovia della Val Venosta

Lungo la linea ferroviaria della Val Venosta, le vetrine sui marciapiedi vengono utilizzate per esporre alcuni dei #101 argomenti in formato A3. In totale, circa 20 argomenti (DE/IT) saranno preparati graficamente per essere visualizzati alternativamente lungo la linea ferroviaria.

13. Jingle sonoro

L'agenzia di comunicazione ha programmato un jingle sonoro come parte dei servizi radiofonici editoriali per creare un alto valore di riconoscimento per la campagna #greenmobilitybz. Questo jingle è stato utilizzato anche come intro per tutti i 12 video.

14. Contributi editoriali radio

Il tema della "mobilità sostenibile" è stato trattato in radio tra novembre 2017 e febbraio 2018 attraverso diversi contributi editoriali sotto forma di racconti e brevi interviste. L'incarico è stato affidato alle due stazioni radio RMI (Mittagsmagazin, DE) e NBC (IT).

Radio RMI ha prodotto uno spot di annuncio per il Mittagsmagazin e 6 contributi (circa 2,5 minuti) – i temi:

- Green Mobility Alto Adige: Joachim Dejaco (STA)
- Turismo e mobilità sostenibile: Thomas Aichner (IDM), Heinrich Dorfer (Hotel Quellenhof)
- Mobilità elettrica in azienda/parco auto: Thomas Klauser (IIT), Ulrich Wallnöfer (PUR Alto Adige)
- Vivere senz'auto: Ulrich Becker
- Mobilità elettrica per privati: Harald Reiterer (STA)
- Rivoluzione in concessionaria: Norbert Lutteri (VW Auto Brenner)

Un totale di 8 contributi editoriali sono stati trasmessi su Radio NBC, ciascuno della durata di circa 2,5 minuti:

- Turismo senz'auto: Thomas Aichner (IDM)
- In bici al lavoro da Appiano a Bolzano: Harald Reiterer (STA), Andreas Pichler
- Vivere senz'auto: Christian Folie (Farmacia Peer)
- Cargobike e logistica in città: Flavio Spaccavento (servizio corriere)
- Tempo libero senz'auto: Sergio Fedele (mobility manager comune Merano)
- Mobilità elettrica in concessionaria: Gianfranco Pizzuto
- Pedibus: Sonja Abrate (Ökoinstitut)
- Mobilità elettrica nell'artigianato: Gerd Lanz (LVH),

15. Banner pubblicitari media di comprensorio

I banner pubblicitari per la campagna #greenmobilitybz sono stati inseriti in vari media di comprensorio. Di norma, è stato concluso un accordo di cooperazione con questi media, in base al quale è stato negoziato un pacchetto complessivo di banner + contributo editoriale. Un banner è stato pubblicizzato nei seguenti media (tutti i documenti scansionati sono sul server STA):

A. Manzoni SpA:

Alto Adige, 28 ottobre 2017: banner

Alto Adige online, 30 ottobre-5 novembre 2017: banner (impression: 43.000, utenti unici: 20.000)

Media Alpi (Corriere dell'Alto Adige), 20, 21, 23 dicembre 2017: banner

Athesia Bezirksmedien:

PLUS, Nr. 1, gennaio 2018: banner

WIR, Nr. 12, dicembre 2017: banner

PUSCHTRA, Nr. 1, gennaio 2018: banner

DER VINGSCHER; Nr. 1, gennaio 2018: banner

BAZ, Nr. 1, gennaio 2018: banner

Der Erker, dicembre 2017: banner

La Usc di Ladins:

Nr. 49, 15 dicembre 2017: banner

Nr. 4, 26 gennaio 2018: banner

Nr. 8, 23 febbraio 2018: banner

Nr. 12, 23 marzo 2018: banner

Qui Media (Bolzano, Meano, Bassa Atesina):

Nr. 23, 30 novembre 2017: banner

Nr. 24, 14 gennaio 2018: banner

16. Contributi redazionali media di comprensorio

I contributi editoriali alla campagna #greenmobilitybz sono stati scritti su vari media di comprensorio. Di norma, è stato concluso un accordo di cooperazione con i media di comprensorio, in base al quale è stato negoziato un pacchetto complessivo di banner + contributo editoriale. Nei seguenti media è stato inserito un contributo editoriale (tutti i documenti scansionati sono sul server STA):

A. Manzoni SpA:

Alto Adige, 28.10.2017: contributo redazionale

Alto Adige online, 30.10.-05.11.2017: banner

Athesia Bezirksmedien:

PLUS, Nr. 1, gennaio 2018: storia in prima pagina

WIR, Nr. 12, dicembre 2017: storia in prima pagina

DER VINGSCHER, Nr. 1, gennaio 2018: contributo redazionale

BAZ, Nr. 1, gennaio 2018: contributo redazionale

Der Erker, dicembre 2017: contributo redazionale

La Usc di Ladins:

Nr. 49, 15 dicembre 2017: contributo redazionale

Nr. 4, 26 gennaio 2018: contributo redazionale

Nr. 12, 23 marzo 2018: contributo redazionale

Qui Media (Bolzano, Merano, Bassa Atesina):

Nr 23, 30. November 2017: contributo redazionale

17. Contributi redazionali media associazioni di categoria

Sono stati conclusi accordi di cooperazione con le più grandi associazioni di categoria della provincia per coinvolgerle come moltiplicatori della campagna #greenmobilitybz e per contribuire a sensibilizzare e diffondere la conoscenza attraverso i loro canali mediatici (riviste dell'associazione, siti web, social media). Uno degli obiettivi principali della cooperazione è stato quello di garantire che le schede informative (factsheet, vedi capitolo 4), allegate alle riviste dell'associazione, raggiungano i potenziali stakeholder della mobilità elettrica.

Camera di Commercio: contributo redazionale sulla mobilità sostenibile

Giornale per l'Economia, Nr. 7, novembre 2017: Contributo redazionale

Profilo Facebook Camera di Commercio

HDS: contributo redazionale sulla mobilità sostenibile, inserto factsheet

hdsmagazins Nr. 3, 21 febbraio 2018: (tiratura 7.500 pezzi, 5.000 dt., 2.500 it.): inserto factsheet, contributo redazionale

HGV: contributo redazionale sulla mobilità elettrica, inserto factsheet

HGV Zeitung, uscita febbraio 2018: (tiratura 6.200): inserto factsheet, contributo redazionale

LVH: banner, contributo redazionale sulla mobilità elettrica, inserto factsheet e 6 infobox sul tema della mobilità sostenibile

Manufakt/Manufatto: uscita febbraio 2018: inserto factsheet, story

Manufakt/Manufatto: uscita aprile 2018: 1° infobox, Firma Grass (Bressanone)

Manufakt/Manufatto: uscita maggio 2018: 2° infobox, Cargo Bike GLS (Bolzano)

Manufakt/Manufatto: uscita luglio 2018: 3° infobox, Panificio Profanter (Bressanone)

Manufakt/Manufatto: uscita settembre 2018: 4° infobox, eTestDays e Roadshow

Manufakt/Manufatto: uscita novembre 2018: 5° infobox, Premio Mobilità Alto Adige

Manufakt/Manufatto: uscita dicembre 2018: 6° infobox, ammontare dei contributi

18. Banca Raiffeisen

La Cassa Centrale Raiffeisen ha distribuito i factsheet sui contributi per l'acquisto di veicoli elettrici (privati e aziende) a numerose filiali Raiffeisen della provincia. In particolare, le informazioni sono state trasmesse alle filiali che partecipano alla campagna per il noleggio a lungo termine di auto elettriche, lanciata da Raiffeisen e Alperia. Il tema della mobilità elettrica è stato ripreso anche in un numero della loro rivista e i video animati sui #101 argomenti sono stati proiettati sugli schermi informativi della Cassa centrale Raiffeisen di Bolzano.

19. Scuole guida della provincia

Dopo l'adeguamento dei criteri di ammissibilità per il contributo d'acquisto per le auto elettriche per le aziende, e in particolare la quota provinciale è stata aumentata da 2.000 a 4.000 euro per le scuole guida (4.000 euro dalla Provincia + 2.000 euro dal concessionario = 6.000 euro), Green Mobility alla STA ha inviato i factsheet sui contributi d'acquisto per i privati a tutte le scuole guida della provincia con la richiesta di metterle a disposizione presso le rispettive filiali. L'obiettivo era quello di attirare l'attenzione dei neopattentati in particolare sulla mobilità elettrica e di promuovere questa tecnologia innovativa.

20. Concessionarie auto della provincia

Sono state inoltre distribuite a tutte le concessionarie di Bolzano factsheet sui contributi per l'acquisto di veicoli elettrici (sia per privati che per aziende), che a loro volta li hanno distribuiti alle loro filiali su tutto il territorio provinciale. Nel corso di un sopralluogo di un giorno, i collaboratori del reparto Green Mobility hanno discusso del contributo per l'acquisto con i concessionari delle marche automobilistiche più popolari (BMW, Porsche, VW, Audi, Smart, Mercedes, Nissan, Renault, ecc.) a Bolzano. In questa occasione è stato spiegato nuovamente il sistema del contributo per l'acquisto e sono stati consegnati ulteriori factsheet.

21. Comuni e comunità comprensoriali della provincia

Un numero variabile di factsheet per i privati è stato inviato a tutti i comuni e le comunità comprensoriali della provincia per posta con una lettera di accompagnamento (a seconda del numero di abitanti dei comuni). Si chiedeva che i comuni mettessero a disposizione le informazioni presso le istituzioni pubbliche più visitate (municipio, ufficio anagrafe, medico di famiglia, ecc.). In totale sono state distribuite circa 5.000 schede informative.

22. Uffici provinciali a Bolzano

I factsheet (sia per privati che per aziende) sono stati distribuiti anche agli uffici provinciali con molta affluenza di pubblico e quelli operanti temi affini alla mobilità (sportello mobilità, palazzo provinciale 3b (Mobilità), palazzo provinciale 11 (Pianificazione territoriale e ambiente), Agenzia provinciale per l'ambiente, palazzo provinciale 12 (edilizia abitativa e sanità), ecc.

23. Alperia

Alperia, in qualità di maggiore fornitore di energia dell'Alto Adige e fornitore di punti di ricarica pubblici e privati, ha inoltre ricevuto 3.000 factsheet per privati e aziende da distribuire.