Acquainbrick, la risposta green per il settore turismo

acquainbrick-1c5e525c

Acquainbrick è una giovane realtà che non si è fermata durante il periodo di lockdown, continuando la propria attività di distribuzione di acqua in cartone e sostenendo azioni di charity a favore di alcuni ospedali. Per non farsi trovare impreparata alla ripartenza, propone nuove idee per aiutare un'economia in difficoltà portando avanti progetti concreti per sostenere un settore strategico, quello del turismo e del divertimento, soprattutto nel territorio romagnolo.
Nonostante si preveda un'affluenza decisamente più bassa rispetto alle stagioni passate, i gestori di queste attività si preparano a mettere in atto le giuste misure e regole di prevenzione per tutelare i clienti e garantire loro, al tempo stesso, un servizio sicuro e di qualità. Una soluzione concreta arriva da Acquainbrick sotto forma di una collaborazione strategica con Dishcovery, una start-up emiliano-romagnola che fornisce un servizio più che mai necessario in questo momento: la digitalizzazione del menu per le attività commerciali.

La partnership nasce dalla necessità di proporre un concetto di cambiamento sia nel bere acqua (eliminando le bottiglie di plastica di piccolo formato) e sia di acquistare un bene di prima necessità (ordinare cibo attraverso un'applicazione), nell'ottica di una società che cambia e si muove. Il tema del "movimento" sta tutto nelle strategie delle due start-up, che parlano ad un settore che naturalmente vive di continui cambiamenti e si allinea a quelli che sono i nuovi canoni del consumo: "be on-the-go" (essere in movimento) sarà un "mantra" per i prossimi anni.

L'acqua in cartone diventa un differenziale per creare luoghi di consumo più sostenibili, abbattendo la quota di plastica conferita, per dare un segnale di attenzione alle dinamiche ambientali; la digitalizzazione del menu diventa un pratico ausilio per evitare code e assembramenti, per diminuire lo stress da contatto tra le persone, per facilitare il lavoro di controllo delle regole, per dare maggiore accoglienza al cliente. Il primo gestore che ha aderito a questa iniziativa è il bagno Figli del Sole di Cervia, storica realtà della riviera romagnola, che potenzierà ulteriormente l'offerta già di alto livello

per i suoi clienti, permettendo loro di godersi la spiaggia in totale sicurezza, senza lo stress e il rischio di sgradevoli code al bar e al ristorante e, soprattutto, scegliendo un approccio al commercio maggiormente sostenibile. Infatti Acquainbrick propone un bene primario, l'acqua, imbottigliata in modo asettico all'interno di un contenitore di cartone, un brick completamente riciclabile e che non teme il sole: il rivestimento opaco limita la penetrazione dei raggi solari e protegge il liquido al suo interno, mitigando gli sbalzi termici e non alterando la purezza del prodotto e le sue proprietà. Anche grazie alla collaborazione attiva di Confartigianato Cesena, che ha creduto fin da subito a questa iniziativa, l'offerta combinata Acquainbrick e Dishcovery viene divulgata e proposta in convenzione agli associati territoriali, artigiani che cercano di riparare i danni subiti da quest'anno commerciale, anche grazie a idee innovative che aggiungono valore alla loro offerta.

Non resta che attendere le risposte del mercato a questa lodevole iniziativa di cross marketing propria di chi nella vita professionale è abituato a trovare, anche nelle evidenti difficoltà, una chiave di lettura positiva, un cambiamento costruttivo, un'evoluzione del servizio.