



hearth

T R A V E L



La scintilla

L'idea del progetto nasce da un incontro fortuito avvenuto un paio di anni fa con il direttore dell'Enit Giovanni Bastianelli che, in visita in Irpinia, ci disse la seguente frase che riportiamo a lato.

Questo problema dell'invisibilità, dei patrimoni nascosti, della mancata valorizzazione di territori dal potenziale enorme e inespresso, ci ha spinto ad esplorare le cause di questo gap informativo, e soprattutto a realizzare un progetto che potesse ridurlo e anzi riportarlo come valore principe, dal momento che lo stesso identico problema si ripete su almeno l'80% del territorio italiano.

*"L'Irpinia ha potenzialità che in questo momento il mercato richiede. Potrebbe addirittura governare su Napoli, Salerno e Caserta dal punto di vista turistico, perché rispecchia in pieno i requisiti che ad oggi il mercato turismo richiede e quindi di turismo lento, autentico, esperienziale, e soprattutto fuori dai normali tracciati. Il problema è però uno e uno solo: **voi siete invisibili**"*

Giovanni Bastianelli

Direttore esecutivo ENIT
(Ente Nazionale Italiano Turismo)



Chi siamo

Da questa scintilla è nata Hearth, startup innovativa nel settore turismo che si pone l'obiettivo di valorizzare le ricchezze e le bellezze nascoste del territorio italiano e guidare i turisti nella loro esplorazione.

In particolare, utilizziamo la tecnologia quale fattore abilitante di una strategia bottom-up, e quindi dal basso, per coinvolgere gli attori territoriali in un'ottica di cooperazione e sinergia, in modo tale da operare una **promozione ed un consolidamento dell'offerta turistica e culturale italiana**, valorizzando ed al contempo tutelando le risorse proprie dei patrimoni diffusi della penisola, anche delle aree interne, per la promozione dell'immagine turistica dell'Italia.





Il problema

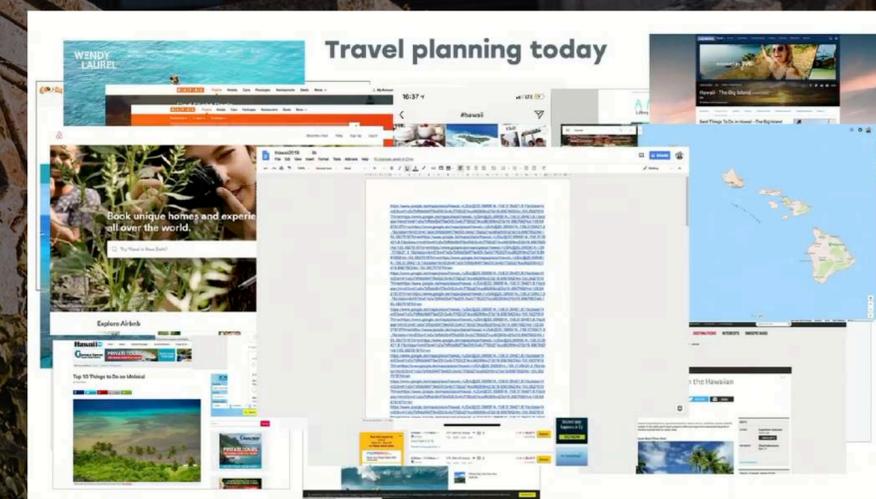
La frammentazione delle informazioni

Il problema principale per i viaggiatori è la frammentazione delle informazioni e dei canali su cui reperirle che, molto spesso, sono concentrati unicamente sulle **grandi destinazioni**, tralasciando quindi tutta quella parte informativa fondamentale sulle destinazioni minori.

Da un campione di circa 150 interviste, è emerso che in media i viaggiatori utilizzano circa 5-8 canali per incrociare e confrontare le informazioni prima di effettuare una scelta, e dei tempi lunghi che vanno dai 45 minuti per una sola attività, alle 5-6 ore per l'organizzazione di un itinerario completo lungo tutto l'arco della giornata, ricomprendendo anche richieste di disponibilità ai vari servizi/impresе di interesse, e relative richieste di prenotazioni e pagamenti.



L'inizio di una ricerca-tipo



Il risultato dopo svariate ore



Il problema

La frammentazione dei territori

Il problema principale di questo gap informativo è dato dalla frammentazione stessa dei territori, sia intesa come esterna, e quindi di territori limitrofi che non comunicano e non cooperano tra loro, sia interna, e quindi tra attori territoriali che non lavorano sinergicamente sulla promozione territoriale e dell'offerta turistica.

In ogni territorio infatti è sempre presente una destinazione maggiore, opera in maniera univoca e distaccata dai territori vicini, e all'interno degli stessi territori operano i Comuni, le associazioni di promozione, le imprese, le guide turistiche e i tour operator, che pur operando sulla stessa finalità di creazione e **miglioramento dell'offerta turistica**, lo fanno in maniera distaccata, mai uniforme e **soprattutto parallela e distinta**.

Il gap informativo si verifica anche attraverso i dati della distribuzione dei flussi turistici in Italia, come riportato di seguito:

21,7%

*si concentra
in soli 5 Comuni*

40,3%

*interessa circa
50 Comuni*

Dati Istat 2019 sui flussi turistici italiani



La soluzione Una piattaforma unica

In collaborazione quindi con i principali stakeholder territoriali, e con ANCI e UNPLI Campania, abbiamo realizzato una piattaforma digitale che consentisse l'utilizzo di strumenti per la digitalizzazione e gestione dell'offerta turistica ai singoli attori territoriali, e quindi l'inserimento di dati sui punti di interesse e sul patrimonio culturale e paesaggistico, su offerte, eventi, esperienze e biglietti, oltre che servizi generici, e al turista, uno strumento che funge da "imbuto" e che ottimizza tutte le informazioni raccolte dai vari e singoli attori per ottenere una guida completa per l'organizzazione e la fruizione dell'esperienza di viaggio.



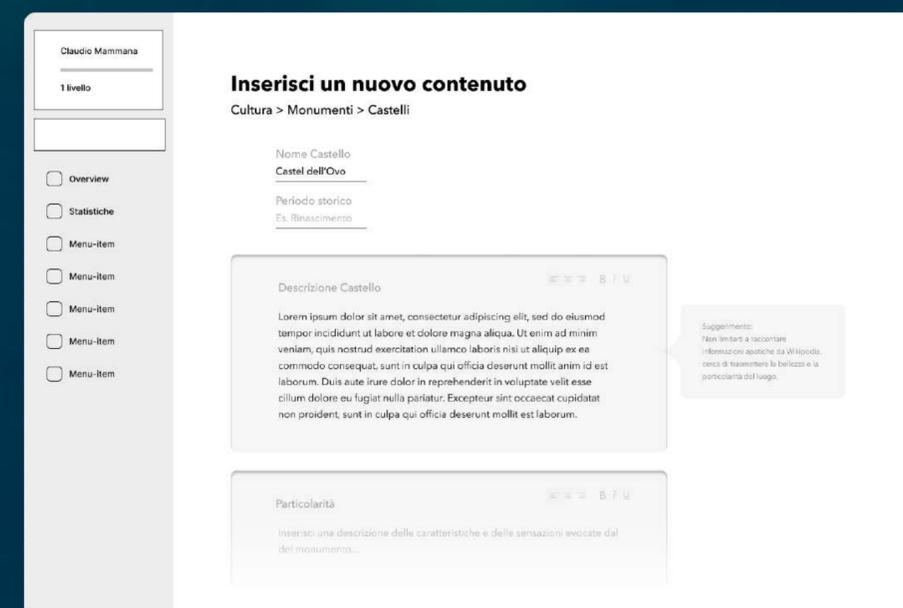
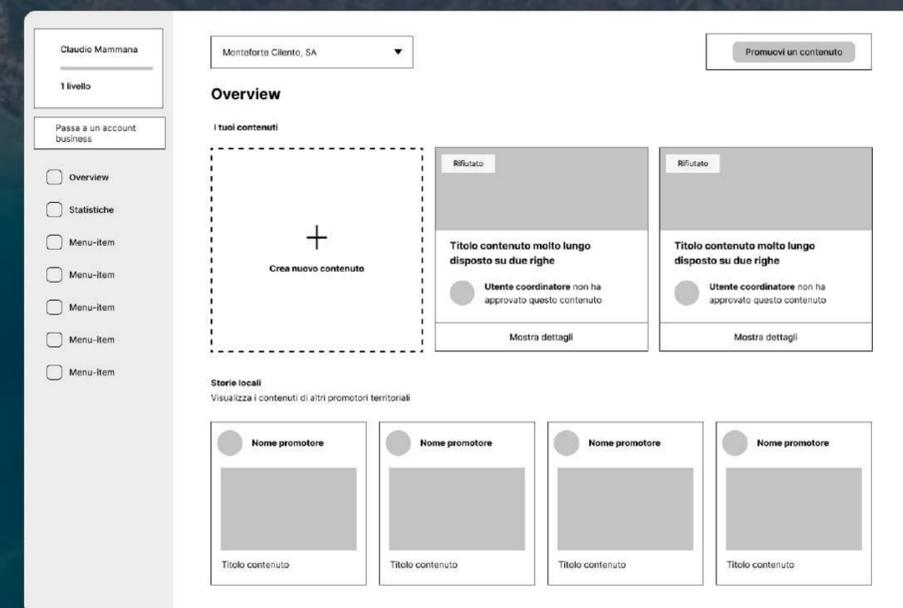


Gli strumenti Per la Governance

La piattaforma Hearth si compone principalmente di due anime digital distinte ma strettamente correlate e interconnesse tra loro:

- Una destinata alla **Governance e Destination Management**
- Una rivolta alla **fruizione dei contenuti per i viaggiatori**

Per la parte di Governance, mettiamo a disposizione dei singoli stakeholder territoriali tutti gli strumenti utili per la digitalizzazione dei patrimoni culturali e paesaggistici, e quindi la loro gestione dei dati e delle informazioni utili per i viaggiatori (orari, biglietti, accessibilità, posizione e informazioni generiche), e alle imprese una vera e propria plancia di comando per la gestione della propria attività, e quindi la vendita dei propri servizi e prodotti, oltre che per la gestione di eventuali prenotazioni o di pubblicizzazione della propria offerta o storia d'azienda.

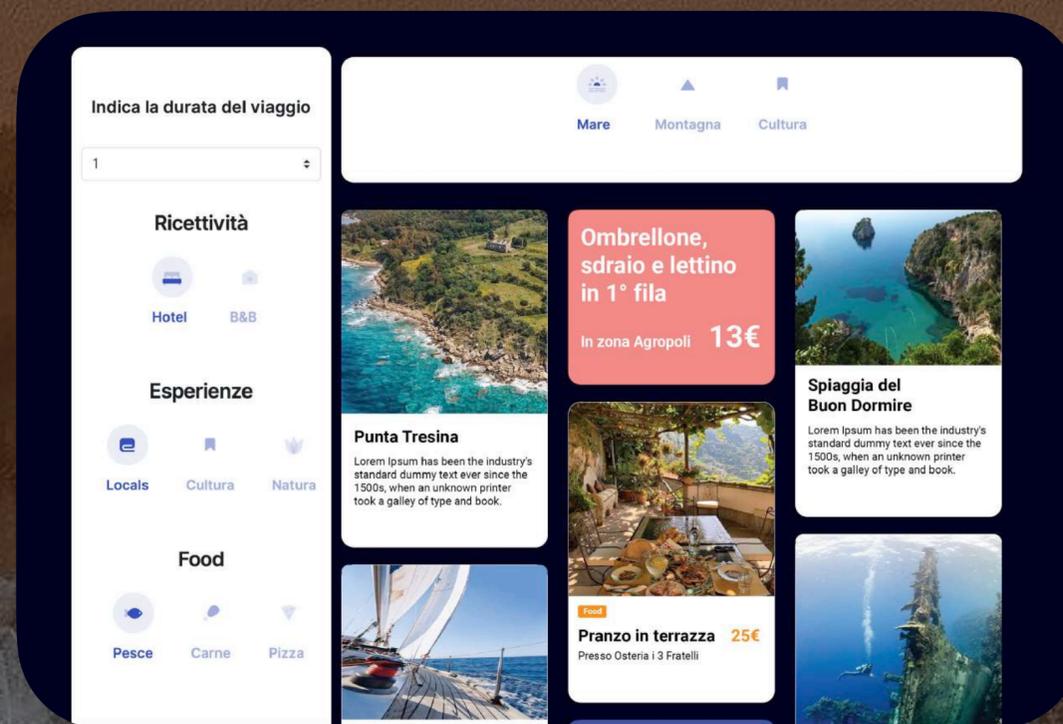




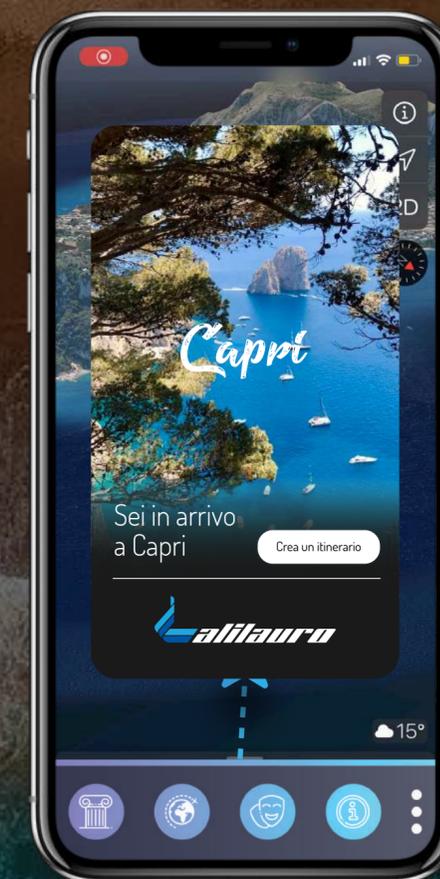
Gli strumenti Per i viaggiatori

I viaggiatori invece dispongono di due strumenti focalizzati su due differenti finalità ben precise.

Invece che replicare uno stesso modello della piattaforma in versione desktop e mobile, abbiamo infatti analizzato e progettato due differenti strumenti per focalizzare l'attenzione del viaggiatore sulle due fasi cruciali del viaggio: **l'organizzazione e la sua successiva fruizione.**



Attraverso la versione web, il viaggiatore potrà visualizzare tutti i punti di interesse e l'offerta specifica di un dato territorio concentrando tutte le informazioni possibili in un'unica finestra. Ciò gli consentirà di ridurre drasticamente i tempi di consultazione delle informazioni, e quindi di organizzazione e acquisto/prenotazione dei singoli servizi/prodotti inerenti al viaggio/itinerario.



L'app mobile, è uno strumento invece map-based per guidare l'utente nell'esplorazione e fruizione dell'itinerario e nella conoscenza dei luoghi specifici.



Circular Economy

Un modello di sviluppo sostenibile

Dal momento che il revenue model di Hearth si basa sulla trattenuta di commissioni relative alla vendita di prodotti e servizi effettuate dalle imprese tramite la piattaforma, redistribuisce circa il 30% dei suoi utili ai partner e stakeholder territoriali che operano sul territorio.

Ciò consente da un lato una migliore promozione del territorio da parte delle associazioni e dei volontari che operano in quelle aree, e dall'altro una fonte ulteriore di reddito per i Comuni per il finanziamento di restauri di monumenti, o per la realizzazione di opere pubbliche.

Crediamo che la crescita del territorio sia proporzionale e strettamente connessa anche alla crescita di Hearth, quindi non solo ci crediamo, ma ci investiamo economicamente per supportarne il suo sviluppo.



Le imprese vendono su Hearth i loro prodotti e servizi



Food



Esperienze

Ticketing



Guide

Trasporti



Hearth trattiene il 12% di commissione



Un fondo per le Associazioni e gli enti di promozione



Un fondo per i Comuni*





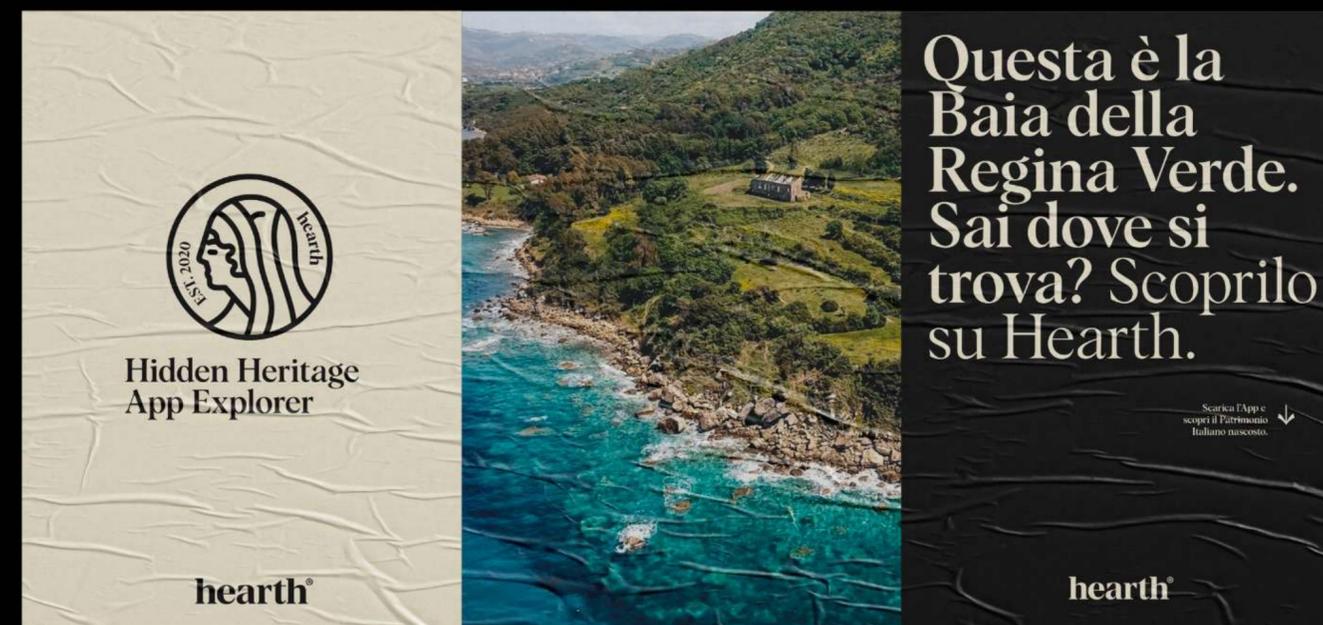
Il Marketing territoriale

La storia in un racconto

La raccolta dei dati ed i rapporti con gli enti istituzionali e stakeholder territoriali, ci permette di elaborare e supportare una campagna marketing di racconto del territorio che dà voce alla loro parte più nascosta e recondita, ma che soprattutto coinvolge a 360° chi davvero sul territorio ci investe, lo conosce, e soprattutto lo ama profondamente.

È su queste caratteristiche che fondiamo la nostra campagna di promozione, facendo leva sui contenuti che vengono inseriti dai nostri partner e promotori territoriali, ed elaborando un racconto di quell'Italia nascosta che ben pochi conoscono, e che soprattutto molti ignorano.

La dinamicità delle informazioni e degli eventi, consente inoltre di strutturare le campagne anche in base a ciò che realmente accade ed è possibile vedere sul territorio in determinati e particolari periodi di tempo.





Competition



Commissioni

12%

20%

25%

25%

14.5%

accordo con il Museo di Paestum

2,00€

sulla prenotazione di ogni coperto

Sviluppo di nuovi mercati



mete turistiche nascoste



case ed esperienze by locals



esperienze by locals



prenotazione ristoranti

Circular Economy



Strumenti per gli operatori





Team

Contiamo uno staff di circa 13 elementi, perfettamente rappresentato al meglio dalle 6 figure principali qui a lato.

Il team di Hearth è il frutto di una ricerca approfondita dei migliori talenti sul territorio e oltre, per poter contare sulla qualità dei professionisti e quindi su una perfetta esecuzione e sostenibilità del progetto.

Il coinvolgimento delle Università di Napoli "Federico II", Università di Salerno, e Developer Academy di Apple, ci ha consentito di affinare ulteriormente la nostra ricerca dei talenti, ed il loro coinvolgimento diretto all'interno del progetto di Hearth.



Massimiliano Imbimbo

CEO
and Founder
Hearth Srl



Ignotas Gaucys

Project Manager
and Co-Founder
Developer ad Apple Academy



Ignazio Finizio

Head of Development
former teacher at Apple Academy
Professor at Federico II (Naples)



Francesco Sacerdoti

Head of Development App Mobile
former teacher at Apple Academy
Professor at Temple University



Claudio Mammana

UX/UI Designer
and Co-Founder
Developer ad Apple Academy



Fabio Tridenti

Art Director
Freelance and
prize awarded at New York



Partner

Sono numerosi i partner che ci hanno affiancato nel nostro percorso di progettazione e validazione, e ci teniamo fortemente a racchiudere, se non tutti, almeno i principali che con il loro contributo hanno permesso la creazione e la realizzazione di Hearth.



CONFINDUSTRIA
Avellino



Comune di
Napoli



Comune di
Salerno



Comune di
Caserta



Comune di
Avellino



Touring Club Italiano





Perché “hearth”

La nostra mission

Il nome “Hearth” dalla crasi dei termini “heart” (cuore) e “Earth” (Terra), e quindi rappresenta idealmente il nostro “amore per il territorio”, ma non solo.

In inglese infatti il termine Hearth si è utilizzato per secoli nel binomio “home and hearth”, in quanto si traduce letteralmente dall’inglese come “focolare domestico”, come simbolo di calore e di unione della casa.

E questo binomio a sua volta nasce proprio in riferimento al culto pagano della Dea Vesta, protettrice del focolare domestico, delle tradizioni, dei valori e del territorio progettazione e validazione, la cui effigie ritrovata su un’antica moneta romana, rappresenta al meglio i valori di Hearth e della sua mission di riscoprire ed illuminare attraverso la sua luce i patrimoni nascosti, ma soprattutto unire e riconnettere quelli che sono dei territori sempre più lontani e distanti tra loro.



hearth



Premi e riconoscimenti



Premio Innovazione Smau 2018
con il Comune di Avellino

social media
tourism

Vincitori 2018
Social Media Tourism



Vincitori 2018
Open Day Vulcanicamente



1° Posto 2018
Innovation Party Pitch

CIVIL PROTECT 2018
STARTUP AWARD

Finalisti 2018
Civil Protect Award



Finalista 2019
Capri Startup Competition



Finalista 2019
Heroes Maatea



Startup Selezionata 2019
BHeroes Napoli



Startup Selezionata 2019
Cariplo Factory CGM



hearth
T R A V E L

Grazie per l'attenzione

Per contatti

info@hearth.email

www.hearth.travel