

i maginary



Il Serious Game per il risparmio energetico

imaginary s.r.l.

Innovation Network Politecnico di Milano

Via Mauro Macchi, 52

20124 Milano

Tel +39 02 89458.576

Fax +39 02 89458.695

marketing@i-maginary.it

www.i-maginary.it

Visita anche **www.seriousgames.it**

la prima community italiana sui

Serious Games!



Che cos'è il Serious Game

Il **Serious Game** è una **simulazione virtuale interattiva** con il look & feel di un vero e proprio gioco, ma con finalità serie: educative, formative, di sensibilizzazione sociale e di marketing.

imaginary propone questo nuovo strumento alle realtà aziendali che necessitano di un appoggio in termini di marketing, di ricerche di mercato e di training e che vogliono proporre ai propri clienti una nuova modalità di promozione o di sensibilizzazione.



Il Serious Game per le campagne di sensibilizzazione

imaginary propone il **Serious Game** come mezzo per veicolare in modo originale e accattivante il messaggio che l'azienda, l'ente o l'organizzazione cliente ha necessità di comunicare nell'ambito di una **campagna di sensibilizzazione**. *imaginary* realizza questo tipo di soluzione mettendo a punto uno strumento ludico che, profilando l'utenza, riesca allo stesso tempo a sensibilizzarla nei confronti di un particolare tema.



Il Serious Game per il risparmio energetico

Nell'ambito delle politiche e delle iniziative sviluppate per informare la popolazione sull'importanza del risparmio energetico, *imaginary* propone il Serious Game come strumento per veicolare il messaggio promosso dalla campagna di sensibilizzazione sul risparmio di energia. Il gioco può essere utilizzato sia nell'ambito di un progetto di sensibilizzazione più ampio, sia come strumento chiave per informare la popolazione sulle problematiche relative alla carenza energetica e promuoverne quindi il risparmio.

Il Serious Game proponendosi come strumento interattivo e altamente coinvolgente è in grado di far interiorizzare in modo efficace al giocatore la problematica presentata.

Chi gioca, quindi, da una parte viene a conoscenza del messaggio veicolato in modo inusuale e accattivante e dall'altro si sente partecipante attivo della campagna presentata.

All'esperienza ludica è anche possibile affiancare, magari come introduzione al Serious Game, la possibilità di inserire quei dati sulle proprie abitudini che, da una parte sono utili per i promotori del gioco nell'ambito di una macro-profilazione del target e dall'altra possono offrire una buona base di partenza per declinare il gioco a seconda delle informazioni inserite.

Il giocatore si troverà quindi a dover confrontare le proprie abitudini e i propri comportamenti con quello che dovrebbe essere un atteggiamento 'energeticamente compatibile', venendo a conoscenza di una serie di piccoli accorgimenti quotidiani utili per risparmiare energia.

***imaginary* s.r.l.**

imaginary è specializzata nella progettazione e nello sviluppo di Serious Games e simulazioni per il training e il marketing. Co-fondatore di ANGILS e socio di SAGSET, i principali network europei dedicati ai Serious Games, *imaginary* partecipa attivamente a numerosi progetti di ricerca a livello internazionale, collaborando con i principali attori del mercato dei Serious Games