Challenge: Gli incomunicabili

A cura di:
Caterina Tenaglia (5303850)
Elettra Turi (5305098)

Per i giovani d’oggi la previdenza è un tema lontano, che appartiene al ‘’mondo degli adulti’’ i quali hanno una carriera definita, delle certezze economiche che le nuove generazioni faticano persino a immaginare come possibili. La nostra idea nasce dalla consapevolezza che parlare di pensione ai ragazzi non è facile soprattutto perché non tutti possono permettersi di mettere da parte 50 euro al mese, e ignorare questa realtà renderebbe la comunicazione poco credibile. Abbiamo quindi cercato un modo per rendere la previdenza accessibile, semplice e soprattutto vicina ai nostri coetanei.

La nostra campagna si basa sulla volontà di far percepire la previdenza complementare come un abbonamento mensile, come quelli per Spotify, Netflix o Amazon. Ogni mese noi vediamo uscire dal nostro conto piccole cifre destinate a numerosi abbonamenti, senza viverle come un sacrificio. Nella nostra campagna la previdenza complementare è presentata nello stesso modo: si decide autonomamente quanto versare e, proprio come un abbonamento, il contributo viene prelevato automaticamente ogni mese. Il messaggio che vogliamo far arrivare è che questo abbonamento rappresenta un investimento concreto sul futuro e sulla propria sicurezza economica.

Il punto principale su cui ci siamo focalizzate è stato capire come avremmo voluto che la previdenza ci venisse presentata, in modo da avvicinarci al tema e smettere di ignorarlo. Il claim a cui abbiamo pensato è ‘’Abbonati al Te del Futuro". L’obiettivo della campagna pubblicitaria non è spaventare o rimproverare ma far capire che la previdenza non è una questione lontana o estranea ai giovani. Abbiamo voluto mettere i nostri coetanei al centro dell’idea con il messaggio ‘’Futuro Me’’ per sensibilizzarli sull'argomento e fargli capire che è tutto incentrato su di loro e sul loro futuro.

Obiettivo → ① previdenza → semplice
→ non è solo per adulti
→ utile

② decidi tu l'importo → 10/20/30 €

Iniziare presto → fondamentale

Luoghi comuni → metropolitana
→ social network
→ fuori università/bar

Target:
→ 18-25 anni

Dove mostrare la campagna?
→ no perbenismi
↓
Manifesto
↓
Scanner mini simulazione previdenziale

→ importo a scelta

LA PREVIDENZA COMPLEMENTARE
↓
Risparmio volontario che integra la pensione

fine 2024: in Italia → 291 forme pensionistiche operanti
→ articolo 11 Sde 21 ore

COVIP: la quota di iscritti più giovani (fino 34 anni) alla previdenza complementare: 19,3%

↑ 1 giovane su 11 pensa alla propria pensione

→ i giovani di oggi → bisogno più di tutti
↓
non ci pensano: Perché?
① Mancanza educazione finanziaria
② Sfiducia nel sistema
③ YOLO
④ Non c'è stabilità economica
⑤ Futuro = troppo lontano

Come risolvere il problema
↓
IDEA: Futuro ME
↓
abbonati al Te del futuro
↓
comunicazione finanziaria di tipo ~~necessaria~~
↓
stile più semplice, compreso da un pubblico ampio
→ parlare come se stessi conversando con un amico

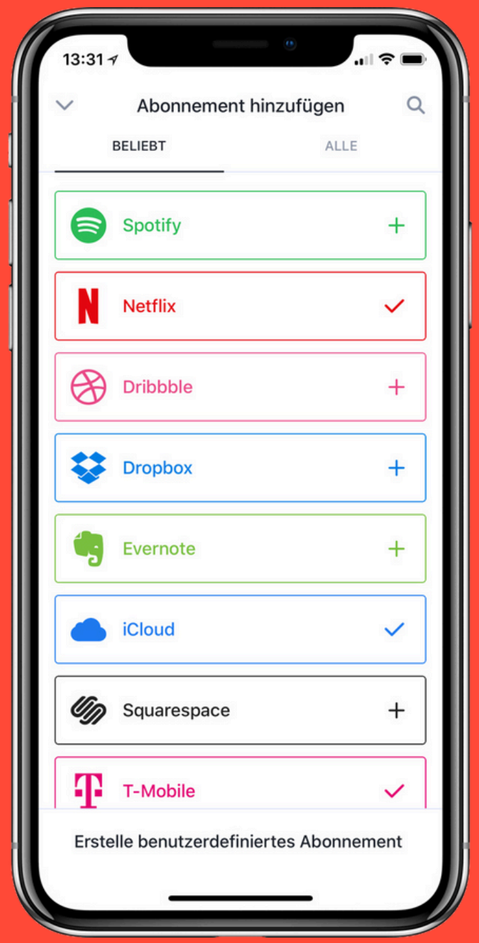
far percepire la previdenza
come: abbonamento mensile
↓
esempio: Netflix
Spotify
Amazon
↓
ogni mese → scelti soldi = previdenza
→ migliore → si basa sul nostro futuro

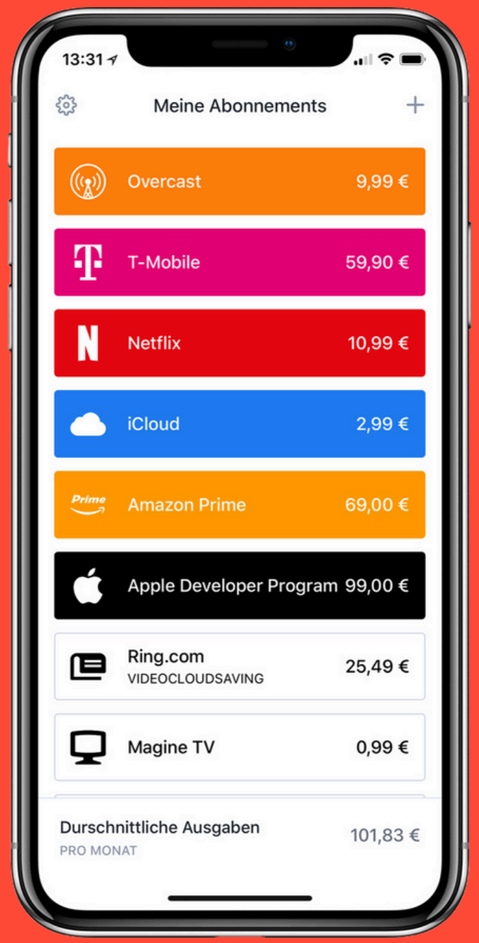
FEduF
Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

QUANTI ABBONAMENTI HAI AL MESE?

E QUANTI SONO DAVVERO PER TE?







IL PROBLEMA



PERCHÈ I GIOVANI NON PENSANO ALLA PREVENDENZA?

- IL FUTURO È PERCEPITO COME TROPPO LONTANO



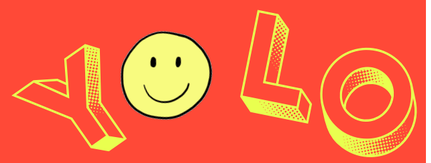
- PRECARIETÀ ECONIMICA E REDDITI BASSI



- MANCANZA DI EDUCAZIONE FINANZIARIA



- YOLO





L'IDEA

TARGET AUDIENCE

AGE: **18 - 25 YEARS OLD**

FUTURO ME

LA PENSIONE DIVENTA QUALCOSA DI SEMPLICE, NORMALE, VICINA: COME UN ABBONAMENTO MENSILE



UN MESSAGGIO CHIARO E DIRETTO:

ABBONATI AL TE DEL FUTURO



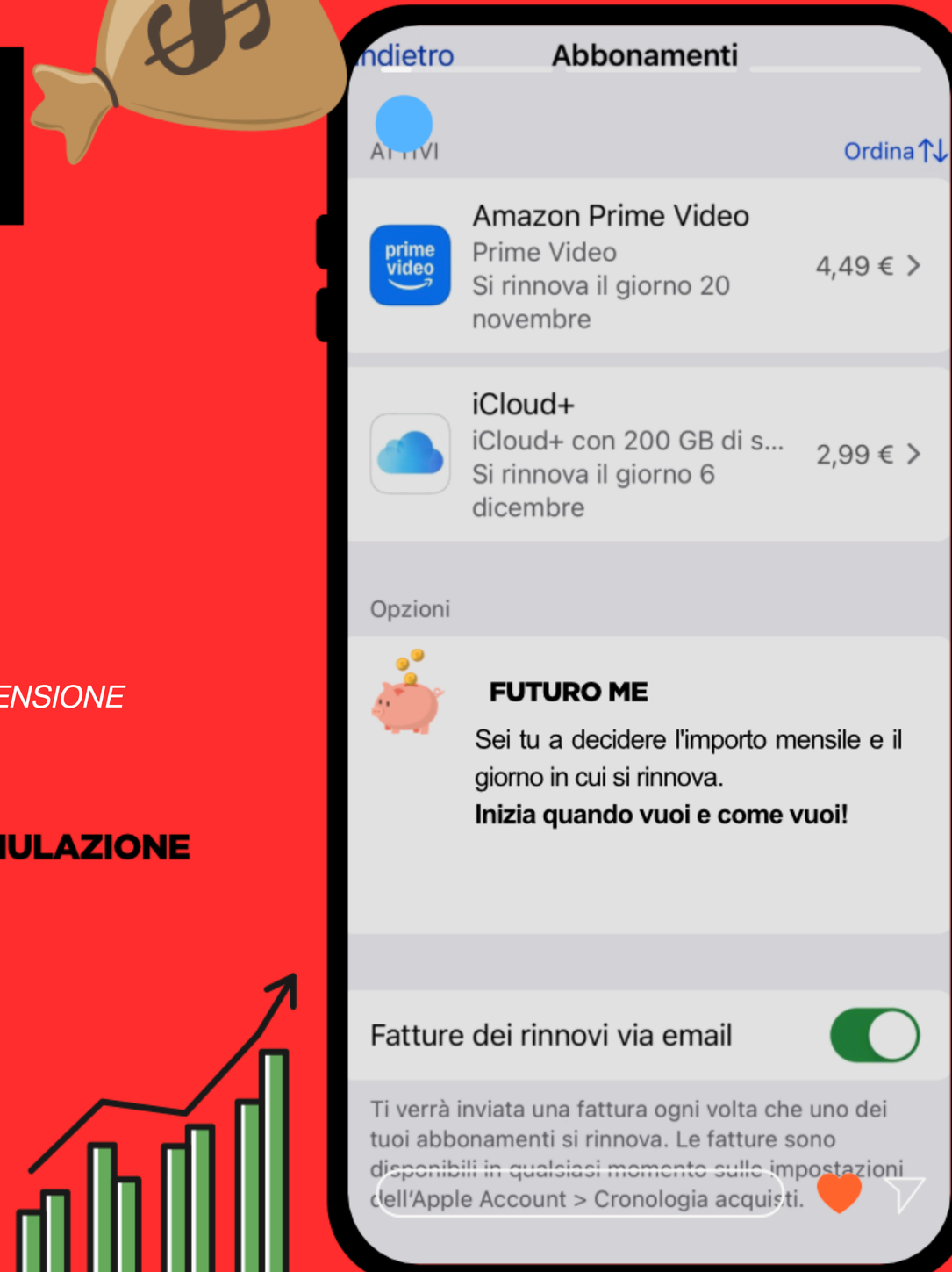
ABBONATI AL TE DEL FUTURO.

LA PREVIDENZA COMPLEMENTARE: *IL RISPARMIO VOLONTARIO CHE INTEGRA LA TUA PENSIONE*

HAI TEMPO PER UNA STORY? ALLORA HAI ANCHE TEMPO PER QUESTA SIMULAZIONE

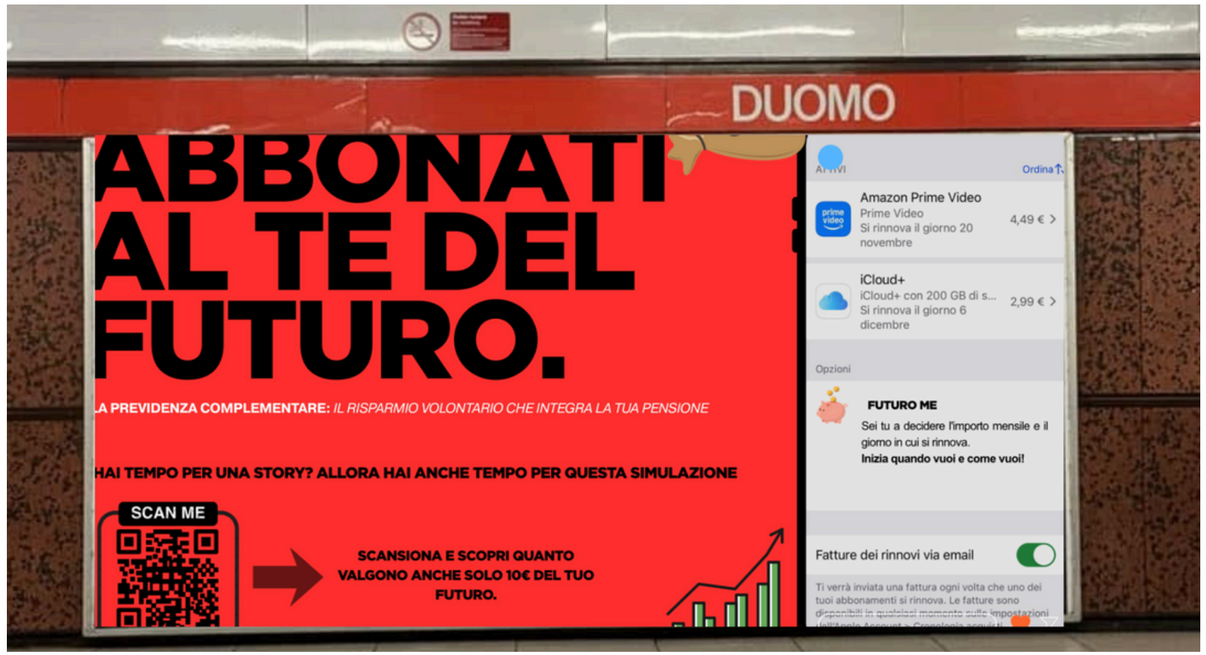
SCAN ME

SCANSIONA E SCOPRI QUANTO VALGONO ANCHE SOLO 10€ DEL TUO FUTURO.



LA CAMPAGNA

DOVE?





SE IL FUTURO FOSSE UN ABBONAMENTO, L'AVRESTI GIÀ ATTIVATO?