



Comitato per la programmazione
e il coordinamento delle attività
di educazione finanziaria



#pensioneistheoldpaghetta Content Strategy

15 LUGLIO 2021

Di Francesca Zizzari





Obiettivi e contenuto

Sensibilizzazione

L'obiettivo principale di questa campagna è quello di informare e responsabilizzare il target di riferimento rispetto all'importanza del tema della previdenza sociale, nel contesto più generale dell'educazione finanziaria.

Veicolo del messaggio

A questo scopo, si è deciso di definire un **set di tre locandine** d'impatto da trasmettere sia in formato cartaceo sia in formato digitale.

Target di riferimento

L'audience è prevalentemente giovane-adolescenziale (under 25), risultando in una difficoltà di assorbimento e riflessione attiva sul messaggio a causa di un argomento definibile come "lontano, anacronistico e noioso".



Interpretazione del messaggio

Al fine di veicolare il messaggio in maniera ottimale, si è deciso di orientare la campagna ad una sensibilizzazione passiva e non invadente. Le locandine sono prive di contenuti educativi, ma trasmettono un messaggio preciso, ovvero tre evidenti contrapposizioni tra attività giovanili e anziane, accomunate dal fatto di essere "finanziate" da un introito fisso, ovvero la paghetta e la pensione.

Questi elaborati non intendono difatti informare ed educare il target di riferimento, bensì fornire un primo approccio alla comprensione di un tema così complesso, che, tramite i canali di ADEIMF, può essere successivamente approfondita.

Come descritto prima, la barriera presente tra i giovani e il tema della pensione ha decretato la necessità di una presa di posizione netta. Sebbene possa non essere condivisibile l'approccio al tema pensionistico come banale erogazione di fondi dallo Stato senza presa di responsabilità, la volontà è quella di avvicinarsi a un concetto molto legato alla maggior parte delle vicine infanzie del target di riferimento.

Infine, l'hashtag ricalca un popolare costrutto "x is the new y", ribaltato con l'old per sottolineare il ritorno al concetto della paghetta.

Prima locandina

01 Versione Social



02 Versione Cartaceo



La prima locandina
contrappone la lettura di
un giornale e di un fumetto.

Prima locandina

03

Versione Mockup



La prima locandina
contrappone la lettura di
un giornale e di un fumetto.

Seconda locandina

01 Versione Social



02 Versione Cartaceo



La seconda locandina contrappone il gioco delle carte, tra una Briscola e un famoso gioco per ragazzi.

Seconda locandina

03

Versione Mockup



La seconda locandina contrappone il gioco delle carte, tra una Briscola e un famoso gioco per ragazzi.

Terza locandina

01 Versione Social



02 Versione Cartaceo



La terza locandina
contrappone il gioco delle
bocce e il bowling.

Terza locandina

03

Versione Mockup



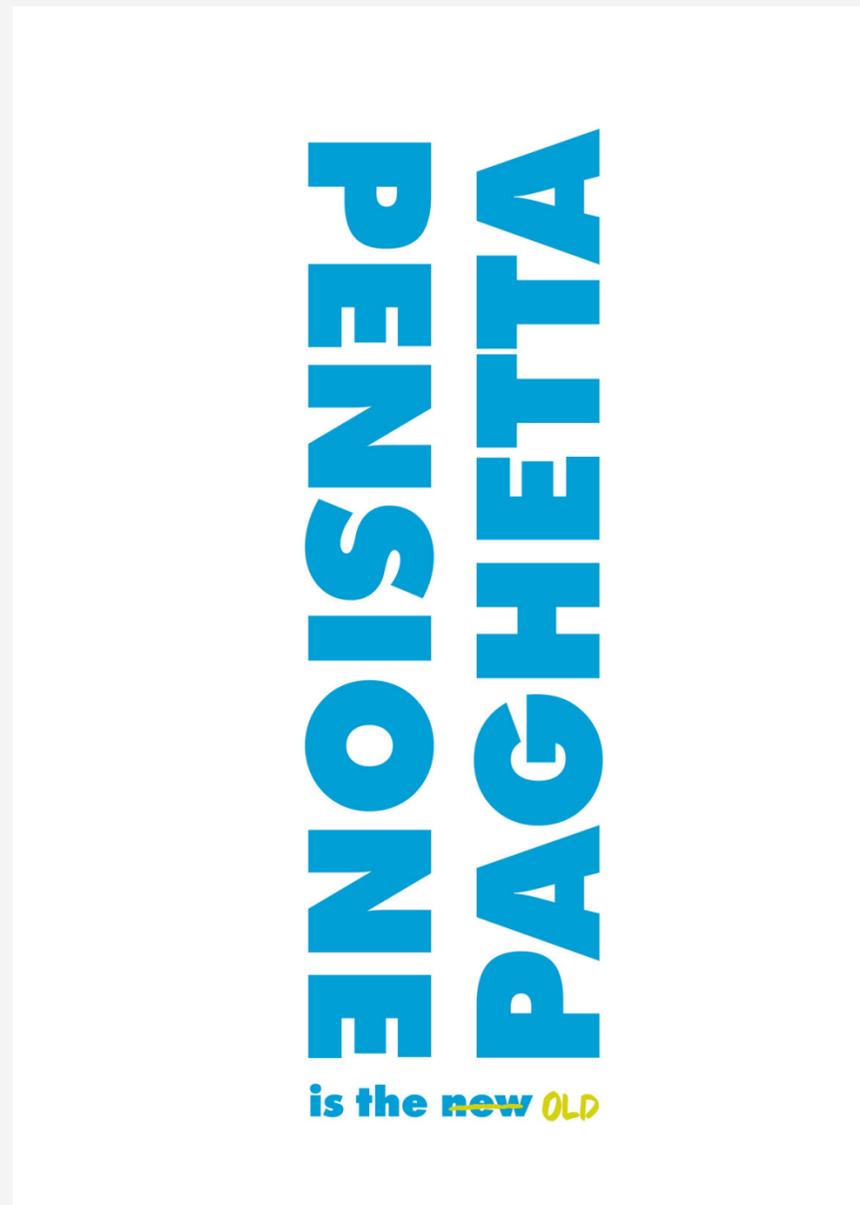
La terza locandina contrappone il gioco delle bocce e il bowling.

Versione Mockup



Mockup delle tre
locandine.

Logo e strumenti



Gli strumenti utilizzati sono stati Adobe Illustrator e Adobe Photoshop.

Su richiesta, è possibile l'invio delle locandine in alta risoluzione e diversi formati.



Comitato per la programmazione
e il coordinamento delle attività
di educazione finanziaria



ASSOCIAZIONE
DEI DOCENTI
DI ECONOMIA
DEGLI INTERMEDIARI
E DEI MERCATI
FINANZIARI
E FINANZA
D'IMPRESA



#pensioneistheoldpaghetta Content Strategy

15 LUGLIO 2021

Di Francesca Zizzari