



MONEY **COM**

FINANCE BRANDED CONTENT

A cura di **DARIO NUZZO**

Il Format

Per creare consapevolezza e sviluppare educazione finanziaria



MONEYCOM

Un nuovo format di infotainment per il settore finanziario che ha lo scopo, attraverso la messa in scena in fiction delle principali situazioni della vita quotidiana, di **educare** gli spettatori alla **corretta gestione del risparmio**.

Dario Nuzzo



Perché educare al risparmio?

...A CHIEDERLO SONO GLI ITALIANI



C'è una crescente domanda di educazione finanziaria da parte dei cittadini italiani sempre più consapevoli della necessità di acquisire competenze in merito.

Fino all'89% vorrebbe impararlo a scuola, fino al 79% anche sul luogo di lavoro.

RAPPORTO EDUFIN 2022 (Edufin/Doxa)



In Italia...

DATI ALLA MANO

11,1

SU 21



Punteggio italiano Educazione

finanziaria. Donne e anziani scontano i ritardi maggiori

+50%



Italiani non hanno competenze finanziarie

per prendere decisioni informate sulle proprie finanze

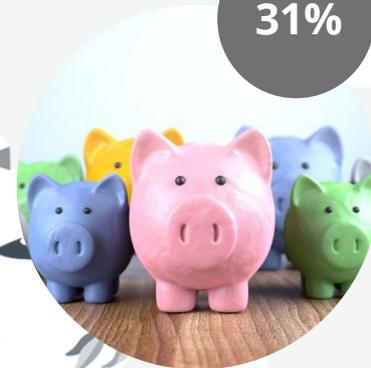
+19%



Italiani che vogliono imparare nuovi concetti finanziari

attraverso webinar, tv, social e stampa

31%



Italiani che vogliono imparare a risparmiare. Anche

'progetti di vita' e 'gestione del patrimonio' sono temi di interesse

Perché utilizzare un branded content?

CONTENT MARKETING TRENDS



93%

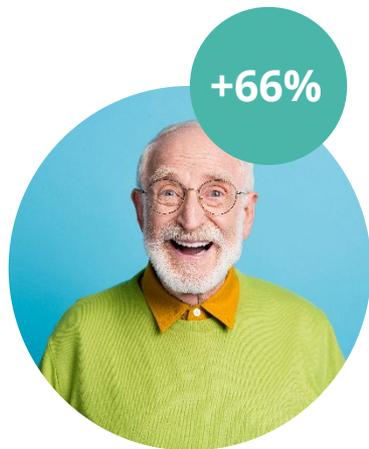
I consumatori che pensano che guardare un video a tema sul prodotto sia stato utile nella propria esperienza d'acquisto

(ANIMOTO)



Content Mktg Trends

DATI ALLA MANO A LIVELLO GLOBALE



+66%

Incremento nell'uso
dei social media tra i
Senior negli ultimi 5
anni

(Pew Research)



59%

Aziende che utilizzano i
video per il content
marketing

(HubSpot)



81%

Adulti che usano
Youtube
Il Social con il dato più
elevato

(Pew Research)



99%

Consumatori che
gradiscono guardare
online video di brand

(Lemonlight)



A family of three is running through a field of tall, golden grass at sunset. The mother, wearing a white top and dark jacket, is holding the hand of the father, who is wearing a white and red shirt and jeans. They are both holding hands with a young child in a red shirt. The father is also holding a colorful kite that is flying in the air. The background shows a hazy landscape with mountains and a bright sun setting over the horizon.

EDUCARE CON EMPATIA

Coniugiamo l'intrattenimento all'informazione
topica da veicolare per catturare l'attenzione

MONEY COM



MONEY COM

FINANCE TOPICS

- Monetica & Conti Correnti
- Prestiti & Mutui
- Trading
- Servizi
- Assicurazioni
- Educazione al Risparmio





Una campagna di
sensibilizzazione
tattico istituzionale
“con il contributo non
condizionato di”

MONEY COM

Approccio Strategico



Una duplice strada con
cui è possibile intendere
l'attività di
sensibilizzazione

Sostegno all'opera
editoriale con un'attività
di sponsorizzazione



Mettiti nei panni di...



Scopri cosa e perché.
Impara il come e il
quando



Raccontare il quotidiano
del target



Declinare i contenuti sui
canali più idonei

COINVOLGERE EMOTIVAMENTE E RAZIONALMENTE TUTTI I TARGET



Moneycom's Touch Points



TEMA O PRODOTTO

STORYTELLING
MONEYCOM

AZIONI TOUCH POINT



SALES FORCE



RETAIL



ESPERTI



STREAMING



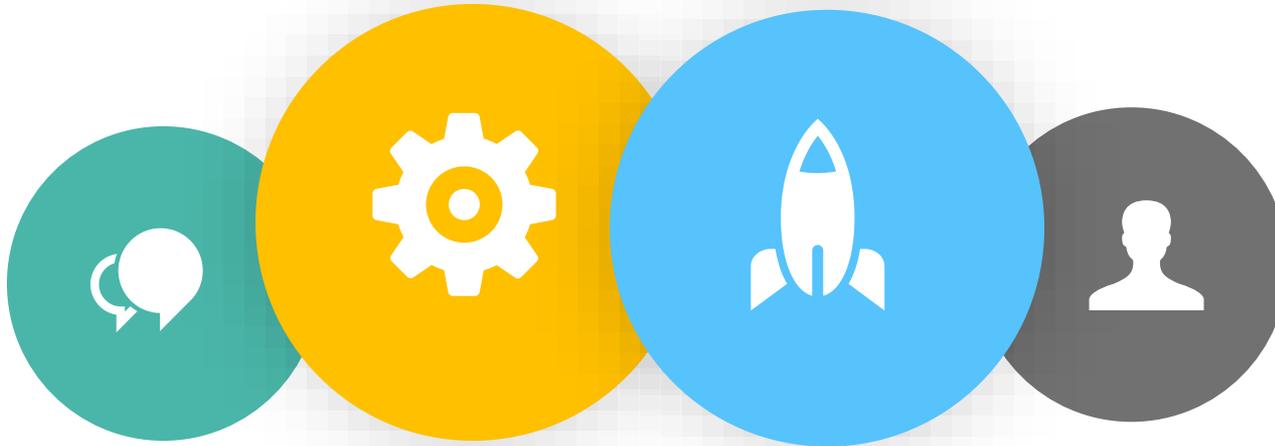
CINEMA



APP MOBILE



Moneycom Formula



BRAND

- Portfolio
- Applicazioni

BOARD

- Macro argomenti
- Focus ON

ESPERTI

- Engagement
- Topic

CHARACTER

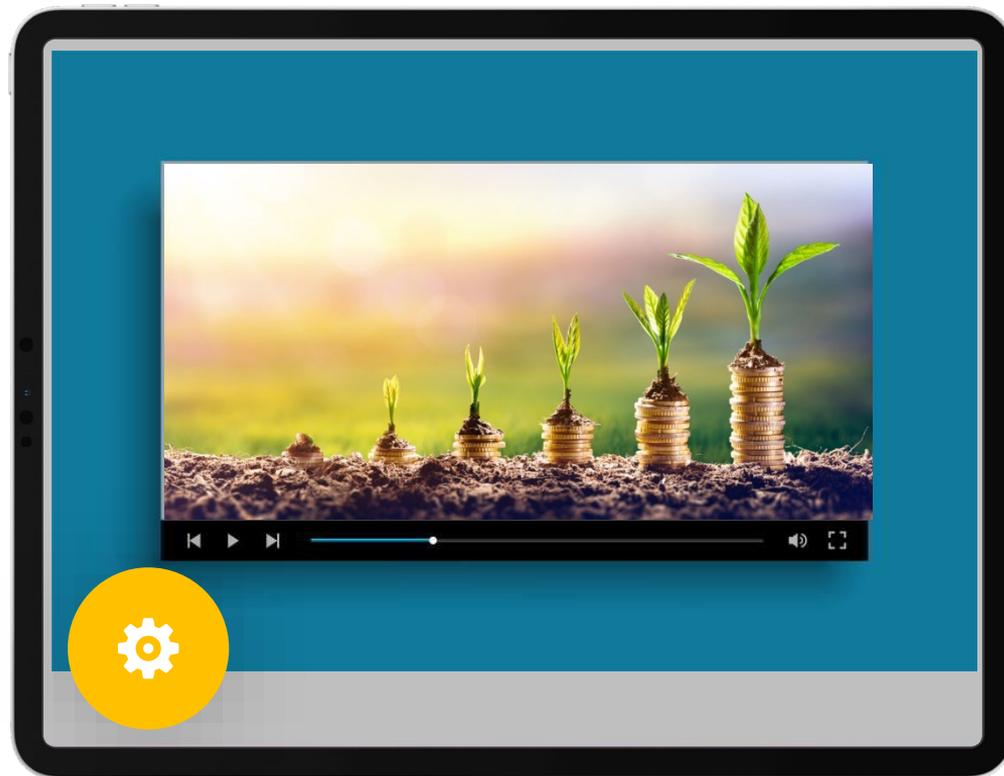
- Profili risparmiatori
- Situazioni Topiche

Attraverso il coinvolgimento degli esperti saranno individuati profili dei risparmiatori ed argomenti da trattare negli episodi. Gli episodi saranno collegati a tutorial per il pubblico



Clip educational

- Con l'ausilio di un **Finance Copywriter** sarà inserita in ogni episodio della web serie una clip **educational** con **immagini didascaliche** che rappresentano specifici **contenuti d'approfondimento**
- La clip ha lo scopo di offrire **approfondimenti certificati sui temi finanziari** e **soluzioni** per promuovere consapevolezza.



Tutorial

L'OFFERTA EDUCATIONAL



COINVOLGIMENTO ESPERTI

I tutorial di approfondimento finanziario collegati a ciascuna puntata permettono di [offrire buone pratiche e consapevolezza](#) nella gestione del risparmio

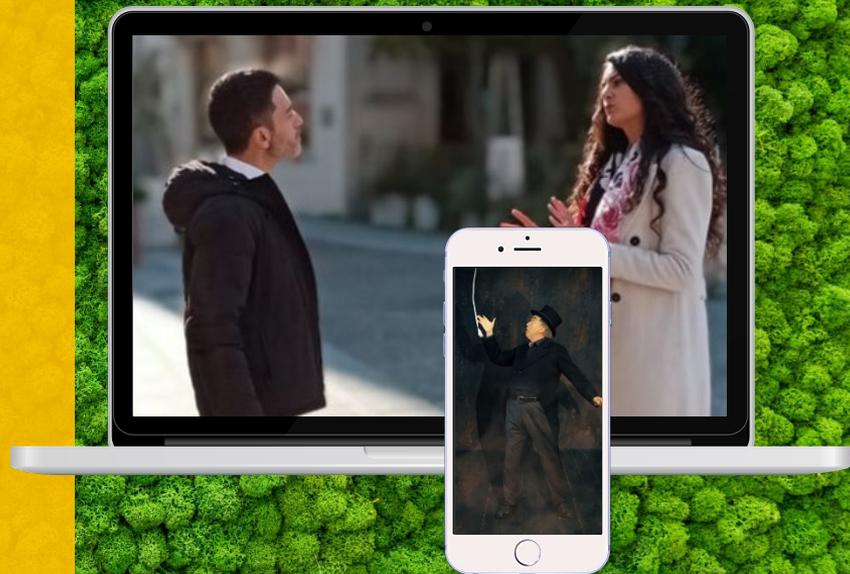


BRANDED CONTENT + ENTERTAINMENT

CASE HISTORY

Alcune soluzioni di branded content & entertainment
legate ai temi finanziari

JOIN US



COMPAGNI DI VIAGGIO

“Compagni di viaggio”, è il format tv-gaming branded content creato per ALLIANZ in onda su La5 Mediaset in cui quattro team di avventuristi in camper ai quattro angoli del pianeta si sono sfidati tra culture ed esperienze multi-sensoriali: non avrebbero mai potuto farlo senza la giusta polizza ad proteggerli lontano da casa.

[Clicca qui per guardare](#)





BANCA D'ITALIA



FONDAZIONE NAZIONALE
CARLO COLLODI

BANCA D'ITALIA + FNCC

In occasione della **Global Money Week** il più celebre burattino di tutti i tempi è stato **ambasciatore per eccellenza dell'educazione finanziaria**, ospitando **laboratori didattici sul tema del risparmio** presso il Parco Monumentale di Pinocchio a Collodi (PT).



Clicca per saperne di più
Su [Fondazione Collodi](#)



Dario Nuzzo

Autore e conduttore tv, giornalista, collabora con Mediaset, Publitalia '80, Pontificia Università Della Santa Croce/Santa Sede e le testate OGGI, GRAZIA e Focus Junior.



BRANDED CONTENT

L'esperienza televisiva nel mondo dell'ADV



AUTORE TV

Dalle TV locali ai broadcaster nazionali



GIORNALISTA

Lifestyle, pet, incredibilia e benessere su testate nazionali



BRANDED ENTERTAINMENT

Progetti educativi e format a misura di famiglia



THANK YOU

www.darionuzzo.com
m