



inps **PER** tutti

al servizio delle **PER**sone

agosto 2019

1

Missione



Il sostegno ai bisogni dei cittadini è la prima missione dell'Inps: previdenza, assistenza, informazione all'utenza costituiscono un unico sistema orientato alla protezione sociale delle persone.

L'Inps si fa parte attiva nel rapporto coi cittadini, ponendosi in ascolto ed offrendo professionalità e dotazioni per l'accesso di tutti i cittadini a tutti i servizi di welfare.

Il rapporto fra Inps e cittadini cambia: non sono i cittadini che devono trovare l'Inps, ma è l'Inps che raggiunge i cittadini.

2



Missione

Se la missione dell'Inps è quella di tutelare il futuro degli Italiani ed offrire servizi di sicurezza sociale durante tutto l'arco della vita dell'utente, allorquando e laddove ne abbia bisogno, l'Inps deve proporsi di raggiungere tutte le persone in difficoltà ed offrire loro la possibilità di richiedere tutte le prestazioni cui abbiano diritto.

L'azione si articolerà in una serie di progetti, accomunati dallo slogan **inps PER tutti**, partendo dalle fasce più deboli:

- persone in stato di povertà assoluta, senza tetto o senza fissa dimora (il progetto è descritto più estesamente di seguito);
- abitanti di comuni distanti da uffici Inps (sportelli virtuali, stazione mobile nei comuni rurali, accordi con Poste);
- utenti non consapevoli dei propri diritti;
- e così via.

3



Obiettivi

- raggiungere le fasce deboli della popolazione in maniera diretta ed efficace;
- creare isole di accoglienza, colloquio e comunicazione;
- far emergere i fabbisogni dei più poveri ed emarginati;
- rendere accessibili gli istituti assistenziali e riattivare i diritti dei soggetti "burocraticamente esclusi";
- aumentare il livello di conoscenza sui servizi a disposizione sulla base del fabbisogno espresso.

Target primario

Persone in stato di povertà assoluta, prive di dimora stabile o comunque in situazioni di grave difficoltà economica e personale, "burocraticamente esclusi" dalle prestazioni previdenziali ed assistenziali cui hanno diritto.

4



Prestazioni attivabili *

- | | |
|--------------------------------------|------------------|
| ▪ Reddito e Pensione di cittadinanza | Bonus Asilo Nido |
| ▪ Assegno sociale | Maternità Comuni |
| ▪ Naspi | Premio Nascita |
| ▪ ANF | Bonus bebè |
| ▪ Invalidità civile | |

Trasparenza e legalità

Questo progetto avvia un processo di emersione dalla povertà e dalle situazioni di illegalità che la povertà può generare, determinando una legittimazione dell'Inps non solo sul piano formale ed istituzionale, ma anche e soprattutto sul piano sostanziale quale presidio concreto di welfare e giustizia sociale.

Partner istituzionali

Enti territoriali e servizi sociali, organizzazioni ed associazioni caritatevoli.

5



Strategia di comunicazione

Rendere effettivi, concreti ed esigibili gli strumenti di assistenza e contrasto alla povertà significa in primo luogo individuare forme di coinvolgimento il più possibile dirette per il target principale.

In questo senso Inps, grazie alla sua presenza nella vita di tutti i cittadini ed alla capillarità territoriale, gioca un ruolo chiave: Inps è un **MOLTIPLICATORE**. Un moltiplicatore di **valori** e **servizi** che in questo specifico progetto diventa anche **moltiplicatore di opportunità**, capofila di un sistema di supporto alle fasce più bisognose della popolazione.

Partner dell'informazione

ASL, RAI, Poste Italiane, Grandi Stazioni, società di trasporto municipali, ecc.

6

Concept creativo

Un sistema che **moltiplica le azioni** messe in campo per raggiungere gli obiettivi prefissati, che cresce di forza ed intensità man mano che si muove nelle città italiane fino a generare, ove possibile, nuovi moltiplicatori.

L'elemento visivo e concettuale che caratterizza l'idea è un PER, una **X**: simbolo di moltiplicazione, ma anche di **incontro**, di **connessione**, di **scambio**, di **PERsone**.

7

Concept creativo

La **X** può essere **elemento fisico o grafico**, diventa **format** di comunicazione e segno calligrafico.



8

Proposta creativa



Inps per tutti

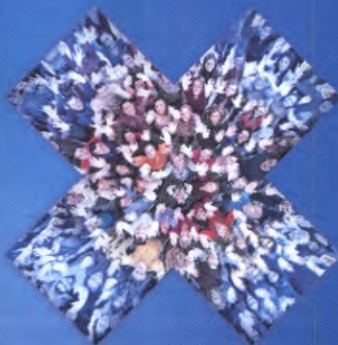


LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET!

Scoprili tutti su [inps.it](https://www.inps.it)     

9

Proposta creativa



Inps per tutti

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET!
Ma non sono. Il mondo è un luogo di amore e di pace, non è un luogo di odio e di guerra. Non è un luogo di dolore e di sofferenza, è un luogo di gioia e di felicità. Non è un luogo di morte e di distruzione, è un luogo di vita e di speranza. Non è un luogo di paura e di angoscia, è un luogo di amore e di compassione. Non è un luogo di odio e di rancore, è un luogo di perdono e di misericordia. Non è un luogo di tristezza e di disperazione, è un luogo di speranza e di fiducia. Non è un luogo di dolore e di sofferenza, è un luogo di gioia e di felicità. Non è un luogo di morte e di distruzione, è un luogo di vita e di speranza. Non è un luogo di paura e di angoscia, è un luogo di amore e di compassione. Non è un luogo di odio e di rancore, è un luogo di perdono e di misericordia. Non è un luogo di tristezza e di disperazione, è un luogo di speranza e di fiducia.

10



Strategia media

Il *media mix* mira a presidiare gli spazi di comunicazione più opportuni, quali:

- *outdoor* (Torino, Milano, Bologna, Napoli, Roma)

- decorazione esterna su bus di linea
- affissioni stazioni ferroviarie
- affissioni 70x100 circuito ASL
- video spot 15" circuito metropolitane

Apposite convenzioni dovrebbero consentire l'utilizzo degli spazi.

11



Strategia media

- *radio areali*

- spot 15" sulle emittenti locali delle città selezionate

- *Internet*

- spot 30" da veicolare su Internet tramite portale istituzionale e social media
- contenuti editoriali su portali web ed *influencer marketing*

- *materiali btl da distribuire presso i corner*

- depliant tre ante, f.to 16x16 chiuso / 42x16 aperto

- *materiali allestitivi*

- corner/desk, 110cmX160cm; pannello 220cmX100cm
- vele esterne

12

Simulazione
campagna



13

Simulazione
campagna



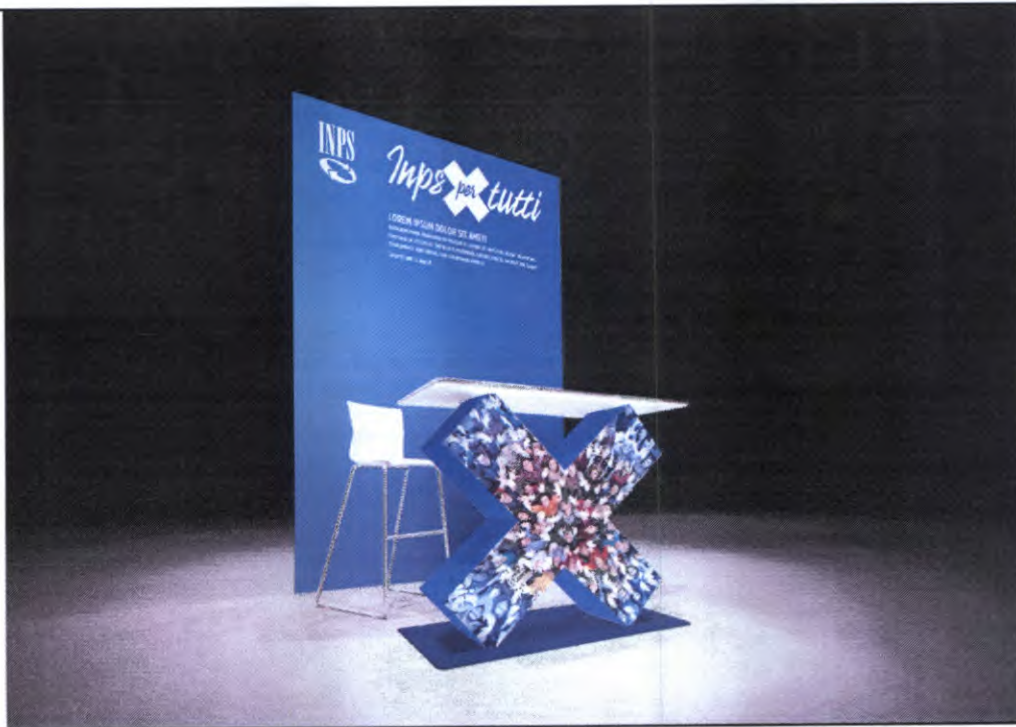
14

Simulazione
campagna



15

Proposta
allestitiva



16