

Aziende Gimme5 ha lanciato la campagna di street marketing per le strade di Milano nel mese EduFin

Il marchio di soluzione fintech si racconta in modo smart con QR code, e grazie alla collaborazione creativa di GreenGraffiti, parte dell'agenzia Jungle

Nel mese dell'educazione finanziaria, una serie di graffiti interattivi per avvicinare in modo innovativo un pubblico ampio al mondo del risparmio e degli investimenti. Gimme5, la soluzione fintech che permette di accantonare piccole somme via smartphone

e investire in fondi comuni per raggiungere obiettivi di vita concreti, mette l'innovazione anche al centro della propria strategia di comunicazione e lancia una nuova campagna di street marketing per le strade di Milano. Dal 2 al 16 ottobre, i marciapiedi della capitale finanziaria d'Italia faranno da sfondo a un'iniziativa di floor advertising in chiave FinTech: i passanti che si imbattono nella "Banconota Gimme5" potranno inquadrare il QR code e, con un semplice clic, accedere a un 'welcome bonus' di 5 euro per avviare il proprio percorso di risparmio in app.

Il concept

Il concept dell'attività di street marketing, realizzato in collaborazione con GreenGraffiti, prevede una serie di graffiti interattivi in 30 diverse zone della città, soprattutto vicino ai centri universitari, e invita i milanesi a cominciare il proprio percorso di investimento anche a partire da piccole somme. Possono infatti bastare 5 euro "piovuti dal cielo", purché accantonati con costanza nel tempo, per realizzare piccoli e grandi obiettivi di vita, come un viaggio, l'auto nuova o l'università dei figli. Il format vuole distinguersi dai



billboard tradizionali per raggiungere un pubblico sempre più ampio di utenti giovani e smart, che del resto rappresentano il target principale dell'offerta di Gimme5.

