Si apre la partita del tfr: le mosse di Assogestioni

Pubblicato il 1/4/2008

La riforma del sistema di previdenza complementare, entrata in vigore il 1° gennaio 2007 (con un anno di anticipo rispetto a quanto previsto dal decreto legislativo n. 252/2005), ha portato all'attenzione dei lavoratori la necessità di integrare la propria pensione, a causa della progressiva diminuzione della copertura pensionistica garantita dal sistema previdenziale obbligatorio.

Uno degli obiettivi principali della riforma è quello di incoraggiare il trasferimento del **TFR** alle forme di previdenza complementare (fondi aperti, negoziali e PIP), massimizzandone il rendimento attraverso forme di gestione finanziaria attiva.

L'anticipo della riforma e la diffusa impreparazione dei lavoratori sul tema hanno spinto Assogestioni a curare la realizzazione di un progetto, articolato in diverse attività, diretto a rispondere alle **esigenze informative** manifestate dai soggetti interessati: l'iniziativa, che si svilupperà lungo i 6 mesi previsti dalla riforma per esprimere la scelta, prevede l'impiego di diversi strumenti di comunicazione, primo tra tutti il **sito educational** www.investireperilfuturo.it [2].

La nuova versione del sito, attraverso le sue 6 sezioni, offre le informazioni necessarie per orientarsi con sicurezza nel mondo della previdenza integrativa, del TFR e dei fondi pensione.

Il progetto prevede inoltre la creazione di un **osservatorio**, realizzato in collaborazione con Gfk-Eurisko, per monitorare il processo decisionale delle famiglie e informare la pubblica opinione in merito ai cambiamenti in atto.

Sono previsti tre momenti di rilevazione durante il semestre di scelta: una prima analisi delle intenzioni dei lavoratori è già stato realizzata a fine gennaio e i risultati sono disponibili sul sito dell'Associazione.

L'ultimo elemento che concorre a definire l'iniziativa di Assogestioni è rappresentato da una **campagna pubblicitaria**, che adotterà una struttura *copyhead* e verrà pianificata a partire dal 27 febbraio fino al mese di aprile. La campagna, la cui creatività è stata realizzata da Enrico Bonomini, intende comunicare l'esistenza di un bagaglio di informazioni, utili a comprendere la riforma in atto e a supportare gli addetti ai lavori nella gestione delle esigenze e delle problematiche del risparmiatore.

Clicca qui [3] per visualizzare i risultati del primo monitoraggio