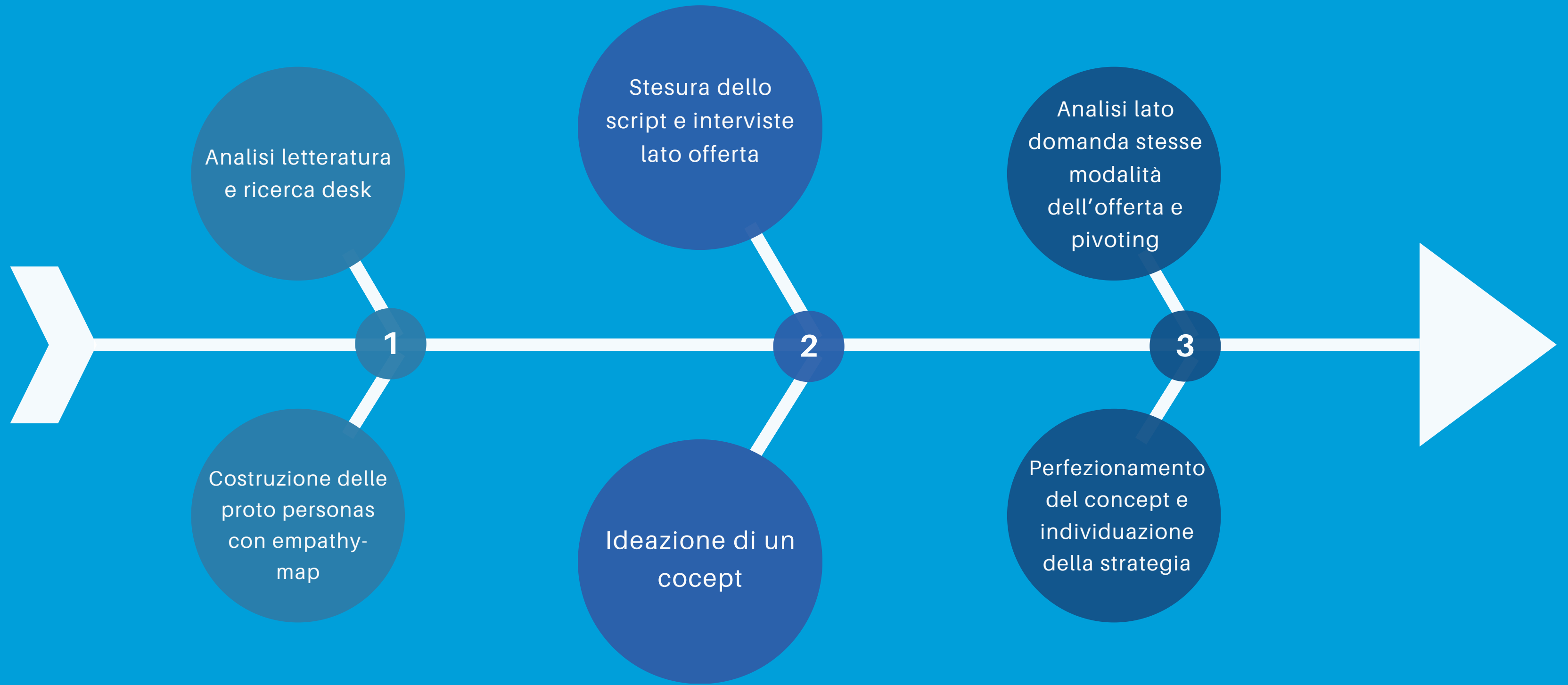




COME GENERARE VALORE DAL TEMPO DELLA SILVER AGE

METODO DI LAVORO ADOTTATO



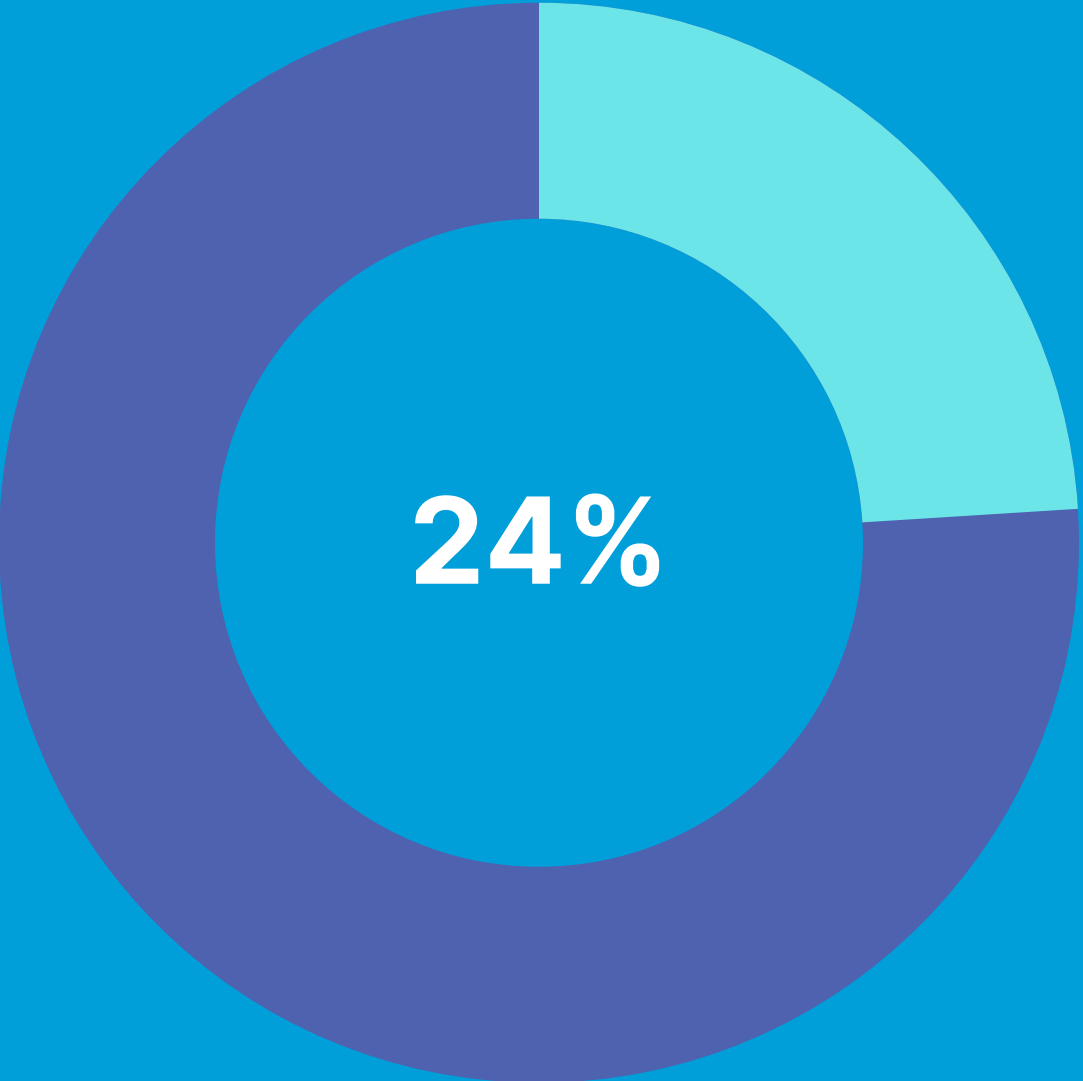
OBIETTIVI DEL PROGETTO

VALORIZZARE IL
TEMPO DELLA
SILVER AGE

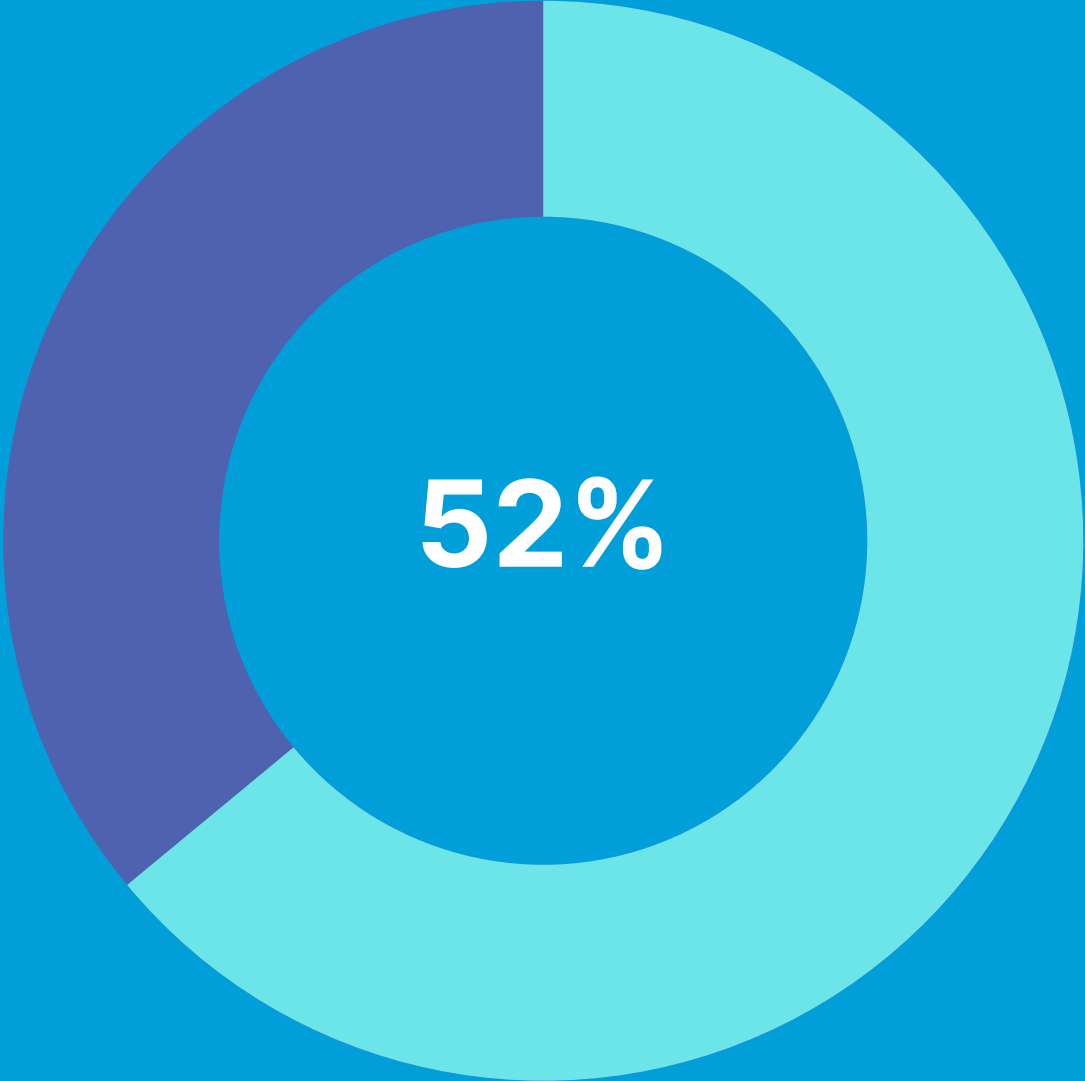
COMPRENDERE I
NEEDS DELLA
SILVER AGE

VALORIZZARE LE
COMPETENZE E
LE ESPERIENZE
INDIVIDUALI

DESK REASEARCH E ANALISI QUANTITATIVA



14.1 milioni di cittadini italiani over 65



52% al Sud, 48% al Nord

OBBIETTIVI E ESIGENZE DELLA SILVER AGE

- **Invecchiamento attivo**
- **Ricerca di soluzioni di age management**
- **Richiesta di socialità**



10 INTERVISTE DIVISE IN 3 BATTERIE PER
ESPLORARE LA REALTA' DEI SILVER AGE

INTERVISTE PILASTRI - LATO OFFERTA



1

Vita privata, lavoro passato, competenze

2

Attività quotidiane, legami familiari

3

Riflessioni sulla propria vita

4

Preoccupazioni sul futuro

INSIGHT



CITTA'



NORD



SUD



PERIFERIA



CHI OFFRE IL SERVIZIO



Età: 68 anni
Lavoro: pensionato

Personalità

estroversa 
sensibile 
intuitiva 
curiosa 

Famiglia

Figli lontano o comunque presenti saltuariamente.

Motivazioni

- Amore per la cucina
- Riempire il tempo libero con attività poco pesanti

Preoccupazioni

- Rimanere sola
- Monotonia
- Perdere la lucidità mentale

Background

Generalmente istruzione medio-bassa con un passato in cui si è preso cura della famiglia e ha lavorato. Amore per la cucina e per le attività legate alla manualità.

Skills

- Cucinare
- Giardinaggio
- Abilità manuali

Abilità tecnologiche

Medie e portato all'esplorazione e al conoscere meglio.

Interessi e attività

Cucinare, leggere e fare attività manuali. Gli piace conoscere persone e passare il tempo in compagnia.

Sogni

Sogna di essere circondata dalla sua famiglia e di rimanere attiva

Paure

Ammalarsi e rimanere sola

Canali di comunicazione preferiti

- Parlare di persona, però anche videochiamare i suoi cari quando sono lontani
- giornali, riviste
- pubblicità in televisione

**5 INTERVISTE DIVISE IN 2 BATTERIE
PER VALIDARE IL SERVIZIO OFFERTO**

INTERVISTE PILASTRI - LATO DOMANDA



1

Vita privata, competenze

2

Attività quotidiane, legami familiari

3

Riflessioni sulla silver age

4

Domande indirette sul nostro servizio

INSIGHT



Adulti fuorisede

Che abitano lontano dalle famiglie



Comfort e familiarità

La mancanza di casa porta alla ricerca di piatti di casa



Necessità di socialità

Forte bisogno di connessioni interpersonali



Sensibilità a temi di sostenibilità

Interesse verso pratiche sostenibili sia intermini di ingredienti che nell'esperienza



Fiducia nella silver age

Pensano che i silver age abbiano tanto da offrire

CHI RICEVE IL SERVIZIO



Età: 25
Lavoro: studentessa
Sesso: Donna



Età: 47
Lavoro: lavoratore
Sesso: Uomo

Personalità

estroversa

sensibile

intuitiva

curiosa

Skills

- Gestione del tempo
- cucinare piatti veloci
- Problem solving

Personalità

estroversa

sensibile

intuitiva

curiosa

Skills

- Andare in bici
- Lavoretti manuali
- Calcolo

Motivazioni

- Conseguire la laurea
- Fare esperienze
- Indipendenza economica

Preoccupazioni

- Gestione del budget
- Solitudine
- Pressione di successo

Motivazioni

- Indipendenza economica
- Il figlio
- Buongustaio
- Bicicletta

Preoccupazioni

- Rimanere solo
- Non poter assicurare un futuro al figlio
- Perdere il lavoro

Abilità tecnologiche

- Ottima conoscenza dei social media
- Gestione di piattaforme online per l'apprendimento

Interessi e attività

Partecipare a conferenze legate allo studio, visitare città, volontariato

Abilità tecnologiche

Ci lavora tutti i giorni, molto indipendente

Interessi e attività

Mangiare, bere buon vino, i mercati finanziari, andare in bici e passare tempo con il figlio



CONCEPT





Mani d'argento

Sapori generazionali

MANI D'ARGENTO

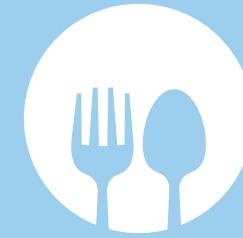
Servizio in ambito food che si prefigge di portare piatti tradizionali di casa a chi è lontano da casa.

- **Cibo tipico cucinato da mani d'argento**
- **Servizio di delivery o ritiro**
- **Lezioni di cucina tu per tu online**
- **Cooking class in spazi dedicati privati**
- **Ricettari delle mani d'argento**

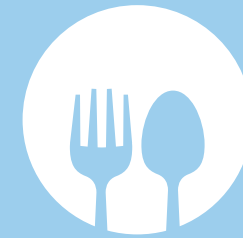




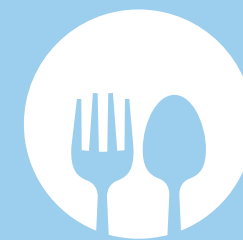
LISTA COMPETITORS



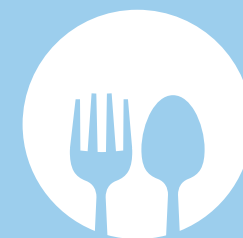
Cesarine



Ristoranti di tradizione e non



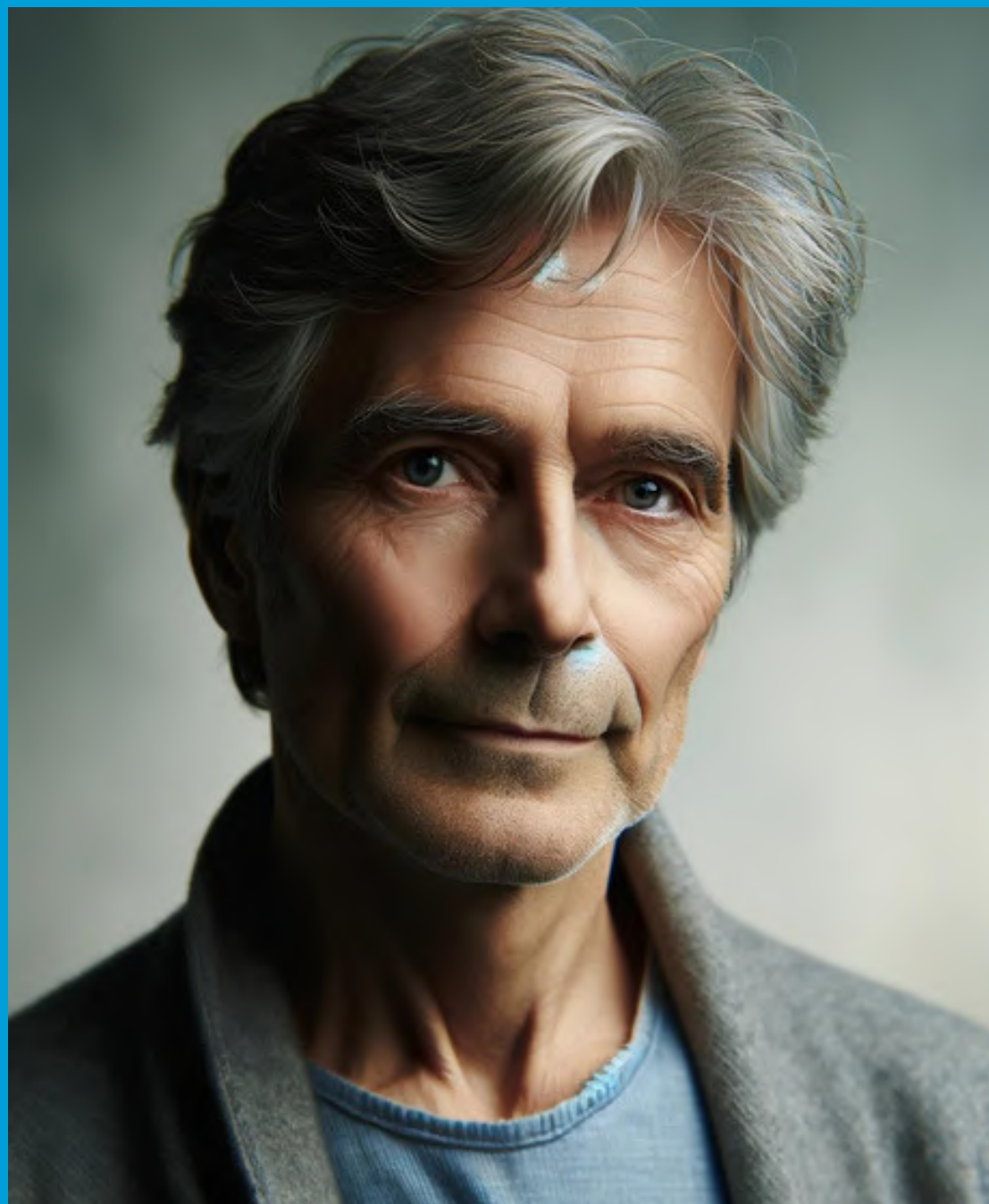
Servizi di delivery



Cooking classes

STORYBOARD E STORYTELLING

1



STATO INIZIALE

Io silver age pronto a offrire il mio tempo e il mio valore

2



VENGO A CONOSCENZA

Ho conosciuto il servizio Mani D'Argento e compilo il form

3



INCONTRO E ACCETTAZIONE

Svolgo il colloquio e vengo accettato per il servizio Mani D'Argento

STORYBOARD E STORYTELLING

4



FACCIO IL CORSO HACCP
Svolgo il corso online per la
certificazione haccp

5



CREO PROFILO
Inserisco le mie ricette e la mia
disponibilità

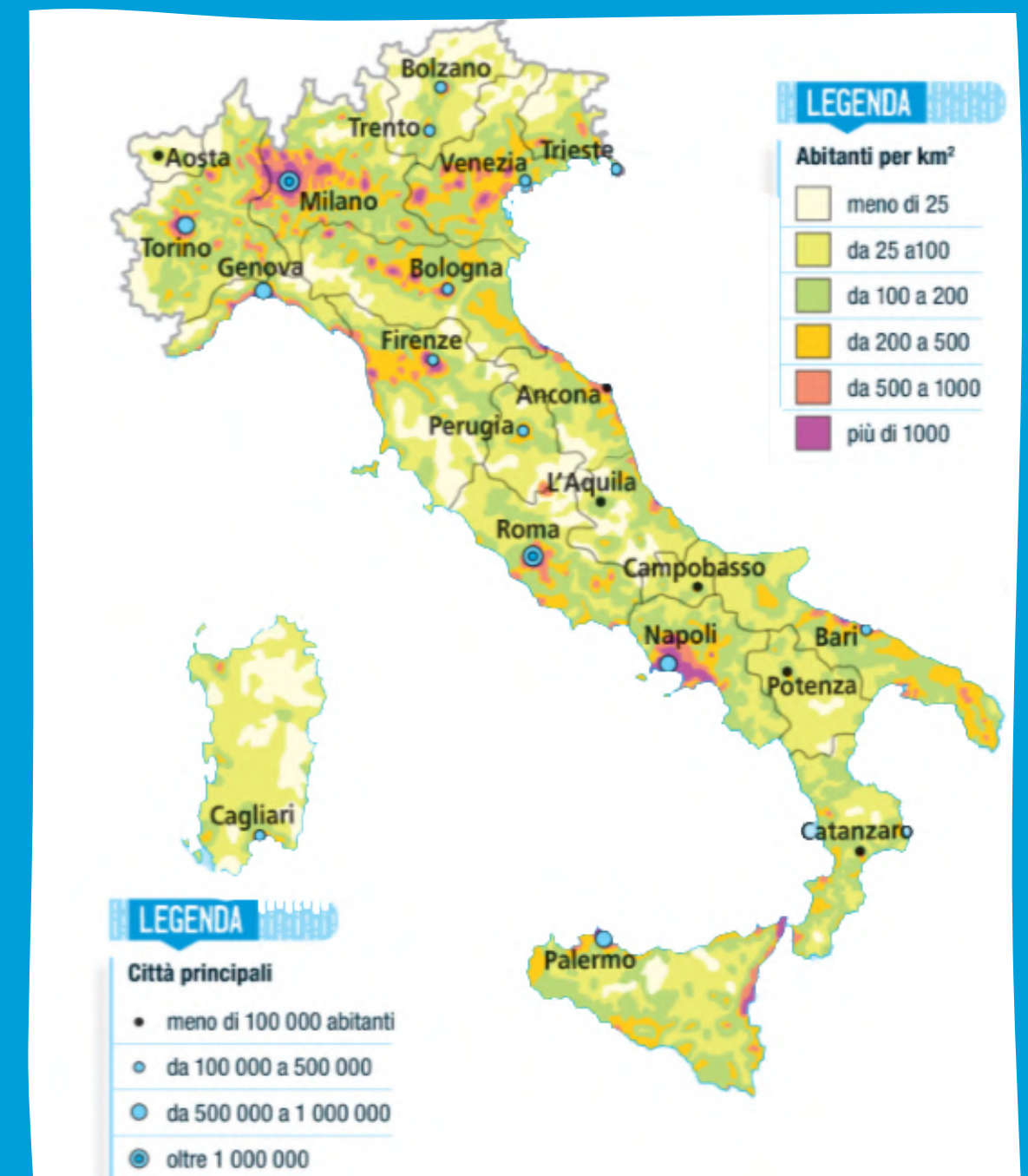
6



CUCINO

OVUNQUE TI TROVI

	NORD	SUD
CITTÀ	<p>Piatti pronti Lezioni di cucina Ricettari Servizio delivery Cooking class</p>	<p>Piatti pronti Lezioni di cucina Ricettari Servizio delivery</p>
PERIFERIA	<p>Lezioni di cucina Ricettari</p>	<p>Lezioni di cucina Ricettari</p>



STAKEHOLDERS

	CORE	DIRETTI	INDIRETTI	RELAZIONI	BENEFICI
CLIENTI/CUOCHI / CASALINGHI	✓			<ul style="list-style-type: none"> • Con A2A per iscrizione, corso HACCP e creazione profilo. • Con i famigliari per aiuto 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorizzazione del tempo libero • Valorizzazione economica • Valorizzazione sociale
SERVIZI DELIVERY		✓		<ul style="list-style-type: none"> • Con la piattaforma per il ritiro ordini • Con i cuochi per migliore logistica 	<ul style="list-style-type: none"> • Impatto etico • Economicità offerta • Delivery based business
FAMILIARI/CO NVIVENTI/ CUOCHI			✓	<ul style="list-style-type: none"> • Con i cuochi per dare aiuto 	<ul style="list-style-type: none"> • Condivisione esperienza • Maggior benessere familiare • Riduzione differenze sociali

CANALI DI CONTATTO

SILVER AGE



Riviste, giornali



Televisore



Siti web di cucina



Pubblicità in giro per la città

CONSUMER



Social Media



Televisore



App di delivery



Pubblicità in giro per la città

CUSTOMER JOURNEY

CONSAPEVOLEZZA

- Curiosità e interesse
- Vede adv A2A su TV, giornali o social



Come funziona?
Dove posso ordinare?



Che bell'iniziativa! Mi piacerebbe provare

RICERCA E VALUTAZIONE

- Interesse ed empatia
- Ricerca su Internet

DECISIONE

- Felicità, fiducia
- Si registra sull'app e prenota il primo ordine

http://



Che bello! Devo assolutamente dare un'occhiata!

ISCRIZIONE

- Eccitazione, orgoglio
- Registrazione profilo

Quante proposte...
Non vedo l'ora di sentire i sapori di una volta."



UTILIZZO

- Divertimento, gusto
- Attende l'ordine



"Ci siamo! Finalmente qualcosa di nuovo, buono ed etico. Anche nonna dovrebbe farlo..."

FEDELTA'

- Soddisfazione, empatia
- Partecipa al programma, pubblicizza e valuta altri servizi one to one

Intanto metto una buona recensione, poi quasi quasi prenoto anche il corso!



VANTAGGI PER A2A

01

**Riposizionamento strategico -
piano industriale 2024**

02

**Leader dell'impatto positivo e
inclusivo**

03

**Miglioramento della
reputazione aziendale**

04

Inclusione sociale

05

**Opportunità di business non
rischiosa**

06

**Allineamento con i valori di "Life
Company"**



GRAZIE