



1- MISSION

ENVICONCEPT vi invita a collaborare alla ideazione e alla realizzazione di un progetto di comunicazione per il lancio del portale "EnviConcept.com" partecipando al **CreativeContest**.

Cos'è il CreativeContest: una sfida, una gara di creatività veloce che mette alla prova rapidità e adattamento (anche a quanto pensato da altri), cui potrete partecipare registrandovi al portale ENVICONCEPT.com, che premierà le idee migliori (per efficacia, per realizzabilità, per impatto, per originalità) per la realizzazione di una campagna di promozione e di comunicazione sulla nascita, sulle finalità e sulle principali tematiche del portale.

Il primo contest ha come fine quello di promuovere la mission di Enviconcept e lo fa invitando i giovani creativi a collaborare per costruire una campagna pubblicitaria di sensibilizzazione.

2- APPROCCIO E OBIETTIVI

L'approccio: teaser strategy, guerrilla marketing, local e viral communication; provocare per colpire; "svegliare il dormiente"!

Gli obiettivi del CreativeContest:

- 1) ideare e realizzare una campagna di comunicazione coerente con la visione e con la mission del portale grazie al diretto coinvolgimento di coloro che saranno i protagonisti della nascente community.
- 2) adottare subito una modalità di relazione e di cooperazione tra i membri della futura community e lo staff di ENVICONCEPT: costruiamo insieme una comunicazione vincente!
- 3) trovare applicazione coerente, attraverso la key della sfida tra i new thinkers, i concetti di intelligenza collettiva ed elastica.



enviconcept



3- IL TEMA

Trasforma l'indifferenza in differenza: tutto torna

“EnviConcept” non è una semplice idea, non è un semplice progetto... “EnviConcept” è curiosità intellettuale, amore per l'ambiente; è una visione della vita e della società ripensata e vissuta in modo creativo, attraverso contenuti e strumenti nuovi; il passaggio cruciale, nella filosofia di “EnviConcept”, è educare al rispetto per l'ambiente e per la vita. **Sposare il progetto “EnviConcept” significa capire che anche il più piccolo gesto quotidiano possiede un valore fondamentale. Differenziare i rifiuti, riutilizzare strumenti obsoleti ripensandone creativamente la destinazione d'uso, utilizzare materiali riciclati, sfruttare le innovazioni tecnologiche per ridurre gli impatti ambientali e fare efficienza energetica, sviluppare la ricerca in senso eco-compatibile e sostenibile significa migliorare la qualità della vita di tutti.**

Ogni gesto del presente contribuisce a trasformare il futuro. Sentirsi responsabili del bene comune significa essere artefici del proprio bene. La chiave del futuro è questa, perché individualità e collettività costituiscono parti di uno stesso sistema.

Materia ed energia rinascono da questa nuova consapevolezza, da una cultura differente. Ogni gesto ha una sua conseguenza. Ogni gesto ha un suo ritorno. Il mondo di domani lo stiamo costruendo oggi.

Tutto torna.

CreativeContest: le Vostre Idee, il Nostro impegno nel realizzarle.

4 - STRUTTURA E SVILUPPO DEL CONTEST

Tutto avverrà tramite step organizzati e dedicati ai differenti momenti della campagna.

Primo step (Strategie di Marketing). Posizionamento, definizione del target e analisi preventiva dei media tools utilizzabili per la diffusione del messaggio - in linea con l'approccio e con gli obiettivi della campagna *(punto 2)*.

Secondo step (Progetto Grafico). Realizzazione del visual coordinato - in linea con l'approccio e con gli obiettivi della campagna *(punto 2)*.

Studiare le possibili declinazioni: versione grafica online, offline e video dell'immagine coordinata (versatilità del progetto grafico).

Terzo step (Copywriting). Copywriting: headline, claim, payoff, testi - in linea con l'approccio e con gli obiettivi della campagna *(punto 2)*.

Quarto step (Piano di utilizzazione dei media e allocazione risorse): Elaborazione media plan e media mix.

Modalità di partecipazione: i partecipanti al CreativeContest potranno organizzarsi in team secondo criteri e ripartizioni dei ruoli di loro assoluta discrezionalità.

Una delle caratteristiche innovative del CreativeContest è la modularità della partecipazione: ciascun creativo (o team di creativi) potrà cimentarsi nella proposta di realizzazione della campagna scegliendo di partecipare a uno o a tutti gli step (precedentemente illustrati).

Ciascun step ha uno start e una deadline differenti e le necessarie integrazioni al brief per lo start dello step successivo saranno fornite solo dopo la scadenza e la valutazione dei risultati ottenuti con lo step precedente: in questo modo i partecipanti agli step successivi lavoreranno in un work in progress su elementi già definiti, frutto delle migliori proposte nate dallo step precedente.

Si raccomanda di attendere la data dello start dello step cui si intende partecipare prima di inviare le relative proposte creative.

I partecipanti che avranno offerto le proposte migliori, step by step, saranno coinvolti direttamente nella realizzazione della campagna sulla base dei vari step di partecipazione e sulla base del contributo professionale che potranno offrire.

5 - PARTECIPAZIONE AL CONTEST

L'invito a partecipare al CreativeContest è rivolto a: graphic designer, illustratori, fotografi, videomaker, artisti, animatori, visual artist, copywriter, esperti della comunicazione e del marketing strategico, business writers.

Età: da 20 a 30 anni.

Sarà consentita la partecipazione al CreativeContest solo agli utenti che si registreranno al portale EnviConcept.com, in qualità di "pionieri della community".

DEADLINE ADESIONI

Primo step - Start: 9 maggio 2008 Deadline: 25 maggio 2008

Brief 1: elaborazione di una strategia di posizionamento del portale sulla base di quanto illustrato nella sezione "Chi Siamo"; redazione di una check-list dei possibili media da utilizzare per veicolare il messaggio con la massima capacità di penetrazione e di viralizzazione.

Bonus-step per la migliore proposta: 200,00 euro.

Secondo step - Start: 6 giugno 2008 Deadline: 30 giugno 2008

Brief 2: progettazione coordinata del visual; declinazione del visual sui vari media tools.

Bonus-step per la migliore proposta: 300,00 euro.

Terzo step - Start: 10 luglio 2008 Deadline: 5 agosto 2008

Brief 3: ideazione ed elaborazione dei contenuti testuali della campagna; ideazione delle key-contents del messaggio comunicazionale.

Bonus-step per la migliore proposta: 300,00 euro.

Quarto step - Start: 10 settembre 2008 Deadline: 2 ottobre 2008

Brief 4: "pronti al decollo!"; definizione dei media da utilizzare; realizzazione di un cronoprogramma (con relativa tabella dei costi) dell'utilizzo dei media individuati.

Bonus-step per la migliore proposta: 200,00 euro.

CREATIVECONTEST premierà la Vostra vena creativa e la Vostra capacità di "mettervi in gioco", in un confronto aperto con gli altri new thinkers, con il coinvolgimento diretto nella fase di realizzazione della campagna, nel corso della quale verrete invitati a collaborare con lo staff di "EnviConcept" e... con una "taglia" da **500,00 euro per il contributo creativo** (visual coordinato o individuazione e utilizzo dei media o copywriting) giudicato più originale ed efficace in assoluto tra i premiati con i "bonus-step".

CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE AL "CreativeContest"

Tutte le idee creative e tutti i materiali inviati allo staff di "EnviConcept" come proposte per la realizzazione della campagna di comunicazione del portale "EnviConcept.com", che siano utilizzati o meno nel corso della campagna stessa, rimarranno dal momento della ricezione proprietà intellettuale esclusiva di **"EnviConcept"** che potrà disporre senza vincolo alcuno, per un tempo illimitato.

6 - MODALITA' DI INVIO DELLE PROPOSTE

Per inviare i Vostri materiali e le Vostre proposte utilizzate la seguente procedura:

1. Registratevi al portale; compilazione del form di registrazione
2. (<http://www.enviconcept.com/Registrazione>); Completate la registrazione seguendo le istruzioni riportate nella e-mail che riceverete in risposta alla compilazione del form di registrazione;
3. Effettuate il login e accedete al Vostro EnviSpace;
4. Procedete facendo l'UPLOAD dei materiali* che intendete proporre per la realizzazione della campagna di comunicazione;
5. Visualizzate, se volete, i materiali da Voi inviati nell'area "PORTFOLIO"

* I materiali eleggibili per la valutazione delle Vostre proposte sono i seguenti:

- * A - materiali testuali e di presentazione con estensione .doc; .txt; .rtf; .pdf; .xls; .odt; .ods; .ppt; .odp
- * B - materiali grafici con estensione .tif; .jpg; .gif; .bmp
- * C - materiali dinamici (video, animazione) con estensione .swf; .avi; .mov; .wmv (Media/Bassa risoluzione)

INFO

EnviConcept

Zona Ind.le Lanciano, 8 - 66034 Lanciano (Ch)

Tel. +39.0872.722540

Fax +39.0872.722545

E-mail: enviteam@enviconcept.com

Web: www.enviconcept.com