



L'AMULETO della marca manifeste

Scadenza: 10.09.2009 23:59 GMT

Brand: **manifeste**

Settore: Beni di Lusso

Paese: France

Categoria: Creatività specifica

Publicato: 10.06.09 08:05 GMT

Budget: \$1 000

Stato: Chiuso

Lingua delle Soluzioni: Francese, Inglese

1 Step Brand Builder

[chi ha scritto il Brief per i Creators di BootB ?]

manifeste, marca di lusso all'avanguardia, rivisita nostro quotidiano creando dei prodotti-icone sensibili, senza tempo e facendo delle innovazioni. La marca lancia una nuova edizione ogni anno che permette di spiegare ed esprimere progressivamente suo universo.

2 Step Obiettivo-Descrizione Del Progetto

[cosa sta cercando di realizzare il Brand Builder ?]

Si tratta di inventare un oggetto-soluzione, individuale ed intimo, che ciascuno vorrà avere sempre con sé, perchè è una cosa personale: una specie di "amuleto", un "kit" di emergenza per i tempi difficili...

Quest'oggetto personale ha una seconda funzione, quella di creare un legame tra la gente: con quest'oggetto, avete una ragione sincera di avvicinare una persona scelta che non conoscete, nei trasporti urbani, a un concerto o altrove, perchè quest'oggetto vi permette di dividere un momento, un sentimento, un messaggio o qualcosa di concreto (che si mangia o si respira...).

L'obiettivo è di creare una nuova icona individuale che ci protegge e ci incita ad essere più aperto agli altri.

!!! Update as of July 29 !!!

1. Capire la personalità del brand **manifeste** attraverso la visione dei prodotti esistenti (sul sito web) + informazioni aggiuntive (issuu book + blog, accessibile dalla home page). L'edizione numero 01 è dedicata all'amore per i neonati condiviso dai genitori. L'edizione numero 02 evoca emozioni come il ricordo del periodo in cui si era teenager con una felpa grigia con cui vivevamo talvolta dormivamo. L'edizione numero 03 richiama la gioia di avere un portafoglio con cui giocare, e quella di usare una borsa che può trasformarsi in sciarpa o giacca a vento. Pertanto, create una Soluzione che evochi altre forti emozioni in linea col vissuto del brand **manifeste**.

2. Siate sicuri di creare qualcosa che possa essere definita con gli aggettivi contenuti nella sezione "carattere del brand" e nella presentazione.

3. La Soluzione può essere un oggetto o - meglio ancora - una serie di oggetti. Per favore non focalizzatevi su un semplice gioiello, mercato affollato e non sempre originale.

4. La Soluzione dovrebbe essere funzionale, nel senso che vorresti avere l'oggetto creato con te in ogni momento - specialmente difficile - della tua vita.

5. L'oggetto creato deve trasmettere una sensazione di sicurezza in te stessa/o (ad esempio quando parli con gli altri, non solo negli incontri di lavoro o amorosi...)

6. Non vogliamo solo un oggetto "carino" ma una vera invenzione in grado di cambiare la tua vita in modo

significativo (può anche essere una bicicletta o una barretta di cioccolata...)

7. La Soluzione deve poter essere elencata insieme agli altri 9 oggetti contenuti nella presentazione (e quindi avere un design innovativo, essere in grado di portare un cambiamento nella nostra vita anche se percettivo). Deve diventare il decimo oggetto in una serie logica.

!!! The end of update !!!

3 Step Pubblico Target

[chi il Brand Builder sta cercando di influenzare ?]

Ogni individuo sensibile, con una mente aperta, che desidera migliorare sua qualità di vita sul piano umano ed emozionale.

4 Step Proposta

[cosa il Brand vuole che il target capisca o faccia ?]

L'oggetto illumina nostro quotidiano, compreso i momenti difficili, e ci permette di allacciare rapporti più autentici cogli altri.

Ed al tempo stesso l'espressione individuale, la creatività, dei sentimenti e delle sensazioni sinceri che rendono nostra vita più intensa e valorizzante.

5 Step Supporto

[perchè il target dovrebbe credere nella proposta ?]

L'oggetto procura comfort e fiducia per affrontare tutte le situazioni della vita, perchè contiene l'essenziale e stimola nostra capacità ad allacciare contatti cogli altri, amici potenziali con chi si può condividere.

6 Step Carattere

[quali sono le caratteristiche che meglio descrivono la personalità del Brand ?]

essenziale, emozionale, creativa, ispirata, lussuosa in modo completamente novello

7 Step Pianificazione Dei Media/Destinazione Della Creatività Lavoro

[dove apparirà il tuo lavoro ?]

Quest'edizione sarà disponibile in più di 80 luoghi selezionati nel mondo, che distribuiscono già i prodotti della marca di cui Colette a Parigi, Seven a New-York, Silly Things a Hong-Kong... (più dettagli su www.manifeste-tm.com).

Il lancio sarà organizzato nel paese del creatore selezionato, se quest'idea è pertinente, nel quadro di un avvenimento che inviterà i principali leader di opinione tra cui degli artisti e designers.

Questo lancio sarà riferito da riviste selezionate, blog influenti e siti internet partner della marca.

8 Step Elementi Esecutivi Aggiuntivi

[ogni altra informazione che il Brand ritiene necessario fornirti]

La proposta dovrà integrare le informazioni seguenti:

- ∞ una descrizione chiara del concetto e degli elementi che convalidano suo potenziale al livello mondiale.
- ∞ una presentazione visiva del oggetto-soluzione accompagnato di disegni tecnici/3D
- ∞ immagini fotografiche che saranno usati per il lancio.

Allegati

192258/0000.pdf

259.47 Kb