



# CREATIVITA' PAGINA STAMPA MASOTTINA WINES

Scadenza: 29.08.2010 23:59 GMT

Brand: Masottina

Settore: Alcol e Tabacco

Paese: Italy

Categoria: Creatività specifica; Creatività specifica : Sviluppo di concetti; Above The Line : Internet, Stampa; Design : Web

Pubblicato: 30.06.10 03:03 GMT

Budget: \$1 760

Stato: Chiuso

Lingua delle Soluzioni: Italiano

## 1 Step Brand Builder

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

### Masottina

Fondata nel 1946, M. è un'azienda vinicola familiare nella zona del conegliano valdobbiadene. I vigneti (60 ettari) si estendono nella zona del Prosecco DOCG. La sede è a Conegliano. Una continua ricerca della migliore qualità ha portato M. a divenire una realtà importante ed un punto di riferimento nel panorama italiano e internazionale del wine-business. M. produce 1.500.000 bottiglie vendute in più di 40 paesi. I vini M. hanno incontrato ampi apprezzamenti e importanti riconoscimenti internazionali.

## 2 Step Obiettivo-Descrizione Del Progetto

[ cosa sta cercando di realizzare il Brand Builder ? ]

Creazione pagina pubblicitaria per far conoscere il Brand con un **messaggio incisivo che caratterizzi e colga l'essenza del Brand ed una creatività che ne sottolinei la personalità.**

Ci teniamo a specificare che cerchiamo una creatività focalizzata sul brand e che si discosti dalle classiche/tradizionali pagine delle aziende vinicole, esempio : classica foto vigneti/prodotto con frase /storia azienda e logo.

**FORMATO: classico A4 da sviluppare in verticale e con possibile adattamento per eventuale doppia pagina.**

## 3 Step Pubblico Target

[ chi il Brand Builder sta cercando di influenzare ? ]

Consumatori italiani che associano il vino a status e ricercano qualità (Wine Lovers) con attenzione al prezzo, che non assume però un ruolo determinante nella scelta del prodotto.

## 4 Step Proposta

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

### Il target capisca:

- Masottina è un marchio storico (presente dal 1946) di una famiglia che produce vini da 3 generazioni, conosciuto dagli "addetti ai lavori" a livello internazionale, anche se la sua promozione è stata finora affidata prevalentemente al passaparola ed alla qualità del prodotto.
- Masottina ha un'eccellente qualità dei prodotti (Doc e DocG), che produce in territorio vocato, unico, prestigioso come il Conegliano-Valdobbiadene.
- Masottina ha sede a Conegliano, città d'Arte e del Vino, sede della prima Scuola Enologica in Italia.

## Il Target faccia:

- scopra il prosecco **AUTENTICO** proveniente dalla zona in cui è nato, si è sviluppato e che ricalca le caratteristiche tipiche del Cpnegliano Valdobbiadene Docg Prosecco Superiore;
- consumi i prodotti;
- incrementi il consumo nei punti vendita dove il target acquista;
- incrementi la conoscenza dei prodotti e del Brand attraverso il passaparola e altre forme di comunicazione diretta.

## 5 Step Supporto

[ perchè il target dovrebbe credere nella proposta ? ]

Masottina

### A) ha il controllo totale della filiera produttiva :

1. Scelta del terreno migliore e più vocato per la produzione di uva
2. Raccolta e selezione delle uve migliori
3. Vinificazione di qualità con raccolta esclusiva di mosto fiore (qualità superiore)
4. Spumantizzazione lenta e a bassa temperatura controllata.
5. Scelta dei materiali migliori per imbottigliamento e confezionamento completamente controllato da Masottina con tracciabilità di ogni bottiglia prodotta.
6. Certificazione internazionale ISO 9001:2008, International Food Standard (IFS), BRC Global Standard-Food, Bio - Certificazione Regolamenti Cee 834/07 e Cee 889/08.

### B) Azienda Familiare di terza generazione

1. Famiglia che, mossa dalla passione e dalla costante ricerca di miglioramento dei propri prodotti, lavora uva e vini con tradizione e competenza significativa.

## 6 Step Carattere

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

Masottina è:

- AUTENTICO
- COMPETENTE, MOLTO ATTENTO AL PRODOTTO
- AFFIDABILE
- FAMILIARE/TRADIZIONALE
- STORICO

## 7 Step Pianificazione Dei Media/Destinazione Della Creatività Lavoro

[ dove apparirà il tuo lavoro ? ]

Avvio campagna in Inverno 2010 / Primavera 2011

- Periodici specializzati (Vino e alcolici) - Italiani e Internazionali;
- Periodici enogastronomici - Italiani;
- Periodici Consumer -Italiani;
- Quotidiani -Italiani;
- Web - Internazionale.

## 8 Step Elementi Esecutivi Aggiuntivi

[ ogni altra informazione che il Brand ritiene necessario fornirti ]

Tutti i Files dovranno pervenire in jpeg o pdf. Il vincitore dovrà poi consegnare un esecutivo modificabile/adattabile.

Gli allegati sono puramente indicativi per farsi un'idea dell'azienda e del territorio.

Elemento obbligatorio: logo

in allegato vi è un esempio di creatività per capire un tipo di direzione creativa out of the box

Per la scelta di materiali da banche immagini chiediamo di utilizzare esclusivamente immagini royalty free.

Buon lavoro!

team Marketing M.

## Allegati

347959/0000.pdf	248.45 Kb
347959/0001.pdf	229.20 Kb
347959/0002.jpg	4.42 Mb
347959/0003.jpg	453.56 Kb
347959/0004.pdf	1.39 Mb
347959/0005.jpg	555.97 Kb
347959/0006.jpg	339.35 Kb
347960/0000.jpg	147.44 Kb
347960/0000[1].jpg	46.01 Kb
347960/0001.jpg	17.57 Kb
347960/517b399b-8d86-4758-b2f1-248a5972d6ec.tif	3.06 Mb
347960/3115fc41-08b0-4953-92e7-a8308c9901f8.tif	2.59 Mb
347960/792ac83c-a13d-4a27-9015-4a8c8b57e53c.tif	2.77 Mb