



E' russa (e passa da BootB) la creatività globale di Auchan Italia

Un creativo russo guadagna il primo budget a disposizione su BootB.com

Wilmington (USA), 5 febbraio 2008 – Un brand francese di respiro mondiale, una campagna italiana, la creatività russa al servizio di un'agenzia americana che si incontrano sul web 2.0: ci sono tutti gli ingredienti della globalizzazione creativa nel primo progetto scelto su www.BootB.com - Brands Out of the Box - il marketplace dedicato alla creatività che si propone di rivoluzionare il mercato della pubblicità.

La creatività democratica diventa realtà: il brand è Auchan multinazionale leader nel mercato retail della distribuzione moderna, che in soli 8 giorni lavorativi si è trovata a valutare 38 progetti provenienti da 18 paesi di tutto il mondo sottoposti attraverso www.BootB.com al proprio brief per la campagna italiana "L'anniversario di Primavera Auchan". Ad aggiudicarsi il budget di 19.800 dollari americani messo a disposizione da Auchan per la migliore idea creativa è stato Alexey Smirnov, trentenne creativo russo, art director da oltre cinque anni presso un'agenzia di pubblicità parte di un network mondiale.

Nuovi stimoli ed entusiasmo di lavorare su un progetto deliberatamente scelto tra quelli proposti da BootB, cosa che non avviene nelle agenzie di pubblicità tradizionali, e possibilità di guadagnare velocemente, divertendosi, una somma di denaro al di sopra di qualsiasi remunerazione comunemente corrisposta a un singolo creativo: queste le motivazioni che hanno spinto Alexey a rispondere al brief di Auchan con alcuni colleghi. "Quello che realmente mi ha entusiasmato è stata la possibilità di creare qualcosa di straordinario, con libertà creativa potenzialmente illimitata, al di là delle imposizioni di budget e dai vincoli che troppo spesso si creano nei rapporti tra cliente e agenzie di pubblicità", ha affermato Alexey Smirnov. "BootB dà realmente la possibilità di esprimersi a tutti i creativi del mondo".

Il lancio di www.BootB.com è avvenuto a fine novembre 2007 con 320 eventi che si sono svolti in contemporanea davanti alle sedi delle più prestigiose agenzie di pubblicità in 20 città di tutto il mondo. In questa occasione sono state distribuiti circa 50.000 "passaporti" per diventare cittadini della Repubblica di BootB, ovvero magliette con le indicazioni per registrarsi e rispondere con le proprie idee creative ai brief presenti on line. Da allora, oltre 4.000 creativi si sono registrati su www.BootB.com da 95 paesi per esprimere le proprie idee sui 11 brief di altrettante multinazionali che a loro volta hanno scelto di mettere in gioco il loro budget per la creatività su BootB.

Auchan è stata tra i primi brand a credere in BootB, accogliendo la sfida al mondo della comunicazione: il proprio brief per l'Anniversario di Primavera in Italia richiedeva infatti idee per la promozione presso i propri punti vendita delle migliori offerte commerciali dell'anno, prevedendo storyboard di spot televisivi, radiofonici nonché creatività per le affissioni e per la grafica dei depliant promozionali.

Alberto Crosta di Auchan Italia ha illustrato come la multinazionale, da sempre attenta all'innovazione anche nei propri progetti di marketing, abbia creduto da subito in BootB e sia stata ben ripagata. Auchan è oggi estremamente soddisfatta della quantità e soprattutto della qualità delle idee pervenute in risposta al primo brief pubblicato online. In particolare, Crosta ritiene sorprendente la sfacettatura delle proposte, ognuna caratterizzata da originalità e punti di vista differenti e sottolinea quale valore aggiunto la rapidità di risposta alle proprie esigenze di marketing. In sole 64 ore lavorative e senza muovere i propri manager dalle rispettive scrivanie per incontrare i migliori creativi delle agenzie internazionali, partecipare alle numerose riunioni per presentare il brief e per verificare le proposte, Auchan è riuscita ad entrare in contatto con creativi di tutto il mondo, risparmiando in maniera evidente tempo e denaro e aumentando l'efficienza del proprio budget dedicato alla pubblicità. Crosta conferma che Auchan Italia continuerà quindi a collaborare con BootB anche per le future

necessità di marketing.

“I 19.800 dollari assegnati ad Alexey sono paradossalmente il vero scossone al mondo della pubblicità: si tratta di un budget infinitesimale rispetto a quello normalmente percepito dalle agenzie tradizionali di advertising, che diventa il simbolo della rivoluzione concettuale della creatività, prima che economica”, afferma Pier Ludovico Bancale, fondatore di BootB. “Auchan ha avuto fin dall’inizio il coraggio di scommettere su BootB ed è stata ampiamente ripagata: noi stessi siamo orgogliosi delle risposte originali e di qualità ottenute in un così breve tempo e, ancora di più, siamo entusiasti di essere partner di quella che sarà la prima campagna realizzata con un motore di ricerca in grado di generare gare creative su scala mondiale.

Auchan è una multinazionale leader nel mercato retail della distribuzione moderna (supermercati e ipermercati) con sede a Croix (Francia) che dà lavoro qualificato a circa 200.000 persone in tutto il mondo.

Il tipico ipermercato Auchan è generalmente situato presso un centro commerciale ed è caratterizzato da grandi superfici multi-specializzate dei comparti alimentare e non alimentare: in vendita circa 60.000 referenze (dagli alimentari all’abbigliamento ai casalinghi ai prodotti per la cura della persona, ai dispositivi elettronici).

BootB.com – Brands Out of the Box - è il marketplace della creatività e si rivolge a chiunque abbia un impulso creativo. BootB collabora con alcuni dei maggiori brand a livello mondiale - quali Disney, Unicef, Lego, Peugeot, Ferrero, Gancia, Mondadori, Perfetti - tutti concordi nell’affermare che le migliori idee non necessariamente debbano venire dalle grandi realtà internazionali di marketing e pubblicità.

Come funziona? I brief vengono pubblicati in 12 lingue, raggiungendo così la quasi totalità della popolazione globale e permettendo ai brand di accedere a proposte creative provenienti da tutto il mondo.

I budget e la loro assegnazione. Definire gli accordi e il compenso in anticipo garantisce il rispetto della proprietà delle idee: a ogni brief pubblicato corrisponde quindi un budget specifico stabilito dalle aziende e BootB riconosce il 90% di esso a coloro che sviluppano le idee migliori. Il compenso viene garantito attraverso un conto depositato presso terzi, affinché il cliente non perda gli interessi sulla somma del contratto.

Il sito è criptato attraverso una SSL per assicurare l’integrità delle proposte creative. Il processo di registrazione prevede un contratto vincolante a livello legale fra i creativi e BootB, secondo il quale tutte le idee restano di esclusiva proprietà del loro creatore fino al momento in cui non vengono acquistate dal cliente.

Per ulteriori informazioni alla stampa:

PLEON – Tel. 02 205621
Daniela Sarti, Rosaria Callea
e-mail: daniela.sarti@pleon.com, rosaria.callea@pleon.com