

Seconda Prova:

ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: GRAFICA
Tema di: PROGETTAZIONE GRAFICA

CAMPAGNA PUBBLICITARIA PER ALMA FITOCOSMESI

Si chiede al candidato di studiare, progettare e realizzare la grafica della comunicazione pubblicitaria per l'azienda di fitocosmesi ALMA, facendo riferimento alle indicazioni fornite dal brief indicato.

Il candidato sviluppi il progetto seguendo le seguenti opzioni:

- A. *Stampa: pagina pubblicitaria (formato A4 da sviluppare in verticale);*
- B. *Espositore da banco (formato massimo A3);*
- C. *Vestire graficamente il packaging di un prodotto a scelta flacone (bagno schiuma), crema corpo, prodotti di bellezza destinati ai centri benessere (crema rilassante, rigenerante...), cosmetici, crema viso, shampoo...*

CONSEGNA: In funzione della scelta, il candidato, dovrà:

- fornire tutto il materiale prodotto nella fase progettuale, (mappa concettuale e bozze), che mostri il processo creativo;
- redigere una breve presentazione scritta, che presenti il concept del progetto;
- fornire il layout finale.

BRIEF DEL PROGETTO

Cliente

Alma nasce nel 1980 come laboratorio artigianale di fitocosmesi e oggi è una delle principali aziende italiane del settore.

La continua innovazione, i rigorosi controlli qualitativi e microbiologici delle materie prime effettuati e l'elevato livello qualitativo dei prodotti, fanno di Alma un'azienda leader, un punto di riferimento nel mercato dei prodotti per la bellezza e la cura del corpo, su tutto il territorio nazionale.

Altro vanto dell'azienda è l'uso di materie prime di origine locale, come ad esempio l'olio di oliva puro non chimicamente trattato.

Inoltre, da qualche tempo, Alma ha intrapreso il cammino della certificazione biologica per garantire ai suoi clienti la massima qualità e trarre dalla natura stessa le sostanze funzionali per prendersi cura della pelle.

L'esperienza maturata in oltre trent'anni di attività e la passione per il lavoro si traducono in prodotti d'avanguardia e di alta qualità.

Obiettivo: Descrizione del progetto

Creazione di una campagna pubblicitaria per Alma che si caratterizzi per un messaggio che ne connoti l'essenza e ne sottolinei la personalità.

Si richiede una comunicazione evocativa, che richiami a un bellezza naturale, semplice e quotidiana, ma di qualità.

Target

Donne 70% (età 25-60) e uomini 30%, particolarmente sensibili ai prodotti naturali di alta qualità, attenti alla tradizione e rispettosi dell'ambiente.

Obiettivi di comunicazione

Il Target deve capire che:

- Alma è un brand che, in più di trent'anni di vita, ha sviluppato una grande esperienza che sintetizza innovazione e tradizione;
- I prodotti sono caratterizzati da una presenza importante di estratti vegetali (naturalità);
- Alma ha sede in Toscana, nella Val d'Orcia, terra ricca di bellezza (del territorio e di artefatti dell'uomo) e di monasteri (luoghi di sapere e di tradizione farmaceutica).

Il Target deve:

- essere incuriosito dai prodotti Alma;
- aumentare la conoscenza dei prodotti del brand.

Reason why

Alma pone attenzione a:

- prodotti naturali, delicati, efficaci, con gradevole profumazione;
- ingredienti particolarmente rispettosi della pelle;
- una filiera tutta italiana;
- prodotti formulati e realizzati nel rispetto dei più alti standard qualitativi;
- prodotti studiati per minimizzare i rischi di allergie;
- prodotti assolutamente non testati su animali;
- certificazioni internazionali ISO 9001:2000 e ISO14000:2004; Best Innovator 2005.

Consumer benefit

La linea risponde a tutte le esigenze della cura della pelle del viso e del corpo: deterzione, idratazione, protezione solare, ecc. Ogni prodotto contiene un estratto, tipicamente italiano e lavorato in Italia, che svolge un ruolo fondamentale nel benessere della pelle.

Mission

Una linea di prodotti esclusivi dedicati alla bellezza di viso, corpo e capelli, con formulazioni equilibrate a base di pregiati estratti di piante. Un modo semplice di prendersi cura di sé stessi, caratterizzato da piccoli gesti quotidiani. Il marchio è frutto di ricerche avanzate e di tecnologie scientifiche innovative. Ogni prodotto contiene concentrazioni di oli essenziali puri, estratti dalle piante e dai fiori, scovati in ogni angolo d'Italia, secondo le più tradizionali e antiche tecniche di raccolta. Le materie prime sono lavorate in Italia, secondo tecnologie all'avanguardia, ma anche nel rispetto delle migliori tradizioni erboristico-farmaceutiche, per ottenere il meglio da ogni singola pianta.

Immagine di marca (brand personality)

ALMA è:

- NATURALE
- INNOVATIVO

- SEMPLICE
- EMOZIONALE – ITALIANO

Pianificazione Dei Media

- periodici italiani;
- riviste specializzate di settore italiane;
- quotidiani italiani;
- web internazionale.

Allegati:









Durata massima della prova: 8 ore.

La prova può essere eseguita con qualsiasi tecnica (collage, disegno, digitale, ecc.).

Sono consentiti l'uso degli strumenti da disegno e la consultazione di cataloghi e riviste per l'eventuale utilizzo di immagini (in forma sia cartacea, sia digitale: stampe, libri, font, CD, USB con raccolte immagini).

È consentito l'utilizzo della strumentazione informatica e non (computer, scanner, macchina fotografica digitale, fotocopiatrice, stampante) e, se disponibili nell'istituto sede d'esame, dei programmi dedicati (disegno vettoriale, impaginazione, fotoritocco) per la rielaborazione delle immagini, la composizione del testo e la realizzazione dell'impaginato.

Durante la prova non è consentito l'accesso ad internet.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana. Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 4 ore dalla dettatura del tema.