

Brieful competitiei de design si idei pentru Young FIBRA: “Dubla Provocare Carrefour”

CONTEXT

De ce facem asta

Carrefour sustine tinerii creativi, motiv pentru care se implica in sectiunea Young FIBRA cu o competitie de creatie dedicata voua, tinerilor creativi de pana in 30 de ani. Industria de comunicare este una stralucitoare, asa ca asta e ocazia cea mai buna sa te faci remarcat, sa castigi premii si sa ai cel mai bun juriu care sa-ti jurizeze lucrarea, in frunte cu Kevin Brady (ECD Droga5).

Care e ideea

Cunosti brandul. E imposibil sa nu fi intrat intr-unul dintre magazinele brandului. Stii ca lupta cu preturile este deviza Carrefour, de peste 15 ani. Mai mult decat atat, Carrefour a fost primul retailer care a adus conceptul de hipermarket si in Romania, punand astfel bazele pietei de retail “under one roof”. Carrefour este un retailer care are inovatia in ADN, inovatie care sta la baza luptei cu preturile si experientei pe care o ofera vizitatorilor din magazinele sale.

Acum, Carrefour te provoaca dublu si iti propune **doua briefuri in care tu sa-ti arati creativitatea, sa propui lucruri inovatoare si chiar sa schimbi lumea la un nivel micro sau chiar macro**. Pentru ca inovatia incepe de la fiecare dintre vizitatorii Carrefour, de data asta e la tine. Pentru asta poti face un **design de catalog** care sa ne aduca pe toti in magazine, asa cum ti-l imaginezi tu. Sau poti propune **o idee de reducere a risipei de mancare**, una dintre cele mai mari probleme cu care ne confruntam la ora actuala si pe care Carrefour o adreseaza. Daca nu te poti decide, stim ca mintea creativa nu poate sta locului, asteptam propunerile tale pentru ambele demersuri.

Iti spunem de acum sa-ti pui creativitatea in miscare si sa profiti de timpul de inscriere.

DEADLINES:

Inscrieri: 31 martie – 29 aprilie

Vot: 31 martie – 1 mai

Anuntare castigatori: 6 mai, in cadrul galei Premiilor FIBRA.

Iti venim in ajutor cu kit-ul de inscriere pentru ambele briefuri, care contine:

- Un template de inscriere pentru fiecare dintre cataloagele speciale [template_catalog.jpg];
- Un template de inscriere pentru propunerea ta de reducere a risipei de mancare [template_idea_board.jpg];
- Logo-ul Carrefour.

A. Brief: Design de coperta catalog

Cunosti cataloagele Carrefour. E imposibil sa nu-ti fi trecut unul prin mana.

Catalogul este modul in care brandul ajunge direct in casele oamenilor. De data asta, catalogul este in mainile tale. Si la propriu si la figurat. Pune-ti mintea la incercare: construiești coperta unuia dintre cataloagele speciale din aceasta vara si ilustreaza in mod creativ lupta Carrefour cu preturile. Iti propunem **4 cataloage speciale** pentru care tu poti gandii cel mai bun concept de coperta: Catalogul Special de **Bere**, Catalogul Special de **Vinuri**, Catalogul Special de **Inghetata**, Catalogul Special dedicat **Jocurilor Olimpice de Vara** prin intermediul caruia Carrefour este alaturi de tine pentru o viata activa si o alimentatie sanatoasa.

LIVRABILE

Ce asteptam de la tine

Creeaza cel mai tare design de coperta de catalog special si la vara il poti vedea in cutia postala a tuturor vecinilor tai. Iti poti alege din catalogul special de vinuri, bere, inghetata sau editia dedicata Jocurilor Olimpice de Vara.

Stii catalogul. De data asta poti sa-l faci exact asa cum ti l-ai imaginat tu, in asa fel incat sa transmita **crezul Carrefour pentru inovatie, preturi mici si experienta creata consumatorului**, si sa te asiguri ca ne faci pe toti sa dam iama in cel mai apropiat magazin Carrefour.

De ce trebuie sa tii cont

Fiecare catalog este diferit. Tu poti realiza unul, mai multe sau pe toate. In functie de inspiratia pe care o ai.

Dar ai grija insa sa respecte cerintele brandului.

Astfel:

1. Coperta 1 pentru **Catalogul special de bere** trebuie sa includa **o sticla de bere si un bax de bere**, ambele generice (non-branded).
2. Coperta 1 pentru **Catalogul special de vinuri** trebuie sa includa **2 vinuri la sticla** non-branded.
3. Coperta 1 a **Catalogului special de inghetata** trebuie sa includa **o imagine cu o persoana** (femeie sau barbat), **un produs** (inghetata la cornet, pe bat sau la cutie, non-branded) si mesajul ca **toata gama de inghetata are 20% reducere**.
4. Coperta 1 a **Catalogului special dedicat Jocurilor Olimpice de Vara** trebuie sa includa **3 articole sportive (non-branded) si fructe**. Exemplifica astfel cum crezi tu mai bine faptul ca brandul este alaturi de tine pentru o alimentatie sanatoasa si un stil de viata activ.

Toate creatiile inscrite, indiferent de tipul de catalog ales, trebuie sa contina:

- Textul referitor la valabilitatea catalogului;
- Logo-ul Carrefour;
- Headline-ul propus de tine pentru conceptul tau.

Limite de care trebuie să ții cont:

Ferește-te de vizualuri cliseice.

Nu manipula iconografia brandului.

Nu folosi în compoziții copii.

Nu încuraja consumul excesiv de alcool în compoziții.

Condițiile tehnice pe care trebuie să le îndeplinească toate lucrările înscrise în secțiunea dedicată vizualurilor de coperta catalog: Vizualul, pentru oricare dintre cele 4 cataloage propuse de noi, trebuie să fie așezat în layout-ul competiției [template_catalog.jpg]:
>> În format de prezentare | Formate: fișierul imagine - JPEG, JPG, GIF sau PNG, în limita a 10 MB
>> În format de fișier sursă | Formate: fișierul sursă - PSD sau AI, în limita a 100 MB.

Layoutul pentru înscrierea în competiție este **template_catalog.jpg** din **KIT_Carrefour.zip**

PREMII:

3 premii în valoare totală de 2.000 euro (Locul 1: 1.000 de euro, locul 2: 600 de euro, locul 3: 400 de euro) și multă, multă glorie.

B. Brief: Propuneri - Carrefour împotriva risipei de mâncare

Problema:

În total, în România, 2.2 milioane de tone de mâncare este aruncată la gunoi, iar cea mai mare parte, 49%, vine din gospodăriile oamenilor

În România cea mai mare risipă se raportează la nivelul gospodăriile populației (circa 49%), acestea fiind urmate de sectorul industriei alimentare (37%), de retail (7%), de sectorul alimentației publice (5%), respectiv de sectorul agricol (2%), reiese din datele furnizate de reprezentanții Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rurale (MADR). Românii susțin că principalele motive care îi fac să arunce mâncarea la gunoi sunt degradarea rapidă (26%), estimarea greșită a cantității de alimente care se consumă la o masă (21%), dar și cumpărăturile în exces (14%), arată un studiu realizat de InfoCons și Asociația Marilor Rețele Comerciale din România (AMRCR). Alimentele care ajung cel mai des la gunoi sunt mâncărurile gătite (25%), pâinea sau produsele de panificație (21%), legumele (19%) și fructele (16%) – [Sursa](#).

Cu cine vorbim?

- a) Cu familia care face cumpărături săptămânal de la Carrefour și care nu își dau seama cât de multă mâncare aruncă.
- b) Cu Carrefour, care poate fi ajutat să-și reducă propria risipă (excesele de aprovizionare, produsele care expiră în curând, etc).

Ce ne dorim?

Să reducem risipa de mâncare – atât la nivelul consumatorilor, cât și la nivelul brandului.

Cum ajungem la obiectivul propus? (teritorii)

Prin

- a) constientizarea risipei la nivel individual (awareness)
sau
- b) reducerea ei cu ajutorul Carrefour (mijloace pe care Carrefour le poate pune la dispozitie pentru a-i ajuta pe clienti sa reduca risipa)
sau
- c) reducerea risipei interne din Carrefour (produsele cu termen de valabilitate scurt, excese, produse abandonate, etc)

LIVRABILE

Idea Board, care sa contina:

1. Text: Insight/Observatie/Problema, Idee, Executie (**maximum 250 de cuvinte in total text explicativ pe board**)
2. Vizual: simularea ideii intr-un mod cat mai apropiat de realitate.

Condițiile tehnice pe care trebuie să le îndeplinească toate lucrările înscrise în secțiunea dedicată reducerii risipei de mancare:

O lucrarea inscrisa trebuie sa fie asezata in layout-ul competitiei [template_idea_board.jpg].

>> In format de prezentare | Formate: fișierul imagine - JPEG, JPG, GIF sau PNG, în limita a 10 MB

>> In format de fișier sursă | Formate: fișierul sursă - PSD sau AI, în limita a 100 MB.

Layoutul pentru inscrierea in competitie este **template_idea_board.jpg** din **KIT_Carrefour.zip**

PREMII:

Un premiu in valoare 1.000 si sansa ca tu sa faci o schimbare. Ideea ta poate reduce risipa de alimente.

Despre Carrefour

Grupul Carrefour operează peste 10.100 de magazine în 34 de țări la nivel mondial. În România, rețeaua Carrefour numără 190 de magazine dintre care 29 hypermarketuri Carrefour, 107 supermarketuri Market, 43 magazine de proximitate Express, 10 magazine de proximitate Contact și un site de comerț online.

Carrefour este unul din cele mai iubite branduri de retail din Romania, primul brand care a adus retail-ul modern si a deschis lupta cu preturile. Misiunea Carrefour este ca printr-o inovatie constanta, sa ofere romanilor cele mai mici preturi si o experienta unica in store.