

Brieful „ADventura Ursus”



Brand Background

Ursus este o bere românească cu originea în 1878 la Cluj și care astăzi face parte din portofoliul Ursus Breweries, un brand de bere premium cu distribuție națională de peste 135 ani.

Pentru găștile de prieteni pe care-i vezi în serile de vineri în benzinăriile de pe autostradă câte 5 într-o mașină, cu muzica la maxim în drum spre un weekend de pomină Ursus vrea să creeze o poveste despre **cum prietenii mișto se leagă prin aventuri legendare trăite împreună.**

Obiective:

- 1) Creșterea preferinței pentru brand în rândul targetului 18-34, urban, all
- 2) Creșterea asocierii brandului cu distracția, aventura, ieșirile cu prietenii și idea de gașcă de prieteni buni / adevărați.

Publicul țintă:

Demografic:

Tineri între 18 și 34 de ani, preponderent masculin, din urbanul mediu și mare, cu educație și venituri peste medie.

Psihografic:

Au un stil de viață modern și activ în care gașca de prieteni și distracția alături de ei joacă un rol central. Nu stau prea mult prin casă serile și nici prea mult prin oraș în weekendurile de vară. Le place să descopere locuri și lucruri noi și le place să pozeze, posteze și povestească aventurile prin care trec împreună.

Mesajul cheie:

Oriunde ați merge weekendul ăsta, să fie cu distracție ca-n filme.

Livrabile:

3 billboard-uri succesive aflate la câte un kilometru distanță pe marginea autostrăzii care să spună povestea unei aventuri cu gașca.

Cele 3 vizualuri pentru OOH trebuie să aibă legătura între ele, să spună o poveste împreună. Povestea trebuie să facă trimitere către film → “Orice ai face, fă-o ca-n filme”

Premiile sunt în valoare totală de 3000 de Euro pentru cele mai bune 3 idei. Iar la vară le vom și implementa.

WATCHOUT:

Ursus încurajează consumul responsabil de alcool, distracția ca în filme nefiind o cauză directă a consumului de alcool.

Guideline-ul pentru utilizarea elementelor de brand:

Logo-ul (oricare dintre variante):

>> va fi utilizat în partea de jos a vizualului, fie în stânga, fie în dreapta, niciodată la mijloc.

>> trebuie să respire și să aibă o zonă liberă de jur împrejur pentru a avea stand-out suficient.

Le găsești în folderul **BRAND** din **KIT_ADventura_URSUS.zip**

Limite de care trebuie să ții cont:

Ferește-te de vizualuri care pot atrage atenția copiilor

(ilustrații de tip Disney, ilustrații naive, personaje de poveste sau basm etc.)

Nu manipula iconografia brandului.

Nu folosi în compoziții copii sau tineri care par mai mici de 21 ani.

Nu încuraja consumul excesiv în compoziții.

De asemenea, nu este recomandat să abordezi asocieri directe între succesul unei situații și consumul de alcool.

Condițiile tehnice pe care trebuie să le îndeplinească toate lucrările înscrise în Competiție sunt:

O lucrare înscrisă în competiție trebuie să conțină toate cele 3 vizualuri pentru cele 3 billboard-uri succesive așezate în layoutul competiției

>> 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 **ADventura_INSCRIERE_YOUNG_FIBRA.jpg** din **KIT_ADventura_URSUS.zip**