

CONCURSO #LABELicious 2024 - SÍNTESIS

CONFIDENCIAL: HUMANDATE anuncia su nueva marca: **SEXTY SOMETHING®**

Con esta síntesis confidencial, invitamos a la generación más joven de diseñadores de etiquetas y envases a que diseñen etiquetas inteligentes, creativas y sostenibles para esta línea de productos sostenibles y atractivos destinados a consumidores de la tercera edad. El plazo de presentación de candidaturas finaliza el 7 de enero de 2025.

HUMANDATE, la casa de marcas sostenibles por diseño, lanzará una nueva línea de marca con el nombre de **Sexty Something®** el 1 de septiembre de 2025.

1. LA HISTORIA DE LA MARCA **SEXTY SOMETHING®**

SEXTY SOMETHING® es una nueva línea de marca —que se lanzará en breve— para consumidores nacidos antes de 1955, que visten con glamour, conducen con estilo y sueñan con los años venideros. Aunque tienen más de sesenta años, aman la vida, viven como leyendas y se sienten lejos de la línea de meta.

Cuando se trata de sostenibilidad, se sienten responsables de tomar mejores decisiones de compra. La ventaja personal para ellos: productos más sanos para sentirse bien por dentro y por fuera.

Hay una cosa que estos consumidores odian más que cualquier otra: los productos sostenibles que están diseñados para evocar una "*declaración de compra ecológica*" para el mundo exterior, y que — como lo expresó un miembro del grupo de investigación— parecen "*como si algo hubiera muerto antes incluso de ser creado*" (fin de la cita).

Por eso, como resultado de un estudio de marca y la revisión de un grupo de referencia, depositamos la marca **SEXTY SOMETHING®**. Se trata de un juego de nombres con la forma en que suelen responder los "mayores de 60 años" cuando se les pregunta por su edad ("60 y tantos, en su traducción al español"). El "y tantos" no hay que definirlo, ya que siguen sintiéndose "ni un día mayores de sesenta" ... ¡y sexys! De ahí... **SEXTY SOMETHING®**

No piense que estos consumidores son estereotipos, cursis o tacaños. De hecho, tienen un poder adquisitivo "en auge" y prefieren comprar productos de primera calidad por defecto. Demuestran una gran fidelidad a las marcas y actúan como embajadores activos de marcas que se han convertido en parte de su identidad.

2. LA LÍNEA DE PRODUCTOS **SEXTY SOMETHING®**

En nuestro primer ciclo de lanzamiento al mercado (tercer trimestre de 2025), nuestra gama de productos se compone de:

- **SEXTY SOMETHING® base**: un sirope ecológico para preparar bebidas energéticas caseras (5 sabores).
 - o (Botellas de vidrio transparente de 500 cl, con tapa de rosca de bambú; modelo por determinar)
- **SEXTY SOMETHING® care**: cremas corporales enriquecidas con minerales para nutrir la piel de las personas mayores.
 - o (Tarro de cristal transparente con tapa de bambú y etiqueta adhesiva de cierre de la marca; modelo por determinar)

- **SEXTY SOMETHING® plus**: 6 suplementos vitamínicos diferentes desarrollados para el metabolismo de las personas mayores.
 - o *(Bolsita multicapa con propiedades de barrera)*
- **Preservativos SEXTY SOMETHING®**: paquete de 6 unidades.
 - o Se trata de un producto accesorio, que se utilizará para nuestras campañas de marca de guerrilla. *"Los primeros productos de sexo seguro que los consumidores pedirán a gritos y mostrarán con orgullo en la caja de la tienda".*

3. INFORMACIÓN ADICIONAL SOBRE EL DISEÑO

Paralelamente al desarrollo de la gama de productos para nuestro primer ciclo de lanzamiento al mercado (tercer trimestre de 2025), nuestro reto prioritario es la marca y el etiquetado de esta nueva línea de envases de productos.

Desafiamos a la generación más joven de diseñadores de etiquetas y envases para que diseñen etiquetas inteligentes, creativas y sostenibles para esta línea de productos destinados a los consumidores de la tercera edad. Combine sus conocimientos sobre este grupo de consumidores con sus conocimientos y ambiciones de diseño creativo y técnico. El plazo de presentación de candidaturas finaliza el **7 de enero de 2025**.

Además de la historia de la marca **SEXTY SOMETHING®**, recopilamos los siguientes datos:

- El estudio nos ha enseñado que el público de la tercera edad está más orientado a lo visual que a la información, tanto en el proceso de compra como en el de uso.
- Sin embargo, debido a su edad física, tienen requisitos específicos en cuanto a la facilidad de lectura, el uso del contraste de colores, los tipos y el tamaño de las fuentes, etc.
- A pesar de las leyendas urbanas, son expertos en tecnología hasta cierto punto. Utilizan los smartphones a diario, usan las redes sociales y los buscadores, son usuarios activos de aplicaciones, etc. Todo ello con tres condiciones: tiene que ser intuitivo, funcional y valioso.

En nuestra opinión, las etiquetas de **SEXTY SOMETHING®** tienen varias funciones:

- Representar la identidad de la marca [visibilidad en el punto de venta, información del producto para el consumidor, interactividad con el usuario (por ejemplo, consejos de salud, etc.), usando las características específicas de la tecnología de impresión, pre y post impresión];
- Tener un papel funcional en el envase (autocierre en el envase, sello de seguridad, etc.);
- Tener un papel funcional en el proceso empresarial (identificación con fines logísticos, identificación con fines de seguridad, identificación con fines de autenticidad, fines de cumplimiento y lucha contra la falsificación, fines de seguridad alimentaria, etc.).

El color (indicación) de la gama de productos **SEXTY SOMETHING®** forma parte del reto del diseñador y actualmente no está definido como una restricción de la marca. Estamos deseando conocer su razonamiento, centrado en las percepciones del color de las generaciones mayores que están en consonancia con los valores de marca de **SEXTY SOMETHING®**.

En consonancia con nuestro enfoque en el "uso funcional de las tecnologías inteligentes" y en el "empoderamiento" de nuestros clientes, pretendemos dar un salto adelante en la integración de otras funciones inteligentes en las etiquetas con fines de marca y funcionalidad. Dedique algo de tiempo a buscar en Google tecnologías que puedan formar parte de su diseño: Tecnología de sensores impresos, Tecnología de conectividad, Tecnología biométrica, Tecnologías de procesamiento de datos, Tecnologías Blockchain, Tecnologías de impresión digital, Tecnologías de personalización, Tecnologías de RA/RV, etc.

Como marca ecológica moderna, valoramos enormemente los aspectos de sostenibilidad y creemos que un buen diseño debe suscitar un enfoque holístico de la sostenibilidad en los envases y ofrecer al mismo tiempo una experiencia de marca emocionante. Los aspectos específicos de la sostenibilidad que acogemos pueden encontrarse en procesos como la construcción técnica de una etiqueta, el uso de materias primas para la producción de la etiqueta, la producción física de la etiqueta, la aplicación de la etiqueta o el reciclaje de la misma.

4. PRODUCTOS

Seleccione (al menos) 2 de las 4 líneas de productos antes señaladas:

- **SEXTY SOMETHING® base** (base de agua potente)
- **SEXTY SOMETHING® care** (producto para la piel)
- **SEXTY SOMETHING® plus** (suplementos vitamínicos)
- **Preservativos SEXTY SOMETHING®:**

OPCIONAL: Si se le ocurren nuevas opciones de envasado que no están incluidas en los requisitos anteriores, utilizando etiquetas o fundas, puede añadirlas como material extra. No se trata de un requisito "obligatorio", sino de un requisito "posible".

Cree la identidad gráfica única de la marca para el diseño de la etiqueta de la(s) línea(s) de productos seleccionada(s) para la marca **SEXTY SOMETHING®**, que refleje la esencia de la marca y los requisitos específicos del público y la descripción genérica del envase de la(s) línea(s) de productos.

Elabore la descripción técnica de la etiqueta (construcción de la etiqueta, sustrato, forma, por ejemplo, troquelada, etc., anverso y reverso, tapón, etiqueta opcional en el cuello, etiqueta adhesiva de cierre de la marca, etc., cuando proceda).

Describa y explique explícitamente el papel funcional inteligente (por ejemplo, temperatura, identificador alérgico, interfaz de comunicación, función de seguridad, etc.).

Envíe la obra original (por ejemplo, el diseño creativo, el diseño técnico, etc.) como PDF o JPG en formato A3 de 300 dpi. Dado que el material gráfico presentado es un archivo digital, no se devolverá al participante.

Escriba una descripción en inglés de cómo se reflejan las instrucciones dadas en la solución presentada (incluyendo comentarios sobre el elemento innovador, el ángulo de sostenibilidad y el aspecto de viabilidad de la presentación) a través del formulario en línea (máximo 250 palabras).

Los detalles de la propuesta pueden encontrarse en www.labelicious.eu/submissions

5. CRITERIOS DE VALORACIÓN

Factor de innovación (35%)

- ¿Cuál es la puntuación de la propuesta cuando se trata de traspasar los límites de las soluciones conocidas/existentes?

Factor de impacto (25%)

- ¿Cómo puntúa la propuesta cuando imaginamos el impacto del diseño o la solución sugeridos, tanto para el valor de marca como para la sostenibilidad?

Factor de funcionalidad (20%)

- ¿Cómo puntúa la propuesta cuando se trata de cumplir todos los requisitos funcionales de las instrucciones?

Factor de viabilidad (20%)

- ¿Puede realizarse técnicamente la propuesta? El jurado anima a presentar diseños que pongan a prueba el límite de la ejecución técnica.

6. INFORMACIÓN PRÁCTICA SOBRE EL CONCURSO

El sitio web de la campaña: <http://www.labelicious.eu/>, contiene toda la información adicional.

Uno de los documentos del sitio web contiene las bases completas para participar en el concurso.

Para cualquier pregunta, póngase en contacto con la Secretaría de FINAT (info@finat.com o +31-70-3123910).