

II CONCORSO #LABELicious 2024 - ISTRUZIONI

RISERVATO: HUMANDATE annuncia il lancio di un nuovo brand: **SEXTY SOMETHING®**

Con queste istruzioni riservate, vogliamo invitare le generazioni più giovani di designer di etichette e packaging a ideare disegni per etichette intelligenti, creative e sostenibili per questa linea di prodotti sostenibili e accattivanti rivolti ai consumatori senior. La scadenza per la presentazione delle proposte è il 7 gennaio 2025.

HUMANDATE, l'house of brand dei marchi progettati in modo sostenibile, lancerà il 1° settembre 2025 una nuova linea di articoli chiamata **Sexty Something®**.

1. LA STORIA DEL BRAND DI **SEXTY SOMETHING®**

SEXTY SOMETHING® è una nuova linea di articoli in fase di lancio rivolti ai consumatori nati prima del 1955, che si vestono con eleganza, guidano con stile e hanno sogni per il futuro. Hanno più di sessant'anni e amano la vita, vivono come leggende e sentono di essere ancora in corsa.

Quando si tratta di sostenibilità, sentono la responsabilità di effettuare scelte di acquisto migliori. Il loro vantaggio personale: prodotti più salutari per il corpo e per l'aspetto esteriore.

C'è una cosa che questi consumatori odiano più di qualunque altra: i prodotti sostenibili sviluppati in modo da ricordare al mondo esterno che si è fatto un acquisto *green* e che, come è stato formulato da un membro di un gruppo di ricerca, sembrano *"che qualcosa sia morto ancora prima di essere creato"* (fine della citazione).

Per tale motivo, a seguito di uno studio sul nome del marchio e alla revisione da parte di un gruppo di valutazione, abbiamo depositato il marchio commerciale **SEXTY SOMETHING®**. Si tratta di un gioco di parole su come gli ultra sessantenni rispondono solitamente quando viene chiesta loro l'età ("60-something", sulla sessantina). Viene mantenuto un certo grado di indeterminazione perché si sentono ancora "non un giorno oltre i sessant'anni"... e sexy! Per questo abbiamo scelto ... **SEXTY SOMETHING®**

Non dobbiamo pensare che questi clienti siano banali, dozzinali o abbiano cattivo gusto. In realtà dispongono di un potere di acquisto in rapida ascesa e normalmente preferiscono acquistare prodotti di fascia alta. Dimostrano una forte fedeltà al marchio e fungono da ambasciatori dei brand che sono diventati parte della loro identità.

2. LA LINEA DI PRODOTTI **SEXTY SOMETHING®**

Nel nostro primo ciclo di immissione sul mercato, (T3, 2025) la nostra gamma di prodotti sarà costituita da:

- **SEXTY SOMETHING® base**: uno sciroppo organico per la preparazione di power drink fatti in casa (5 gusti).
 - o (Bottiglie in vetro trasparente da 500 cl, con coperchio del tappo a vite in bambù; modello da definire)
- **SEXTY SOMETHING® care**: creme per il corpo potenziate con minerali per nutrire la pelle più matura.
 - o (Contenitore in vetro trasparente con coperchio in bambù ed etichetta adesiva con marchio per sigillare; modello da definire)

- **SEXTY SOMETHING® plus:** 6 diversi integratori vitaminici sviluppati per il metabolismo degli anziani.
 - o (Sacchetti multistrato con proprietà di barriera)
- **SEXTY SOMETHING® condoms:** in confezioni da 6 unità.
 - o Si tratta di un prodotto accessorio che verrà utilizzato per le nostre campagne di guerrilla marketing.
"I primi prodotti per sesso sicuro che i consumatori chiederanno a voce alta e che esibiranno con orgoglio alla cassa".

3. ULTERIORI INFORMAZIONI SULLA PROGETTAZIONE

In parallelo allo sviluppo della gamma di prodotti per il nostro primo ciclo di immissione sul mercato (T3, 2025), la nostra sfida principale è costituita dal branding e dall'etichettatura di questa nuova linea di imballaggi di prodotti.

Sproniamo le generazioni più giovani di designer di etichette e packaging a ideare disegni per etichette intelligenti, creative e sostenibili per questa linea di prodotti di consumatori senior. Vi invitiamo a integrare le informazioni su questo gruppo di consumatori con le vostre competenze e ambizioni in ambito di design creativo e tecnico. La scadenza per la presentazione delle proposte è il **7 gennaio 2025**.

Oltre alla storia del brand **SEXTY SOMETHING®**, abbiamo raccolto le seguenti informazioni:

- Da alcune ricerche abbiamo appreso che questo pubblico con stile di vita senior è stimolato maggiormente dall'aspetto visivo che dalla ricerca di informazioni sia durante il processo di acquisto che durante quello di utilizzo.
- Tuttavia, a causa della loro età, presentano requisiti specifici quando si tratta della lettura, quindi si consiglia di usare colori contrastanti, facendo attenzione ai tipi e alle dimensioni dei caratteri, ecc.
- Nonostante le credenze diffuse, sono abbastanza esperti di tecnologia. Utilizzano gli smartphone ogni giorno, fanno ricorso ai social media e ai motori di ricerca, sono utenti attivi di app, ecc. Il tutto a tre condizioni: devono essere processi intuitivi, funzionali e utili.

Secondo noi, le etichette **SEXTY SOMETHING®** svolgono diversi ruoli:

- Rappresentano l'identità del marchio (visibilità sullo scaffale in negozio, informazioni sui prodotti per i consumatori, interazione con l'utente (ad es. consigli sulla salute, ecc.), utilizzando le specifiche funzionalità di stampa, pre- e post-stampa);
- Svolgono un ruolo di imballaggio funzionale (richiudere e riaprire una confezione, sigillo di sicurezza, ecc.);
- Rivestono un ruolo funzionale nel processo commerciale (identificazione per scopi logistici, identificazione per scopi di sicurezza, identificazione per scopi di autenticità, scopi di conformità e anti-contraffazione, scopi di sicurezza alimentare, ecc.).

Il colore (indicazione) della gamma di prodotti **SEXTY SOMETHING®** fa parte della sfida posta al disegnatore e attualmente non è definito come limitazione del marchio. Siamo impazienti di sentire le vostre motivazioni, con particolare attenzione alla percezione del colore da parte delle generazioni senior, e in linea con i valori del marchio **SEXTY SOMETHING®**.

In linea con la nostra attenzione all'uso funzionale delle tecnologie intelligenti e alla "responsabilizzazione" dei nostri clienti, desideriamo fare un balzo in avanti nell'integrazione di altre funzioni intelligenti nelle etichette per scopi di branding e funzionali. Vi invitiamo a dedicare del tempo a cercare su Google le tecnologie che potrebbero essere integrate nella vostra progettazione: Tecnologia di sensori stampati, tecnologia di connettività, tecnologia biometrica, tecnologie di elaborazione di dati, tecnologie blockchain, tecnologie di stampa digitale, tecnologie di personalizzazione, tecnologie AR/VR, ecc.

In qualità di marchio organico moderno, apprezziamo enormemente gli aspetti legati alla sostenibilità e riteniamo che un buon design debba rifarsi a una strategia olistica per la sostenibilità nel packaging, offrendo al contempo un'esperienza del marchio entusiasmante. Aspetti specifici della sostenibilità che apprezziamo possono ritrovarsi nei processi, come nella realizzazione tecnica di un'etichetta, nell'utilizzo della materia prima per la produzione di etichette, nella produzione fisica dell'etichetta, nell'applicazione dell'etichetta o nel riciclo dell'etichetta.

4. DOCUMENTAZIONE FINALE

Selezionare (almeno) 2 delle 4 linee di prodotti illustrate in precedenza:

- **SEXTY SOMETHING® base** (base per acqua energizzata)
- **SEXTY SOMETHING® care** (prodotti per la pelle)
- **SEXTY SOMETHING® plus** (integratori vitaminici)
- **SEXTY SOMETHING® condoms**

FACOLTATIVO: *In caso di ideare nuove opzioni di packaging non incluse tra i requisiti sopraelencati, utilizzando ad esempio etichette o maniche, è possibile aggiungerle come materiale bonus. Non si tratta di un requisito indispensabile ma facoltativo.*

Produrre l'identità grafica esclusiva del marchio per il disegno di etichette della linea (o delle linee) di prodotti selezionata per il marchio **SEXTY SOMETHING®**, rispecchiando l'essenza del marchio e i requisiti specifici del pubblico di destinazione, assieme alla descrizione generica dell'imballaggio delle linee di prodotti.

Produrre la descrizione tecnica dell'etichetta (struttura dell'etichetta, substrato, forma, ad es. fustellata, ecc., fronte e retro, tappo, collarino opzionale, etichetta adesiva con marchio per sigillatura, ecc. ove applicabile).

Descrivere e spiegare in modo esplicito il ruolo funzionale intelligente (ad es. temperatura, identificatore di allergeni, interfaccia di comunicazione, funzione di sicurezza, ecc.).

Inviare la grafica originale (ad es. progettazione creativa, progettazione tecnica, ecc.) come immagine A3 a 300 dpi in formato PDF o JPG. Poiché la grafica inviata sarà un file digitale, non verrà restituito al partecipante.

Scrivere una descrizione in inglese di come le istruzioni sono state tradotte nella soluzione inviata (inclusi commenti relativi all'elemento di innovazione, all'aspetto della sostenibilità e della fattibilità della proposta) attraverso il modulo online (max. 250 parole).

Le informazioni relative all'invio sono disponibili all'indirizzo www.labelicious.eu/submissions

5. CRITERI DI VALUTAZIONE

Fattore di innovazione (35%)

- Qual è il punteggio di una proposta quando si tratta di andare oltre il confine di quanto è noto/delle soluzioni esistenti?

Fattore di impatto (25%)

- Qual è il punteggio di una proposta quando immaginiamo l'impatto del disegno o della soluzione proposti, sia sul piano del valore del marchio che della sostenibilità?

Fattore funzionale (20%)

- Qual è il punteggio di una proposta relativamente alla conformità a tutti i requisiti funzionali delle istruzioni?

Fattore di fattibilità (20%)

- La proposta può essere realizzata da un punto di vista tecnico, sebbene la giuria incoraggi una progettazione che raggiunga i limiti dell'esecuzione tecnica?

6. INFORMAZIONI PRATICHE SUL CONCORSO

Il sito web della campagna: <http://www.labelicious.eu/>, contiene tutte le informazioni aggiuntive necessarie.

Uno dei documenti nel sito web contiene i termini e le condizioni completi per partecipare al concorso.

Per eventuali domande, si prega di contattare la segreteria FINAT (info@finat.com oppure chiamando al numero +31-70-3123910).