

Introduzione

GEN/LAB è un laboratorio di idee dove la creatività incontra il rigore progettuale, e il talento prende forma concreta. Kollant lancia una sfida reale, ambiziosa e ad alto impatto: sviluppare una campagna ADV destinata ai principali portali di informazione italiani.

L'obiettivo? Non semplicemente raccontare un prodotto, **ma mettere in scena un bisogno autentico**. Partite da un insight vero, costruite un concept forte, realizzate un visual efficace e una headline che lasci il segno.

GEN/LAB ricerca l'approccio creativo orientato al target, il pensiero strategico, la capacità di fare centro con un concept originale. Nessuna grafica predefinita, nessuna gabbia: massima libertà espressiva, purché il risultato sia chiaro, memorabile, immediato o elaborato.

GEN/LAB vuole incentivare la capacità progettuale e creativa degli studenti e stimolare l'elaborazione di idee pubblicitarie e strategiche in ambito commerciale e industriale.

Cosa cerchiamo

- Un'idea che funzioni, non solo una bella immagine.
- Un messaggio che colpisce, diverte, emoziona o sorprende.
- Un lavoro pensato per essere pubblicato davvero.

Perché partecipare:

Per misurarsi con un brief concreto e professionale.

Per vedere la propria creatività pubblicata e distribuita su scala nazionale.

Per entrare nel mindset delle agenzie e dei brand.

Assegnazioni in denaro ai 3 migliori elaborati.

Chi può partecipare

Il progetto è aperto a tutti gli studenti, indipendentemente dal percorso di studi: Comunicazione, Marketing, Design, Digital, ma anche Psicologia, Pedagogia, Scienze della Formazione o Filosofia.

Perché la creatività non ha confini disciplinari, ciò che conta è la capacità di osservare, interpretare e trasformare un'idea in un messaggio forte e rilevante.

Possono partecipare anche giovani creativi di età inferiore ai 26 anni, con esperienza in ambito di realizzazione creativa di advertising e copying.

È possibile partecipare singolarmente o in gruppi di massimo 3 persone. Collaborare significa arricchire l'idea con competenze diverse e affrontare la sfida in modo più completo, proprio come avviene nei team creativi reali.

Brief di progetto

obiettivo:

Gli studenti dovranno ideare una campagna pubblicitaria nazionale per ANNAFFIO RISERVA DI ACQUA, una innovazione nel campo del giardinaggio e dell'orticoltura, legata al tema della gestione idrica. La campagna sarà destinata alle principali testate giornalistiche generaliste italiane.

L'obiettivo della campagna pubblicitaria è aumentare la brand awareness presso il pubblico, stimolando un incremento della visibilità nel periodo estivo.

- Un'idea forte, basata su un vero insight
- Un concetto pubblicitario chiaro, memorabile e vendibile
- Un layout pensato per una pubblicazione su rivista cartacea e su web
- Una headline potente, coerente con il visual

- Una lettura rapida, ma capace di lasciare il segno
- Non viene premiata solo la grafica: ci si aspetta INTERPRETAZIONE DELL'ELABORATO, logica e impatto.

Deliverables richiesti

- Concept creativo: spiegazione dell'idea alla base della campagna e della strategia di comunicazione.
- Visual e copy finale dell'adv per la stampa e web, applicata in formati diversi.
- Storyboard o script per un'eventuale declinazione video/social (opzionale, ma gradito).
- Documento narrativo in formato pdf, di circa 10/15 facciate.

Nessun vincolo grafico, nessuna linea preimpostata. Solo un obiettivo chiaro: creare qualcosa di unico. Lo studente avrà piena libertà creativa, purché sia smart, strategica e rilevante.

Policy e libertà creativa

YES

- Libertà assoluta nella scelta delle immagini
- Tono ironico, emotivo, serio o provocatorio: a vostra scelta
- Uscire dal pack: è concesso e anzi consigliato

NO

- No simboli di morte, sangue o violenza
- No armi di qualsiasi tipo
- No uso del simbolo del "mirino" né elementi medico-farmacologici
- No stereotipi discriminatori

Cercate il vostro linguaggio creativo, purché sia intelligente, contestualizzato e strategico.

Il prodotto ANNAFFIO RISERVA D'ACQUA

Il contesto in cui si inserisce ANNAFFIO RISERVA DI ACQUA riguarda la crescente attenzione verso soluzioni sostenibili e innovative nel settore del giardinaggio e dell'agricoltura, in particolare per quanto riguarda la gestione dell'acqua e la cura delle piante. L'uso ottimale delle risorse idriche è diventato una priorità globale, data la crescente scarsità d'acqua e la necessità di ridurre il consumo di risorse naturali. Il prodotto risponde a queste esigenze, offrendo una soluzione che ottimizza l'idratazione delle piante riducendo la frequenza di irrigazione e migliorando la fertilità del terreno.

Si inserisce in un mercato che spinge sempre di più verso pratiche ecologiche e responsabili, dove i consumatori sono sempre più consapevoli dell'importanza di adottare metodi naturali e a basso impatto ambientale per la cura delle piante. ANNAFFIO RISERVA DI ACQUA, quindi, non è solo un prodotto funzionale, ma rappresenta anche un passo verso una gestione più consapevole delle risorse, rispondendo al bisogno di chi desidera prendersi cura delle proprie piante in modo efficiente, ma anche responsabile e sostenibile.

ANNAFFIO RISERVA DI ACQUA è un innovativo polimero a base di poliacrilato di potassio progettato per migliorare l'idratazione delle piante. Con una struttura assorbente a rete tridimensionale, può trattenere fino a 400 volte il suo peso in acqua. Quando il terreno si prosciuga, rilascia più dell'80% dell'umidità immagazzinata, garantendo un'idratazione costante per le piante anche in assenza di annaffiature frequenti. Questo prodotto non solo riduce la necessità di irrigare frequentemente, ma anche migliorando la capacità di conservazione dell'acqua e dei fertilizzanti nel suolo. È sicuro, biodegradabile, e può essere utilizzato tutto l'anno per migliorare la crescita, la resistenza e le condizioni generali delle piante, sia in vaso che in terra.

Per saperne di più: verdevivo.bio/products/annaffio-riserva-di-acqua

Dove sarà pubblicata la campagna

Il lavoro selezionato sarà pubblicato su:

- **Donna Moderna**, È il settimanale di approfondimento femminile più acquistato a livello nazionale. È di taglio generalista e affronta tematiche ampie legate alla vita quotidiana: attualità, lavoro, benessere, bellezza, moda, relazioni e sviluppo personale. Il suo tono è inclusivo, pratico e attento ai cambiamenti sociali.
- **Silhouette**, Mensile di approfondimento sull'armonia corpo-mente, ha un taglio più specialistico e verticale, focalizzato su benessere fisico, salute, fitness, alimentazione e bellezza. Il suo stile è più tecnico e orientato a lettrici e lettori interessati a uno stile di vita sano e attivo.
- **Casa in Fiore**, È una rivista mensile italiana dedicata al giardinaggio ornamentale e alla cura degli spazi verdi domestici, con un taglio pratico e accessibile. Offre consigli su piante da interno ed esterno, tecniche di coltivazione, decorazione floreale e arredo verde, con attenzione all'estetica e alla stagionalità. Si rivolge a un pubblico appassionato di natura e bellezza, con uno stile editoriale chiaro e ispirazionale
Data di uscita prevista: estate 2025
- **Campagna programmatic sulle seguenti piattaforme:** ilmeteo.it, repubblica.it, corriere.it, gazzetta.it, corrieredellosport.it, auto.it, vanityfair.it, menshealth.it, gqitalia.it, smartworld.it

Target

- Persona 30–65 anni, che vive in contesti semiurbani o suburbani, spesso con accesso a spazi verdi o terrazzi
- Interessata a benessere, bellezza naturale, salute, giardinaggio, fai-da-te e alimentazione sana
- Cerca equilibrio e ispirazione nella quotidianità, lontano dall'iperconnessione digitale, preferendo la lettura cartacea per un'esperienza più lenta e rilassante
- Ama contenuti pratici, testati e affidabili, con un linguaggio semplice ed empatico
- Legata a brand noti, ma aperta a novità autentiche e sensate
- Apprezza la cura di sé senza eccessi, la prevenzione e le soluzioni naturali
- Trova piacere in attività gratificanti e tangibili come curare piante, cucinare e migliorare la casa per sentirsi bene nel corpo, nella mente e nello spazio che abita

Timing

- Presentazione delle proposte: **23 giugno 2025**
- Annuncio dei vincitori: **20 giugno 2025**
- Evento di premiazione: **4 luglio 2025**

Caricamento elaborato, entro la data indicata, al link: gen-lab.it

Assegnazioni ai migliori elaborati

- Primo classificato: **3.000 euro**
- Secondo classificato: **2.000 euro**
- Terzo classificato: **1.000 euro**

Giuria

La valutazione degli elaborati sarà affidata a una giuria composta dal team marketing di Kollant (kollant.com)