

REGOLAMENTO DI PARTECIPAZIONE AL PROGETTO

"GEN/LAB - CREATIVE ACCELERATION PROGRAM"

Il presente regolamento definisce modalità, tempistiche di adesione, criteri di selezione ed assegnazione previsti per il progetto **"GEN/LAB - CREATIVE ACCELERATION PROGRAM"**.

Art. 1. Descrizione del Progetto

- 1.1. Il progetto *"GEN/LAB - Creative Acceleration Program"* è promosso da Kollant S.r.l. (C.F. e P.IVA IT03346320967), con sede in Vigonovo (VE) con l'obiettivo di valorizzare la creatività di studenti universitari e giovani creativi.
- 1.2. Il progetto è aperto a tutti gli studenti universitari, indipendentemente dal percorso di studi, purché iscritti ad una facoltà al momento della partecipazione e a giovani creativi che provengono da un percorso di studi legato allo sviluppo di realizzazione advertising e copy

Art. 2. Finalità del progetto

- 2.1. Il progetto riguarda lo studio e lo sviluppo di un elaborato per una campagna di advertising destinata a selezionati media e portali di informazione italiani, tra cui testate giornalistiche generaliste come meglio indicati nell'Articolo che segue.
- 2.2. Il progetto è volto in particolare a:
 - incentivare la capacità progettuale e creativa degli studenti e dei giovani creativi;
 - stimolare l'elaborazione di idee pubblicitarie e strategiche in ambito commerciale e industriale;
 - favorire lo sviluppo di un concept e di un linguaggio comunicativo innovativo di un prodotto predefinito, che rappresenta un mero punto di partenza per la creazione artistica.
- 2.3. La partecipazione è esclusivamente finalizzata allo sviluppo di elaborati a contenuto progettuale/creativo, che verranno valutati in base al merito e all'originalità, e non costituisce attività promozionale o pubblicitaria nei confronti dei partecipanti, né è richiesto agli stessi l'acquisto di prodotti del promotore.

Art. 3. Oggetto del progetto e elaborato da consegnare

- 3.1. I partecipanti dovranno ideare e sviluppare un progetto creativo, in ambito commerciale ed industriale, per una campagna pubblicitaria per il seguente prodotto, tenuto conto del *target* definito:

3.1.1. Prodotto

Prodotto: **ANNAFFIO RISERVA D'ACQUA**

Tipologia: Cristalli di potassio ad altissimo potere assorbente

Contesto del prodotto: 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.

Linee guida:

- non è richiesto obbligatoriamente un riferimento al packaging esistente;
- il brand ha un'identità concreta, solida, affidabile;
- il prodotto agisce con efficacia, in tempi brevi, con effetto duraturo
- per saperne di più: [Approfondimento Annaffio Riserva d'Acqua](#)

3.1.2. Target di riferimento degli elaborati

Il progetto dovrà essere sviluppato tenendo presente il seguente target di riferimento:

- 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

3.1.3. Destinazione per la pubblicazione degli elaborati

Gli elaborati realizzati ai fini del progetto verranno pubblicati su:

Riviste cartacee

Rivista:

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.

Distribuzione: Nazionale - Target ampio, ad alta visibilità

Data di uscita: Estate 2025

Portali online

Portali online ilmeteo.it, repubblica.it, corriere.it, gazzetta.it,
(a titolo corrieredellosport.it, auto.it, vanityfair.it, menshealth.it, gqitalia.it,
esemplificativo): smartworld.it

3.1.4. Tipo di output

Output: Visual e copy per stampa e web (Vedi documento brief)

3.1.5. Contenuto dell'elaborato da presentare

Gli elaborati che verranno predisposti ed inviati ai fini del progetto dovranno includere:

- **concept creativo:** spiegazione dell'idea alla base del progetto elaborato e della campagna advertising;
- **visual e copy** per stampa/web;
- **storyboard o script** per eventuale declinazione social/video (facoltativo);
- **presentazione** in formato PDF (circa 10-15 pagine).

3.2. I partecipanti potranno realizzare l'elaborato con ogni strumento e/o software di loro preferenza, senza vincoli grafici e/o linee preimpostate, valorizzando le loro capacità progettuali e la propria creatività.

3.3. Gli elaborati dovranno mostrare in particolare la capacità progettuale e creativa dei partecipanti nella fase di elaborazione di idee pubblicitarie e strategiche in ambito commerciale e industriale.

Art. 4. Requisiti soggettivi di partecipazione

4.1. Il progetto è riservato a:

- Studenti regolarmente iscritti a corsi di laurea triennale, magistrale o *post-lauream* presso università o istituti accademici italiani;
- Giovani creativi sotto i 26 anni che provengano da esperienze in ambito creativo legato alla realizzazione di advertising e copying.

- Sono ammesse partecipazioni individuali o in gruppo (massimo 3 componenti per gruppo).

Art. 5. Modalità di partecipazione

- 5.1. La partecipazione non prevede costi o oneri e dovrà essere formalizzata mediante l'invio degli elaborati tramite caricamento sulla piattaforma ufficiale del progetto, disponibile alla pagina <https://gen-lab.it>, entro il termine indicato.
- 5.2. La partecipazione al progetto, così come l'invio degli elaborati, costituisce accettazione del presente regolamento, in ogni sua parte.
- 5.3. Ai partecipanti non è richiesto l'acquisto di alcun bene e/o servizio fornito dal promotore.
- 5.4. I partecipanti non costituiscono il *target* commerciale del prodotto ANNAFFIO RISERVA D'ACQUA.

Art. 6. Criteri di valutazione e commissione esaminatrice

- 6.1. Gli elaborati saranno valutati da una giuria composta da docenti accademici, professionisti del settore pubblicitario, rappresentanti dell'azienda Kollant.
- 6.2. I criteri di valutazione saranno:
 - Creatività e originalità del concept (30%);
 - Impatto visivo e memorabilità (25%);
 - Coerenza con il tono di comunicazione richiesto (20%);
 - Rispetto delle linee guida previste dai promotori (20%);
 - Adattabilità ai formati editoriali previsti (5%).
- 6.3. La decisione della giuria è insindacabile.

Art. 7. Assegnazioni

- 7.1. I tre migliori elaborati riceveranno le seguenti assegnazioni:
 - 1° classificato: € 3.000
 - 2° classificato: € 2.000
 - 3° classificato: € 1.000
- 7.2. Gli importi saranno corrisposti entro 30 giorni dalla data della cerimonia di premiazione (v. Art. 8), previa emissione di fattura o mediante prestazione occasione, salvo quanto indicato al punto che segue.
- 7.3. È responsabilità dei partecipanti comunicare tempestivamente i loro dati fiscali, nel rispetto delle normative fiscali vigenti (es. ritenuta d'acconto se dovuta). La mancata comunicazione dei dati fiscali, così come il mancato invio della fattura e/o dei dati necessari per il pagamento, impedirà l'assegnazione di cui al presente

articolo. Il promotore non sarà in alcun caso responsabile per la mancata assegnazione/erogazione di cui al presente articolo per fatto e colpa addebitabile ai partecipanti.

- 7.4. Resta inteso che qualora a partecipare sia un gruppo, l'assegnazione verrà ripartita equamente tra i partecipanti.

Art. 8. Tempistiche e comunicazioni

- 8.1. Le tempistiche del progetto sono le seguenti:
- Scadenza invio elaborati: 23 giugno 2025
 - Annuncio vincitori: 4 luglio 2025
 - Cerimonia di premiazione: 4 luglio 2025
- 8.2. I vincitori saranno contattati agli indirizzi di contatto indicati al momento della partecipazione e i risultati saranno pubblicati sul sito www.gen-lab.it.
- 8.3. Si chiede ai partecipanti di prestare particolare attenzione in fase di inserimento dei dati richiesti per la partecipazione, onde evitare problematiche in fase di comunicazione.

Art. 9. Proprietà intellettuale

- 9.1. Con il caricamento degli elaborati sulla piattaforma e/o la partecipazione al progetto, i partecipanti cedono al promotore, a titolo gratuito, in via esclusiva, definitiva e irrevocabile, ogni diritto di proprietà intellettuale e industriale sugli stessi, ivi inclusi – a titolo esemplificativo e non esaustivo – i diritti su marchi, claim, slogan, testi, copy, immagini, design e qualsiasi altro elemento creativo o distintivo suscettibile di tutela contenuto negli elaborati.
- 9.2. La cessione comprende, senza limitazioni, i diritti di pubblicazione, utilizzo, modifica, riassunto, adattamento, riproduzione, diffusione, elaborazione, traduzione, trasposizione in immagini, video e/o audio, messa a disposizione del pubblico, anche tramite internet e social media, sincronizzazione con contenuti audiovisivi, nonché ogni forma di comunicazione, promozione e sfruttamento, in qualsiasi modalità e su qualsiasi mezzo, analogico o digitale, anche per il tramite di soggetti terzi, senza limiti di tempo né di territorio.
- 9.3. Nessun ulteriore corrispettivo sarà dovuto a fronte della cessione dei diritti di cui al punto precedente, oltre a quanto eventualmente oggetto di assegnazione, intendendosi i partecipanti già interamente soddisfatti, rinunciando così ad ogni diritto sugli elaborati caricati, ivi compresi i diritti patrimoniali.

- 9.4. I partecipanti dichiarano in ogni caso che gli elaborati sono frutto della loro creatività, e non ledono diritti di terzi, ivi compresi diritti di immagine. Consapevoli che gli elaborati potranno essere oggetto di pubblicazione digitale e/o analogica, gli stessi rimangono gli unici responsabili di eventuali violazioni e/o turbative di diritti di terzi.
- 9.5. Non potranno essere utilizzati per la realizzazione degli elaborati contenuti soggetti a diritti di terzi (es.: licenze di utilizzo, diritti di immagine, diritti d'autore, marchi, design, etc.). I partecipanti dovranno, in ogni caso, segnalare prontamente al promotore eventuali diritti di terzi sui contenuti o su parti di questi.
- 9.6. Resta ferma in capo agli autori la paternità dell'opera, che sarà sempre riconosciuta e citata ove possibile.
- 9.7. Successivamente alla partecipazione, i promotori, nemmeno per interposta persona, non potranno in alcun modo utilizzare gli elaborati oggetto di invio mediante la piattaforma per altri e diversi scopi rispetto alla partecipazione al presente progetto.

Art. 10. Clausole di esclusione

- 10.1. Saranno esclusi dalla partecipazione al progetto:
- elaborati contenenti contenuti discriminatori, violenti o contrari alla legge;
 - elaborati che violino diritti d'autore e/o di proprietà industriale di terzi;
 - elaborati non conformi al brief o presentati oltre i termini previsti.

Art. 11. Dichiarazioni dei partecipanti

- 11.1. Con la partecipazione al progetto, ciascun partecipante dichiara di aver letto, compreso e integralmente accettato il presente regolamento, senza riserva alcuna.
- 11.2. I partecipanti sollevano espressamente il promotore da ogni responsabilità per eventuali danni diretti o indiretti che possano derivare dalla loro partecipazione al progetto e/o dall'utilizzo degli elaborati da parte del promotore e/o da parte di terzi.

Art. 12. Liberatoria per l'utilizzo dell'immagine

- 12.1. Con la partecipazione, i candidati autorizzano l'utilizzo della propria immagine, qualora inclusa negli elaborati e/o altrimenti fornita e/o raccolta in sede di premiazione, per finalità promozionali e comunicative del progetto e degli elaborati, tanto sui siti relativi al progetto quanto su altri media.

Art. 13. Esenzioni di responsabilità

- 13.1. Il presente regolamento non costituisce offerta di lavoro, e non si applicano pertanto le normative previste.

- 13.2. Il promotore non ha alcun obbligo di utilizzo degli elaborati. Ogni eventuale utilizzo rimane dunque discrezionalità di questi.
- 13.3. Il promotore non sarà in alcun modo responsabile per errori e/o omissioni da parte dei partecipanti, ivi compresi errori nella comunicazione di dati fiscali e/o necessari (indirizzi di contatto, e-mail, telefono, codice fiscale, etc) per le assegnazioni di cui sopra.

Art. 14. Clausola di forza maggiore

- 14.1. Il promotore si riserva la facoltà di modificare, sospendere o annullare il progetto per cause di forza maggiore o per sopravvenute esigenze organizzative, senza che ciò possa comportare alcun diritto o pretesa da parte dei partecipanti.

Art. 15. Trattamento dei dati personali

- 15.1. I dati personali dei partecipanti saranno trattati ai sensi del Regolamento UE 2016/679 (GDPR), esclusivamente per finalità connesse alla gestione del concorso.