

BRIEF OMNICOM

Vi lanciamo un contest originale, che avrà sviluppi professionali interessanti per chi ne risulterà vincitore. Leggete attentamente e vedrete. Rullo di tamburi...

E' alla sua seconda edizione. E' l'evento fieristico che mette in contatto le aziende che **offrono** idee, prodotti e servizi per il marketing e la comunicazione con le aziende che **cercano** quegli stessi servizi. Il suo nome è **OMNICOM**, ed è un'expo praticamente unica nel suo genere in Italia. L'obiettivo della manifestazione è infatti presentare l'intera offerta di servizi e prodotti provenienti dal mondo della comunicazione e del marketing alle aziende e ai loro responsabili. Dopo il lancio e il successo della prima edizione alla Fiera di Roma, nel 2010 Ominicom si terrà nella città-simbolo del communication system italiano, Milano, presso la **Fieramilanocity dal 12 al 14 maggio**.

Gli operatori nel campo dei servizi, degli strumenti, del web, dei media e degli eventi per il marketing e la comunicazione (agenzie pubblicitarie, studi creativi, case di produzione, società di consulenza, liberi professionisti, produttori di cartellonistica, ecc.) sono gli espositori presenti a Ominicom. A loro, la possibilità di illustrare le proprie attività ai **visitatori** di Ominicom: ovvero responsabili aziendali di pubblicità, manager a vari livelli nelle aree del marketing e della comunicazione, imprenditori e in generale tutti i professionisti in qualche modo interessati al mondo della comunicazione.

Bene, se questo è l'evento in sintesi, qual è il vostro compito? E perchè questo contest avrebbe dei **risvolti professionali interessanti**?

Partiamo da quest'ultimo punto. **Il vincitore nella categoria video** avrà accesso ad Omnicom come **ESPOSITORE a titolo gratuito** per presentare sé stesso e la propria attività su un'area di 16mq completamente allestita*. **Il vincitore nella categoria grafiche/idee** invece avrà la possibilità di vedere acquistato e utilizzato il suo lavoro da Omnicom per la comunicazione ufficiale al pubblico dell'edizione 2011.

Passiamo al compito, dunque. Non uno, ma due compiti diversi a seconda che vi cimentiate nel video o nella grafica.

Per quanto riguarda la categoria video, vi chiediamo di focalizzarvi su questo tema: **l'ascolto**. E per essere ancora più precisi, l'ascolto come parola chiave per la propria immagine e **reputazione**. La comunicazione non è solo parlare, parlare, parlare: la comunicazione è anche ascoltare. Senza ascolto ogni parola è vana. Senza la conoscenza dei bisogni e delle richieste dei propri interlocutori, le aziende non possono fare alcuna comunicazione efficace. Soprattutto oggi, con la rivoluzione di internet, l'ascolto delle opinioni dei propri consumatori è fondamentale. I consumatori parlano delle aziende, giudicano i loro prodotti, scambiano pareri e giudizi. **L'ascolto è alla base di ogni buon dialogo**. E, come dice il Cluetrain Manifesto (<http://www.cluetrain.com/>) *"i mercati sono conversazioni"*. Omnicom vuole rendersi portatrice di questo messaggio sia verso i visitatori della fiera sia verso gli espositori, firmandolo con il suo marchio. E a sua volta essere in loro ascolto. Il tema può essere trattato in modo anche ludico, divertente, contagioso, umoristico. Scegliete voi il tone of voice che ritenete più efficace: l'importante è che catturi l'attenzione e sia coinvolgente.

Per quanto riguarda la categoria grafiche vi chiediamo invece di

pensare alla definizione di un concept di graphic identity da utilizzare nella comunicazione per l'edizione 2011. Pensate ad un'idea grafica che differenzi Omnicom da altri eventi business solo apparentemente simili, cercate un linguaggio originale e chiaro, immaginate un modo per coordinare i classici materiali di comunicazione (brochure, flyer, cartella stampa, ecc.). Ricordate che i vostri target di riferimento sono due: 1) **gli espositori** ai quali andranno inviati i materiali per convincerli ad esporre alla fiera, 2) **i visitatori** sui quali occorrerà pianificare una campagna per incentivare la visita alla manifestazione (*vedi parte iniziale del brief*). Due pubblici con prospettive diverse dunque, da unire però in un solo linguaggio. Siete liberi di utilizzare il logo attuale, di farne un restyling o anche di inventarne uno nuovo. Scegliete la strada secondo voi più coerente: vincente e convincente. Potete argomentare le vostre soluzioni, spiegandone i motivi in estrema sintesi. Per presentare le vostre proposte **potete usare sia la categoria "grafiche", sia la categoria "idee"** (scegliete voi se utilizzarle entrambe, oppure no), potendo allegare in quest'ultima anche dei file **PDF**.

Importante: *precisiamo che, dato l'obiettivo e il compito assegnato, i lavori nella categoria grafiche/concept senza i requisiti ritenuti minimi per rappresentare un vero progetto-concept di graphic identity, potranno essere esclusi dal concorso ad insindacabile giudizio del cliente o dello staff di Zooppa.*

Per maggiori approfondimenti sulla manifestazione vi invitiamo a visitare il sito www.omnicomexpo.com, dove troverete notizie e aggiornamenti utili.

Ora tocca a voi. Buona comunicazione!

** Comprensiva di diritti di segreteria, copertura assicurativa base, inserimento a catalogo, pass parcheggio, tessere espositore, 50 inviti alla clientela, allacciamento elettrico, collaudo e consumi elettrici per una potenza fino a 3 kw, estintore a*

norma di legge, pulizia giornaliera del posteggio, imposta comunale di pubblicità, SIAE e SCF + allestimento comprendente moquette a terra, pareti divisorie, impianto luci, frontalino con grafica dell'azienda, tavolo, sedie, appendiabiti, cestino, ripostiglio, desk e sgabello.

CATEGORIA VIDEO

1st Omnicom Prize:

Soggiorno in Trentino + Spazio espositivo in fiera

2nd Omnicom Prize:

Buono-Soggiorno Iperclub + Corner espositivo in fiera

Zooppa Jury Award:

Buono-Soggiorno Iperclub + Corner espositivo in fiera

Community prizes:

1st video: Buono-Soggiorno Iperclub

2nd video: Buono-Soggiorno Iperclub

3rd video: Buono-Soggiorno Iperclub

4th video: Buono-Soggiorno Iperclub

5th video: Buono-Soggiorno Iperclub

6th video: Buono-Soggiorno Iperclub

7th video: Buono-Soggiorno Iperclub

8th video: Buono-Soggiorno Iperclub

9th video: Buono-Soggiorno Iperclub

10th video: Buono-Soggiorno Iperclub

CATEGORIA PRINT ADS

1st Omnicom Prize:

Soggiorno in Trentino

2nd Omnicom Prize:

Buono-Soggiorno Iperclub

3rd Omnicom Prize:

Buono-Soggiorno Iperclub

1st Zooppa Jury Award:

Buono-Soggiorno Iperclub

2nd Zooppa Jury Award:

Buono-Soggiorno Iperclub

Community prizes:

1st print ad: Buono-Soggiorno Iperclub

2nd print ad: Buono-Soggiorno Iperclub

3rd print ad: Buono-Soggiorno Iperclub

Lo stesso utente non può vincere più di un premio community

AVVISO: LA DATA DI CHIUSURA DEL CONTEST E' STATA POSTICIPATA AL 15 DICEMBRE 2009.