

## BRIEF UPIM

Sull'onda del successo del contest COIN, che ha entusiasmato il cliente, vi proponiamo una nuova e allettante sfida a cui non potrete resistere. Siete pronti a realizzare il nuovo LOGO ufficiale di **UPIM**?

### IL CLIENTE

UPIM è il marchio storico di grandi magazzini in Italia, nato nel 1928. Negli anni '70 l'insegna diventa una delle più conosciute dagli italiani con lo slogan *Prima passa alla Upim*. Nel corso della sua storia passa attraverso varie acquisizioni e nel gennaio 2010 UPIM viene acquisita da **Gruppo Coin** con l'obiettivo di rinnovare e rivitalizzare l'insegna, forte del successo ottenuto con il rilancio dei due brand OVS e COIN. Inizia così la fase di rinnovamento e rivitalizzazione del brand che ora coinvolge direttamente Zooppa!

### COSA VI CHIEDIAMO?

L'obiettivo di UPIM è quello di riqualificarsi come lo shopping mall cittadino ricco di proposte e di stimoli che spaziano tra i settori più diversi. Gli store UPIM saranno caratterizzati dall'attenzione ai temi più interessanti del momento, per offrire un ampio mix di nuove proposte sempre ad un prezzo competitivo.

Per fare questo, UPIM ha deciso di ripartire dalla propria immagine e dare **un forte segnale di cambiamento rispetto al passato**, in coerenza con la nuova vision. I vostri lavori saranno la base di questo cambiamento ed è per questo che il contest durerà poco più di due settimane.

Il primo passaggio sarà proprio quello di ripensare il logo.

### Il logo

E qui veniamo a voi: per **concepire il nuovo logo ufficiale** del brand, UPIM ha scelto la community di creativi di Zooppa. Il risultato di questo contest sarà utilizzato da UPIM in qualsiasi contesto dovrà essere presente il suo logo, dai punti vendita al Web, dalla comunicazione offline ai prodotti private label.

Quali vincoli avete per realizzare questo restyling grafico? Nessuno! UPIM vi lascia la più completa libertà in tema di font, colori, dimensioni. Inventate da zero, senza farvi influenzare dallo stile precedente. UPIM vuole cambiare, rinnovarsi e per fare questo ha bisogno di tutta la vostra creatività e del vostro impegno per centrare l'obiettivo. Il mood giusto da dare al vostro lavoro di grafica è moderno, colorato, fresco, innovativo, divertente, easy, universale, facile.

Inventate anche un **pay-off**: non è obbligatorio ma UPIM vi chiede di lavorare anche ad una proposta di frase da abbinare al logo. Fate attenzione perché il pay-off è un elemento fondamentale per l'immagine del brand, uno degli elementi che, assieme al logo, più lo caratterizza. Per questo elemento UPIM vi dà un'indicazione: il concetto che vorrebbe approfondire è quello di UPIM come motore di ricerca, in grado di presentare e offrire al cliente una selezione sempre aggiornata delle proposte più "cliccate". Varietà, innovazione, ricerca, modernità sono quindi i concetti a cui ispirarvi.

## **Le collezioni**

Non solo il logo è oggetto della campagna per UPIM. Il cliente vuole anche rinnovare **il nome dei propri brand abbigliamento** (ossia le collezioni uomo, donna e bambino) che sono proposti nei punti vendita. Non un banale *Upim donna* quindi, ma qualcosa di più fresco e innovativo che richiami comunque il mondo e il nome Upim (es. *UP man, UP woman*, ecc.). Proponete le vostre idee attraverso la categoria dei concept, caricandone uno diverso per ogni collezione.

## I PREMI

Speciale come il contest è anche il premio in palio. Questa volta ci sarà infatti un solo vincitore, scelto dal cliente stesso. L'autore del logo che UPIM deciderà essere il migliore sarà quindi ricompensato con **una cifra di ben 12,000\$,** comprensivi della fee per la cessione della licenza esclusiva e permanente di utilizzo del singolo materiale prodotto sul canale off-line.

Per quanto riguarda la categoria concept, il montepremi in palio è di 2,100\$ che saranno suddivisi in **tre premi di 700\$** assegnati alle proposte che UPIM riterrà più meritevoli.

A valutare le creatività (grafiche e concept) UPIM ha chiamato una giuria d'eccezione, composta da autorevolissimi membri: **Stefano Beraldo**, Amministratore Delegato del Gruppo COIN, manager innovatore nel panorama del retail, **Elio Fiorucci** personalità eclettica e originale, pioniere della moda e della comunicazione, stilista, talent scout e imprenditore e **Francesco Morace**, sociologo, scrittore, giornalista, docente universitario e presidente di Future concept lab da anni attivo nel campo dell'innovazione e della ricerca di nuovi trend.

Allora, cosa aspettate? La deadline per caricare le vostre creatività è il **16 febbraio 2010**. Non lasciatevi sfuggire quest'occasione!

**MONTEPREMI TOTALE: 14,100 Zoop\$**

**Logo grafico scelto da UPIM: 12,000 Zoop\$**

L'autore del logo che verrà scelto dalla giuria del cliente tra tutti i lavori postati, si aggiudicherà il premio.

**Concept per i nuovi nomi dei brand abbigliamento UPIM:**

Prize collezione UOMO: **700 Zoop\$**

Prize collezione DONNA: **700 Zoop\$**

Prize collezione BAMBINO: **700 Zoop\$**

*(1 Zoop\$ = 1 \$ US)*