

Briefing

Antecedents

- a) Marc Martí es una empresa d'impressió digital en gran format, fundada l'any 1977, amb més de cent treballadors entre Barcelona, València i Madrid.
- b) Realitzen desenvolupament d'imatge corporativa, esdeveniments, comunicació, punt de venda, publicitat exterior, i està avalada per clients líders en el seu sector. Treballa per a empreses de tota mena, però també per a dissenyadors, col·lectius, fundacions...
- c) Al donar un servei integral (impressió, instal·lació, muntatge i retirada), els seus vehicles circulen per tot el territori, mostrant la seva característica marca.

Objectiu de la campanya

Reflectir d'una manera ingeniosa la polivalència i capacitat de Marc Martí, en els àmbits de la impressió digital en gran format i producció d'esdeveniments.

Objectius secundaris

- a) Mostrar el concepte d'altaveu urbà, producció global o 360° de l'empresa Marc Martí.
- b) Aprofitar la retolació de vehicles (total o parcial) per cridar l'atenció als vianants. Es pot rotular integralment tot el vehicle menys la lluna frontal i les finestres laterals del pilot i copilot.

Material a presentar, sota un únic concepte creatiu

Presentar un muntatge en format A3, del Vinilat total o parcial dels vehicles FURGÓ IVECO DAILY 35S 14 V 3520L/H2 4P) i FURGONETA NISSAN NV400 . Es poden utilitzar imatges, textos, vectors. Les imatges han de ser de pròpia autoria o tenir-ne els drets.

A qui s'adreça la campanya?

A clients potencials de l'empresa i als vianants en general.

Requisits

- a)** La comunicació no podrà incloure cap tipus d'estereotip de gènere ni cap actitud violenta i respectarà la normativa vigent en les matèries en què es pugui veure afectada. Es valorarà el caràcter constructiu de la peça.

- b)** Els treballs que es presentin han de ser redactats i lliurats almenys, en català o d'acord amb les obligacions relatives a l'ús del català que deriven de les previsions de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, i de les disposicions que la desenvolupen.

Observacions

- a)** Les idees no es valoraran en funció del seu nivell d'acabat. L'important és el concepte.
- b)** Les despeses del material de presentació no seran assumides per l'organització.
- c)** Es valorarà l'adaptació del disseny segons vehicle (Furgoneta, furgó, cotxe i camió).