

ESTÉE LAUDER

Night Time is
the Right Time
Retail Design Contest



Sommario

Nuovo contest di retail design su Desall.com: Estée Lauder e Desall.com vi invitano a creare il design di un nuovo concept di visual merchandising per celebrare e dare massima visibilità al siero Advanced Night Repair nei diversi contesti di vendita.

Pagina ufficiale: <http://bit.ly/NightTimeistheRightTime>

Descrizione aziendale

Fondata nel 1946, quest'azienda tecnologicamente avanzata e innovativa ha acquisito rapidamente fama mondiale imponendosi come un esempio di eleganza, lusso e qualità superiore. Tutti i nostri prodotti sono formulati con la promessa di mantenere altissimi standard di eccellenza. Attraverso grandi ricerche e valutazioni di prodotto molto esigenti siamo onorati di poter offrire alle nostre consumatrici prodotti che sono sia delicati ma allo stesso tempo molto efficaci.

Cosa stiamo cercando

Estée Lauder vi invita alla realizzazione di **un nuovo concept di visual merchandising** per il **siero Advanced Night Repair**, creando un'esperienza utente disruptive e coinvolgente all'interno dei punti vendita, utilizzando diversi elementi e materiali a seconda dei vari contesti di vendita.

Linee guida

Per la corretta realizzazione dei vostri progetti, tenete in considerazione le seguenti linee guida:

Introduzione su Advanced Night Repair:

- Advanced Night Repair da oltre 30 anni sul mercato è stato il primo siero mai lanciato. Molti ne sono seguiti, tuttavia, la formula che è stata aggiornata con le ultime tecnologie, è ancora al primo posto nella maggior parte dei mercati EMEA e in giro per il mondo. Advanced Night Repair ha un volume di vendita mondiale di oltre 1 miliardo di dollari.
- Advanced Night Repair è il siero cult. Questo prodotto è in assoluto il prodotto di riferimento nel settore della cosmesi di prestigio. Sempre imitato, mai eguagliato. Persino il suo packaging è diventato iconico nel corso degli anni. La boccetta marrone è adorata dalle donne di tutto il mondo.
- Advanced Night Repair è un prodotto che le donne si tramandano di generazione in generazione. È il segreto di bellezza, una bellezza che letteralmente dorme in una boccetta.

ESTÉE LAUDER

- Advanced Night Repair agisce al meglio delle sue capacità nel facilitare la riparazione della pelle durante la notte, così facendo le donne si svegliano ogni mattino con la pelle all'apice della bellezza.

La notte è un momento prezioso amato da tutte le donne, al di là di ogni età o cultura. La notte detiene un'aura di magia e al contempo di fiducia.

La notte e il sonno agiscono come una ricarica per le donne. È una piena rigenerazione per corpo e mente.

Il tempo prezioso della notte è un lussuoso momento di intimità e consapevolezza. Se lo concedono come un momento per controbilanciare gli aspetti frenetici della loro vita e le tante esigenze che affrontano nel corso della giornata.

In fatto di bellezza e di pelle, le donne sanno d'intuito che la notte è il tempo più favorevole in cui la loro pelle può respirare, riprendersi e rigenerarsi. In questa pausa prolungata, la loro pelle è più ricettiva ai nutrienti. Pulita e curata, la pelle può utilizzare queste ore di tempo favorevole per riacquistare e ricaricare quanto è andato perso.

Per la loro bellezza la notte è un momento più prezioso rispetto al mattino. La notte è fatta per lasciare che la bellezza e la pelle si riprendano dallo stress accumulato durante il giorno. Il mattino è fatto invece per proteggere la bellezza e la pelle per il giorno che viene.

UN REGIME NOTTURNO PER LA CURA DELLA PELLE SIGNIFICA PULIZIA, RELAX E RIGENERAZIONE

I prodotti per la notte sono fatti per prendersi cura, ossigenare e ricaricare le cellule della pelle. Questo permette loro di rigenerarsi e fa sì che la pelle si trovi nella condizione ottimale e che gli effetti dell'invecchiamento siano riportati indietro.

Le donne mirano a mantenere la loro pelle, prendendosi cura di essa e proteggendola da danni importanti. Desiderano che la loro pelle rimanga sana e al suo massimo a seconda dell'età specifica, il più a lungo possibile.

Con questo obiettivo, i prodotti diventano alleati importanti per vincere la sfida. I loro effetti si accompagnano a uno stile di vita sano: dormire bene e per un numero sufficiente di ore, mangiare bene e bere acqua a sufficienza sono fattori chiave.

Un regime notturno per la cura della pelle significa pulizia, relax e rigenerazione per tutte le generazioni. Ma più si diventa mature, più si percepiscono le necessità della pelle. Le Millennials si focalizzano sulla pulizia e a volte accade persino che la saltino. La GenX sottolinea l'importanza del relax. Le donne Ageless si focalizzano sulla rigenerazione e sul rassodamento.

ESTÉE LAUDER

Tipologia di prodotto: siete invitati a proporre il concept per il visual merchandising dedicato a Advanced Night Repair **all'interno dei vari punti vendita**, creando il design di un'**installazione permanente** e il design dei **relativi espositori e display** per i diversi punti vendita (**display da terra indipendente, gondole espositive**, espositori per **scaffali**, espositori per **banconi**). I concept che proponente dovranno dare massima visibilità e importanza al **siero Advanced Night Repair**, celebrando il suo ruolo esclusivo associato alla **notte**, nel ripristino della cute.

Tema: elemento chiave nella comunicazione di Advanced Night Repair è la **notte**, come catalizzatore dei processi corporei di ripristino cutaneo, di particolare beneficio per la salute della pelle. Il vostro design dovrà essere in grado di **farsi portavoce efficace** dei benefici derivanti dalle proprietà **tecnologicamente avanzate** del siero Advanced Night Repair che stimola e facilita i processi di auto-riparazione svolti dall'organismo, specialmente durante le **ore di sonno** (vedi *Material files* per maggiori informazioni). Inoltre il vostro concept dovrà rappresentare metaforicamente un **monumento vivente**, qualcosa che **trascenda i concetti di tempo e spazio**, celebrando il siero Advanced Night Repair, dando corpo alle sue proprietà uniche attraverso qualcosa di **visivamente rilevante e memorabile**, causando grande effetto nel consumatore finale. Infine il vostro concept dovrà essere in grado di trasmettere tutta la magia della **notte** e il suo tempo particolarmente favorevole per la salute della pelle, dando voce allo slogan “own the night” associato con il siero, con toni forti e memorabili.

Punti vendita e dimensioni: Advanced Night Repair è attualmente commercializzato in diverse tipologie di punti vendita, ognuno con propri vincoli e requisiti. I vostri **concept dovranno essere declinati** per tutti questi contesti di vendita: **negozi monomarca del brand, centri commerciali e profumerie**, con i dovuti adattamenti e le dovute personalizzazioni. Per tale ragione, i **concept che adotteranno un approccio modulare saranno preferiti**. Nello specifico, i **negozi monomarca e gli spazi espositivi per eventi non impongono quasi alcun vincolo nelle installazioni**, fatta eccezione per il limite per lo spazio dedicato che non può superare il 30% dell'interno spazio. All'interno dei **centri commerciali** e negli stand posti all'esterno delle **profumerie** è possibile utilizzare installazioni ed espositori di dimensioni ricomprese fra 130 e 160 cm in altezza, mentre all'interno delle **profumerie** l'unico spazio a disposizione per il visual merchandising dedicato ad Advanced Night Repair è limitato a uno **spazio molto ristretto su scaffali e banconi** (alcuni centimetri in altezza).

Elementi per il visual merchandising: i vostri concept potranno utilizzare diversi elementi nel settore del visual merchandising: **installazioni, espositori da terra, espositori da parete, espositori gondola, espositori da banco e altri elementi**. Considerate che l'installazione sarà **permanente**, ovvero presente all'interno del punto vendita per +1 anni. Per alcuni esempi, fate riferimento ai *Material files* allegati.

ESTĒE LAUDER

Valori da comunicare: i vostri concept dovranno trasmettere un senso di **stupore** nei confronti del **siero Advanced Night Repair**, prendendo metaforicamente la forma di un **monumento** che celebra **Advanced Night Repair come una star, un eroe della notte, trascendendo** le categorie di **tempo e spazio**. I consumatori dovranno percepire il siero Advanced Night Repair come il risultato di una **ricerca scientifica pionieristica** che porta ulteriore conferma della **grande efficacia** del siero, specialmente durante il **sonno**, grazie alla sua proprietà esclusiva di facilitare l'attivazione del processo biologico di autoriparazione della pelle.

Materiali: le installazioni che proponete potranno essere realizzate **con diverse tipologie di materiale** e i materiali stessi potranno essere determinati dal vostro concept. Tra i materiali permessi potete impiegare **carta, cartone, plastica**, qualsiasi tipologia di **legno, resine e metallo**. Evitate l'impiego di materiali organici, non durevoli e degradabili.

Tecnologie da impiegare: al fine di trasmettere un'**esperienza utente molto coinvolgente** all'interno dei punti vendita, i vostri concept potranno includere l'utilizzo di diverse soluzioni tecnologiche, per dare ulteriore spinta all'**impatto visivo e arricchire l'esperienza sensoriale** associata ad Advanced Night Repair. Tenete sempre in considerazione i vari vincoli e lo spazio disponibile a seconda dei diversi elementi e dei punti vendita.

Stile, colori e coerenza con il brand: i vostri concept dovranno rappresentare fedelmente l'identità del brand Advanced Night Repair, come da esempio allegato nei *Material files*.

Logo: i vostri concept dovranno prevedere l'utilizzo dei loghi di Estée Lauder e Advanced Night Repair, oltre a rispettare i rispettivi codici visivi, in tutti gli elementi del visual merchandising (vedi *Material files*).

Target: Advanced Night Repair è principalmente rivolto a donne di età +18. Idee specifiche per consumatrici Millennials, Post-Millennials e Ageless saranno benvenute.

Materiali richiesti: caricate tutte le immagini che meglio presentino i vostri progetti (rendering, descrizioni, ecc.) presentando il vostro **concept in tutti e tre i contesti di vendita**, ovvero **profumerie, centri commerciali e negozi monomarca**, mostrando in maniera chiara come il visual merchandising è posto all'interno dello spazio. Se necessario, ricordate che potete anche allegare un archivio .ZIP contenente materiale aggiuntivo (es. immagini a più alta risoluzione, file PDF, ecc.).

ESTÉE LAUDER

Criteri di valutazione: nella valutazione degli elaborati da parte di Estée Lauder, saranno presi in considerazione in particolare i seguenti criteri:

Grado di innovazione (5/5)

Qualità estetica (5/5)

Coerenza con il brand (5/5)

Fattibilità tecnica (4/5)

Presentazione del progetto (5/5)

Lingua: essendo una community internazionale, tutti i testi dovranno essere redatti in lingua Inglese (abstract, description, tags, ecc.).

Tempistiche contest

Fase di upload: 14 settembre – 23 ottobre 2017 (1.59 PM UTC)

Voto del cliente: dal 23 ottobre 2017

Annuncio vincitore: indicativamente entro metà novembre 2017

Scadenze facoltative

Concept revision: 14 ottobre 2017 (1.59 PM UTC)

Concept revision: entro tale data è possibile richiedere una revisione facoltativa sul proprio progetto da parte del team di Desall. Per farlo è necessario aver salvato il progetto come bozza e aver mandato richiesta al team di Desall tramite e-mail o il form di contatto. **La revisione NON è obbligatoria:** rappresenta un'ulteriore opportunità offerta ai partecipanti ma non costituisce condizione necessaria alla partecipazione, né fornisce alcun vantaggio nella valutazione finale.

Criteri di partecipazione

La partecipazione è gratuita e aperta a talenti creativi di qualsiasi nazionalità, di età uguale o maggiore ai 18 anni. I partecipanti potranno presentare uno o più progetti, ma saranno accettati solo i progetti pubblicati sul sito www.desall.com, dalla pagina di upload relativa a "Night Time is the Right Time".

ESTĒE LAUDER

Award

1°: €4000

La selezione dei vincitori sarà il risultato della valutazione insindacabile da parte di Estée Lauder. Verranno presi in considerazione originalità, fattibilità e coerenza con il brief.

Diritto di opzione

Per tutta la durata del diritto di opzione, lo Sponsor offre un'ulteriore possibilità a tutti i partecipanti fissando un compenso di Euro 2.000,00 (duemila/00) per l'acquisto della licenza per lo sfruttamento economico dei progetti non riconosciuti come proposte vincitrici.

Per maggiori informazioni, effettuate il login e leggete il [Contest Agreement](#) dalla pagina di upload. Per domande sul brief potete usare il pulsante “Have a question” o scrivere a contest@desall.com.

ESTĒE LAUDER

Linee guida per l'upload

Immagini: la prima immagine caricata all'interno della pagina di upload del contest, corrisponde all'immagine di anteprima del progetto nella gallery. Per raccontare meglio il progetto ed attirare l'attenzione dello sponsor, consigliamo di scegliere un contenuto che riassume il più possibile il progetto in una sola tavola, anticipando i contenuti che verranno approfonditi nelle immagini successive. Vi consigliamo inoltre di usufruire di tutte e cinque le immagini a disposizione dalla pagina di upload, mostrando - quando possibile - diverse viste del vostro progetto con un'indicazione sulle dimensioni. Per i contest di product design, si consiglia di inserire almeno un'immagine con il vostro progetto su sfondo neutro senza alcuna scritta. Ai fini dell'ambientazione o presentazione del progetto, non è consentito l'utilizzo di immagini coperte da copyright, anche se parzialmente modificate. Nel caso venga utilizzato materiale di proprietà di terzi (es. immagini o video stock, testi, ecc.), assicurarsi di disporre di tutte le licenze necessarie per la partecipazione al contest, come meglio specificato nel Contest Agreement. In caso di invio di più progetti o concept, è necessario ripetere la procedura di upload per ciascun progetto: non inviate più progetti nello stesso upload. È necessario caricare almeno 1 immagine; rapporto dell'immagine: preferibilmente 4:3; formati di file ammessi: .jpg, .gif o .png; modalità colore: RGB; dimensione massima del file: 1MB.

Descrizioni: vi consigliamo di utilizzare gli appositi campi, "Abstract" e "Description", per riportare tutte le informazioni testuali relative al vostro progetto. Sconsigliamo l'inserimento di descrizioni all'interno delle tavole, in quanto potrebbero risultare poco leggibili (in ogni caso, vi consigliamo di inserire almeno un'immagine - dove possibile - con il vostro progetto su sfondo neutro senza alcuna scritta). Nel campo "Abstract" avete a disposizione massimo 500 caratteri per riportare un breve sunto del vostro progetto mentre nel campo "Description" potete inserire il resto delle informazioni.

Materiale supplementare: oltre alle tavole di progetto, siete invitati ad allegare eventuale materiale supplementare in un archivio .ZIP (non sono ammesse altre estensioni, fra cui .RAR) da caricare all'interno del campo "Archive file" della pagina di upload. Fra i vari materiali, potete considerare l'aggiunta di file CAD, PDF con descrizioni approfondite del progetto, foto degli eventuali modelli o prototipi, immagini ad alta risoluzione delle tavole e file 3D (preferibilmente in formato .stp o .igs - eventualmente anche in formato 3D PDF per consentire una più rapida visualizzazione). Il peso massimo per l'archivio .ZIP è di 100 MB. È inoltre possibile caricare un video di presentazione del progetto nel campo "Video File" della pagina di upload, inserendolo all'interno di un archivio .ZIP dal peso non superiore ai 50 MB.

Concept revision: entro le prime settimane del contest è possibile richiedere una revisione sul proprio progetto da parte del team di Desall. Per farlo è necessario aver salvato il progetto come bozza (draft) e aver inviato richiesta al team di Desall tramite e-mail (contest@desall.com) o il form di contatto. La data ultima per richiedere la revisione è indicata nel paragrafo Scadenze facoltative del brief.

Hidden option: per i soli contest con gallery pubblica è possibile caricare il proprio progetto con opzione design privacy "hidden" se si effettua il caricamento entro la prima metà della fase di upload. In questo modo, il progetto rimarrà nascosto a tutti gli utenti fino all'apertura dell'eventuale Community Vote. Il progetto, invece, resterà sempre visibile per lo sponsor a prescindere dalla data di caricamento. L'opzione sarà disabilitata automaticamente superata la prima metà della fase di upload: la data ultima per attivare questa opzione è specificata nel paragrafo Scadenze facoltative del brief.

Potete trovare maggiori indicazioni sulla creazione di un profilo Desall, su come inviare un progetto o altre informazioni, nelle sezioni [Tutorials](#) e [FAQ](#).