



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
M606 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 - GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

Il candidato svolga la prima parte della prova e risponda a due tra i quesiti proposti nella seconda parte.

PARTE PRIMA

CAMPAGNA PUBBLICITARIA PER ALMA FITOCOSMESI

Si chiede al candidato di studiare, progettare e realizzare la grafica della comunicazione pubblicitaria per l'azienda di fitocosmesi ALMA, facendo riferimento alle indicazioni fornite dal *brief* indicato.

Il candidato ha la possibilità di sviluppare il progetto scegliendo una delle seguenti opzioni:

- A. Stampa: pagina pubblicitaria (formato A4 da sviluppare in verticale);
- B. Espositore da banco (formato massimo A3);
- C. Web: sito (home page e una pagina tipo. Formato 1024x780 pixel);
- D. Web: *banner* pubblicitario (formato 728x90 pixel).

CONSEGNA: In funzione della scelta, il candidato, dovrà:

- fornire tutto il materiale prodotto nella fase progettuale, (mappa concettuale e bozze/*rough*), che mostri il processo creativo;
- redigere una breve presentazione scritta (massimo 10 righe), che presenti il *concept* del progetto;
- fornire il *layout* finale (realizzato con qualsiasi tecnica).

BRIEF DEL PROGETTO

Cliente

Alma nasce nel 1980 come laboratorio artigianale di fitocosmesi e oggi è una delle principali aziende italiane del settore.

La continua innovazione, i rigorosi controlli qualitativi e microbiologici delle materie prime effettuati e l'elevato livello qualitativo dei prodotti, fanno di Alma un'azienda leader, un punto di riferimento nel mercato dei prodotti per la bellezza e la cura del corpo, su tutto il territorio nazionale.

Altro vanto dell'azienda è l'uso di materie prime di origine locale, come ad esempio l'olio di oliva puro non chimicamente trattato.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
M606 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 - GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

Inoltre, da qualche tempo, Alma ha intrapreso il cammino della certificazione biologica per garantire ai suoi clienti la massima qualità e trarre dalla natura stessa le sostanze funzionali per prendersi cura della pelle.

L'esperienza maturata in oltre trent'anni di attività e la passione per il lavoro si traducono in prodotti d'avanguardia e di alta qualità.

Obiettivo: Descrizione del progetto

Creazione di una campagna pubblicitaria per Alma che si caratterizzi per un messaggio che ne connoti l'essenza e ne sottolinei la personalità.

Si richiede una comunicazione evocativa, sinestesica, che richiami a un bellezza naturale, semplice e quotidiana, ma di qualità.

Target

Donne 70% (età 25-60) e uomini 30%, particolarmente sensibili ai prodotti naturali di alta qualità, attenti alla tradizione e rispettosi dell'ambiente.

Obiettivi di comunicazione

Il Target deve capire che:

- Alma è un brand che, in più di trent'anni di vita, ha sviluppato una grande esperienza che sintetizza innovazione e tradizione;
- i prodotti sono caratterizzati da una presenza importante di estratti vegetali (naturalità);
- Alma ha sede in Toscana, nella Val d'Orcia, terra ricca di bellezza (del territorio e di artefatti dell'uomo) e di monasteri (luoghi di sapere e di tradizione farmaceutica).

Il Target deve:

- essere incuriosito dai prodotti Alma e modificare l'atteggiamento verso la fitocosmesi;
- aumentare la conoscenza dei prodotti del brand;
- provare affezione e fidelizzarsi ai prodotti Alma.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
M606 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 - GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

Reason why

Alma pone attenzione a:

- prodotti naturali, delicati, efficaci, con gradevole profumazione;
- ingredienti particolarmente rispettosi della pelle;
- una filiera tutta italiana;
- prodotti formulati e realizzati nel rispetto dei più alti standard qualitativi;
- prodotti studiati per minimizzare i rischi di allergie;
- prodotti assolutamente non testati su animali;
- certificazioni internazionali ISO 9001:2000 e ISO14000:2004; Best Innovator 2005.

Consumer benefit

La linea risponde a tutte le esigenze della cura della pelle del viso e del corpo: detersione, idratazione, protezione solare, ecc. Ogni prodotto contiene un estratto, tipicamente italiano e lavorato in Italia, che svolge un ruolo fondamentale nel benessere della pelle.

Mission

Una linea di prodotti esclusivi dedicati alla bellezza di viso, corpo e capelli, con formulazioni equilibrate a base di pregiati estratti di piante. Un modo semplice di prendersi cura di sé stessi, caratterizzato da piccoli gesti quotidiani. Il marchio è frutto di ricerche avanzate e di tecnologie scientifiche innovative. Ogni prodotto contiene concentrazioni di oli essenziali puri, estratti dalle piante e dai fiori, scovati in ogni angolo d'Italia, secondo le più tradizionali e antiche tecniche di raccolta. Le materie prime sono lavorate in Italia, secondo tecnologie all'avanguardia, ma anche nel rispetto delle migliori tradizioni erboristico-farmaceutiche, per ottenere il meglio da ogni singola pianta.

Immagine di marca (brand personality)

ALMA è:

- NATURALE
- INNOVATIVO
- SEMPLICE
- EMOZIONALE
- ITALIANO



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
M606 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 - GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

Pianificazione Dei Media

- periodici italiani;
- riviste specializzate di settore italiane;
- quotidiani italiani;
- web internazionale.

Allegati

- logo positivo e negativo in formato vettoriale;
- foto del territorio;

Durata massima della prova: 8 ore.

La prova può essere eseguita con qualsiasi tecnica (collage, disegno, digitale, ecc.).

Sono consentiti l'uso degli strumenti da disegno e la consultazione di cataloghi e riviste per l'eventuale utilizzo di immagini (in forma sia cartacea, sia digitale: stampe, libri, font, CD, USB con raccolte immagini).

È consentito l'utilizzo della strumentazione informatica e non (computer, scanner, macchina fotografica digitale, fotocopiatrice, stampante) e, se disponibili nell'istituto sede d'esame, dei programmi dedicati (disegno vettoriale, impaginazione, fotoritocco) per la rielaborazione delle immagini, la composizione del testo e la realizzazione dell'impaginato.

Durante la prova non è consentito l'accesso ad internet.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 4 ore dalla dettatura del tema.



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca

ALLEGATI





Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca





Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca





Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca





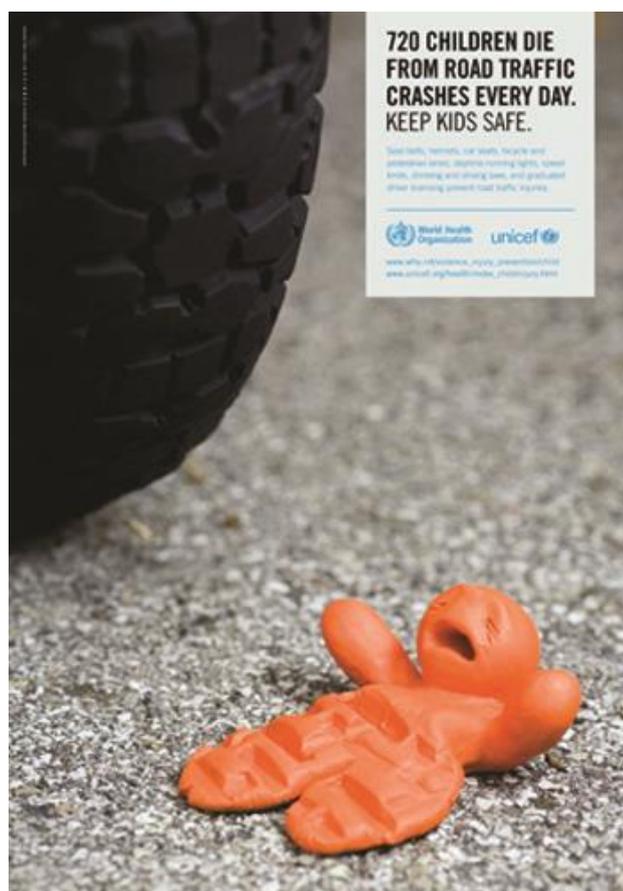
Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
M606 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 - GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

PARTE SECONDA

1. Fornire una definizione di marketing e una breve spiegazione delle 4P del marketing mix.
2. Si chiede di descrivere le varie fasi della metodologia progettuale (iter progettuale).
3. Qual è la definizione del termine “pubblicità”?
4. Analizzare la seguente campagna di “pubblicità sociale”, relativa al problema degli incidenti stradali, considerando: le strutture compositive, i formanti plastici (forma, colore, spazio), l'inquadratura, le figure retoriche e il format.



Durata massima della prova: 8 ore.

La prova può essere eseguita con qualsiasi tecnica (collage, disegno, digitale, ecc.).

Sono consentiti l'uso degli strumenti da disegno e la consultazione di cataloghi e riviste per l'eventuale utilizzo di immagini (in forma sia cartacea, sia digitale: stampe, libri, font, CD, USB con raccolte immagini).

È consentito l'utilizzo della strumentazione informatica e non (computer, scanner, macchina fotografica digitale, fotocopiatrice, stampante) e, se disponibili nell'istituto sede d'esame, dei programmi dedicati (disegno vettoriale, impaginazione, fotoritocco) per la rielaborazione delle immagini, la composizione del testo e la realizzazione dell'impaginato.

Durante la prova non è consentito l'accesso ad internet.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 4 ore dalla dettatura del tema.