



CAMPAGNA CONTRO I TAGLI ALLA COMUNICAZIONE

BRIEF

Premessa

Crisi o non crisi il fenomeno dei tagli e delle ristrettezze dei budget destinati alla comunicazione è una limitazione con la quale chi fa il nostro mestiere si deve spesso confrontare.

Quante volte abbiamo visto mortificare una nostra idea, ridimensionare una nostra strategia, rimandare l'attuazione di un progetto su cui avevamo speso tempo ed energie, con la motivazione dei budget limitati? Quante volte questo si è verificato nel corso dell'ultimo anno sentendo tirare in ballo il tormentone della crisi? Quante volte accadrà nei prossimi mesi di sentirsi ripetere che, nonostante i segnali di ripresa, i tempi di recupero dalla crisi suggeriscono ancora cautela negli investimenti in comunicazione?

Tagliare la comunicazione di qualità non comunicando affatto o, peggio ancora, comunicando male (è sempre meglio tacere che dire stupidaggini) significa produrre un grave danno all'immagine di marca, soprattutto nei periodi di crisi diffusa che portano il consumatore ad essere maggiormente selettivo nelle proprie scelte di acquisto.

Milc ha pensato di lanciare una campagna contro i tagli alla comunicazione con l'obiettivo di sensibilizzare il mondo delle imprese e delle istituzioni sul problema, coinvolgendo anche creativi e professionisti di altre agenzie.

Una campagna che non vuole limitarsi a parlare con una sola voce ma stimolare un coro di voci che veda, almeno per una volta, il nostro settore unito da un intento comune.

Un progetto partecipativo in cui desideriamo raccogliere e rendere visibili sul web tutte le vostre soluzioni creative. È prevista la realizzazione di un sito web, www.mettiamocilatesta.it (online dal 28 settembre), che rappresenterà il punto di raccolta e divulgazione del materiale ricevuto.

Date libero sfogo alla vostra creatività ed inviateci le vostre idee.

Mettiamoci la testa, insieme, contro i tagli alla comunicazione.

Target

Le imprese (piccole-medie-grandi) e le istituzioni italiane, il management e gli amministratori che vi operano, in particolar modo i marketing manager, i brand manager, i responsabili della comunicazione e delle relazioni con il pubblico.

Obiettivo di comunicazione

Sensibilizzare il mondo delle imprese e delle istituzioni italiane a non tagliare gli investimenti in comunicazione di qualità.



Reason-why

Perché tagliare la comunicazione produce un danno alla propria immagine di marca, alla propria riconoscibilità e distintività, offusca il proprio vantaggio competitivo, aumenta la distanza con i propri interlocutori vedendo sfumare la loro fiducia ed il loro supporto.

Tone of voice

Assolutamente libero. Adottate il registro discorsivo che ritenete più idoneo per creare impatto e suscitare attenzionalità sul tema dei tagli alla comunicazione. Che siate art o copy, graphic o web designer, fotografi o illustratori, seguite la vostra ispirazione, senza alcun limite.

Supporti

Ciò che conta è l'idea, senza vincolo di formato o di supporto. Potete inviarci la vostra idea sotto forma di: spot video, campagna stampa/affissioni, spot radio, copy-ad, rubamatic/animatic, storyboard, rough, script, headline/claim/pay-off, logo design, label design, pack design, banner animati, promocard, progetti di comunicazione virale, progetti di guerrilla marketing.

Come inviare le idee

Inviare all'indirizzo mail mettiamocilatesta@milc.it le vostre idee in formato PDF, JPG, video formato MPEG o AVI, audio formato MP3, GIF animate, animazioni Flash.

Per maggiori informazioni contattateci via mail allo stesso indirizzo o al numero 0577 247438.