



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 “I 3 CHICCHI”

Al candidato si chiede di studiare, progettare e realizzare la grafica della comunicazione pubblicitaria per l'azienda di torrefazione “*I 3 Chicchi*” seguendo le indicazioni fornite nel *brief* allegato.

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

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

CONSEGNA

In funzione della scelta effettuata, 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).*

Indicazioni per lo svolgimento della prova:

BRIEF DEL PROGETTO

Cliente

“*I 3 Chicchi*” nascono nel 1950 dall'idea di tre fratelli di voler rivoluzionare il mercato del caffè. Il costante orientamento all'innovazione che caratterizza quest'azienda le ha permesso ben presto di distinguersi sul mercato nazionale e internazionale per la qualità dei suoi prodotti. Nel corso degli anni “*I 3 Chicchi*”, pur diversificando i propri prodotti, restano legati al proprio core business originario, ossia la “*sapiente arte della torrefazione*”, fonte dei maggiori successi dell'azienda.

Ciò che ha portato “*I 3 Chicchi*” al successo è un insieme di fattori che vanno dall'impegno in prima persona, dei soci fondatori, nella selezione accurata del caffè fino all'utilizzo d'impianti di torrefazione tecnologicamente avanzati e completamente automatizzati: un mix che è garanzia di livelli qualitativi alti e costanti. Negli anni l'offerta aziendale si adegua alle richieste del mercato e soddisfa pienamente



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

le mutate esigenze dei consumatori di caffè, alla ricerca di un gusto meno aggressivo, più dolce, vellutato e gradevole al palato. La qualità delle miscele de “**I 3 Chicchi**”, infatti, è subito apprezzata poiché proveniente da coltivazioni prettamente biologiche, punto cardine dei leitmotiv aziendale.

Un caffè è una piccola opera d'arte che ogni giorno, da cinquant'anni, “**I 3 Chicchi**” sono lieti di offrire al consumatore garantendo il gusto e l'eccellenza di sempre da assaporare a casa, al bar o in ambito ristorativo.

Obiettivo: descrizione del progetto

Creazione di una pagina pubblicitaria per far conoscere il Brand, e in particolare il suo prodotto. L'obiettivo della campagna è la creazione di un messaggio incisivo atto a connotare, caratterizzare e sottolineare l'essenza del *Brand* e dei suoi prodotti. Al candidato è richiesta una creatività originale, evocativa, sinestetica, accattivante e semplice, ma di qualità.

Target

Il target è prevalentemente maschile (70-80%) e femminile (30%-20%), di età compresa fra i 25-70 anni, particolarmente sensibili al gusto dolce, gradevole e delicato di un caffè derivante dalle coltivazioni biologiche.

Obiettivi di comunicazione

Il target deve capire che:

- “**I 3 Chicchi**” è un marchio storico (1950) e in continua evoluzione;
- i prodotti derivano da coltivazioni biologiche;
- “**I 3 Chicchi**” sono un gruppo di uomini e donne che da oltre cinquant'anni coltivano la passione per il caffè;
- “**I 3 Chicchi**” vogliono continuare a offrire prodotti buoni e di elevata qualità, e promuovere la cultura del caffè in tutti i suoi aspetti.

Il target deve:

- interessarsi sui prodotti de “**I 3 Chicchi**”;
- proporre un consumo e una fidelizzazione delle miscele de “**I 3 Chicchi**”;
- proporre un incremento della conoscenza dei prodotti e del *Brand* attraverso il passaparola e altre forme di comunicazione diretta.

Reason why

“**I 3 Chicchi**” monitorano costantemente il proprio ciclo produttivo attraverso:

- caffè naturali dal gusto dolce e meno aggressivo;
- una selezione accurata dei chicchi di caffè;
- materie prime provenienti da agricolture biologiche;
- una filiera produttiva italiana;
- un controllo e certificazione ICEA delle procedure biologiche garantite da enti del settore;
- totale assenza di principi chimici (fitofarmaci e fertilizzanti).



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

Consumer benefit

Grazie ai suoi maestri torrefattori, **“I 3 Chicchi”** producono caffè di elevata qualità dall'aroma inconfondibile e dalle cremosità tipiche del vero espresso italiano. Esso si contraddistingue per il perfetto connubio tra alta tecnologia ed esperienza umana che permettono a **“I 3 Chicchi”** di interpretare ed esaltare le sottili caratteristiche dei caffè utilizzati e di riscoprire il gusto naturale di un caffè prodotto con gli originali criteri di lavorazione.

Mission

“I 3 Chicchi” offrono un caffè di alta qualità, proveniente esclusivamente da agricoltura biologica. La coltivazione è caratterizzata dall'assenza di pesticidi e fertilizzanti chimici per riscoprire un caffè coltivato con metodi antichi, prodotto sotto diretto controllo da enti specifici. L'assenza di fitofarmaci e di fertilizzanti chimici di sintesi rappresenta una tutela per la salute. Il caffè de **“I 3 Chicchi”** è altamente selezionato. L'azienda è certificata ICEA, e l'intera filiera caffeeicola è monitorata e certificata, dalla piantagione alla torrefazione fino ai vari trasferimenti.

Immagine di marca (brand personality)

Conapi è:

- BIOLOGICO
- NATURALE
- MADE IN ITALY
- INNOVAZIONE
- STORIA E TRADIZIONE
- AMORE E PASSIONE

Pianificazione dei Media

- flyer;
- quotidiani Italiani/Europei;
- web internazionale;
- stampa di settore e periodici specializzati.

Allegati

- Foto a carattere generale e del prodotto;
- logo in formato vettoriale;
- logo EU.



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

Il candidato risponda a **due** quesiti a scelta tra quelli sotto elencati.

1. Elenca e descrivi nel dettaglio quali sono i modelli di architettura di un brand. Fornisci degli esempi.
2. Che cos'è la Copy Strategy? Quali sono gli elementi che la costituiscono? Fornisci una breve descrizione.
3. Il candidato fornisca una definizione di marketing. Che cosa sono le 4P del marketing mix?
4. Al candidato si richiede di analizzare la campagna pubblicitaria qui sotto riportata considerando le strutture compositive, i formanti plastici (forma, colore, spazio), l'inquadratura, le figure retoriche e il format.



Re Salamone

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 3 ore dalla dettatura del tema.