



BRIEFING JÓVENES TALENTOS INSPIRATIONAL '22



JURADO CATEGORÍA JÓVENES TALENTOS INSPIRATIONAL'22

- BORJA MARTIARENA - Director Marketing en ECOVIDRIO

<https://www.linkedin.com/in/borja19/>

- ESTEFANIA RUIZ - Coordinadora de Marketing en ECOVIDRIO

<https://www.linkedin.com/in/estefan%C3%ADa-ruiz-21a12618/>

- MARIONA CRUZ JULI - Coordinadora de Marketing en ECOVIDRIO

<https://www.linkedin.com/in/marionacruzjuli/?originalSubdomain=es>

La participación en Inspirational Jóvenes Talentos '22 implica el conocimiento y aceptación sin reservas de las presentes bases. El incumplimiento de estas bases supondrá la exclusión automática del premio y la imposibilidad de participación de la universidad o escuela de diseño representante del eliminado en las próximas dos ediciones de los premios. Los órganos componentes, en cada caso, quedarán facultados para resolver las dudas que se presenten y tomar los acuerdos necesarios para el buen orden del premio en todo lo no previsto en estas bases. Para obtener más información del concurso, ponerse en contacto con Vicente Femenía Aranda, responsable del concurso, a través del email vicente@iabspain.es o del teléfono 914027699.



BRIEFING JÓVENES TALENTOS INSPIRATIONAL '22

BRIEFING CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE RECICLAJE DE VIDRIO A JÓVENES EN EL CONTEXTO “BOTELLÓN”

Descripción de la organización y su planteamiento estratégico

Ecovidrio es una entidad sin ánimo de lucro encargada de gestionar el reciclado de todos los residuos de envases de vidrio en España. Opera desde 1997. Tiene 2.900 empresas adheridas que son todas aquellas que introducen en el mercado frascos, tarros o botellas de vidrio.

Los principales cometidos de Ecovidrio son la prevención con las Empresas Adheridas mediante medidas de ecodiseño, concienciación ciudadana mediante campañas de sensibilización y la recogida de todos los envases de vidrio separados por los ciudadanos.

Su objetivo es conseguir que la tasa de reciclado de vidrio esté por encima de los objetivos de la Directiva Europea (tasa de reciclado del 70% de los envases puestos en el mercado en el 2020 y 75% en el 2025).

El core target es el CUIDADANO ya sea en los 18 millones de hogares o en su labor profesional en los 300.000 horecas. Las Instituciones Públicas, especialmente Ayuntamientos, deben ser aliados necesarios para la consecución de nuestros objetivos.

Después de varios años de seguir una ESTRATEGIA DE MARKETING CONVENCIONAL, siguiendo las mismas reglas que cualquier anunciante, en 2015 la compañía decide que es necesario hacer un cambio:

- Por una parte, nuestro Plan Estratégico determina que el presupuesto de MK ni es elevado, ni va a crecer. Mientras que tanto la saturación, como los costes del mercado publicitario aumentan y pueden hacer que nos volvamos invisibles.

La participación en Inspirational Jóvenes Talentos '22 implica el conocimiento y aceptación sin reservas de las presentes bases. El incumplimiento de estas bases supondrá la exclusión automática del premio y la imposibilidad de participación de la universidad o escuela de diseño representante del eliminado en las próximas dos ediciones de los premios. Los órganos componentes, en cada caso, quedarán facultados para resolver las dudas que se presenten y tomar los acuerdos necesarios para el buen orden del premio en todo lo no previsto en estas bases. Para obtener más información del concurso, ponerse en contacto con Vicente Femenía Aranda, responsable del concurso, a través del email vicente@iabspain.es o del teléfono 914027699.



BRIEFING JÓVENES TALENTOS INSPIRATIONAL '22

- Nuestra comunicación persigue construir un hábito, para ello necesitamos llegar muchas veces y de forma profunda a nuestro target para conseguir variar comportamientos.
- No somos iguales que el resto de los anunciantes: no tenemos productos, ni tiendas, ni competencia, ni siquiera referencias (benchmarking) y además, nuestro target es universal.
- Por otra parte, partimos de unos grandes números, ya que hemos conseguido que 7 de cada 10 españoles reciclen, y a partir de ahora cuesta mucho más conseguir aumentar puntos sobre esa ratio.

1.2.- Reto y objetivos:

1º RETO: TENEMOS LA DIFICULTAD DE INSTAURAR UN HÁBITO

España es un país con bajo nivel de conciencia medio ambiental (barómetro CIS). El consumidor “compra” teóricamente la importancia de la sostenibilidad, pero en general no actúa si no pasa nada, apenas un mínimo reproche social. Los hábitos se crean, no se heredan y para ello se necesita tiempo.

Actualmente los niño/as tienen un gran conocimiento y valores de sostenibilidad y reciclaje gracias al esfuerzo que hemos hecho en impartir talleres y la importancia que le están dando los colegios en la actualidad; pero una vez crecen y pasan la adolescencia, se pierden esos valores como parte de la “revolución post-adolescente” de eludir responsabilidades, egocentrismo y a menudo falta de motivación por los deberes ciudadanos.

2º RETO: UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIFERENCIADA

El tercer gran reto es construir una estrategia de marketing diferenciada que enfatice NUESTRA SINGULARIDAD y que nos ayude a la consecución de nuestros objetivos. Somos diferentes al 99% de las empresas en el mercado y es absurdo competir con ellas siguiendo las mismas reglas. Debemos apalancarnos en nuestros valores y sacar el máximo partido de aquellos atributos que nos hace diferentes, y construir sobre ello una estrategia única.

La participación en Inspirational Jóvenes Talentos '22 implica el conocimiento y aceptación sin reservas de las presentes bases. El incumplimiento de estas bases supondrá la exclusión automática del premio y la imposibilidad de participación de la universidad o escuela de diseño representante del eliminado en las próximas dos ediciones de los premios. Los órganos componentes, en cada caso, quedarán facultados para resolver las dudas que se presenten y tomar los acuerdos necesarios para el buen orden del premio en todo lo no previsto en estas bases. Para obtener más información del concurso, ponerse en contacto con Vicente Femenía Aranda, responsable del concurso, a través del email vicente@iabspain.es o del teléfono 914027699.



BRIEFING JÓVENES TALENTOS INSPIRATIONAL '22

Objetivo de la campaña

Pretendemos centrar esta campaña en concienciar a los jóvenes que participan en botellones de la importancia de reciclar posteriormente las botellas y envases de vidrio que consuman en los contenedores verdes.

Además, el fin último de esta campaña sería poder presentarla a un ayuntamiento y poder llevarla a cabo conjuntamente.

Objetivos Transversales de Comunicación

- Trabajar sobre LO EMOCIONAL. A nivel racional el ciudadano ya sabe que tiene que reciclar, todo el mundo sabe que reciclar es bueno para el medio ambiente, ahora, para conseguir un salto en su comportamiento, vemos necesario llegar a su corazón o ser apetecibles para el target.
- Pasar de campañas centradas en concienciación-generar awareness, a campañas/acciones enfocadas a la MOVILIZACION. En nuestro caso MOVILIZAR a los jóvenes que hacen botellón que después hay que reciclar esas botellas.
- ARRIESGAR, INNOVAR de forma permanente, APARECER donde no se te espera.

Público al que queremos dirigirnos

- Jóvenes de 16 a 25 años
- Principalmente de núcleos urbanos y mayoritariamente estudiantes o recién entrados en el mercado laboral.
- Son jóvenes que sienten desmotivación por los deberes cívicos ciudadanos, que no dan importancia (en su mayoría) al medioambiente y que debemos “volver a conquistar”.

Mensajes

Queremos que reciclar vidrio para los jóvenes sea fácil, divertido, una tarea incluida dentro de sus hábitos cuando hacen botellón. Que “no molan” los que no reciclan.

No pretendemos demonizar el botellón, simplemente hacerlo de forma responsable.

La participación en Inspirational Jóvenes Talentos '22 implica el conocimiento y aceptación sin reservas de las presentes bases. El incumplimiento de estas bases supondrá la exclusión automática del premio y la imposibilidad de participación de la universidad o escuela de diseño representante del eliminado en las próximas dos ediciones de los premios. Los órganos componentes, en cada caso, quedarán facultados para resolver las dudas que se presenten y tomar los acuerdos necesarios para el buen orden del premio en todo lo no previsto en estas bases. Para obtener más información del concurso, ponerse en contacto con Vicente Femenía Aranda, responsable del concurso, a través del email vicente@iabspain.es o del teléfono 914027699.



BRIEFING JÓVENES TALENTOS INSPIRATIONAL '22

No es necesario enfatizar en los beneficios medioambientales específicos del reciclaje de vidrio (ahorro energía, de materias primas, etc) porque para este target no son movilizadoras.

El mensaje debe ser que tal como compras tus bebidas, hay que reciclarlas. No cuesta nada.

Igual ayuda explorar una figura tipo “conductor responsable” que cuando salen varios de copas uno no bebe y es el que conduce.

Entregables

Los entregables para la propuesta son:

- Video presentación de la dupla (Máximo 30 segundos)
- Concepto de campaña (PDF – Máximo 3 hojas)
- Estrategia y recomendación de plan de medios/estrategia de difusión. Deben incluir la estrategia que la agencia considere más adecuada para lograr los objetivos planteados. Puede recoger acciones online combinadas con offline. No hace falta hacer planificación económica. (PDF – Máximo 3 hojas)
- Cronograma de campaña (PDF – Máximo 3 hojas)
- Video-Case de la campaña (MP4 – Máximo 1 minuto)



BRIEFING JÓVENES TALENTOS INSPIRATIONAL '22

Antecedentes de campañas

En el pasado hemos realizado algunas campañas enfocadas a los botellones.

ARENAL SOUND - <https://www.ecovidrio.es/movilizacion/benditos-banos-arenal-sound>

Ecovidrio JUKE BOX

La audiencia podrá elegir los temas que desea escuchar añadiéndolos desde su móvil a una play list en Spotify mediante la app Ecomusic Junk Box.

Una botella, un tema. De manera que para escuchar los temas de la Play List deberás antes haber introducido una botella en el contenedor.

Esta app se la podrán bajar previamente de nuestra web o a través del código QR que se ubicará en el contenedor y en los canales sociales de la marca: FB, Twitter.

De esta manera si el botellón dura 5 horas y consideramos una media de 3' por tema tendríamos la posibilidad de reciclar 100 botellas.

Nuestra Ecovidrio Junk Box es muy inteligente de manera que si se introduce un material que no sea de vidrio se para automáticamente durante unos minutos y si no se introducen botellas de vidrio, también. Cada usuario de la app podrá subir un tema cada 10 minutos de manera que evitemos que siempre elijan los mismos y demos oportunidad a todos a participar. Si el tema ya esta en la Play List pendiente de sonar, te dará opción de elegir otro tema.

VIDRIO = Música

Después de cada fiesta podremos publicar la lista de temas que han sonado y el volumen de vidrio reciclado.

La participación en Inspirational Jóvenes Talentos '22 implica el conocimiento y aceptación sin reservas de las presentes bases. El incumplimiento de estas bases supondrá la exclusión automática del premio y la imposibilidad de participación de la universidad o escuela de diseño representante del eliminado en las próximas dos ediciones de los premios. Los órganos componentes, en cada caso, quedarán facultados para resolver las dudas que se presenten y tomar los acuerdos necesarios para el buen orden del premio en todo lo no previsto en estas bases. Para obtener más información del concurso, ponerse en contacto con Vicente Femenía Aranda, responsable del concurso, a través del email vicente@iabspain.es o del teléfono 914027699.

BRIEFING JÓVENES TALENTOS INSPIRATIONAL '22

ACCIÓN CON YOUTUBERS EN CAMPANADAS DE SALAMANCA

Recogida de botellas en botellón por parte de los youtubers que llevaban estas divertidas mochilas en forma de mini-contenedores.



La participación en Inspirational Jóvenes Talentos '22 implica el conocimiento y aceptación sin reservas de las presentes bases. El incumplimiento de estas bases supondrá la exclusión automática del premio y la imposibilidad de participación de la universidad o escuela de diseño representante del eliminado en las próximas dos ediciones de los premios. Los órganos componentes, en cada caso, quedarán facultados para resolver las dudas que se presenten y tomar los acuerdos necesarios para el buen orden del premio en todo lo no previsto en estas bases. Para obtener más información del concurso, ponerse en contacto con Vicente Femenía Aranda, responsable del concurso, a través del email vicente@iabspain.es o del teléfono 914027699.