BASES DEL CONCURSO

CONCURSO DIRIGIDO A ALUMNADO DE 1ºCFGS

CONTEXTO DE LA MARCA

1 ¿QUIÉNES SOMOS?

Pictolín es una marca que pertenece a la empresa Intervan SA. La marca tiene origen en 1952 y desde entonces es líder en en el mercado español de caramelos balsámicos. El Pictolín clásico cuyo envoltorio se ha convertido en un icono, es el más conocido, pero no hay que olvidar que Pictolín tiene una amplia gama de sabores y variedades.

2 TARGET.

A pesar de que el segmento tradicional es adulto, Pictolín está trabajando otros segmentos más juveniles, desmitificando el concepto de "caremelos de mis abuelos". Para ello, la comunicación actual de la marca está dirigida a este público utilizando intensivamente publicaciones en diversas RRSS.

3 OBJETIVOS DEL SPOT.

Con este spot queremos trabajar nuestros dos frenos destacados:

- Alcanzar un público objetivo más joven alejándonos de un target excesivamente adulto.
- Desconocimiento de nuestra variedad de sabores y tipos. (Con y sin azúcar, con vitamina C, con miel...)

Otros objetivos a alcanzar son:

- Mejorar el conocimiento de la marca y su gama d productos.
- Aumentar la notoriedad.
- Aumentar WOM positivo hacia la marca.
- Potenciar la prueba del producto.

4 ¿DÓNDE SE VENDE PICTOLÍN?

Nuestros caramelos se pueden encontrar en una amplia variedad de supermercados, kioskos, tiendas de golosinas y amazon.

INDICACIONES DE REALIZACIÓN Y ENTREGA DE SPOTS

5 TÉCNICA DE GRABACIÓN.

- Dispositivos utilizados: teléfonos móviles o mediante cámaras profesionales (Nikon, Canon, Sony...).
- Programas : Windows movie maker, imovie, cup cut, adobe premier, etc.
- Duración máxima del spot: 45".
- Importante: Prestar atención a la calidad del audio. Grabación en HORIZONTAL.

6 ENTREGA SPOT Y RECOGIDA DE PREMIOS.

- Entrega de los trabajos: 18 de abril (enlace permanente al contenido del spot en aula virtual).
- Entrega de premios: 25 de Abril.

GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Educación, Cultura y Deporte

Pictolín

Centre Integrat Públic de Formació Professional
MISERICÒRDIA
Centre de Referència Nacional
VALÈNCIA

estudio_delabla