**BRIEF ADV NATALE 2014**

 **BABY CLEMENTONI**

* **Obiettivo della comunicazione**

Clementoni leader in Italia del gioco educativo è diventato oggi il garante dei valori riconosciuti alla gamma di prima infanzia a marchio Baby Clementoni, che trae dal brand mother il riconoscimento di **produttore specializzato di “giochi intelligenti”** vale a dire di quei giocattoli che aiutano il bambino a crescere **affiancando alla pura funzione ludica, una capacità di stimolo alla sua evoluzione psicomotoria.**

La prima infanzia Clementoni (nata nel 1999, diventata Bel Bebè nel 2000 e Baby Clementoni nel 2011) ha saputo affermarsi nel mercato, nel corso dei suoi 15 anni di storia, in maniera graduale e continua arrivando a conquistare oggi la seconda posizione subito dopo il leader storico Chicco. Oggi Baby Clementoni deve ribadire la sua **autorevolezza e credibilità** come brand capace di sostenere e stimolare lo sviluppo delle competenze cognitive e motorie del bambino attraverso giochi interattivi e “flessibili” capaci cioè di adattarsi alle diverse fasi della crescita del bambino e seguirlo nei diversi stadi del suo sviluppo. La comunicazione sul brand Baby Clementoni deve quindi affermare la sua **competenza** nella produzione di **giocattoli capaci di svolgere una funzione di stimolo** e **supporto alla crescita** attraverso il gioco, che diventa il mezzo attraverso cui proporre stimoli idonei alla specifica fascia di età. Il **vero testimonial deve quindi essere il giocattolo** che diventa il **veicolo dei valori del brand** ed esprime il Mondo esclusivo di Baby Clementoni, perché in Italia solo Clementoni può vantare una specializzazione nel gioco educativo tale da potersi proporre come partner e aiuto della mamma nell’educazione del suo bambino.

La comunicazione dovrà inoltre sostenere lo **sviluppo internazionale del brand** e dovrà quindi essere declinabile in molti Paesi, prevalentemente europei (Germania, Francia, Benelux, Portogallo, Spagna, Turchia). All’estero, ancora più che in Italia, è prioritaria l’esigenza di affermare la specializzazione del brand Baby Clementoni nel gioco educativo e la sua autorevolezza come **produttore di giochi “che aiutano, seguono e sostengono” il bambino nel suo processo di crescita** e **sviluppo psicofisico nella prima infanzia**.

* **Target audience**

**Mamme con bambini da 0 a 36 mesi**, molto coinvolte e attente all’educazione dei propri figli. Soprattutto se primipare queste mamme si dimostrano essere molto informate sulle più moderne teorie pedagogiche ed estremamente sensibili a tutto ciò che “forniscono” ai propri bambini a partire da abbigliamento e cibo fino ad arrivare al giocattolo. Consapevoli che la prima infanzia risulta essere l’arco temporale più proficuo per l’apprendimento del bambino e quello in cui la personalità va a formarsi nelle sue fondamenta, vedono il giocattolo non come un mero passatempo,ma piuttosto come un valido **strumento per stimolare lo sviluppo delle competenze psicofisiche** del bambino. La mamma sente quindi la responsabilità di una scelta importante per il futuro del proprio figlio, una scelta che di conseguenza **diventa meditata e realizzata** **sulla base di una specifica ricerca** per andare a scoprire il gioco più adeguato per le necessità del proprio bambino. Diventa quindi fondamentale per la mamma capire le potenzialità e le caratteristiche del giocattolo e necessario per noi spiegarlo in maniera chiara e semplice attraverso lo spot, soprattutto nel caso in cui si tratti di un prodotto complesso, come capita spesso per quei giochi che potremmo definire “evolutivi” perché ricchi di funzioni che ne dilatano nel tempo la giocabilità.

* **Posizionamento**

Per le mamme di bambini 0-36 mesi la gamma Baby Clementoni propone **giochi educativi, interattivi** e **innovativi** in grado di stimolare correttamente lo sviluppo psico-fisico del bambino e di “seguirne” la crescita proponendo prodotti multi-funzione che ne accompagnano i suoi diversi step evolutivi. Il gioco deve essere quindi contenitore di funzioni diverse di cui il bambino possa usufruire nel momento per lui adeguato all’interno di un arco temporale correttamente definito affinché lo stimolo proposto possa essere recepito diventando un’occasione di apprendimento e quindi di crescita. **Clementoni grazie alla sua cinquantennale esperienza nel campo del gioco educativo è stato in grado, con Baby Clementoni, di declinare la sua competenza** sul target 0-36 mesi creando una linea di giochi a partire dai primi mesi di vita.

* **Consumer insight**

Le mamme di oggi desiderano dare ai propri figli **gli strumenti corretti per supportarli,** fin dalla più tenera età, nello sviluppo delle proprie potenzialità. Responsabili di una scelta che può influire in maniera concreta sul futuro dei propri bambini, le mamme hanno la necessità di rivolgersi ad **un referente affidabile** e **credibile che possa affiancarle** concretamente in questo delicatissimo compito, perché è da piccoli che si inizia a gettare le basi del proprio futuro. Forte di questa consapevolezza, la mamma di oggi, informata e al passo con i tempi, non può e non vuole sottrarsi alla possibilità di offrire al proprio figlio **gli strumenti di crescita più adeguati e più adatti alle sue specifiche esigenze.**

* **Promessa (Brand promise)**

Baby Clementoni è un partner competente e affidabile per **sostenere, supportare e stimolare** il naturale sviluppo delle capacità dei bambini dagli 0 ai 36 mesi, perché **detentore di un know how specialistico ed esclusivo,** nell’ambito del gioco educativo, derivante da un’esperienza lunga 50 anni e costantemente aggiornato attraverso un riuscito **connubio tra le attuali teorie pedagogiche e la tecnologia più innovativa**. Un mix realizzato e reso possibile da un team interno di creatori di giochi formatosi in azienda e costantemente evoluto sul fronte della ricerca e dello studio nell’ambito di questa specifica tipologia di gioco e delle esigenze del target dei bambini nella prima infanzia.

* **Supporto (Reason Why)**

Perché i giochi della gamma Baby Clementoni sono:

* **interattivi e coinvolgenti** perché dotati di funzioni elettroniche;
* **multi-funzione** cioè capaci di offrire diverse modalità di fruizione che ne amplificano la giocabilità nel tempo e rendono il gioco flessibile e capace di seguire la crescita del bambino;
* **innovativi, originali** e **tecnologicamente evoluti;**
* **hanno contenuti educativi adeguati** veicolati nelle modalità più giuste per le esigenze di apprendimento specifiche del target;
* giochi **esteticamente gradevoli** realizzati con materiali di grande qualità e assolutamente sicuri.
* **Brand personality**

**Moderna, innovativa, dinamica.**

* **Tono**

**Allegro, caldo e coinvolgente** ma anche affidabile perché il brand è il più esperto nel gioco educativo per i bambini più piccoli.