

INSUPERLABEL  
**BRIEF** Terza Edizione

**KIKO**  
MILANO

**Insuperlabel** è un contest promosso da Auroflex, in partnership con HP Indigo, Luxoro e Fedrigoni SelfAdhesives, che nasce come occasione di confronto e integrazione tra l'industria della produzione e stampa delle etichette e il mondo della progettazione grafica.

La sfida di questa edizione è **creare un'etichetta per KIKO Milano**, noto marchio italiano di cosmetica, che opera nel settore del commercio al dettaglio con una linea di make-up e di trattamenti viso d'avanguardia.

La sua visione di bellezza è un faro nel mondo beauty, perché ne ridefinisce i canoni tradizionali; esalta e valorizza un'idea di bellezza molteplice e libera che consente a ogni persona di esprimere la propria personalità. I suoi prodotti sono progettati **per esaltare la bellezza in tutte le sue forme**; si evolvono e si rinnovano costantemente per dare il massimo dell'efficacia e della qualità.

L'identità di KIKO Milano, inoltre, è profondamente legata al valore del "Made in Italy", come riferimento per il mondo della moda, dell'arte e del design.

**IN  
INSUPER  
SUPERLABEL  
INLABEL  
INSUPERLABEL**

## OBIETTIVO DEL CONCORSO:

Insuperlabel, in questa nuova edizione, chiama i/le designers a progettare per - KIKO Milano - **un'etichetta speciale da applicare al pack degli acquisti online**, effettuati dall'e-commerce. Un'iniziativa che punta a rivoluzionare il packaging, a comunicare in modo chiaro e profondo il valore dell'ecosostenibilità, innescando un'esperienza d'acquisto unica come poche. KIKO Milano, infatti, ha scelto di trasmettere – attraverso il contest – il proprio posizionamento sostenibile nel mercato. E nel farlo, si è posta l'obiettivo di realizzare confezioni a impatto ridotto e imballaggi per la spedizione “plastic-free”.

Da qui l'idea di realizzare **un'etichetta con carte 100% riciclate**, da applicare – come sigillo di chiusura – su una brown box in cartone riciclabile, stampata a secco senza inchiostri, verniciatura ed elementi plastici con un collante a base di amido senza glutine.

Vista l'importanza dell'approccio green al progetto, la grafica ideata dovrà includere la seguente frase:

**“Questa etichetta è stata creata con carta certificata FSC® 100% riciclata”**

## CARATTERISTICHE TECNICHE DELL'ETICHETTA

1) Le dimensioni del progetto grafico dell'etichetta sono di 100x150 mm, così da poter essere applicate sulle diverse dimensioni dei pacchi forniti da KIKO Milano.

2) L'etichetta deve contenere il logo KIKO, la cui larghezza minima deve essere 26,5 mm.

L'etichetta deve, inoltre, riportare il riferimento al sito "www.kikocosmetics.com", utilizzando gli specifici font del brand. Per il resto, i concorrenti saranno liberi di impiegare qualsiasi font sia in linea col proprio progetto, purché si tratti di font gratuiti. Tutto il materiale in questione (logo design e font KIKO) è disponibile all'interno del capitolato tecnico, scaricabile dal sito [www.insuperlabel.it](http://www.insuperlabel.it)

3) L'etichetta deve contenere i due simboli presenti nel capitolato tecnico e riportarli nelle dimensioni pari a 12 mm x 12 mm ciascuno.



4) L'etichetta deve essere inedita, mai pubblicata in nessuna forma, né a mezzo stampa, né editoriale, multimediale, web o altro. Non deve violare diritti di terzi, incluso copyright, marchi, brevetti e qualsiasi altro titolo di proprietà intellettuale. Non deve contenere effigi, fotografie o elementi identificativi non autorizzati.

5) Tutti gli elaborati grafici devono essere inseriti in tavole di dimensioni A3 orizzontale, che devono includere:

- file del progetto nel formato vettoriale di Adobe Illustrator, di dimensioni 100x150 mm, utilizzando il template caricato nell'apposita sezione del sito [www.insuperlabel.it](http://www.insuperlabel.it);

- tavola grafica contenente l'etichetta in formato PDF;

- file di rendering 3D, che dovrà mostrare le etichette applicate sul contenitore selezionato;

- eventuale documentazione a corredo, per un numero massimo di 3 tavole in formato PDF, di dimensioni A3 orizzontali. La documentazione sarà necessaria per comprendere le proprie scelte progettuali, in relazione al tema fornito.

## CONCLUSIONI

L'Insuperlabel, in questa edizione 2024, dovrà riuscire a far brillare i valori di KIKO Milano, la sua visione ecosostenibile, il suo legame profondo al made in Italy e a un'idea di bellezza libera e molteplice. Dovrà essere capace di **fare dell'unboxing un momento magico per chi riceve il pacco di un acquisto online.** Perché l'etichetta KIKO deve essere molto più di una semplice etichetta. Deve essere un sigillo originale, seducente, prezioso. L'ingresso a un'emozione da vivere.

# INSUPERLABEL