



ccp brief abe

brief aberto  
aberto

ccp  
ccp brief

## Brief Aberto CCP 2023 \_ LEROY MERLIN

O **Clube da Criatividade de Portugal (CCP)**, em parceria com a **LEROY MERLIN**, lança um briefing aberto a todos os jovens profissionais do país, que tenham entre 18 (dezoito) e 30 (trinta) anos. Este é um concurso que pretende dar visibilidade a novos talentos na área da criatividade, desafiando os jovens a desenvolver uma proposta de ideia que faça a LEROY MERLIN ser reconhecida como a marca nº1 para a eficiência energética da casa.

### CONTEXTO

#### **Sociocultural**

No contexto socioeconómico atual, milhões de portugueses debatem-se com o tema da **pobreza energética** das suas casas, sendo necessário encontrar soluções que garantam a eficiência energética dos lares portugueses, tornando-os mais amenos, confortáveis e saudáveis sem ter que gastar muito dinheiro.

### MARCA

A LEROY MERLIN é uma **empresa especializada na venda de soluções para a Casa**, conjugando produtos e serviços nas áreas da Bricolage, Construção, Decoração e Jardim, numa ótica omnicanal e com uma presença crescente no e-commerce, de forma a facilitar o mais possível a vida dos clientes particulares e profissionais.

A LEROY MERLIN partilha um forte propósito de melhoria do Habitat e **coloca a sustentabilidade no coração da sua estratégia**, procurando gerar Impacto Positivo em todas as ações, seja através de valor humano, ambiental ou económico, com o intuito de **fazer da Casa um lugar mais Positivo para viver** e de **democratizar o acesso a casas mais eficientes**.

### AUDIÊNCIA

Consumidor dos 25 aos 65 anos.

## **PROBLEMA DE MARCA**

A LEROY MERLIN continua a ser fortemente associada apenas à construção e materiais de construção.

## **PROBLEMA**

*Qual o problema real que a nossa audiência enfrenta?*

A maioria dos portugueses não sabe como tornar a sua casa mais quente no inverno e fresca no verão e não sabe como fazê-lo com eficiência energética.

## **VANTAGEM**

*O que nos torna únicos e motivantes na cabeça das pessoas?*

A LEROY MERLIN consegue oferecer soluções, quer através dos produtos e serviços, quer através de uma equipa especializada que conseguem tornar uma casa mais eficiente energeticamente – seja na fase de construção, remodelação ou simplesmente decoração

## **INSIGHT**

*Uma verdade ainda não descoberta que lança uma luz nova sobre o problema*

Em Portugal, continuamos a viver em casas demasiado frias ou demasiado quentes, ou então temos que gastar muita energia para resolver o problema, apesar de já existirem centenas de pequenos passos que podemos tomar para compensar essa deficiência.

## **MENSAGEM CHAVE**

Só na LEROY MERLIN é possível tornar uma casa energeticamente mais eficiente, de fio a pavio, seja qual for a altura do ano.

## **PROCEDIMENTO DE CANDIDATURA:**

1. Preenchimento e submissão do [formulário](#) ficha de inscrição e declaração assinada.  
Após inscrição do formulário será atribuído pela organização um ID (número de identificação), que deverá ser utilizado para identificar a proposta a concurso (a identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas).  
Caso não receba o ID até 48h após submetida a inscrição por favor enviar email para [briefabertoccp@clubedacriatividade.pt](mailto:briefabertoccp@clubedacriatividade.pt)
2. A proposta deve ser submetida em PDF [formulário](#) do desafio.

## **TRABALHO A APRESENTAR**

A proposta deve ser apresentada de acordo com o regulamento e o briefing lançado:

- 1 Apresentação da proposta e racional criativo em PDF. Na tua proposta deverás ter uma ideia de comunicação que gere notoriedade para as soluções (produtos e serviços - algumas famílias de produtos: Aquecimento; Climatização; Isolamento; Produção de água quente; Eletrodomésticos de cozinha; Iluminação; Solar (autoconsumo + baterias) que a LEROY MERLIN oferece para melhorar a Eficiência Energética das casas dos Portugueses.

Poderás escolher o formato de ideia que entenderes que melhor resolve o briefing: A campanha deverá ser veiculada maioritariamente em Digital, quer através de canais próprios (Youtube, Facebook, Instagram e Pinterest) quer através de formatos pagos. Pode incluir o uso de Influenciadores. Pode também incluir o uso de formatos *offline* (outdoor, rádio, TV ou outros que identifiques que façam *fit* entre a mensagem e a audiência). O júri escolherá a melhor ideia para resolver o problema do briefing.

2. Submissão da proposta em ficheiro PDF de alta resolução até 200Mb no [formulário](#) identificado com o ID (número de identificação) atribuído pela organização após preenchimento do [formulário ficha de inscrição](#)
3. A identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas. Utilizar ID (número de identificação) atribuído pelo CCP para identificação da proposta.

---

### **Mais informação sobre a marca LEROY MERLIN:**

#### **QUEM SOMOS**

Somos uma empresa Data Driven e Positive Inside, cada vez mais próxima dos nossos Colaboradores, Habitantes e Clientes, porque seja qual for o ponto de contacto escolhido - entre as lojas físicas, o site e/ou a venda à distância por telefone - procuramos oferecer a melhor e mais completa experiência, baseada na nossa visão Customer & Human First, que coloca as pessoas no centro de todas as nossas decisões.

Somos Human First pela aprendizagem contínua, pela autonomia e responsabilidade, pelo feedback permanente, porque ouvimos os nossos Colaboradores e fazemos de todos eles líderes na natureza das suas funções. Somos guiados por um Modelo de Liderança, que olha para cada Colaborador como um líder. Por isso mesmo, a LEROY MERLIN tem cerca de 5.800 líderes em Portugal.

## **MISSÃO**

Democratizar o acesso a casas mais eficientes

A bricolage não é apenas para os experts  
A construção não é apenas para o Pro  
A decoração não é apenas para as mulheres  
E o jardim não é apenas para o verão

Para os portugueses que vivem em moradias, a energia constitui 25% das despesas do seu agregado. Já em apartamentos, este número reduz para 19%. Num contexto de **extrema pobreza energética a nível nacional**, há um pico de incapacidade de pagamento das contas domésticas ao mesmo tempo que o preço por KW tem tido uma tendência ascendente, acrescida em 2022 e 2023 pelo contexto socioeconómico.

No contexto socioeconómico atual, em que milhões de portugueses se debatem com o tema da pobreza energética das suas casas, a LEROY MERLIN deve posicionar-se rapidamente no mindset do Cliente como provider de soluções que garantam a eficiência energética dos lares portugueses.

Através desta iniciativa será possível evidenciar os produtos e soluções da marca neste eixo e de que forma estes contribuem para combater a pobreza energética e tornar as casas dos nossos Clientes mais acolhedoras, confortáveis e saudáveis.

## **LINKS DE APOIO:**

<https://www.leroymerlin.pt/a-leroy-merlin/>

<https://www.leroymerlin.pt/pt/melhor-eficiencia-energetica>

<https://www.leroymerlin.pt/pt/sustentabilidade>

<https://www.adeo.com/>

## **NORMAS DE UTILIZAÇÃO DO LOGÓTIPO:**

Para a criação da proposta, deve utilizar-se o logótipo da marca LEROY MERLIN conforme manual de normas.

## **REGULAMENTO E ENTREGA DO TRABALHO:**

Ao apresentares uma candidatura estás a aceitar o Regulamento.

---

**DICAS PARA O SUCESSO DA TUA CANDIDATURA:**

[Como preparar uma inscrição](#)

[Tutor pack](#)

*Boa sorte!*