

**PRODOTTI**

## **Ehi, bambini! Divertitevi, imparate tante cose, mettete in disordine che a pulire ci pensa Bounty!**

**Una partnership unica tra il marchio asciugatutto Bounty della Procter & Gamble e un nuovo laboratorio creativo per bambini chiamato 'Make-A-Messterpiece' che unisce disordine creativo e apprendimento stimolante.**

### Perini Journal

"Fin dalla nascita," dice Ryan FitzSimons, "ci viene detto continuamente 'non fare confusione!'. Tuttavia esistono innegabili prove empiriche basate sull'esperienza, sull'osservazione e su esperimenti, che collegano la creatività con il pensiero creativo e quindi con maggiori successi accademici. Poiché la creatività è spesso disordinata e richiede grandi pulizie che in molte case non sono ben viste, abbiamo creato Make-A-Messterpiece, un luogo in cui la parola d'ordine è 'DISORDINE', un eccezionale laboratorio creativo per bambini."

"Secondo uno studio della Stanford University, i giovani che partecipano a laboratori artistici hanno una probabilità quattro volte maggiore di ricevere riconoscimenti accademici. Si tratta del 400 per cento di possibilità in più di eccellere tramite la semplice partecipazione ad un progetto artistico! Tuttavia, nella difficile situazione economica di oggi, i programmi artistici nelle scuole sono i primi ad essere oggetto di tagli." Questo è in breve come FitzSimons, presidente del Gigunda Group e fondatore del laboratorio creativo per bambini Make-A-Messterpiece, spiega le motivazioni alla base di questo concetto. Il primo laboratorio Make-A-Messterpiece (abbreviato in MAM) del mondo è stato inaugurato nel settembre 2009 a Glenview, vicino a Chicago, Illinois, negli Stati Uniti. Là, è stato preso in affitto un negozio di 15.000 piedi quadrati, pari a circa 1.500 metri quadrati, nel centro della cittadina di Glen, che è un quartiere tipo villaggio, con negozi, ristoranti e servizi oltre ad appartamenti residenziali.

**UNA LUNGA RELAZIONE DI "MARKETING SPERIMENTALE" CON P&G.** Gigunda collabora da oltre 15 anni con Procter & Gamble in quello che chiama "marketing sperimentale". Le due aziende hanno collaborato ad attività promozionali come le pubblicizzatissime, innovative e pulite 'Charmin Restrooms' pubbliche di Times Square, a New York, nelle ultime stagioni di shopping natalizio nei mesi di novembre e dicembre.

Le aziende hanno collaborato anche al progetto 'Tide Loads of Hope', un servizio umanitario di lavanderia di supporto alle catastrofi naturali sponsorizzato dal detersivo da bucato Tide della P&G. Il servizio invia furgoni carichi di lavatrici nelle zone colpite da calamità naturali, come uragani e alluvioni. L'idea è quella di aiutare le persone che hanno perso la casa o hanno subito gravi danni lavando loro i panni gratuitamente per sollevarli da tale peso in caso di crisi.

E' stato quindi del tutto naturale per Gigunda contattare P&G e Bounty quando ha preso in considerazione il concetto del Make-A-Messterpiece.

**UN BUON MATCH CON I BRAND VALUES DI BOUNTY.** Eric Higgs, Brand Manager di Bounty per il Nord America presso P&G, dice che il concetto del Make-A-Messterpiece si è ben integrato con i brand values di Bounty. "Noi di Bounty vediamo i laboratori Make-A-Messterpiece come un'opportunità per aiutare i bambini a crescere e imparare sponsorizzando attività divertenti e pratiche che incoraggiano la curiosità e la spontaneità al di fuori della scuola. Ci è sembrata un'idea entusiasmante e innovativa, dato che Bounty crede nello stimolare la creatività e la curiosità dei bambini senza farsi ostacolare dal disordine." Inoltre, dice Higgs, secondo un'indagine svolta sugli amministratori scolastici degli Stati Uniti nel 2009, il 65% ha dichiarato che l'offerta di educazione artistica è considerata una 'bassa priorità' e quasi il 20% prevedeva tagli nel numero degli insegnanti di discipline artistiche per l'anno scolastico 2009-2010. Bounty è convinta di poter dare una mano in questo senso, sponsorizzando attività divertenti e pratiche che incoraggiano la creatività.

Inoltre, continua Higgs, "Questa è per Bounty un'occasione per dimostrare il proprio impegno. E' il modo che ha Bounty per dire ai genitori "Non lasciate mai che il disordine impedisca ai vostri figli di imparare e provare cose nuove, perchè a pulire ci pensa Bounty."

**CREATIVITA' E APPRENDIMENTO PER PENSARE IN GRANDE.** Ci sono voluti circa due anni perché l'idea del MAM passasse

dall'iniziale stadio concettuale al lancio effettivo e all'apertura al pubblico, a Chicago, nello scorso mese di settembre. In questo periodo, sono stati presi in considerazione oltre 40 idee e concetti che incoraggiassero sia la creatività che l'apprendimento, tra cui ne sono stati scelti otto. Quindi la sede del MAM di Chicago è dotata di otto zone dedicate ad attività distinte, ciascuna con un diverso tema di apprendimento, e due sale giochi che possono essere utilizzate per feste di compleanno e attività simili. Il MAM non è un asilo e non è un luna park per bambini in cui si salta sui trampolini o ci si butta dallo scivolo o si fanno addirittura tutte e due le cose insieme. Il MAM è invece descritto come "un ottimo laboratorio creativo per bambini" dove questi possono dare libero sfogo alle loro idee ed energie in un ambiente divertente, pratico e super flessibile. Sarah Cole, Site Manager di MAM, sembra avere un lavoro piuttosto divertente. "Qui", dice, "nessuno si preoccupa del disordine che le attività potrebbero provocare. Non vogliamo limitare i bambini. Vogliamo invece che diano libero sfogo alle loro idee e alla loro immaginazione senza sentirsi sgridare, come al solito, 'Non fare confusione!' come succede nella maggior parte delle famiglie. Noi diciamo 'Non preoccupatevi del disordine, a mettere a posto ci pensa Bounty' e pare che questo metta tutti d'accordo."

**METTI IN DISORDINE, CHE ASPETTI?** Lo staff, disponibile e motivato, spesso insegna velatamente una lezione durante un'attività, ad esempio concetti di nutrizione, classificazioni alimentari e chimica di base durante la preparazione di una pizza, o approfondisce concetti scientifici, come la densità, la rifrazione e la riflessione della luce, durante la costruzione di un caleidoscopio. Tra le 30 persone dell'organico ci sono diverse giovani donne, generalmente qualificate in educazione artistica o insegnamento, che guidano e assistono i bambini nelle varie attività. Poi, ovviamente, quando si ha una gran confusione dopo avere dipinto con le mani o cucinato o avere suonato i tamburi riempiti di vernice (quello è davvero uno spettacolo divertente!), fanno la loro comparsa i tovaglioli Bounty che vengono usati per la ripulitura finale.

**LA VICINANZA DEI GENITORI.** La persona che si prende cura del bambino, in genere un genitore, un nonno o una tata, rimane nelle vicinanze mentre i bambini prendono parte al laboratorio. Essi possono partecipare alle attività o aspettare al bar, che offre una connessione Internet wireless gratuita se vogliono usare il computer. Per accedere al laboratorio, i visitatori pagano 10 dollari più una quota aggiuntiva di 5 dollari per quelle che vengono definite come le attività 'chiave' o le principali attività interattive. Le attività 'chiave' includono: Cucina creativa per bambini – Dove gli ingredienti principali sono la scienza e la matematica. I piccoli cuochi fanno un'esperienza pratica preparando manicaretti unici, divertenti e commestibili, aumentando nello stesso tempo la propria autostima e il proprio senso di realizzazione.

Bubble'ology – Permette ai bambini di esplorare i concetti di gravità e la teoria dei colori attraverso una stranissima macchina che fa le bolle con la vernice. I bambini imparano le nozioni di causa ed effetto creando nel frattempo opere di arte astratta.

Little Sprouts – Natura, cura, riciclaggio e sostenibilità sono competenze essenziali che i bambini imparano qui, piantando semi ed erbe. Possono portare i vasi a casa e osservare le piante crescere come conseguenza diretta delle loro cure.

Drum Roll – I bambini, vestiti con abiti impermeabili, picchiano liberamente sui tamburi in uno studio fonico 'lavabile' su misura. E le pelli dei tamburi sono riempite con un po' di vernice! La sessione viene poi registrata e analizzata per imparare le nozioni di ritmo e sequenza. Una gran confusione e tanto divertimento!

Postazione sperimentale – Qui si imparano le scienze, le relazioni di causa ed effetto, il metodo sperimentale e il problem-solving creativo. Gli scienziati in erba possono provare vari esperimenti, dai vulcani e dalle pozioni magiche alla spinta termica, alla riflessione della luce e alle densità.

**LA FOLLA AUMENTA COL PASSARE DELLE SETTIMANE.** Il laboratorio ha riscosso grande successo, secondo Cole, Site Manager, attirando dai 50 ai 100 bambini al giorno, ed è particolarmente affollato nei fine settimana. "E' un po' come nei ristoranti", spiega Cole, "che diventano più affollati negli ultimi giorni della settimana. Anche le sale per le feste si sono rivelate un successo come alternative più creative rispetto a cose tipo McDonald's per le feste di compleanno. Facciamo il tutto esaurito nei fine settimana."

**COSA HA VISTO BOUNTY.** Si direbbe che Gigunda e Bounty abbiano un enorme successo. In qualità di sponsor, P&G e Bounty meritano di essere lodati per avere riconosciuto il valore piuttosto astratto del sostegno della creatività dei bambini e delle arti in questo tipo di marketing sperimentale.

Higgs, Brand Manager di Bounty, dice di averla vista come "un'opportunità di andare oltre i confini tradizionali del marketing e attirare veramente il consumatore in modo nuovo e interattivo. La partecipazione di Bounty fa parte della nostra ricerca continua di metodi innovativi per relazionarsi col cliente in modi significativi e unici e offrendo loro valore. E' anche un modo per dimostrare il nostro impegno ad ispirare la creatività e la curiosità dei bambini mentre loro si divertono in un ambiente colorato, pratico ed estremamente flessibile". Per quanto riguarda l'opinione di Bounty sullo sviluppo futuro di MAM, Higgs è del tutto sicuro delle possibilità che offre. "Il laboratorio Make-A-Messsterpiece è un investimento per Bounty e rafforza il nostro impegno ad educare la curiosità e la creatività dei bambini, sostenendo l'apprendimento e attività divertenti e creative. Con il passare del tempo, valuteremo le future possibilità che potremo realizzare nella struttura." •