

Esercitazione per il Laboratorio di Tecniche Pubblicitarie

Titolare: Francesco Cardinali

Macerata, 16 maggio 2012

BRIEF

Cliente (intestazione): **TP - Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti**

Background:

TP Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti è una Associazione di persone costituita nel 1945, non ha fini di lucro ed ha sede a Milano in Via A. Salaino 7. Fanno parte della TP oltre 2000 Soci, tra Pubblicitari Professionisti TPP e Pubblicitari TP, che operano su tutto il territorio nazionale. L'Associazione ha come scopo preminente la tutela dei principi etici e della qualificazione professionale degli Operatori della Pubblicità e della Comunicazione, promuovendo istituzionalmente la formazione e soprattutto l'aggiornamento dei Soci, obbligatorio per i Pubblicitari Professionisti. Il rispetto di questa regola e l'osservanza delle norme deontologiche e del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria sono requisiti fondamentali e vincolanti per l'appartenenza all'Associazione.

Nel luglio 2002 TP ha ottenuto il Certificato di Qualità UNI EN ISO 9001:2000, ed è stata la prima associazione di professionisti della comunicazione ad ottenere questo prestigioso riconoscimento. In particolare TP ha chiesto ed ottenuto la certificazione delle procedure di ammissione e di quelle di aggiornamento, degli esami di ammissione e di qualificazione, dei corsi di formazione, dell'attività associativa nazionale e regionale e soprattutto della propria attività a tutela e rappresentanza degli iscritti. TP promuove attività di ricerca e di insegnamento volte all'evoluzione teorica ed operativa della pubblicità e delle connesse strategie di comunicazione, svolgendo la sua attività a favore dei Soci ed a tutela dei loro interessi professionali in modo coordinato a livello sia comunitario, sia nazionale, sia locale.

Sintesi del progetto:

Nel mese di ottobre 2012, per la prima volta, TP decide di inaugurare una due giornate di formazione gestite da soci di prestigio volte a far conoscere l'associazione a potenziali soci, professionisti del settore e non. Le giornate di formazione, che si ripeteranno a cadenza annuale, prevedono la convivenza di due percorsi di orientamento diversi: uno dedicato ai professionisti del settore, uno ai non professionisti, con dei momenti di confronto comuni.

Al termine del corso, in cui verranno presentati dei contenuti specifici legati al mondo della pubblicità contemporanea, saranno esposti anche i servizi offerti dall'associazione offrendo la possibilità ai partecipanti di far richiesta immediatamente per l'iscrizione all'associazione.

Le giornate di formazione necessitano di uno sviluppo identitario (naming, logo, immagine complessiva, strategia per una campagna di comunicazione).

Obiettivi:

Far conoscere l'associazione e i suoi servizi, promuovendo lo sviluppo di una cultura pubblicitaria moderna, funzionale allo sviluppo economico ed eticamente corretta.

Promessa funzionale:

Stimolare uno sguardo critico sulla comunicazione pubblicitaria oggi e attivare uno scambio relazionale fatto di servizi (offerti dall'associazione) e creatività e esperienza (offerta da soci attuali e potenziali).

Promessa simbolica:

Entrare a far parte di una rete di professionisti che fondano la professione pubblicitaria su valori etici e di buona comunicazione.

Target:

Studenti delle facoltà di comunicazione e delle accademie delle belle arti, desiderosi di occuparsi di pubblicità a livello professionale in futuro.

Professionisti del settore (di ogni età).

Tone of voice:

Accattivante, creativo, capace di stimolare curiosità verso il messaggio e interesse verso gli obiettivi e l'associazione, senza trascurare la natura istituzionale della campagna.

Keywords: eccellenza, formazione permanente, etica, buona comunicazione.

Punti essenziali: logo TP

Budget: non indicato, quindi non è il caso di limitarsi... ricordate che, come sempre, la sfida sta nell'ottimizzare l'azione di comunicazione, proponendo idee efficaci ed utilizzando anche tutte le possibilità che offre il web (social media) per veicolare il messaggio.

Timing: venerdì 18 maggio ore 13