

ESERCITAZIONE: come nasce un pay-off Inventiamone qualcuno per la TP

PARTE 1

La Tp d'ora in poi...

Come più volte sottolineato nel corso del nostro laboratorio, nel 2011 la Tp si è dotata di una propria **Charta di Identità**, che riassume i suoi valori di appartenenza e si presenta come una fonte di orientamento per i professionisti della comunicazione di domani. La Charta presenta otto punti cardinali, considerati quali valori fondanti della professionalità dell'Associazione.

COSA DOVETE FARE VOI:

1. Leggete attentamente ogni singolo punto proposto e scegliete i due valori che, secondo il vostro punto di vista, necessitano in maniera maggiore di essere promossi, per come intendete voi stessi il mondo della comunicazione pubblicitaria. Motivate la vostra scelta.
2. Create un payoff per la Tp che sia rappresentativo (e quindi li riassume in modo evocativo) dei due valori che avete individuato.

PARTE 2

TpDomani

Il progetto TPDomani nasce dalla volontà di TP di costruire e rinforzare un canale di scambio reciproco con i protagonisti del futuro della professione pubblicitaria. L'obiettivo, inteso in termini generali, è quello creare, con il tempo, un sistema articolato capace di fondare ed incoraggiare relazioni reciproche tra gli associati *senior*, ai vertici di una piramide che rappresenta attualmente il mondo della professione intesa in senso tradizionale, e i giovani, potenziali soci *junior*, che ne costituiscono a tutti gli effetti la base, garantendo l'esistenza della stessa, ma soprattutto, offrendo ad essa, grazie a intraprendenza e creatività, l'energia innovativa che le potrebbe attribuire una forma stabile.

Per GIOVANI si intende tutti coloro che, di età compresa tra i 19 e i 30 anni, studiano, si formano, o si cimentano per lavoro, nel mondo della comunicazione in senso lato, e della pubblicità in senso stretto. Affinchè costituiscano la base solida della piramide della comunicazione pubblicitaria di domani, essi necessitano di:

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

Titolare: Paolo Paoletti - Lezione del 20 aprile 2011

1. MOTIVAZIONE di fronte alla sfiducia che dimostrano nei confronti del mondo occupazionale in generale;
2. INFORMAZIONE su tutte le attività (dalle tradizionali a quelle più innovative e meno scontate) che il mondo della comunicazione pubblicitaria offre nel panorama della comunicazione attuale;
3. SOSTEGNO alle proprie idee/iniziative
4. SPAZIO per esprimersi appieno

Il progetto TP DOMANI nasce per rispondere ad ognuna di queste esigenze, in modo concreto.

COSA DOVETE FARE VOI:

3. Provate a inventare un payoff per il progetto. Motivate la vostra scelta.