

## Incuriositi? Venite a dare un'occhiata!

[www.texterin-texter.ch](http://www.texterin-texter.ch)

Per sapere tutto sulla formazione e l'«attestato professionale federale di redattrice di testi pubblicitari / redattore di testi pubblicitari».

[www.sw-ps.ch](http://www.sw-ps.ch)

Pubblicità Svizzera (PS), l'associazione mantello della pubblicità in Svizzera.

[www.scriptweb.ch](http://www.scriptweb.ch)

script, l'Associazione svizzera dei copywriter.

[www.publiciteromande.ch](http://www.publiciteromande.ch)

Publicité Romande, l'associazione della pubblicità della svizzera francese.

[www.bsw.ch](http://www.bsw.ch)

L'associazione svizzera delle agenzie leader nella pubblicità e nella comunicazione.

[www.asw.ch](http://www.asw.ch)

L'alleanza svizzera delle agenzie pubblicitarie e di comunicazione dirette dai loro titolari.

Organo responsabile per l'attestato professionale federale di redattrice di testi pubblicitari / redattore di testi pubblicitari  
Lisa Steger, Leitung Prüfungsorganisation  
Lächenstrasse 20, 8247 Flurlingen  
Tel. +41 79 64 260 64  
info@texterin-texter.ch

Organo responsabile: Pubblicità Svizzera PS, Associazione svizzera dei copywriter script, Publicité romande, Scuola professionale cantonale di formazione continua EB Zürich

Profilo professionale di redattrice / redattore di testi pubblicitari

«Any fool can write a bad ad, but it takes a genius to keep his hands off a good one.»

David Ogilvy, redattore di testi pubblicitari e fondatore di Ogilvy & Mather, 1911 – 1999

# Profilo professionale di redattrice / redattore di testi pubblicitari

## Cosa fa, tutto il giorno, un redattore di testi pubblicitari?

Concepisce e redige testi per supporti pubblicitari. Ad esempio, un annuncio per un veicolo a basso consumo energetico, un mailing per una nuova coperta riscaldante con presa USB, o una seducente campagna su Facebook per una marca d'abbigliamento. La varietà della professione rispecchia l'eterogeneità della clientela – il che spiega anche perché questi compiti sono tanto esigenti. Ma presso l'agenzia pubblicitaria o in seno alla divisione marketing, non tutte le giornate sono tanto straordinarie come l'immaginano molti. Purtroppo...

## Quali capacità deve avere un redattore di testi pubblicitari?

Indubbiamente, il piacere per la lingua e un pizzico di creatività. Ma poiché uno slogan spigliato non basta per incrementare le vendite, ci vuole di più. Come capacità analitiche, per concepire con altri partner una campagna pubblicitaria che deve convincere innanzitutto il cliente, poi i clienti del cliente. E la capacità di essere creativo anche sotto la pressione del tempo e a comando. Una curiosità innata, una ricca cultura generale e conoscenze delle lingue straniere – soprattutto l'inglese – non guastano di certo.

## Ma cosa deve saper fare un redattore di testi pubblicitari?

Beh, sicuramente deve scrivere bene e scrivere volentieri. Spesso deve veicolare messaggi complessi in modo semplice, comprensibile e diretto. Per riuscirci deve essere in grado di individuare i vantaggi essenziali di un prodotto o di un servizio, comprenderli e – nel vero e proprio senso del termine – venderli. Oltre ad una particolare sensibilità per la forza delle parole, deve disporre di uno spiccato senso grafico, poiché il testo, le immagini, la tipografia e l'impaginazione sono parte integrante del messaggio.

## Qual è il miglior modo per diventare redattore di testi pubblicitari?

Per gli esordienti, il modo più saggio per lanciarsi in questo settore è assolvere uno stage in un'agenzia. È qui che il futuro redattore di testi pubblicitari affila le prime armi lanciandosi nella mischia della professione. È forse duro, ma senz'altro pagante: infatti, come redattore di testi pubblicitari junior progetterà e redigerà da solo le sue prime campagne pubblicitarie.

## Esiste una formazione riconosciuta?

Fino al 2010 non c'era nessuna formazione specifica. Chi voleva diventare redattore di testi pubblicitari seguiva un corso qui, un seminario là... Ora esiste una formazione teorico-pratica di redattrice/redattore di testi pubblicitari che – secondo l'offerente – dura da sei a nove mesi e costa qualche migliaio di franchi. La formazione è destinata ai redattori di testi pubblicitari alle prime armi. Su [www.texterin-texter.ch](http://www.texterin-texter.ch) è pubblicato un elenco sempre aggiornato degli operatori del settore.

## Esiste un diploma riconosciuto?

Sì. Dal 2011 le redattrici e i redattori di testi pubblicitari possono accedere a un esame di capacità completo e ottenere l'«attestato professionale federale di redattrice/redattore di testi pubblicitari». Ampiamente incentrato sulla pratica, l'esame dura una giornata ed è piuttosto impegnativo. Chi si iscrive all'esame deve poter dimostrare di aver maturato almeno due anni di esperienza professionale nel settore del marketing, delle relazioni pubbliche o della pubblicità e di aver superato l'esame di ammissione Markom nei cinque anni precedenti. Il Regolamento d'esame e la Direttiva relativa al Regolamento d'esame possono essere scaricati nel formato PDF da [www.texterin-texter.ch](http://www.texterin-texter.ch).

## Quali opportunità professionali ha un redattore di testi pubblicitari?

Stagista, redattore junior di testi pubblicitari, redattore di testi pubblicitari, Copy Director. I redattori migliori diventano Creative Director di un'agenzia o fondano la loro propria agenzia. Taluni si mettono in proprio e lavorano come freelance per agenzie o direttamente per clienti.