

## Descrizione

Il redattore e la redattrice di testi pubblicitari creano testi per la comunicazione aziendale, il marketing, la pubblicità o la vendita. Scrivono slogan, brochure, sinossi di spot pubblicitari, flyer, ecc. e presentano in modo accattivante i prodotti e i servizi dei propri clienti (aziende o privati). I loro testi si adattano a diversi media e pubblici target al fine di suscitare l'interesse dei consumatori.

Le loro attività principali possono essere così descritte:

### Sviluppo dei concetti pubblicitari

- esaminare la domanda del cliente;
- effettuare ricerche sul prodotto o servizio in questione: caratteristiche, studi di mercato, analisi concorrenziale, ecc.;
- sviluppare un concetto pubblicitario o una strategia di comunicazione: definire gli obiettivi, il pubblico target, il messaggio da trasmettere, ecc.;
- scegliere gli strumenti pubblicitari e di comunicazione (digitali o tradizionali) adattandoli alla domanda del cliente: pubblicità tradizionale (manifesti, spot radiofonici o televisivi, banner, ecc.), promozione di vendita (concorsi a premi, buoni sconto, ecc.), marketing mirato (pubblicità via posta e email, telemarketing, ecc.), pubbliche relazioni (sito internet, social media, comunicati stampa, ecc.), eventi (fiere, esposizioni, ecc.) o sponsorizzazioni;
- presentare la strategia al cliente e pianificarne la messa in atto;

### Redazione

- redigere testi chiari, precisi e concisi volti a catturare l'attenzione e a suscitare l'interesse del pubblico target sul prodotto o servizio offerto;
- adattare un testo ai differenti target (bambini, giovani, adulti, ecc.) e media (flyer, sito internet, social media, SMS, ecc.);
- trovare la formulazione, il vocabolario, il tono e il carattere più adatti al concetto pubblicitario;
- definire un linguaggio visivo e sviluppare frasi ad effetto: titoli, slogan, ecc.;
- tenere conto degli aspetti legati all'indicizzazione dei siti web (SEO) per migliorare il loro posizionamento nei risultati dei motori di ricerca: scelta delle parole chiave, dei titoli, ecc.;
- redigere sinossi per spot pubblicitari destinati alla televisione o alla radio;

### Follow-up del progetto

- seguire la realizzazione del progetto e la diffusione del messaggio pubblicitario;
- esprimere un parere sulle proposte grafiche e verificare che siano coerenti con il concetto pubblicitario;
- analizzare e tenere conto dei feedback ricevuti sul piano editoriale, finalizzare i testi;
- individuare gli elementi mancanti o incompleti, migliorare le misure di comunicazione esistenti;
- garantire il rispetto delle norme vigenti, come la legge federale contro la concorrenza sleale (LCSI) e il diritto d'autore.

## Formazione

La formazione si acquisisce parallelamente all'esercizio della professione.

Durata: da 1 a 1,5 anni

Luogo: Camorino

Altre offerte di formazione in Svizzera:  
[www.orientamento.ch/scuole](http://www.orientamento.ch/scuole)

Contenuti (a titolo indicativo)

- idee, progetto, testo;
- ortografia, grammatica, punteggiatura;
- redazione;
- media audiovisivi, elettronici e digitali;
- analisi ed efficacia dei testi;
- fondamenti di marketing e strumenti di comunicazione;
- ricerca e diritto;

Maggiori informazioni sulla formazione a Camorino: [www.orientamento.ch/scuole](http://www.orientamento.ch/scuole)

Al termine della formazione, superati gli esami finali, si ottiene l'attestato professionale federale (APF) di

REDATTORE DI TESTI PUBBLICITARI o

REDATTRICE DI TESTI PUBBLICITARI,

titolo riconosciuto dalla Confederazione.

## Requisiti

Ammissione all'esame professionale federale:

Con un diploma nel settore o con una maturità:

- attestato federale di capacità (AFC) nel settore del commercio, della grafica o della vendita;
- oppure maturità liceale, professionale o specializzata;
- oppure diploma di una scuola di commercio;
- oppure attestato professionale federale (APF), esame professionale superiore (EPS), diploma di una scuola specializzata superiore (SSS) o di una scuola universitaria nel settore commerciale, della comunicazione, della pubblicità, delle pubbliche relazioni, del marketing o della vendita.

Inoltre, per tutti i titoli menzionati:

- minimo 2 anni di pratica professionale nel settore della pubblicità, della comunicazione, delle pubbliche relazioni, del giornalismo, del marketing o della vendita.

Senza diploma nel settore:

- certificato federale di formazione pratica (CFP), attestato federale di capacità (AFC), certificato di scuola specializzata o titolo giudicato equivalente;
- minimo 3 anni di pratica professionale nei settori interessati.

## Attitudini richieste

Per esercitare questa professione sono richieste attitudini quali:

- Facilità redazionale
- Creatività e immaginazione
- Senso della comunicazione
- Spirito d'iniziativa
- Attitudine a lavorare in gruppo
- Attitudine a negoziare
- Senso commerciale

## Condizioni di lavoro

I redattori e le redattrici di testi pubblicitari lavorano nelle agenzie pubblicitarie, di marketing e di comunicazione. Possono anche esercitare la loro professione all'interno del reparto marketing di un'azienda di medie o grandi dimensioni, oppure in piccole aziende dove godono di maggiore autonomia. Questi professionisti possono inoltre lavorare autonomamente come freelance. Collaborano con grafici, specialisti della comunicazione e del marketing e, a seconda dei casi, con traduttori e correttori di bozze. I loro orari di lavoro possono essere a volte irregolari e frenetici per poter rispettare le scadenze.

Dopo qualche anno d'esperienza, questi professionisti possono diventare direttori creativi, capi di un servizio di marketing o creare la loro agenzia. L'evoluzione tecnologica e il moltiplicarsi di nuovi media digitali aprono molte opportunità di carriera e richiedono una formazione continua.

## Perfezionamento

- corsi di formazione continua organizzati dalle associazioni professionali;
- esame professionale superiore (EPS) per ottenere il diploma federale di capo del marketing, responsabile della comunicazione o capo delle vendite;
- scuola universitaria professionale (SUP) per conseguire il bachelor in comunicazione aziendale;
- formazioni post-diploma (CAS, DAS o MAS) nel campo della comunicazione o del marketing.

Altre offerte di formazione continua

su: [www.orientamento.ch/perfezionamento](http://www.orientamento.ch/perfezionamento)

## Professioni affini

- Capo di marketing dipl. (EPS)/Capo di marketing dipl. (EPS)
- Marketing Manager SSS/Marketing Manager SSS
- Responsabile della comunicazione EPS/Responsabile della comunicazione EPS
- Specialista in marketing (APF)/Specialista in marketing (APF)
- Specialista in vendita (APF)/Specialista in vendita (APF)

## Indirizzi

KAIROS Academy of Art & Science Ltd.  
In Busciurina 3  
6528 Camorino  
<https://kairos-academy.ch/it/>

Trägerverein eidg. Fachprüfung Texterin und Texter  
Lisa Steger  
Leitung Prüfungsorganisation  
Lächenstrasse 20  
8247 Flurlingen  
Telefono: +41 79 64 260 64  
<https://www.texterin-texter.ch>