

Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie

 **SETTORE 24. [Area comune](#)**

REPERTORIO - Toscana

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne pubblicitarie

Tabelle di equivalenza AdA

Media planner	Liguria
MEDIA PLANNER	Lombardia
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI	Lombardia
PRODUCER	Lombardia
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Puglia
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO COMUNICAZIONE ED IMMAGINE	Abruzzo	4	X	X	X	X
Tecnico della pubblicità	Basilicata	4	X	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Calabria	4	X	X	X	X
Tecnico esperto in campagne comunicativo/promozionali	Campania	4	X	X	X	X
GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE	Friuli Venezia Giulia	4	X	X	X	X
Media planner	Liguria	4	X	X	X	X
MEDIA PLANNER	Lombardia	4	X	X	X	X
Gestire le attività di social media marketing	Lombardia	4	X	X	X	X
RESPONSABILE INIZIATIVE PROMOZIONALI	Lombardia	4	X	X	X	X
PRODUCER	Lombardia	4	X	X	X	X
Tecnico della comunicazione mediale	Piemonte	4	X	X	X	X
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Puglia	4	X	X	X	X
Tecnico della gestione e controllo di campagne pubblicitarie	Toscana	4	X	X	X	X
MEDIA PLANNER	Veneto	4	X	X	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
SOCIAL MEDIA MANAGER	Abruzzo	3	X	X		X
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Calabria	3	X	X		X
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Calabria	1		X		
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Calabria	2		X		X
Art director	Liguria	2	X		X	
Gestire attività di Lead Generation	Lombardia	3	X	X		X
ESPERTO DI FUND RAISING	Lombardia	2	X	X		
Digital content developer	Provincia Autonoma di Trento	1			X	
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Puglia	3	X	X		X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Responsabile della progettazione e pianificazione di strategie di comunicazione, della gestione di ufficio stampa, attività promozionali e risorse umane	Toscana	3	X	X		X
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Toscana	1		X		
Responsabile di progettazione e pianificazione della strategia comunicativa, campagna pubblicitaria, sponsorizzazioni e attività promozionali	Toscana	2		X		X
Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA						
Sezione in aggiornamento						
ADA.24.04.15 (ex ADA.25.225.733) - Ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari						
Tabelle di equivalenza AdA						
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie					Campania	
Copy writer					Liguria	
PROGETTISTA MULTIMEDIALE					Lombardia	
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)					Lombardia	
ANALISTA DELLA STRATEGIA E DEI TESTI PER LA COMUNICAZIONE					Lombardia	

ART DIRECTOR	Lombardia
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Puglia
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Calabria	2	X	X
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Campania	2	X	X
Consulente di immagine e comunicazione moda (Fashion styling and communication advisor)	Lazio	2	X	X
Copy writer	Liguria	2	X	X
ACCOUNT (SETTORE COMUNICAZIONE)	Lombardia	2	X	X
ANALISTA DELLA STRATEGIA E DEI TESTI PER LA COMUNICAZIONE	Lombardia	2	X	X
ART DIRECTOR	Lombardia	2	X	X
PROGETTISTA MULTIMEDIALE	Lombardia	2	X	X
Tecnico della ideazione e gestione di campagne/progetti pubblicitari	Marche	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Puglia	2	X	X
Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie	Toscana	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
PROGETTAZIONE DI UN PRODOTTO AUDIOVISIVO	Friuli Venezia Giulia	1		X
SVILUPPO DELL'IDEA VISIVA DI UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA	Friuli Venezia Giulia	1		X
Gestire attività di Lead Generation	Lombardia	1		X
Digital content developer	Provincia Autonoma di Trento	1		X

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
ESPERTO IN ORGANIZZAZIONE DI EVENTI E CONGRESSI	Friuli Venezia Giulia	0		
PRODUZIONE DI TESTI PUBBLICITARI	Friuli Venezia Giulia	0		
GESTIONE DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE	Friuli Venezia Giulia	0		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico della comunicazione mediale	Piemonte	0		
Tecnico delle attività di progettazione di campagne pubblicitarie	Puglia	0		

Competenze

Titolo: Gestione degli strumenti tecnici e tecnologici per la produzione

Descrizione: Controllare la produzione dell'immagine attraverso la combinazione di simboli verbali, visivi e sonori in grado di risvegliare suggestioni, creare le atmosfere e gli ambienti specifici della campagna pubblicitaria

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.15 (ex ADA.25.225.733) - Ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare la campagna pubblicitaria (oggetto e mezzi/strumenti da utilizzare), a partire dall'interpretazione del brief di marketing, comunicando la proposta al committente, comprensiva dell'allocazione delle risorse temporali e finanziarie

Creazione di proposte e campagne pubblicitarie (messaggio, immagine, stile)

Definizione delle risorse finanziarie e dei tempi per la realizzazione del progetto pubblicitario

Interpretazione del brief di marketing per individuare le soluzioni che meglio soddisfano le esigenze e le strategie del committente

Individuazione dei mezzi e degli strumenti tecnologici per la realizzazione del progetto pubblicitario

CONOSCENZE

Tecnologie web per la gestione delle immagini e dei video in ambito multimediale
Programmi di grafica digitale per la gestione dei formati grafici e delle immagini vettoriali
Applicazioni software per la gestione e la creazione di immagini: X-Press, Illustrator, Free Hand, Photoshop
Elementi di progettazione CAD per il design di interni e l'analisi architettonica
Software per il web design, per costruire e gestire la comunicazione visiva online
Elementi di flash design per la gestione di immagini, suoni e animazioni
Strumenti di presentazione multimediale per eseguire la presentazione dei prototipi
Supporti e strumenti fotografici per la stampa artistica e la gestione delle tecniche di impaginazione

ABILITÀ/CAPACITÀ

Individuare i materiali, le tecniche e le risorse tecnologiche necessarie a garantire la qualità dei materiali e dei prodotti
Ricerca i materiali adeguati alla realizzazione del packaging, effettuando il controllo dei formati e della confezione
Valutare le opportunità di utilizzo di soluzioni grafiche e prodotti multimediali anche interattivi
Ideare la stesura e l'organizzazione dei contenuti rappresentati sui supporti multimediali, preservando i principi di usabilità e navigabilità
Utilizzare le risorse tecniche hardware e la strumentazione software dedicata
Utilizzare le tecnologie appropriate per la realizzazione di progetti di comunicazione multimediale

Titolo: Selezione dei canali della comunicazione visiva

Descrizione: Selezionare il mix di canali idonei alla diffusione visiva della campagna sulla base delle specifiche progettuali dell'immagine assegnata

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne

pubblicitarie associate:

Risultato atteso:RA2: Provvedere alla realizzazione delle procedure di acquisto degli spazi pubblicitari, curando la relazione con i mezzi di comunicazione, nel rispetto del budget assegnato

Gestione delle procedure di acquisto degli spazi pubblicitari

Risultato atteso:RA3: Controllare la correttezza delle modalità di implementazione della campagna pubblicitaria, verificando il rispetto della normativa di riferimento e le eventuali incongruenze rispetto a quanto concordato

Controllo del rispetto del calendario di programmazione delle attività pubblicitarie

Controllo del rispetto delle procedure previste per la tutela dei marchi e dei diritti di autore

Gestione delle incongruenze del prodotto pubblicitario rispetto a quanto concordato in fase di contratto

CONOSCENZE

Tecnologie delle produzioni visive tradizionali e moderne per valutare le funzionalità di rappresentazione e di impatto visivo

Elementi di sociologia per la valutazione dell'impatto dei diversi canali visivi

Normativa dei diritti d'autore per la tutela della proprietà intellettuale nei rispettivi canali di comunicazione visiva

Teoria e tecnica della comunicazione di massa per la misurazione della diffusione dell'immagine in specifici contesti

Tecniche di analisi sociologica per la valutazione del contesto socio culturale e degli strumenti comunicativi

Strumenti di produzione multimediale per valutare e misurare l'impatto del messaggio visivo del canale web

Tecniche di valutazione comparativa dei differenti strumenti e mezzi di comunicazione, per valutare economicamente le scelte del mix ottimale

Criteri e indicatori di impatto visivo per comparare le modalità di applicazione e di utilizzo dei mezzi di comunicazione in relazione all'ambiente e al target di destinazione

ABILITÀ/CAPACITÀ

Sapere veicolare il messaggio pubblicitario, sfruttando le potenzialità e le peculiarità offerte da ciascun media

Valutare le caratteristiche riproduttive delle produzioni visive tradizionali e moderne in funzione delle caratteristiche dell'immagine progettata

Effettuare l'analisi del target e del posizionamento in relazione ai canali della comunicazione visiva ad esso interessati

Scegliere fra differenti tecniche illustrative la più adeguata per la realizzazione del prodotto commissionato

Controllare la qualità del processo di produzione dell'immagine visiva nell'ambito dello strumento rappresentativo scelto

Titolo: Sviluppo dei progetti e realizzazione di prototipi

Descrizione: Creare una serie di proposte di stile e d'immagine della campagna pubblicitaria rispondenti alla strategia di marketing indicata dal Committente e valutando da un punto di vista economico il rapporto fra potenzialità artistiche e budget disponibile

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.14 (ex ADA.25.225.732) - Gestione di campagne pubblicitarie associate:

Risultato atteso:RA1: Gestire le campagne pubblicitarie, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo al coordinamento delle risorse assegnate e gestendo il budget

Coordinamento delle attività degli operatori pubblicitari (es. grafici, art director, copywriter, fotografi, registi, ecc.)

Gestione del budget assegnato alla pubblicità

Attività dell' AdA ADA.24.04.15 (ex ADA.25.225.733) - Ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare la campagna pubblicitaria (oggetto e mezzi/strumenti da utilizzare), a partire dall'interpretazione del brief di marketing, comunicando la proposta al committente, comprensiva dell'allocazione delle risorse temporali e finanziarie

Creazione di proposte e campagne pubblicitarie (messaggio, immagine, stile)

Definizione delle risorse finanziarie e dei tempi per la realizzazione del progetto pubblicitario

Interpretazione del brief di marketing per individuare le soluzioni che meglio soddisfano le esigenze e le strategie del committente

Individuazione dei mezzi e degli strumenti tecnologici per la realizzazione del progetto pubblicitario

Risultato atteso:RA2: Realizzare il supporto visivo (storyboard) per la progettazione di uno spot pubblicitario, organizzando le sequenze ed i

passaggi, utilizzando la strumentazione tecnica necessaria
Realizzazione dello storyboard della proposta visiva

CONOSCENZE

Tecniche di produzione visiva per ottimizzare l'efficacia del messaggio e la percezione nell'ambito del target definito

Metodologie di design della comunicazione multimediale per la produzione grafica, pubblicitaria e web design

Tecnica fotografica per la produzione e gestione delle immagini riprodotte dalla realtà

Tecniche di scenografia e coreografia per la gestione delle immagini nell'ambito di rappresentazioni video o teatrali

Disegno grafico professionale per la produzione di illustrazioni

Tecniche di packaging per l'identificazione dell'immagine di confezionamento e di presentazione del prodotto

Tecniche di allestimento e decorazione per la presentazione degli spazi e dei locali utilizzati nell'ambito della campagna pubblicitaria

Principi di contabilità gestionale per la valutazione dei costi di produzione

Tecniche di trattamento digitale video per gestire la produzione dell'immagine sui supporti video

Principi di controllo di gestione e budgeting per effettuare la preventivazione dei costi e dei tempi di lavoro

ABILITÀ/CAPACITÀ

Presentare schemi esecutivi che forniscano tutte le indicazioni utili per la riproduzione, sia con tecniche manuali, sia utilizzando sistemi di computer grafica

Realizzare una sequenza ordinata e ritmata secondo i tempi previsti, di immagini, testi e commento sonoro legati secondo un'organizzazione cinetica (story board)

Impostare le diverse soluzioni per la proposta, attraverso la realizzazione di bozze e schizzi

Realizzare il mock-up per il packaging per qualsiasi tipo di intervento scenografico o decorativo finalizzato all'ambientazione di eventi, set cinematografici e fotografici

Realizzare il layout di presentazione relativo alla proposta scelta

Fornire le indicazioni sul materiale da utilizzare/produrre per la gestione dell'immagine fotografica

Effettuare la rilevazione dei dati necessari per la preventivazione

Definire il piano economico e i tempi per la realizzazione del progetto rispettando la tempistica concordata con il Cliente

Titolo: Ideazione e sviluppo dell'immagine della campagna pubblicitaria

Descrizione: Trasformare le idee associate all'oggetto da promuovere in immagini attraverso l'identificazione dello stile del design

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.15 (ex ADA.25.225.733) - Ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari associate:

Risultato atteso: RA1: Progettare la campagna pubblicitaria (oggetto e mezzi/strumenti da utilizzare), a partire dall'interpretazione del brief di marketing, comunicando la proposta al committente, comprensiva dell'allocatione delle risorse temporali e finanziarie

Creazione di proposte e campagne pubblicitarie (messaggio, immagine, stile)

Definizione delle risorse finanziarie e dei tempi per la realizzazione del progetto pubblicitario

Interpretazione del brief di marketing per individuare le soluzioni che meglio soddisfano le esigenze e le strategie del committente

Individuazione dei mezzi e degli strumenti tecnologici per la realizzazione del progetto pubblicitario

CONOSCENZE

Caratteristiche socio-culturali del contesto al fine di anticipare le ultime tendenze della società e della moda, le abitudini e i costumi del momento
Elementi di psicologia dei consumi e della comunicazione, per l'identificazione dei processi comportamentali che definiscono le scelte, le tendenze e i costumi di uno specifico target

Legislazione della comunicazione per la tutela e la disciplina dei diritti d'autore
Elementi di sociologia per l'applicazione delle tecniche di analisi del contesto socio-culturale

Tecniche di analisi di mercato per la conoscenza e la raccolta delle informazioni che caratterizzano il contesto di riferimento

Tecniche di design per la definizione dello stile degli ambienti utilizzati nella campagna pubblicitaria

Tecniche e metodologie della comunicazione visiva per la gestione dell'immagine e dello stile trasmesso nei diversi contesti sociali

Storia dell'arte e architettura per valutare le scelte di stile delle campagne in relazione alla necessità di eseguire ricostruzioni di ambienti, immagini e rappresentazioni

ABILITÀ/CAPACITÀ

Ordinare gli strumenti della comunicazione, producendo i messaggi visivi che la diffondono attraverso conoscenze scientifiche ed artistiche

Raccogliere dati e informazioni per definire l'immagine e la grafica della campagna pubblicitaria

Trasformare in termini di comunicazione visiva il messaggio dell'impresa/Cliente per rispondere ai principi di identificazione

Selezionare news e informazioni utili alla rappresentazione, riadattandole alle esigenze specifiche dell'immagine progettata

Interpretare il brief o le specifiche di progetto provenienti dal reparto progettazione per individuare le soluzioni di immagine che meglio interpretano gli obiettivi della campagna

Interpretare i linguaggi e decodificare i messaggi della comunicazione visiva traducendoli mediante codici estetico-formali

Interpretare le strategie d'immagine dei Clienti, il posizionamento di mercato, i target di riferimento

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.6.1	Tecnici della pubblicità

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
73.11.01	Ideazione di campagne pubblicitarie
73.11.02	Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari
73.12.00	Attività di concessionarie pubblicitarie
73.11.03	Attività di influencer marketing
73.30.01	Attività di rappresentanza di interessi

Codice Ateco	Titolo Ateco
73.30.09	Pubbliche relazioni e comunicazione n.c.a.

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso
d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587

Copyright 2026 INAPP | All Rights Reserved