



**Consorzio Professional Service**

Convegno introduttivo  
sulla pubblicità delle professioni

# Professioni e pubblicità efficace: contenuti, strumenti, tecnologie, formazione.

Firenze, 4 marzo 2011  
Grand Hotel Mediterraneo  
Lungarno del Tempio 44,  
Firenze





## Consorzio Professional Service

### Premessa

Il dettato della Legge Regionale 73/08 mira a valorizzare ed incentivare l'innovazione delle attività professionali, e sostenere i diritti degli utenti, stimolando anche la formazione delle professionalità presenti sul territorio regionale.

Le professioni intellettuali si stanno avvicinando alla comunicazione pubblicitaria per la promozione delle loro caratteristiche peculiari, e per far conoscere alla clientela attuale e potenziale le loro strategie di diversificazione (anche sostanziale) dell'offerta di servizi.

Questo interesse cresce di anno in anno, anche per la rincorsa alle tendenze in atto nel resto d'Europa; soprattutto nei paesi anglosassoni e del Nord Europa le professioni sono soggetto di promozione pubblicitaria a pieno titolo.

Tuttora molto diversa la situazione in Italia, dove solo da poco tempo anche professioni come gli avvocati, i commercialisti, gli ingegneri etc. sono stati autorizzati (pur con limiti stringenti) a farsi pubblicità.

Nell'ambito delle sue iniziative, CPS Professional Service organizza (insieme con Gruppo TP Toscana), un convegno dedicato alla comunicazione pubblicitaria nelle professioni: il convegno è rivolto alle associazioni socie di CPS, ed indirettamente a tutti i professionisti toscani, con l'obiettivo di confrontarsi su un tema veramente sensibile ed univocamente interessante.

### I vantaggi per le professioni di una buona pubblicità

La pubblicità, la comunicazione di tipo commerciale ed istituzionale, è per sua natura intimamente condizionata dalla più stretta attualità.

Il messaggio pubblicitario agisce "dentro" quella componente del sistema sociale che è la comunicazione e, come noto, nella società contemporanea la comunicazione è ben più che un facilitatore delle relazioni tra individui: è un vero e proprio tessuto connettivo.

Il professionista può essere un semplice utilizzatore della comunicazione in tutte le sue forme, dalle più elementari alle più evolute, fino al marketing relazionale sul WEB 2.0, ma anche egli stesso può essere un produttore di formule, di contenuti, persino di una





### **Consorzio Professional Service**

componente di “senso” della comunicazione. Quello che è certo è il fatto che ogni professionista deve avere una totale, ampia, approfondita e pratica conoscenza dei meccanismi della comunicazione, delle formule, dei fenomeni in divenire.

Fare comunicazione finalizzata alle professioni vuol dire quindi personalizzare, adattare le regole base della comunicazione pubblicitaria alla identità puntiforme dei singoli professionisti, e delle singole professioni, in un quadro di insieme che focalizzi le differenze mettendo in luce le similitudini.

A questi temi è da sempre dedicata l'azione di formazione presentata nel convegno, azione che rientra a pieno titolo nei compiti e nelle responsabilità di TP Professionisti Pubblicitari, come associazione e come centrale di cultura professionale.

*TP Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti è una Associazione di persone costituita nel 1945, con oltre 2000 Soci Pubblicitari Professionisti, che operano su tutto il territorio nazionale, come professionisti o come quadri aziendali.*

*TP persegue la tutela dei principi etici e della qualificazione professionale degli Operatori della Pubblicità e della Comunicazione, e si pone come uno dei maggiori e più qualificati protagonisti del settore, anche per l'elaborazione di Leggi e di Regolamenti concernenti lo specifico settore professionale.*

*L'appartenenza all'Associazione è regolata dallo Statuto Sociale, dalle Norme Deontologiche e dai Regolamenti: un corpus normativo costantemente migliorato ed aggiornato, che per i soci ha il valore di un completo ed affidabile quadro di riferimento per l'esercizio della professione.*

*Al tempo stesso l'esistenza di una piattaforma normativa formale e riconosciuta è garanzia di qualità ed efficienza per le imprese e gli operatori che utilizzano i servizi degli associati.*

*TP è la prima associazione del comparto “comunicazione” a poter allestire corsi di formazione progettati ed erogati con i requisiti richiesti dai nuovi standard di certificazione ISO 9001:2008.*

## **Il convegno e le sue finalità**

Il convegno è quindi una prima “ricognizione” sul tema, con l'esposizione delle motivazioni alla base del progetto, ed una rapida ma completa indicazione delle linee-guida di un approccio corretto alla comunicazione da parte dei professionisti.

Il convegno ha anche l'obiettivo di stimolare l'interesse delle associazioni socie di CPS a proseguire in una progettazione trasversale, complessiva e sinergica, sulla base delle esperienze di tutti i soggetti partecipanti, nella costruzione di un programma di formazione capace di attrarre iscritti, fondi, professionalità e personalità.





### Consorzio Professional Service

Ore 15.00 Registrazione partecipanti.

Ore 15.15 Apertura del convegno.

Le ragioni dell'iniziativa Consorzio Professional Service.  
(Avv.to Massimo Dal Piaz, Presidente CPS)

Ore 15.30 Introduzione ai lavori.  
(Vittorio Campolmi, Resp. Regionale TP Toscana)

Ore 15.45 I limiti legali della comunicazione pubblicitaria nelle professioni.  
*Elisabetta Marinari, TP*

Ore 16.15 La strategia pubblicitaria nella comunicazione per le professioni.  
*Bruno Lo Cicero, TPP*

Ore 16.45 La pubblicità associativa: le implicazioni di comunicazione "interna" ed "esterna".  
*Franco Cervelin, TPP*

Ore 17.15 La creatività pubblicitaria e le forme della comunicazione nelle professioni.  
(dal biglietto da visita alla comunicazione scritta, dal passaparola ai mass media, dalla carta da lettere a Internet ed i social network)  
*Massimo Barlettani, TPP*  
*Angelo Lavagnino, TP*

Ore 18.00 Domande e risposte.

Ore 19.00 Chiusura del convegno.

Rappresentante della Regione Toscana.

### I relatori

**Avv.to Elisabetta Marinari:** Socio TP Toscana, esperto di materie legali nella comunicazione pubblicitaria;  
**Bruno Lo Cicero:** Coord. Reg. TP Toscana, consulente di strategia della comunicazione pubblicitaria;  
**Franco Cervelin:** Socio TP Toscana, comunicatore e Vicepres. Comitato Piccole Imprese Confindustria FI;  
**Massimo Barlettani:** Presidente Gruppo TP Toscana, direttore creativo agenzia B&A;  
**Angelo Lavagnino:** Socio TP Toscana, account senior agenzia Milc.

