

ESERCIZIO 1 ■ IL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

- **Osservate il messaggio pubblicitario e provate ad analizzarlo, guidati dalle seguenti domande:**
 - Quale obiettivo pubblicitario si propone? Vendere, fornire informazioni, modificare atteggiamenti?
 - Quali strategie del linguaggio pubblicitario utilizza?
 - A che tipologia di messaggio appartiene?
 - Possiede le quattro caratteristiche di efficacia di un messaggio?
 - Qual è il tono ed il volume del messaggio.
- **Una volta analizzato il messaggio, provate a commentarlo, cogliendone i punti critici e quelli di efficacia.**
- **Ora elaborate delle proposte alternative alla campagna, sostituendo il filo spinato ad esempio con manette, cappi...**



ESERCIZIO 2 ■ L'HEADLINE

- Crea una “headline” (slogan) e un payoff per il “visual” sotto riportato che appartiene ad una campagna pubblicitaria di tovaglioli di carta. Il visual è giocato tutto sulla metafora visiva dei fiori, riprendi nei tuoi headline questa metafora.



ESERCIZIO 3 ■ IDENTIFICA IL TARGET GROUP

- Osservate le tre pubblicità di prodotti Nikon e focalizzate l'attenzione sui seguenti punti:
 - chi sono i soggetti presenti?
 - qual è l'ambiente in cui si muovono?
 - a quale tipo di bisogno rispondono?
 - quali sensazioni provocano?
- Riflettendo sulle risposte ottenute, individuate il target cui sono rivolti i messaggi.



ESERCIZIO 4 ■ LA PUBBLICITÀ NO PROFIT INNOVATIVA

1. Individua l'argomento di carattere sociale su cui si vuole sensibilizzare l'opinione attraverso l'innovativa campagna pubblicitaria UNICEF, qui documentata.
2. Indica i destinatari del messaggio pubblicitario.
3. Individua gli elementi di efficacia della campagna pubblicitaria qui documentata.
4. Prova a realizzare un manifesto pubblicitario sulla stessa tematica.
5. Decidi il tono della pubblicità che intendi realizzare e, in base a questo, stendi il testo, inventa uno slogan ad effetto e individua un'immagine coerente con lo stile del messaggio.

The UNICEF Landmine Stickers

Brief
Create something small but eye-catching that lets passers-by experience the insidious dangers of landmines at the UNICEF information booths.

Solution
Our media idea was to place very special Landmine-stickers with self-adhesive topsides in front of the booths. They were invisible until they stuck to the people's feet. As soon as passers-by removed the stickers, they were surprised to see a landmine-picture on the bottom side and were informed that in many other countries they would have been mutilated at this moment.

Results
- Compared to 2006, visits doubled
- Donations increased
- Idea captured people's attention and will be used at all upcoming UNICEF information booths



self-adhesive topside

bottom side



ESERCIZIO 5 ■ L'EFFICACIA DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

- Osserva l'innovativa campagna pubblicitaria. Indica innanzitutto a quale tipologia di messaggio appartiene e a quale target-group è indirizzata.
- Quindi commentala e indicane gli elementi di efficacia.

The Instant Vacation Floor Sticker

Concept:
The low-cost airline mx.com offers travelers an exclusive preview of their next holiday. At Hannover airport, travellers who sit down in the mx.com boarding area, will find their feet on life size flipper.



ESERCIZIO 6 ■ PUBBLICITÀ E CREATIVITÀ

- Osserva l'innovativa campagna pubblicitaria. Indica a quale tipologia di messaggio appartiene.
- Quindi commentala e indicane gli elementi di efficacia.



ESERCIZIO 7 ■ RIELABORARE UN MESSAGGIO PUBBLICITARIO

- Osservate la seguente campagna e cercate di identificare il target. Quindi descrivete la tipologia pubblicitaria, le strategie comunicative, il tono della comunicazione e coglietene i punti di efficacia.
- Elaborate delle proposte alternative alla campagna.



ESERCIZIO 8 ■ L'EFFICACIA DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO

- Osserva l'innovativa campagna pubblicitaria. Indica innanzitutto a quale tipologia di messaggio appartiene.
- Quindi commentala e indicane gli elementi di efficacia.

