

Art Director

Dove e come lavora

L'Art Director (Creativo) è una delle figure cardine nelle agenzie pubblicitarie e di comunicazione. Si inserisce nel Reparto Creativo di agenzie di qualsiasi dimensione all'interno del quale opera, principalmente come dipendente ma anche come libero professionista, sotto le direttive e la supervisione del Direttore Creativo.

Cosa fa

L'Art Director inventa e sviluppa, sulla base del brief consegnato dagli Account e delle indicazioni definite dal Direttore Creativo, l'idea creativa che sta alla base di qualsiasi campagna pubblicitaria o di comunicazione, marketing. È, quindi, la figura professionale che si occupa dell'ideazione e dello sviluppo della parte grafica e visiva di qualsiasi progetto commissionato all'agenzia che, a seconda dello specifico ambito in cui opera, può trattarsi di una campagna pubblicitaria o di comunicazione (veicolata attraverso diversi mezzi: TV, giornali, riviste, internet, ecc.), dell'ideazione di un marchio, di un logo, di un catalogo, di una brochure, di un gadget, del packaging di un prodotto e, più in generale, dell'immagine coordinata, ma anche di un sito web, di una app o di un profilo social e molto altro ancora. In particolare, l'Art Director sceglie le immagini e le fotografie, sviluppa storyboard, sceglie gli aspetti visuali delle parole definendone i colori, le forme e i caratteri tipografici, quindi, ne studia l'impaginazione e l'impostazione grafica. Prepara, dunque, le presentazioni di massima dei lavori (parte grafica e visiva) e successivamente predispone alcune proposte da sottoporre all'approvazione del cliente. Può anche partecipare attivamente alla realizzazione esecutiva dell'idea creativa.

L'Art Director lavora in stretta collaborazione con tutte le altre figure che operano nel Reparto Creativo e, in particolare, con il Copywriter (con il quale compone la cosiddetta "coppia creativa") nella definizione dei testi (e della loro formattazione) che accompagneranno le immagini e i video. Collabora, inoltre, con il Reparto Digital per quanto riguarda lo sviluppo della parte grafica e visiva di siti web, e-commerce, app e profili social e con il Reparto Eventi per quanto riguarda lo sviluppo della parte grafica e visiva del materiale promozionale degli eventi. Si relaziona, inoltre, con il Reparto Strategia/Marketing per capire e definire quali sono i canali e le strategie di comunicazione grafiche e visive più appropriate per soddisfare le esigenze del cliente e, quindi, per massimizzare i risultati della commessa. Si relaziona, infine, con gli Account per capire quali sono le richieste/esigenze dei clienti e, quindi, direttamente con i clienti per assicurarsi che il lavoro proceda nella giusta direzione, ma anche con i fornitori (fotografi, tipografie, ecc.) per assicurarsi che il materiale commissionato e il prodotto finale rispetti le specifiche caratteristiche richieste.

Formazione

Questa figura è solitamente ricoperta da un diplomato presso una scuola d'arte o un istituto professionali ad indirizzo grafico ma anche da un diplomato presso l'Accademia delle belle arti o da un laureato in Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda, in Comunicazione, in Design, in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità, in Scienze dello spettacolo e produzione multimediale, in Strategie di comunicazione e, più in generale, in corsi di studio in materie umanistiche e artistiche.

Competenze tecniche

Di base, l'Art Director deve possedere ottime conoscenze delle teorie e delle tecniche pubblicitarie e, più in generale, della comunicazione veicolata sfruttando sia i media classici (televisione, radio, cinema, affissioni, quotidiani e periodici) che i nuovi media (web e social). In particolare, deve possedere ottime conoscenze di design e delle sue diverse applicazioni (graphic design, visual design, web design e adv design), di comunicazione visiva, delle arti visive, di disegno tecnico, delle tecniche grafiche e illustrative, di computer grafica, di stampa e pre stampa, delle discipline audiovisive e multimediali, delle tecniche di storyboard, di grafica digitale, di editoria multimediale e delle tecniche fotografiche. Deve, inoltre, possedere conoscenze di psicologia della comunicazione, di comunicazione d'impresa, di marketing e, infine, deve conoscere la normativa sulla disciplina pubblicitaria.

Competenze digitali e linguistiche

Per tale figura sono richieste competenze digitali da utilizzatore esperto, dovendo utilizzare specifici software di grafica, di fotoritocco e per l'impaginazione e la produzione di esecutivi per la stampa (in particolare il pacchetto Adobe Creative Cloud), oltreché la conoscenza della lingua inglese, soprattutto se l'agenzia lavora con clienti esteri o a progetti di respiro internazionale e, comunque, dovendo utilizzare software e fonti quasi sempre in lingua inglese.

Competenze trasversali, caratteristiche personali e disponibilità

Completano e caratterizzano tale figura l'attitudine ad organizzare il proprio lavoro, al lavoro di gruppo, al problem solving e alla relazione con i clienti e i fornitori. Deve, chiaramente, essere una persona creativa, flessibile mentalmente ma comunque molto precisa. Deve, inoltre, essere una persona curiosa appassionata di arte, cinema, teatro, ecc., quindi, di tutte quelle iniziative artistico/culturali che gli permettono di formare una solida cultura artistica e di essere sempre stimolato nella ricerca dell'originalità e dell'innovazione. Infine, in alcuni casi (nel rispetto delle tempistiche di consegna dei progetti) deve essere disponibile a lavorare fuori orario.

Note

Nelle agenzie più strutturate è possibile trovare la figura dell'Art Director distinta tra Junior e Senior le cui differenze sono legate principalmente all'esperienza maturata nella posizione; di conseguenza, l'Art Director Junior si occupa dello sviluppo dell'idea creativa dei progetti più semplici e contribuisce maggiormente alla loro realizzazione esecutiva, mentre l'Art Director Senior si occupa dei progetti più complessi.

In alcuni casi, inoltre, oltre alla figura dell'Art Director è possibile trovare la figura del Web/Digital Art Director le cui differenze sono legate al fatto che l'Art Director si occupa dello sviluppo dell'idea creativa di progetti di comunicazione veicolati tramite i mezzi di comunicazione classici, mentre il Web/Digital Art Director si occupa dello sviluppo dell'idea creativa di progetti di comunicazione veicolati tramite i mezzi di comunicazione digitali.

E' importante sottolineare che per questa figura professionale è molto importante preparare un buon Curriculum Vitae, ma soprattutto un buon Portfolio; questo perché il datore di lavoro valuterà le competenze informatiche (software di grafica, di fotoritocco e per l'impaginazione e la produzione di esecutivi per la stampa)



dal curriculum, mentre le competenze specifiche e, soprattutto, lo stile del candidato dal Portfolio (oltreché da come è stato impostato graficamente e strutturalmente il curriculum).

Per approfondire

Quaderno PHAROS n. 24/2017 "Attività e professionalità nel settore della pubblicità e della comunicazione d'impresa in Veneto".