



Creative Director

Dove e come lavora

Il Creative Director (Direttore Creativo) è una delle figure cardine nelle agenzie pubblicitarie e di comunicazione. Si inserisce nel Reparto Creativo, di cui è il responsabile, in agenzie di qualsiasi dimensione, tuttavia, nelle agenzie più piccole, gli stessi compiti possono essere svolti direttamente dal Titolare o da uno dei Soci o, ancora, dall'Art Director.

Cosa fa

Il Creative Director indirizza, organizza, programma, coordina e supervisiona tutte le attività che vengono svolte all'interno del Reparto Creativo. Da un lato, quindi, è la figura professionale che si occupa della direzione creativa dell'agenzia che si concretizza nella definizione della linea stilistica di ogni commessa e, più in generale, della linea stilistica dell'intera agenzia; dall'altro lato coordina l'attività del reparto, distribuisce i compiti, verifica l'avanzamento dei lavori e individua le soluzioni ottimali per soddisfare le esigenze del cliente, rispettando le tempistiche e il budget. È responsabile, inoltre, della crescita professionale e della formazione del personale che opera sotto le sue direttive. Spesso partecipa, insieme agli Account, alle trattative con i clienti (generalmente con quelli più importanti) per capire quali sono le loro richieste/esigenze e, una volta acquisita la commessa, si relaziona direttamente con il cliente 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.

Il Creative Director si relaziona con tutti i reparti dell'agenzia per definire e condividere la linea stilistica della commessa e, in particolare, con il Reparto Strategia/Marketing per capire e definire quali sono i canali e le strategie di comunicazione più appropriate per soddisfare le esigenze del cliente e, quindi, per massimizzare i risultati della commessa.

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, il Creative 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 (versione disegnata delle scene che andranno a comporre un'opera audiovisiva), di grafica digitale, di editoria multimediale e delle tecniche fotografiche. Deve, inoltre, possedere buone 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 e quello di altri, 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, deve essere disponibile a lavorare fuori orario e a viaggiare.

Per approfondire

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