



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
M655 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IPCP – SERVIZI COMMERCIALI

OPZIONE PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA

Tema di: TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

Il candidato svolga la prima parte della prova e due tra i quesiti proposti nella seconda parte.

PRIMA PARTE

Il candidato, dopo aver esaminato e analizzato il problema di comunicazione di seguito proposto mediante il brief, definisca una soluzione creativa, con l'ausilio di studi preliminari (rough) e layout.

Brief

Il Consorzio “Terre libere del Sud”, costituito da numerose cooperative che coltivano terreni confiscati alle mafie, vuole avviare una campagna pubblicitaria finalizzata alla promozione di uno dei loro prodotti biologici di punta: **Pom Pom Bio**, il pomodoro della salute.

Le coltivazioni del pomodoro sono rigorosamente biologiche e certificate secondo gli standard di qualità, perseguono una produzione agro-alimentare che esclude l'uso di prodotti chimici come pesticidi, erbicidi, fertilizzanti, antibiotici ecc.

Il Consorzio è inoltre impegnato a garantire il rispetto sociale del lavoratore, obiettivo primario che accresce il valore etico del prodotto, unitamente alla massima tutela del territorio, dell'ambiente e della salute di operatori e consumatori.

Il pomodoro è un antiossidante naturale in grado di proteggere le cellule dall'invecchiamento soprattutto grazie all'alto contenuto di licopene che aiuta a combattere i radicali liberi e a ridurre in maniera considerevole il rischio di tumore dell'apparato digerente. L'organismo umano non è in grado di sintetizzare il licopene e l'unico modo di assumerlo è tramite l'alimentazione.

Per preservare sapori, profumi e proprietà nutrizionali il processo produttivo delle conserve di pomodoro biologiche **Pom Pom Bio** prevede non più di otto ore dalla raccolta al confezionamento, oltre ad una pastorizzazione a basse temperature.

La gamma di prodotti è composta di: passata di pomodoro e polpa a pezzi in bottiglie da 500g, pomodori pelati in barattolo da 400g.

Tutti i prodotti sono in vendita nei supermercati ma anche nei negozi equo-solidali, oltre che *on-line* sul sito www.bottegaterrelibere.it.

Identità visiva e mission aziendale

La qualità, la genuinità, i buoni sapori dei prodotti sono gli obiettivi primari del Consorzio.

Un *team* di agronomi controlla costantemente lo sviluppo della produzione ed esegue analisi a tutta la filiera produttiva: dalla coltivazione alla raccolta, dal confezionamento alla spedizione.



Ministero dell' Istruzione, dell' Università e della Ricerca
M655 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IPCP – SERVIZI COMMERCIALI

OPZIONE PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA

Tema di: TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

“Terre libere del Sud” opera affinché la percezione della propria identità visiva sia riconducibile a valori di genuinità, sostenibilità e legalità. L’attenzione al benessere del consumatore, il rispetto per la sua salute e per il suo modo di alimentarsi costituiscono il vero valore aggiunto dell’azienda.

Lo scopo principale è offrire ai consumatori prodotti che conservino tutte le loro proprietà organolettiche naturali nel rispetto assoluto del territorio e dell’ambiente.

Il Consorzio “Terre libere del Sud” vuole promuovere il prodotto *Pom Pom Bio* attraverso un’inserzione di mezza pagina (orizzontale) su quotidiani a diffusione nazionale, di formato 27,5 x 19,7 cm e in quadricromia di stampa.

Il progetto dovrà contenere:

- *Visual*, costituito da elementi grafico-iconici e/o immagini
- *Headline* a scelta del candidato
- Sito web: www.bottegaterrelibere.it
- Logo aziendale (allegato)
- *Pay-off*: **Il pomodoro della salute.**

Sono richiesti i seguenti elaborati:

- Studi preliminari (*rough*)
- Gabbia d’impaginazione con gli ingombri relativi agli elementi da comporre (*visual*, *headline*, sito web, logo aziendale, *pay-off*, ecc.)
- *Layout* di stampa
- Relazione scritta che motivi le scelte progettuali e tecniche.

Allegato n.1: immagine del logo

POM POM BIO



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

M655 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IPCP – SERVIZI COMMERCIALI

OPZIONE PROMOZIONE COMMERCIALE E PUBBLICITARIA

Tema di: TECNICHE PROFESSIONALI DEI SERVIZI COMMERCIALI PUBBLICITARI

SECONDA PARTE

1. Il candidato indentifichi il *target group* a cui è rivolta la campagna pubblicitaria, individuandone motivazioni e bisogni.
2. Il candidato spieghi perché, nella campagna promozionale proposta, l'inserzione pubblicitaria a mezzo stampa può risultare più efficace rispetto ad altri media.
3. Il candidato spieghi perché la soddisfazione del cliente (*customer satisfaction*) è lo scopo principale del marketing relazionale.
4. Il candidato spieghi quali sono i vantaggi principali delle imprese che operano nel *web marketing* (e-commerce).

Durata massima della prova: 8 ore.

È consentito l'uso del dizionario della lingua italiana.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

È consentito l'uso dei materiali e delle attrezzature, informatiche e laboratoriali (esclusa INTERNET), degli archivi digitali e dei materiali cartacei presenti in biblioteca, disponibili nell'istituzione scolastica.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla dettatura del tema.