

APG ITALIA

“APG Italia: if we can think it, we can do it.”

PIANO DI LANCIO

Anno zero: 2007-2008

Il 2007-2008 sarà l'anno zero dell'APGItalia. Volendo evitare da subito tutti i problemi legati agli aspetti di statuto, personalità giuridico, fondi e risorse, nonché il rischio di un grande fiasco dovuto all'eventuale, ma si spera improbabile scarsa adesione associativa, la proposta è di partire in beta.

In pratica, gli step da seguire potrebbero essere i seguenti:

a novembre si costituisce la cellula base dell'APGItalia, ma anziché darsi subito una veste di associazione a tutti gli effetti, si propone di fare un anno in beta per mettere a punto lo statuto e il metodo di lavoro, ma al contempo verificare la risposta dei potenziali associati.

La partenza sarà sancita da un'assemblea-incontro con tutti i potenziali interessati ad aderire all'APGItalia.

Prima dell'assemblea, si farà circolare il whitepaper da noi elaborato e si aprirà il confronto sul blog apgitalia.

L'obiettivo dell'assemblea sarà di finalizzare la dichiarazione di intenti (whitepaper) dell'APGItalia e di lanciare il social network APGItalia su ning.

Per governare l'assemblea e la nascita dell'APGItalia nell'anno zero, è prevista la costituzione di un comitato fondatore ed organizzativo: 7 persone che nel corso del primo anno si prendano l'impegno di dar vita e coordinamento alle diverse iniziative. Questo comitato dovrebbe comprendere le 3-4 persone che si stanno dando da fare per far partire il progetto (valerio, luca, pietro e stefano?) e altrettanti volontari che vogliono candidarsi e possano essere eletti dagli associati.

Una volta finalizzato il white paper, l'assemblea sarà invitata ad aderire all'associazione e ad eleggere il comitato. È prevista anche un'autotassazione volontaria con cui costituire la cassa APGItalia dell'anno zero.

Ad ogni associato potremo dare un badge, appositamente creato per l'occasione, simbolo dell'adesione al progetto.

Nel corso dell'assemblea, i promotori della stessa presenteranno anche una bozza di programma delle attività che si potrebbero fare nel corso dell'anno zero. Questi alcuni spunti da cui partire:

- lancio della community su NING con spazio di presentazione di ciascun planner nelle diverse settimane.
- Open talks: serate aperte con uno o più ospiti speciali (direttori creativi, direttori marketing, planner che abbiano qualcosa di interessante da raccontare).
- Conferenza di fine anno: conferenza-evento a maggio. Un evento interessante e di profilo, con speaker autorevoli e con un tema che non parli esclusivamente di planning, ma sia in grado di attirare l'attenzione di tutta l'advertising community. Farlo a maggio, ci darebbe anche il tempo di organizzarlo per bene, di trovare gli speaker giusti, di avere degli sponsor.
- Questionario-report sul planning in Italia. Abbiamo fatto il censimento dei nomi, diamoci anche un po' di sostanza. Nell'anno zero dell'associazione, non si può prescindere da una fotografia che racconti come stanno le cose e cosa farà l'associazione per far crescere ed evolvere la categoria.
- Training: serate di formazione in cui i diversi ospiti nelle varie serate terranno dei seminari formativi sui temi fondanti del planning o su discipline alternative.
- Best practice e gruppi di lavoro: quest'area è particolarmente interessante in quanto potrebbe portarci a un confronto serio sui metodi di lavoro e su "best practice" che potrebbero diventare linee guida all'interno dell'industria e tra le agenzie.