



Transcreation, o l'arte di gestire le parole nel marketing e nella pubblicità

con Chiara De Biaggio, Daniela Montieri, Francesca Mazza e i revisori di L&P

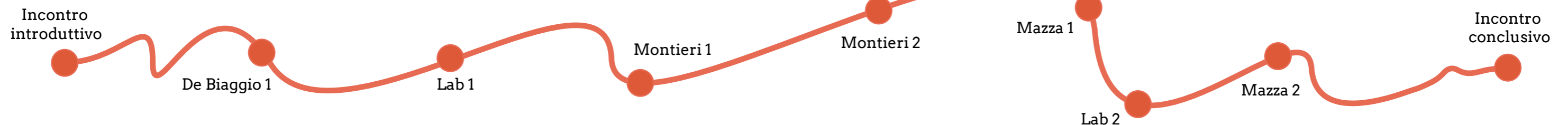
dal 18 settembre al 19 ottobre 2018

Gli argomenti:

La traduzione in ambito marketing e pubblicità si avvicina molto di più a una vera e propria riscrittura. Una traduzione creativa, appunto, proprio come il suo nome inglese ci lascia intendere. In questo laboratorio indagheremo fino a che punto può spingersi la nostra lingua nell'intento di localizzare un messaggio pubblicitario, passando da una cultura a un'altra.

Il programma comprende una lezione introduttiva al corso a cura di Langue&Parole, un incontro a cura di Chiara De Biaggio, due incontri a cura di Daniela Montieri e due incontri con Francesca Mazza. Si terminerà con un incontro conclusivo dedicato alle domande finali. I corsisti affronteranno due esercitazioni di traduzione/transcreation. Ciascuna esercitazione sarà seguita da una revisione capillare per iscritto e da una lezione individuale con i revisori di Langue&Parole.

Il corso si rivolge a traduttori e copywriter, sia all'inizio dell'attività, sia professionisti di lungo corso, con scarsa o nessuna esperienza nell'ambito della traduzione pubblicitaria o transcreation. Per la natura laboratoriale e di confronto del corso, le lezioni possono rivelarsi utili anche per chi si occupa già dell'argomento, ma ha voglia di confrontarsi con il metodo di altri colleghi.



Calendario

mar. 18/09	h. 13:00	Incontro introduttivo
mer. 19/09	h. 18:00	Incontro con Chiara De Biaggio
lun. 24/09	h. 18:00	Primo incontro con Daniela Montieri
gio. 27/09	h. 18:00	Secondo incontro con Daniela Montieri
ven. 05/10	h. 18:00	Primo incontro con Francesca Mazza
ven. 12/10	h. 18:00	Secondo incontro con Francesca Mazza
ven. 19/10	h. 13:00	Incontro conclusivo

Programma: Nella lezione teorica di introduzione alla transcreation a cura di Chiara De Biaggio affronteremo i seguenti argomenti:

- Il copywriting e il testo pubblicitario: know-how e caratteristiche
- La transcreation: cos'è e cosa la distingue dalla traduzione tout court, com'è strutturata e quali competenze richiede di affinare
- I committenti della transcreation
- Il pubblico a cui si rivolge: linguaggio, lettore modello e "sesto senso" del/della transcreator

Con Daniela Montieri parleremo invece di:

1. Brand Naming

- Perché il Brand Name può cambiare di Paese in Paese
CASE STUDY: Ikea, Mitsubishi e tanti altri
- Come affrontare l'adattamento di un Brand Name: questione di suono e personalità
CASE STUDY: PayPal
- Tipologie di Brand Name: individuare quella giusta
- Il posizionamento e riposizionamento del marchio
CASE STUDY: Accenture, German Wings
- Paese che vai, Brand Name che trovi
CASE STUDY: Algida, Burger King, Mastro Lindo e tanti altri

2. Radio e TV

- Adattare una campagna tv e radio in un'altra lingua: "parla come magni"
CASE STUDY: UPS Webfilm "Gilo"
- La sensibilità del transcreator
CASE STUDY: Le campagne radio e tv di Expedia, una sfida culturale
- Di Paese in Paese: attenzione al politically correct!
CASE STUDY: Campagna Huggies Bimba e Bimbo 2015
- Claim e tono di voce
- Tradurre una headline: metti in moto la testa e l'immaginazione
CASE STUDY: Threadneedle Investments
- L'adattamento del tono di voce
CASE STUDY: Lotus Test Drive

Con Francesca Mazza infine affronteremo un laboratorio pratico in due lezioni, divertendoci insieme con la lingua in un brainstorming collettivo (i testi su cui lavorare verranno forniti prima delle lezioni, di modo da poter essere preparati con la dovuta calma).

Obiettivi:

L'obiettivo è introdurre al concetto di transcreation, rivelando trucchi e metodi di lavoro del copywriter che gestisce progetti pubblicitari o di marketing. Tramite le lezioni teoriche, corredate di numerosi esempi, e il lavoro di gruppo e individuale, si arriverà insieme a comprendere fino a che punto la lingua può spingersi nell'intento di localizzare.



Daniela Montieri

Copywriter dal 2003, parte dalle agenzie di Napoli e resiste in quelle romagnole fino al 2012, dopodiché torna a Roma (sud) e fonda su Facebook un grande open space: il gruppo *Un posto al copy*. Come transcreator, collabora dal 2014 con diverse agenzie come Hogarth&Ogilvy, Mother Tongue, TAG e SDA. Ha lavorato, tra gli altri, per Lavazza, Q8 Italia, Expedia, Enel Energia, Paluani. Nel 2016, insieme ad alcuni colleghi, ha fondato l'Associazione Italiana Copywriter, che si propone di diventare un punto di riferimento per chi esercita questa professione e per chi vuole iniziare.



Francesca Mazza

Laureata in Lettere classiche presso l'Università degli Studi di Bologna, nel 2010 ha conseguito il Diploma in Translation dell'Institute of Linguists di Londra per la combinazione inglese-italiano. Svolge la professione di traduttrice freelance da dieci anni, principalmente nel settore del lusso. A un approccio rigoroso al testo, sviluppato grazie alla formazione filologica, affianca la passione per la scrittura creativa. Collabora con alcuni marchi molto noti dell'alta moda internazionale.



Chiara De Biaggio

Laureata in Scienze della comunicazione sotto la guida di Umberto Eco, ha studiato Mass Communication presso la Denver University (USA), mentre successivamente si è specializzata in comunicazione digitale. Lavora da oltre 15 anni a Milano, come All-line-Copywriter & Transcreator: per dieci anni nell'ambito di agenzie pubblicitarie a ciclo completo, e poi in autonomia, come yourcopywriter.it. In quest'arco di tempo si è cimentata nel copywriting e nella transcreation dall'inglese all'italiano per conto di 80 brand, appartenenti ai più disparati settori merceologici. Ha così affinato sia la padronanza della lingua scritta sia le tecniche di comunicazione pubblicitaria e di localizzazione, che mette al centro di pubblicazioni e attività di formazione professionale.

7 lezioni di gruppo

2 esercitazioni individuali

2 revisioni individuali

2 lezioni individuali via Skype

2 esercitazioni da correggere in gruppo