

# Manifesto

Mercoledì, 14/05/2008

*"Devo comunicare: serietà, professionalità, prezzi competitivi, alta qualità, assistenza personalizzata, affiancamento costante, i valori aziendali, le certificazioni, una promozione..."*

E le agenzie? Sbuffano. "Creano" progetti che siano a metà strada tra le esigenze del cliente e le inclinazioni personali, dovuti ad un Know-how specialistico, cercando poi di "redimere" il cliente.

*"L'head line deve essere sintetico, lo spazio bianco serve per dare respiro al testo, l'efficacia del messaggio è garantita dal giusto bilanciamento del font, il marchio deve essere pulito"*

Ed il cliente? Pensa, riflette, ci ripensa, ma poi resta sulle sue idee.

Ed allora, tanti i lavori bollati come cattivi, tanti i progetti stroncati prima ancora di aver visto la luce. Fogli e fogli raccolti nelle agenzie e conservati nei cassetti o nelle librerie.

Lavoro sprecato? No.

La creatività come forma d'arte e di espressione, anche se il più delle volte realizzata per fini commerciali, "deve" trovare un suo palcoscenico. Un luogo ed un ambiente in grado di illuminare ed esaltare progetti elaborati e prodotti dai creativi.

Agenzie di comunicazione, free lance, studi grafici d'Italia aprite i vostri cassetti e tirate fuori la vostra creatività, esponendo i lavori sui quali avreste puntato e scommesso. Perché, in fondo, trasgredendo ad **una delle regole principali del loro mestiere**, i creativi si affezionano alle proprie creazioni.

Dall'amore per la comunicazione e dalla crescita comune, derivante dalla condivisione del sapere, le **agenzie di comunicazione italiane** sicuramente contribuiranno a realizzare **Creatives are bad! - Mostra sulla comunicazione rifiutata in Italia**.

Da un'idea dell'agenzia di comunicazione integrata **MTN Company**, **Creatives are bad**, attraverso **incontri e dibattiti**, vuole indagare sulle reali cause dei rifiuti posti dai clienti, individuando se si tratta di presunzione del committente, che pensa di saperne di più, di immodestia delle agenzie o impreparazione dei creativi.

Per porre rimedio a tutto ciò, la **mostra** mira a gettare le basi di un percorso comune, tra agenzia e cliente, che faccia crescere e maturare insieme l'idea progettuale in modo che possano non esserci più lavori rifiutati.

**Creatives are bad! - Mostra sulla comunicazione rifiutata in Italia.**  
Il giusto plauso a lavori altrimenti sconosciuti.