

Segreteria  
Kappelergasse 14  
8001 Zurigo

T +41 44 211 40 11  
F +41 44 211 80 18  
info@ks-cs.ch

**ks/cs**  
Kommunikation Schweiz  
Communication Suisse  
Comunicazione Svizzera  
Communication Switzerland



## Regolamento d'esame

per

**l'esame di professione per specialista della comunicazione**

*19.06.2018*





Visto l'articolo 28 capoverso 2 della legge federale del 13 dicembre 2002 sulla formazione professionale<sup>1</sup>, l'organo responsabile di cui al punto 1.3 emana il seguente regolamento d'esame.

## **1. DISPOSIZIONI GENERALI**

### **1.1 Scopo dell'esame**

Obiettivo dell'esame federale di professione è stabilire se i candidati<sup>2</sup> hanno le competenze necessarie per l'esercizio di un'attività professionale complessa e che comporta un elevato grado di responsabilità.

### **1.2 Profilo professionale**

#### **1.21 Campo d'attività**

Gli specialisti della comunicazione lavorano come collaboratori nel reparto marketing, comunicazione o direzione pubblicitaria di aziende piccole o grandi oppure coadiuvano i responsabili di progetto delle agenzie di pubblicità e di comunicazione di piccole o grandi dimensioni nella consulenza ai clienti esterni. Partecipano alla concezione e allo sviluppo di strategie e progetti di comunicazione. Pianificano, accompagnano e sorvegliano l'attuazione di tali strategie e progetti e li realizzano sotto il profilo amministrativo, tecnico e finanziario.

#### **1.22 Principali competenze operative professionali**

- Assistenza a clienti e committenti
- Sviluppo di strategie e progetti di comunicazione
- Realizzazione e produzione della comunicazione di marketing
- Pianificazione e realizzazione di ulteriori strumenti di comunicazione
- Realizzazione di soluzioni con i media digitali
- Pianificazione e attuazione dell'impiego dei media
- Svolgimento di compiti amministrativi (commerciali)
- Svolgimento di compiti specifici (aspetti legali, presentazioni, ricerche di mercato ecc.)
- Sorveglianza dei costi e dei termini

#### **1.23 Esercizio della professione**

Oltre a collaborare allo sviluppo della strategia di comunicazione, gli specialisti della comunicazione pianificano e attuano, insieme ai superiori e al team, strumenti di comunicazione mirati quali la pubblicità sui media, le relazioni pubbliche e le misure di sponsoring, la partecipazione a fiere e altri eventi, i progetti di marketing dialogico e di promozione delle vendite nonché l'impiego di media digitali quali Internet e i social media.

Gli specialisti della comunicazione lavorano in team e fungono da interlocutori o coordinatori nei progetti riguardanti ricerche di mercato, la creazione e la realizzazione nonché la produzione dei singoli mezzi pubblicitari e l'impiego sui media. Sono gli interlocutori dei clienti

---

<sup>1</sup> Legge federale del 13 dicembre 2002 sulla formazione professionale (legge sulla formazione professionale, LFPr, RS 412.10, stato: 1° gennaio 2016).

<sup>2</sup> In un'ottica di leggibilità e scorrevolezza, all'interno del testo il genere maschile è impiegato per ambo i sessi.





esterni e dei committenti interni, a cui forniscono consulenza tecnica. Questo aspetto presuppone la disponibilità a lavorare al di fuori dagli orari usuali.

Gli specialisti della comunicazione conoscono e applicano le tecniche di ogni livello di creazione, realizzazione, produzione e pianificazione dei media. Conoscono le possibilità e i limiti del diritto della pubblicità e sono in grado di presentare e argomentare i progetti di fronte a clienti o committenti interni in occasione di riunioni interne o esterne.

Nella fase di realizzazione e produzione gli specialisti della comunicazione richiedono offerte a partner interni ed esterni, a specialisti e fornitori, e assegnano i corrispondenti mandati. Controllano l'impiego dei mezzi di comunicazione sui media e garantiscono il rispetto del budget e dei termini; inoltre, richiedono a clienti e committenti le autorizzazioni per i diversi livelli esecutivi.

#### **1.24 Contributo della professione alla società, all'economia, alla cultura e alla natura**

Con la loro attività gli specialisti della comunicazione sostengono la comunicazione di marketing direttamente in azienda oppure indirettamente nell'agenzia di consulenza, contribuendo così al successo commerciale delle singole imprese.

#### **1.3 Organo responsabile**

1.31 L'organo responsabile è costituito dalla seguente organizzazione del mondo del lavoro:  
KS/CS Kommunikation Schweiz / Communication Suisse / Comunicazione Svizzera / Communication Switzerland

1.32 L'organo responsabile è competente per tutta la Svizzera.

### **2. ORGANIZZAZIONE**

#### **2.1 Composizione della commissione d'esame**

2.11 Tutti i compiti relativi al rilascio dell'attestato professionale sono affidati a una commissione d'esame composta da un presidente e da otto membri e nominata per un periodo di tre anni dalla presidenza di KS/CS Kommunikation Schweiz.

2.12 La commissione d'esame si autocostruisce. Essa è in grado di deliberare se è presente la maggioranza dei membri. Le decisioni richiedono la maggioranza dei membri presenti. A parità di voti è il presidente a decidere.





## **2.2 Compiti della commissione d'esame**

### **2.21 La commissione d'esame**

- a) emana le direttive inerenti al regolamento d'esame e le aggiorna periodicamente;
- b) stabilisce le tasse d'esame;
- c) stabilisce la data e il luogo dell'esame;
- d) definisce il programma d'esame;
- e) predispone la preparazione dei compiti d'esame e cura lo svolgimento dell'esame;
- f) nomina i periti, li forma per le loro funzioni e li impiega;
- g) decide l'ammissione all'esame e l'eventuale esclusione dallo stesso;
- h) decide il conferimento dell'attestato professionale;
- i) tratta le domande e i ricorsi;
- j) si occupa della contabilità e della corrispondenza;
- k) decide in merito al riconoscimento di altri titoli o prestazioni;
- l) rende conto della sua attività alle istanze superiori e alla Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione (SEFRI);
- m) provvede allo sviluppo e alla garanzia della qualità, in particolare al regolare aggiornamento del profilo di qualificazione in conformità con le esigenze del mercato del lavoro.

2.22 La commissione d'esame può delegare compiti amministrativi e direttivi a una segreteria d'esame.

## **2.3 Svolgimento non pubblico / vigilanza**

2.31 L'esame si svolge sotto la vigilanza della Confederazione. Non è pubblico. In casi particolari, la commissione d'esame può concedere delle deroghe.

2.32 La SEFRI riceve tempestivamente l'invito all'esame e la relativa documentazione.

## **3. PUBBLICAZIONE, ISCRIZIONE, AMMISSIONE E SPESE**

### **3.1 Pubblicazione**

3.11 L'esame è pubblicato almeno cinque mesi prima del suo inizio nelle tre lingue ufficiali sul sito web [www.ks-cs.ch](http://www.ks-cs.ch).

3.12 La pubblicazione deve almeno indicare:

- le date d'esame;
- la tassa d'esame;
- l'ufficio d'iscrizione;
- il termine d'iscrizione;
- le modalità di svolgimento dell'esame.





### 3.2 Iscrizione

All'iscrizione devono essere allegati:

- a) un riepilogo del percorso di formazione professionale assolto e della pratica professionale svolta;
- b) le copie dei titoli e dei certificati di lavoro richiesti ai fini dell'ammissione;
- c) l'indicazione della lingua d'esame;
- d) la copia di un documento d'identità con fotografia;
- e) l'indicazione del numero di assicurazione sociale (numero AVS)<sup>3</sup>.

### 3.3 Ammissione

3.31 All'esame è ammesso chi:

- a) può attestare di possedere almeno due anni di esperienza lavorativa nei campi comunicazione, pubblicità, relazioni pubbliche, marketing, vendita o direct marketing/marketing dialogico e una delle seguenti formazioni:
  - attestato federale di capacità di impiegato di commercio;
  - attestato federale di capacità in una professione grafica rilasciato al termine di una formazione professionale di base almeno triennale;
  - attestato federale di capacità in una professione del settore della vendita rilasciato al termine di una formazione professionale di base almeno triennale;
  - diploma di una scuola media di commercio riconosciuta dalla SEFRI;
  - diploma di una scuola media professionale riconosciuta dal Cantone e di durata almeno triennale;
  - maturità (tutti i tipi);
  - diploma di un esame professionale superiore per le professioni commerciali;
  - diploma di una scuola universitaria o di una scuola universitaria professionale in ambito commerciale;
  - attestato professionale per specialista in relazioni pubbliche, specialista in marketing, specialista in vendita;

*oppure*

- b) è titolare di un altro attestato federale di capacità, diploma o titolo di una scuola universitaria o scuola universitaria professionale e può comprovare almeno tre anni di esperienza lavorativa nei campi comunicazione, pubblicità, relazioni pubbliche, marketing, vendita o direct marketing/marketing dialogico.

Conformemente al punto 2.21 lettera k) la commissione d'esame decide in merito al riconoscimento e al computo di altri titoli o prestazioni. L'ultimo giorno utile per la durata della pratica professionale è quello dell'inizio dell'esame. È fatto salvo il termine stabilito per il pagamento della tassa d'esame di cui al punto 3.41.

3.32 La decisione in merito all'ammissione all'esame è comunicata al candidato per iscritto almeno tre mesi prima dell'inizio dell'esame. La decisione negativa deve indicare la motivazione e i rimedi giuridici

<sup>3</sup> La base legale è contenuta nell'ordinanza sulle rilevazioni statistiche (RS 431.012.1; n. 70 dell'allegato). La commissione d'esame o la SEFRI rileva il numero AVS per conto dell'Ufficio federale di statistica e lo utilizza a fini puramente statistici.





### **3.4 Spese**

- 3.41 Il candidato versa la tassa d'esame previa conferma dell'ammissione. Le spese per il rilascio dell'attestato professionale e l'iscrizione nel registro dei titolari di un attestato professionale, nonché l'eventuale contributo alle spese per il materiale, sono a carico dei candidati e vengono riscossi separatamente.
- 3.42 Ai candidati che, conformemente al punto 4.2, si ritirano entro i termini prescritti o devono ritirarsi dall'esame per motivi validi viene rimborsato l'importo pagato, dedotte le spese sostenute.
- 3.43 Chi non supera l'esame non ha diritto al rimborso della tassa.
- 3.44 La tassa d'esame per i candidati ripetenti è fissata dalla commissione d'esame caso per caso, tenendo conto delle parti d'esame da ripetere.
- 3.45 Le spese di viaggio, vitto, alloggio e assicurazione durante l'esame sono a carico dei candidati.

## **4. SVOLGIMENTO DELL'ESAME**

### **4.1 Convocazione**

- 4.11 L'esame ha luogo se, dopo la pubblicazione,
- in lingua tedesca, ci sono almeno 25 candidati
  - in lingua francese, ci sono almeno 8 candidati
  - in lingua italiana, ci sono almeno 3 candidati
- che soddisfano le condizioni d'ammissione, o almeno ogni due anni.
- 4.12 Il candidato può essere esaminato in una delle tre lingue ufficiali: italiano, francese o tedesco.
- 4.13 Il candidato è convocato almeno 30 giorni prima dell'inizio dell'esame scritto e almeno 20 giorni prima dell'esame orale. La convocazione contiene:
- a) il programma d'esame con l'indicazione del luogo, della data e dell'ora dell'esame come pure degli ausili che il candidato può portare con sé;
  - b) l'elenco dei periti.
- 4.14 Le richieste di ricusazione dei periti opportunamente motivate devono essere presentate alla commissione d'esame al massimo sette giorni prima dell'inizio dell'esame. La commissione adotta le misure necessarie.





#### **4.2 Ritiro**

- 4.21 Il candidato può ritirare la propria iscrizione fino a quattro settimane prima dell'inizio dell'esame.
- 4.22 Trascorso questo termine, il ritiro deve essere giustificato da motivi validi. Sono considerati motivi validi:
- a) maternità;
  - b) malattia e infortunio;
  - c) lutto nella cerchia ristretta;
  - d) servizio militare, civile o di protezione civile imprevisto.
- 4.23 Il candidato deve immediatamente notificare per iscritto alla commissione d'esame il suo ritiro allegando i documenti giustificativi.

#### **4.3 Mancata ammissione ed esclusione**

- 4.31 I candidati che in relazione alle condizioni di ammissione forniscono deliberatamente indicazioni false o cercano in altri modi di ingannare la commissione d'esame non sono ammessi all'esame.
- 4.32 È escluso dall'esame chi:
- a) utilizza ausili non autorizzati;
  - b) infrange in modo grave la disciplina dell'esame;
  - c) tenta di ingannare i periti.
- 4.33 L'esclusione dall'esame deve essere decisa dalla commissione d'esame. Il candidato ha il diritto di sostenere l'esame con riserva fino al momento in cui la commissione d'esame non ha deliberato al riguardo.

#### **4.4 Sorveglianza degli esami, periti**

- 4.41 L'esecuzione dei lavori d'esame scritti è sorvegliata da almeno una persona competente nella materia d'esame la quale annota le proprie osservazioni.
- 4.42 La valutazione dei lavori d'esame scritti è effettuata da almeno due periti che determinano la nota congiuntamente.
- 4.43 Almeno due periti presenziano agli esami orali, prendono nota del colloquio d'esame e dello svolgimento generale, valutano le prestazioni e determinano la nota congiuntamente.
- 4.44 I periti recedono dall'incarico se sono parenti, superiori o ex superiori, collaboratori o colleghi del candidato, oppure suoi docenti nei corsi di preparazione.





#### 4.5 Riunione conclusiva per l'attribuzione delle note

- 4.51 La commissione d'esame delibera il superamento dell'esame in una riunione indetta al termine dello stesso. La persona che rappresenta la SEFRI è invitata per tempo alla riunione.
- 4.52 I parenti e i superiori o ex superiori, collaboratori o colleghi del candidato nonché i docenti dei corsi di preparazione da lui frequentati recedono dall'incarico per la delibera sul conferimento dell'attestato professionale.

### 5. PARTI D'ESAME E REQUISITI

#### 5.1 Parti d'esame

5.11 L'esame è costituito dalle seguenti parti di cui è indicata la rispettiva durata:

<i>Parti d'esame</i>	<i>Contenuti</i>	<i>Orale</i>	<i>Scritto</i>	<i>Totale</i>
1 Basi	- Economia politica - Economia aziendale - Diritto della pubblicità - Economia dell'industria pubblicitaria		60 min.	60 min.
2 Marketing	- Basi di marketing - Ricerche di mercato - Vendita/distribuzione		90 min.	90 min.
3 Comunicazione	- Strategia e concetto di comunicazione - Strumenti di comunicazione - Creazione	25 min.	240 min.	265 min.
4 Realizzazione / Produzione	- Offline - Online - Termini, procedure, costi	25 min.	240 min.	265 min.
5 Media	- Ricerche di mercato - Strategia media/pianificazione - Calcolo dei costi e controllo (media offline/online)	25 min.	240 min.	265 min.
<b>Totale</b>		<b>75 min.</b>	<b>870 min.</b>	<b>945 min.</b>

#### Parte 1: Basi

Comprendere semplici interrelazioni nell'ambito delle basi di economia politica, economia aziendale e gestione aziendale e mostrarle in forma scritta attraverso esempi pratici attuali. Conoscere le principali pratiche commerciali del proprio settore nell'ambito dell'economia dell'industria pubblicitaria e, attraverso una corretta interrelazione, saper rispondere per iscritto alle domande o agli esempi presentati. Conoscere le leggi e prescrizioni rilevanti nell'ambito del diritto della pubblicità e menzionare in forma scritta eventuali conseguenze o procedure in base a domande o esempi pratici presentati in precedenza.







### **Parte 2: Marketing**

La base della comunicazione commerciale è costituita dalla pianificazione e dall'applicazione del marketing e dei suoi strumenti. Oltre a queste conoscenze basilari, sulla base di esempi dati il candidato deve saper applicare e valutare per iscritto le possibilità di utilizzo e di analisi provenienti dagli studi di mercato, dalla vendita e dalla distribuzione.

### **Parte 3: Comunicazione**

L'orientamento strategico e concettuale rappresenta la base per l'impiego della comunicazione commerciale, che comprende inoltre l'individuazione, la pianificazione e l'attuazione dei diversi strumenti di comunicazione. Esame scritto sulla base di case study e orale su casi minori o esempi pratici presentati.

### **Parte 4: Realizzazione / Produzione**

Sulla base di disposizioni semplici o più complesse, proporre soluzioni attuative degli impieghi offline e online orientate alle competenze. Ciò anche in relazione a offerte e mandati, alla gestione dei costi e a una corrispondente pianificazione delle scadenze. Esame scritto sulla base di case study e orale sulla base degli esempi pratici proposti.

### **Parte 5: Media**

Sulla base di disposizioni semplici o più complesse, proporre soluzioni orientate alle competenze per pianificare e utilizzare i media offline e online. Esame scritto sulla base di case study e orale su esempi pratici proposti.

- 5.12 Ogni parte d'esame può essere suddivisa in voci. La commissione d'esame definisce questa suddivisione e la ponderazione delle voci nelle direttive inerenti al regolamento d'esame.

## **5.2 Requisiti per il superamento dell'esame**

- 5.21 La commissione d'esame emana le disposizioni dettagliate in merito all'esame finale nelle direttive inerenti al regolamento d'esame (di cui al punto 2.21 lett. a).
- 5.22 La commissione d'esame decide l'equipollenza di parti d'esame o moduli di altri esami di livello terziario già conclusi e l'eventuale esonero dall'esame nelle corrispondenti parti previste dal presente regolamento. Non è consentito l'esonero dalle parti d'esame che, secondo il profilo professionale, rappresentano le competenze principali dell'esame.

## **6. VALUTAZIONE E ATTRIBUZIONE DELLE NOTE**

### **6.1 Disposizioni generali**

La valutazione delle singole parti d'esame e dell'esame viene espressa in note. Si applicano le disposizioni di cui ai punti 6.2 e 6.3 del presente regolamento.





## **6.2 Valutazione**

- 6.21 Le note delle voci vengono espresse con punti interi o mezzi punti, conformemente al punto 6.3.
- 6.22 La nota di una parte d'esame corrisponde alla media, arrotondata a un decimale, delle note delle voci in cui la parte d'esame è suddivisa. Se il metodo di valutazione non contempla note di voci, la nota della parte d'esame viene calcolata direttamente in conformità con il punto 6.3.
- 6.23 La nota complessiva dell'esame è data dalla media di tutte le note delle singole parti d'esame. Essa è arrotondata a un decimale.

## **6.3 Valore delle note**

Le prestazioni sono valutate con note da 6 a 1. Il 4 e le note superiori designano prestazioni sufficienti. Non sono ammesse note intermedie diverse dai mezzi punti.

## **6.4 Condizioni per il superamento dell'esame e per il rilascio dell'attestato professionale**

- 6.41 L'esame è superato se:
- a) la nota complessiva raggiunge almeno il 4.0;
  - b) in nessuna delle tre parti d'esame Comunicazione, Realizzazione / Produzione e Media la nota è inferiore a 4.0;
  - c) nelle parti d'esame Basi e Marketing la nota non è inferiore a 3.0.
- 6.42 L'esame non è superato se il candidato:
- a) non si ritira entro il termine previsto;
  - b) si ritira dall'esame o da una parte d'esame pur non avendo motivi validi;
  - c) si ritira dopo l'inizio dell'esame pur non avendo motivi validi;
  - d) deve essere escluso dall'esame.
- 6.43 La commissione d'esame si basa esclusivamente sulle prestazioni fornite durante l'esame per decidere in merito al superamento di quest'ultimo. Chi supera l'esame ottiene l'attestato professionale federale.
- 6.44 La commissione d'esame rilascia a ogni candidato un certificato d'esame, dal quale risultano almeno:
- a) le note delle singole parti d'esame e la nota complessiva dell'esame;
  - b) il superamento o il mancato superamento dell'esame;
  - c) l'indicazione dei rimedi giuridici in caso di mancato rilascio dell'attestato professionale.

## **6.5 Ripetizione**

- 6.51 Chi non ha superato l'esame può ripeterlo due volte.
- 6.52 La ripetizione si limita alle parti d'esame nelle quali non si è raggiunta la nota minima 5.0.





- 6.53 Per la ripetizione si applicano le stesse condizioni d'iscrizione e d'ammissione valide per il primo esame.

## **7. ATTESTATO PROFESSIONALE, TITOLO E PROCEDURA**

### **7.1 Titolo e pubblicazione**

- 7.11 L'attestato professionale federale è rilasciato dalla SEFRI su richiesta della commissione d'esame e porta le firme della direzione della SEFRI e del presidente della commissione d'esame.

- 7.12 I titolari dell'attestato professionale sono autorizzati a portare il seguente titolo:

- **Specialista della comunicazione con attestato professionale federale**
- **Kommunikationsfachfrau/Kommunikationsfachmann mit eidgenössischem Fachausweis**
- **Spécialiste en communication avec brevet fédéral**

Per la versione inglese si usa la dicitura:

- **Executive in communications, Federal Diploma of Higher Education**

- 7.13 I nominativi dei titolari dell'attestato professionale sono iscritti in un registro tenuto dalla SEFRI.

- 7.14 Le persone che prima dell'entrata in vigore di questo regolamento d'esame hanno conseguito l'attestato professionale di tecnico di pubblicità, pianificatore di comunicazione di marketing o pianificatore di comunicazione, sono autorizzate a portare il titolo secondo quanto al punto 7.12 di questo regolamento d'esame; non viene rilasciato un nuovo attestato professionale.

### **7.2 Revoca dell'attestato professionale**

- 7.21 La SEFRI può revocare un attestato professionale conseguito illegalmente con riserva di avviare una procedura penale.

- 7.22 Contro la decisione della SEFRI può essere interposto ricorso dinanzi al Tribunale amministrativo federale entro 30 giorni dalla notifica.

### **7.3 Rimedi giuridici**

- 7.31 Contro le decisioni della commissione d'esame relative all'esclusione dall'esame o al rifiuto di rilasciare l'attestato professionale può essere inoltrato ricorso presso la SEFRI entro 30 giorni dalla notifica. Il ricorso deve contenere le richieste del ricorrente e le relative motivazioni.

- 7.32 In prima istanza, la decisione sui ricorsi spetta alla SEFRI. Contro la sua decisione può essere interposto ricorso dinanzi al Tribunale amministrativo federale entro 30 giorni dalla notifica.





## 8. COPERTURA DELLE SPESE D'ESAME

- 8.1 Dietro richiesta della commissione d'esame l'organo responsabile fissa l'ammontare degli indennizzi per i membri della commissione d'esame e per i periti.
- 8.2 L'organo responsabile assume le spese d'esame nella misura in cui non sono coperte dalla tassa d'esame, dal contributo federale e da altri sussidi.
- 8.3 Al termine dell'esame la commissione d'esame invia alla SEFRI, conformemente alle direttive, un rendiconto dettagliato. Sulla base di tale rendiconto la SEFRI stabilisce il contributo federale per lo svolgimento dell'esame.

## 9. DISPOSIZIONI FINALI

### 9.1 Abrogazione del diritto previgente

Il regolamento d'esame del 21 novembre 2008 per l'esame di professione di pianificatore di comunicazione è abrogato.

### 9.2 Disposizioni transitorie

I candidati ammessi a ripresentarsi all'esame in base al regolamento previgente del 21 novembre 2008 potranno ripetere l'esame una prima e/o una seconda volta entro il 2021.

### 9.3 Entrata in vigore

Il presente regolamento d'esame entra in vigore previa approvazione della SEFRI.

## 10. EMANAZIONE

Zurigo, 1 gennaio 2018

**Kommunikation Schweiz / Communication Suisse / Comunicazione Svizzera / Communication Switzerland**

  
**Il Presidente:**  
Filippo Lombardi

  
**Il Vice Presidente:**  
François Besençon

  
**La direttrice:**  
Ursula Gamper





Il presente regolamento è approvato.

Berna, ...19.06.2018

**Segreteria di Stato per la formazione,  
la ricerca e l'innovazione SEFRI**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'R. Hübschi', located below the official title.

Rémy Hübschi  
Capodivisione Formazione professionale et continua

