

Adlab@go, missione in Cina per le Olimpiadi

L'università di Udine a Shanghai per studiare le nuove tecniche dell'industria pubblicitaria

Una missione a Shanghai per far conoscere l'esperienza di Adlab@go e, contemporaneamente, per studiare l'avanzata della pubblicità nel mercato più popoloso del mondo: si apre così la nuova pagina che il Laboratorio di ricerca e pratica pubblicitaria dell'Università di Udine a Gorizia intende aprire, seguendo il filone dello studio dell'espansione pubblicitaria nei nuovi mercati. «Le Olimpiadi di Pechino sono

anche il maggiore evento pubblicitario dell'anno – dichiara Giovanni Lunghi, responsabile di Adlab@go e docente di Economia delle aziende pubblicitarie – e rappresentano il culmine di un percorso di cambiamento cominciato nel paese asiatico già nel 1978 e continuato attraverso l'adesione al Wto nel 2001. Osservare direttamente il fenomeno della crescita del mercato pubblicitario cinese in questo momen-

to è quindi un'opportunità imperdibile per individuare i futuri scenari dell'advertising mondiale».

La missione, che durerà fino ai primi di settembre, fa seguito a un altro riconoscimento per il Laboratorio che ha sede nel polo goriziano dell'Università di Udine. Infatti, proprio in questi giorni Giovanni Lunghi è entrato a far parte della European foundation for commercial communication education

(Efce).

Si tratta di una Fondazione creata dalla European association of communication agencies (l'Associazione europea della pubblicità e delle imprese di comunicazione con sede a Bruxelles) per promuovere l'eccellenza della formazione e della ricerca nel settore della comunicazione pubblicitaria. Dell'Efce fanno già parte diverse istituzioni accademiche di Austria, Belgio, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Gran Bretagna, Olanda, Romania, Russia, Slovenia e Spagna.

«La candidatura come responsabile di Adlab@go è stata sottoposta a un'attenta valutazione da parte del Comitato scientifico dell'Efce – conclude Lunghi –. L'accettazione nell'Efce rappresenta quindi un'ulteriore conferma della qualità dell'offerta formativa del nostro ateneo anche nell'ambito della comunicazione pubblicitaria».

