

---

L'ateneo di Udine a Shanghai studierà la pubblicità legata alle Olimpiadi

## Marketing cinese sotto la lente

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 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 iniziato 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 momento è quindi un'opportunità imperdibile per individuare

i futuri scenari dell'advertising mondiale». La missione, che durerà fino ai primi di settembre, fa seguito ad 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, una fondazione nata per promuovere l'eccellenza della formazione e della ricerca nel settore della comunicazione pubblicitaria.

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