

*L'Ateneo di Udine ha presentato nella sede di via Diaz il nuovo progetto del corso di Relazioni pubbliche*

## All'Università un laboratorio per la pubblicità

Didattica, sperimentazione, ricerca, innovazione e, soprattutto, contaminazione. È un obiettivo particolarmente ambizioso quello che si propone Adlab, il nuovo laboratorio di pratica pubblicitaria dell'Università di Udine presentato ieri mattina nella sede cittadina dell'ateneo friulano. L'obiettivo è quello di offrire agli studenti un punto di riferimento per il sempre più complesso mondo dell'advertising, che, di fatto, ha già da tempo trasformato la pubblicità in vera e propria comunicazione.

«In poco tempo siamo passati dalla semplice promozione di un prodotto alla creazione di linguaggi nuovi che mirano a interagire sempre più profondamente con il pubblico – ha spie-

gato il professor Giovanni Lunghi, coordinatore del laboratorio – ed è per questo che abbiamo sentito la necessità di sviluppare il progetto Adlab». Un progetto che coinvolgerà venti studenti del corso di laurea in Relazioni Pubbliche, che creeranno vere e proprie campagne pubblicitarie e matureranno un'esperienza preziosa, nella quale si fonderanno didattica e pratica professionale. È destinato, dunque, a rafforzarsi il filone della comunicazione pubblicitaria sviluppato finora dall'Ateneo friulano che, negli scorsi anni, ha visto i propri studenti progettare campagne promozionali anche per Legambiente, Caritas e Macworld, raccogliendo riconoscimenti di livello nazionale.

Entro il primo febbraio gli studenti interessati dovranno far pervenire la domanda di partecipazione al laboratorio che, entro la metà del prossimo mese, dovrebbe già cominciare la propria attività. Tra la fine di aprile e l'inizio di maggio, infatti, si terrà lo Spot School Award, una fra le più importanti vetrine italiane di sperimentazione pubblicitaria che, per i migliori, può trasformarsi in un trampolino di lancio per il mercato del lavoro. «Lavoreremo per individuare le nuove frontiere della comunicazione pubblicitaria – ha concluso Lunghi – e impareremo a muoverci a 360 gradi». Sono in via di definizione anche scambi e collaborazioni con università dell'Europa dell'Est e dell'Asia.

**n.c.**



Gli studenti coinvolti nel progetto del laboratorio pubblicitario