



PROFESSIONE & CARRIERA

La cultura della professionalità

Publicità ITALIA

FRIDAY



Publicità ITALIA  
TODAY  
È SFOGLIABILE.  
CLICCA IL LINK  
NELLA MAIL

## Una piccola 'Scuola di Francoforte' nella società dei consumi

[SEGUE DALLA PAGINE PRECEDENTE] A questo master sarà collegato un monitor sull'evoluzione degli stili di vita legati alla salute nella nostra società e uno sulla comunicazione della salute attraverso media generalisti e specialisti. Il secondo master sviluppa un tema centrale nel nostro corso di laurea: la marca come incontro tra visibile e invisibile, tra impresa e consumatore, tra tecnica e cultura. La marca è un asset decisivo per le aziende e la sua costruzione è un processo di pura comunicazione.

**Come impatta l'attuale crisi sull'offerta di formazione e studio?**

Al San Raffaele stiamo registrando una crescita di interesse: sembra che le difficoltà anziché generare la tendenza al risparmio tendano invece a produrre la ricerca di qualità, soprattutto nella formazione. La risorsa cultura viene considerata importante e decisiva per il futuro e favorisce un investimento 'a lungo termine'. Quindi le università e i corsi qualificati avranno maggiori opportunità, e non minori. La nostra scelta di costruire un corso di laurea in Scienze della Comunicazione al San Raffaele andava in questa direzione, per cui ci attendiamo un futuro positivo. **(di Federico Unnia)**

## [Università di Udine] Ad Venture: dagli studenti europei idee per una mobilità sostenibile



Convincere gli europei a scegliere automobili più compatibili con l'ambiente: un obiettivo ambizioso quello del secondo concorso **Ad Venture** rivolto agli studenti creativi d'Europa, lanciato dall'European Association of Communication Agencies (**EACA**) e dall'European Foundation for Commercial Communications Education (**EFCCCE**) in collaborazione con l'European Automobile Manufacturers Association (**ACEA**). Il brief del concorso nasce dalla constatazione che, secondo un sondaggio Eurostat, gli europei si dichiarano disponibili all'acquisto di prodotti eco-compatibili ma, alla prova dei fatti, solo il 17% si dimostra coerente. Ai giovani creativi, in particolare a quelli del network EFCCCE che comprende vari istituti di alta formazione tra cui, per l'Italia, l'**Università di Udine** con il **Laboratorio di Ricerca e Pratica Pubbli-**

**citaria**, viene richiesta una campagna integrata per convincere coloro che intendono acquistare un'auto a valutare con attenzione anche le performance ecologiche. Le scadenze per la partecipazione a Ad Venture sono: il 19 dicembre 2008 per inviare l'iscrizione e il 18 marzo 2009 per la presentazione delle campagne. I vincitori avranno l'opportunità di presentare il loro lavoro ai Cannes Lions, alla Green Week di Bruxelles e alla cerimonia degli Euro Effie 2009. L'opportunità è accolta positivamente anche dal Directorate General for Clean Air and Transport della Commissione Europea. Il responsabile Stefan Moser attende con ottimismo di scoprire idee creative fresche, che contribuiscano a raggiungere gli obiettivi della lotta contro i cambiamenti climatici. "Scegliendo veicoli che utilizzano tecnologie e carburanti più efficienti e adottando stili di guida più responsabili, si contribuisce alla riduzione della carbon footprint (l'impatto dell'attività umana sull'effetto serra, n.d.r.). Il concorso degli studenti di pubblicità può aiutarci a diffondere questa consapevolezza tra i consumatori, aiutandoli anche a scegliere in modo informato." Il concorso ha anche il supporto della maggiore associazione dei produttori di automobili, l'ACEA, di cui fanno parte BMW Group, DAF Trucks, Daimler, FIAT, Ford of Europe, General Motors Europe, MAN Nutzfahrzeuge, Porsche, PSA Peugeot Citroën, Renault, Scania, Toyota Motor Europe, Volkswagen e Volvo. Le informazioni sul concorso Ad Vantage, il bando e il brief sono disponibili nella pagina sul sito dell'EFCCCE [www.eacaeducation.eu/student\\_competition/](http://www.eacaeducation.eu/student_competition/). (G.L.)



**efccce** EUROPEAN FOUNDATION FOR COMMERCIAL COMMUNICATIONS EDUCATION

**Laboratorio di Ricerca e Pratica Pubbli-**

## [Fiera di Verona] Job&Orienta 2008, dalla formazione al lavoro

Ha preso il via ieri presso la Fiera di Verona la tre giorni (20-22 novembre) di **JOB&Orienta 2008**, la XVIII edizione della mostra-convegno dedicata a orientamento, scuola, formazione e lavoro. La manifestazione si prospetta ancora una volta come un appuntamento importante per gli operatori dell'orientamento e della formazione, ma anche per i giovani per i quali il salone veronese vuole essere un'occasione per fare un po' di chiarezza di fronte allo scenario vasto, e a volte labirintico, delle offerte formative. Per i più grandi, giovani diplomati o laureati in cerca di lavoro o interessati a conoscere le proposte di alta formazione, le opportunità sono davvero numerose: dalla sezione **'TopJOB'**, che mette i giovani in dialogo diretto con aziende, enti e istituzioni, agenzie per il lavoro, centri per l'impiego, informagiovani, associazioni di categoria, master e scuole di specializzazione, enti di formazione, a **'Pianeta Università'**, che quest'anno riunisce in rassegna oltre 60 atenei italiani. **JOB&Orienta 2008** è promosso da Veronafiore e Regione del Veneto, con la collaborazione di Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali.

