

## «Contest pubblicitario 2011»: quando gli spot si mettono in gara

### Suor Orsola Benincasa



#### Carlo Porcaro

L'ideazione di una campagna pubblicitaria per un'azienda specializzata nella produzione di yacht di lusso, simbolo di un segmento di eccellen-

za imprenditoriale della Campania. È stato questo il tema del «Contest pubblicitario» 2011 organizzato all'Università Suor Orsola Benincasa da Fulvio Iannucci in collaborazione con Apreamare nell'ambito del suo insegnamento di Tecniche della comunicazione pubblicitaria presso il corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa. «Il progetto - spiega Fulvio Iannucci - che è nato nel 2009 con l'intento di esaltare la sinergia tra ricerca e didattica universitaria e cultura d'impresa, evidenzia uno dei capisaldi del "fare università" al Suor Orsola, che è quello di mettere in comunicazione il mondo delle aziende e l'istituzione accademica, offrendo agli studenti delle occasioni concrete di apprendimento pratico e di coinvolgimento in esperienze di progettualità professionale ed imprenditoria-

le».

Il progetto si è sviluppato in due fasi. Nella prima, Giovanni Aprea, responsabile commerciale di Apreamare, ha presentato l'azienda agli studenti fornendo loro un dettagliato brief aziendale necessario per la realizzazione della campagna pubblicitaria. Nella seconda, Giovanni Aprea, Graziella Cavallaro, responsabile della comunicazione Apreamare e Nicola Barile, titolare dell'agenzia pubblicitaria Tilapia, hanno valutato le campagne ideate dagli studenti e scelto i vincitori delle quattro categorie di premi. Pompeo Fusco per la miglior campagna, Martina Di Costanzo e Antonella Romano per il miglior visual (la parte visiva del messaggio pubblicitario), Veronica Fiorillo e Alessia Langella per il miglior head (testo scritto) e Manuela Franchini per il migliore Below the line (campagne pubblicitarie non veicolate attraverso spazi acquistati).