

LA LENGHE E JE VIVE SE LE FASÌN VIVI. AL DIPENT DI NÔ.

La ARLeF
e disvele
la gnove,
impuartante
campagne
publicitarie.
Si inviarà
cu la fin di
Setembar.

Spazi par cure de
ARLeF
Agjenzie Regjonâl
pe Lenghe Furlane

“Ogni dì o siezìn lis peraulis che a esprimin lis nestrìs emozions, che a descrivin ce che o fasìn, che a contin cemût che o sin.

Ogni dì o siezìn la lenghe che e fevele di nô. L'ûs dal furlan al è une siele.

Fevelâlu intes situazions cuotidianis plui diferentis, decidi di insegnâlu ai propriis fîs di piçui insù e dâur la oportunitât di studiâlu a scuele, al rint ognidun di nô protagonist intal fâ vivi la lenghe, contribuint a nudrî un patrimoni individuâl e coletîf straordenari.”

Cun chestis peraulis Eros Cisilino, president de ARLeF, al illustre il messaç de impuartante campagne di informazion e di sensibilizazion ideade e finanziade de Agjenzie Regjonâl pe Lenghe Furlane, che si inviarà cu la fin dal mê di Setembar e che e larà indenant fin a Novembar.

Cun chê di rivâ a un bacin di destinatariis une vore ampli sedi par fasce di età che par aree di residence – o ben, dut il teritori furlanofon des ex provinciis di Udin, Pordenon e Gurize - il progjet di comunicazion, ideât dal studi Anthes cu la consulente dal Sportel Regjonâl pe Lenghe Furlane, al cjape dentri ducj i canâi di informazion, de stampe sui cuotidianis, setemanâi e mensîi, ae stampe in rê, de programazion su tv e radio, ai canâi social.

Un corisi daûr corâl di “al dipent di me”, “al dipent di te”, “al dipent di nô”, “al dipent di voaltris” al è il fil condutôr dal spot video ideât e diret dal studi Kinoglatz: situazions, personis e lûcs diversis si dan la volte e si instrecin, ogni protagonist al è un so obietîf dulà rivâ, o di condividi.

Cussì al è pe lenghe furlane, che e à di jessi fevelade e condividue par vivi e evolvi. **“Al dipent di nô”** al devente cussì il *claim* di dute la campagne che e invide a diventâ part ative par continuâ a dâi un futûr ae lenghe furlane, e cun jê a une identitât coletive.

Concet tornât a cjapâ ancje di doi diversis spots radiofonics, programâts su undis emittentis diversis: a rimarchin, il prin, la impuartance de trasmission linguistiche tra gjenitôrs e fîs, e chel altri la esistence di bogns struments tecnologicj – tant che par esempi il Grant Dizionari Bilengâl talian-furlan – che la ARLeF e met a disposizion pal ûs coret de lenghe scrite.

Obietîf de campagne publicitarie al è ancje chel di fâ cognossi la ARLeF e i servizis che e ufrîs, di furnî informazions su la lenghe e su la sô tutele, di difondi l'ûs dai struments informaticis creâts di pueste.

Par chest, a son stâts realizâts i sîs videos in *motion graphic* - tecniche che e cumbine ilustrazion e animazion par dâi vite a di un prodot emozionant e apassionant - che a animin la campagne di *social media marketing*, articolade su vot mê.

Chescj i temis: “Ce che e je e ce che e fâs la ARLeF”, “Parcè che il furlan al è une lenghe”, “Lenghe furlane: trops che le fevelin, e leç di tutele”, “Struments informaticis pe lenghe furlane”, “Parcè che al è impuartant fevelâ par furlan in famee”, “Parcè che al è impuartant siezî il furlan a scuele”.

A gjenerâ coinvolziment a saran ancje tancj *post* dedicâts a culture, atualitât, curiositâts linguisticis...

La strategjie di comunicazion multiplateforme volude de ARLeF e previôt ancje la veicolazion de campagne midiant de personalizazion dai flancs dai autobus urbans e extraurbans di Udin e de provincie; lis afissions intes stazions ferroviariis di Udin, Gurize e Pordenon e la difusion intai doi centris di compris plui visitâts dal teritori, il CittaFiera a Tavagnà e il Tiare a Vilès.

