

## PIAZZA AFFARI TEDESCO

### Un progetto del Goethe-Institut per l'Alternanza scuola-lavoro

**Format:** concorso di idee per scuole insieme alle loro imprese partner

**Compito degli studenti:** sviluppo di un'idea commerciale con relativa campagna promozionale (simulazione)

**Durata del progetto:** ottobre 2018 – maggio 2019

**Destinatari:** studenti della scuola secondaria di secondo grado con conoscenze della lingua tedesca pari o superiori al livello A1 (compiuto); docenti di tedesco e di economia (possibilmente in cooperazione); imprese tedesche in Italia e imprese italiane che hanno rapporti commerciali con la Germania (o che desiderano avviarli).

**Premi:** 1° premio: € 500 – 2° premio: € 300 – 3° premio: € 200

#### Contenuto

Il progetto *Piazza Affari Tedesco* abbina argomenti di economia all'insegnamento del tedesco ed è rivolto alle scuole superiori che desiderano avvicinarsi al mondo del lavoro e rafforzare i contatti con le imprese sul proprio territorio. Il progetto affianca l'orientamento professionale ad un avvincente concorso di idee che stimola la creatività e l'ingegno dei ragazzi. In ciò la lingua tedesca funge da strumento chiave.

Il compito principale degli alunni consiste nello sviluppo di un prodotto o di un servizio innovativo per la loro impresa partner, scelta tra le aziende presenti sul proprio territorio. Tale prodotto o servizio deve rappresentare un sensato ampliamento dell'offerta aziendale oltre ad essere adatto al mercato di riferimento. Tenendo conto della potenziale clientela di lingua tedesca i ragazzi elaborano una pubblicità (ad es. un video) ed uno slogan promozionale, il tutto in tedesco. La visita aziendale degli studenti presso la loro impresa partner è componente essenziale del progetto: i giovani lanciano uno sguardo realistico sul mondo del lavoro, in più ottengono le informazioni sul profilo aziendale necessarie all'ideazione di un nuovo prodotto o servizio per la loro impresa partner. I risultati più convincenti vengono premiati da parte di una giuria di esperti nell'ambito di una cerimonia ad alta visibilità pubblica e mediatica.

Nell'anno scolastico 2018-2019 il progetto si svolge per la settima volta di seguito. Le edizioni precedenti hanno avuto un riscontro molto positivo e hanno creato ben 134 partenariati scuola-impresa. Hanno preso parte rinomate aziende tra cui Bosch, Illycaffè, Osram, SAP, Tod's, Faber-Castell, Pietro Coricelli, Poltrona Frau, Lavazza e Volkswagen. *Piazza Affari Tedesco* riceve una risonanza mediatica significativa, conferendo grande visibilità alle scuole e alle imprese partecipanti.

#### Obiettivi

Il concorso mira ad avvicinare i giovani al mondo del lavoro, instaurando rapporti di cooperazione e partenariati reciproci tra scuole e imprese. Gli studenti sono motivati ad apprendere la lingua tedesca perché scoprono il valore aggiunto che la lingua tedesca rappresenta per il loro futuro professionale. Nello specifico il progetto vuole

- dare una dimensione pratica e concreta alla lezione di tedesco, con effetto positivo sulla motivazione degli alunni → miglioramento delle conoscenze linguistiche



Mit Deutsch  
in den Beruf

- concretizzare il plusvalore della lingua tedesca per la carriera lavorativa → miglioramento delle opportunità professionali e delle prospettive future degli alunni (anche sul mercato lavorativo italiano)
- migliorare l'orientamento professionale per i giovani e facilitare il passaggio dalla scuola alla formazione professionale → assistenza nell'orientamento
- consentire uno sguardo sul mondo del lavoro e sui collegamenti professionali, economici e sociali → analisi dello spazio economico, visita aziendale
- valorizzare l'apprendimento interdisciplinare come la metodologia CLIL (*Content and Language Integrated Learning*), integrando l'insegnamento del tedesco con argomenti di economia aziendale e marketing → possibile collaborazione con il docente di economia
- promuovere partenariati didattici tra scuole e imprese → apprendimento duale
- ampliare l'offerta didattica delle scuole (POF) → visibilità della scuola nel proprio territorio
- rafforzare l'immagine pubblica dell'azienda → *social responsibility*
- favorire la formazione di nuove leve qualificate da parte delle imprese → formazione professionale duale
- migliorare la dimestichezza di docenti ed alunni con i nuovi media → lavoro con diversi format mediatici
- promuovere le *soft skill* e le competenze interculturali degli alunni

### Suggerimenti per l'attuazione

Il progetto viene attuato in autonomia da parte del docente, tuttavia il Goethe-Institut funge da consulente e resta a disposizione dei docenti partecipanti. Per lo svolgimento delle varie fasi ed i relativi compiti, il Goethe-Institut mette a disposizione tutti i materiali didattici nel proprio sito web. I materiali didattici possono essere richiesti anche in formato cartaceo al Goethe-Institut. Gli elaborati da consegnare non seguono scadenze specifiche. Tuttavia, a titolo orientativo, vengono fornite indicazioni sulla tempistica che si sono rivelate utili nelle edizioni precedenti. L'unica scadenza da rispettare è il **20 aprile 2019**. Entro tale data tutti gli elaborati devono essere stati consegnati al Goethe-Institut di Roma.

Nel progetto vi sono tre consegne obbligatorie. Questi elaborati saranno valutati dalla giuria per determinare i vincitori del concorso e devono essere creati dagli alunni stessi in un format mediatico a loro scelta (testo, foto, ppt, musica, video, brochure, manifesto ecc.). Sono da evitare *link* su risorse esterne, inoltre non possono essere utilizzati materiali protetti dal *diritto d'autore*.

Il progetto richiede in media un impegno di almeno una lezione a settimana da parte di docenti ed alunni. Alcuni compiti (ad es. attività di ricerca e sviluppo del prodotto) possono essere parzialmente svolti a casa da parte degli alunni.

### Raccomandazioni

È opportuno che il dirigente scolastico venga informato della partecipazione e coinvolto nel progetto. *Piazza Affari Tedesco* vede il sostegno di rinomati partner italiani e tedeschi e rappresenta una valida offerta nell'ambito dell'alternanza scuola-lavoro. Inoltre è raccomandabile la collaborazione con il docente di economia, qualora fosse presente presso la scuola. L'esperienza delle edizioni precedenti ha mostrato che i docenti di economia apprezzano l'iniziativa e vi partecipano con interesse ed impegno.

### Contatto

Klaus Dorwarth | Goethe-Institut Rom | [Klaus.Dorwarth@goethe.de](mailto:Klaus.Dorwarth@goethe.de) | Tel.: +39 06 8440051



Mit Deutsch  
in den Beruf

## **Svolgimento del progetto**

### **15 ottobre 2018: scadenza per l'iscrizione al progetto**

I docenti interessati possono candidarsi al concorso fino al 15 ottobre 2018 (v. modulo d'iscrizione).

### **Compito 1: LA NOSTRA REALTÀ ECONOMICA (MODULO 1)**

#### **Ottobre - novembre 2018: presentazione del territorio come realtà economica**

Il compito consiste nella presentazione del proprio territorio come spazio economico. Gli studenti analizzano il territorio locale (provincia) secondo criteri economici e raccolgono i risultati in una presentazione economico-geografica. La presentazione deve essere composta da:

- testo: 250-350 parole (formato: doc oppure ppt)
- illustrazioni: 1-3 immagini (foto, disegno, collage, poster)

In un passo successivo gli alunni svolgono una ricerca sulla presenza nel territorio di aziende tedesche e italiane che hanno o desiderano avviare rapporti commerciali con la Germania. Questa ricerca ha lo scopo di individuare possibili imprese partner per il progetto ed è il primo passo verso l'acquisizione dell'azienda.

#### **Novembre - dicembre 2018: acquisizione dell'azienda partner**

La classe decide per quale delle imprese individuate sul territorio desidera sviluppare un prodotto/servizio innovativo. Una corrispondenza tra profilo aziendale e tipologia scolastica è sensata, ma non strettamente necessaria (ad es. un istituto tecnico per il turismo idealmente sceglie un ente turistico o un'azienda che opera nel settore turistico). Il docente contatta l'impresa con l'obiettivo di coinvolgerla nel progetto come partner aziendale. Per l'impresa la partecipazione consiste prevalentemente nel ricevere la classe per la visita aziendale di circa tre ore. Durante la visita i rappresentanti dell'impresa rispondono alle domande che gli alunni hanno preparato in precedenza e, ove possibile, mostrano lo stabilimento ai giovani con particolare enfasi sui processi produttivi e le figure professionali coinvolte. È possibile che da questo incontro più personale nasca da parte dell'impresa il desiderio di un maggiore coinvolgimento nello sviluppo della nuova idea commerciale, affiancando agli alunni il proprio personale (reparto per la ricerca e sviluppo, reparto di marketing). In caso di un rifiuto da parte della prima impresa dovranno essere contattate le altre imprese che erano state individuate come alternativa alla prima per verificarne la disponibilità.

Per facilitare l'acquisizione dell'impresa partner, il Goethe-Institut fornisce al docente una lettera di presentazione istituzionale che può essere presentata all'azienda. È raccomandabile chiarire in anticipo e con esattezza tutte le modalità della visita in impresa con il rappresentante aziendale responsabile (data e durata della visita, numero degli studenti, persone da intervistare, domande che gli alunni faranno, visita dello stabilimento, possibilità di effettuare video e foto).

#### **Novembre - dicembre 2018: Training per l'orientamento professionale (MODULO TRAINING)**

Nel lasso di tempo in cui il docente si occupa dell'acquisizione dell'impresa partner, gli studenti effettuano il modulo training per l'orientamento professionale. Studieranno la struttura di un'impresa, i reparti e le figure professionali che ne fanno parte. Inoltre imparano come redigere una lettera motivazionale per il loro curriculum vitae in lingua tedesca. Possono essere aggiunti compiti di ricerca da svolgere online. In questa fase gli alunni acquisiscono il vocabolario necessario per la prossima fase del progetto, ovvero la visita aziendale, allo stesso tempo si preparano per possibili situazioni reali del loro futuro professionale (ad es. candidatura per un posto da tirocinante in un'impresa tedesca).



### Compito 2: LA NOSTRA IMPRESA PARTNER (MODULO 2)

#### Dicembre 2018 – febbraio 2019: Profilo dell'impresa partner

Il compito consiste nella presentazione della propria impresa partner e della visita presso di essa. Prima della visita in azienda, i ragazzi effettuano una ricerca online e preparano una lista di domande da fare ai loro interlocutori durante l'incontro in impresa (idealmente in tedesco, altrimenti in italiano). Tutte le informazioni raccolte in quest'istanza confluiscono nel profilo aziendale che la classe redige in questa fase. La presentazione deve essere composta da:

- testo: 400-500 parole (formato: doc oppure ppt)
- illustrazioni: 1-3 immagini (foto, disegno); facoltativo: video (durata massima: 3 min., formato: mp4)

### Compito 3: LA NOSTRA IDEA COMMERCIALE (MODULO 3)

#### Febbraio - aprile 2019: Sviluppo di un'idea commerciale

In questa fase del progetto i ragazzi liberano tutto il loro potenziale creativo. Il loro compito è duplice: inventare un prodotto o un servizio che sia innovativo e che rientri nel profilo aziendale e nella sua offerta. L'idea deve essere realistica e adatta al mercato di riferimento, ovvero realizzabile dall'impresa partner, inoltre deve essere interessante ed utile per la potenziale clientela di lingua tedesca. Successivamente gli studenti si dedicano al marketing e alla promozione della loro idea commerciale. Danno un **nome** chiaro e descrittivo al prodotto/servizio e ne simulano il lancio attraverso un **format pubblicitario** di loro scelta e uno **slogan promozionale** in lingua tedesca. Ove possibile, la scuola può avvalersi della collaborazione della sezione marketing all'interno dell'impresa (oppure l'agenzia di marketing esterna con la quale l'impresa collabora). Il lavoro da consegnare deve contenere:

- testo: 150-250 parole. Il testo deve illustrare l'idea commerciale; facoltativo: 1-3 immagini (foto, disegno)
- nome del prodotto o del servizio
- slogan promozionale
- format pubblicitario: spot video (durata ca. 1 min., formato: mp4) oppure spot radio (durata ca. 30 sec., formato: mp3) oppure app oppure flyer o poster pubblicitario. È possibile combinare i format (ad es. uno spot video e un flyer).

#### Maggio 2019: Nomina dei vincitori e cerimonia di premiazione

Una giuria composta da rappresentanti dell'imprenditoria e dell'istruzione sceglie i lavori più convincenti del concorso. I tre migliori partenariati scuola-impresa ricevono una targa da affiggere a scuola e in impresa per testimoniare la partecipazione e la vincita al concorso *Piazza Affari Tedesco*. Inoltre le tre classi vincitrici ricevono premi in denaro (1° premio: € 500 – 2° premio: € 300 – 3° premio: € 200). La premiazione si svolge nell'ambito di una cerimonia ad alta visibilità pubblica e mediatica. A fine concorso ogni docente ed ogni studente partecipante riceve un attestato.

## Sfondo del progetto

*Piazza Affari Tedesco* è un'iniziativa comune del Goethe-Institut in Italia e in Francia con concetti specifici secondo il contesto di origine.

**Il modello Italia** è incentrato sulla realtà economica italiana e collabora sia con imprese tedesche in Italia sia con imprese italiane con rapporti commerciali con la Germania. Elementi centrali sono la visita presso l'azienda partner nel contesto locale e l'impostazione del progetto come concorso nazionale. I nostri partner sono:

- BMBF (Bundesministerium für Forschung und Bildung –Ministero federale per la ricerca e l'istruzione)
- BIBB (Bundesinstitut für Berufsbildung- Istituto federale per la formazione professionale)
- German Office for International Cooperation in Vocational Education and Training (GOVET)
- Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR)



Il progetto gode del patrocinio dell'Ambasciata della Repubblica Federale di Germania in Italia.

Ideazione: Klaus Dorwarth (Goethe-Institut Rom), Adrian Lewerken (Goethe-Institut Mailand), Ulrike Tietze (Goethe-Institut Rom)

**Il modello Francia** è incentrato sulla realtà economica tedesca e collabora con selezionate imprese partner in Germania. Inoltre permette agli studenti partecipanti di effettuare brevi tirocini presso queste imprese. I partner sono:

- Camera di commercio franco-tedesca
- Bayer Pharma AG
- Bertelsmann SE & Co. KGaA
- Airbus Group Deutschland
- Miele & Cie. KG
- Volkswagen AG
- Robert Bosch GMBH
- Faber-Castell AG
- Ernst Klett AG
- Haribo GmbH & Co. KG



Ideazione: Eva Korb, Catharina Clemens

Entrambi i modelli possono essere attuati in modo „classico“ oppure in modo combinato.

Imprese ed enti che hanno finora aderito al progetto „Piazza Affari Tedesco“ – „Unternehmen Deutsch“ in Italia:





