

## PIAZZA AFFARI TEDESCO 2025-2026

### Un progetto del Goethe-Institut per i Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento (PCTO)

**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 2025 - maggio 2026

**Destinatari:** studenti della scuola secondaria di secondo grado con conoscenze della lingua tedesca pari o superiori al livello A2; docenti di tedesco; docenti di economia interessati a una cooperazione con il docente di tedesco; imprese tedesche in Italia e imprese italiane che hanno rapporti commerciali con la Germania (o che desiderano avviarli).

**Premi:** 1° premio: € 300 - 2° premio: € 200 - 3° premio: € 100

Ad eventuali premi speciali verrà assegnato un premio di € 100.

**Tirocini:** Oltre ai premi in denaro, i vincitori avranno l'opportunità di svolgere dei tirocini per studenti. Il Goethe-Institut Rom offrirà alla prima classe vincitrice due stage di una settimana lavorativa. Gli stage dovranno essere svolti durante l'anno scolastico 2026-27. L'offerta di tirocinio non è usufruibile dagli studenti delle classi 5 (che svolgono l'esame di maturità).

**Riconoscimento PCTO:** Secondo il Goethe-Institut le ore di PCTO che possono essere riconosciute sono 40.

#### 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 i Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento (PCTO) 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. Le proposte più convincenti vengono premiate da parte di una giuria di esperti.

Nell'anno scolastico 2025-2026 il progetto si svolge per la quattordicesima volta consecutiva. Le edizioni precedenti hanno avuto un riscontro molto positivo e hanno creato 270 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.



Al lavoro  
col tedesco

## Obiettivi

Il concorso mira ad avvicinare i giovani al mondo del lavoro. Gli studenti abilitano e ampliano le loro competenze trasversali e vengono sensibilizzati sul valore aggiunto della lingua tedesca nelle loro future prospettive personali. Nello specifico il progetto intende:

- dare una dimensione pratica e concreta alla lezione di tedesco, con effetto positivo sulla motivazione degli alunni → miglioramento delle conoscenze linguistiche
- 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)
- facilitare il passaggio dalla scuola a ulteriori percorsi educativi → assistenza nella fase di orientamento
- promuovere le competenze personali, sociali, metodiche ed interculturali degli alunni → PCTO
- 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 e favorire la formazione di nuove leve qualificate da parte delle imprese → apprendimento duale/formazione professionale duale
- rafforzare l'immagine pubblica dell'azienda → *social responsibility*

## 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 Italia mette a disposizione tutti i materiali didattici nel proprio sito web. I materiali didattici possono essere richiesti al Goethe-Institut anche in formato cartaceo. 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 **12 aprile 2026**. Entro tale data tutti gli elaborati devono essere stati consegnati al Goethe-Institut a Roma. Informazioni più precise in merito seguiranno in primavera.

Nel progetto vi sono tre consegne obbligatorie. Gli elaborati saranno valutati dalla giuria per determinare i vincitori del concorso e devono essere creati dagli alunni stessi in un formato mediatico a loro scelta (testo, ppt, video, spot radio, app, pieghevole, brochure, manifesto). 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.

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 dei Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento (PCTO - ex 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 e impegno.

## Contatto:

Klaus Dorwarth | Goethe-Institut Rom | Klaus.Dorwarth@goethe.de | Tel.: +39 06 844005-1

## **Svolgimento del progetto**

### **12 ottobre 2025: scadenza per l'iscrizione al progetto**

I docenti interessati possono candidarsi al concorso fino al 12 ottobre 2025 (v. modulo d'iscrizione).

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

#### **Novembre 2025: Presentazione del territorio come realtà economica**

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

- testo: 250-350 parole (formato: doc/pdf oppure ppt)
- immagini (foto, grafici, disegni, collage, poster)

In una fase successiva 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.

#### **Dicembre 2025: 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 una 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 alternative 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 referente aziendale responsabile (data e durata della visita, numero degli studenti, persone da intervistare, domande che gli alunni faranno, visita dello stabilimento, possibilità di effettuare foto e video con autorizzazione scritta).

#### **Dicembre 2025: 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. Studiano 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. candidature per un posto di tirocinante in un'impresa tedesca).

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

### Gennaio – febbraio 2026: Visita presso l'impresa partner e presentazione della stessa

Il compito consiste nella presentazione della propria impresa partner e della visita presso di essa. Prima della visita in azienda, i ragazzi ricercano informazioni sulla loro impresa (internet, conoscenti, etc.) 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 questa fase confluiscono nel profilo aziendale redatto dalla classe. La presentazione deve essere composta da:

- testo: 400-500 parole (formato: doc/pdf oppure ppt)
- immagini (foto, grafici, disegni); facoltativo: video (durata massima 3 min., formato: mp4)

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

### Marzo – aprile 2026: 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 ed interessante 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** a 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: immagini (foto, grafici, disegni)
- nome del prodotto o del servizio
- slogan promozionale
- format pubblicitario: spot video (max. durata ca. 1 min., formato: mp4) oppure spot radio (max. durata ca. 30 secondi, formato: mp3) oppure app oppure pieghevole o poster pubblicitario. È possibile ma non necessario combinare i format (ad es. spot video + pieghevole).

### Maggio 2026: Nomina dei vincitori

Una giuria composta da rappresentanti dell'imprenditoria e dell'istruzione sceglie i lavori più convincenti del concorso. Le tre classi vincitrici ricevono premi in denaro. La prima classe vincitrice riceverà inoltre la possibilità di svolgere tirocini in presenza per due studenti presso il Goethe-Institut Rom. La giuria può decidere di assegnare, oltre ai tre premi principali, anche premi speciali per i lavori particolarmente significativi in determinate categorie. A fine concorso ogni docente e ogni studente partecipante riceve, su richiesta, un attestato di partecipazione. Per le classi V che svolgono l'esame di maturità gli stage non sono previsti in quanto si svolgono durante l'anno scolastico 2026/2027.

### **Piazza Affari Tedesco in Italia e in Francia**

*Piazza Affari Tedesco* è un'iniziativa comune del Goethe-Institut in Italia e in Francia con aspetti 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. Le scuole vincitrici hanno la possibilità di svolgere brevi tirocini in presenza presso le sedi italiane del Goethe-Institut e in modalità digitale con BOSCH SPA Milano. 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)
- GOVET (German Office for International Cooperation in Vocational Education and Training)
- Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR)
- Camera di Commercio Italo-Germanica (Deutsch-Italienische Handelskammer – AHK Italien)



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

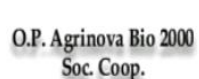
Ideazione: Eva Korb, Catharina Clemens

**Entrambi i modelli possono essere attuati in modo "classico" oppure in modo combinato.**

**Imprese ed enti che hanno aderito nelle passate tredici edizioni al concorso di idee *Piazza Affari Tedesco - Unternehmen Deutsch* in Italia:**







**SIMEG**  
INDUSTRIA E ATELIER DELLA PIETRA

**Votino**  
società agricola

**Loacker**

**POSEIDON**  
GIARDINI POSEIDON TERME - ISCHIA

**ESITUR**  
TOUROPERATOR



**CARLINdePAOLO**  
vini di pregio da quattro generazioni

**FRANTOIO**  
Fuselli e Guzzini

**bofrost**

**SCUOLA MOSAICISTI DEL FRIULI**

**BISAZZA**

*Lavorazione Artistica Legno S.r.l.s.*  
Produzione:  
Intarsi in legno d'acacia  
Porte e Portoni in legno massiccio  
Bancarelle - Pensiline - Porte scorrevoli - Scazzoli -  
Scale - Curine - Mobili bagno - Armadi a muro -  
Cabinet - Armadi - Pareti attrezzate - Lavorazione  
3D - Armadi personalizzati su misura -  
Lavorazione conto terzi

**BioTropic**  
BIO FÜR EINE WELT

**ortofruit italia**

**guzzini**

**ITALIA**  
AGENZIA NAZIONALE TURISMO

**erreplast**

**Anna dei Sapori**

**LA PETROSA**  
AZIENDA AGRICOLA

**CANDITFRUCHT S.p.A.**

**CAPEZZANA**  
CONTE CONTINI BONACOSI

**LUIANO**  
dal 1889

**BOTROMAGNO**  
VIGNETI & CANTINE

*Vacanze col cuore!*

**MAGIE**  
dolce e salato



**Azienda Agricola**  
la Collina degli Amer

**GROSJEAN**  
GRANDS VINS DE MONTAGNE

**DR. VRANJES**  
FIRENZE

**CRAZY**  
THE ORIGINAL FAST & LIGHT MOUNTAIN CLOTHING SINCE 1989

**BIRRA DELL' ELBA**

**itp**  
INNOVATIVE PACKAGING SOLUTIONS

**BONFANTE**  
Chivasso

**GIVOVA**

**VE**

**LAVIASILENTE**



**Nestlé**

**GRUPPO AURIA**



**Casillo**  
DAL 1959

**CORVEZZO**

**salsanatura**

**granoro**

**Azienda Agricola**  
**Falchi**  
dal 1702

**DiGioia**  
PUGLIA

**CENTOVALLI**  
Vigezzina

*Panificio Zicca*  
Pavia - Milano - Spini (Lo)

**MAGNA**

**SICILY ADVENTURE**  
DON'T JUST VISIT, LIVE IT

**asilat**

**Frantoio**  
**D'ORAZIO**  
DAL 1964

**ELI**  
**OSSOLA**

**ROBINSON**

**CANDY TRAVEL**  
Agenzia di viaggi

**clerprem**

**FasanOlive**

**MERCK**

**innovative**  
SERIGRAFIA

**NOVAMONT**

**GIULIANI**

**PERONI & PARISE**  
GIOIELLIER ITALIANI

**GESSYCA GELATI**

**AGROMONTE**

**PARALLORO**  
PRODOTTO PER TRADIZIONE  
**DI BARI**  
Azienda agricola a Puglia

**BasicNet.com**

**Ziccat**  
l'arte del cioccolato dal 1958

**Guido Castagna**

**SANDRO**  
**MENTASTI**  
EST. 1947

**CAMERA DI COMMERCIO**  
VARESE  
Futuro Impresa Territorio

**Celso Sport**





forte\_forte



il Cavallino  
AZIENDA AGRICOLA

Masseria Torremossa



TENUTA DEL DUCA



LAVAZZA  
TORINO, ITALIA, 1895

parsifal  
BIRRIFICIO ARTIGIANALE



AGRIGELATERIA  
GUADO



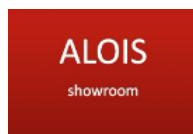
intercos  
GROUP



Viaggi e Natura Tour Operator



FRANTOIO  
MONTECCHIA



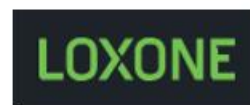
italianshoes



Azienda Agricola  
ME NA VIRA



CONSORZIO PER  
LA PROMOZIONE TURISTICA  
E LA TUTELA DEL  
TERRITORIO FINALESE



AQUILA SEGNALETICA MULTISERVIZI



RE  
LEGNO

