

www.goethe.de/italia/piazzaffaritedesco

COMUNICATO STAMPA

PREMIO PIAZZA AFFARI TEDESCO – XIV EDIZIONE

**VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO, ENOGASTRONOMIA E APP
PER TURISTI, SONO LE IDEE VINCENTI DELLA
QUATTORDICESIMA EDIZIONE DEL CONCORSO DEL GOETHE-
INSTITUT, IN COLLABORAZIONE CON LA CAMERA DI
COMMERCIO ITALO-GERMANICA E BOSCH SPA.**

**QUATTRO LE SCUOLE PREMIATE, PROVENIENTI DA SIRACUSA
(SICILIA) ADRO (LOMBARDIA), GRAVINA DI PUGLIA E BARI
(PUGLIA).**

Roma, 4 giugno 2026 - Annunciati i vincitori della quattordicesima edizione di Piazza Affari Tedesco, il concorso del Goethe-Institut che premia le migliori idee imprenditoriali sviluppate dagli studenti in collaborazione con aziende partner. Quest'anno il podio si distingue anche per un ex aequo al terzo posto.

Primo posto: Siracusa

A vincere il primo premio del concorso è la classe 4B dell'ISS Rizza-Insolera di Siracusa, guidata dal prof. Rino Mulè, in tandem con l'azienda PASAM Agrumi.

La Sicilia aveva conquistato la prima posizione anche nella scorsa edizione del concorso, con una scuola di Ispica.

Quest'anno a vincere è un'idea imprenditoriale che arriva da Siracusa. Insieme all'azienda agricola PASAM Agrumi, la 4B dell'ISS Rizza-Insolera ha sviluppato **"Goldtropfen"** (Gocciadoro) un olio extravergine di oliva aromatizzato al limone, che unisce due prodotti tipici della tradizione italiana in un unico condimento. L'obiettivo del prodotto è valorizzare e far conoscere il limone di Siracusa, uno dei più noti limoni della Sicilia caratterizzato da aroma intenso e gusto fresco. La combinazione di olio extravergine di oliva e limone dà origine a un condimento pratico e pronto all'uso, in linea con il mercato tedesco interessato a prodotti alimentari di qualità e di provenienza mediterranea.

Per promuovere l'olio aromatizzato, la classe ha ideato un poster e uno spot pubblicitario in tedesco, ispirandosi per lo slogan alla famosa poesia di J.W. Goethe che definisce l'Italia *la terra in cui fioriscono i limoni*.



www.goethe.de

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.



Secondo posto: Adro (BS)

Al secondo posto si è classificata la 5 A Linguistico dell'Istituto Paritario Madonna della Neve di Adro (BS), guidata dalla docente Astrid Vaßen e in collaborazione con l'azienda partner Lidl. Idea commerciale che li ha fatti vincere è il gioco da tavola: *Mensch Lidl dich doch*.

Come fare conoscere la varietà, la qualità e la convenienza dei prodotti della Lidl ai consumatori? L'idea è combinare marketing e gioco, informazione e divertimento. Il nome del gioco da tavolo riprende quello del più famoso tedesco, *Mensch ärgere dich nicht!* immancabile in ogni famiglia in Germania e conosciuto in Italia con il nome di *Non ti arrabbiare*. Gli studenti della 5ªA hanno sviluppato il tabellone, che presenta nelle caselle tutti i prodotti in vendita nei supermercati della catena Lidl e il libretto con le regole del gioco.

Per promuovere la loro idea di gadget promozionale, la classe ha sviluppato anche un volantino.



Terzo posto ex aequo: Puglia protagonista

Sul terzo gradino del podio salgono due scuole pugliesi, entrambe con progetti legati alla valorizzazione turistica.

La 3D Linguistico del Liceo "G. Tarantino" di Gravina, guidata dalla prof.ssa Claudia De Tomaso con Iris, ha realizzato uno spot dedicato ai Giardini di Pietra, un piccolo luogo nascosto a Gravina in Puglia, e riaperto al pubblico solo da pochi anni.

Protagonista è una bambina non vedente, che guida lo spettatore in un'esperienza sensoriale fatta di profumi, suoni e tatto. Il messaggio è potente: scoprire un luogo oltre lo sguardo. Lo slogan "Hier vibrieren die Gefühle und die Augen fühlen" ("Qui vibrano le emozioni e gli occhi sentono"), invita a una percezione più profonda e inclusiva del territorio. Accanto a loro, **la 5SD dell'IISS "Marconi-Hack" di Bari, guidata dalla prof.ssa Angela Miccoli con Master Explorer**, presenta "Bari

www.goethe.de

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.



Packet", una app pensata per i turisti che vogliono portare a casa un'esperienza autentica senza preoccuparsi del bagaglio. Attraverso una selezione di prodotti locali, gli utenti possono ordinare un pacco personalizzato da ricevere direttamente a casa. Lo slogan sintetizza perfettamente l'idea: "Du nimmst kein Souvenir mit. Du nimmst Bari mit" ("Non porti a casa un souvenir, porti con te Bari").

Gli spot video sono tutti visibili su www.goethe.de/italia/piazzaffaritedesco

I premi:

Primo posto

300€

2 tirocini di una settimana ciascuno presso la sede del Goethe-Institut di Roma

IIS Rizza-Insolera - Siracusa

Impresa Partner: PASAM Agrumi

Idea commerciale: "Goldtropfen" - olio extravergine di oliva aromatizzato al limone



Secondo posto

200 €

Istituto Madonna della Neve – Adro (BS)

Impresa partner: Lidl

Idea commerciale: "Mensch Lidl dich doch" - gioco da tavolo



www.goethe.de

Terzo posto ex aequo

100 €

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.



Liceo Statale G. Tarantino – Gravina di Puglia (BA)

Impresa partner: Iris

Idea commerciale: "Hier vibrieren die Gefühle und die Augen fühlen" -

Offerta per famiglie che vogliono vivere un borgo sconosciuto della Puglia con tutti i sensi.



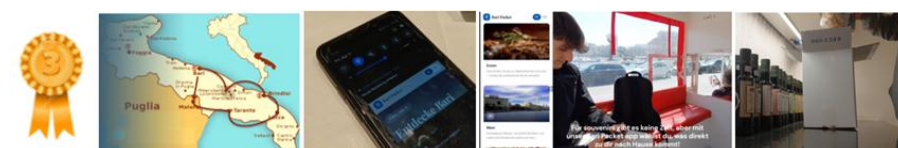
Terzo posto ex aequo

100 €

IISS Marconi-Hack – Bari

Impresa partner: Master Explorer

Idea commerciale: "Bari Packet" – App per ordinare prodotti tipici prima del rientro e riceverli direttamente a casa.



Il concorso

Piazza Affari Tedesco è stato pensato per creare un collegamento tra scuola e mondo del lavoro, favorire lo spirito creativo degli studenti e agevolare il loro orientamento professionale.

L'obiettivo di Piazza Affari Tedesco è fare in modo che gli allievi si affaccino sulla realtà economica del proprio territorio. Che scelgano la loro impresa partner e tramite la visita aziendale la conoscano da vicino. Così sperimentano ciò che avviene all'interno di un'azienda, quali figure professionali sono in essa rappresentate e come viene organizzato il processo lavorativo. Le ore trascorse in azienda e sul progetto sono riconosciute come attività di FSL, ovvero "Formazione Scuola-Lavoro".

Dall'inizio del concorso, nel 2012, hanno partecipato 300 classi e altrettante aziende.

www.goethe.de

La giuria

- Ambasciata della Repubblica Federale Tedesca in Italia

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.



- Ministero Federale per l'Istruzione, la Famiglia, gli Anziani, le Donne e la Gioventù (Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend)
- Istituto Federale per la Formazione Professionale (Bundesinstitut für Berufsbildung BIBB)
- GOVET – German Office for International Cooperation in Vocational Education and Training presso il BIBB)
- Camera di Commercio Italo-Germanica (AHK Italien)
- Robert Bosch S.p.A. Milano/Human Resources
- Ufficio Viavai – Scambi Giovanili Italo-Tedeschi
- Villa Vigoni - Centro italo-tedesco per il dialogo europeo
- Prof.ssa Eva K. Fliege (docente di tedesco dell'IISS G. Curci di Ispica/Ragusa, classificato primo nel 2025)

Partner del concorso:

- **Ministero dell'Istruzione e del Merito (MIM)**
- **Camera di Commercio Italo-Germanica**
(Deutsch-Italienische Handelskammer – AHK Italien)
- **Robert Bosch SpA Milano**



Ufficio stampa

Elisa Costa

Goethe-Institut Rom

Tel. +39 06 84400566

Mob. 345.2909875

elisa.costa@goethe.de

www.goethe.de

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.