

“Made in Italy my story”

Come raccontare il Made in Italy con il digital story telling.

Progetto : Aziende e Scuole.

Un progetto importante. Un tassello significativo per avvicinare il mondo della scuola a quello delle realtà produttive del nostro territorio nazionale con la potenza narratrice dei media dedicati al digital. E' ciò che si propone di fare “Made in Italy my story” il progetto selezionato dal **MIUR** nell'ambito del piano nazionale per la promozione della cultura del made in Italy. Finanziato appunto dal **MIUR** - con la partecipazione degli esperti di Symbola/ Fondazione per le qualità italiane, e dell'associazione culturale Melting Pro (che sviluppa metodi di partecipazione culturale), con Unapro-Consorzio olivicolo Italiano insieme al Museo dell'olio della Sabina – il progetto prevede che gli studenti dei due istituti coinvolti (l'IISS Amaldi di Roma e l'IISS Carlo d'Arco e Isabella d'este di Mantova) siano impegnati nell'attività dopo un periodo di formazione sulle tematiche relative al made in Italy e alla filiera dell'olio.

Gli studenti dovranno realizzare altresì dei piccoli spot in grado di raccontare la loro elaborazione personale del concetto di made in Italy a partire dagli spunti offerti.

Spiega la professoressa Chiara Alberti, responsabile del progetto per l'Istituto Edoardo Amaldi di Roma: *“L'obiettivo di questo progetto è quello di favorire proprio la comprensione del concetto di made in Italy fra la popolazione studentesca italiana, rafforzando anche la conoscenza dell'attività imprenditoriale delle piccole e medie imprese italiane che basano il loro successo sulla valorizzazione del territorio, sull'ecosistema e sui prodotti di qualità ottenuti nel nostro paese e che sono, ormai, il nostro vero e proprio fiore all'occhiello”.*

I ragazzi impegnati nel progetto riceveranno una formazione specifica sul tema preposto dai docenti coinvolti nel progetto e dagli esperti di Symbola e di Melting Pro. *“Andremo sul campo – aggiunge la professoressa **Alberti** – a intervistare persone e a osservare e valutare aziende, strutture e situazioni. I ragazzi saranno sempre seguiti dai creativi, da esperti di comunicazione, da tecnici che aiuteranno man mano a trovare la miglior impostazione comunicativa per gli spot”.* Aggiunge **Patrizia Braga**, responsabile del progetto per Melting Pro: *“Il digital story telling di questo progetto permetterà di far emergere pensieri e storie personali degli studenti impegnati negli spot sul concetto proprio di made in Italy. A partire dalle esperienze sul campo cercheremo di rielaborare con i ragazzi questi temi, collegandoli alle esperienze personali e al contesto globalizzato in cui viviamo”.* Aggiunge **Domenico Sturabotti**, direttore di Symbola: *“Il sistema produttivo italiano è composto da una miriade di piccole e medie imprese che competono fra loro e a livello internazionale perché sono in grado di sposare alla perfezione tradizioni antiche e nuove tecnologie. Una ricetta, questa, che sta alla base della forza della imprenditoria italiana. Ecco perché possiamo dire che raccontare questo particolare aspetto del Made in Italy ha un gran de valore etico e sociale”.*

Il progetto, anche se è stato concepito prima della tragica serie di terremoti che ha colpito il centro del nostro paese, offre oggi anche una preziosa opportunità per promuovere e far conoscere le risorse e le ricchezze straordinarie del territorio italiano nel mondo. Soprattutto le regioni che gravitano attorno alla zona della Sabina hanno in questo modo una loro specifica rivalutazione, che porta a far conoscere a livello sia nazionale che internazionale, un paese bellissimo e ricco di spunti culturali, paesaggistici, di territorio e di turismo. “Made in Italy my story” diventa così anche un'opportunità decisamente di valore. E gli studenti impegnati nel progetto ne diverranno gli artefici con la spinta creativa per un diverso modo di concepire l'operato e il valore delle nostre piccole e medie imprese.

Per ulteriori approfondimenti:

Brunella PACIELLO

Health Practice Manager

Aida Partners Ogilvy PR

www.aidapartners.com

e.mail: b.paciello@aidapartners.com