

Il Liceo Classico “P. Galluppi” di Catanzaro ha fatto ancora centro

Un altro importante riconoscimento per gli allievi del Liceo classico “ P. Galluppi” di Catanzaro, ormai solito riportare successi nei più disparati campi, è giunto nella recente competizione nazionale promossa dall'impresa sociale IGS Srl., partner tecnico dell'Associazione Students Lab Italia , tenutasi a Roma presso il Centro Commerciale Euroma 2.

A conclusione di un percorso di Alternanza Scuola-Lavoro, mirato alla diffusione della cultura di impresa tra i giovani , i migliori laboratori selezionati alle competizioni regionali di tutte le regioni d'Italia hanno gareggiato per essere riconosciuti da una qualificata giuria come il miglior laboratorio d'impresa nazionale.

Alle due mini companies del Liceo cittadino – Koivè e B.rain -- è stato assegnato come contest il marchio importante della SMEMORANDA, per il quale individuare il tema della nuova agenda diario, su cui basare una proposta di campagna online.

Il brand leader nell'editoria scolastica da 38 anni, che si avvale di artisti, scrittori, enti no profit e soggetti tra i più noti della società civile e della cultura, del mondo dello spettacolo e dello sport, ha aperto i battenti a nuovi collaboratori, certo meno esperti e conosciuti, ma di sicuro animati da un forte entusiasmo e sorretti da una fresca vena inventiva.

Si è trattato per i giovani imprenditori di un'opportunità unica per sperimentare i diversi approcci alla comunicazione , realizzando un format professionale indirizzato ad un'azienda che ha saputo sviluppare prodotti e progetti innovativi per i giovani, per la scuola, per il tempo libero, per il mondo del lavoro, divenendo pertanto un fenomeno di culto per ben sette generazioni di studenti, dal 1979 ad oggi.

La mini company B.rain Spa ha proposto un campagna di comunicazione per il nuovo diario agenda Smemoranda 16 mesi, che ha riscosso l'unanime approvazione sia della giuria presente che dell'azienda partner, convincendo sia per l'originalità ideativa che per la capacità tecnica e lo spirito comunicativo.

Gli allievi del Liceo hanno proposto copertine e spot pubblicitari , individuando il tema su cui costruire la nuova campagna di comunicazione del diario, che hanno intitolato “I'm the new trend”

Caterina Lauritano, la studentessa del IV E autrice dei disegni presenti nel video clip realizzato per lo spot pubblicitario ci spiega il significato di tale scelta: “ Abbiamo voluto ripercorrere attraverso il disegno accelerato di alcune copertine storiche del marchio italiano la presenza della Smemoranda nella vita quotidiana di tutti noi. La Smemo è il diario “per definizione”, custodito nella memoria dei tantissimi ragazzi che l'hanno utilizzato, che continuano a utilizzarlo, e che sui suoi quadretti annotano appunti, pensieri e ricordi. Abbiamo voluto tributare una sorta di omaggio al passato, mirato tuttavia a trarne linfa vitale per il presente e per il futuro , secondo la filosofia produttiva della Smemo.” I'm the new trend” è il tema che ci è sembrato sintetizzare la novità nella tradizione e la continuità nell'innovazione”.

“ A nostro avviso, ogni nuova tendenza non può costruirsi se non sulle esperienze sedimentate del passato, se non come sintesi della linea virtuale del tempo trascorso” .

Questa dichiarazione compendia lo spirito ed il pensiero dei ragazzi vincitori della competizione.

Viva la soddisfazione della Preside, prof.ssa Elena De Filippis e delle docenti T. Larussa ed E. Severino che hanno supportato i giovani imprenditori in tutte le fasi laboratoriali e che hanno creduto fin dal principio nella valenza del progetto e nella duttilità ed adattabilità della formazione classica a qualsiasi ambito culturale.

