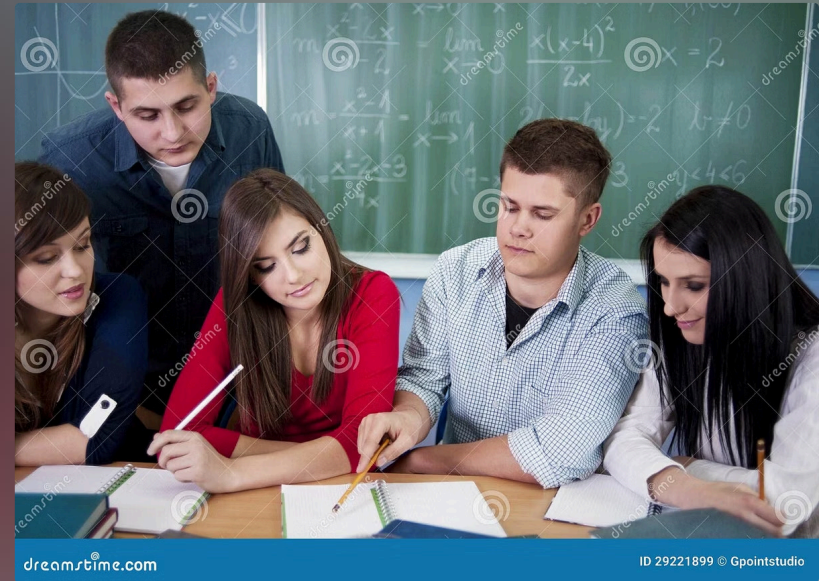




Laboratori del Made in Italy

Secondo Anno – Percorso Formativo

Due percorsi complementari per esplorare l'identità italiana: cultura e comunicazione da un lato, dimensioni giuridiche, economiche e scientifiche dall'altro.





Struttura del Percorso

30 Ore Totali

Due laboratori interdisciplinari da 15 ore ciascuno

Approccio Partecipativo

Sessioni di brainstorming preliminari con gli studenti per raccogliere proposte

Focus Territoriale

Valorizzazione del patrimonio culturale e produttivo veronese

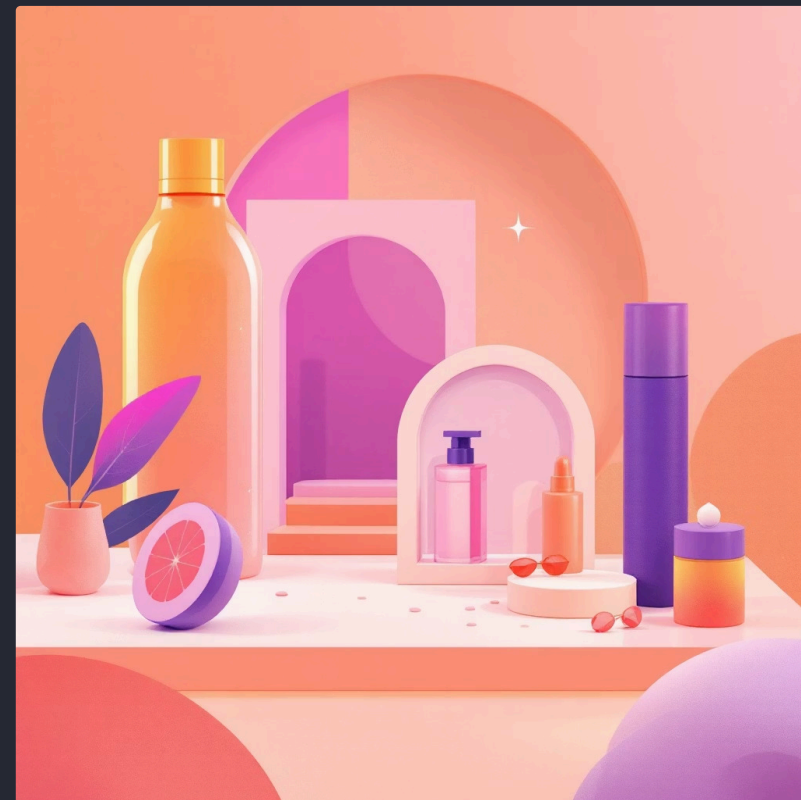
Laboratorio 1: Cultura e Comunicazione

La costruzione di una narrazione identitaria del Made in Italy

Questo laboratorio si concentra sulla dimensione culturale, simbolica ed espressiva del Made in Italy. L'obiettivo è comprendere come costruire narrazioni efficaci attorno a prodotti, brand e territori.

Elementi Chiave

- Artigianalità e qualità
- Territorio e storia
- Stile e identità
- Linguaggi comunicativi



Focus Operativi – Cultura e Comunicazione

01

Analisi Narrativa

Cosa significa "narrare il Made in Italy" e quali elementi identitari lo compongono

02

Linguaggi della Comunicazione

Studio dei linguaggi visivi, verbali e digitali applicati ai prodotti italiani

03

Brand del Territorio

Lavori di gruppo su brand veronesi: agroalimentare, tessile, marmo

04

Progetti Creativi

Produzione di campagne, concept comunicativi e storytelling multimediale

Obiettivo: Formare studenti capaci di leggere criticamente le narrazioni del Made in Italy e costruire storie autentiche e comunicativamente solide.

Laboratorio 2: Giuridico- Economico-Scientifico

Il legame tra sostenibilità e Made in Italy come valore aggiunto

Questo laboratorio affronta il Made in Italy dal punto di vista dei processi produttivi, delle norme e dei sistemi economici. Focus sulla sostenibilità nelle sue tre dimensioni: ambientale, sociale ed economica.



Focus Operativi – Sostenibilità e Produzione



Quadro Normativo

Analisi delle norme sulla sostenibilità, tutela del Made in Italy e certificazioni di qualità



Economia Circolare

Studio di modelli aziendali che integrano responsabilità sociale e innovazione tecnologica



Casi Studio

Ricerche che mostrano la sostenibilità come valore aggiunto nell'identità dei prodotti

📌 **Obiettivo:** Comprendere il Made in Italy come sistema produttivo avanzato che coniuga eccellenza, tutela del territorio e sviluppo sostenibile.



Differenze tra i Due Laboratori



Cultura e Comunicazione

Come il Made in Italy viene raccontato e percepito tramite narrazioni e strategie comunicative



Giuridico-Economico-Scientifico

Come il Made in Italy viene prodotto, regolato e innovato, con attenzione alla sostenibilità come fattore identitario

Attività Trasversali e Progetti Speciali

1

Logo e Identità Sonora

Ideazione di un logo rappresentativo del Liceo con jingle o brano musicale

2

Produzione Video

Realizzazione di brevi video per documentare le attività dei laboratori

3

Giornata del Made in Italy

Organizzazione evento il 15 aprile 2026 con Camera di Commercio di Verona

4

Eventi sul Territorio

Partecipazione a incontri ed esposizioni dedicate al Made in Italy

Un laboratorio didattico partecipato per sviluppare competenze trasversali e promuovere attivamente il Made in Italy attraverso la