

Cronisti in classe 2024

QN LA NAZIONE

Luca, una storia di successo

Da Sarteano alla Grande Mela

Passione, impegno e dedizione sono la 'chiave' per realizzare i propri sogni e desideri
SCUOLA SECONDARIA DI PRIMO GRADO «G. GALILEI» DI CHIUSI

Chi non ricorda la pubblicità della 'pesca', firmata da una nota catena di supermercati, balzata agli onori della cronaca qualche mese fa? Beh, dietro a quella pubblicità c'è una storia importante, una storia che parla di un sogno che si realizza e che parte proprio da un paese del nostro territorio... Il paese è Sarteano e la storia è quella di Luca Lorenzini.

Quello di Luca è un percorso di grande successo che può essere fonte di ispirazione per molte persone. Noi ragazzi della Scuola secondaria di primo grado di Chiusi abbiamo avuto la possibilità di porre alcune domande direttamente a Luca, che ci ha risposto, svelandoci anche alcune curiosità che riguardano la sua vita.

Luca è nato a Sarteano e ha frequentato il Liceo classico a Montepulciano; dopo aver terminato le scuole superiori, si è iscritto alla Facoltà di Scienze della comunicazione a Siena; proprio durante gli studi universitari ha scoperto la parola 'copywriter' (cioè colui che scrive le pubblicità), questa parola, da quel momento, continua a far parte della sua vita.

Subito dopo essersi laureato, Luca ha iniziato a lavorare come copywriter insieme ad un suo compagno di studi, anche lui di nome Luca. Successivamente si sono trasferiti a Milano dove hanno fatto esperienza nell'azienda pubblicitaria



Ecco gli ingredienti per realizzare i propri sogni nella vita e salire in alto

ria Young & Rubicam. Qui, ci dice Luca, hanno imparato molto. Quindi si sono spostati alla Saatchi & Saatchi, dove hanno potuto esprimersi al meglio.

Nel 2019 Luca e il suo compagno di studi hanno fondato una loro agenzia pubblicitaria con sede a New York: la Small, in cui svolgono rispettivamente il ruolo di copywriter e art director. A questo proposito abbiamo chiesto il perché e se è stato difficile prendere questa decisione. Ci ha risposto che la scelta di andare in America è stata dettata da motivi lavorativi e che non è stato facile ambientarsi in un contesto così diverso, che l'Ita-

lia gli manca molto e che nei suoi progetti c'è quello di tornare nel proprio Paese.

Una cosa è certa: Luca non ha mai avuto dubbi su quella che è la sua autentica passione, trasformata ora in un vero e proprio lavoro. Questo è quello che lui consiglia a noi giovani che ci troviamo in una fase di scelte importanti: seguire le nostre passioni per essere realizzati e soddisfatti della nostra vita. La storia di Luca ci ha colpito molto e ci ha fatto riflettere su quanto sia importante inseguire i propri sogni; speriamo che anche voi possiate sempre scegliere con il cuore!

LA REDAZIONE

Ecco i nomi dei protagonisti

La redazione

giornalistica è composta da Badredin Chaib, Lavidia Bajraktari, Marina Valentina Ciobotaru, Luhana Angel, Virginia Carnieri, Luis Sotero Arango, Gabriel Frigo, Nada Bahami, Alejandro Bajraktari, Eraldo Bajraktari, Violante Beatrice Bianconi, Manolo Ramos Gonzalez Alessandro, Gaspar Padilla Jeferson Andre, D'Angiolella Remo, Iasevoli Christian, Mencarelli Thomas, Sitaru Eduard Stefan.

Dirigente scolastico:

Daniela Mayer

Docenti tutor: Benedetta Gori, Lucia Moretti.

Disegno: realizzato con la supervisione della professoressa Eleonora Battisti



Ciascuno deve seguire la propria stella

[Segui i tuoi sogni, sapranno indicarti la strada...](#)

Consigli, premi e curiosità sul mondo della pubblicità

Abbiamo chiesto a Luca quali consigli darebbe a un giovane che vuole realizzare i propri sogni; il suggerimento che ci ha dato è quello di impegnarsi, mettercela tutta e, se necessario, affrontare anche dei sacrifici, che si superano volentieri se servono a realizzare i propri desideri. A lui è dispiaciuto lasciare la propria città, oppure dover perdere ore di sonno... ma non gli è sembrato troppo faticoso, perché serviva per inseguire la sua passione. Ha insistito dicendo che la vita è una e dobbiamo cercare di realizzare quello che ci piace e in cui riu-

sciamo ad esprimerci. Gli abbiamo anche chiesto quando ha capito che il suo sogno stava diventando realtà. Ci ha risposto che la conferma è arrivata quando ha vinto insieme al suo socio ben 7 Leoni d'oro al festival della creatività di Cannes, importante evento internazionale. Questo momento è stato, a suo dire, il più importante della sua vita. Il riconoscimento è stato ottenuto con la campagna pubblicitaria solidale «Coordown», nata per sensibilizzare la società nei confronti delle persone affette dalla sindrome di down. Abbiamo anche

chiesto come nasce una pubblicità. Innanzitutto, ci ha detto che, siccome spesso la pubblicità è ritenuta una cosa noiosa, la sua missione è di renderla piacevole e divertente. Per realizzarla bisogna seguire vari passaggi: la pianificazione del prodotto, il «Brain storming», ovvero un'esplosione d'idee, presentare al cliente il risultato e discutere sui vari argomenti. Quanto tempo ci vuole? Per creare una pubblicità non c'è un tempo definito, infatti dipende da vari fattori, per esempio: il cliente e la grandezza della campagna.



REGIONE TOSCANA



Consiglio Regionale



Servizi ecologici integrati Toscana

