

## LAZULI desafia alunos

Chama-se **LAZULI** e é uma marca de calçado Portuguesa, criada em 2012 e lançada em 2013, na Micam, em Milão, por um grupo de jovens empreendedores de Santa Maria da Feira. Os sapatos, inspirados em azulejos portugueses, são idealizados num *atelier* situado na freguesia de Fornos, e produzidos numa empresa do concelho feirense. O feedback tem sido de tal forma positivo que as vendas já passaram fronteiras. O azulejo português e a sua riqueza histórica, enquanto elemento decorativo que eterniza a tradição de Portugal, é o ponto de partida para a inspiração **LAZULI**. Aliando a tradição à modernidade e a história à sofisticação, a marca **LAZULI** pretende espelhar a essência dos azulejos, contando histórias de vida, através das suas coleções de calçado feminino. Sendo o sapato muito mais do que uma peça de vestuário, cada modelo **LAZULI** é desenvolvido com toda a dedicação e atenção ao pormenor. Desde a sola ao revestimento, tipos de materiais e cor do calçado, todos reinterpretem a sua inspiração – os azulejos portugueses.



No passado dia 09 de dezembro de 2015 realizou-se uma palestra no auditório do Agrupamento de Escolas Dr. Manuel Gomes de Almeida, sobre a marca e o seu DNA. Estiveram presentes os alunos do 10º, 11º e 12º ano do Curso Profissional de Comunicação, Marketing, Relações Públicas e Publicidade e, os alunos da turma de Artes Visuais (11º-5ª).

Foi com o intuito de elucidar os alunos sobre a disrupção no universo das marcas que a Janete Vieira, diretora comercial da marca foi a oradora convidada. Todos os alunos foram desafiados a trabalhar a marca na disciplina de marketing com a professora Paula Oliveira e na disciplina de desenho sob orientação da professora Alzira Relvas.

Na área de marketing os alunos vão trabalhar o marketing estratégico, marketing digital e internacional. Na disciplina de desenho surgirão propostas para uma nova identidade corporativa e ideias arrojadas para o *design*.

É importante que os alunos articulem teoria e prática, que perceberem que o momento é ser disruptivo, procurar novas soluções, "pensar fora da caixa". No final do ano letivo realizar-se-á um evento para avaliar as propostas trabalhadas ao longo de 5 meses pelos jovens criativos. Um júri composto por professores orientadores e profissionais da marca seleccionarão as melhores ideias e os vencedores recebem um prémio entregue pela **LAZULI**.