



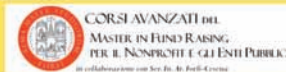
# 4<sup>a</sup> edizione del concorso "Marketing per la Salute"



Con il patrocinio di



Con il contributo di



## Il piccolo grande mondo dell'alimentazione

**Responsabili del progetto:** Mariaclelia Arcudi, Eleonora Beretta, Anna Bertazzini, Carlotta Forti, Cecilia Quatrone e Prof.ssa Maria Rita Casarotti.

**Scuola di appartenenza:** Liceo Classico Statale L. Ariosto (Ferrara).

**Classe proponente:** 2N.

### IL PROGETTO

#### Finalità

- Diffondere l'idea di un'alimentazione corretta.
- Riflettere sui problemi legati all'alimentazione.
- Riflettere sulle disfunzioni alimentari dei giovani.

#### Criteri ispiratori

I criteri ispiratori sono relativi a incoraggiare i ragazzi come noi e noi stessi ad un rispetto della nostra salute, di noi e delle nostre famiglie, anche con un consumo corretto, sia come qualità che come quantità, dei cibi a disposizione.

#### Altri Enti/Organizzazioni/Associazioni coinvolti

CAMINA.

#### Descrizione del progetto

- Realizzazione di una serie di ricerche di tipo storico, economico e biologico su alcuni alimenti tipici del nostro territorio.
- Elaborazione di un testo per un'intervista all'interno dell'Istituto ad un campione di studenti ed insegnanti, con videocamera.
- Effettuazione delle interviste.

# MARKETING PI

- Selezione degli interventi, delle testimonianze e delle osservazioni più interessanti (perché particolarmente corrette, errate, curiose, particolari ...).
- Commento relativo ai contenuti raccolti, considerando: parole chiave, termini e concetti più frequentemente espressi, capacità di trovare diversi attributi (positivi, negativi) dei cibi consumati, conoscenza delle caratteristiche dei prodotti consumati, disponibilità a riflettere sulle conseguenze di una corretta/scorretta alimentazione, disponibilità a testare nuovi alimenti (più sani) e nuove combinazioni di alimenti, comprensione delle più elementari tecniche di marketing che spingono ad acquistare (“è la TV che guarda noi!”), riflettere sui problemi e sui costi in termini monetari ed ambientali del consumo dei più comuni alimenti.
- Descrivere “l’albero delle decisioni”: definire una serie di decisioni e/o alternative che devono essere prese, consapevolmente, dai consumatori (cosa, quando, il costo, l’imballo, gli omaggi, la pressione delle pubblicità ...).
- Presentazione *power point* a tutta la classe e/o altri studenti della scuola.
- Diffusione del lavoro nella piattaforma informatica regionale Partecipa.net, anche con sondaggio on line.
- Bachecca a scuola.
- *Brainstorming*: pensare a ruota libera e documentare possibili soluzioni ai problemi. Coinvolgendo un gruppo di persone (studenti ed insegnanti) si stimola la produzione di idee senza ansia; ciò consente un reale monitoraggio della riuscita delle attività realizzate.
- Disponibilità a presentare il progetto in altre sedi (altre scuole, eventi ...).
- Analisi delle risposte ottenute alla luce dell’art. 32 della Costituzione Italiana sulla tutela della salute.

**Strumenti e risorse:** materiale cartaceo, libri e internet da cui ricavare le informazioni per allestire i cartelloni e diffondere le notizie; videocamere per realizzare l’intervista. Strumenti multimediali (computer per realizzare una presentazione *power point*).