

super.



Super, il prodotto-servizio che educa i bambini a mangiare la verdura
Super, a product-service that educates teaches to eat vegetables

Maddalena Bogni | 797054
Relatore | Beatrice Villari

Laurea Magistrale in Product Service System Design
Politecnico di Milano
Facoltà del design
A.A. 2014/2015



indice !

0.

Indice delle figure | pag. 9

1.

Introduzione | pag. 13

2.

Ricerca | pag. 16

2.1 I problemi alimentari più difficili da combattere | pag. 18

2.2 Obesità infantile e cattive abitudini alimentari | pag. 21

2.2.1 Cause delle cattive abitudini:
la famiglia e l'ambiente circostante | pag. 25

2.2.3 Focus: cosa sono le abitudini | pag. 29

3.

Il mio obiettivo | pag. 31

3.1 Edutainment come metodologia di apprendimento | pag. 36

3.2 La verdura come filo conduttore | pag. 38

3.2.1 La verdura e il corpo umano | pag. 41

3.3 Il web come supporto | pag. 43

3.4 Il processo | pag. 47

3.4.1 Conoscenza | pag. 48

3.4.2 Scelta | pag. 49

3.4.3 Preparazione | pag. 50

3.4.4 Consumo | pag. 51

3.4.5 Condivisione | pag. 52

4.

Ricerca sul campo | pag. 53

4.1 Imparare a mangiare bene: cosa già esiste | pag. 55

4.2 Questionario per genitori | pag. 59

4.3 Questionario per bambini | pag. 63

5.

Il progetto | pag. 71

5.1 L'offerta - idea generale | pag. 73

5.1.1 Il nome | pag. 74

5.2 La prototipazione | pag. 75

5.2.1 Il target | pag. 85

5.2.2 I supereroi | pag. 86

5.3 L'offerta finale | pag. 87

5.3.1 Il gioco in scatola | pag. 89

5.3.2 La piattaforma online | pag. 103

6.

Business | pag. 118

6.1 Canvas Model | pag. 102

6.2 Cash flows framework | pag. 123

6.3 Future steps | pag. 130

7.

Bibliografia | pag. 131

7.1 Libri | pag. 132

7.2 Articoli/Comunicati stampa/Report | pag. 134

7.3 Sitografia | pag. 136

o.
indice delle figure

FIG. 1 Mappatura della ricerca | pag. 17
FIG. 1.1 Mappatura della ricerca | pag. 17
FIG. 2 Infografiche | pag. 19
FIG. 3 Bambina che rifiuta il cibo | pag. 20
FIG. 4 Infografiche | pag. 23
FIG. 5 Infografiche | pag. 24
FIG. 6 Pubblicità Kinder Sorpresa | pag. 28
FIG. 7 Ai bambini piace sentirsi speciali | pag. 32
FIG. 8 L'ambiente in cui viviamo ci influenza e ci porta a fare le stesse cose che fanno gli altri | pag. 35
FIG. 9 Imparare divertendosi | pag. 37
FIG. 10 Spesso i bambini rifiutano categoricamente l'assunzione di alimenti mai provati | pag. 38
FIG. 11 Infografiche | pag. 39
FIG. 12 Enzo Paci - Il vento che scolpisce le tue vene | pag. 42
FIG. 13 Infografiche | pag. 44
FIG. 14 Bambina che legge | pag. 48
FIG. 15 Bambina che ha imparato a scegliere la verdura e lo fa autonomamente | pag. 49
FIG. 16 Bambina che prepara le verdure | pag. 50
FIG. 17 La bambina consuma il pasto insieme ai genitori | pag. 51
FIG. 18 Bambini che condividono il cibo | pag. 52
FIG. 19 Questionari online | pag. 54
FIG. 20 Progetto "Frutta nelle scuole" | pag. 56
FIG. 21 Progetto "Food Dudes" | pag. 57
FIG. 22 Libro "Topo Tip non vuole mangiare", Marco Campanella, Dami Editore | pag. 58
FIG. 23 Infografiche | pag. 60
FIG. 24 Infografiche | pag. 60
FIG. 25 Infografiche | pag. 61
FIG. 26 Infografiche | pag. 61
FIG. 27 Infografiche | pag. 62
FIG. 28 Infografiche | pag. 64
FIG. 29 Infografiche | pag. 65
FIG. 30 Infografiche | pag. 66
FIG. 31 Infografiche | pag. 66

FIG. 32 Infografiche | pag. 67
FIG. 33 Infografiche | pag. 68
FIG. 34 Infografiche | pag. 69
FIG. 35 Infografiche | pag. 70
FIG. 36 Card per il prototipo | pag. 75
FIG. 37 I bambini riuniti per la prototipazione | pag. 76
FIG. 38 I bambini pescano le card | pag. 77
FIG. 39 I bambini riuniti per la prototipazione | pag. 78
FIG. 40 I bambini che iniziano a preparare le verdure | pag. 79
FIG. 41 Al completamento di ogni ricetta i bambini attaccavano un pezzo di puzzle al poster | pag.80
FIG. 42 Tommaso con la sua medaglia | pag. 81
FIG. 43 Matilde e Camilla che mangiano gli asparagi | pag. 83
FIG. 44 Emma mangia il sedano | pag. 84
FIG. 45 I supereroi protagonisti del gioco | pag. 86
FIG. 46 Super | pag. 89
FIG. 47 Istruzioni | pag. 90
FIG. 48 Istruzioni | pag. 91
FIG. 49 Schede "verdure" | pag. 93
FIG. 50 Schede "verdure" | pag. 94
FIG. 51 Scheda Cipolle | pag. 95
FIG. 52 Il puzzle | pag. 97
FIG. 53 I pezzi del puzzle | pag. 98
FIG. 54 Il poster e un pezzo di puzzle | pag. 99
FIG. 55 Il poster e i pezzi di puzzle | pag. 100
FIG. 56 Riassunto funzionamento gioco in scatola | pag. 101
FIG. 57 Gioco in scatola | pag. 103
FIG. 58 Home del sito, "super" | pag. 105
FIG. 59 Pagina "come funziona" | pag.106
FIG. 60 Prima parte della pagina "La mia pagina" | pag.107
FIG. 61 Seconda parte della pagina "La mia pagina" | pag.108
FIG. 62 Pagina "carica ricetta supergioco" | pag. 109
FIG. 63 Pagina "sfide" | pag. 110

FIG. 64 Pagina “non sai cucinare?” | pag. 111
FIG. 65 Prima parte pagina “la verdura” | pag. 112
FIG. 66 Seconda parte pagina “la verdura” | pag. 113
FIG. 67 Pagina del sito “asparagi” | pag. 114
FIG. 68 Pagina “supergioco” | pag. 115
FIG. 69 Pagina “videoricette” | pag. 116
FIG. 70 Pagina “glossario” | pag. 117
FIG. 71 Canvas Model | pag. 122
FIG. 72 Costi e ricavi scenario 1 | pag. 124
FIG. 73 Costi e ricavi totali scenario 1 | pag. 125
FIG. 74 Break even point scenario 1 | pag. 125
FIG. 75 Costi e ricavi scenario 2 | pag. 126
FIG. 76 Costi e ricavi totali scenario 2 | pag. 127
FIG. 77 Break even point scenario 2 | pag. 127
FIG. 78 Costi e ricavi scenario 3 | pag. 128
FIG. 79 Costi e ricavi totali scenario 3 | pag. 129
FIG. 80 Break even point scenario 3 | pag. 129

1. *introduzione*

Il tema “cibo” è sempre di più, nella testa e sulla bocca di tutti. Si tratta di stile di vita, di moda, di salute, di socializzazione, di autostima, di abitudine, di tradizione, di business e molto altro. Di un qualcosa, insomma, da cui dipende gran parte della nostra giornata, del nostro modo di vivere e quindi della nostra intera esistenza. Non a caso, l'Expo che si terrà a Milano a partire da maggio 2015 presenterà come argomento principale quello del cibo e della sostenibilità del nostro pianeta.

“Expo Milano 2015 sarà l'occasione per riflettere e confrontarsi sui diversi tentativi di trovare soluzioni alle contraddizioni del nostro mondo: se da una parte c'è ancora chi soffre la fame (circa 870 milioni di persone denutrite nel biennio 2010-2012), dall'altra c'è chi muore per disturbi di salute legati a un'alimentazione scorretta e troppo cibo (circa 2,8 milioni di decessi per malattie legate a obesità o sovrappeso).”

Uno degli aspetti su cui ci si concentrerà durante l'Expo sarà inoltre quello della consapevolezza. Consapevolezza di ciò che si sceglie e si acquista, di ciò che si consuma e che spesso si spreca. Un elemento fondamentale per quanto riguarda il nostro rapporto con il cibo e con il nostro pianeta che purtroppo, spesso, viene a mancare.

Quello dell'alimentazione è un mondo complesso e difficile da affrontare e modificare. Sono molteplici gli aspetti da analizzare per poter intervenire in un'area così sfaccettata. Quello che interessa fare a me, è partire dalle basi, dal principio, dalle prime semplici abitudini che, una volta create, ci accompagnano per tutta la vita: ecco quindi la motivazione della scelta dei bambini come target della mia ricerca e quindi poi, del mio progetto. I bambini sono, nel vero senso della parola, il futuro. Se non è possibile migliorare il mondo di oggi, insegnando agli adulti che ciò che fanno è sbagliato, bisogna fare in modo che le future generazioni migliorino il mondo di domani.

¹ <<http://www.expo2015.org/it/index.html>>

“ Chi non bada a ciò che mangia difficilmente baderà a qualsiasi altra cosa. ”

Samuel Johnson

2. ricerca

Per analizzare a fondo il contesto scelto e decidere su quale aspetto focalizzarmi, ho deciso di ricercare tutto ciò che riguarda i bambini e l'alimentazione in Italia: dai problemi strettamente legati al cibo, alle abitudini alimentari più diffuse, agli stili di vita in continuo mutamento, ai fattori che li influenzano. Gli argomenti su cui ho fatto ricerca sono varie patologie quali obesità, anoressia, bulimia, diabete; ho ricercato informazioni su celiachia e intolleranze alimentari; mi sono documentata su attività fisica e sedentarietà, sport praticati, sane



FIG.1 Mappatura della ricerca

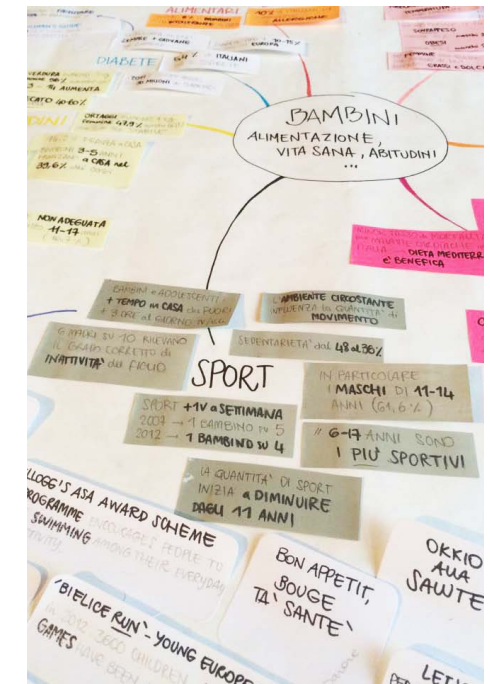


FIG.1 Mappatura della ricerca

abitudini quali colazione, spuntini e altro. Per ognuno di questi argomenti ho raccolto dati e casi studio per capire su quali di questi si sta lavorando di più, su quali di questi esistono già progetti e iniziative concrete e funzionanti e dove, invece, serve un pò più di attenzione, intervento e innovazione.

2.1

I problemi alimentari più difficili da combattere

Dopo la prima sessione di ricerca, non solo riguardante dati e progetti esistenti ma anche in cosa consistono le varie patologie, da dove nascono, come si sviluppano e cosa comportano, ho deciso di concentrarmi su quelle causate da aspetti più psicologici che fisici cioè anoressia nervosa, bulimia nervosa e obesità. Questo perché il mio corso di studi mi ha sempre portata ad analizzare a fondo l'utenza da un punto di vista comportamentale e "psicologico", quindi ho ritenuto fosse più stimolante dirigermi verso questo tipo di problematiche.

Per spiegare meglio la differenza tra patologie strettamente fisiche e patologie più legate alla psiche: *"La celiachia o malattia celiaca è una malattia autoimmune dell'intestino tenue, che si verifica in individui di tutte le età, geneticamente predisposti²."* Questo significa che è una malattia fisica, provocata da un problema fisico riguardante gli organi del nostro corpo. Invece, l'anoressia per esempio, è: *"Mancanza d'appetito, che può giungere fino al disgusto per il cibo. [...] In psichiatria, a. mentale, forma di nevrosi caratterizzata da rifiuto del cibo, accompagnato o seguito da altri disturbi somatici e psichici; può essere determinata da vari motivi,*

² <<http://it.wikipedia.org/wiki/Celiachia>>

coscienti e inconsci (gelosia, rifiuto della femminilità, fobie, situazioni conflittuali, ecc.)³."

In questo caso la malattia è provocata da qualcosa di più complesso, da un insieme di aspetti appunto anche psicologici e legati a differenti esperienze che condizionano il nostro modo di vivere.

³ <<http://www.treccani.it/vocabolario/anoressia/>>

Parlando dunque delle tre patologie prima citate, si tratta di disturbi del comportamento alimentare (abbreviato DCA), o disturbi alimentari psicogeni (DAP) e cioè *"tutte quelle problematiche, di pertinenza principalmente psichiatriche, che concernono il rapporto tra gli individui e il cibo⁴."*

L'anoressia e la bulimia insorgono nella maggioranza dei casi durante l'adolescenza ma purtroppo l'età di esordio della malattia si sta abbassando e, attualmente, si riscontrano sempre più casi nell'infanzia e nella pubertà (anoressia 0.3%, bulimia 1%, altri disturbi 6%). Inoltre, il Ministero della Salute ha riscontrato che in Italia le percentuali di sovrappeso (21-27%) e di obesità (7-11%) sono tra le più alte d'Europa.

⁴ <http://it.wikipedia.org/wiki/Disturbi_del_comportamento_alimentare>

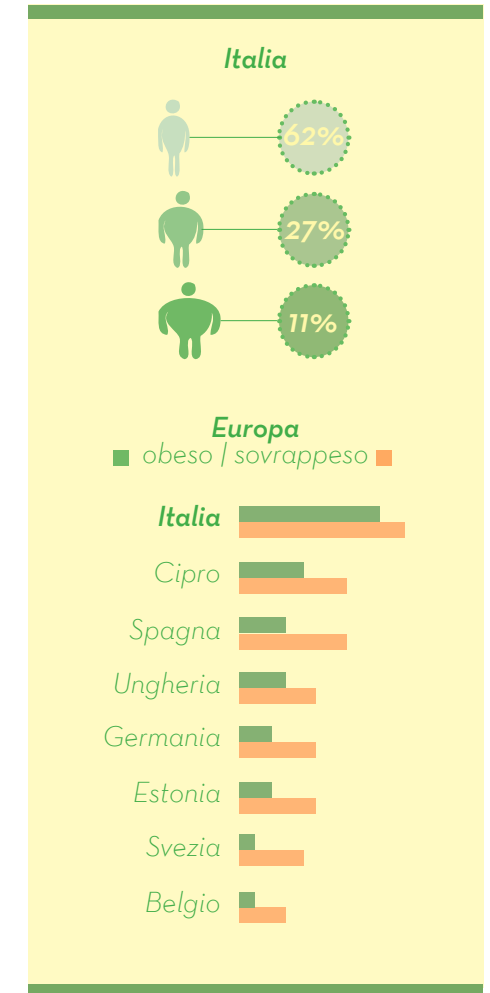


FIG.2 Infografiche

Per l'insorgenza delle DCA vengono considerate prevalentemente queste fasce d'età:

- Prima infanzia (0-6 anni): possono presentarsi problemi fin dalla nascita con manifestazioni di rifiuto attivo o passivo di cibo o, in seguito, come effetto di un problema legato allo svezzamento o a difficoltà legate all'inserimento scolastico, oppure a particolari momenti di cambiamento attraversati dalla famiglia.

- Fascia della scolarizzazione (7-11 anni): con problematiche per lo più legate alle difficoltà incontrate nella relazione con i pari, in seguito ad un cambiamento nel sistema familiare o a malattie e traumi subiti per cause esterne. Le manifestazioni più frequenti di inizio del sintomo possono legarsi sia a problemi di sovrappeso e/o obesità infantile sia al rifiuto improvviso del cibo, alla riduzione dell'alimentazione come postumo di una malattia anche quando si è usciti dal problema.

- Fascia pre-pubertà ed adolescenziale (11-18 anni): spesso legate a problematiche individuali

profonde anche se non riconosciute e inesprese. Si scatenano a partire da una delusione affettiva, inizio della pubertà con modificazioni nel corpo, scelte legate al futuro scolastico o relative all'identità sessuale e lutti familiari.



FIG.3 Bambina che rifiuta il cibo

2.2 Obesità infantile e cattive abitudini alimentari

L'obesità è:
“una condizione medica caratterizzata da un eccessivo accumulo di grasso corporeo che può portare effetti negativi sulla salute con una conseguente riduzione dell'aspettativa di vita. Il termine deriva dal vocabolo latino «obesitas», che indica la condizione di chi è «grasso, grosso o paffuto», a sua volta derivato da «esum», participio passato di «dere» («mangiare»), con l'aggiunta del prefisso «ob» («per, a causa di») ⁵.”

Il Centro Nazionale per la prevenzione e il controllo delle malattie del Ministero della Salute promuove

⁵ <<http://it.wikipedia.org/wiki/Obesit%C3%A0>>

dal 2007 Okkio alla salute, un programma di raccolta dati biennale per valutare e descrivere l'andamento di sovrappeso e obesità, le abitudini all'esercizio fisico e gli stili alimentari dei bambini italiani (oltre 50.000) delle classi terze primarie con la collaborazione di genitori, insegnanti e dirigenti scolastici. I dati pubblicati nel 2013 confermano che in Italia 1 bambino su 3 è obeso e i bambini dagli 8 ai 9 anni rappresentano la fascia d'età in cui l'obesità è più diffusa. Nel nostro paese la percentuale di obesità infantile sfiora il 35%.

Questo dato è stato una delle motivazioni che mi ha portato a scegliere come area di progetto quella dell'obesità infantile ma soprattutto quella delle abitudini alimentari. Non è quindi solo sull'obesità ormai

manifestata che bisogna lavorare e intervenire. Un problema ormai presente è più difficile da risolvere, ma come si suol dire “prevenire è meglio che curare”. Bisogna dunque lavorare sulle abitudini e sulla loro creazione fin dai primi anni di vita, quelle abitudini che, se corrette, portano ad affrontare la quotidianità in modo sano.



Se l'uso diventa abuso, dovremmo subito intervenire, perché se l'abuso diventa abitudine, allora non c'è più rimedio.



Fausto Cercignani

Altri dati riguardanti l'obesità infantile in Italia, raccolti sempre dal programma sopracitato Okkio alla Salute, dicono che:

“Il fenomeno dell'eccesso di peso tra i bambini e i ragazzi è più diffuso tra i maschi (30,1% contro il 23,6% delle femmine), tra coloro che vivono al Sud (34,6% rispetto al 22,7% del Nord-Ovest, al 21,1% del Nord-Est, al 24,6% del Centro e al 31,1% delle Isole) e tra chi svolge poca attività fisico-motoria, nonché tra chi vive in famiglie con risorse economiche scarse o insufficienti e soprattutto con livelli di istruzione dei genitori più bassi⁶.”

Per parlare di alcune delle cattive abitudini più diffuse, “nel 2012 la quota di bambini e ragazzi di 3-17 anni che fa una colazione non adeguata è pari al 9,9%. Il valore più alto caratterizza la fascia tra gli 11 e i 17 anni (16,7%), mentre tra i più piccoli, 3-10 anni, la percentuale scende al 3,9%. [...]

⁶ Ministero della Salute, “Sintesi dei risultati OKkio alla Salute”, in www.epicentro.iss.it, 2012

Nel 2012 il consumo di snack, cioè di prodotti poveri di nutrienti salutari ma di cui spesso si abusa, riguarda il 14,2% dei 3-17enni, con quote più elevate al crescere dell'età (11,4% tra i ragazzi di 3-10 anni contro 17,4% nella fascia 11-17 anni)⁷.”

Anche per quanto riguarda il consumo di bevande gassate, i dati rilevano, come per l'obesità, la relazione con il titolo di studio delle madri; la quota di consumatori quotidiani di più di mezzo litro di bevande gassate tra i ragazzi di 11-17 anni è pari al 4,7% se le madri sono laureate, al 10,4% se hanno il diploma di scuola superiore e all'8,6% se hanno completato solo la scuola dell'obbligo.

⁷ Istat e Unicef, “Bambini e adolescenti tra nutrizione e malnutrizione - Problemi vecchi e nuovi in Italia e nel mondo in via di sviluppo”, Report dati, 2012



FIG.4 infografiche

Aumenta inoltre il tempo dedicato ai video-game:

“dell’85% che vi gioca (il 15% no), il 57% lo fa mediamente per un tempo compreso fra 1 e le 3 ore. Internet è legato all’età: lo utilizza il 100% degli over 14 anni e il 30% vi passa anche più di tre ore, contro un 80% degli 11-13 enni e il 59% dei minori di 10 anni, che ne fanno un uso più morigerato: rispettivamente in media un’ora e mezz’ora. [...] Sembrano consolidarsi delle tendenze poco sane, come non mangiare la frutta e verdura, saltare la colazione, concentrare i pasti piuttosto che fare i 5 consigliati al giorno, o mangiare con la tv accesa. Se a delle cattive abitudini alimentari si associa, come spesso, accade, l’assenza di un’adeguata pratica sportiva e motoria, le conseguenze sul benessere di un bambino o un adolescente, sia sul piano fisico che emotivo, possono diventare rilevanti⁸.”

⁸ Save the Children, “Stili di vita dei bambini in Italia: 1 minore su 4 non fa moto e sport nel tempo libero, spesso per difficoltà economiche”, Comunicato stampa, 2014

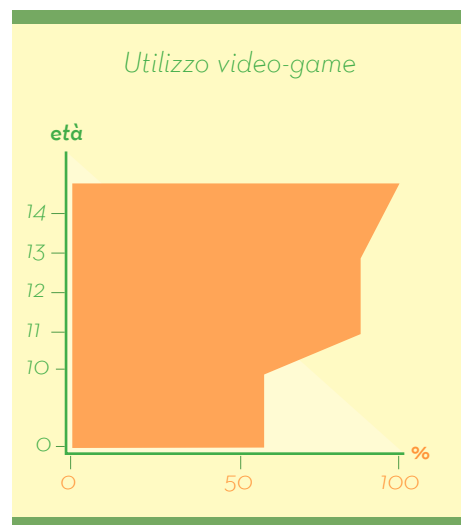


FIG.5 Infografica

Valerio Neri, direttore generale Save the Children Italia spiega che: *“le difficoltà economiche che attanagliano sempre più famiglie sicuramente sono una delle cause del minor numero di bambini che ha la possibilità di fare sport e attività fisica, in aggiunta alle poche ore di pratica motoria in orario scolastico e alla scarsa educazione al movimento. Bambini più sedentari, disabituati all’incontro e confronto con i pari, che passano molto tempo a casa, rischiano più di altri non solo di sviluppare patologie ma anche di essere più tristi, depressi, soli”.*

2.2.1 Cause delle cattive abitudini: la famiglia e l’ambiente circostante

Secondo un recente studio condotto da Ipsos per Save The Children e Mondelez, due genitori su tre dichiarano di conoscere le regole alimentari di base ma poi, messi alla prova, commettono diversi errori a tavola e, quando si tratta di valutare lo stato del proprio infante, solo uno su dieci riconosce l’anomalia. In modo quasi incomprensibile il 37% delle donne con figli sovrappeso oppure obesi ritiene che i propri bambini abbiano un peso nella norma. La stessa “dispercezione” vale per la valutazione dell’introito calorico che, seppure evidentemente eccessivo, viene largamente sottostimato dalle madri. Sono quindi anche i genitori, a influire negativamente sulla corretta alimentazione dei bambini. Lo accerta

uno studio condotto dall’Ospedale pediatrico “Bambino Gesù”, sulle abitudini alimentari delle famiglie del Lazio. Lo studio è condotto nell’ambito di un progetto sostenuto dalla Regione Lazio sulle abitudini alimentari su un campione composto da seicento nuclei familiari. Il dato che più colpisce è la tendenza dell’esempio alimentare che si ha in casa, rispetto a quello della scuola, della televisione o degli amici. E’ pur vero che mamma e papà possono essere i migliori veicoli di uno stile di vita improntato a una sana alimentazione. Il 76,4 % dei figli sono per esempio disposti ad assaggiare un nuovo alimento, superando anche le resistenze neofobiche, se lo ha visto mangiare da uno dei due genitori. *“La neofobia (dal greco, nuovo, e, paura) è la paura di ciò che è nuovo. Il termine viene utilizzato per definire l’atteggiamento di avversione che un bambino assume nei confronti di alimenti che vengono introdotti nella sua dieta/alimentazione⁹.”*

⁹ <<http://it.wikipedia.org/wiki/Neofobia>>

Anche la condizione fisica dei genitori influenza la salute dei bambini; infatti se entrambi sono in sovrappeso si registra la percentuale più alta di bambini e adolescenti dai 6 ai 17 anni in sovrappeso, pari al 38,1%.

All'ospedale "S.Andrea" di Roma è stato attivato da alcuni anni un ambulatorio di prevenzione dell'obesità per aiutare le famiglie alle prese con il problema che la professoressa Maria Pia Villa, Responsabile dell'unità di Pediatria dell'ospedale, definisce come "già molto critico".

*"Negli ultimi 10 anni abbiamo assistito a un peggioramento della situazione: obesità e sovrappeso sono divenuti una criticità frequente. La soluzione va ricercata non solo sul piano medico ma anche su altri livelli: da quello culturale a quello sociale ed economico. [...] I casi più difficili da curare sono quelli in cui nel nucleo familiare del bambino obeso ci sono anche i genitori o i fratelli più grandi con lo stesso disturbo."*¹⁰

All'interno del contesto familiare la pianificazione dei pasti, l'acquisto di cibo, la preparazione dei pasti, la consumazione del pasto, i momenti di ricreazione familiare e le attività sedentarie sono tutte opportunità di intervento. La famiglia fornisce il primo ambiente sociale in cui il bambino apprende e stabilire delle buone abitudini alimentari può essere determinante. In buona sostanza la famiglia gioca un ruolo critico nello sviluppo e nella riduzione dell'obesità e soprattutto di cattive abitudini che portano ad essa.

Come sappiamo, determinate abitudini alimentari sviluppate nell'infanzia persistono anche nell'età adulta, questo è uno dei concetti base di questa tesi. L'importante dunque, non è lottare contro l'eccessiva assunzione di cibo da parte dei bambini ma contro chi e cosa influenza e crea il loro stile di vita e le loro abitudini, dal principio.



L'abitudine è un abito che, indossato da giovani, ci rifiutiamo di togliere vita natural durante.



Alessandro Morandotti

¹⁰ <<http://www.piusanipiubelli.it/mamme-bambini/alimentazione>>

Altro fattore altamente influenzante è la pubblicità. Stando sempre ai risultati dello studio del Bambino Gesù per quanto riguarda i principali pasti quotidiani

“è la famiglia a determinare in larga misura le abitudini dei bambini, per le merende o, comunque, per l'alimentazione occasionale, è la televisione con la pubblicità pomeridiana a indirizzare pesantemente le scelte e le voglie (più del 50% dei casi)”.

I bambini, non avendo un occhio critico ben sviluppato, assorbono inconsciamente e passivamente tutto ciò che vedono e sentono attorno a loro. E i media sanno bene come attirare la loro attenzione.

Scegliere cosa mettere nel piatto lasciandosi guidare solo dagli spot televisivi significa adottare una dieta molto squilibrata rispetto alla Piramide alimentare e alle indicazioni della dieta mediterranea. Ad esempio, una dieta da 2000 calorie basata solo sui cibi reclamizzati dalle

principali tv in fasce orarie importanti come la prima serata o durante i cartoni animati conterrebbe 25 volte le razioni giornaliere raccomandate di zucchero e 20 volte di grasso. Ma meno della metà delle porzioni di verdura, frutta e latticini.



FIG.6 Pubblicità Kinder Sorpresa

11 <<http://www.ilgiornale.it/news>>

2.2.3 Cosa sono le abitudini

L'abitudine (dal latino *habitus*, *habitudinis*, *struttura fisica o morale*) è la disposizione o *attitudine acquisita mediante un'esperienza ripetuta*. Questa disposizione è insita nel comportamento degli esseri umani e degli animali ¹².

Spesso non siamo portati a fare qualcosa semplicemente perché non l'abbiamo mai fatto o non abbiamo solide motivazioni per farlo. Per creare una sana abitudine bisogna ripetere un'azione più volte, il problema è compiere questa determinata azione per la prima volta.

I gusti e le abitudini alimentari sono qualcosa che non si può modificare semplicemente con la forza di volontà, se un sapore non è di nostro gradimento non lo è e basta e il solo

pensiero di doverlo ri-assaggiare ci disgusta. Ma, per quanto riguarda i bambini (e a volte anche gli adulti) il non voler assaggiare un determinato alimento nasce da un pregiudizio nei confronti di esso derivante da un trauma subito per esempio, collegato a quel determinato alimento.

“E' una verdura quindi non la mangio” è un atteggiamento infantile molto diffuso. E di certo i genitori che, spesso utilizzano le verdure come punizione ai vari capricci dei propri figli, non aiutano.

“L'ambiente in cui il bambino cresce e si alimenta è molto influenzato dai genitori, [dicono N. Pearson, S.J.H. Biddle e T. Gorely in una ricerca pubblicata nel 2009] se lo si rende piacevole, e i nuovi alimenti vengono introdotti non in modo coercitivo, un bambino svilupperà più probabilmente una preferenza per questi”.

12 <<http://it.wikipedia.org/wiki/Abitudine>>

La questione quindi, sta nel trovare un metodo efficace che permetta ai bambini di introdurre nuovi alimenti nella propria quotidianità, e il metodo che voglio utilizzare io deve quindi collegarsi a delle azioni quotidiane che i bambini sono già abituati a compiere. Queste azioni quotidiane da sfruttare per il progetto devono riguardare momenti che il bambino affronta volentieri, che accetta e vive positivamente.

Se si riuscisse a far mangiare un determinato cibo a un bambino per gioco, per sfida, perché vuole dimostrare che ce l'ha fatta, per far vedere quanto è bravo, probabilmente scoprirebbe nuovi gusti e sapori mai apprezzati prima perché magari imposti o legati a momenti poco piacevoli. Se la merenda con gli amici fosse composta solo da frutta, la gioia di stare insieme e di consumare insieme quel cibo, darebbe a questo alimento una valenza diversa, più positiva, la si guarderebbe come momento di condivisione e divertimento: "questo l'ho mangiato con la mia amica Chiara!".

Secondo Charles Duhigg, l'autore del libro *The Power of Habit* le abitudini consistono in un semplice loop in tre passi: primo, c'è un segnale, uno stimolo iniziale che dice al tuo cervello di entrare in modalità automatica e quale abitudine usare. Poi c'è la routine che può essere fisica, mentale o emotiva. Infine, c'è il premio che aiuta il tuo cervello a capire se questo particolare loop è utile da ricordare per il futuro. Ecco quindi un altro importante elemento che concorre nel creare un'abitudine, la ricompensa. Ricompensa come motivazione trainante, come riscontro positivo che porta poi, a ripetere questa azione una seconda, terza, decima volta.

3. *il mio obiettivo*

Ecco quindi, dopo questa prima parte di ricerca, la definizione dell'obiettivo del mio progetto che è: rendere il bambino protagonista e artefice delle proprie abitudini. Innanzitutto, perché i bambini di oggi amano sentirsi grandi e indipendenti e poi perché, come già detto, un imposizione non diventerà mai un'abitudine, mentre il compimento libero e volontario di un'azione, potrebbe. Se la maggior parte dei genitori, per motivi culturali, economici, di tempo e altro, non è in grado di educare il proprio figlio ad un'alimentazione sana, sarà il bambino a farlo per se stesso. Per se stesso e coinvolgendo anche genitori, fratelli e amici. La struttura del progetto si basa su un elemento fondamentale della vita quotidiana del bambino: il gioco. Gioco inteso come tempo libero, momento di apprendimento, divertimento e condivisione, sia dentro le mura domestiche sia fuori, come pretesto per interagire, socializzare e creare un network all'interno del quale, ci si influenza a vicenda.



FIG. 7 Ai bambini piace sentirsi speciali

“ Quella è l'età del gioco
e anche l'apprendimento dei comportamenti salutari deve passare dal gioco. ”

Fergus Lowe

Nella parte di ricerca emerge chiaramente il peso che ha la famiglia e l'ambiente circostante sulle abitudini del bambino. Questo progetto quindi, prevede la creazione di indipendenza, autostima e inventiva del singolo bambino da una parte, e dall'altra però, la condivisione del tutto con famigliari, compagni e amici. Creando un network attorno a queste buone abitudini, i partecipanti, cioè i bambini, saranno più invogliati e stimolati a "fare meglio di" e a provare cose nuove per il gusto di dimostrare la propria bravura nel fare qualcosa di nuovo.

L'importanza delle attività di gruppo è dimostrata da molteplici iniziative che prevedono il coinvolgimento delle famiglie ma anche di gruppi di persone più ampie. Impedire l'obesità infantile per esempio, si sta effettuando attraverso iniziative community-based:

"gli approcci più promettenti hanno come obiettivo le popolazioni piuttosto che gli individui, sono focalizzati sui cambiamenti dell'ambiente e della politica. La

necessità di prevenire l'obesità nell'intera popolazione ha stimolato la realizzazione di centinaia di iniziative community-based (CBI) attraverso l'Europa. Modificare abitudini malsane richiede la modifica delle percezioni, del microambiente (ad es. scuole, case, vicinati) e del macroambiente (ad es. sistemi educativi e sanitari, governi, l'industria alimentare e atteggiamenti e convinzioni della società) in modo da far prevalere comportamenti sani¹³."

Un'iniziativa che, con semplicissimi accorgimenti, ha introdotto la frutta nella dieta dei bambini è il programma europeo Frutta nelle Scuole. Il servizio promuove tramite il sito internet e tramite una campagna pubblicitaria il consumo di frutta e verdura, per poi distribuirli nelle scuole o facendo in modo che, in determinati giorni della settimana, sia il bambino a doverla portare per merenda.

¹³ EUFIC (The European Food Information Council), "Impedire l'obesità infantile attraverso iniziative community-based", in www.eufic.org, 2014

"Nella scelta dei prodotti frutticoli si privilegeranno prodotti di qualità certificati (D.O.P., I.G.P., Biologici) e/o prodotti ottenuti con metodi di produzione integrata certificata e dovranno comprovare la loro origine di prodotto comunitario al 100%. Nella scelta del prodotto si terrà conto del carattere di stagionalità. [...] Il programma di distribuzione prevede, inoltre, che ogni bambino consumi prodotti ortofrutticoli almeno 20 volte durante il programma, consumi almeno quattro specie di frutto-ortaggio differenti e sia destinatario di specifica attività informativa o educativa¹⁴."

¹⁴ <<http://www.fruttanellescuole.gov.it/content/il-programma>>

Obiettivo del progetto, inoltre, è quello di portare il bambino a fare qualcosa di pratico e fisico, qualcosa che lo spinga a sperimentare, agire, sviluppare la propria manualità, sempre con il supporto del mondo digitale che ormai fa parte della vita di tutti, ma un mondo digitale sano e costruttivo, divertente ed educativo. Imparare giocando è uno dei metodi più efficaci di apprendimento dei bambini. La sperimentazione è, fin dai primi giorni di vita, il modo che abbiamo per conoscere le cose attorno a noi. Toccando, facendo, provando, sbagliando, impariamo molte più cose di quelle che impariamo studiando un libro o ascoltando un professore che

ci illustra un argomento o una teoria. A partire dai primi anni di scuola, vengono insegnati ai bambini concetti legati ad una sana alimentazione. Si impara subito a riconoscere cibi sani e meno sani, e i motivi per i quali fanno bene o no. I bambini

sono a conoscenza di tutte queste cose, sanno che quando scelgono di mangiare una merendina al posto di una verdura, qualcosa di sbagliato in questa scelta c'è. Ma dal sapere una cosa, al metterla in pratica, c'è un abisso.



FIG. 8 L'ambiente in cui viviamo ci influenza e ci porta a fare le stesse cose che fanno gli altri

3.1 Edutainment come tipologia di apprendimento

La volontà di strutturare il progetto sul gioco, e quindi di permettere al bambino di imparare sperimentando e divertendosi, è ben espressa dal concetto di Edutainment, un termine coniato da Bob Heyman nel 1973 mentre produceva documentari per National Geographic.

“Il lemma è composto dalla crasi di due sostantivi e rappresenta efficacemente due dei principali obiettivi della comunicazione culturale: l'educazione, ovvero la fase educativa e di apprendimento, e l'entertainment, che connota invece il carattere di divertimento e di svago”¹⁵.

¹⁵ Cervellini F., Rossi D., “Comunicare emozionando. L'edutainment per la comunicazione intorno al patrimonio culturale”, in *disegnarecon*, vol.4, n.8, 2011

Le finalità dell'edutainment non riguardano solo l'apprendimento di discipline e nozioni, ma rappresentano un modo per concepire e sperimentare il mondo che ci circonda.

“Per Edutainment o Intrattenimento educativo si intende una forma di intrattenimento finalizzata sia ad educare sia a divertire. L'edutainment solitamente cerca di educare e di far socializzare le persone tramite momenti incastonati all'interno di altre forme di intrattenimento, soprattutto di ambito familiare, come i programmi televisivi, i videogiochi, i film, la musica, i siti web, i software ecc”¹⁶.

Per capire meglio di cosa sto parlando, ecco in seguito alcuni esempi di progetti fondati su questo concetto. Il Divertinglese è un progetto che la Rai Educational, in collaborazione con il Ministero della Pubblica Istruzione e con INDIRE (Istituto Nazionale di Documentazione per l'Innovazione e la Ricerca Educativa), rivolge alla

¹⁶ <<http://it.wikipedia.org/wiki/Edutainment>>

scuola e alle famiglie.

“Dedicato ai bambini della scuola primaria, Il Divertinglese intende favorire l'apprendimento degli elementi fondamentali della lingua inglese proponendo cartoni animati in lingua originale, bricolage, giochi, quiz, canzoni e sitcom”¹⁷.

¹⁷ <<http://www.raiscuola.rai.it/programmi-nuovi/divertinglese/35/default.aspx>>

Per quanto riguarda l'estero, uno dei più completi è Aula365. Usfruibile via web con un browser qualsiasi, è stato sviluppato inizialmente in Argentina e poi portato in vari paesi europei. Il portale italiano offre una vasta gamma di contenuti educativi multimediali per le scuole elementari e medie. Il sito, che si rivolge a docenti, studenti e genitori offre soluzioni di insegnamento/apprendimento innovative ed in linea con i nuovi parametri della scuola digitale. Oltre ai filmati educativi, corsi online dalla durata variabile, sono disponibili schede biografiche, grafici interattivi, blog scolastici, una galleria di immagini, una sezione nella quale domandare, ad un professore virtuale, curiosità varie o rispondere alle domande poste da altri membri della comunità educativa.

Parlando di cibo, nel 2007 il progetto di educazione alimentare “Il gusto della Salute” promosso dall'Istituto Nutrizionale Carapelli ha sperimentato una nuova tecnica meglio finalizzata all'apprezzamento di alimenti spesso odiati. Il percorso, rivolto alle scuole primarie e fondato sull'approccio

sensoriale al cibo, si snoda in una serie di esperienze dirette, preferendo la metodologia dell'imparare attraverso il fare, piuttosto che il trasferimento di concetti alimentari corretti, ma poco accattivanti per i più piccoli. Tre sono le tappe che accompagnano i bambini, attraverso giochi e richieste di riflessioni personali, verso la scoperta del cibo, del rapporto con la salute e il benessere che ne deriva.



FIG. 9 Imparare divertendosi

3.2 La verdura come filo conduttore

Ho scelto la verdura come filo conduttore del gioco perché è l'alimento meno amato e mangiato dai bambini ma anche quello che fa meglio alla loro salute e che in modo meno costoso di altri, può essere utilizzato come cura del corpo. Un recente articolo finlandese pubblicato sul Journal of Allergy and Clinical Immunology ha confermato che il contatto con la maggiore varietà di cibi nella prima infanzia protegge fortemente dallo sviluppo allergico e la verdura è un forte strumento per opporsi al dilagare delle allergie, verso tutto e non solo verso gli alimenti. I bambini quasi sempre hanno un comportamento alimentare, che induce solo all'assunzione di un certo tipo di alimenti. Con l'andare del tempo, soprattutto quando iniziano

a frequentare la scuola materna, si accostano sempre di più a cibi nuovi e sono loro stessi a chiedere di poterli assaggiare. In molti casi però, anche se già grandi, continuano a rifiutare categoricamente l'assunzione di alimenti mai provati, soprattutto se si tratta di verdure. Le ragioni possono essere di svariata natura. Uno di questi è, per esempio, che non venga dato abbastanza tempo ed importanza al momento del pasto. Lo scopo sembra quello di finire il più velocemente possibile, e questo è un errore. Il momento del pasto infatti



FIG.10 Spesso i bambini rifiutano categoricamente l'assunzione di alimenti mai provati

non è solo finalizzato alla nutrizione ma è luogo di scambio relazionale, affettivo e comunicativo tra genitori e bambino. E' uno strumento mediante il quale è possibile mandare un messaggio e diventa il segno stesso della socializzazione. Un'altra ragione risiede semplicemente nel carattere del bambino: i bambini che hanno paura a provare nuovi alimenti come le verdure, spesso rimangono attaccati a ciò che conoscono bene e di cui si fidano di più. E' la paura dell'ignoto a bloccarli, legata anche al pregiudizio che si ha nei confronti di questi alimenti.

Secondo la raccolta dati Istat del 2013 inoltre, si mangia sempre meno frutta e verdura: "La flessione continua dei consumi di frutta e verdura in Italia è da allarme rosso - sottolinea la Confederazione Italia Agricoltori - In meno di quindici anni gli acquisti di ortofrutta sono diminuiti di quasi il 30 per cento, passando dai 450 chili a famiglia del 2000 ai 320 chili del 2013." Nel 2012 la quota di bambini e ragazzi che consuma 4 o più porzioni di frutta e verdura al giorno è pari al 12%, mentre il 63,2% si caratterizza

per un consumo più basso, cioè fino a 3 porzioni. Il bambino è selettivo e reticente a consumare un certo numero di alimenti, in particolare le verdure. Secondo una ricerca di Altroconsumo del 2005, la classifica dei cibi più odiati dai bambini italiani vedeva al primo posto seppioline e piselli, seguita da pasta e piselli, riso e limone, insalata verde, zucchine trifolate e finocchi gratinati. Il disgusto per seppioline e piselli raggiunge addirittura quota 91% dei piccoli "clienti" delle mense scolastiche.

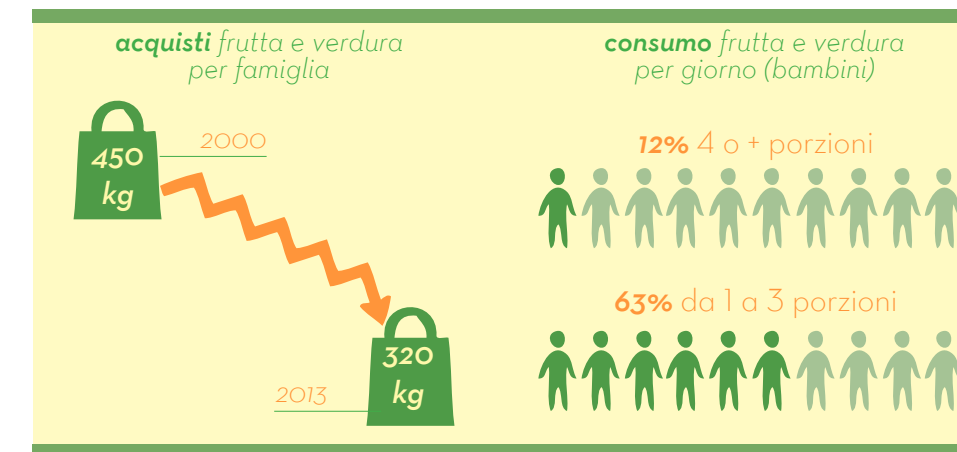


FIG.11 Infografiche

Non mangiando verdura e legumi però, il problema è che si è costretti a saziarsi e compensare questa mancanza con altri alimenti, ricchi in grassi e zuccheri semplici. In questo modo, con il passare del tempo, si arriva a riscontrare i problemi discussi precedentemente quali cattive abitudini alimentari, obesità e altre patologie legate agli organi del nostro corpo.

Oltre al fattore salute, un altro importante concetto che vorrei trasmettere ai bambini, sempre legato all'acquisizione di consapevolezza è quello della stagionalità. Scegliere verdure di stagione, non implica solo un risparmio a livello di produzione, conservazione e trasporto che non avremmo scegliendo quelle fuori stagione. Significa anche scegliere di introdurre nel nostro organismo degli alimenti che ci forniscano il massimo dei loro benefici, in quanto coltivati naturalmente. Anche il gusto della verdura di stagione è più intenso e piacevole di quando non lo è, altro aspetto da non sottovalutare quando

si tratta di bambini e sapori decisi. Inoltre, *“cambiare i cibi in tavola secondo le stagioni vuol dire diversificare in automatico l'apporto di vitamine, sali minerali e altri nutrienti di cui il tuo organismo ha bisogno”*¹⁸.

Diventare consapevoli di tutte queste cose, o semplicemente abituarsi a scegliere la verdura in base al mese in cui ci si trova è un piccolo passo avanti a favore del benessere proprio e del mondo in cui si vive.

“Mangiare verdure di stagione vuol dire rispettare l'armonia tra uomo e ambiente. In base alle leggi della natura, gli animali si nutrono in maniera diversa a seconda delle stagioni e questo è importante per la conservazione della specie. L'uomo, grazie alla tecnologia, può potenzialmente mangiare sempre ciò che vuole, anche senza rispettare la stagionalità dei cibi che porta in tavola; pure la specie umana, però, possiede ritmi biologici e seguirli aiuta a mantenersi sani. Rispettare i ritmi

¹⁸ <<http://www.verduredistagione.it/about/perche-mangiare-di-stagione/>>

*biologici vuol dire anche rispettare la stagionalità dei cibi che si scelgono e dunque mangiare frutta e verdure di stagione”*¹⁹.

¹⁹ Russo, M., “Perché mangiare verdure di stagione?”, in www.cure-naturali.it

3.2.1 La verdura e il corpo umano

Collegandomi al problema del “dare una motivazione per cui provare a mangiare una verdura”, l'obiettivo del percorso che affronterà il bambino utilizzando questo gioco, sarà quello di rinforzare il proprio corpo. In questo caso la figura del supereroe diventa il “premio” da raggiungere. Supereroe non inteso come una figura fantastica e difficile da imitare, ma un supereroe più terreno che racconta al bambino che le proprie caratteristiche fisiche sono state acquisite tramite l'assunzione di prodotti sani e naturali.

Ho quindi poi fatto ricerca per approfondire questo tema, documentandomi sulle proprietà benefiche di ogni verdura, con l'obiettivo di arrivare a comprendere tutte le parti del corpo umano. L'idea di base è che ogni verdura

venga associata ad ogni principale parte del corpo. Il messaggio che intendo trasmettere però, non è che ogni verdura faccia bene solo alla parte del corpo abbinata, ma che abituandosi a mangiare tutti i tipi di verdura, il nostro corpo ne tragga giovamento completamente. Ai bambini non interessa conoscere proprietà specifiche e terminologia. Queste sono informazioni che, una volta apprese e studiate, si dimenticano facilmente proprio perché complicate da assimilare. Con i bambini bisogna essere semplici, diretti e stimolanti. Dire a un bambino “mangia gli asparagi perché sono ricchi di magnesio, ferro e potassio” è equivalente a non dire nulla; dire invece “mangia gli asparagi che fanno diventare i muscoli più potenti”, suscita sicuramente nel bambino un interesse e una reazione differente. Poco importa perché rinforzano i muscoli, l'importante è sapere che lo fanno.

Oltre a informazioni puramente scientifiche relative alle proprietà della verdura, un supporto del quale mi sono servita è la Signatura Rerum (Firma delle Cose, “firma” intesa come “segno”), una filosofia spirituale secondo la quale tutto ciò che è presente in natura è ad uso e consumo dell’uomo e, per farne capire l’utilizzo, il Creatore aveva posto un

segno sulle piante che ha creato, che per questo possono servire a curare le malattie. I medici antichi si servivano delle piante e dei loro estratti per curare o mantenere il corpo in salute, utilizzando questa teoria. Il presupposto teorico alla base di questa dottrina lo ritroviamo negli scritti di Plotino, fondatore del neoplatonismo. Il filosofo affermava che “ogni essere che si trova nell’universo, secondo la sua natura e costituzione, contribuisce alla formazione dell’universo stesso, col suo agire e con il suo patire, nella stessa maniera in cui ciascuna parte del singolo animale, in ragione della sua naturale costituzione, coopera con l’organismo nel suo intero, rendendo quel servizio che compete al suo ruolo e alla sua funzione. Ogni parte, inoltre, dà del suo e riceve dalle altre, per quanto la sua natura recettiva lo consenta”.

Per citare alcuni esempi legati alla verdura derivanti da questa teoria, “La carota affettata [per trasverso] assomiglia all’occhio umano. Pupilla, iride e linee a raggiera assomigliano proprio all’occhio umano...e la scienza

*ora ci mostra che le carote aumentano grandemente il flusso sanguigno e la funzione degli occhi. Il pomodoro ha quattro camere ed è rosso. Il cuore è rosso e ha quattro camere. Tutte le ricerche mostrano che i pomodori effettivamente sono un puro alimento per il sangue e per il cuore*²⁰.”

Non essendo questa dottrina dimostrata scientificamente, nel mio progetto non spiegherò le connessioni tra verdura e corpo umano così dettagliatamente, il bambino imparerà semplicemente il concetto di base: per diventare forti bisogna mangiare la verdura.

²⁰ <<http://www.dionidream.com/la-dottrina-della-segnatura/>>



FIG.12 Enzo Paci - Il vento che scolpisce le tue vene

3.3 Il web come supporto

Come già accennato, una parte del percorso che il bambino percorrerà durante l’utilizzo del mio prodotto-servizio, prevede l’utilizzo del web. Questa scelta per due motivi:

1. I bambini di oggi sono sempre più attivi dal punto di vista web, digitale, social, tecnologia ed è un dato di fatto. Il modo in cui voglio sfruttare questo dato di fatto è quello di utilizzare il mondo virtuale come pretesto per fare qualcosa di fisico nel mondo reale.
2. Il web è uno dei mezzi più efficaci per la creazione di network. Guardare e seguire ciò che gli utenti fanno o dicono nei social network ci influenza, in positivo e anche in negativo, ma ci influenza. Quello che vorrei accadesse con la creazione della parte virtuale, è che i bambini utenti del gioco, si condizionino e stimolino a vicenda, creando il famoso “ambiente circostante” che tanto forma e

definisce le loro abitudini.

Il modo in cui vorrei creare questo luogo virtuale è tramite la creazione di profili personali con i quali i bambini condividono foto e video. Per una questione di privacy, siccome sono in gioco bambini minorenni, non verrà richiesta né la presenza di fotografie del bambino, né informazioni personali riguardanti indirizzo, contatti, ecc. Non sarà inoltre possibile commentare testualmente i contenuti condivisi, ma solo apprezzarli tramite l’utilizzo del like. L’autorizzazione dei genitori nel far utilizzare questa piattaforma al figlio, avverrà tramite la richiesta di email e password di uno dei due o altri sistemi del genere. Anche se i contenuti del gioco saranno strettamente legati al mondo della verdura e non implicano quindi lo scambio di altre informazioni, il controllo dei bambini e di ciò che fanno nel web è fondamentale.

I bambini si rivolgono sempre più spesso a Google, Wikipedia e anche a Youtube per le domande che un tempo avrebbero fatto a genitori o nonni. Dalle informazioni di cultura generale a quelle pratiche. Molti bambini sono in grado di fare ricerche sul web attraverso pc e tablet fin da piccoli. Secondo una ricerca di Ofcom, l'autorità indipendente delle comunicazioni inglesi, 1 bambino di 3/4 anni su 10 sa maneggiare un iPad e 1 su 4 usa internet dal PC. E c'è anche un 3% di bambini in età prescolare che è in grado di accedere al web da uno smartphone.

Secondo un'inchiesta europea

sull'argomento, "Risk and safety on the Internet" di Sonia Livingstone, professoressa di Psicologia sociale e responsabile del Dipartimento Media e Comunicazione alla London School of Economics, che, nel 2010, ha coinvolto oltre 25.000 ragazzi dai 9 ai 16 anni di 25 paesi europei, "il 93% di utenti di 9-16 anni navigano on-line almeno una volta alla settimana mentre il 60% va on-line ogni giorno. L'età media di primo utilizzo di internet è sette anni in Danimarca e Svezia ed otto in molti paesi europei e settentrionali. Un terzo dei bambini di 9-10 anni che usa internet naviga on-line quotidianamente, fino ad arrivare

all'80% tra i ragazzi di 15-16 anni. [...] I bambini che navigano in internet compiono varie cose positive: quelli di 9-16 anni utilizzano internet per lavori scolastici (85%), giochi (83%), video clip (76%) e come messaggistica istantanea (62%). Meno frequentemente utilizzano internet per inviare immagini (39%) o messaggi (31%) da condividere con gli altri, oppure usano una webcam (31%), siti o blog (11%). Il 26% dei bambini tra 9-10 anni, il 49% tra 11-12 anni, il 73% tra 13-14 anni e l'82% di 15-16 anni ha un profilo in un social network, come facebook ²¹."



FIG.13 Infografiche

²¹ Mastrolilli S., "Il bambino e il web: nemici o amici? A Bologna un convegno sui rischi di internet per l'infanzia", in qn.quotidiano.net, 2011

Un esempio di come il web possa portare i bambini ad applicarsi in qualcosa di manuale e all'aria aperta (purtroppo i casi sono rari) è DIY (Do It Yourself). Si tratta di un gioco disponibile sia su pc, sia come app, che permette ai bambini di allenare e migliorare le proprie capacità. E' basato su sfide riguardanti un'alta varietà di ambiti quali la pesca, il disegno, la cucina, lo sport e moltissimi altri. Lo scopo del gioco è completare più sfide possibili, condividerle nel proprio profilo e vincere medaglie virtuali.

Proprio perché i bambini si comportano sempre di più (e sempre più prematuramente) come gli adulti, c'è chi ha pensato a dedicare un'app incentrata sul photosharing per i più piccoli. E' nata Kuddle per iOS. Gli utenti crescono fra il 10 e il 15% al giorno. Serve l'indirizzo e-mail dei genitori per iscriversi, anche se nel frattempo possono iniziare a usare l'applicazione autonomamente. Le immagini condivise non risultano visualizzabili da altri finché i genitori non sbloccano l'account

autorizzandone la pubblicazione quindi gli scatti degli under 13 appaiono solo alla lista dei contatti approvati. Da quel momento s'innescano un lavoro di controllo latente: notifiche a ogni foto postata e ogni amico aggiunto alla cerchia. E, soprattutto, non c'è modo di "geotaggarli" per non rivelare informazioni sensibili sulla collocazione dei bambini. Si può scattare, disegnare sulle immagini nonché ricevere degli apprezzamenti.

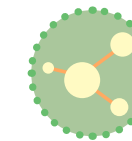
Infine, un esempio di social network ormai diffusissimo tra i più piccoli è Twigis, uno spazio pensato in maniera specifica per i bambini. Una piattaforma che integra al suo interno tutti gli elementi dell'Internet a cui i bambini si avvicinano con i tablet e computer dei genitori: notizie, giochi, fumetti e interazioni. Globalmente ottiene 4 milioni di visite al mese. In Italia la beta ha già incuriosito 4mila bambini. Hanno dato il loro benestare l'associazione Moige, la Polizia Postale e il Telefono azzurro. Si possono iscrivere soltanto i minori di 18 anni e ci si rivolge ai 6-12enni.

“Per Twigis la sicurezza dei suoi piccoli utenti è fondamentale. E lo è anche alla luce degli ultimi dati. Per Audiweb nel 2012 sono stati oltre due milioni i bambini collegati a Internet. E secondo una ricerca di uKnowKids il 38% dei bambini al di sotto dei 13 anni un profilo su Facebook e il 55% degli adolescenti fornisce senza farsi troppe domande i propri dati online. I bambini ormai apprendono attraverso la rete. È necessario però che si muovano

in un ambiente pensato per loro²²”, sottolinea Giuliano Noci, docente di marketing al Politecnico di Milano.

²² Serafini M., “Arriva Twigis, il social network tutto per i bambini”, in seigradi.corriere.it, 2013

3.4 Il processo



Il processo di apprendimento su cui si basa il raggiungimento del mio obiettivo e che quindi struttura tutta l'esperienza vissuta dal bambino è costituito dai seguenti passaggi:

1. conoscenza
2. scelta
3. preparazione
4. consumo
5. condivisione

3.4.1 Conoscenza

“La conoscenza è la consapevolezza e la comprensione di fatti, verità o informazioni ottenuti attraverso l'esperienza o l'apprendimento (a posteriori), ovvero tramite l'introspezione (a priori). La conoscenza è l'autocoscienza del possesso di informazioni connesse tra di loro, le quali, prese singolarmente, hanno un valore e un'utilità inferiori²³.”
Parlando di consapevolezza, il primo elemento necessario è la conoscenza di alcune informazioni relative al campo di cui stiamo parlando. In questo caso, la conoscenza delle verdure, delle loro caratteristiche estetiche e della loro stagionalità. Questi i primi due elementi di cui il bambino verrà a conoscenza.



FIG.14 Bambina che legge

23 <<http://it.wikipedia.org/wiki/Conoscenza>>

3.4.2 Scelta

“La scelta è un atto volontario, razionale o impulsivo, che avviene nel momento in cui si presentano più alternative possibili delle quali assumendone una, e talora più di una, si può tradurre il giudizio in una successiva e conseguente azione²⁴.”
Grazie alle conoscenze acquisite, il bambino protagonista di questo percorso, dovrà quindi scegliere personalmente le verdure. Ciò può avvenire, così come il momento della conoscenza, in una situazione di condivisione familiare, in questo caso quello della spesa. Imparare a scegliere la verdura è un passo consapevole importante, aiuta il bambino a selezionare il meglio per la propria salute e quella della sua

famiglia. E' inoltre un'attività che può rendere il momento della spesa, spesso noioso o poco piacevole per i bambini, più interessante.



FIG.15 Bambina che ha imparato a scegliere la verdura e lo fa autonomamente

24 <<http://it.wikipedia.org/wiki/Scelta>>

3.4.3 Preparazione

“*In generale, il preparare, il prepararsi, nei varî sign. del verbo: O è preparazione che ne l'abisso Del tuo consiglio fai per alcun bene...? (Dante); è cosa che richiede una p. accurata. Può avere come complemento (con la prep. di) la cosa che si manipola in modo da metterla in condizione di essere utile o che si ottiene da altre mediante un seguito di operazioni: p. di un piatto, del pranzo, di un drink, di una medicina, di un prodotto, di un impasto; p. di un composto chimico; oppure (con la prep. di, talora a) la cosa che è il fine dell'azione e per la cui realizzazione si predispone quanto è necessario, utile, opportuno: la p. di una manifestazione sportiva, di un festival, di un viaggio; p. alla guerra (precisando p. economica, logistica, politica di una guerra)*²⁵.”

25 <<http://www.treccani.it/vocabolario/preparazione/>>



FIG.16 Bambina che prepara le verdure

Il contatto manuale con il cibo, l'aumento di confidenza nei confronti di esso, è il terzo step. L'obiettivo non è quello di creare dei piccoli chef, ma di dare dei mezzi, dei piccoli consigli o aiuti tramite i quali il bambino possa

sperimentare e creare qualcosa di nuovo. Qualcosa di mai fatto, mai provato, qualcosa da poter mostrare con fierezza agli altri.

3.4.4 Consumo

“*C*onsumo s. m. [der. di consumare]. - 1. a. [il consumare, il ridurre al nulla un prodotto usandolo: il c. giornaliero di latte] · impiego, uso, utilizzazione, utilizzo, conservazione, mantenimento²⁶.”

Il momento del pasto, come risulta dalla ricerca effettuata, pare essere spesso sottovalutato e non vissuto nella maniera giusta. Deve essere sfruttato invece per provare nuovi alimenti in modo tranquillo, rilassato e diverso. Diverso perché se è il bambino a cucinare e poi proporre lui stesso questo nuovo piatto (perché è il gioco che lo prevede), tutto risulta essere più facile. Come il momento della consumazione del pasto, anche quello della preparazione

26 <<http://www.treccani.it/vocabolario/consumo/>>

potrebbe diventare un'occasione di apprendimento di gruppo, un modo come tanti altri di passare del tempo insieme ma in modo utile e produttivo, un modo che nel tempo migliori le abitudini alimentari di tutta la famiglia e perché no, anche degli amici.



FIG.17 La bambina consuma il pasto insieme ai genitori

3.4.5 Condivisione

“*La condivisione è l'utilizzo in comune di una risorsa o dello spazio. In senso stretto si riferisce all'uso congiunto o alternato di un bene finito come ad esempio una residenza. È anche correlato al processo di dividere e distribuire* ²⁷.”

Ecco perché gli amici. Condividere ciò che si è compreso, scelto, preparato e consumato con le persone che ci circondano aumenta il valore di questo percorso educativo. La condivisione implica il mostrare cosa si è fatto e quanto si è stati bravi a farlo, e infine, cosa più importante, la creazione di questo network composto da individui che si divertono consapevolmente e che, inconsciamente, si condizionano a vicenda avvicinandosi al mondo della verdura. Dopo aver definito



FIG.18 Amici che condividono il cibo

27 <<http://it.wikipedia.org/wiki/Condivisione>>

4. ricerca sul campo

Definiti i punti chiave del mio progetto quindi, mi sono meglio documentata su cosa già esiste per insegnare ai bambini a mangiare le verdure e più in generale per educarli ad una sana alimentazione; ho creato poi due questionari online, uno per i genitori e uno per i bambini.



Bambini e Alimentazione

Sono una studentessa laureanda in Product Service System Design presso il Politecnico di Milano.
Per la mia tesi sto progettando un servizio che, strutturato come fosse un gioco, permetta ai bambini di avvicinarsi al mondo della frutta e della verdura divertendosi.

1. Vi chiedo gentilmente di compilare il questionario per ogni figlio che avete in quanto la differenza di età è fondamentale per la mia ricerca
2. Il servizio sarà dedicato a bambini dai 3 ai 13 anni quindi non compilate il questionario se sono più piccoli o più grandi!



FRUTTA E VERDURA!

Ciao! mi chiamo Maddalena, studio al Politecnico di Milano e sto svolgendo un progetto per la mia tesi di laurea che riguarda i bambini e l'alimentazione. Si tratta di un gioco che permetta ai bambini di avvicinarsi al mondo della frutta e della verdura in modo divertente ed interattivo. Se hai dai 3 ai 13 anni ti chiedo di dedicarmi 5 minuti per rispondere a questo questionario facilissimo, velocissimo e totalmente anonimo! (chiedi a mamma o papà il permesso rispondere alle mie domande e, se sei troppo piccolo fatti aiutare). E' assolutamente anonimo e non ti chiedo nessun dato personale. Ti chiedo inoltre, una volta terminato, di inoltrarlo anche a tuoi amici, cugini, conoscenti in modo che io possa collezionare più dati possibili. Grazie per il tuo aiuto! :)

FIG.19 Questionari online

4.7 Imparare a mangiare bene: cosa già esiste

Il tema dell'alimentazione infantile e della verdura nello specifico, è talmente importante e allo stesso tempo difficile da affrontare che sono molteplici le aree impegnate in questo ambito.

Innanzitutto, nutrizionisti, psicologi e altre istituzioni interessate, spiegano nel web alcuni trucchi e metodi per insegnare ai propri figli a mangiare i cibi meno amati, soprattutto la verdura. Metodi diretti e meno diretti, modi di parlare della verdura con i figli, modi per gestire il momento del pranzo, consigli per cucinare le alimenti poco graditi in modo gustoso e tanto altro.

Esistono poi, iniziative più dirette ai bambini, quasi totalmente rivolte all'ambito scolastico e non domestico come "Frutta nelle Scuole" già descritto

in precedenza. Un altro programma avviato in Italia e anche in Francia è "Frutta e verdura, scoprila gustala scegliila", un programma triennale promosso da Interfel, Interprofessione francese della frutta e della verdura fresca e Alimos, società che raggruppa le principali organizzazioni di produttori ortofrutticoli e le cooperative agricole italiane, con il co-finanziamento dell'Unione Europea e, per quanto concerne la parte italiana, del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali. Il sito Internet è diviso in due sezioni: una sezione per i bambini dai 3 ai 5 anni che, grazie all'ausilio di genitori e insegnanti, possono scaricare e stampare disegni e imparare con giochi interattivi; e una sezione dedicata agli adolescenti dai 12 ai 18 anni che rimanda anche ad una pagina Facebook, al fine di spostare

la loro attenzione dal consumo dei prodotti junkfood a quello della frutta e verdura fresca.

In Italia, il programma prevede inoltre degli spot radio messi in onda su Radio 105 e Radio Montecarlo, affiancati ad una pianificazione sui rispettivi siti. Questo modello è molto simile ad altre iniziative e piattaforme online rivolte al benessere alimentare dei bambini.

Un altro progetto che ha riscontrato risultati molto positivi è “Food Dudes” “partito alcuni anni fa in Gran Bretagna ed esteso in seguito ad altri paesi, Italia inclusa: i suoi eclatanti risultati sono stati illustrati pochi giorni fa a Milano nell’ambito della conferenza internazionale “Child and Teen consumption 2012”. Il progetto Food Dudes, mirato alle scuole elementari e realizzato con criteri rigorosamente scientifici, dopo qualche anno di vita ha centrato l’obiettivo, stimolando i bambini che vi hanno preso parte a incrementare il consumo quotidiano di frutta e verdura e a diminuire quello di

*snack e merendine*²⁸.”

Fergus Lowe, psicologo e direttore del progetto sostiene che per fare in modo che i bambini mangino le verdure e che la assumano come abitudine alimentare, non ci si può più

28 <<http://www.ilfattoalimentare.it/frutta-verdura-bambini-progetto-dudes.html>>



FIG.20 Progetto “Frutta nelle scuole”

fermare a qualche lezione in classe. Nella prima fase, della durata di 16 giorni, i DVD vengono mostrati in classe, durante le lezioni. Al momento della merenda, inoltre, ai bambini sono offerte piccole porzioni di frutta e verdura (per esempio ananas e finocchio, fragola e carota). Chi accetta lo snack e lo assaggia ottiene in cambio un piccolo premio: una figurina, un pupazzetto, un gettone che gli servirà per ottenere altri premi. Anche le famiglie sono coinvolte e ricevono a casa un opuscolo sul progetto e sull’importanza del consumo costante di frutta e verdura. Segue una seconda fase, della durata variabile da qualche settimana a qualche mese, in cui la fornitura di frutta e verdura continua, così come il contatto con le famiglie, mentre i momenti di gioco e le ricompense si riducono gradualmente. “Insegnanti e genitori notano velocemente un cambiamento nelle abitudini dei bambini” racconta Lowe. La struttura di questo progetto rispecchia molto il percorso sul quale si baserà quello di questo progetto di tesi, la differenza

più grande è che entrare nel contesto scuola è molto complicato, quindi nonostante fosse una delle prime opzioni prese in considerazione, ho poi deciso di eliminarla e di lavorare sulla vita quotidiana e sulla famiglia. “Canguro Saltalacorda” è il nome del progetto messo a punto dal Ministero

della Salute in collaborazione con l’ISS e le Regioni, insieme ai pediatri della Società Italiana di Pediatria (SIP) e della Federazione Italiana Medici Pediatri (FIMP), per aiutare i genitori a favorire nei bambini l’adozione e il mantenimento di uno stile di vita sano. Sono scaricabili il



FIG.21 Progetto “Food Dudes”

totem, da collocare all'ingresso delle scuole, per fornire informazioni e consigli su sana alimentazione e vita attiva non solo ai bambini ma a tutti quelli che frequentano il contesto scolastico; un poster interattivo composto da 8 schede, da utilizzare in classe, per fornire alcuni messaggi chiave (ad esempio sull'uso moderato di TV e videogiochi), supportando gli insegnanti a stimolare l'interesse dei bambini e ad approfondire le tematiche illustrate; il poster per gli ambulatori pediatrici, che attraverso i messaggi del Canguro pediatra, mira a stimolare la riflessione dei genitori sullo stato ponderale e sulle abitudini di vita dei figli, sollecitandoli ad approfondire i diversi temi con il pediatra.

Abbiamo poi a disposizione una moltitudine di libri. Ricette a base di verdure (verdure che passione!, Cucinare il giardino), storielle e favole che raccontano ai bambini di come simpatici personaggi detestanti la verdura riescano poi a mangiarla e apprezzarla (Topo Tip non vuole

mangiare), libri che spiegano quali sono le buone e le cattive abitudini (Una mela al giorno!), libri sul giardinaggio (Come nascono l'insalata e le altre verdure?, Ravanella cosa fai?, L'orto in cucina con i bambini). Per mangiarti meglio è la nuova collana illustrata di Slow Food Editore, "nata per proporre ad un pubblico giovanissimo i propri temi e per trasmettere ai bambini il piacere di conoscere e gustare determinati cibi ²⁹."

I servizi online consistono in schede didattiche, giochi, cruciverba, indovinelli da proporre ai bambini per divertirsi ed imparare qualche cosa di più sugli alimenti, la stagionalità di frutta e verdura, i gruppi alimentari ed aiutare genitori ed insegnanti a spiegare l'importanza di una sana alimentazione. Alcuni esempi sono Cose per Crescere, Cool Food Planet, Nutrienergia.

²⁹ <<http://www.permangiartimeglio.it/>>

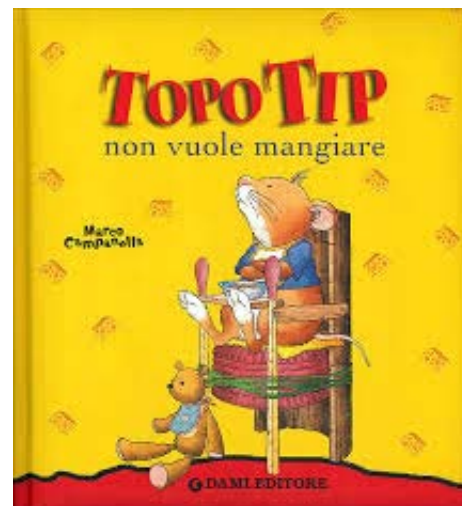


FIG.22 Libro "Topo Tip non vuole mangiare", Marco Campanella, Dami Editore

4.2 Questionario per genitori

Il questionario online per i genitori conteneva domande riguardanti il tempo libero in famiglia, l'utilizzo di devices quali smartphone, pc e tablet, il momento della spesa e dell'esperienza all'interno del supermercato, le preferenze alimentari dei figli e la cucina. Hanno risposto 157 genitori di bambini dai 3 ai 13 anni. Ho scelto di estendere il questionario a questa fascia di età in modo da poter poi analizzare in una fase successiva alcune risposte suddividendole in altre fasce di età, in particolare quella dai 6 anni in su. E poi perché in fase di ricerca non si dovrebbe mai limitare troppo il target in quanto deve ancora essere definito. La fascia d'età 6+ è infatti stata decisa molto dopo aver diffuso il test, quando la mia ricerca era ormai ad

una fase più avanzata. La tipologia di prodotto-servizio sulla quale mi sono orientata risultava essere troppo complessa per bambini troppo piccoli e che ancora non sanno per esempio leggere e scrivere. Bambini fino ai 5 anni hanno uno stile di vita e un modo di essere che non li vede abbastanza interessati al voler fare da soli, al voler essere indipendenti e ad accostarsi ad alcune tipologie di attività. Inoltre perché "soltanto fra i 6 e i 12 anni compaiono le avversioni alimentari e le neofobie (tendenza a rifiutare i cibi nuovi) ³⁰."

³⁰ Generoso M., Vitali G., "La nascita del gusto, le neofobie e l'educazione alimentare", in www.educazionenutrizionale.granapadano.it, 2004

Tornando al questionario, le percentuali di bambini per età sono abbastanza equilibrate: 7% - 3 anni, 7% - 4 anni, 9% - 5 anni, 8% - 6 anni, 9% - 7 anni, 10% - 8 anni, 12% - 9 anni, 13% - 10 anni, 8% - 11 anni, 8% - 12 anni, 9% - 13 anni. Equilibrato anche il sesso, il 49% figli maschi e il 51% figlie femmine.

Il momento in cui si spende più tempo insieme risulta essere il weekend (57%), momento nel quale la famiglia si dedica ad attività quali il giocare insieme (62%), fare i compiti (59%), guardare la tv (55%), stare all'aria aperta (48%), tempo libero in famiglia (42%).

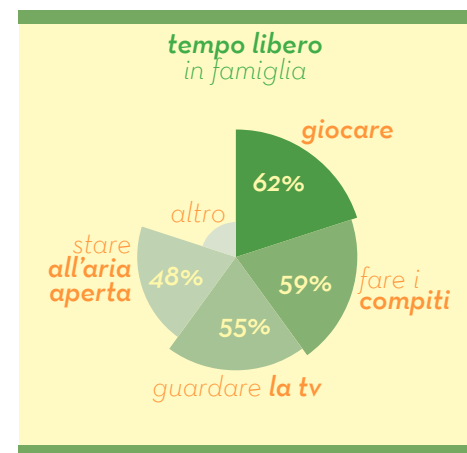


FIG.23 Infografiche

aperta (48%) e altro (17%).

I bambini che ogni tanto accompagnano i genitori a fare la spesa sono quasi la metà, il 48%. Quelli che li accompagnano spesso il 27%, quelli che lo fanno molto raramente il 13% e solo se non c'è alternativa l'11%.

Alla domanda a risposta aperta "Cosa ti piacerebbe ci fosse nei supermercati per rendere il momento della spesa più piacevole a te e al/la tuo/a bambino/a?" i genitori hanno risposto in molti diversi modi riassumibili in queste quattro risposte: - area giochi e intrattenimento con musica, libri e materiale per disegnare, 42%

- attività divertenti che educino i miei figli ad una sana alimentazione (ad esempio degli animatori travestiti che raccontano storie e aneddoti sul cibo, laboratori di cucina, percorsi interattivi, grafiche per bambini sulla provenienza e sui benefici del cibo), 33%

- niente perché è già bello così, 18%

- assaggi per capire se un alimento piace o no, 7%.



FIG.24 Infografiche

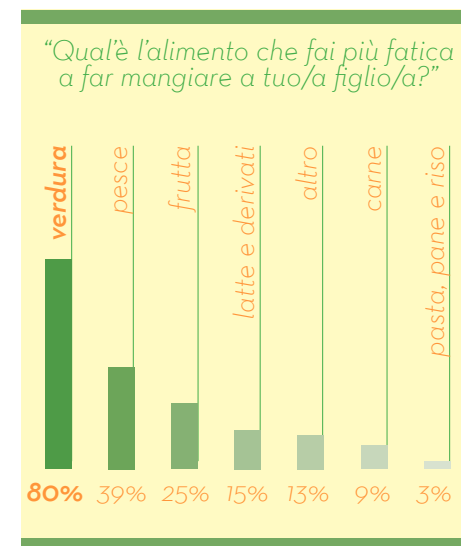


FIG.25 Infografiche

Per quanto riguarda l'alimento che i genitori fanno più fatica a far mangiare ai propri figli, viene confermato ciò che già avevo realizzato con la ricerca precedente: al primo posto c'è la verdura (80%), poi pesce (39%), frutta (25%), latte e derivati (15%), carne (9%), pasta pane e riso (3%) e altro (13%). Prendendo in considerazione solo i maggiori di 6 anni, la proporzione tra le percentuali rimane la stessa, l'unica differenza è che alimenti quali carne, pasta, pane e riso non risultano essere più un problema, riguardano quindi solo i minori di 6 anni. Altra conferma di quanto trovato durante la prima fase di ricerca, l'85% dei figli dei genitori rispondenti utilizza smartphone, tablet e computer e solo il 15% non lo fa. Andando poi ad analizzare i dati togliendo le risposte dei genitori con figli minori di 6 anni, la percentuale di quanti ne fanno uso aumenta arrivando a 89% dei "Sì" e l'11% dei "No".

Infine, i genitori vorrebbero che giochi, app e funzioni varie di questi dispositivi fossero educativi (62%), interattivi (18%) e divertenti (14%).

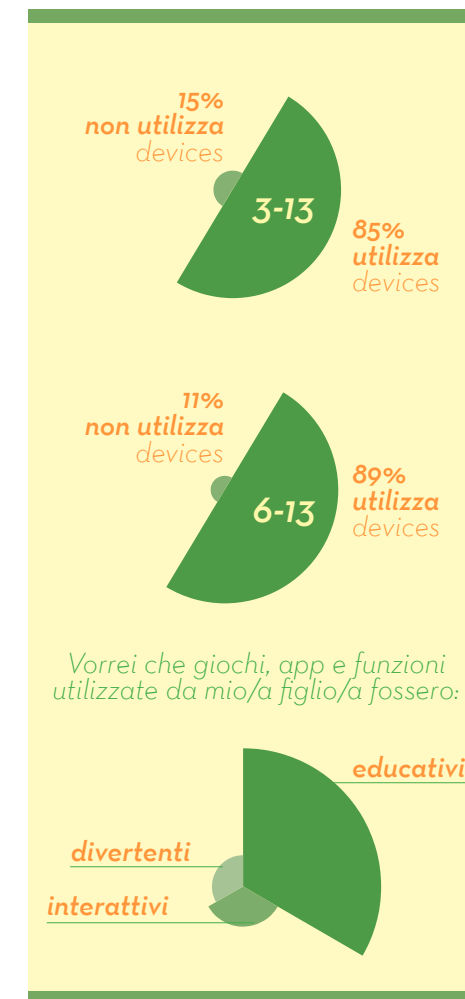


FIG.26 Infografiche

Altro dato positivo per il mio progetto l'ho ottenuto con la domanda a risposta multipla "Ti piacerebbe che tuo/a figlio/a aiutasse a cucinare?", in quanto il 56% delle risposte sono state "Sì, penso sia importante relazionarsi al cibo fin da piccoli", il 55% "Sì, mi piace che impari cose nuove" e il 28% "Sì, voglio che sia indipendente". Le risposte negative, molte meno: il 4% "No ho paura che si faccia male", il 2% "No, perderei solo del tempo" e lo 0% "No, a casa voglio cucinare solo io". Stesso vale per l'analisi delle risposte dai 6 anni in su.

Sul "come" ai genitori piacerebbe che il figlio imparasse a cucinare, la domanda (sempre a risposta multipla) ha fornito i seguenti risultati: il 76% delle risposte "Con me o un altro componente della famiglia", il 38% "Con altri bambini" e il 33% "Con un gioco". Questi sono dati molto importanti in quanto il mio obiettivo è che l'esperienza da me offerta venga vissuta in primo luogo dal bambino ma con un coinvolgimento della famiglia, tramite la creazione di un network di bambini e grazie al divertimento e quindi una sorta di

gioco. Le percentuali più basse sono "In una scuola di cucina", "Con un libro" e "Con dei video online". Focalizzando solo sui maggiori di 6: il 77% "Con me o un altro componente della famiglia", il 4% "Con altri bambini" e il 6% "Con un gioco". Più alta è la percentuale di risposte "In una scuola di cucina" (13%) forse perché l'età permette al bambino di frequentare luoghi simili, mentre si azzerano totalmente "Con un libro" e "Con dei video online".

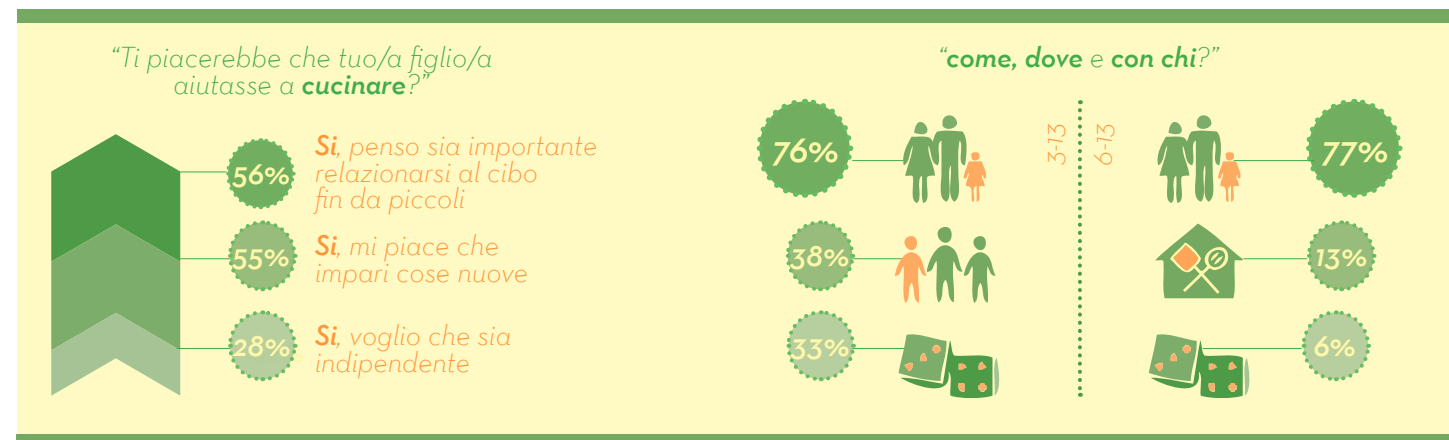


FIG.27 Infografiche

4.3 Questionario per bambini

Il questionario per i bambini è stato leggermente più difficile da diffondere in quanto non possiedo contatti diretti con persone di questa età e quindi si è trattato di un passaparola tra mamme e conoscenti che non sempre funziona bene per questioni di fiducia e altro. Ma ho raggiunto comunque un discreto risultato (136 bambini, sempre dai 3 ai 13 anni).

Il questionario, oltre a essere stato inviato via mail, è stato inserito nei siti ufficiali di alcune scuole dell'infanzia (Comabbio), scuole primarie (Oltrona al Lago, Bardello, Voltorre, Gavirate, Comabbio, Biandronno, Ternate, Varano Borghi, Travedona Monate) e scuole secondarie (Gavirate, Biandronno, Varano Borghi, Travedona Monate).

Le percentuali dell'età dei rispondenti sono le seguenti: 4% - 3 anni, 4% - 4 anni, 10% - 5 anni, 8% - 6 anni, 11% - 7 anni, 10% - 8 anni, 10% - 9 anni, 10% - 10 anni, 10% - 11 anni, 15% - 12 anni, 8% - 13 anni. Il sesso invece, è diviso tra il 51% di maschi e il 49% di femmine.

Parlando di devices, il 68% dei bambini utilizza un tablet, il 45% uno smartphone, il 40% un computer e il 15% nessuno di questi. Prendendo in considerazione solo i rispondenti maggiori di 6 anni, la proporzione tra l'utilizzo di tablet, smartphone e computer rimane la stessa, mentre la percentuale di bambini che non utilizza nessun tipo di device risulta essere lo 0%.

La seconda domanda riguardante i devices, riguardava la tipologia di funzioni, app, programmi e strumenti utilizzati di più. Le risposte dei bambini maggiori di 6 anni (cioè 111) sono risultate essere 249 totali. Di queste 249 risposte abbiamo:

- 32%, App di giochi di cui: 32% di abilità (Real racing, Jetpack, Doodle jump, Minecraft, Fruit Ninja, Angrybirds, Minion Rush, Geometry

dash, Subway surfer, Spiderman, Temple Run), 18% di guerre e battaglie (Clash of clans, Call of Duty, Assassin's creed, Gangstar Vegas, Dragonmania, Zombie Tsunami, Little commander), 13% di Puzzle con gemme, lettere e numeri (Ruzzle, Candy Crush, Words, Monster Buster, Puzzle and Dragons), 12% di sport (Dream League, Fotmob, Fifa), 10% di gestione (Hay Day, Dragonmania, Dumb ways to die, Springfield, The Sims), 9% di logica (Dama, Scacchi, 4 immagini una parola, Forza 4, Impiccato) e 7% di cura di un animale o personaggio (My Horse, Pou, My Talking Tom); 19%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per fare foto e video e per condividerli (Fotocamera, Instagram, Retrica, Photo Grid, Pic Lab, Flipagram, Photoboot);

- 11%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per inviare e ricevere messaggi (Whatsapp, We chat)

- 9%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per cercare informazioni, imparare, maggiormente per fare i compiti (Google, Wikipedia, App per imparare l'inglese, Maestro di logica);

- 8%, Youtube;

- 5%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per ascoltare e scaricare musica (Itunes, Spotify, Shazam);

- 3%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per suonare e comporre musica (Piano Tiles, Chitarra, Freed sound, Drum Pads 24);

- 2%, Social Network (Twitter, Facebook);

- 2%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per telefonare (Skype, Facetime, Viber);

- 1%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per scrivere (Word);

- 1%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per disegnare;

- 1%, Funzioni/App/Programmi/Strumenti per imparare a cucinare (Felice torta, Giallo Zafferano);

La domanda successiva consisteva nel completamento (con risposte a scelta multipla) della frase "Quando gioco mi piace...", alla quale i bambini hanno risposto così: 85% divertirmi, 57% guadagnare punti e superare livelli, 49% imparare cose nuove, 32% vincere un premio e 28% sfidare i miei amici.

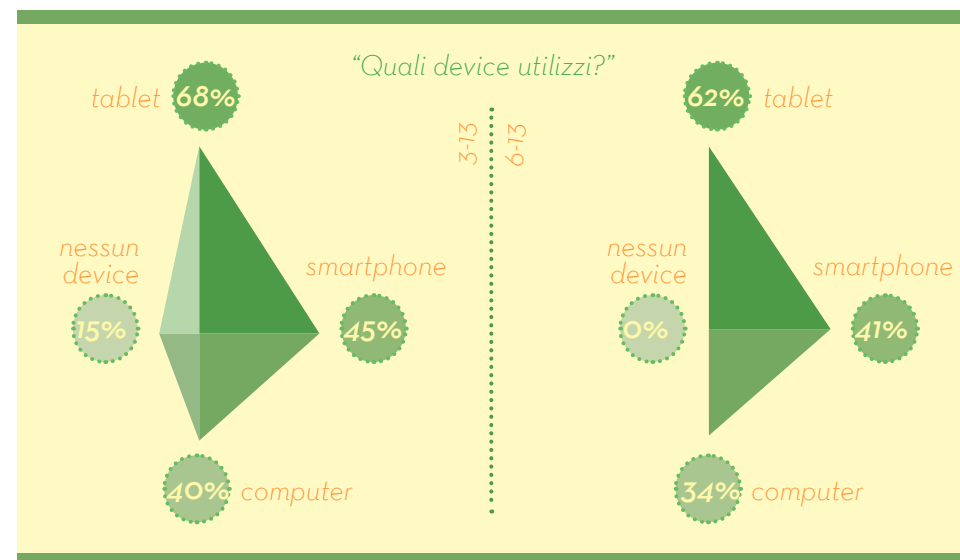


FIG.28 Infografiche

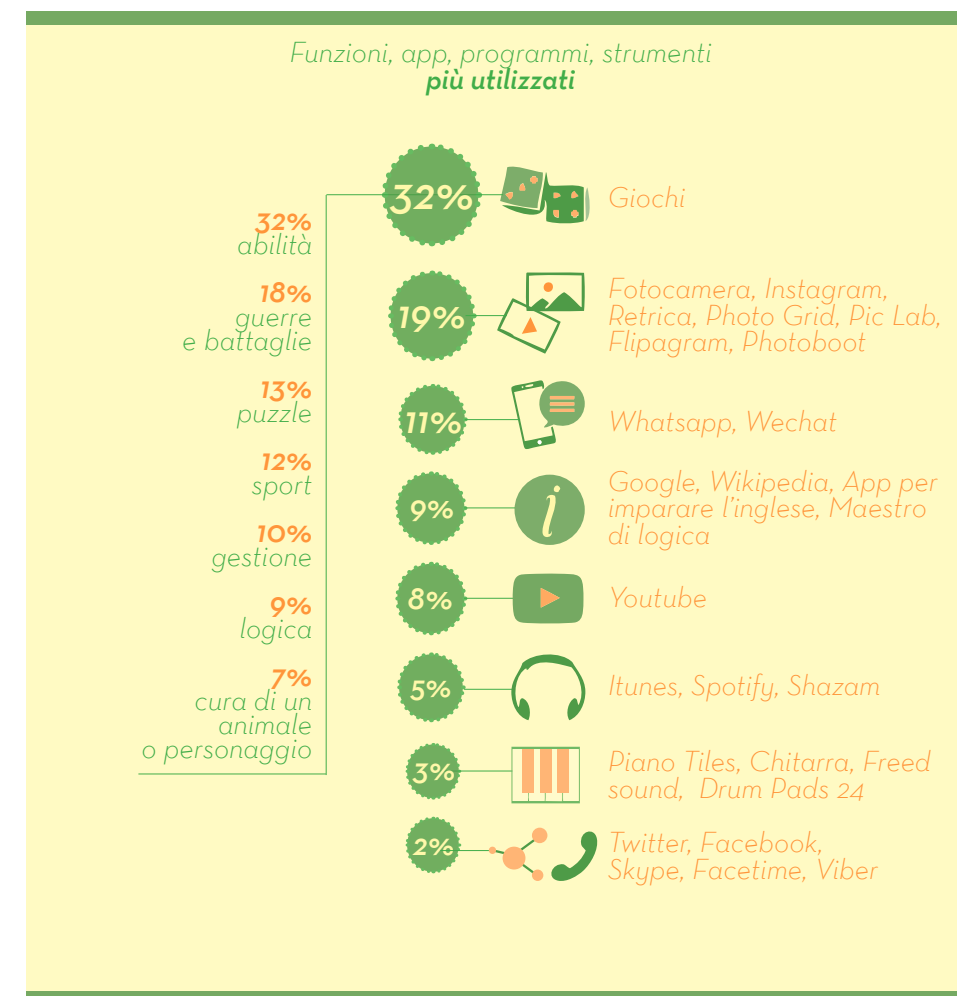


FIG.29 Infografiche

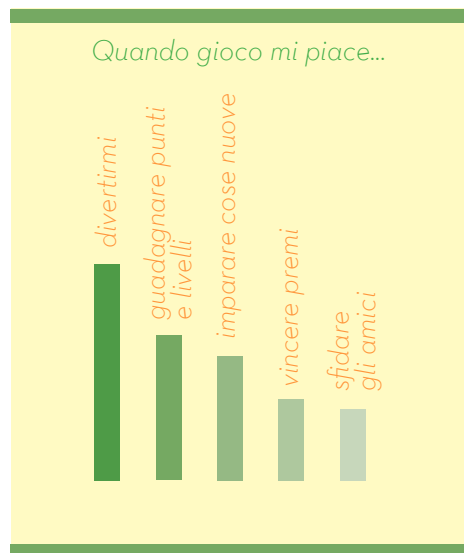


FIG.30 Infografiche

Dopo la parte riguardante la tecnologia e il gioco, si passa al mondo della cucina. Alla domanda "Ti piace cucinare?", il 68% ha risposto "Sì", il 21% ha risposto "Non lo so, non ho mai provato" e solo il 10% ha risposto "No". Analizzando solo le risposte dei 111 bambini maggiori di 6 anni, la percentuale dei "Sì" sale a 69%, quella del "Non lo so, non ho mai provato" sale al 22% e quella del "No" scende

all'8%.

La domanda seguente chiedeva ai bambini "Ti piacerebbe imparare a cucinare meglio?". L'82% ha risposto "Sì" e il 18% ha risposto "No". Percentuale che migliora non tenendo in considerazione i bambini più piccoli (cioè dai 3 ai 5 anni) e che diventa quindi 87% "Sì" e 13% "No".

Per capire perché ai bambini non interessasse imparare a cucinare, ho chiesto di spiegarne i motivi che possono essere riassunti così: "Non mi interessa" (47%), "Lo fa già la mamma" (16%), "Sono troppo piccolo" (16%), "Mi piace mangiare ciò che trovo già pronto" (10%), "Rischio di fare disastri" (6%), "E' da femmina" (5%).

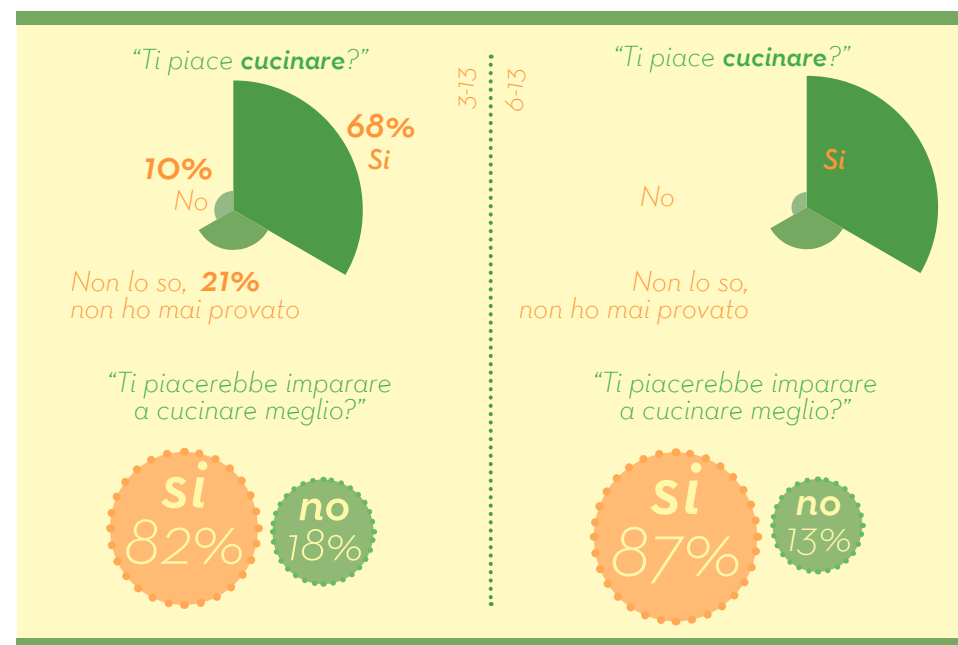


FIG.31 Infografiche

Supponendo di essere obbligati a farlo, ho chiesto poi ai bambini in che modo preferirebbero imparare a cucinare (la domanda permetteva di scegliere più di una risposta). I risultati sono generalmente abbastanza diversi da quelli dei genitori: il 51% lo vorrebbe fare con un gioco, il 40% guardando dei video, il 38% utilizzando un libro, il 35% sperimentando da solo e il 28% con un sito internet o una app.

La situazione cambia in maniera notevole prendendo in considerazione i +6. Al primo posto i bambini rispondono di voler imparare sperimentando da soli (29%), dato che si trovava al penultimo posto nella suddivisione generale delle percentuali. La posizione delle altre quattro opzioni rimane invece invariata: 24% con un gioco, 20% guardando dei video, 17% con un libro e 10% con un sito internet o una app. La stessa domanda fatta ai genitori non aveva suscitato lo stesso interesse per i video online, per i maggiori di 6 anni, la percentuale era 0%. Gli intervistati inoltre, hanno dovuto rispondere alla domanda con risposta

multipla, collegata alla precedente, "dove e con chi?". Il 78% preferirebbe imparare a cucinare a casa con un familiare, il 36% in un luogo con

altri bambini, il 21% a casa da solo, il 18% a casa propria con altri bambini e il 18% in una scuola di cucina con professionisti.

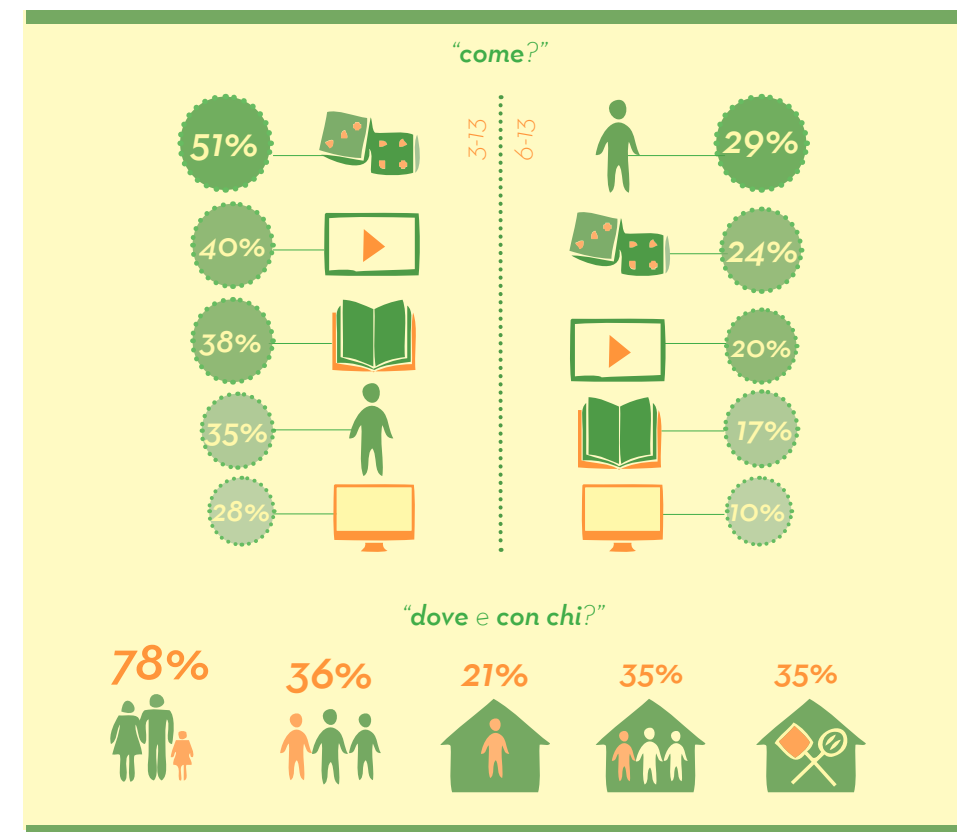


FIG.32 Infografiche

Sempre rimanendo sul tema cucina, con il questionario ho poi voluto indagare sui cibi più amati e odiati, nonostante io abbia poi trovato molti altri dati a livello nazionale.

I piatti preferiti dai bambini intervistati sono la pasta (19%) con preferenze per sugo di pomodoro, pesto e carbonara, poi la carne grigliata, al limone, arrosto, kebab, impanata, condita (19%) e la pizza (18%). Abbiamo poi i dolci tipo cupcakes, torte, gelato, budino, nutella, cioccolato (8%), le lasagne (6%), le patatine fritte (5%),

il risotto (3%), il formaggio (3%), frutta tipo lamponi, more, mirtilli, fragole (3%), il pesce (2%) e toast, piadine, panzerotti (2%).

Per quanto riguarda la verdura, qualcuno ha espresso la preferenza per verdure crude tipo insalata e pomodori (2%), solo l'1% per minestre e zuppe, e un altro 1% per le carote lesse o crude. Un buon 6% ha elencato altri tipi di verdure, però cucinate o abbinate ad altri alimenti che ne alterano il sapore tipo: fiori di zucca fritti, zucchine fritte, melanzane alla parmigiana, Insalata con bresaola, spinaci con bresaola, torta salata ricotta e spinaci, involtini primavera, filetto con zucchine.

Le motivazioni più comuni al "perché ti piace questo tipo di alimento" sono legate al sapore gustoso e deciso di questi alimenti, alla consistenza, alla versatilità nel poter cucinare certi alimenti in modi diversi, all'associazione di quel cibo a persone care che lo cucinano per loro o a momenti divertenti in cui li hanno mangiati (con amici, il sabato sera con la famiglia, ecc.).

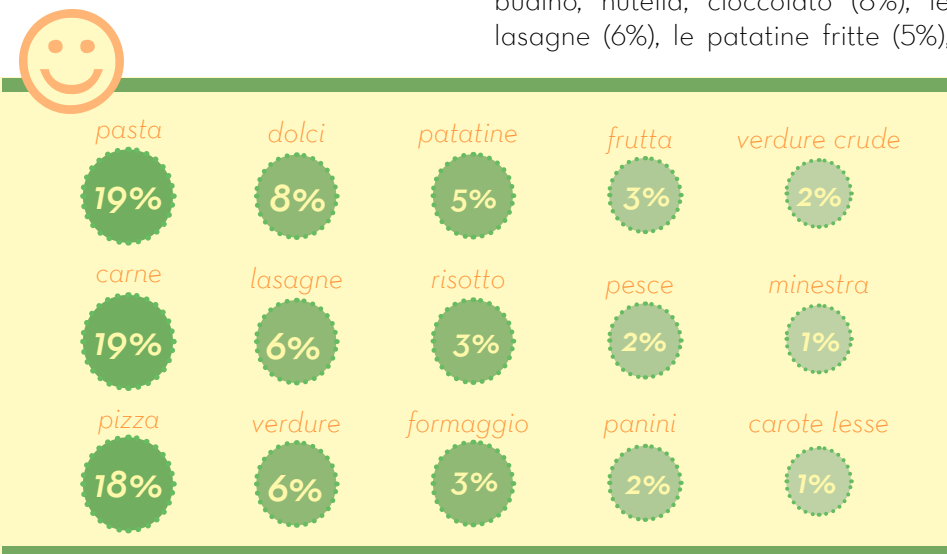


FIG.33 Infografiche

"Quale è l'alimento/cibo/piatto che proprio non ti piace e perché?" era la domanda seguente nonché opposta. La verdura (alcuni hanno specificato: insalata, peperoni, melanzane, carote, carciofi, cavolo, asparagi, pomodori, cipolle, zucca, indivia, piselli, ceci, finocchi, fagiolini, barbabietole, broccoli, spinaci, zucchine, funghi, cetrioli, cime di rapa, cavolini di Bruxelles) è decisamente al primo posto con il 54% delle risposte. Il 12% delle risposte riguarda il pesce, l'11% il formaggio (gorgonzola e mozzarella i

più nominati), il 6% il minestrone e un altro 6% le uova. Le percentuali più basse riguardano la polenta e il puré per la loro consistenza (4%), la carne (3%), i dolci (2%) e la frutta (2%). Questi alimenti non sono graditi perché hanno un gusto strano, indefinito, cattivo o non ne hanno, perché sono brutti da vedere, perché puzzano o perché hanno una consistenza fastidiosa.

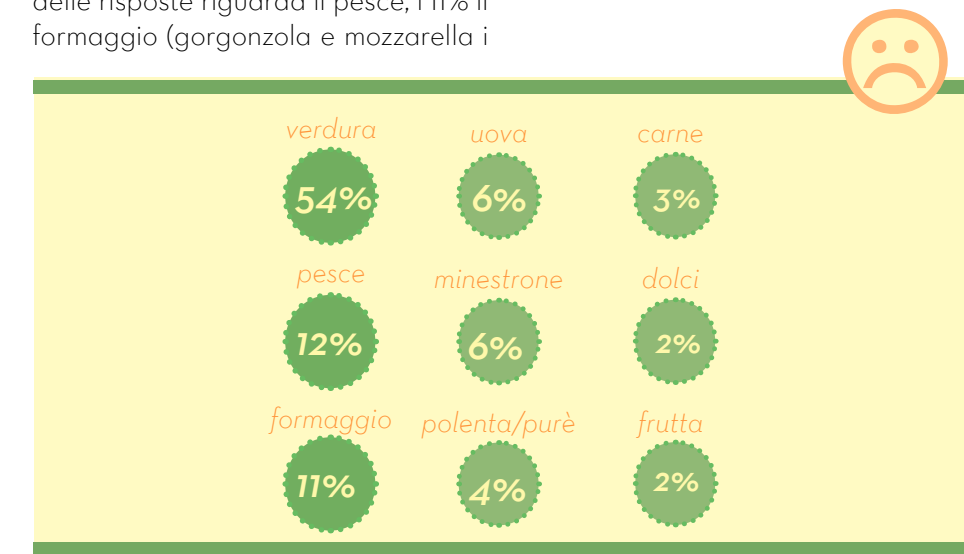


FIG.34 Infografiche

Passando al tema spesa, al 77% dei bambini piace andare al supermercato, al 23% no. Le cose che più li diverte e che rendono piacevole questo momento sono: cercare, scegliere e prendere i prodotti dagli scaffali per poi metterli nel carrello (47%), comprare i prodotti preferiti (23%), guardare e curiosare tra i prodotti esposti (11%), stare nel reparto giocattoli (9%), spingere il carrello (9%), trasferire i prodotti dal carrello alla cassa (6%), comprare qualcosa di nuovo (3%), cercare i prodotti in offerta (3%), scegliere e pesare la frutta e la verdura (3%), stare seduti nel carrello (2%) e camminare o correre lungo le corsie (2%). Ad un 5% dei bambini non piace nulla.

Le cose invece che li annoia maggiormente è aspettare alla cassa, al banco salumi/pesce/panetteria (28%) e guardare mamma e papà fare la spesa senza poter partecipare (20%). A qualche bambino non piace metterci troppo tempo (4%), non poter acquistare ciò che vuole (4%), camminare (3%), comprare prodotti a lui non graditi (3%) e il caos (2%).

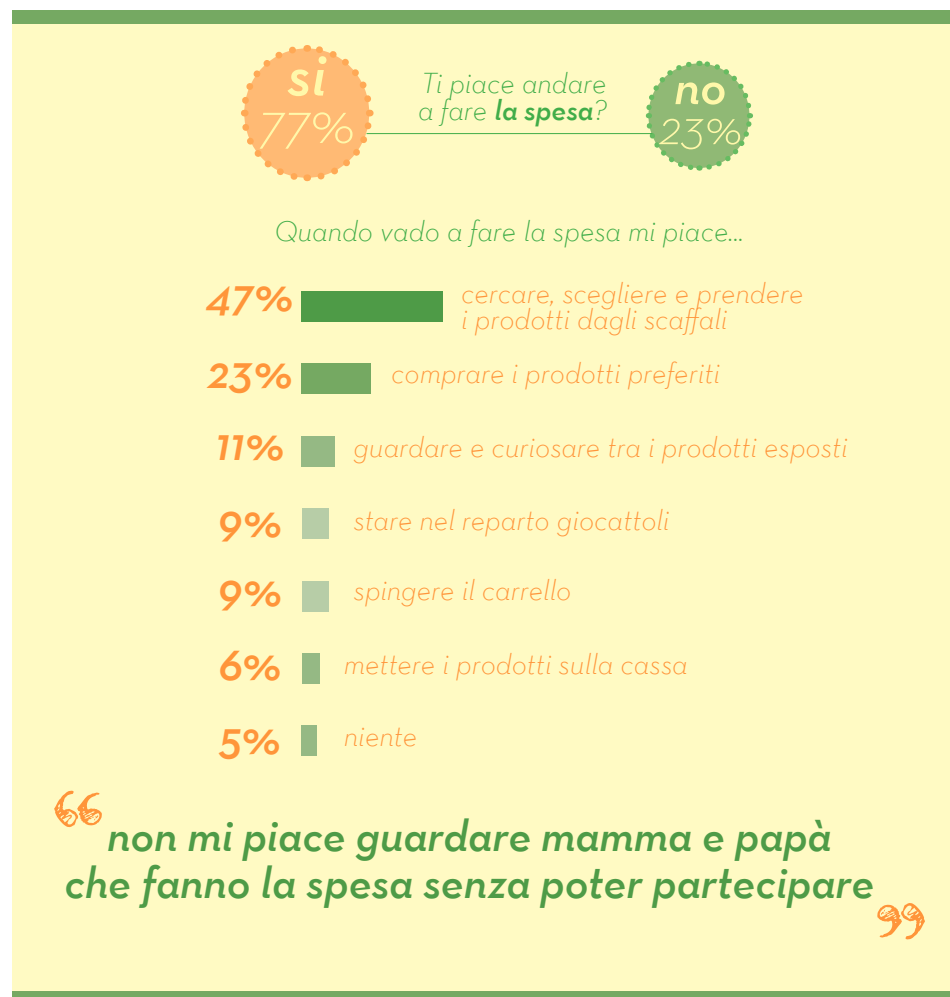


FIG.35 Infografiche

5. il progetto

Raccolti tutti questi dati, ho quindi iniziato a definire quale sarà il mio prodotto-servizio che aiuterà i bambini ad introdurre le verdure nella loro alimentazione. I dati e gli elementi che ho deciso di considerare durante la progettazione sono elencati in seguito:

1. L'ambiente domestico è quello che influenza maggiormente le scelte alimentari del bambino, seguito subito da quello extra-famigliare cioè amici e compagni di classe;
2. Il modo migliore con cui un bambino impara è il gioco;
3. Ai bambini piace imitare gli adulti, sentirsi indipendenti e dimostrare di riuscire a fare cose nuove;
4. La verdura è il filo conduttore dell'esperienza offerta, perché la si consuma troppo poco (dai miei questionari l'80% dei genitori non riesce a farla mangiare ai propri figli ed è il 54% dei cibi meno amati dai bambini);
5. I genitori vorrebbero che i figli imparassero tramite divertenti attività quali sono i principi di una sana

alimentazione;

6. Al 77% dei bambini da me intervistati piace andare a fare la spesa e la cosa che li diverte di più è cercare, scegliere e prendere i prodotti dagli scaffali per poi metterli nel carrello mentre una delle cose che li annoia maggiormente è guardare i genitori fare la spesa senza poter partecipare;

7. Ai genitori piacerebbe che i figli aiutassero a cucinare (il 56% delle risposte sono state "Sì, penso sia importante relazionarsi al cibo fin da piccoli", il 55% "Sì, mi piace che impari cose nuove" e il 28% "Sì, voglio che sia indipendente"). Al 68% dei bambini piace cucinare e l'82% vorrebbe imparare a farlo o a farlo meglio;

8. Sul "come, dove e con chi" dovrebbero imparare a cucinare genitori e bambini sono d'accordo: 76% delle risposte dei genitori è "Con me o un altro componente della famiglia", il 38% "Con altri bambini" e il 33% "Con un gioco". Il 78% dei bambini preferirebbe imparare a cucinare a casa con un familiare, il 36% in un luogo con altri bambini e inoltre il 51% lo vorrebbe fare con un

gioco, il 40% guardando dei video. Tenendo in considerazione solo i +6, la percentuale più alta è "sperimentando da solo".;

9. Dai 3 ai 13 anni, il 90% circa dei bambini utilizza un device (smartphone, tablet o computer). Dai 6 anni in su, tutti ne fanno uso. Le app/funzionalità/strumenti/programmi più utilizzati dai bambini sono giochi in generale (la maggior parte dei quali ha come scopo semplicemente il guadagno di punti e il superamento di livelli) e condivisione/modifica di foto e video;

10. Gli obiettivi principali dei bambini quando giocano sono: 85% divertirmi, 57% guadagnare punti e superare livelli, 49% imparare cose nuove, 32% vincere un premio e 28% sfidare gli amici. Nessuna di queste opzioni ha avuto percentuali basse;

11. Il motivo per cui i bambini preferiscono un alimento ad un altro è il gusto deciso e saporito, l'aspetto gradevole, la consistenza, il ricordo di un momento piacevole o di una persona cara.

5.1 L'offerta - idea generale

Il prodotto-servizio progettato è un percorso ludico che, tramite i passaggi descritti precedentemente (conoscenza-scelta-preparazione-consumo-condivisione), aiuta il bambino a conoscere e mangiare la verdura.

Lo scenario in cui il bambino vive questa esperienza è principalmente quello domestico, nei momenti di gioco e nel tempo libero, ma anche in momenti in cui di solito è più spettatore che protagonista, come per esempio la spesa o la preparazione dei pasti. Le persone coinvolte sono dunque i genitori innanzitutto, poi fratelli e sorelle, e anche gli amici. Questo servizio rende il bambino il protagonista, ma compito del protagonista è anche quello di coinvolgere chi gli sta attorno.

E come qualsiasi altro gioco, se fatto

in compagnia è più divertente e funziona meglio.

Il concept che guida il bambino e che è uno dei motivi per cui partecipare, è che la verdura rinforza ogni parte del corpo e rende quindi invincibili.

L'offerta principale consiste in una piattaforma online e in un gioco in scatola. Ho pensato di utilizzare due supereroi, un maschio e una femmina, che accompagnino i bambini durante questo percorso, spiegando le regole del gioco e danno varie informazioni sia nella piattaforma online sia nel gioco in scatola.

5.1.1

Il nome

Pensando ad un nome semplice e diretto, che potesse esprimere anche lo scopo di questo percorso, ho deciso di chiamare il mio servizio “super”. Super sono le verdure, super è l’esperienza offerta e super sono i bambini che affrontano questo percorso.

Il font del logo (Fredericka the Great) rimanda al mondo infantile, e i colori utilizzati (verde e arancione) al mondo della verdura. Per sottolineare che il filo conduttore dell’esperienza in questione è la verdura, la lettera R di super è stata modificata con l’utilizzo di un’illustrazione stilizzata di una carota.

Lo slogan scelto è “conosci il cibo per diventare invincibile!”. Ho deciso di non utilizzare la parola “verdura” in modo da non bloccare immediatamente l’attenzione dei bambini che non sono molto interessati a questo tipo di

alimento e poi per, in un futuro, poter pensare di basare il servizio su un altro alimento (es. pesce o formaggio).



5.2

La prototipazione

La prototipazione di Super ha riguardato maggiormente il gioco in scatola.

Ho quindi scritto a mano alcune schede (grandi all’incirca come un A5): ognuna di esse presentava sul

fronte un’immagine stilizzata della verdura con qualche consiglio per sceglierla, la parte del corpo che questa verdura rinforza e i mesi in cui si può mangiare. Sul retro della card invece, ho scritto una breve ricetta per cucinare la verdura, suddivisa in lista della spesa e procedimento in tre o quattro passaggi senza specificare nel dettaglio dosi e quantità, perché ciò che offro non vuole essere un ricettario. Le ricette sono state da

me create con l’aiuto di un amico chef. Le linee guida utilizzate per creare queste ricette sono state la semplicità, la chiarezza nel linguaggio, e l’utilizzo di qualche ingrediente extra non troppo grasso che possa rendere il sapore della verdura più gustoso e l’aspetto più gradevole. Dai risultati del mio questionario per bambini, risulta infatti che siano rarissimi quelli che, purtroppo, apprezzano le verdure crude e senza l’abbinamento ad altri alimenti.

Oltre alle card, ho stampato un poster da completare. La base rappresenta la sagoma di un supereroe suddivisa in 25 parti del corpo, ognuna con il relativo nome. I pezzi da incollare alla base, ognuno riportante il nome di una verdura, formavano la figura di un supereroe.



FIG.36 Card per il prototipo

Ho organizzato il tutto a partire dalle 10:30 del mattino, radunando a casa mia 12 bambini, scelti in base a parentele e conoscenze, non in base al loro rapporto con la verdure o alle loro abitudini alimentari: Tommaso (5 anni), Emma (7 anni), Emma (7 anni), Matilde (8 anni), Camilla (8 anni), Lorenzo (8 anni), Lucia (8 anni), Andrea (9 anni), Davide (9 anni), Giulia (10 anni), Chiara (12

anni) e Melissa (13 anni). Non tutti i bambini si conoscevano tra di loro, ma nonostante questo non si sono mai verificati momenti di timidezza, di resistenza o altro, anzi erano tutti molto disponibili e contenti di fare qualcosa di nuovo.

Una volta arrivati tutti e fatti accomodare, ho spiegato loro che avevo bisogno del loro aiuto per progettare un gioco per bambini

e che loro stessi, sarebbero stati i protagonisti del gioco e quindi dell'intera giornata. Ho detto loro di sentirsi liberi di fare domande, critiche, commenti e di provare a fare tutto da soli, chiedendo il mio aiuto e quello di altri adulti presenti solo in caso di reale necessità, così che potessi capire, in base alle diverse età, cosa può funzionare o meno e cosa si potrebbe aggiungere.



FIG.37 I bambini riuniti per la prototipazione

Ho fatto pescare una o più schede ad ognuno dei bambini, senza permettergli di scegliere le verdure in base ai loro gusti. I primi commenti, dopo qualche istante in cui osservavano le card hanno riguardato le parti del corpo collegate alle varie verdure, del tipo “la mia fa bene al cuore!” oppure “davvero i fagiolini fanno bene ai capelli?” e così via. Successivamente, alcuni di loro si sono posti il problema del mese, “sulla

mia scheda non c'è scritto marzo, non posso mangiarlo!”. Ho distribuito loro anche le card con verdure fuori stagione sia per verificare che avessero capito come funzionasse (e l'hanno capito siccome si sono posti il problema che alcune non fossero adatte al mese di marzo) sia per una questione di numeri, combinazioni, grado di difficoltà delle ricette, sia perché volevo che provassero a cucinare tutto.



FIG.38 I bambini pescano le card

Dopodiché ci siamo tutti recati da un fruttivendolo vicino casa in modo che ogni bambino scegliesse e acquistasse la verdura indicata nella propria card. Ho lasciato loro del tempo per cercare, guardare, toccare liberamente le verdure in modo da poter scegliere le migliori, come descritto nelle card. Ogni bambino si è rivolto autonomamente agli addetti in negozio in modo che li aiutassero e

li dessero ciò di cui avevano bisogno. Nella lista della spesa su ogni card, avevo indicato ovviamente anche tutti gli altri ingredienti necessari (olio, margarina, salumi, ecc.) ma ho provveduto io ad acquistarli il giorno prima per risparmiare tempo e perché gli ingredienti extra non necessitano di una scelta accurata e comunque non sono i protagonisti delle ricette.



FIG.39 I bambini riuniti per la prototipazione

Una volta tornati a casa, i bambini si sono subito posizionati attorno ai tavoli disposti alla preparazione delle ricette. Dopo aver lavato tutte le verdure, hanno subito iniziato a pulirle e tagliarle. Noi adulti abbiamo cercato di non aiutarli di nostra spontanea volontà ma di aspettare che fossero loro a chiederci un aiuto, anche se

la maggior parte di loro preferiva fare tutto autonomamente (anche le cose più pericolose!). Tommaso, il più piccolo, non sa ancora leggere, ma questa cosa non l'ha scoraggiato, anzi, una volta che qualcuno leggeva un passaggio per lui, si impegnava al massimo per poter fare ogni cosa da solo.



FIG.40 I bambini che iniziano a preparare le verdure

Ogni volta che una ricetta era pronta, veniva fotografata e poi subito assaggiata da tutti quanti. Chi aveva completato una card, poteva incollare al poster il pezzo di puzzle con la parte del corpo rinforzata dalla relativa verdura: attività che divertiva molto tutti quanti e li rendeva impazienti di terminare la propria ricetta. Inoltre, chi aveva finito si preoccupava di aiutare gli altri bambini.



FIG.41 Al completamento di ogni ricetta i bambini attaccavano un pezzo di puzzle al poster



FIG.42 Tommaso con la sua medaglia

Finite tutte le ricette, ho dato ad ogni bambino una medaglia da attaccare al petto con la scritta "super" e lo spazio per poter scrivere il loro nome. Grazie a questo piccolo premio, i bambini hanno iniziato a fingere di essere supereroi correndo, saltando e gonfiando i muscoli delle braccia.

Prima di andare via, molti di loro mi hanno chiesto di poter tenere la loro scheda per poterla riutilizzare anche a casa. Il fatto di trovarsi in tanti a svolgere un'attività diversa dal solito ha sicuramente influenzato in maniera positiva la riuscita della prototipazione. E' anche vero che nessuno ha spinto o chiesto esplicitamente ai bambini di mangiare le verdure una volta pronte, ma lo hanno fatto ugualmente, coinvolti e condizionati dagli altri. Lorenzo, per esempio, ha assaggiato e apprezzato la ricetta con i pomodori, una verdura che non mangia mai.

Lo spirito di indipendenza dei bambini è stato un aspetto molto positivo, significa che il "gareggiare" con altri bambini o il sentirsi protagonisti di questo gioco, li ha invogliati a impegnarsi al massimo per raggiungere l'obiettivo.

Ho ricevuto molti feedback che mi hanno aiutato a perfezionare il prodotto finito. Per esempio, alcuni bambini non sapevano il significato di certi termini usati nelle ricette e per questo ho deciso di introdurre un

glossario.

In alcune ricette non era inoltre ben chiaro come pulire le verdure, quale fosse la parte da scartare e quanto grandi dovessero essere i "pezzetti" da ottenere tagliandole. Infine, a fine giornata le card erano un pò rovinate, sporche, bagnate, quindi quelle finali dovranno essere plastificate. Per quanto riguarda il poster, alcuni pezzi del puzzle sono troppo piccoli e fragili quindi dovranno essere più spessi e per quanto riguarda le parti del corpo, nessuno ha fatto domande sul significato di alcune parole difficili tipo "colon" o "cistifellea", quindi non necessitano di una spiegazione specifica, il senso è che completando tutte le ricette e quindi imparando a mangiare tutte le verdure il corpo si rinforza completamente, e ai bambini è bastato questo.



FIG.43 Matilde e Camilla che mangiano gli asparagi



FIG.44 Emma mangia il sedano

5.2.1 Il target

La prototipazione mi è anche servita a definire con più precisione il target di riferimento. Già nel capitolo 4.2 avevo spiegato che per diversi motivi i bambini minori di 6 anni risultano essere troppo piccoli per questo tipo di esperienza in quanto non sono ancora pronti a svolgere alcune attività in autonomia e perché il fatto di non saper leggere può risultare un ostacolo. Inoltre la neofobia alimentare si manifesta maggiormente tra i 6 e i 12 anni. Il target comprende quindi la fascia di età che va dai 6 anni in su. Non voglio indicare un preciso limite di età, ma direi che il massimo può essere 13 anni: Chiara e Melissa, le due bambine più grandi che hanno partecipato alla prototipazione erano per esempio molto più interessate alla preparazione del cibo e meno interessate al completamento del

poster. I più piccoli invece erano più interessati alla preparazione dei piatti, al poster e meno al fatto di dover fotografare il piatto finito. Dopo i 12-13 anni infine, credo sia abbastanza tardi per poter creare abitudini alimentari nuove, la mia intenzione è quella di operare tra i bambini più piccoli. I più grandi possono essere sicuramente però dei validi aiutanti che, inconsciamente verrebbero a loro volta influenzati. Così come i minori di 6 anni possono comunque percorrere questo percorso ma il fattore "autonomia" e "protagonista" passa sicuramente in secondo piano. Sta comunque anche al genitore scegliere di acquistare e utilizzare questo prodotto.

5.2.2

I supereroi

Due supereroi meglio definiti dopo la prototipazione, sono un maschio vestito di verde, super Brok e una femmina vestita di arancione, super Carry. Questi due personaggi, sono presenti in egual misura in entrambe le parti del servizio in modo anche da non far passare il messaggio che i supereroi sono solo maschi e che la cucina sia solo una cosa da femmine. Appaiono quindi in ogni parte del percorso, per esempio nella spiegazione delle regole gioco o nel raccontare le proprietà di una verdura e inoltre il bambino potrà inoltre scegliere l'uno o l'altro per il completamento del poster.



FIG.45 I supereroi protagonisti del gioco

5.3

L'offerta finale

L'offerta finale è quindi composta da piattaforma online e gioco in scatola: questi due elementi possono funzionare indipendentemente l'uno dall'altro, ma se usati insieme offrono al bambino il massimo del divertimento, della sperimentazione e dell'apprendimento.

La piattaforma online è totalmente gratuita e quindi accessibile a tutti. Ricopre l'aspetto "social", cioè la creazione di un network che ruota attorno a bambini e verdura. Ogni bambino possiede una pagina personale sulla quale condivide le proprie ricette per guadagnare dei punti e quindi superare tutti i livelli che lo porteranno a diventare invincibile. Le ricette della piattaforma online derivano dalla sperimentazione personale dell'utente, il servizio fornisce solo delle linee guida e dei consigli su come cucinare le verdure.

Il gioco in scatola è la parte premium del servizio in quanto deve essere acquistato e ricopre l'aspetto domestico, lo sfruttamento del tempo libero e il coinvolgimento della famiglia ed è composto da 25 card. La scelta di utilizzare delle card sta nel fatto che si trovano a metà strada tra un libro e un gioco in scatola, non sono ne troppo scritte e noiose da leggere, ne troppo astratte e lontane dalla realtà. Sono pensate anche per essere portate al supermercato, dal fruttivendolo, insomma quando il bambino deve recarsi a fare la spesa con i genitori: con questa card a portata di mano, scelta in base al mese corrente, il bambino diventa partecipe attivo di questo momento. Dopo ogni ricetta che poi completerà una volta a casa, potrà attaccare ad un poster un pezzo di puzzle, cioè una parte del corpo che, insieme ad altre, forma la figura del supereroe o supereroina, protagonisti del gioco. Condividendo nel proprio profilo online anche le ricette del gioco in scatola, il bambino guadagnerà ulteriori punti che lo porteranno a vincere un premio.



FIG.46 Super

5.3.1 Il gioco in scatola

Risulta infine essere composto da:

1. 3 schede "istruzioni" 17cm x 11,8 cm:

- 1 scheda introduttiva
- 1 scheda che spiega come funziona sia il gioco in scatola sia, a grandi linee, la piattaforma online
- 1 scheda con focus sulle verdure di stagione e sulla modalità con cui vengono spiegate le ricette

FIG.47 Istruzioni



FIG.48 Istruzioni



2.25 schede “verdure”, una per verdura (asparagi, barbabietole, bietole, broccoli, carciofi, carote, cavolfiori, cavolini di bruxelles, cetrioli, cipolle, fagiolini, finocchi, lattuga, melanzane, peperoni, piselli, pomodori, radicchio, ravanelli, sedano, spinaci, verza, zucca, zucchine).

Il fronte della scheda è suddiviso in tre punti: in alto il nome e un'immagine della verdura in questione e brevi consigli per sceglierla (il gambo deve essere duro, le punte devono essere chiuse, non deve essere troppo grosso, ecc.); al centro l'immagine del supereroe con la parte del corpo rinforzata da questa verdura in rosso; in basso l'elenco dei mesi in cui questa verdura è di stagione (step della “conoscenza”). L'immagine di sfondo del fronte è a tutta pagina e raffigura la verdura come fosse una texture, in modo che saltino subito all'occhio i colori principali di essa. Colori che vengono ripresi anche nel retro della card, per alcune parti del testo e per lo sfondo.

Il retro della scheda è suddiviso in tre parti: in alto il nome della ricetta e la

lista della spesa (step della “scelta”); a sinistra i vari passaggi per preparare la ricetta (step della “preparazione”); a destra un'immagine raffigurante la ricetta pronta. Infine, sempre sul retro, in basso a destra c'è un codice che serve a due cose nel caso il bambino decida di utilizzare anche la piattaforma online: a pubblicare sul proprio profilo la relativa ricetta (step della “condivisione”) in quanto verrà richiesto di inserire questo codice in modo che venga certificato il fatto che l'utente ha acquistato realmente il gioco in scatola e che quindi ha diritto a giocare per vincere il premio finale, e a guardare il video che spiega come fare la ricetta, se il bambino non dovesse capire qualcosa dalla card o se semplicemente avesse voglia di vederlo.



FIG.49 Schede “verdure”



FIG.50 Schede "verdure"



3. Un puzzle formato da:

- Un poster 34cm x 44cm raffigurante la sagoma del supereroe.

Questa sagoma è suddivisa in 29 parti, dentro le quali sono scritte le varie parti del corpo. 29 e non 25 perché alcune parti sono scritte doppiamente (per esempio su entrambe le gambe c'è scritto ossa). In alto al poster c'è il titolo cioè la scritta "super" che il bambino dovrà completare con il proprio nome.

- 30 pezzi di puzzle che formano il corpo del supereroe. Ho deciso di mescolare parti verdi di super Brox con parti arancioni di super Carry e di aggiungere un pezzo per le femmine, una treccia. In questo modo non si risalta nessuno dei due e non è necessario inserire nel gioco il doppio dei pezzi.

Le regole del gioco prevedono che ad ogni ricetta completata e quindi, si presuppone, mangiata, il bambino attacchi al poster un pezzo di puzzle (step del "consumo"). Quando il poster sarà completato, vorrà dire che il bambino avrà assaggiato tutte le verdure ed è diventato più forte!



FIG.52 Il puzzle



FIG.53 I pezzi del puzzle

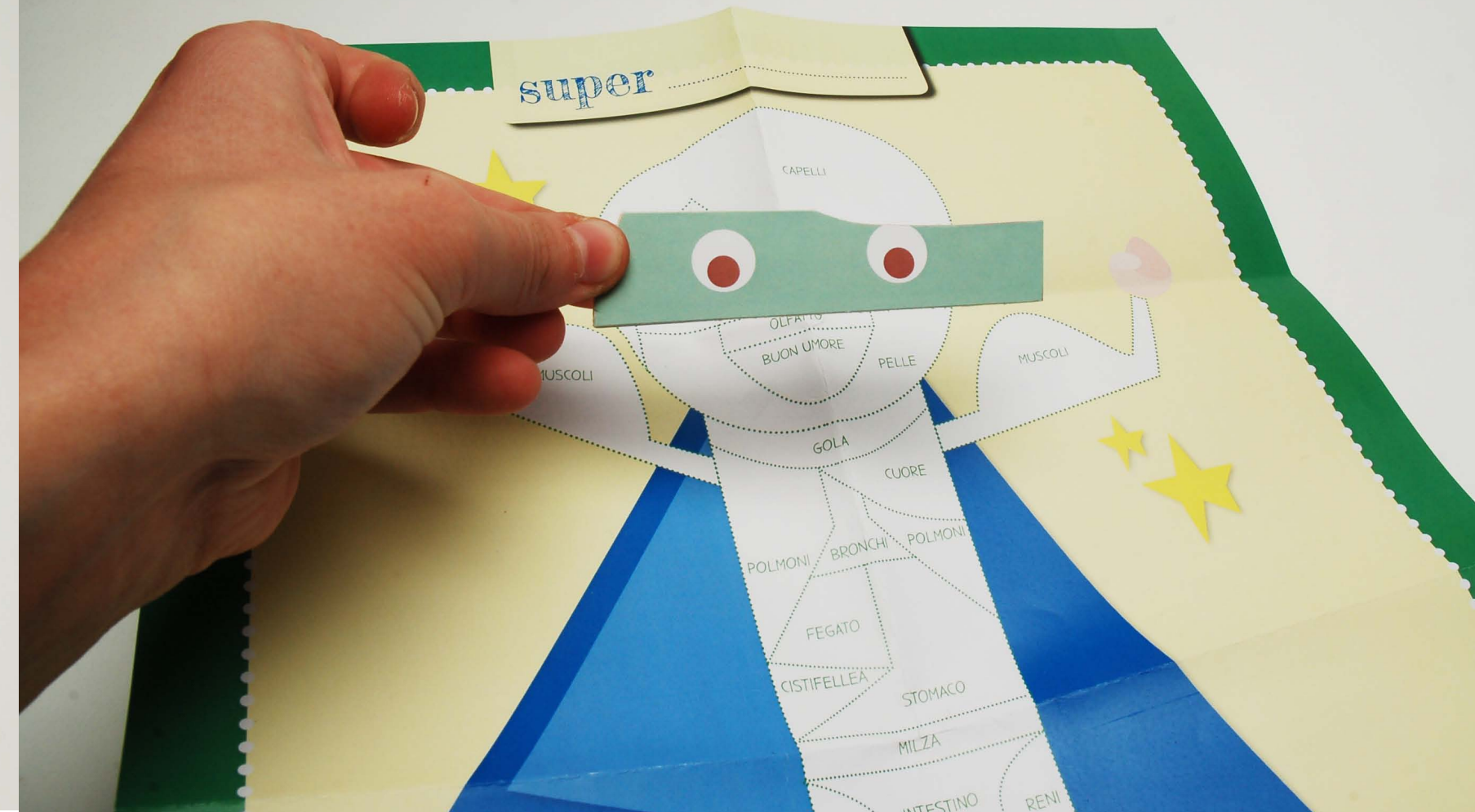


FIG.54 Il poster e un pezzo di puzzle



FIG.55 Il poster e i pezzi del puzzle



FIG.56 Riassunto funzionamento gioco in scatola

Chiaramente il gioco non finisce, le card possono essere utilizzate all'infinito sia per cucinare le stesse ricette, sia come spunto per crearne di nuove, sia per controllare quali verdure possono essere acquistate e mangiate ogni mese, sia per aiutare la mamma a comprarle al supermercato, sia per ricordarsi quale verdura va mangiata per rinforzare una parte del corpo e così via.

Se il bambino decide di iscriversi e di partecipare alla parte social, cioè la piattaforma online, condividendo nel proprio profilo tutte e 25 le ricette, riceverà un premio: il kit da supereroe composto da un mantello e un cappello da cuoco, personalizzati con il nome del bambino preceduto dal nome del gioco, super.



FIG.57 Gioco in scatola

5.3.2 La piattaforma online

La piattaforma online è la parte del servizio accessibile a tutti, a tutti i bambini da 0 a 14 anni. Non è possibile controllare che gli utenti abbiano realmente l'età dichiarata, ma questo non compromette la riuscita del percorso, in quanto non è una competizione vera e non esiste alcun premio desiderabile da un adulto o da un bambino troppo grande. Ho deciso di non mettere il limite per l'età minima in quanto voglio permettere anche ai minori di 6 anni di partecipare, con l'aiuto di un adulto o di un fratello maggiore. Il tutto può comunque essere gestito da un genitore che vuole utilizzare questo mezzo per insegnare ai propri figli (troppo piccoli per gestire una propria pagina web) a mangiare le verdure. Durante l'iscrizione, inoltre, ai bambini viene richiesta un indirizzo email di un

genitore, in modo che il profilo si attivi solo se egli approva. In questo modo il genitore è consapevole del fatto che il figlio è iscritto ad un sito web nel quale dovrà pubblicare foto e video che potrebbero contenere il suo volto (se il bambino sceglie di riprendersi mentre cucina per esempio).

La parte web consiste nel guadagnare punti caricando nella propria pagina foto o video delle ricette completate (step della “condivisione”). Quali ricette? In questo caso sono delle “sfide” che il bambino potrà scegliere senza un ordine ma semplicemente seguendo il proprio istinto e ovviamente utilizzando solo verdure di stagione. Le sfide sono per esempio “utilizza almeno tre pomodori”, “utilizza almeno tre verdure diverse”, “utilizza gli asparagi”, ecc. Non scadono mai e non c'è un limite temporale per poterle scegliere, con il tempo semplicemente aumenteranno di numero. Se una sfida contiene come vincolo l'utilizzo di una specifica verdura e il bambino la sceglie nel mese in cui non è di stagione, la scelta stessa non sarà possibile (non si potrà in alcun modo caricare alcun file relativo a questa sfida per poterla completare); se invece la sfida prevede che sia il bambino a dover scegliere la verdura da utilizzare, nel momento del caricamento del file verrà chiesto al bambino di selezionare le verdure utilizzate: in questo modo, se non

saranno di stagione, la sfida non potrà risultare valida e andrà rifatta, oppure utilizzata in un altro mese dell'anno! Appena il bambino si accinge a scegliere la sfida comunque, gli verrà ricordato di tener conto innanzitutto della stagionalità delle verdure (step della “conoscenza”). Ad ogni sfida completata (e quindi caricata sulla propria pagina), il bambino riceverà un punto. Dopo cinque sfide completate e quindi cinque punti, supererà un livello. I livelli del gioco sono dieci e rappresentano delle qualità che un supereroe, cioè un bambino sano, arrivano a possedere nel tempo: 1 - attivazione superpoteri, 2 - elasticità, 3 - agilità, 4 - concentrazione, 5 - equilibrio, 6 - velocità, 7 - astuzia, 8 - forza, 9 - resistenza, 10 - invincibilità.

Il menu del sito è diviso in sette aree principali:

1. “Super”, è la home nella quale viene introdotto il gioco da super Brok e super Carry e viene mostrata un'immagine raffigurante un computer con la piattaforma online e il “supergioco” cioè il gioco in scatola (nella pagina web viene chiamato “supergioco” per non chiamarlo “gioco in scatola”).

2. “Come funziona”, nella quale vengono elencati i passaggi, abbinati ad un'immagine, per poter partecipare al gioco online accennando poi, nell'ultimo punto, all'esistenza del supergioco: “1. iscriviti e crea la tua pagina personale”, “2. pubblica nella tua pagina le tue ricette usando foto o video”, “3. per ogni ricetta guadagnerai punti e supererai livelli sfidando gli altri bambini!”, “4. scoprirai tante cose interessanti sulla verdura e su quali parti del corpo rinforza” (cliccando su verdura, si accede alla pagina la verdura), “5. per portare il divertimento alle stelle, usa anche il supergioco!” (cliccando su supergioco, si accede alla pagina supergioco). Alla fine della pagina si trova il pulsante “gioca” che permette al bambino di accedere alla pagina di iscrizione.

La pagina di iscrizione richiede il nome o soprannome del bambino, l'età, il sesso, una frase che rappresenta il bambino (legata al cibo o la cucina) e una mail di mamma o papà.



FIG.58 Home del sito, “Super “

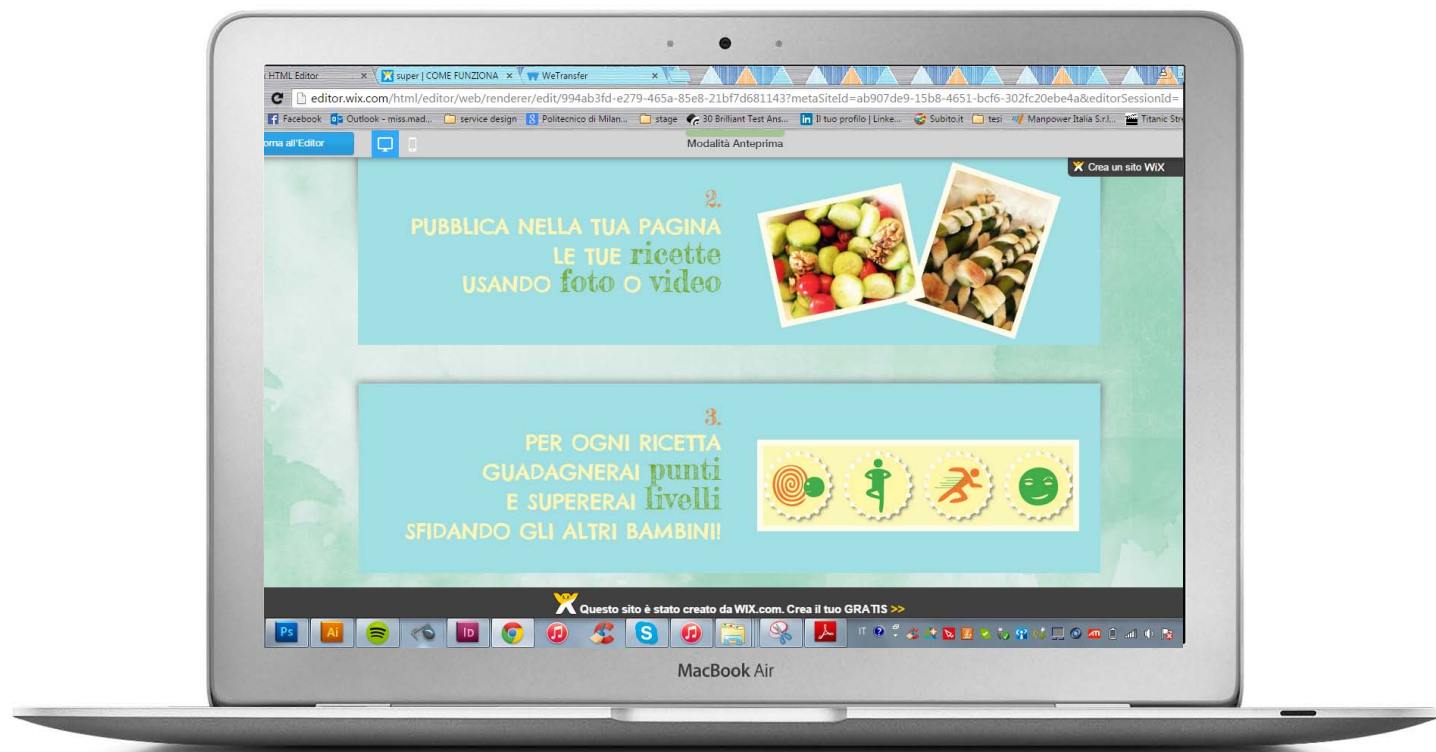


FIG.59 Pagina “come funziona”

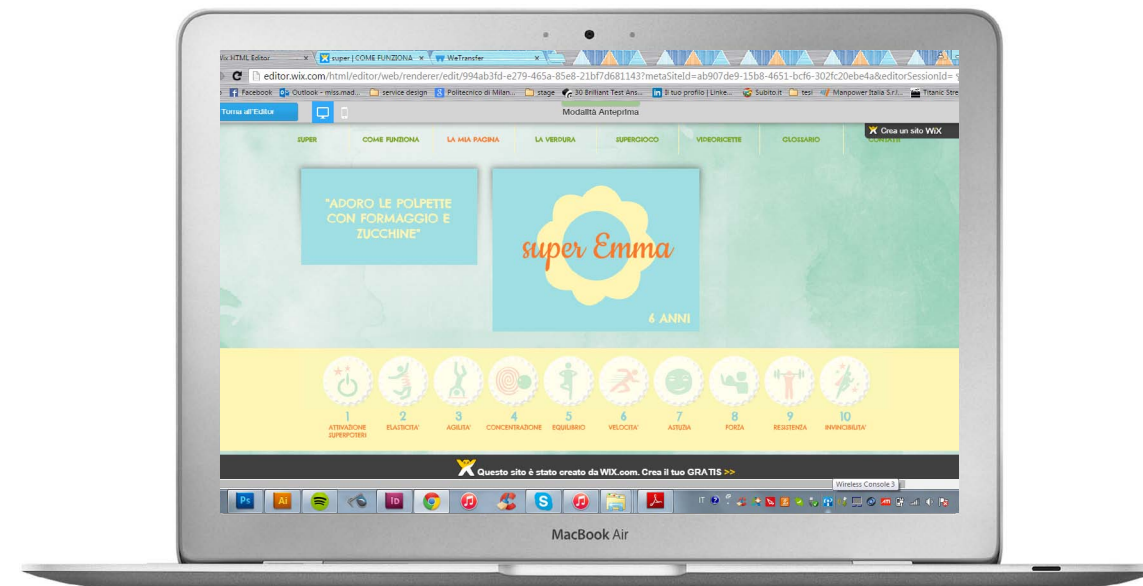


FIG.60 Prima parte della pagina “La mia pagina”

3. “La mia pagina” è simile ad un profilo personale su un social network, ma le funzioni sono leggermente ristrette. Non si possono postare contenuti differenti dalle ricette, non è presente una foto profilo né informazioni o contatti dell’utente, non serve chiedere l’amicizia agli altri utenti. Tutti sono amici di tutti e ricette, punti, livelli, possono essere

visti da chiunque, iscritto o meno. La prima cosa che compare in alto alla pagina personale è la frase personale del bambino e il suo nome preceduto dalla parola “super”, tutto sotto forma di logo. Scendendo, troviamo una barra orizzontale contenente i loghi dei 10 livelli, mano a mano che si superano, il cerchio opaco che li copre viene eliminato.

Sotto i livelli, troviamo le due opzioni per aggiungere le ricette: aggiungi ricetta supergioco e aggiungi ricetta sfida, accompagnati appena sotto dai relativi punteggi (il punteggio del supergioco è rappresentato da super Brok o super Carry che si colorano mano a mano che le parti del corpo vengono completate).

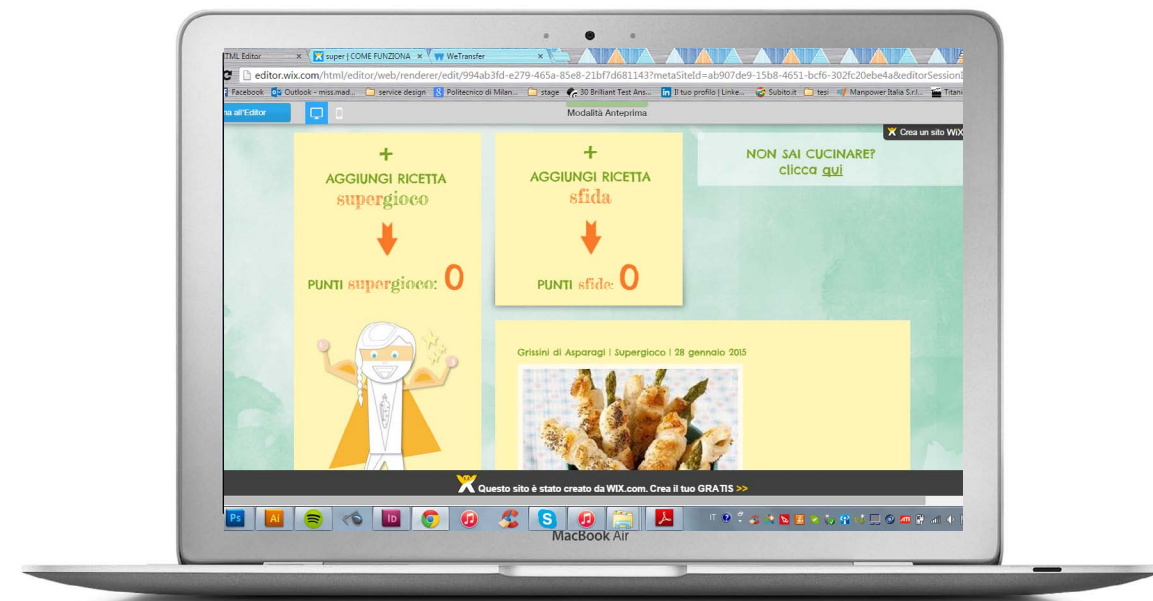


FIG.61 Seconda parte della pagina "La mia pagina"

Scegliendo di aggiungere una ricetta del supergioco, si apre una pagina che ci dice "non sai cos'è il supergioco? Clicca qui" (cliccando su "qui" si accede alla pagina "supergiooco"). Se il bambino è già a conoscenza del supergioco, deve caricare una foto o un video che dimostrino che la ricetta è stata completata e riportare il codice che trova sulla scheda.

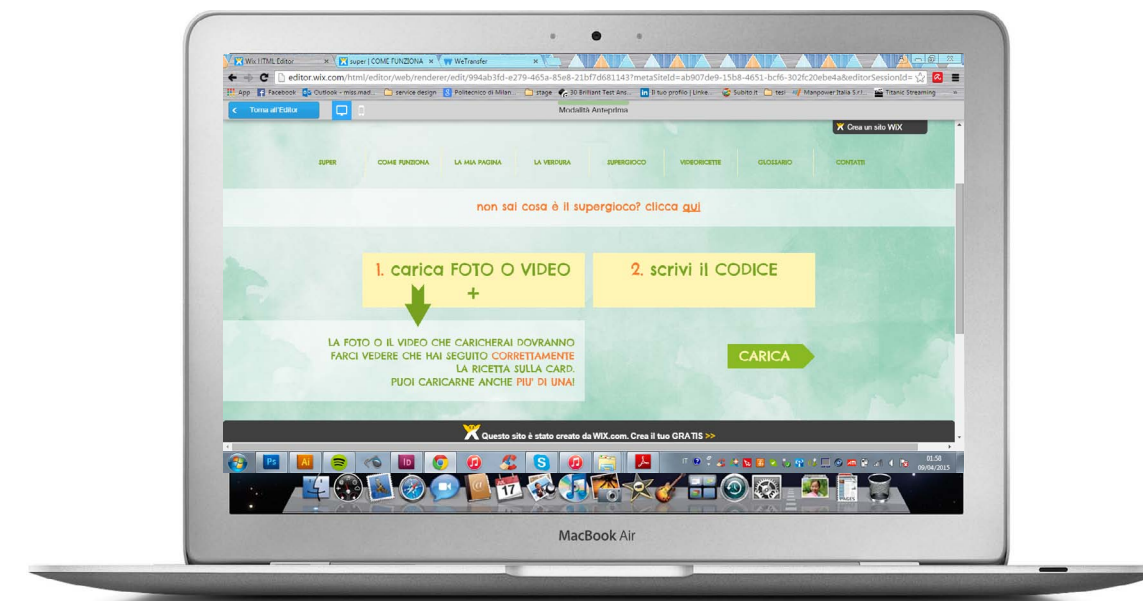


FIG.62 Pagina "carica ricetta supergioco"

Scegliendo di aggiungere una ricetta “sfida”, si apre una pagina che in tre passaggi spiega cosa sono le sfide. “Le sfide sono le basi per le tue ricette e contengono sempre verdura!” e poi “1. Scegli quella che ti ispira di più, non esiste un ordine, e libera la tua creatività!”, “2. Dovrai caricare delle foto o dei video in cui dimostri

che hai seguito la richiesta” e “3. Le verdure da te usate devono essere di stagione. Per scoprire cosa sono e quali sono le verdure di stagione clicca qui!” (cliccando su “qui” si accede alla pagina “la verdura”). Dopodiché il bambino sceglie una delle sfide, arrivando così alla pagina del caricamento: azioni obbligatorie

sono selezionare le verdure utilizzate, dare un nome alla ricetta e caricare una foto o un video. Viene spiegato che il file scelto deve mostrare che gli ingredienti richiesti dalla sfida e dichiarati nel caricamento ci sono realmente; allo stesso modo, il file deve dimostrare che la ricetta completata rispecchia quella del supergioco.

Dopo ogni ricetta caricata, sia supergioco che sfida, il sistema ne verifica la validità per poi pubblicarla e assegnare il punto o meno. Questo sistema permette anche di controllare i contenuti pubblicati, in modo che siano tutti in linea con le regole della piattaforma. Se una ricetta contiene verdura, può essere condivisa in quanto esprime il concept

dell'esperienza, il punto può anche non esserci. A fianco a queste due opzioni per aggiungere ricette, appare una domanda: “Non sai cucinare? Clicca qui!”. Cliccando, la piattaforma spiega che ci sono alcune opzioni per imparare a farlo in modo da poter condividere le proprie ricette: acquistare il supergioco, seguire

alcuni consigli sulla pagina la verdura, oppure chiedere liberamente a genitori, parenti, amici, siti web e libri! Questo perché l'intento principale del mio servizio non è insegnare ai bambini a cucinare, ma invogliarli ad avvicinarsi al mondo delle verdure e della cucina in modo divertente e spontaneo.



FIG.63 Pagina “sfide”

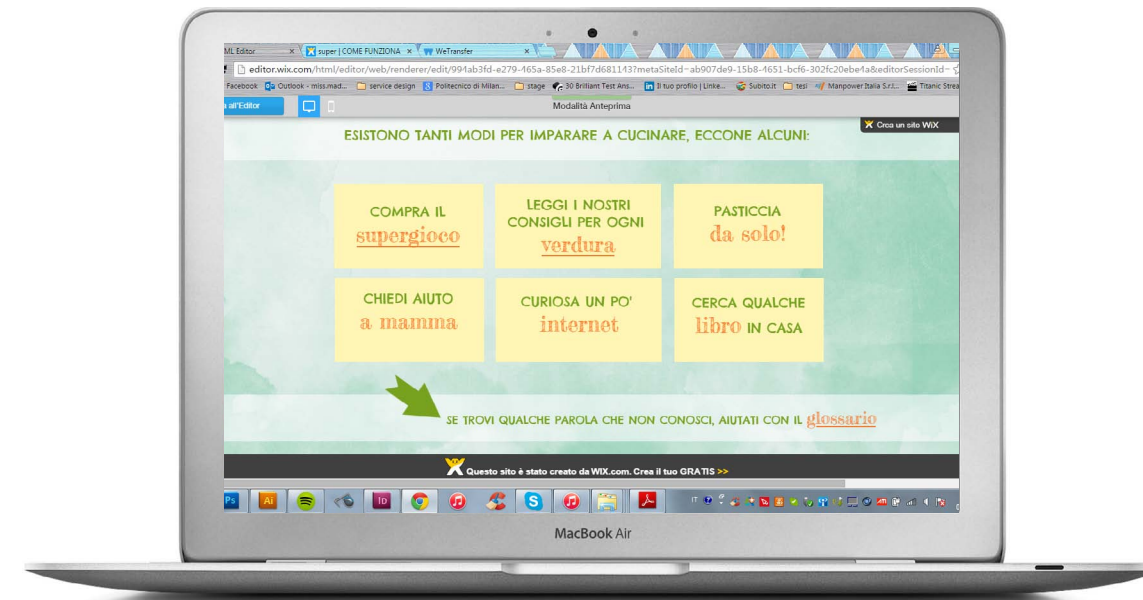


FIG.64 Pagina “Non sai cucinare?”

Infine, la pagina personale raccoglie in ordine cronologico tutte le foto e i video delle ricette pubblicate dai giovani utenti, che possono essere apprezzate (ma non commentate) da altri utenti o visitatori.

4. La verdura è l'area più importante della piattaforma. Può essere visitata

da chiunque, iscritti e non iscritti, in quanto il messaggio di questo servizio deve diffondersi il più possibile, senza restrizioni. L'introduzione della pagina, spiega che le verdure devono sempre essere acquistate e mangiate nella stagione giusta. In tre brevi punti poi, viene spiegato il perché.

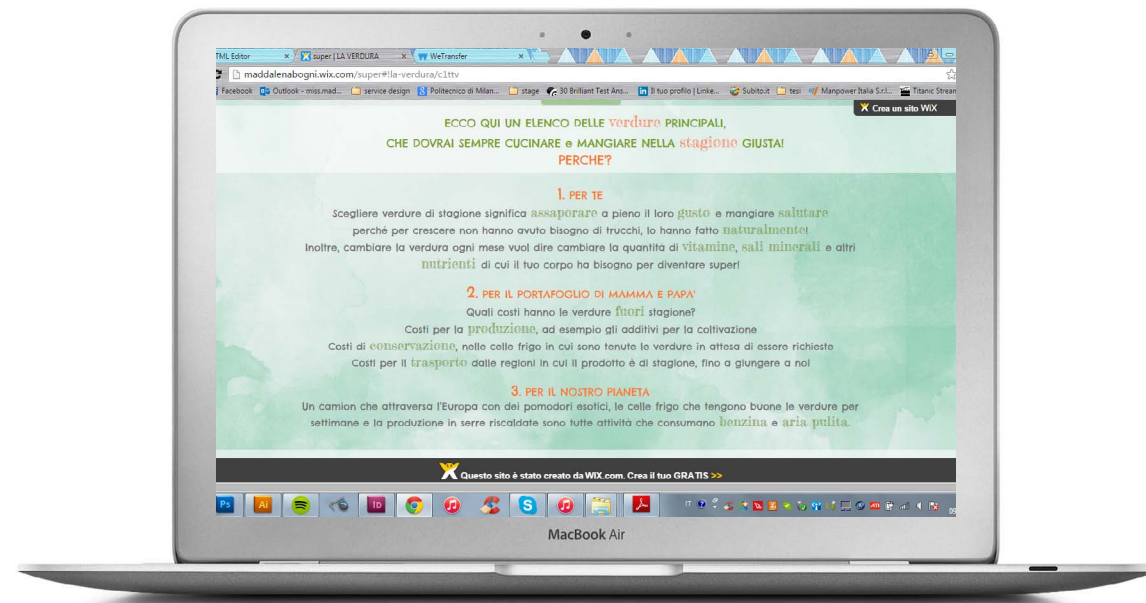


FIG.65 Prima parte pagina "la verdura"

Dopo questa introduzione, ecco una grande tabella, lo strumento che i bambini utilizzeranno per fare tante cose: prima di tutte, per conoscere tutti i mesi in cui si può mangiare una certa verdura. I nomi delle verdure sulla colonna di sinistra e i nomi dei mesi sulla barra orizzontale superiore vengono collegati tramite quattro simboli (di primavera, estate, autunno

e inverno) che compaiono quando una delle verdure è di stagione in un certo mese. Altra funzione di questa pagina, la si scopre cliccando sui nomi delle verdure. Per ogni verdura, si accede ad una pagina intitolata con il nome della verdura e che spiega: come bisogna scegliere questa verdura (step della "scelta") e a quali parti del corpo fa bene (come nelle card),

perché questa parte del corpo è importante (step della "conoscenza") e infine come cucinare questa verdura grazie a semplici consigli, ma senza fornire ricette (step della "preparazione"), quelle si trovano nel supergioco. Alla fine di ogni "scheda" della verdura, il sito ricorda che per aiutarsi con la terminologia culinaria, si può consultare la pagina "glossario".

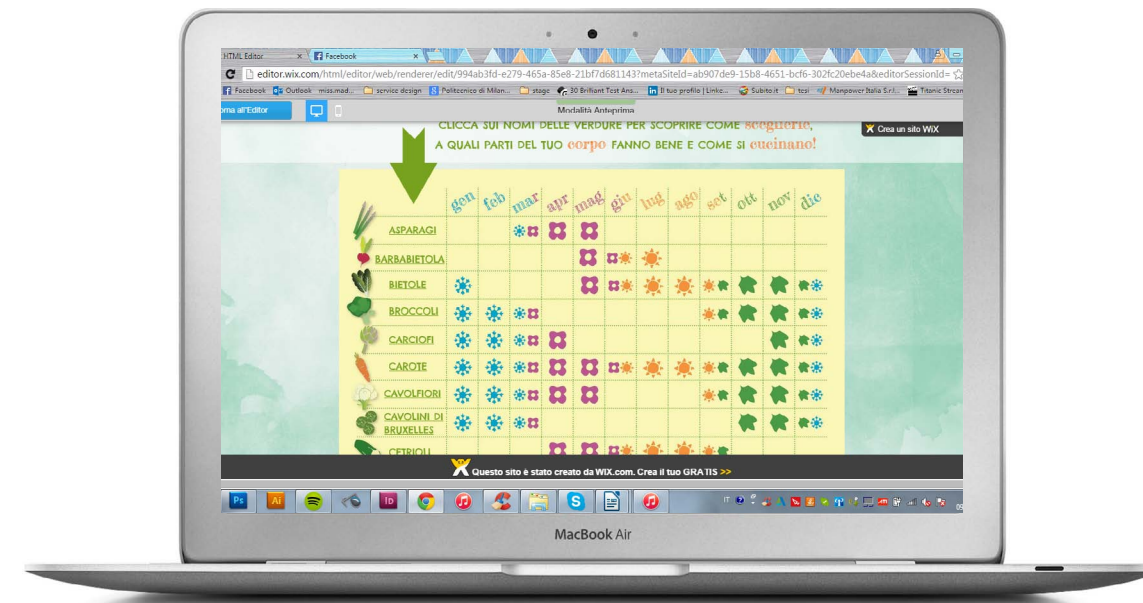


FIG.66 Seconda parte pagina "La verdura"

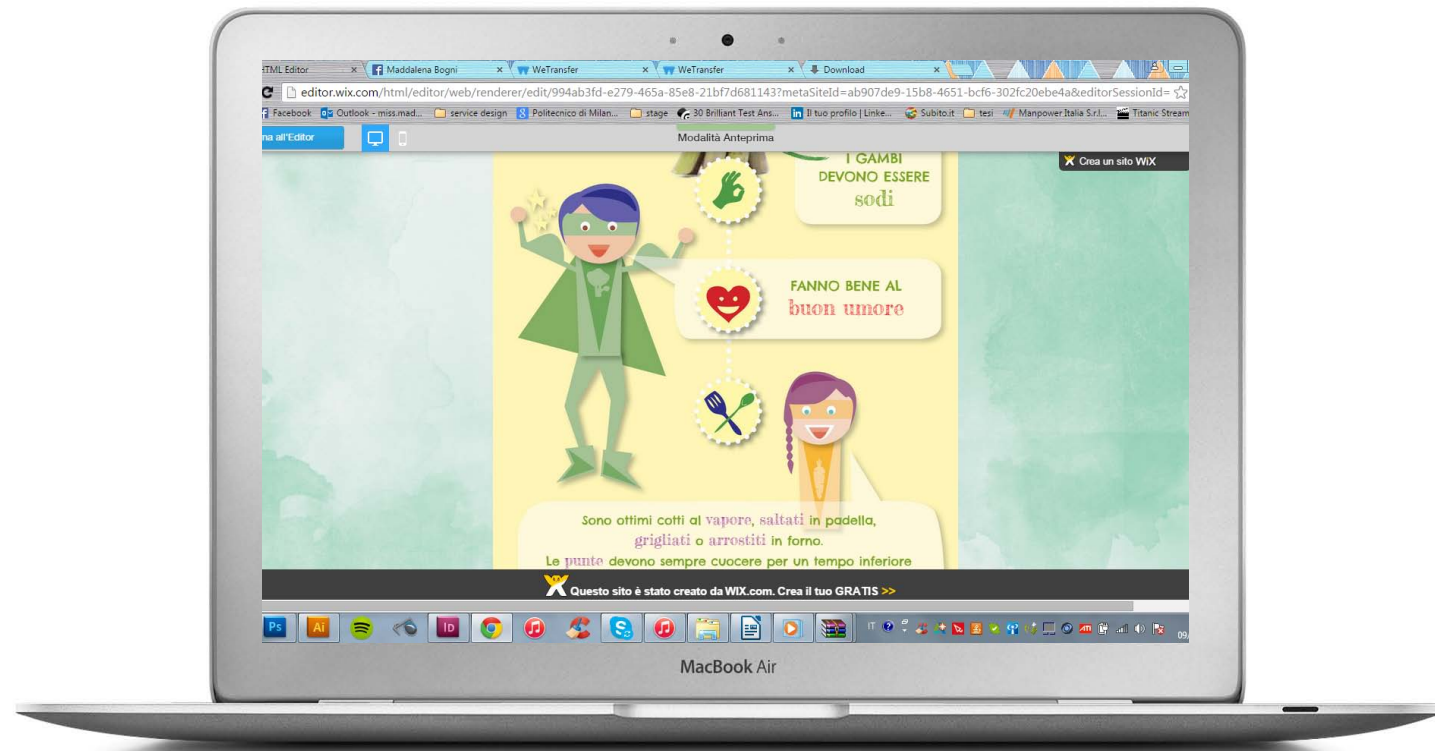


FIG.67 Pagina del sito "Asparagi"

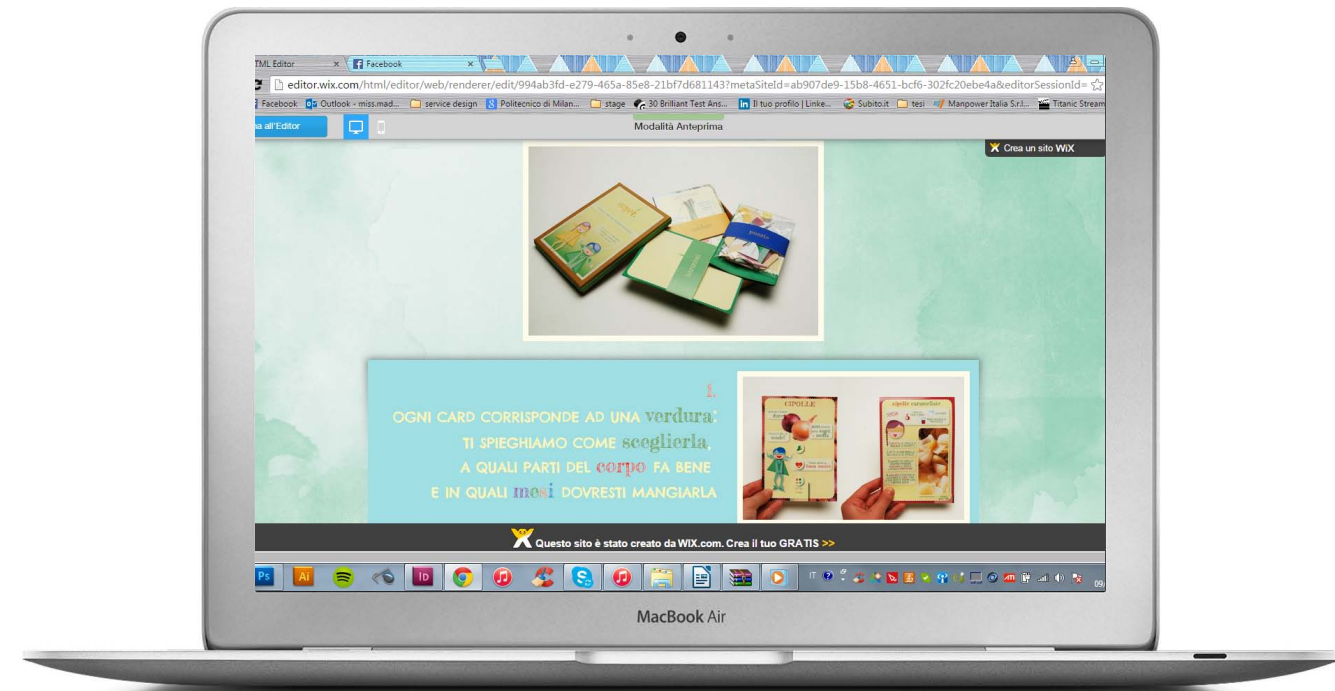


FIG.68 Pagina "Supergioco"

5. Supergioco è l'area in cui viene spiegato meglio in cosa consiste il gioco in scatola e come interagisce con la piattaforma online. E' possibile acquistarlo online oppure cercare dei punti vendita dove acquistarlo di persona.

6. Videoricette. Questa parte del sito è strettamente legata al gioco in scatola, in quanto contiene i 25 video che spiegano come fare le ricette sulle card e possono essere visualizzati solo inserendo il codice.

Siccome “guardando dei video” era uno dei modi preferiti dai bambini per imparare a cucinare, voglio che questa sia una delle pagine principali del sito, in modo che, spinti dalla curiosità, gli utenti decidano di acquistare il gioco.

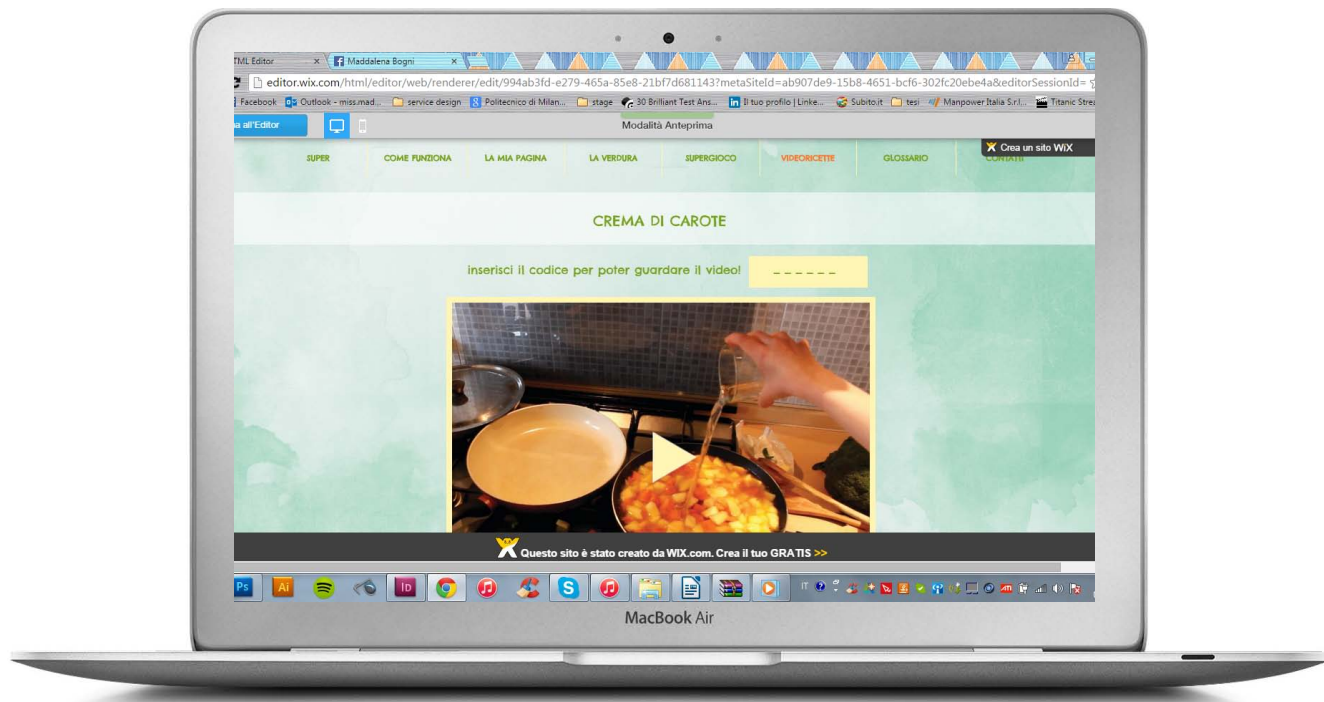


FIG.69 Pagina “videoricette”

7. Glossario. E' un aiuto che i bambini possono utilizzare se non conoscono il significato di qualche termine letto nelle card o nelle schede di ogni verdura nella pagina la verdura. Il glossario è illustrato, in modo da essere il più chiaro possibile, e

contiene sia nomi di attrezzi utilizzati in cucina, sia nomi di alcuni metodi di preparazione. In questo glossario vengono privilegiati i termini utilizzati all'interno del gioco, non tutti quelli esistenti.

contattare l'assistenza per qualsiasi richiesta e problema riscontrato.

8. Contatti serve semplicemente a

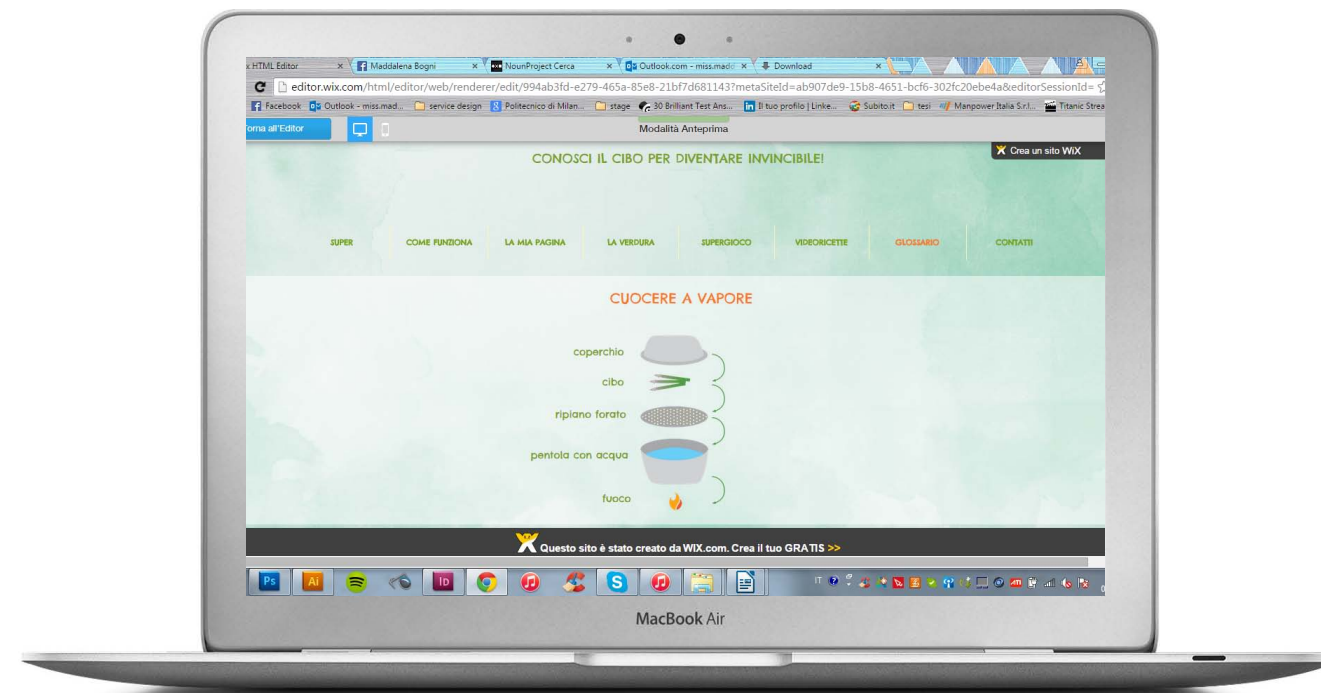


FIG.70 Pagina “Supergioco”

6. *business*

Introduco l'argomento business del progetto elencando e spiegando ogni punto del canvas model, in modo da avere un'idea generale del modo in cui si sostiene il servizio; andando poi leggermente nel dettaglio illustrerò tre diversi scenari di successo utilizzando numeri il più possibile realistici; concluderò con una breve spiegazione della strategia di fidelizzazione dell'utente attraverso i premi e l'offerta.

6.1 Canvas Model

Il *customer segment* (l'utenza a cui mi rivolgo) del mio servizio riguarda principalmente un mercato di nicchia, quello dei genitori (ma anche parenti, amici di famiglia) di bambini dai 6 ai 14 anni. Sono loro a dover acquistare il gioco o ad approvarne l'utilizzo da parte dei loro figli.

La *value proposition* (il valore che offro) sta nell'utilizzare un percorso ludico per sostenere la salute dei bambini.

La *customer relationship* (rapporto che si viene a creare tra utente e servizio) che viene instaurata è la community, l'automatismo del servizio e la co-creation, in quanto le informazioni e i contenuti condivisi tra i membri della community sono creati anche dagli utenti stessi.

I *channels* (canali, mezzi) attraverso i quali gli utenti entrano in contatto con il servizio sono: il supergioco venduto nei negozi di giocattoli e nelle librerie, la piattaforma online e la pubblicità.

Le *revenue* (guadagni) provengono da tre fonti: la vendita online e nei negozi del supergioco; la pubblicità online pay per click, pay per impression e così via (utilizzando per esempio Google Adsense, un servizio pubblicitario offerto da Google, mediante il quale è possibile guadagnare dei soldi inserendo dei banner, dei campi di ricerca personalizzati o dei video pubblicitari sul proprio sito); gli sponsor che supporteranno il mio progetto e che compariranno nella piattaforma online e nella mia pubblicità, sponsor che probabilmente sposano la mia stessa causa, quella di migliorare le abitudini alimentari dei bambini italiani.

Le *resources* (risorse) necessarie all'avviamento del servizio consistono nella programmazione della

piattaforma online, cioè del sistema che permette per esempio di collegare i caricamenti dei file all'acquisizione di punti e alla modifica quindi della grafica su ogni pagina personale, e nella progettazione del sistema di vendite (online e fisiche).

Le *activities*, (attività costanti nel tempo) volte al mantenimento del servizio, consistono nella produzione del supergioco e nella manutenzione e aggiornamento della piattaforma online.

I *partners* (coloro che supportano il mio servizio offrendomi risorse) sono i fornitori con i quali stipulerò un accordo per il rifornimento dei premi (kit da supereroe per chi completa le 25 card) e un nutrizionista sia per questione di accuratezza dei contenuti sia per questione di credibilità del servizio.

Infine, i *cost* (costi) che devono essere sostenuti per l'avviamento e il mantenimento del servizio sono per: il dominio del sito web, un

webdesigner, la pubblicità cartacea, le spese amministrative, la pubblicità online (utilizzando per esempio Google Adwords), la produzione del supergioco, l'affitto di un ufficio (se serve), e l'assunzione di altri dipendenti (quando il servizio si diffonderà e quindi gli aspetti da gestire saranno maggiori).

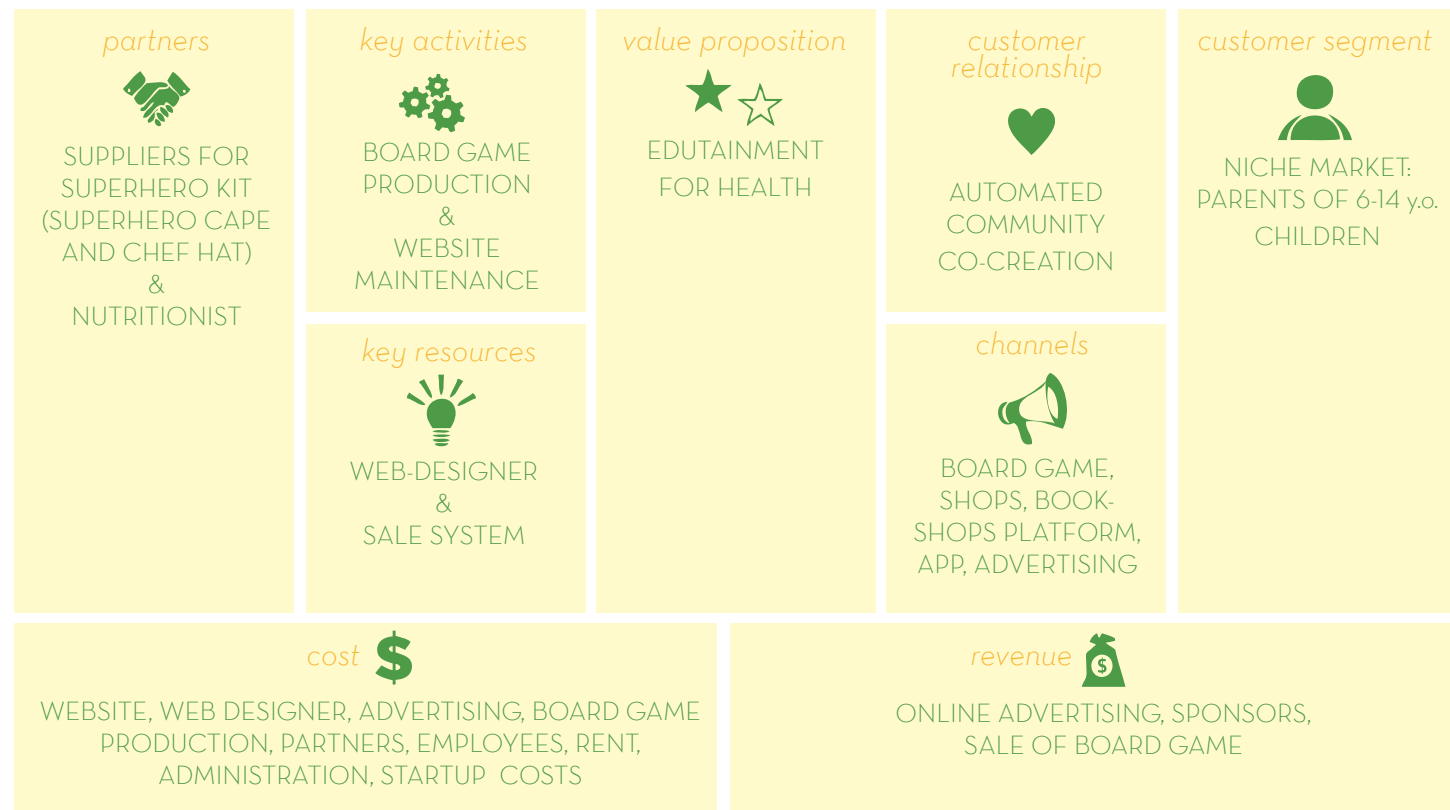


FIG.71 Canvas Model

6.2 Cash Flows Framework

Ho deciso di utilizzare tre scenari per ipotizzare diversi andamenti del servizio, contestualizzandolo in tre situazioni diverse. Prima di entrare nel dettaglio di ognuna, definiamo alcuni numeri:

- I bambini italiani dai 6 ai 14 anni sono circa 4,300,000.

Calcolando che circa il 70% naviga costantemente online, il numero di utenti scende a 3,010,000. Considerando poi che dal mio questionario risulta che l'87% dei bambini è interessato a imparare a cucinare, arriviamo a 2,618,700. Il 24% dei bambini lo vorrebbe fare con un gioco, e il numero di utenti scende quindi a 628,488. Teniamo in

considerazione poi che circa il 45% dei bambini non mangia o comunque non ama la verdura, dunque i genitori dovrebbero essere più propensi ad acquistare il gioco o a entrare in contatto con il sito internet. Infine, è necessario considerare l'effetto della pubblicità (15%) arrivando quindi ad un numero finale di utenti pari a 40,000. Questo dato riguarda il primo anno di attività, andranno poi ad aumentare. Come andranno ad aumentare verrà ipotizzato con i tre scenari.

- I costi dell'anno 0 (quelli da affrontare prima di iniziare) sono, approssimativamente: 10,000 euro al mese/per un mese per un web designer, 50 euro per il dominio del sito internet, 35,000 euro per spese amministrative (inizio attività, pagamento Inps, registro marchio, p.iva), 5000 euro per la produzione di 500 supergioco (10 euro al pezzo) e 20,000 euro per la pubblicità quindi circa 70,050 euro totali.

- I costi dell'anno 1 si dividono in fissi e variabili. I fissi sono la pubblicità, le spese amministrative, le spese di

manutenzione e gestione del sito, ecc. Quelli variabili sono i costi di produzione del supergioco. A questi costi si aggiunge la produzione del kit da supereroe, il premio per i bambini che completano e condividono sulla piattaforma le 25 ricette del gioco, anche questo costo è variabile. Un mezzo per la riduzione dei costi variabili sono gli sponsor.

I ricavi sono suddivisi in ricavi variabili in base al numero di utenti e i ricavi riguardanti la pubblicità online.

Come strategia di avviamento del gioco, verranno regalati un tot di giochi in scatola e verrà richiesto ad altri tot bambini di utilizzare il gioco online (il tutto promosso e sponsorizzato da uno sponsor, in modo da abbassare i costi). In questo modo viene creata una base del network, e nel momento in cui verranno acquistati realmente i primi giochi in scatola, e quindi nuovi bambini accederanno alla piattaforma, troveranno un sistema già avviato.

Lo scenario numero 1 è quello in cui il servizio ha un buon successo e il numero degli user aumenta con una proporzione costante ogni anno. Il break even point (momento in cui i costi vengono pareggiati e il servizio inizia a guadagnare) si ha dopo circa un anno e mezzo dall'avviamento.

anno	users (migliaia)	q giochi venduti	ricavi giochi venduti	ricavi pubblicità	costo totale prod. giochi	costo kit	spese amministrative	spese manutenzione	spese pubblicità
1	40	10	150	40	100	0	3,6	20	20
2	90	12,5	187,5	50	125	0	3,6	20	25
3	140	12,5	187,5	60	125	0	3,6	20	30
4	190	12,5	187,5	70	125	0	3,6	20	35
5	250	15	225	80	150	0	3,6	20	40

FIG.72 costi e ricavi scenario 1

anno	0	1	2	3	4	5
ricavi	0	190	427,5	675	932,5	1237,5
costi	70,05	213,65	387,25	565,85	749,45	963,05

(cifre in migliaia)

FIG.73 costi e ricavi totali scenario 1

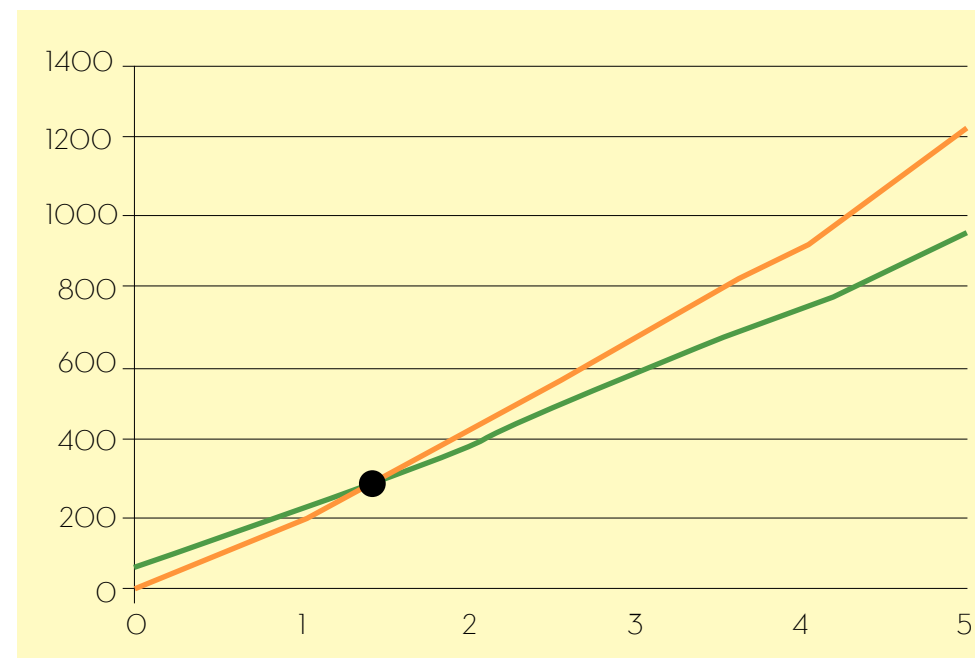


FIG.74 Break even point scenario 1

Lo scenario numero 2 è quello in cui il servizio non ha un buon successo e non raggiunge tutti gli user disponibili. Il break even point viene raggiunto dopo molto più tempo, dopo quasi tre anni.

anno	users (migliaia)	q giochi venduti	ricavi giochi venduti	ricavi pubblicità	costo totale prod. giochi	costo kit	spese amministrative	spese manutenzione	spese pubblicità
1	40	10	150	40	100	0	3,6	20	20
2	50	2,5	37,5	50	25	0	3,6	20	25
3	55	1,25	18,75	60	12,5	0	3,6	20	30
4	58	0,75	11,25	50	7,5	0	3,6	20	25
5	60	0,5	7,5	40	5	0	3,6	20	20

FIG.75 costi e ricavi scenario 2

anno	0	1	2	3	4	5
ricavi	0	190	277,5	356,25	417,5	465
costi	70,05	213,65	287,25	353,35	409,45	458,05

FIG.76 costi e ricavi totali scenario 2

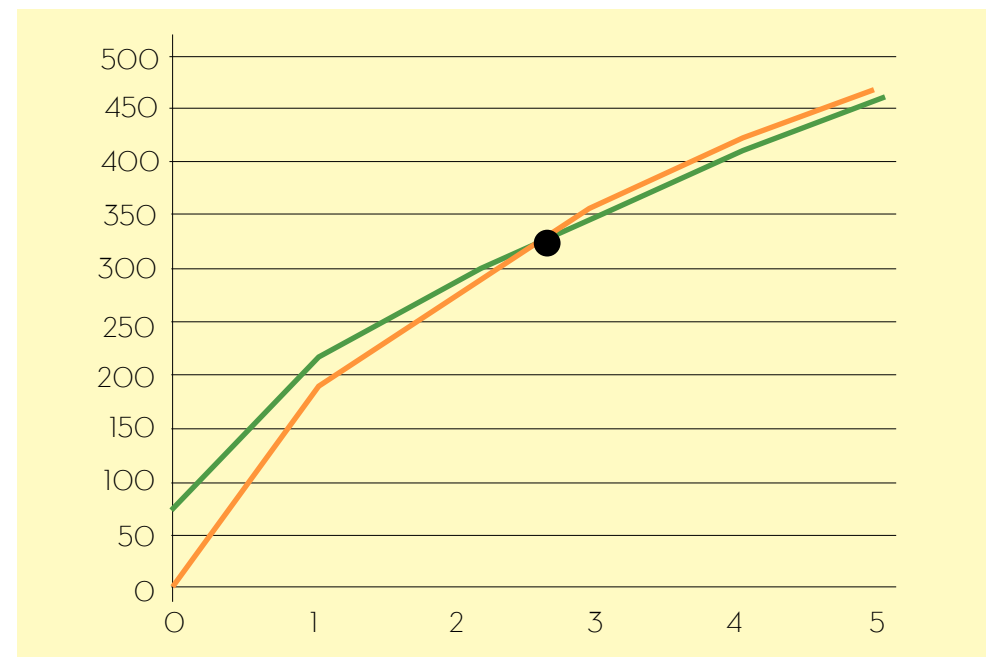


FIG.77 Break even point scenario 2

Lo scenario numero 3 è quello in cui lo scenario ha un ottimo successo, raggiunge tutti i bambini italiani e inoltre si espande in altri paesi esteri. Il break even point viene raggiunto velocemente, dopo appena un anno.

anno	users (migliaia)	q giochi venduti	ricavi giochi venduti	ricavi pubblicità	costo totale prod. giochi	costo kit	spese amministrative	spese manutenzione	spese pubblicità
1	40	10	150	40	100	0	3,6	20	20
2	200	40	600	80	400	0	3,6	20	40
3	470	67,5	1012,5	120	675	0	3,6	20	60
4	630	40	600	160	400	0	3,6	20	80
5	900	67,5	1012,5	160	675	0	3,6	20	80

FIG.78 costi e ricavi scenario 3

anno	0	1	2	3	4	5
ricavi	0	190	870	2002,5	2762,5	3935
costi	70,05	213,65	677,25	1435,85	1939,45	2718,05

FIG.79 costi e ricavi totali scenario 3

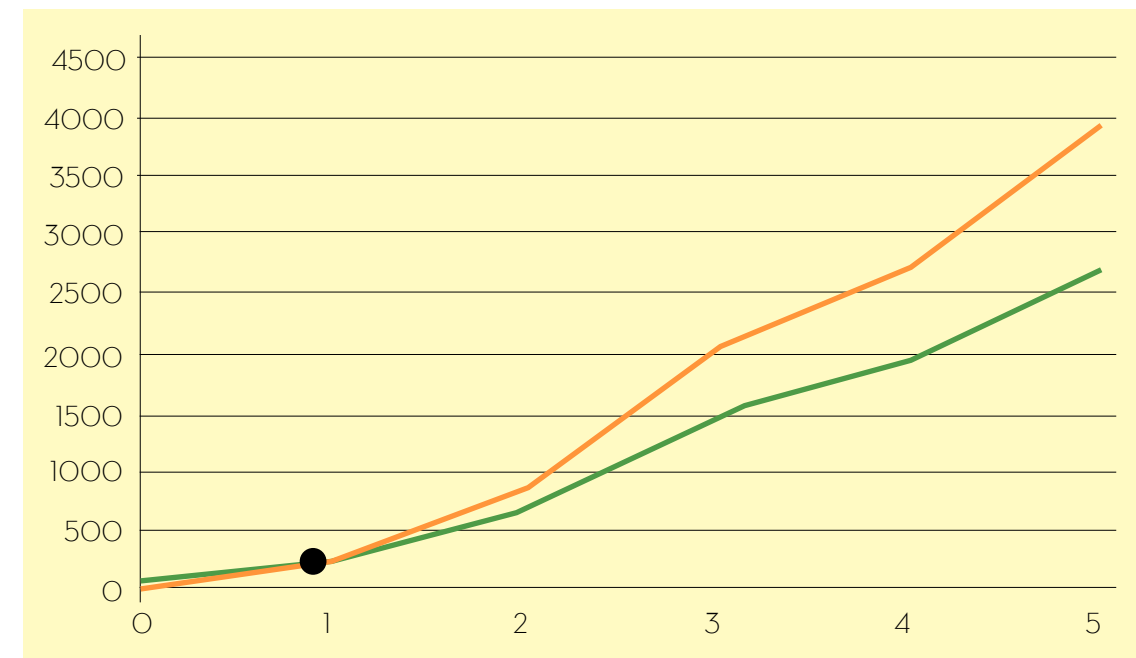


FIG.80 Break even point scenario 3

6.3 Future Steps

La strategia volta a fidelizzare gli utenti e attrarne di nuovi è quella del “dare poco per volta”. Il servizio quindi, sarà in continua evoluzione sotto diversi aspetti: contenuti delle card, numero e contenuti delle sfide, tipologia di contenuti condivisibili e anche i temi affrontati: come già accennato nel capitolo 5.1.1, il filo conduttore di questa esperienza ludica potrebbe diventare il pesce, il formaggio, i latticini e così via.

Per quanto riguarda il business, una volta che il numero di prodotti venduti aumenta, verranno messi a disposizione, gradatamente, anche dei premi per gli utenti che utilizzano solo la piattaforma online e non il supergioco. Si tratterà quindi di avere ulteriori sponsor o fornitori che tramite specifici accordi metteranno a disposizione del materiale da

spedire nel momento in cui gli utenti, utilizzando i punti guadagnati con le sfide online, vorranno ricevere dei premi. In questo modo, a paripasso con i premi, aumenteranno anche il numero delle sfide disponibili e dei livelli da raggiungere.

7. bibliografia

Baumgartner E., *Il gioco dei bambini*, Carocci Editore, Roma, 2002

Bucchetti V., *Packaging design: storia, linguaggi, progetto*, Francoangeli Editore, 2005

Duhigg C., *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*, Random House, United States, 2012

D'Alessio M., Laghi F., *Maneggiare con cura: i bambini e la pubblicità*, Edizioni Ma.gi., Roma, 2006

Fabrizio E. F., *Obesità. Conoscerla per vincerla*, Edizioni Univ. Romane, 2011

Ferraris R., *Una zucchina non fa primavera. Guida alla frutta e verdura (e non solo) di stagione*, Terre di Mezzo, 2009

Guigoni, A., *Foodscapes. Stili, mode e culture del cibo oggi*, Polimetrica, Milano, 2004

Infante C., *Imparare giocando. L'interattività tra teatro e ipermedia*, Edizione Bollati Boringhieri, Torino, 2000

Juliet B. Schor., *Nati per comprare: salviamo i nostri figli, ostaggi della pubblicità*, Ed. Apogeo, Milano, 2005

Juul J., *Ragazzi, a tavola! Il momento del pasto come specchio delle relazioni familiari*, Feltrinelli, Milano, 2005

Meregalli R., *Cibononcibo. La fragilità alimentare. Dai campi alla tavola conoscere per cambiare*, Editore MC Editrice, Milano, 2014

Montanari, M., *Il cibo come cultura*, Editori Laterza, «Economica Laterza», Bari, 2010

Petruzzelli P., *Edutainment e processi educativi. Evoluzione e cambiamento dei luoghi e delle modalità educative*, Edizioni dal Sud, Bari, 2004

Teti V., *Il colore del cibo. Geografia, mito e realtà dell'alimentazione mediterranea*, Meltemi Editore srl, Roma, 1999

Cervellini F., Rossi D., “Comunicare emozionando. L'edutainment per la comunicazione intorno al patrimonio culturale”, in *disegnarecon*, vol.4, n.8, 2011

Desjardins E., Schwartz A., “Collaborating To Combat Childhood Obesity”, in *Health Affairs*, no.2 ,2007, pp. 567-571

Ministero della Salute, “OKkio alla SALUTE: Sintesi dei risultati 2012” in *www.epicentro.iss.it*, 2012

EUFIC (The European Food Information Council), “Impedire l'obesità infantile attraverso iniziative community-based” in *www.eufic.org*, 2014

EUFIC (The European Food Information Council), “Incoraggiate i bambini a mangiare verdure diverse”, in *www.eufic.org*, 2010

Generoso M., Vitali G., “La nascita del gusto, le neofobie e l'educazione alimentare” in *www.educazionenutrizionale.granapadano.it*, 2004

Istat e Unicef, “Bambini e adolescenti tra nutrizione e malnutrizione - Problemi vecchi e nuovi in Italia e nel mondo in via di sviluppo”, Report dati, 2012

Mastrolilli S., “Il bambino e il web: nemici o amici? A Bologna un convegno sui rischi di internet per l'infanzia”, in *qn.quotidiano.net*, 2011

Meregalli R., “Il cibo oggi: sazietà, fame, obesità”, in *sviluppo felice.wordpress.com*, 2015

Ministero della Salute, Relazione annuale al Parlamento sulla celiachia, 2012

Russo, M., “Perchè mangiare verdure di stagione?”, in *www.cure-naturali.it*

Save the Children, “Stili di vita dei bambini in Italia: 1 minore su 4 non fa moto e sport nel tempo libero, spesso per difficoltà economiche”, Comunicato stampa, 2014

Serafini M., “Arriva Twigis, il social network tutto per i bambini”, in *seigradi.corriere.it*, 2013

Sharma M., “Dietary Education in School-Based Childhood Obesity Prevention Programs, Health Promotion and Education”, in *Advances in Nutrition review*, University of Cincinnati Faculty, Walden University, Cincinnati, vol. 2, 2011

7.3 Sitografia

<<http://www.istat.it>> [9/2014]
<<http://alimentazionebambini.e-coop.it/malattie-infantili>> [9/2014]
<<http://www.ok-salute.it/>> [9/2014]
<<http://www.salute.gov.it/>> [9/2014]
<<https://it.wikipedia.org/>> [9/2015]
<<http://www.eufic.org/>> [9/2014]
<<http://www.centroheta.it/heta.php>> [9/2014]
<<http://seigradi.corriere.it/>> [9/2014]
<<http://epode-international-network.com/>> [10/2014]
<<http://www.iss.it/>> [10/2014]
<<http://www.educazionenutrizionale.granapadano.it/>> [10/2014]
<<http://magazine.expo2015.org/>> [110/2014]
<<http://disegnarecon.unibo.it/>> [10/2014]
<<http://ec.europa.eu/agriculture/>> [10/2014]
<<http://www.epode-international-network.com/>> [10/2014]
<<http://www.ideficsstudy.eu/Idefics/>> [10/2014]
<<http://www.reggiochildren.it/attivita/atelier/atelier-sul-cibo/>> [10/2014]
<<http://www.ilgiornale.it/news>> [11/2014]
<<http://www.expo2015.org/it/>> [11/2014]
<<http://www.expo2015.org/it/progetti/>> [11/2014]
<<http://www.unicef.it/>> [11/2014]

<<http://www.progettomb.it/il-progetto/>> [11/2014]
<<http://www.babygreen.it/>> [12/2014]
<<http://www.worldobesity.org>> [12/2014]
<<http://it.wikihow.com/>> [12/2014]
<<http://www.greenme.it/>> [12/2014]
<<http://www.viversano.net/>> [1/2015]
<<http://www.fruttanellescuole.gov.it/>> [1/2015]
<<http://www.differentdesign.it/>> [1/2015]
<<https://designforservice.wordpress.com/>> [1/2015]
<<http://www.ehabitat.it/>> [1/2015]
<<http://ambientebio.it/>> [1/2015]
<<http://www.grouper.it/>> [1/2015]
<<http://www.permangiartimeglio.it/>> [2/2015]
<<http://www.verduredistagione.it/>> [2/2015]
<<http://www.vegolosi.it/>> [2/2015]
<<http://www.uppa.it/>> [2/2015]
<<http://www.fumettologica.it/>> [2/2015]
<<http://vincos.it/>> [2/2015]
<<http://modernfarmer.com/>> [2/2015]
<<http://www.servicedesigntools.org/>> [3/2015]
<<http://www.repubblica.it/>> [3/2015]
<<http://www.cosepercrescere.it/>> [3/2015]
<<http://www.bestkidsapps.com/>> [3/2015]

