

# I risultati del Progetto

## 1. Adesione delle scuole

Il progetto ha visto l'adesione di un numero di istituti superiore a quello preventivato. Hanno aderito complessivamente 82 scuole superiori, per 1.975 classi e 42.544 studenti:

- Roma: 42 scuole, 1.003 classi e 21.524 studenti
- Bologna: 22 scuole, 560 classi e 11.847 studenti
- Bari: 18 scuole, 412 classi e 9.173 studenti

Significativo che abbiano aderito scuole di tutti gli ordini: Licei, Istituti tecnici e Istituti professionali.

## 2. Coinvolgimento delle scuole e formazione degli insegnanti

Sono stati coinvolti nelle attività di formazione 119 insegnanti : 52 a Roma, 36 a Bologna e 31 a Bari.

18 gli incontri complessivi realizzati (6 incontri per provincia), per 54 ore di formazione. Gli insegnanti hanno espresso un giudizio positivo sia sui formatori che sui temi affrontati e hanno richiesto ulteriori approfondimenti.

## 3. Azione-sperimentazione: i distributori “Frutta Snack” nelle scuole

L'installazione degli 82 distributori e la loro gestione logistica è stata effettuata dalle ditte del vending che hanno collaborato all'iniziativa.

Il distributore automatico dedicato è stato fornito alle scuole in comodato d'uso gratuito.

Alle scuole è stato richiesto di:

- individuare un'area idonea al collocamento del distributore;
- garantire l'erogazione continua di corrente elettrica
- coinvolgere tutte le figure operanti nei plessi.

Il monitoraggio dei consumi, effettuato a cadenza mensile nei distributori collocati in ciascuna scuola, evidenzia che i ragazzi preferiscono il prodotto fresco. Questa la top ten dei consumi: macedonia di frutta fresca (51,3%), mele fresche e fette (11,7%), mele a fette essiccate (11,3%), yogurt alla frutta da bere (8,9%), confezione di frutta secca (7,8%), succhi di frutta al 100% senza zuccheri aggiunti (5%), polpa di frutta senza zucchero (4%).

Il contributo del Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali per l'abbattimento del prezzo della frutta fresca (da 1,50 euro la macedonia a 1euro) ha favorito i consumi; il ritorno al prezzo intero li ha, invece, disincentivati.

## 4. Campagna di informazione e di sensibilizzazione

La campagna di informazione e sensibilizzazione è stata rivolta prioritariamente agli studenti, ma anche alle loro famiglie, ai cittadini, ai media.

Sono state promosse sia iniziative pubbliche che di coinvolgimento attivo degli studenti. Numerosi e diversificati i materiali informativi prodotti.

### *Materiale promozionale*

La grafica adottata nei materiali di comunicazione è stata incentrata sull'"attrattività" con messaggi positivi, allegri e colorati. "Fai un pieno di allegria, gusto e fantasia" è lo slogan adottato nella stampa di:

- 100.000 depliant,
- 4.000 tra locandine e manifesti
- 90.000 adesivi.

### *Presentazioni rivolte agli studenti delle scuole coinvolte*

È stata realizzata una presentazione in ciascun istituto condotta da un esperto/animatore. 61 le animazioni che hanno coinvolto oltre 5.500 studenti con degustazione finale di frutta.

- Roma: 31 animazioni, 2723 studenti coinvolti
- Bologna: 17 animazioni, 1.308 studenti coinvolti
- Bari: 14 animazioni, 1340 studenti coinvolti

### *Concorso “Scegli il benessere, crea uno spot per Frutta Snack*

Questa azione di coinvolgimento attivo degli studenti nel comunicare ai loro coetanei l'importanza del consumo di frutta e verdura, ha interessato 52 classi che hanno presentato 92 spot.

Questi gli spot vincitori:

- Roma: Classe 4° A – IPSSCTP “Confalonieri” - titolo: *Tutta un'altra musica*
- Bologna: Classe 5° EM - ITI “E. Majorana” di S. Lazzaro - titolo: *Merenda salutare*
- Bari: Classe 3° L – Liceo Classico “Socrate” di Bari - titolo: *No Frutta, no healthy*

Gli spot sono stati trasmessi da tre radio locali per complessivi 1.420 passaggi.

## **5. Monitoraggio e valutazione della sperimentazione**

Il monitoraggio ha rappresentato una parte importante del progetto.

È stato realizzato attraverso:

- La rilevazione del consumo dei prodotti selezionati effettuata mensilmente dalle ditte del vending.
- Indagine sulle abitudini alimentari degli studenti, sul consumo di ortofrutta e valutazione del progetto realizzata dalla Facoltà di Psicologia dell'Università di Bologna in collaborazione con le omologhe facoltà di Roma e Bari.

*Indagine qualitativa* con focus group: sono stati realizzati

- focus group per insegnanti, 2 a Roma, 1 a Bologna e 1 a Bari  
41 docenti coinvolti (22 a Roma, 12 a Bologna, 7 a Bari)
- focus group per studenti, 2 classi per scuola in 12 scuole  
6 focus a Roma, 3 a Bologna e 3 a Bari  
300 ragazzi coinvolti

*Indagine quantitativa*

Somministrazione di un questionario a circa 2.000 studenti di 21 scuole (14 aderenti al progetto e 7 di controllo, non aderenti a Frutta Snack”). In ogni scuola sono state coinvolte 4 classi selezionate, per un totale di 84 classi.

*Risultati del monitoraggio*

Il progetto ha ricevuto l'apprezzamento degli insegnanti che hanno chiesto la prosecuzione dell'esperienza, perché un progetto educativo, seppur valido, richiede tempo per indurre modifiche stabili nei comportamenti.

Anche gli studenti hanno dichiarato di apprezzare il progetto e di poter volgere la propria attenzione alla frutta ed alla verdura se l'approccio è facilitato e sostenuto.

- gli studenti sostengono che il progetto Frutta Snack rappresenta, indipendentemente dal consumo, un momento di riflessione sull'alimentazione
- il 54 % dei ragazzi dichiara di aver aumentato i consumi di frutta e verdura
- il 45% ha aumentato le sue conoscenze sull'importanza di frutta e verdura

## I PRODOTTI SELEZIONATI

con i Ministeri della Salute e dell'Istruzione e gli Uffici Scolastici Regionali

- Macedonia di frutta fresca
- Confezione monofrutta di stagione
- Mele fresche a fette
- Mele a fette essiccate
- Passata di frutta senza zucchero
- Confezione di frutta secca
- Yogurt da bere alla frutta
- Succhi di frutta 100 % senza zuccheri aggiunti
- Acqua

### CARATTERISTICHE DEI PRODOTTI SELEZIONATI

Prodotto	Peso confezione	Kcal conf.
Macedonia di frutta fresca	150 g	45-75
Confezione monofrutto di stagione	100 g	30-45
Mele a fette fresche	100 g	40
Mele a fette essiccate	25 g	85
Polpa di frutta senza zucchero	100 g	53-70
Confezioni di frutta secca	35 g	156
Yogurt da bere alla frutta	200 ml	160
Succhi di frutta al 100% <small>senza zuccheri aggiunti</small>	160 ml	61-75
Acqua	500 ml	0