



**LICEO CLASSICO STATALE
"GIULIO PERTICARI"**

Liceo Classico-Liceo Scienze Umane- Liceo Economico Sociale
60019 Senigallia – Via d'Aquino, 2 - tel 071-7924909 – fax 071-7921571
anpc040002@istruzione.it anpc040002@pec.istruzione.it
www.perticari.it

**ALTERNANZA
SCUOLA -
LAVORO**
(art. 4. legge 53/2003,
d.lgs. 77/2005)
a.s. 2017/2018



Progetto regionale di educazione cooperativa
Crescere nella cooperazione
Articolazione G2

I cappelli del Sì con Te



REPORT
CLASSE 4^A E
a.s. 2019/2020

TUTOR D'AULA: MARIA CLAUDIA MARINI

TUTOR AZIENDALE: LUCA PAPARELLI

COACH DEL PROGETTO: ENRICA VECCHIETTI

Presentazione

In continuità con lo scorso anno scolastico, la classe 4^a ad indirizzo Economico Sociale ha approfondito la conoscenza dell'azienda partner, la Ce.Di Marche (nelle vesti del dott. Sauro Sasso direttore Marketing e il dott. Luca Paparelli responsabile della formazione) attraverso una lettura attenta dei simboli utilizzati per rendersi visibile ed anche attraverso la proposta di forme inedite di "fare immagine". Ogni rappresentazione reale e fantastica della modernità viene avvolta da una scenografia che, come un effetto "carta da parati", è fatta di brand, dove il marchio diventa parte integrante del processo di narrazione. Il brand ha ormai invaso ogni settore della vita, spostando il suo fronte d'azione ben oltre gli spazi commerciali e gli ambiti di competenza in cui trovava tradizionale collocazione. Sempre più spesso, nel mondo del consumo, non avendo tempo e risorse per decidere, ci si affida all'emozione, quella generata dagli aspetti sensoriali di un prodotto - colore, profumo, disposizione, etc. (oggetto di studio dello scorso anno) oppure al Brand (oggetto di studio del corrente anno scolastico) che ha il compito di trasmettere al prodotto significati simbolici ed affettivi spesso non proprio coincidenti con le caratteristiche strutturali del prodotto. L'emozione diviene pertanto quella variabile in grado di contribuire all'efficacia della pubblicità e alla memorizzazione del messaggio. La generazione dei ns ragazzi è una generazione cresciuta con la logica del desiderio, cioè della soddisfazione come espressione di sé. Proprio per questo è necessario aiutarli a sviluppare anticorpi alle più raffinate politiche di marca, renderli consumatori sempre più preparati e critici, sempre meno disposti a lasciarsi condizionare. Il progetto aveva come obiettivo quello di essere anche strumento di "orientamento" per gli studenti che presto saranno chiamati a fare scelte importanti legate all'indirizzo di studio da intraprendere. L'intero percorso è utile agli studenti come futuri lavoratori: lavoratori della conoscenza.

Per questi motivi il gruppo cooperativo ha ritenuto opportuno ricostituirsi mantenendo lo stesso nome "Insieme Consapevolmente" assumendo il compito di fungere da agenzia di servizi per valorizzare il marchio "Sì con te" in contesti regionali, attraverso la partecipazione ad eventi culturali sul territorio.

Alla cerimonia dell'atto costitutivo, in forma ufficiale alla presenza dei rappresentanti degli Istituti di Credito Cooperativo che hanno promosso il progetto, della coach d'aula, la prof.ssa Enrica Vecchietti e della responsabile scientifica del progetto Crescere nella Cooperazione, la prof.ssa Bianca Maria Ventura, le parti coinvolte, dopo aver concordato il servizio da produrre nel corso dell'esperienza cooperativa, hanno fissato i rispettivi compiti: da un lato il gruppo classe si impegna a produrre entro il 16 maggio uno studio dell'efficacia del marchio nel territorio con restituzione aree di forza e di miglioramento del brand, dall'altro la Ce.Di. Marche, a fronte della consegna

del servizio, dopo averlo opportunamente valutato, avrebbe corrisposto alla classe un compenso di Euro 500 e nr 20 ore di formazione sulla realtà cooperativa e sulle specifiche modalità di lavoro e di organizzazione della propria.

La cooperativa partner

La CEDI Marche è una società cooperativa di imprenditori commerciali ed è la stessa società con cui il gruppo classe ha lavorato l'anno precedente. Suo obiettivo è fornire il servizio ai soci, mentre la sua missione è quella di offrire qualità ai clienti. E' l'azienda fondatrice del supermercato e marchio "Si con te", nato nel 1971 con "Camo" successivamente, il primo gennaio 2010 trasformato in "Si con te". Quest'anno ci ha illustrato come è nato il marchio "SI' con te" soffermandosi sui requisiti da rispettare allorché si crea un marchio, (Semplicità-Familiarità-Facile da ricordare, in una parola "IMMEDIATEZZA"), quali contenuti "valoriali" vuole rappresentare e come li comunica nel territorio.

Alla domanda se oggi la CE.DI Marche, a distanza di 10 anni, risceglierebbe ancora questo nome, ha risposto in modo affermativo, in quanto è un messaggio semplice ed è il miglior modo per esprimere vicinanza al cliente.

Il protocollo d'intesa

La firma del Protocollo di intesa è un momento ufficiale, molto importante in quanto le parti coinvolte si prendono un impegno. Quest'anno, da un lato, il gruppo classe si impegnava a rendicontare su come era stato percepito il marchio Sì con Te, sulla base di quanto appreso durante la formazione; dall'altro, la cooperativa partner, a fronte della consegna del servizio, avrebbe corrisposto alla classe nr 20 ore di formazione sulla realtà cooperativa e sulle specifiche modalità di lavoro e di organizzazione della propria ed un compenso di Euro 500. Con questo atto formale, sono state condivise le finalità educative, come ad esempio l'impegno a lavorare insieme, ad interagire tra i compagni, partecipando alle scelte e alle azioni del gruppo per il raggiungimento di uno scopo comune, assumendo la responsabilità dei successi e degli insuccessi del gruppo. Obiettivo del lavoro cooperativo era fungere da Agenzia di servizi per la cooperativa partner con il compito di valorizzarne il marchio attraverso la partecipazione ad eventi nel territorio. Per fare ciò era importante conoscere bene l'azienda, il marchio e i suoi contenuti valoriali.

Realizzazione

A) NARRAZIONE-DOCUMENTAZIONE DELLA FASE 1 DEL PERCORSO (DAL 4 OTTOBRE 2019 AL 25 FEBBRAIO 2020)

Il progetto è iniziato con la partecipazione di due rappresentanti del gruppo cooperativo all'incontro di presentazione della XIV edizione del Progetto Crescere nella Cooperazione avvenuta il 4 ottobre 2019 presso la sede della Federazione Banche di Credito Cooperativo di Ancona. In quella occasione le due ragazze hanno raccontato l'esperienza di PCTO dell'anno appena concluso, ripercorrendo le tappe principali del percorso, le difficoltà incontrate, gli obiettivi conseguiti.

E' stato un pomeriggio carico di emozioni e di soddisfazioni.

Successivamente il gruppo classe ha riconfermato il nome del gruppo cooperativo "InSIeme CONsapevolmenTE" in quanto riassumeva i tre aspetti fondamentali dell'esperienza anche per il corrente anno: i principi della cooperazione, il nome "Sì con Te" oggetto di studio, il maggior grado di consapevolezza che avrebbe raggiunto al termine di questo percorso.

Il primo incontro con la coach del Progetto Crescere nella Cooperazione, la prof.ssa Enrica Vecchietti, avrebbe dato l'avvio ai lavori di cooperazione.

Tappa fondamentale del percorso è stata la firma del protocollo d'intesa con la cooperativa Ce.Di. Marche, con la quale si dava inizio ufficiale al percorso e veniva definito il ruolo di ciascuno.

Da qui in avanti si sono susseguiti una serie di incontri di formazione in aula che hanno costituito un interessante ampliamento dell'offerta formativa curricolare riguardante i seguenti argomenti:

- Emozioni nella comunicazione e nella pubblicità a cura dello psicologo del lavoro il dott. Patrizio Massi
- Il Brand Festival: il Branding a cura del dott. Cristian Brunori cofondatore del Brand Festival
- Psicologia dell'organizzazione aziendale a cura del dott. Luca Paparelli responsabile della formazione della Ce.Di Marche che ci ha raccontato come l'azienda si rende visibile, quali politiche adotta per farsi conoscere sul territorio

Di grande interesse sono stati gli incontri in presenza con i tre formatori, al fine di unire la teoria alla pratica attraverso l'elaborazione di quadri cinesi e considerazioni sui risultati. L'elaborazione dei dati ottenuti è stata l'occasione per assemblare i risultati di ciascun membro e fare alcune riflessioni sul marchio dal punto di vista dell'azienda ma anche come veniva percepito dai singoli ragazzi. Tali incontri sono stati banchi di prova per preparare il materiale per le manifestazioni Brand Festival, Fosforo, MappedLab. [4. b Report quadri cinesi.pptx](#)

B) ILLUSTRAZIONE DELLE ATTIVITA' PREVISTE IN FASE DI PROGETTAZIONE MA NON REALIZZATE PER LA SOSPENSIONE DELLE ATTIVITA' IN PRESENZA E RINVIATE ALL'A.S. 2020/2021

Attraverso la partecipazione alle distinte manifestazioni sul territorio da parte di piccoli gruppi di studenti del Liceo classico G. Perticari di Senigallia (7/8 alunni) accompagnati dall'insegnante referente del Progetto e dallo psicologo del lavoro, il dott. Patrizio Massi, i ragazzi avrebbero raccontato l'esperienza della Ce.Di Marche in relazione al Brand.

- 1) Brand festival a Jesi (dal 3 al 9 aprile) Il Brand Festival è l'evento di discussione, confronto e progettazione sull'identità di marca, un festival dedicato alla comunicazione e al marketing con al centro lo sviluppo di strategie di Branding, nazionali e locali. Durante tutta la durata del festival, solitamente di sette giorni, si svolgono workshop, laboratori, convegni, presentazioni ed incontri per professionisti, commercianti, aziende e appassionati. In questa occasione un piccolo gruppo della classe avrebbe presentato come la Ce.di Marche aveva comunicato il Marchio (a livello istituzionale e a livello locale (dei singoli punti vendita) anche attraverso una Presentazione in Power Point.
- 2) Fosforo a Senigallia (maggio) è la festa della scienza, che comunica in molti modi la bellezza della scienza. La partecipazione era motivata da: analisi psicologica-estetica, come pensiamo le immagini. Un altro piccolo gruppo, al termine del percorso di formazione, avrebbe raccontato come la classe aveva percepito il marchio Sì con Te (Presentazione in Power Point).
- 3) MAPPELAB la piattaforma di comunicazione integrata web che mette in valore la rivista, gli eventi e la rete social. Un piccolo gruppo della classe ha realizzato la bozza per un articolo per la rivista, dove venivano illustrate le caratteristiche nel nuovo supermercato "SI con TE", la cui inaugurazione, prevista per il 30 marzo, è avvenuta il 4 giugno. Per essere completo, il lavoro necessitava un sopralluogo nel vecchio "Sì con Te" (la cui visita era prevista per l'11 marzo) per poi confrontarlo con il nuovo.



Il sindaco all'inaugurazione



Benedizione del parroco di Marzocca

A conclusione dei lavori, ogni gruppo avrebbe presentato il proprio elaborato ai compagni e sarebbe servito come banco di prova di ciò che avrebbero presentato in pubblico.

La riprogettazione:

Il settimo Cappello del “Sì con Te”: *La percezione del supermercato nell’epoca del Covid 19*

L

Aggiungendo il settimo cappello il gruppo cooperativo Insieme Consapevolmente ha approfondito la conoscenza della cooperativa partner attraverso uno sguardo ulteriore sulla realtà dei supermercati *SiconTe* in epoca di Covid 19.

Una volta condiviso il percorso da seguire, docente tutor e formatore della Ce.Di hanno continuato il cammino condividendo le scelte da operare, gli argomenti da trattare e il materiale necessario per guidare i ragazzi verso un’osservazione attenta ed oggettiva; in tal modo il gruppo cooperativo ha potuto procedere nel percorso di formazione al fine di eseguire le consegne in modo adeguato.

Di grande utilità sono stati gli incontri con la classe, attraverso la piattaforma google meet, rendendo possibile lo scambio di informazioni e la possibilità di chiarire eventuali dubbi.

PUNTO A

Come cambiano le dinamiche del supermercato Si Con Te durante l’emergenza coronavirus?

Con l’emergenza i vari punti vendita della catena hanno dovuto riorganizzarsi, per far rispettare le distanze nell’attività lavorativa e per non creare assembramenti nell’area di vendita.

Sono stati modificati gli orari di lavoro con l’ingresso scaglionato dei dipendenti, per mantenere al pubblico i consueti orari di apertura, tornando al giorno di chiusura settimanale (la domenica) nelle prime settimane di emergenza.

Ogni punto vendita si è organizzato per il contenimento e la regolamentazione del flusso di persone all’esterno e all’interno del punto vendita.

All’entrata, ma anche vicino alle casse, sono stati messi a disposizione della clientela guanti monouso e liquido sanificante, a seguito dell’obbligo imposto con il decreto emanato dal governo.

Hanno munito di mascherine, guanti ed altri dispositivi di protezione (barriere in plexiglass, visiere trasparenti) tutti i loro dipendenti e hanno garantito anche per loro il distanziamento sociale, sia dentro gli spogliatoi che nei servizi ed altri spazi comuni riservati alla pausa, attraverso modalità di distanziamento ed orari di accesso intervallati di 5 minuti l’uno dall’altro.

Le ore di lavoro dei dipendenti sono aumentate, soprattutto nelle primissime settimane di emergenza, per poter rispondere alle “nuove” esigenze di tutti, ma anche per far trovare ai clienti tutti i prodotti necessari sugli scaffali e per igienizzare correttamente tutti i reparti del supermercato.

In molti punti vendita, infine, è stato attivato, con ditte esterne specializzate, un servizio di sanificazione di tutti gli ambienti (laboratori, ufficio, magazzini, spogliatoi, servizi

ed area di vendita) effettuato dopo l'orario di chiusura serale con appositi nebulizzatori idonei ad eliminare batteri e virus dalle superfici e dall'ambiente.

Le foto in basso ritraggono due operatori all'interno del supermercato durante l'opera di sanificazione



Altre immagini relative alle misure volte a contenere il contagio a favore della clientela:



Infine poi, ma non per importanza, troviamo un'immagine relativa alle misure di contenimento del contagio a favore del personale del Si Con te:



PUNTO B

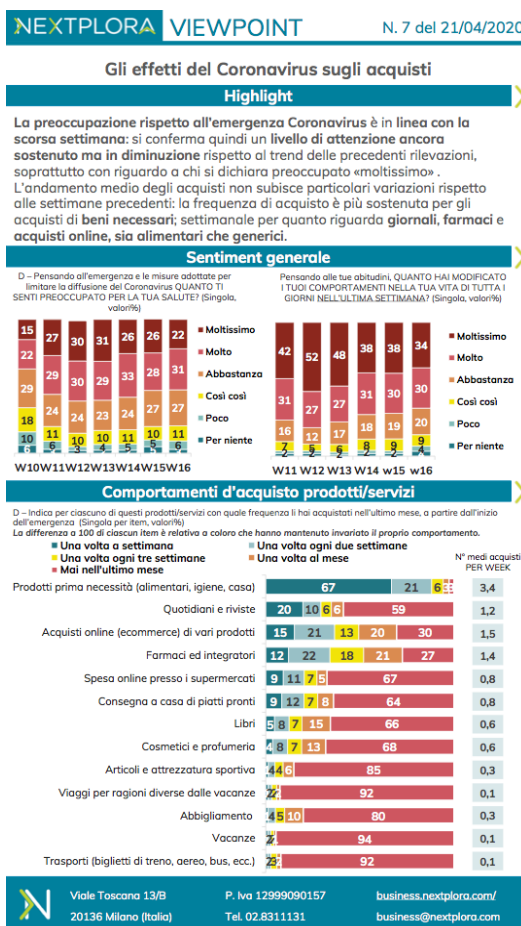
Che posto rappresenta il supermercato nelle giornate di lockdown?

Durante il lockdown il supermercato è diventato anche un luogo di svago. Secondo i dati di una ricerca Nilsen, dal 17 febbraio al 3 maggio gli acquisti nella grande

distribuzione sono aumentati del 4,2% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno a parità di negozi aperti.

Abbiamo trascorso due mesi in condizioni di mobilità limitata e socialità praticamente annullata: i negozi di beni primari hanno rappresentato l'unica occasione di svago per l'intero Paese, ma al contempo, anche la cartina tornasole di bisogni, apprensioni e nuovi desideri. Da una settimana all'altra, infatti, le priorità nel carrello sono diventate i prodotti da dispensa, i prodotti igienico-sanitari e gli ingredienti basilici. Nella tabella sottostante sono evidenziati i comportamenti di acquisto durante le prime settimane del Covid-19. Tale analisi è tratta da uno dei report "Nielsen Covid-19" report di Nielsen (banca-dati italiana per la distribuzione commerciale) aggiornato al 24 Aprile 2020 con i principali trend di vendita delle varie macrocategorie di prodotti in Italia, che ci ha inviato la Ce.Di Marche, come materiale di studio per la realizzazione della Riprogettazione sull'analisi dei principali cambiamenti sul mercato nazionale nel periodo "covid-19".

Questo materiale è stato visionato dal gruppo cooperativo e ritenuto molto interessante



Al contempo, abbiamo osservato la velocissima crescita di due canali: l'eGrocery e i piccoli negozi di vicinato. Entrambi, in modi diversi, rispondono a due macro esigenze emerse durante la quarantena: quella di non potersi allontanare troppo da casa, e quella di non poter proprio uscire.

Per quanto concerne i supermercati, essi si sono rivelati a volte anche luoghi di ritrovo con altre persone, a volte luoghi dove poter scambiare due parole, seppur alla debita distanza e con le dovute precauzioni, a volte anche una scusa per uscire dalle proprie abitazioni.

Possiamo quindi affermare che, in questo periodo, i supermercati sono stati di grande aiuto alle persone perché considerati come momenti di svago per alcuni e di distrazione per altri.

In alcuni momenti, specialmente all'inizio, il fatto di utilizzare i supermercati come luoghi di svago ha provocato un sovraffollamento di persone in coda per potervi accedere.

Con il passare dei giorni, però, le cose sono migliorate in quanto ogni persona ha cominciato a comprendere meglio come affrontare il vero problema che stava e che sta ancora generando il coronavirus o Covid 19 nel mondo.

PUNTO C

Supermercato luogo sicuro ?

Alla domanda: supermercato luogo sicuro?, la risposta non è semplice e riflette la complessità della situazione e dell'argomento.

I supermercati, come abbiamo detto precedentemente, sono attualmente considerati luoghi di ritrovo per alcune persone e questo può provocare un sovraffollamento. Inoltre, la presenza del personale addetto al carico da scaffale, che in genere viene effettuato durante l'orario di apertura del supermercato, è un altro elemento che rende poco sicuro il luogo. A tale riguardo, proprio per limitare i rischi di contagio, alcuni supermercati "Sì con Te", hanno riorganizzato i turni di lavoro, spostando l'allestimento degli scaffali dopo l'orario di chiusura.

La giusta considerazione è che nessun luogo aperto al pubblico può essere considerato "sicuro", perché con tante persone attorno, il contagio può avvenire più facilmente. Tuttavia crediamo che, se ogni persona adotta le giuste misure di sicurezza, come ad esempio: mascherina, guanti e distanziamento sociale, allora possiamo dire che i supermercati sono luoghi sicuri per ognuno di noi .

Qui di seguito sono riportate alcuni cartelli e dispositivi che ci aiutano a capire in maniera pratica le misure prese dal supermercato:



PUNTO D

Il supermercato come servizio: quali forme di vicinanza tra supermercato e clientela?

Anche la catena Si con te, come altri supermercati, ha aderito all'iniziativa che permette alle famiglie più bisognose, durante questo periodo di emergenza, la possibilità di utilizzare i buoni spesa forniti dai propri comuni di residenza, inoltre viene garantito uno sconto di un'ulteriore 10% sulla spesa al momento del loro utilizzo.

Per soddisfare le esigenze della clientela, aiutandola a limitare le uscite dalla propria residenza, hanno iniziato ad effettuare le consegne a domicilio, un servizio gratuito (o con un contributo su spese di importo limitato), con l'aggiunta della possibilità, a vantaggio del cliente, di pagare con i contanti o con POS. Oltre alla consegna a domicilio, alcuni supermercati hanno sperimentato il servizio di "preparazione della spesa": ordinando la spesa con una e-mail o con una app presente sul sito, il cliente può ritirarla in negozio senza "fare la fila".

Questi servizi sono stati decisamente apprezzati dalla popolazione, indipendentemente dalla fascia di età, e, per questo motivo, diversi punti vendita hanno effettuato consegne non solo nel comune, ma anche in zone limitrofe, dando la possibilità, anche ai clienti più affezionati, di poter continuare a fare la spesa nel loro supermercato di fiducia.

Il numero dei prodotti venduti in promozione è piuttosto elevato, e riguarda anche prodotti di prima necessità e quelli necessari ad organizzare una "scorta" familiare. Questi ultimi in particolare hanno avuto un notevole incremento di vendite nel periodo condizionato dall'emergenza Covid-19, insieme ai prodotti relativi alle esigenze igienico-sanitarie per la casa e per la persona (detergenti, igienizzanti e sanificanti in genere...). Un altro aspetto che dimostra sensibilità da parte della Ce.Di Marche è stata la donazione di 22 posti letto di terapia intensiva agli Ospedali Riuniti di Ancona (Torrette).



IL BILANCIO DELL'ESPERIENZA a cura dei ragazzi

Anche quest'anno la nostra esperienza cooperativa ha avuto delle aree di criticità, tra cui la tempistica, l'organizzazione dei gruppi e la ripartizione dei compiti in maniera equa.

Rispetto allo scorso anno ci siamo resi conto di aver interagito molto di più tra noi compagni e con la cooperativa partner. Il lavoro è stato quasi nella totalità gradito e sosteniamo di aver raggiunto l'obiettivo prefissato. Ciò che più ci ha influenzato è stata la necessità di dover riprogettare e svolgere il lavoro in modalità smart-working. Lavorare secondo lo spirito cooperativo in questa nuova modalità, non è stato facile, in quanto non potevamo interagire in maniera diretta. La riprogettazione è stata da noi vissuta come un lavoro in più rispetto a quello prestabilito. I valori di solidarietà, aiuto reciproco, cooperazione e ascolto, a nostro avviso, sono stati applicati durante tutto il percorso di PCTO, in maniera più evidente durante il regolare periodo scolastico, mentre in maniera meno evidente durante il periodo della Dad.

Al termine di questo percorso possiamo ritenerci soddisfatti di aver acquisito nuove conoscenze teoriche e pratiche e portato a termine quanto dovevamo nei termini fissati.

IL BILANCIO DELL'ESPERIENZA a cura della tutor d'aula

Partendo dallo studio dei concetti di identità, percezione e contesto, il progetto prevedeva di far partecipare gli studenti e il marchio Si con te ai festival culturali del territorio. Chiaramente con l'annullamento delle manifestazioni, a causa del Covid 19, il progetto ha dovuto fermarsi, il gruppo cooperativo è stato costretto a fare il punto

della situazione, fare chiarezza tra ciò che si era fatto fino ad allora, ciò che non si poteva fare più e ciò che si poteva ancora fare. Essendo partiti ad inizio anno scolastico, da novembre a febbraio i ragazzi avevano seguito tutta la formazione prevista dal progetto, creato i gruppi di lavoro, e stavano iniziando le bozze dei differenti prodotti da presentare alle manifestazioni del territorio. L'impossibilità di prendervi parte ha inciso profondamente sulla motivazione dei ragazzi, i quali non hanno più collaborato allo stesso modo, considerando la riprogettazione un lavoro in più da eseguire, anche se, ripetutamente ed in diversi modi, si è cercato di far comprendere loro che, quanto proposto, oltre ad avere la finalità di mantenerne intatto l'intento educativo condiviso tra tutti i Soggetti coinvolti in fase di presentazione del progetto da realizzare, era da considerarsi un'opportunità per conoscere l'azienda partner, in una condizione di emergenza (il settimo cappello del "Sì con te") e quanto non fatto rinviato al prossimo anno. In questo nuovo contesto i ragazzi si sono trovati a fare i conti con la frustrazione. Sappiamo bene quanto l'adolescenza sia un periodo critico rispetto alla capacità di tollerarle. Inoltre la difficoltà ad accettare le correzioni alle consegne dei lavori eseguiti (ad es. le schede di autoosservazione) e il forte bisogno di approvazione sono indice di insicurezza e di immaturità da parte di molti in questo gruppo classe. Più volte si è cercato di far comprendere loro l'importanza di affrontare i fallimenti, sottolineando il valore della tenacia, dello sforzo, della pazienza per raggiungere gli obiettivi prefissati.

La modalità di didattica a distanza, se da un lato ha evidenziato il grande senso di responsabilità di diversi di loro, per lo più composta dalla componente femminile, dall'altra ha incentivato la non partecipazione alle attività individuali e di gruppo da parte di altri componenti. Più volte sono stati invitati a riflettere sul nome scelto "Insieme consapevolmente" in quanto con la nuova modalità di didattica a distanza è stato più faticoso percepirsi come gruppo, di conseguenza le dinamiche non sempre sono state positive, i conflitti si sono accentuati a causa di poca capacità organizzativa anche nelle semplici consegne (chi fa cosa al fine di raggiungere l'obiettivo prefissato).

Credo che questo progetto sia stato un ottimo "laboratorio", dove gli studenti, con la giusta formazione, hanno potuto sperimentarsi ed entrare nelle logiche del mondo del lavoro. Tuttavia, dal mio punto di vista, l'aspetto più importante è che questi giovani, in un mondo in cui si ha sempre più necessità della collaborazione reciproca, apprendano le dinamiche del lavoro di gruppo per trovare insieme la soluzione che possa rispondere nel modo migliore alla richiesta. Al termine di questo percorso, coloro che avevano lavorato durante l'intero anno scolastico, hanno dato dimostrazione di grande senso di responsabilità, portando a termine i lavori assegnati, nonostante la non operosità di altri, riuscendo in tal modo ad arrivare al traguardo nei tempi stabiliti. A tale riguardo sarebbe auspicabile posticipare i termini di presentazione dei documenti del progetto "Crescere nella Cooperazione" (in autunno), in modo da non appesantire ulteriormente ragazzi e docenti in un periodo già carico di impegni e scadenze.

BIBLIOGRAFIA

Il pensiero laterale - De Bono, Edward, Carelli,

SITOGRAFIA

SITOGRAFIA DIDATTICA:

www.pubblicitaprogresso.org

www.nudgeitalia.it

SITOGRAFIA EVENTI:

www.mappelab.it;

www.fosforoscienza.it;

www.brandfestival.it.