



Il primo giornale per una città intelligente

Global Junior Challenge 2012 : 90 progetti internazionali, 18 finalisti, 1 solo vincitore



22 ottobre 2012 - "Global Junior Challenge", è una competizione internazionale biennale che premia l'uso innovativo delle tecnologie per l'educazione e l'inclusione sociale. Promosso da Roma Capitale, il concorso è organizzato dalla **Fondazione Mondo Digitale** sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica Italiana e con il patrocinio del Ministero degli Affari Esteri. Quest'ultima edizione del 2012 ha visto complessivamente, nelle varie categorie, la partecipazione di 402 progetti provenienti da 19 paesi. Nella categoria "**fino a 18 anni**", erano in gara 90 progetti provenienti da ogni parte del mondo (Belgio, Olanda, Egitto, Brasile,

Ungheria, Nepal, etc.) e da tutta Italia.



La giuria ha decretato come vincitore il progetto presentato dagli studenti della classe 4^B del "Galilei Costa" di Lecce dal titolo "**Web promotion della Dieta Med-Italiana**", che ha come obiettivo quello di promuovere su scala mondiale lo **stile alimentare e di vita italiano** (conosciuto come Dieta Mediterranea) attraverso la creatività più sfrenata e l'**approfondito e capillare uso delle ICT**, ossia delle potenti ed innovative tecnologie di comunicazione digitale. Con quest'ultimo riconoscimento, l'istituto pugliese conferma

anche per il 2012 il titolo di "scuola più premiata d'Italia". Questa la motivazione della giuria:

"Per aver saputo sapientemente valorizzare la tradizione dei prodotti della nostra terra con l'innovazione offerta dalle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) e per aver creato un'opportunità di lavoro per i giovani del territorio. Progetto ambizioso, con l'obiettivo di aumentare l'export nel settore agroalimentare e stimolare la ripresa dell'economia reale basata sulla "tripla A": agricoltura, alimentazione e ambiente, che trova il suo punto di forza sulla promozione della Dieta Mediterranea. Gli autori hanno curato, nei minimi particolari, tutti gli aspetti comunicativi che accompagnano la promozione di un'idea; di un prodotto. Partendo dalla creazione e registrazione di un marchio, gli autori del progetto hanno utilizzato strumenti innovativi come quelli offerti da internet (sito web, blog, social network, mail, ...), ma anche idee tradizionali sempre efficaci, come quella di organizzare il "Festival della Dieta Med-Italiana" per diffondere un corretto e sano stile e regime alimentare e promuovere la vendita all'estero dei prodotti agroalimentari locali. Tra tutte le idee spicca l'idea, a forte impatto mediatico, di aver donato con l'assegnazione onoraria alla First Lady USA Michelle Obama un ulivo ultramillenario salentino quale riconoscimento per tutta l'attività svolta negli Stati Uniti a favore della Dieta Mediterranea attraverso la sua iniziativa "Let's Move". Un esempio da seguire per altre iniziative atte a promuovere e valorizzare prodotti, beni e tradizioni di un Paese."