
Scuola: Università Cattolica, il 31 maggio la presentazione della ricerca "Community Shopping"

Sentirsi chiedere dalla cassiera se vogliamo i “bollini” e vedere l’entusiasmo dei ragazzi e dei genitori nel raccogliarli è diventata una consuetudine nella grande distribuzione italiana da dieci anni. La ricerca “Community Shopping. Retail, responsabilità sociale e sostegno alla scuola”, che sarà presentata martedì 31 maggio, all’Università Cattolica a Milano (aula Pio XI ore 14.30), si focalizza proprio sui bollini che servono ad aiutare la scuola dei propri figli a ricevere tecnologia e materiali di consumo. In occasione del decennale delle campagne community orientate alla scuola, il Centro di Ricerca sull’Educazione ai Media, all’Innovazione e alla Tecnologia (Cremi) dell’Università Cattolica insieme a The Continuity Company, società leader nel loyalty marketing, ha condotto un’indagine qualitativa e quantitativa sugli effetti di queste campagne rivolte alla comunità: sono oltre 160 i milioni di euro in premi che 3 tra le più importanti insegne della grande distribuzione organizzata hanno donato a più di 40.000 scuole italiane grazie alle campagne Amici di Scuola (Esselunga), Coop per la Scuola (Coop) e Insieme per la Scuola (Conad). Le catene al centro dell’indagine si collocano in una logica di sussidiarietà, diventando in qualche modo partner della scuola. Pier Cesare Rivoltella, direttore del Cremi e ordinario di Didattica e Tecnologie dell’istruzione dell’Università Cattolica, individua tre riflessioni sollecitate dalla ricerca: "Il legame della scuola con il mercato: non si rischia di confondere le ragioni del consumo con la scuola? Poi, il rapporto della scuola con le tecnologie digitali e il principio di significatività: prima ancora di chiedersi cosa serva acquistare, o come utilizzarlo in classe, la domanda da porsi è? relativa al perché. Infine, misurare quanto le aziende del retail si pensino in funzione della comunità? e concepiscano la propria mission anche nella prospettiva della creazione di valore per il territorio, collegandosi alla grande tradizione educativa di capitani d’industria italiani mossi da una profonda consapevolezza e sensibilità pedagogica".

Filippo Passantino