

SCHEDA 5

Strategia didattica 1

Riconoscere la sostenibilità

FASE 4

OBIETTIVO: riconoscere la sostenibilità dei prodotti dai video delle campagne promozionali

ATTIVITÀ DI GRUPPO

1. Ogni gruppo guarda i seguenti video di campagne promozionali utilizzate da diverse aziende per presentare i propri prodotti.

[Video 1](#)

[Video 2](#)

[Video 3](#)

2. Ogni gruppo riflette sulle informazioni che si possono ricavare in merito all'impegno delle imprese nell'ambito della sostenibilità sociale.

3. Ogni gruppo svolge una breve ricerca online sulle aziende in questione per verificare se l'impressione suscitata dalle campagne promozionali trova riscontro nelle dichiarazioni ufficiali d'intenti e nei dati concreti relativi all'attività d'impresa.

4. Ogni gruppo risponde alle seguenti domande.

a. Quali aspetti della propria attività (uguaglianza di genere, tutela dei lavoratori con disabilità, smart working, ecc.) sono posti in maggiore evidenza dalle aziende che intendono dimostrare il proprio impegno in termini di sostenibilità sociale?

.....

.....

.....

.....

b. Ci sono dati ufficiali che confermano questa mission?

.....
.....
.....

c. Le strategie che l'impresa mette in atto per promuovere l'equità e la giustizia sociale riguardano solo la sua struttura interna o si estendono anche alle sue filiere, coinvolgendo le popolazioni locali? Con quali effetti?

.....
.....
.....

5. I gruppi si confrontano in classe sui risultati della ricerca svolta e riflettono sull'efficacia delle diverse strategie comunicative nel veicolare il messaggio etico dell'azienda, rispondendo alle seguenti domande.

a. L'impegno etico che un'azienda dimostra in campo sociale ha delle ricadute positive sulla sua reputazione?

.....
.....
.....

b. In che modo questo orienta le scelte del consumatore?

.....
.....
.....

c. Quali altri soggetti (pubblici e privati) possono essere influenzati nel loro giudizio sull'attività aziendale? Con quali vantaggi per l'impresa?

.....
.....
.....

