****

**GENERAZIONE Z E ALIMENTAZIONE**

**UN’AMICIZIA RACCOMANDABILE:**

**ACQUA LETE PARTECIPA AL TALK E**

**CONTINUA A PROMUOVERE IL CONTEST LET’S CIAK**

*Del Giudice: “A scuola inserire l’educazione alimentare”*

Talk organizzato da **Giffoni Innovation Hub**

in collaborazione con **Fondazione Valter Longo**

 ****

Alimentazione e stile di vita corretti, giusta quantità d’acqua, educazione alimentare per le nuove generazioni. Queste le principali tematiche discusse durante l’incontro organizzato per i giovani dell’Innovation Hub, intitolato “GENERAZIONE Z e ALIMENTAZIONE un’amicizia raccomandabile”. In occasione della 50 sima edizione del Festival, Giffoni Innovation Hub in collaborazione con la fondazione Valter Longo, propongono ai giffoner, alle istituzioni, agli operatori, agli insegnanti e ai media un panel sull’importanza della divulgazione dei principi del mangiare bene e del vivere sano ai ragazzi della Generazione Z, per stimolare tra i giovani e l’alimentazione, la nascita di un rapporto di amicizia sano, sincero e, soprattutto, duraturo. Il talk, moderato da **Leonardo Valente** (Founder & CEO Media Beats), ha visto protagonisti **Sandro Del Giudice** (responsabile Qualità, Ambiente, Risorse Idriche di Acqua Lete), **Antonluca Matarazzo** (direttore generale Fondazione Valter Longo) e **Nicola Sapio** (ideatore del format Feel Good e Content Manager Giffoni Innovation Hub)

**Generazione Z:** sono i nati tra il 1995 e il 2010, hanno quindi tra i 10 e i 25 anni di età. In Italia sono circa 9 milioni, la maggior parte sono studenti anche se 1 milione di loro è già entrato nel mondo del lavoro. Sono i portatori del processo di cambiamento verso il mondo nuovo, anche nell’ottica delle trasformazioni rese più urgenti dalla crisi globale causata dall’emergenza sanitaria da Covid-19. Per sintetizzare le loro caratteristiche principali: sono nativi digitali, non hanno mai conosciuto il mondo senza internet ed hanno un uso esperto degli strumenti digitali e delle piattaforme social. Rispetto alla generazione precedente evidenziando una maggiore consapevolezza verso tematiche che impattano sul loro futuro come l’inquinamento, le energie rinnovabili, la lotta allo spreco alimentare. A scuola studiano l’impatto del cambiamento climatico sul pianeta e sulla salute dell’uomo.

**Alimentazione**: la società moderna ha mutato il nostro sistema di vita con la diffusione di modelli comportamentali e stili di vita che influiscono negativamente sulle abitudini alimentari e sull’attenzione alla cura della salute e del benessere. In tale contesto sono soprattutto i bambini e i ragazzi a subire le conseguenze negative di simili comportamenti sociali, per esempio i disordini alimentari possono determinare delle carenze nutrizionali tali da condizionare alcuni aspetti della crescita. Non è un caso il crescente numero dei soggetti obesi tra i ragazzi.L’educazione alla corretta alimentazione è quindi una tematica da privilegiare nei confronti della Generazione Z, sia perché incide sullo sviluppo psicofisico dei bambini e dei ragazzi sia perché contribuisce in modo significativo a creare le premesse per una vita sana ed equilibrata. Il mondo post C-19 rende questo obiettivo ancora più urgente con la necessità di individuare nuove modalità per far appassionare i bambini al tema.

«Il nostro operato quotidiano è orientato alla valorizzazione e comunicazione dei benefits funzionali dei nostri prodotti che possono contribuire a garantire uno stato di salute ottimale – ha detto **Sandro Del Giudice**, che ha brevemente illustrato l’importante ruolo che svolge l’acqua minerale e Acqua Lete in particolare durante la crescita grazie al suo equilibrio unico tra calcio e sodio – Il calcio, essenziale per il nostro organismo, è l’elemento più importante per costruire e mantenere ossa forti nel tempo. La maggior parte della massa ossea viene accumulata entro i 18-20 anni, ecco perché è fondamentale adottare un corretto regime alimentare fin dai primi anni di età assumendo cibi ricchi di calcio e il consumo quotidiano di acqua Lete, ricca di calcio assimilabile, rappresenta un’ottima fonte di questo prezioso alleato della nostra salute. L’acqua che è alla base della piramide alimentare è trascurata dal punto di vista dei suoi valori nutrizionali – conclude Sandro Del Giudice – e gli importanti minerali che è in grado di apportare al nostro organismo andrebbero maggiormente valorizzati dal punto di vista della divulgazione dei corretti stili alimentari, questo è uno dei nostri maggiori impegni”

A spiegare gli obiettivi della Fondazione Longo è stato **Antonluca Matarazzo**. «È necessario favorire la tutela e il diritto alla salute e al benessere – ha esordito il direttore generale Fondazione Valter Longo – Come fondazione riteniamo che sia auspicabile una collaborazione tra Giffoni Innovation Hub, il Giffoni Film Festival e la fondazione Valter Longo. Vogliamo trasferire le conoscenze scientifiche, i nostri studi e monitoraggi, accrescere la competenza e la conoscenza dei ragazzi sulla corretta alimentazione. Possiamo creare un sistema all’interno delle comunità scolastiche. Il diritto alla salute spesso è inaccessibile per motivi economici. Inoltre esiste una certa sottovalutazione del problema alimentare. La comunità scolastica è l’ambiente principale dove poter ampliare il discorso. Uno stile di vita salutare permette di contrastare le patologie correlate all’avanzamento dell’età, malattie oncologiche, cardiovascolari. Bisogna intervenire su alcuni fattori di rischio. Un’alimentazione corretta permette di allungare di 12, 14 anni la vita. L’amicizia tra giovani e cibo è fondamentale e può migliorarci».

Poi è arrivato il momento di presentare il progetto Feel Good, che verrà presto introdotto nel mondo scolastico. «Feel Good è un progetto per scuole primarie e secondarie di primo grado – ha spiegato **Nicola Sapio** – La società moderna ha fatto sì che alcune abitudini alimentari si siano sballate. La mission del format è quello di educare alla salute e corretta alimentazione all’interno delle scuole. Lo strumento che utilizzeremo è il digitale, con contenuti legati all’intrattenimento e spingendo i ragazzi a creare contenuti. Ci saranno 4 fasi, una prima legata alla divulgazione con accesso al portale on line e l’invio di un kit didattico: poi una fase chiamata “creatività” attraverso le challenge con progetti di classe, poi una fase 3 chiamata “condivisione” con la realizzazione di un contest e infine una fase 4 intitolata “partecipazione” dove viene organizzato un evento live, il Feel Good Day. Il portale online conterrà tutte le fasi e si potranno scegliere i percorsi. Il kit didattico si differenzia tra le due fasce di età: da una parte i ragazzi delle scuole elementari con il percorso “Una settimana da leone”, dall’altra le scuole medie i cui studenti abbiamo pensato di sfidare sul campo dei social network tramite un progetto chiamato “feel good stories”. Poi ci saranno laboratori didattici in classe».

**Acqua Lete** è Main Sponsor del Giffoni Film Festival 2020 e accompagna da agosto a dicembre i giovani partecipanti e le loro famiglie in ogni momento dell’evento attraverso l’attivazione di progetti speciali. Acqua Lete, per il secondo anno consecutivo, conferma la sua partecipazione al più importante Festival del Cinema al mondo dedicato alle giovani generazioni: è Main Sponsor del Giffoni Film Festival. «I giovani – afferma Nicola Arnone presidente di Acqua Lete – sono il nostro futuro e avvertiamo, oggi più che mai, la responsabilità di stabilire con loro una connessione, un dialogo costruttivo che sia un incoraggiamento a non mollare mai durante le avversità e a guidarli alla scoperta e al consolidamento di valori forti e positivi».

Quest’anno, infatti, Acqua Lete partecipa al Giffoni Film Festival, non solo in veste di Main Sponsor, ma come promotrice di un social contest innovativo che muove la leva della passione per il cinema: **Let’s Ciak**. L’iniziativa stimolerà i giovani creator a raccontare il valore e il senso dell’amicizia attraverso la piattaforma “Tik Tok”. Tra tutti i video realizzati, i più belli, scelti dalla Giuria Giffoni, andranno a creare il cortometraggio sull’amicizia prodotto da Lete che sarà proiettato a dicembre durante la fase finale del Giffoni Film Festival. Il contest sarà comunicato attraverso il packaging del formato Lete da 50 cl dedicato alla partnership Giffoni, i materiali per i punti vendita, sul sito ufficiale www.acqualete.it/lets-ciak/ e su tutti i canali social di Giffoni e di Acqua Lete con il coinvolgimento di un influencer amico di Giffoni: Tommy Cassi.

**Fondazione Valter Longo Onlus** è un’organizzazione non profit nata per volontà del Professor Valter Longo con l’obiettivo di ottimizzare una Longevità sana, che inizia già da bambini e continua durante l’intero ciclo di vita, promuovendo uno stile di vita salutare e abitudini alimentari che possano rallentare e contrastare l’insorgenza di importanti patologie correlate all’avanzare dell’età o non trasmissibili tra le quali tumori, diabete, obesità, malattie cardiovascolari, autoimmuni, come il Morbo di Crohn e la sclerosi multipla, e patologie neurodegenerative come l’Alzheimer.