

## Riassunto del rapporto finale

### Escape Addict

[Banca dati dei progetti finanziati \(admin.ch\)](#)

Escape Addict (EA) è un progetto realizzato da Promotion santé Valais per sensibilizzare gli allievi del livello secondario I sulla tematica delle dipendenze. Si tratta di un serious game ispirato alle «escape room». Gli allievi devono infatti risolvere vari enigmi con l'ausilio di alcuni dispositivi tecnologici che rendono il tutto più interattivo: in questo modo sono portati a riflettere su messaggi legati alla prevenzione delle dipendenze. Ogni gruppo di allievi deve risolvere quattro enigmi che vertono principalmente sulla dipendenza da sostanze e dallo schermo nonché sui comportamenti online.

Avviato nel 2018, finora EA ha visto ogni anno la partecipazione di oltre 3000 allievi del livello secondario I e di circa 100 insegnanti o partner.

Il professor Valéry Bezençon, consulente ed esperto in comportamento del consumatore, marketing sociale e cambiamento del comportamento, ha valutato il progetto sull'arco di due anni. Per analizzare gli effetti di EA e offrire spunti di miglioramento sono stati adottati vari approcci (quasi-esperimenti, colloqui qualitativi, osservazioni). I principali risultati della valutazione hanno messo in risalto l'importanza dei seguenti elementi:

- il piacere;
- il lato tecnologico e innovativo;
- la condivisione in gruppo dell'esperienza;
- il realismo e l'identificazione.

Per quanto riguarda i progetti futuri, dalla valutazione sono emersi i seguenti suggerimenti:

- proporre agli allievi quesiti che stimolino la riflessione o che richiedano la ricerca di informazioni;
- dare un seguito all'opera di sensibilizzazione e proseguire la discussione tramite vari canali:
  - o coinvolgere i genitori e fornire loro materiale,
  - o accompagnare gli insegnanti nella loro attività pedagogica,
  - o proseguire il dibattito con gli allievi una volta portato a termine il progetto (social network, computer, quinto sondaggio);
- continuare a puntare sull'aspetto ludico e sulle attività di gruppo;
- ridurre il numero di messaggi;
- utilizzare personaggi nei quali il pubblico target possa identificarsi.