



Anno 2014

Università degli Studi del PIEMONTE ORIENTALE "Amedeo Avogadro"-Vercelli >> Sua-Rd di Struttura: "Scienze del Farmaco"

Parte III: Terza missione

QUADRO I.4 - PUBLIC ENGAGEMENT

QUADRO I.4		I.4 Monitoraggio delle attività di PE
Dipartimento/Facoltà: conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?		N.Schede Iniziative
Sì		3
Iniziativa 1		
Data di svolgimento dell'iniziativa	04/03/2014 - 04/03/2014	
Titolo dell'iniziativa	Convegno "I risi pigmentati: territorialità, gastronomia e salute".	
Obiettivi dell'iniziativa	Le eccellenze dell'agricoltura, dell'industria e della gastronomia incontrano il territorio e la ricerca scientifica	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No	
Categoria/e di attività di public engagement	<ul style="list-style-type: none"> - partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making) - iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione) - iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio 	
Breve descrizione	L'incontro, moderato dal giornalista de La Stampa Gianfranco Quaglia, è stato occasione di discussione insieme ad esperti, imprenditori e ricercatori, dei risi pigmentati, varietà di riso coltivate in Italia con pigmento colorato, come il Venere (nero) e l'Ermes (rosso).	
Budget complessivo utilizzato	1380	
(di cui) Finanziamenti esterni	0	
Impatto stimato in termini di pubblico	70 partecipanti, pubblicizzazione dell'evento sul sito dell'Ente risi e su altri siti divulgativi del settore (Agromagazine, risoitaliano.eu, etc)	
Link a siti web	Resoconto disponibile su: http://www.agromagazine.it/wp/quei-risi-colorati-fanno-bene-al-cuore/	
Allegato	"Risi Pigmentati Novara2014.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)	
Iniziativa 2		
Data di svolgimento dell'iniziativa	30/05/2014 - 30/05/2014	
Titolo dell'iniziativa	Bruciare di Salute? Peperoncino e Spezie Pungenti fra Cucina e Farmacia	
Obiettivi dell'iniziativa	Presentazione ad un pubblico non specialistico e discusse delle sorprendenti connessioni culinarie, storiche ed economiche che derivano dalla scoperta dei meccanismi molecolari alla base dell'azione pungente del peperoncino e delle spezie, capitolo affascinante della ricerca biomedica.	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No	
Categoria/e di attività di public engagement	- iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione)	
Breve descrizione	La scoperta delle proprietà pungenti del peperoncino da parte dei primi esploratori europei delle Americhe fu seguita dalla sua rapida adozione nella cucina di tutti i paesi del Vecchio Mondo. L'utilizzo del peperoncino in medicina è invece iniziato ufficialmente solo 500 anni dopo. La nota pungente è presente nella cucina di tutte le aree del mondo, sollevando la questione di come mai uomo, unico fra tutti i mammiferi, apprezzi questa sensazione.	

Budget complessivo utilizzato	300
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Hanno partecipato circa 150 persone.
Link a siti web	.
Iniziativa 3	
Data di svolgimento dell'iniziativa	14/02/2014 - 11/10/2014
Titolo dell'iniziativa	Seminari a carattere divulgativo in materia di salute, nutrizione, cosmesi
Obiettivi dell'iniziativa	Divulgare ad un pubblico non specialistico informazioni su determinate patologie, sulle proprietà nutrizionali di alcuni alimenti e consigli sull'utilizzo di farmaci.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.) - iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione)
Breve descrizione	Le iniziative condotte sono state due: la prima, il 14/02/2014, su "La prevenzione cardiovascolare nella terza età" con focus sull'utilizzo di farmaci nella terza età e consigli nutrizionali; la seconda, il 11/10/2014, su "Food and Wine salute e bellezza", con focus sulle proprietà nutrizionali del vino e dell'uva e sul loro utilizzo nei prodotti cosmetici.
Budget complessivo utilizzato	900
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	I partecipanti sono stati più di 100, con divulgazione nei principali quotidiani locali e nei principali social network (facebook)
Link a siti web	