

Rapporto di monitoraggio - Progetto RISE

Fondazione Romagnosi

26 ottobre 2022

Il progetto RISE si è posto i seguenti obiettivi: a) ridurre gli sprechi alimentari; b) redistribuire alimenti che altrimenti andrebbero sprecati a chi si trova in stato di necessità; c) valorizzare l'agricoltura sostenibile, e cioè di prossimità e biologica (autodichiarata o certificata da terzi).

Nonostante le limitazioni derivanti dal perdurare della pandemia Covid-19 (ottobre 2021 – gennaio 2022) e, in seguito, dallo scoppio della guerra russo-ucraina (25 febbraio 2022) che ha determinato un riorientamento delle eccedenze in solidarietà con la popolazione ucraina, nel periodo 18/10/2021 – 30/9/2022 il progetto si è sviluppato seguendo le fasi previste. Più in dettaglio:

- a) è stato strutturato un servizio di raccolta delle eccedenze di frutta e ortaggi freschi provenienti dalle produzioni locali della provincia di Pavia e in particolare dell'Oltrepò;
- b) è stato attivato un servizio di raccolta presso esercizi commerciali a Pavia e a Voghera;
- c) è stata predisposta una procedura per selezionare le derrate da distribuire immediatamente e le derrate da sottoporre ad un processo di trasformazione;
- d) è stato avviato un processo di rielaborazione dei prodotti agricoli in eccesso e l'ideazione di un marchio dedicato (*Io ero*);
- e) sono stati consolidati i legami tra i soggetti commerciali (in particolare, la Cooperativa 381 e la Cooperativa Balancin – entrambi partner di progetto) al fine garantire la continuità nel tempo del progetto e il conseguimento degli obiettivi occupazionali;
- f) è stato avviato un servizio di distribuzione del cibo raccolto a favore di alcune famiglie disagiate presenti sul territorio;
- g) è stato realizzato un magazzino (*hub*) a Voghera, presso la Cooperativa 381, per la raccolta e lo stoccaggio di cibo;
- h) è stata rafforzata la rete dell'agricoltura sociale presente in provincia di Pavia;
- i) è stato realizzato un percorso di comunicazione e di educazione, dedicato ai consumatori finali e ai cittadini in generale, per rafforzare comportamenti sostenibili e responsabili.

Il presente rapporto illustra in modo sintetico i risultati conseguiti nel periodo 18 ottobre 2021 – 30 giugno 2022 nella realizzazione delle varie attività di progetto: raccolta, distribuzione e trasformazione, comunicazione.

Raccolta

Dal 18 ottobre all'inizio di novembre è stato predisposto il materiale utile per il monitoraggio e sono state contattate le realtà del territorio al fine di un loro coinvolgimento progettuale.

Complessivamente, per la raccolta sono stati coinvolti diciassette soggetti:

Cooperativa Sociale 381 (Voghera), Cascina Valghiaia (Rivanazzano), Azienda Carenzio (Pavia), Campagna Amica (Voghera), Circuito LINX (famiglie e aziende, Pavia), Azienda Agricola Baggini (Voghera), Gastronauti (un Gruppo di Acquisto Solidale di Pavia), Mulino del Borgo (Borgo Priolo, Pavia), Bottega Balacin (Pavia), Albero del Paradiso Società Cooperativa (Granmichele, Catania), Butega d'Urtlan-Progetto Orti Sociali (Voghera), Ortidoro (Voghera), Fresche terre (Castelnuovo Scrivia, Alessandria), Azienda Malbosca (Rivanazzano, Pavia), Azienda Agricola Marzi (Borgo Priolo, Pavia), Azienda Agricola Cascina della Valle (Mirabello Monferrato, Alessandria).

La raccolta è stata avviata nel mese di novembre 2021 e (come si evince dalla Tabella 1 e dalla Figura 1) i risultati sono andati oltre gli obiettivi posti dal progetto. (si veda anche Tabella 4). Il totale della frutta raccolta entro il 30 settembre 2022 ammonta a 1.821 chilogrammi, mentre il totale della verdura raccolta ammonta a 3.343 chilogrammi. In particolare, si segnala che la maggiore parte della verdura è classificabile come imperfetta (1.328 kg), cioè invenduta a causa delle imperfezioni del prodotto, seguita dalle donazioni (1.018 kg) e dalla verdura 'matura' (997 kg) invece, la maggior parte della frutta raccolta è classificabile come 'matura' (815 kg), seguita dalle donazioni (542 kg) e dalla verdura 'imperfetta' (464 kg).

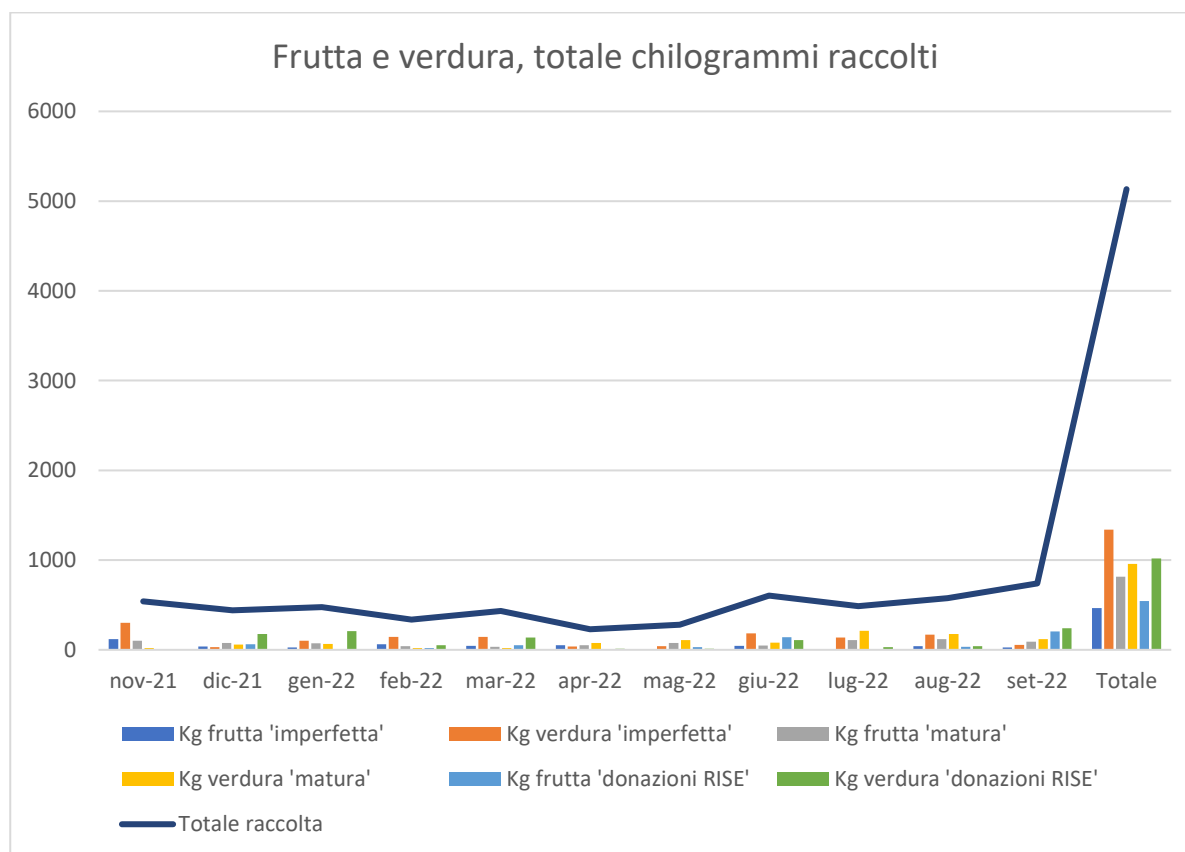
I mesi di giugno e settembre 2022 sono stati i mesi in cui la raccolta complessiva è stata più consistente, mentre aprile 2022 è stato il mese in cui si è raccolto di meno – soprattutto a causa delle condizioni climatiche e dell'emergenza ucraina.

Tabella 1. Raccolta mensile di frutta e verdura e totale in chilogrammi, novembre 2021- settembre 2022.

	nov-21	dic-21	gen-22	feb-22	mar-22	apr-22	mag-22	giu-22	lug-22	aug-22	set-22	Totale
Kg frutta 'imperfetta'	120	38	28	63	43	52	10	43	0	39	28	464
Kg verdura 'imperfetta'	300	30	100	143	144	38	41	163	121	194	54	1.328
Kg frutta 'matura'	100	75	72	39	35	50	78	46	108	120	92	815
Kg verdura 'matura'	20	60	65	20	20	77	108	131	201	40	255	997
Kg frutta 'donazioni RISE'	0	62	0	20	52	0	29	142	0	32	205	542
Kg verdura 'donazioni RISE'	0	175	210	50	138	12	12	109	30	41	241	1.018
Totale raccolta	540	440	475	335	432	229	278	634	460	466	875	5.164

La Figura 1 consente di meglio apprezzare dal punto di vista grafico le differenze nella raccolta mensile. La verdura 'imperfetta' è quella che è stata raccolta maggiormente, seguita dalle donazioni – che hanno rappresentato poco meno del 30% del totale raccolto, a conferma del fatto che con una comunicazione adeguata e un progetto trasparente è possibile mobilitare in modo consistente anche soggetti donatori.

Figura 1. Raccolta mensile di frutta e verdura e totale in chilogrammi, progetto RISE, novembre 2021- settembre 2022.



Distribuzione e trasformazione

Per la distribuzione, la rete del progetto RISE ha consolidato relazioni esistenti che hanno consentito di (re)distribuire in modo efficace fin dal primo mese di piena attività (novembre 2021). I soggetti beneficiari delle donazioni sono: Voghera Oltrepo' Solidale (Voghera), Padri francescani (Voghera), Consorzio Associazioni di Volontariato (Voghera), Caritas Diocesana Tortona (Tortona), Don Orione Voghera (Voghera), Associazione Mons. Angeleri (Lungavilla), Caritas Diocesana Voghera (Voghera), Cooperativa Sociale Adolescere (Voghera), Caritas Diocesana Pavia (Pavia), Parrocchia di San Giorgio (Pavia), Comunità di Sant'Egidio (Pavia).

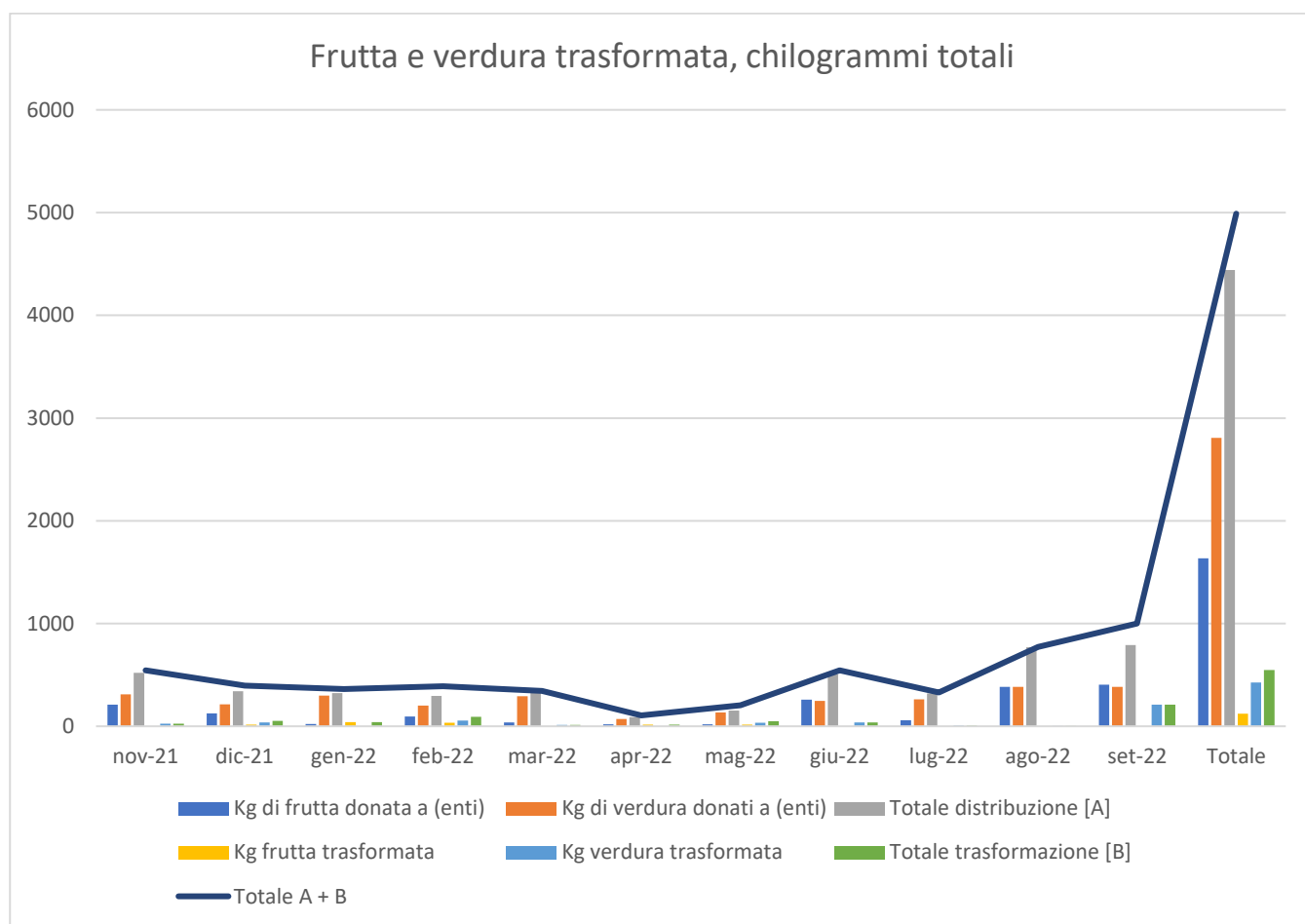
Complessivamente, sono stati donati 4.241 chilogrammi di prodotti, di cui 1.534 di frutta e 2.707 di verdura. I mesi in cui si è donato di più sono agosto e settembre 2022. Ciò mostra, peraltro, come al termine del progetto la rete della distribuzione (e della raccolta) si fosse perfezionata, consentendo un particolare contenimento dello spreco.

Tabella 2. Distribuzione e trasformazione mensile di frutta e verdura e totale in chilogrammi, novembre 2021 - settembre 2022.

	nov- 21	dic- 21	gen- 22	feb- 22	mar- 22	apr- 22	mag- 22	giu- 22	lug- 22	ago- 22	set- 22	Totale
Kg di frutta donata a (enti)	210	127	22	94	37	18	18	260	58	284	406	1534
Kg di verdura donati a (enti)	310	215	300	203	294	72	135	246	262	285	385	2707
<i>Totale distribuzione [A]</i>	520	342	322	297	331	90	153	506	320	569	791	4241
Kg frutta trasformata		15	41	36		16	15					123
Kg verdura trasformata	24	38		56	13		36	38	8	2	210,2	425,2
<i>Totale trasformazione [B]</i>	24	53	41	92	13	16	51	38	8	2	210,2	548,2
<i>Totale A + B</i>	544	395	363	389	344	106	204	544	328	771	1001	4789

Come si evince facilmente dalla Figura 2, in linea con la raccolta, la verdura è donata in maggiore quantità ed è stata trasformata in quantità maggiore rispetto alla frutta. Va particolarmente sottolineato che nel corso degli ultimi mesi si è assistito ad un incremento dei quantitativi trasformati, mostrando una piena 'messa a regime' del progetto.

Figura 2. Distribuzione e trasformazione mensile di frutta e verdura e totale in chilogrammi, novembre 2021- settembre 2022.



Nel complesso, il 93% della frutta e della verdura raccolta è stata distribuita o trasformata – dato in crescita costante nel corso degli ultimi mesi. Il restante è stato gestito come rifiuto perché il grado di eccessiva maturazione non consentiva né la distribuzione, né la trasformazione.

Comunicazione

Il piano di comunicazione è stato avviato all'inizio del 2022 a causa della tardiva approvazione del progetto da parte di Regione Lombardia (15 dicembre 2021). Come illustrato in dettaglio nella Tabella 3, nel corso del mese di dicembre 2021 e del mese di gennaio 2022 si sono svolti alcuni incontri per mettere a punto la strategia di comunicazione, successivamente attuata a partire dal mese successivo (febbraio 2022) con la predisposizione e l'invio di un comunicato stampa grazie al quale si è parlato di RISE in 6 occasioni (un articolo su stampa tradizionale e quattro articoli su testate digitali). Tra febbraio e settembre 2022 sono stati realizzati 11 incontri

con associazioni o istituzioni per illustrare il progetto, e un(a) rappresentante della rete RISE ha partecipato a 5 eventi.

Tabella 3. Comunicazione progetto RISE, novembre 2021 - settembre 2022.

	feb-22	mar-22	apr-22	mag-22	giu-22	lug-22	ago-22	set-22	Totale
Social media utilizzati	0	0	0	0	0	0			0
N° di articoli, interviste, notizie, etc.	5	0	0	0	0	1			6
N° post utilizzati	0	0	0	0	0	0			0
N° comunicati stampa realizzati	1	0	0	0	0	0			1
N° materiali digitali	0	0	0	0	0	0			0
N° materiali stampati	0	0	0	0	0	0			0
N° incontri con associazioni o istituzioni	1	2	3	3	0	0		2	11
N° eventi - presentazione progetto RISE	1	1	2	1	0	0		1	6
N° cittadine/i raggiunti complessivamente	5.000.200	110	322	1116	50	14.500		135	5.002.333

Complessivamente, tra incontri e eventi, sono state raggiunte 1.748 persone, e attraverso la stampa locale (Provincia Pavese) sono state raggiunte almeno 14.500 persone (numero ottenuto dalla somma delle copie distribuite in edicola e gli abbonamenti – cartacei e *online*). Inoltre, il 5 febbraio 2022 è stato trasmesso un servizio su Striscia la Notizia che ha una *audience* media di circa 5.000.000 di spettatori in cui si è parlato – tra l’altro – del progetto di trasformazione ‘Io ero’¹, una delle attività di RISE.

Sotto il profilo comunicativo, i risultati conseguiti sono stati molto soddisfacenti. Le uniche azioni che non sono state realizzate riguardano l’utilizzo dei social media e la realizzazione di post originariamente previsti (si veda la Tabella 4) che in fase di attuazione non sono stati considerati utili per il raggiungimento dei fini progettuali. Inoltre, visto che il gradimento per i prodotti trasformati è stato registrato in modo informale, non si è ritenuto necessario procedere con la predisposizione e somministrazione di un questionario. Infine, al posto di un coinvolgimento degli enti pubblici si è deciso di organizzare e realizzare incontri ed eventi sul territorio che hanno dato ottimi risultati in termini di presenze.

Conclusione

La Tabella 4 riassume i risultati conseguiti al 30 giugno 2022 e gli obiettivi prefissati. Per quasi tutti gli indicatori, il progetto RISE è in linea con quanto previsto. In alcuni casi (ad esempio, *audience* raggiunta a livello locale e nazionale) i risultati sono andati oltre l’obiettivo finale. L’unica dimensione per la quale è

¹ https://www.striscialanotizia.mediaset.it/video/imperfetto-e-buono-anche-in-cucina_76390.shtml

possibile rilevare un disallineamento rispetto alle previsioni riguarda la comunicazione *social*, sostituita, come già illustrato nella sezione precedente, da altre modalità comunicative che si sono rivelate particolarmente efficaci.

Tabella 4. Risultati attesi e risultati conseguiti al 30 settembre 2022.

Risultati attesi	Obiettivi	30 settembre 2022	Delta
Frutta raccolta	2.000	1.821	-79
Verdura raccolta	2.500	3.343	+843
Totale frutta e verdura	4.500	5.164	+664
Aziende agricole coinvolte	15	13	-2
Operatori coinvolti	10	10	0
Esercizi commerciali coinvolti	30	23	-7
Giornate di raccolta	180	183	+3
Frutta distribuita famiglie fragili	1.500	1.634	+134
Verdura distribuita a famiglie fragili	2.000	1.807	-193
Famiglie fragili raggiunte	1.000	850	-150
Enti terzo settore coinvolti	30	30	0
Comuni raggiunti dal servizio di raccolta	5	8	+3
Comuni raggiunti dal servizio di distribuzione	4	2	-2
Frutta trasformata	1000	123	.877
Verdura trasformata	500	548	+ 48
Tipi prodotti gastronomia	20	12	-8
Tipi prodotti messi in commercio	15	6	9
Valore commerciale vendita lo ero	10.000	10.000	10.000
Punti vendita coinvolti	3	3	0
Piattaforme utili per la distribuzione	3	1	2
Consumatori finali raggiunti	1.000	1.050	+50
Gradimento questionario			0
Enti pubblici coinvolti	5	0	-5
Social media utilizzati	4	0	-4
Post realizzati	20	0	-20
Numero eventi	0	6	+6
Numero incontri	0	11	+11
Comunicati stampa	3	1	-2
Materiali digitali	3	0	-3
Materiali stampati	3	0	-3
Cittadini raggiunti attraverso incontri e eventi	0	1.933	+1.933
Cittadini raggiunti attraverso i media nazionali	0	5.000.000	+5.000.000
Cittadini raggiunti attraverso i media locali	1000	14.500	+13.500

Visti i risultati molto positivi del progetto, l'intenzione del gruppo di lavoro è dare continuità a RISE attraverso il finanziamento di altri soggetti, quali ad esempio le due amministrazioni comunali su cui insistono i soggetti che hanno realizzato il progetto (Pavia e Voghera). Tali amministrazioni fanno parte dell'Assemblea della Fondazione Romagnosi ed è altamente probabile che – visti i risultati di RISE –

vogliono continuare l'attività attraverso un finanziamento ad hoc. Inoltre, anche l'ASM (altro soggetto che fa parte dell'Assemblea della Fondazione Romagnosi) ha già mostrato un interesse di massima per il progetto e potrebbe finanziarne una continuazione.