

Report

Incontro di co-design con le realtà associative

31/01/22



a cura di



Botteghe di Prossimità. Progetto promosso dal Comune di Campi Bisenzio con il contributo della Regione Toscana - Autorità Per la Partecipazione.

Introduzione

Durante il periodo emergenziale del coronavirus si è evidenziata l'importanza dei negozi di vicinato che hanno sostenuto la comunità fornendo prodotti e servizi di prima necessità. Accanto ai negozi, una fitta rete di associazioni e volontari ha permesso di dare una risposta concreta alle esigenze delle fasce più deboli e in difficoltà.

Nasce così l'idea da parte dell'Amministrazione Comunale di creare una rete di prossimità, per mettere a sistema le azioni di solidarietà che vengono già attuate a Campi Bisenzio da differenti realtà per poi idearne di nuove con il contributo di tutti/e.

Il primo nodo della rete è incentrato sul tema del cibo, un elemento chiave per sviluppare risposte innovative a bisogni sociali, economici e ambientali in uno spirito di comunità.

Il primo passo del progetto è quindi unire commercio di vicinato, sostenibilità alimentare, lotta allo spreco e mondo della solidarietà.

La fase di co-design

L'obiettivo generale della fase di co-design è la messa in rete delle associazioni del territorio (già attive o interessate ad attivarsi sul tema della solidarietà) e delle botteghe commerciali alimentari per dare avvio ad un primo tassello di un "circuito della solidarietà". Un circuito virtuoso che unisca associazioni, botteghe e circoli del territorio, che potrà in futuro allargarsi per sovrapporsi ad altre progettualità e includere nuovi attori (dalle botteghe non alimentari al mondo scolastico).

- costituzione della rete, con un accordo d'intesa/sottoscrizione linee guida, e la messa in pratica di un primo programma di azioni periodiche di solidarietà in sinergia tra le singole associazioni e i commercianti.
- rafforzamento del commercio di prossimità, che entrando a far parte della rete diventa un valore aggiunto in termini di supporto alle fragilità del territorio acquisendo al tempo stesso maggiore visibilità tra la cittadinanza.

Partecipanti all'incontro

Don Marco – Pieve di S.Stefano e Caritas Vicariale

Leonardo Sacchetti – Cooperativa sociale Macramè

Giusy Tricarico – Consorzio Martin Luther King e Casa le Viole

Gianni Panerai – Pro loco ProCampi

Santa Murgia – AIPS Associazione Insieme per Solidarietà

Filippo Fossati – Qualità&Servizi

Carlo Pollastri – Misericordia di Campi Bisenzio

Paolo Del Perugia e Edoardo dalla Rocca – Pubblica Assistenza di Campi Bisenzio



L'incontro, organizzato presso la Pieve di S.Stefano, ha preso avvio con la presentazione del progetto e un contributo video inviato dall'assessora Giorgia Salvatori, impossibilitata a partecipare di persona.

Definiti gli obiettivi e le aspettative del progetto, il dibattito si è focalizzato inizialmente sulla rete di solidarietà alimentare già operante nel Comune di Campi Bisenzio. Si tratta del Centro Distribuzione Cittadino, attivo da circa una decina di anni e coordinato da Caritas Vicariale, Misericordia, Pubblica Assistenza in sinergia con l'Amministrazione Comunale. Una rete di raccolta e distribuzione di pacchi alimentari che coinvolge attualmente solo tre negozi di vicinato. Da qui, la discussione si è spostata maggiormente sugli obiettivi di progetto, ossia su come coinvolgere in questa, o in una nuova rete, ulteriori commercianti e, soprattutto, su come caratterizzare questo circuito con la messa in atto di iniziative orientate a combattere lo spreco alimentare.

Le riflessioni emerse durante il confronto sono state suddivise in tre macro categorie (*bisogni, risorse esistenti, risorse potenziali*). Rimandando alla tabella di sintesi l'articolazione complessiva degli elementi emersi, descriviamo di seguito le principali osservazioni. Tra i bisogni generali, all'unanimità viene espressa l'urgenza di costruire un circuito che possa durare nel tempo, in grado di comunicare all'esterno ciò che viene fatto ma dotato anche di concretezza e praticità, soprattutto nei confronti delle botteghe che si intende coinvolgere. E' stata inoltre evidenziata l'esigenza di reperire nuovi volontari per coprire l'aggiunta di nuove botteghe nella rete. Attualmente sono infatti attive circa 30 persone impegnate sia nella raccolta del cibo che nella distribuzione presso gli spazi di

raccolta. Nonostante il numero consistente, viene segnalato che la mole di lavoro è elevata e si tratta soprattutto di persone in età adulta. Al fine di invogliare le botteghe a far parte della rete, è stato suggerito di cercare di identificare e quantificare, per quanto possibile, il bacino d'utenza potenziale interessato dalle azioni di raccolta e distribuzione di cibo. Infine, si segnala la difficoltà che potrebbe crearsi nel gestire un nuovo carico di distribuzione riguardante i prodotti freschi/deperibili.

Tra le risorse esistenti, è stata sottolineata in particolare la credibilità di una rete che vede coinvolte, tra i suoi attuali e futuri proponenti, associazioni radicate nel territorio e con esperienza. Sul lato comunicazione, sarebbero invece già a disposizione contenuti web e *social* riguardanti buone pratiche alimentari a cura di Qualità&Servizi.

Infine, tra le risorse potenziali, sarebbe possibile assorbire la necessità di nuovi volontari coinvolgendo i/le giovani seguiti nelle cooperative sociali presenti all'incontro. Risorse economiche invece potrebbero essere reperite tramite le raccolte fondi delle associazioni che pur volendo aderire alla rete non possono tuttavia offrire altri contributi o "forza lavoro". Ovviamente, tra le risorse potenziali più importanti si segnala la disponibilità ad attivarsi espressa da alcune botteghe sia di Campi-Centro che di San Donnino e di nuovi commercianti che attualmente collaborano spontaneamente con alcune associazioni presenti (es. l'Chicco di Grano con Casa le Viole).

Bisogni

> *nuovi volontari*

> *individuare "utilizzatori finali/bacino d'utenza" potenziale: famiglie, circoli, mense ecc.*

> *raggiungere i soggetti più fragili nelle abitazioni: es. consegna a domicilio*

> *spazi per lo stoccaggio*

> *risorse economiche*

> *gestire il fresco-deperibile*

> *comunicare ai cittadini l'attività della rete*

> *concretezza nelle proposte per i commercianti*

> *costruire un sistema che funzioni nel tempo*

Risorse esistenti

> *credibilità delle rete: soggetti radicati, riconosciuti e con esperienza*

> *volontari attivi (circa 30) + persone con ore dei servizi sociali e già inclusi in progetti di inserimento lavorativo*

> *3 automezzi: furgone Caritas, furgone Parrocchia, furgone Misericordia*

> *video informativi e altro materiale web/social sull'educazione alimentare e la lotta allo spreco, prodotto da Qualità&Servizi*

Risorse potenziali

> *nuovi commercianti interessati*

> *nuovi volontari: coinvolgere i/le giovani seguiti da Macramè o da Casa le Viole*

> *raccolte fondi ad es. i mercatini dell'associazione AIPS*

> *incrociare la rete con altre esperienze "solidali" in partenza (es. emporio)*

A partire dalle categorie sopra elaborate, sono emerse un set di azioni da attivare nel breve e nel lungo periodo.

Nel breve periodo, sarà sicuramente necessario proporre l'adesione alle botteghe che sono apparse finora più sensibili, da quelle che già collaborano al CDC a quelle incontrate nei primi sopralluoghi di questo progetto.

Considerata la difficoltà a reperire nel breve periodo nuovi volontari, secondo tutti i presenti, la soluzione più agevole sarebbe puntare su una raccolta di alimenti che non necessitano di un ritiro rigidamente programmato, ossia i prodotti non deperibili. Ciò permetterebbe, inoltre, di andare incontro alle difficoltà di stoccaggio che comporterebbe il ritiro di nuovi prodotti freschi. In questa prima fase, il "cesto della sospesa" per la raccolta di prodotti non deperibili appare come la soluzione più facile da adottare e insieme quella più rapida, considerando anche che molti commercianti hanno già sperimentato in passato questa iniziativa.

Sul lato della comunicazione, i partecipanti vedono con favore l'idea di realizzare un marchio/brand univoco e identificativo della rete che le botteghe possono mettere in evidenza nel proprio negozio. Interessante anche l'idea di coinvolgere i/le giovani in alcune azioni di comunicazione rivolte alle botteghe, ad esempio video o altri contenuti social.

Nel lungo periodo, alcune proposte più interessanti riguardano la creazione di una piattaforma in grado di segnalare in tempo reale la disponibilità di prodotti da ritirare presso la bottega. Un'azione, questa, che andrebbe accompagnata con la creazione di nuovi spazi di stoccaggio (vedere *bisogni*). Sulla stessa piattaforma, le botteghe potrebbero decidere di mettere in sconti alcuni prodotti in scadenza o ad alto rischio "spreco" che non possono però essere donati.

Dal dibattito appare condivisa la necessità di diversificare gli *strumenti* da utilizzare per la costruzione della rete e la sua tenuta nel tempo. Da un lato, il portale online con la mappa interattiva potrebbe essere di fatto il luogo in cui mostrare chi sono gli aderenti alla rete, dove operano, cosa offrono, e le modalità per farne parte. Dall'altro, appare importante adottare strategie di coinvolgimento "sul campo" delle botteghe, che vadano oltre il ritiro dei prodotti e che progressivamente stringano sempre di più i nodi della rete.

| Azioni nel breve periodo | Azioni nel medio/lungo periodo |
|--|---|
| > coinvolgimento delle botteghe già attive | > nuovi commercianti e del comparto non alimentare |
| > cesto spesa sospesa con prodotti non deperibili (no fresco) | > raccolta del fresco |
| > portale web con mappa e modalità adesione | > portale web su cui le botteghe possono segnalare prodotti in sconto |
| > mappa delle botteghe aderenti e servizi offerti | > "app" con alert di identificazione bottega per il ritiro |
| > brevi video di presentazione di botteghe e associazioni da realizzare anche con il coinvolgimento di giovani | > azioni di educazione e sensibilizzazione sulla lotta allo spreco in collaborazione con Q&S |
| > creazione di un marchio/logo che dia riconoscibilità alla rete | > strumenti di fidelizzazione botteghe e utenza: es. creazioni tessere, eventi e cene sociali |
| > campagna comunicazione social e offline per far conoscere la rete | > animazione della rete |

| Strumenti |
|---|
| <p>> online, portale/piattaforma/contenitore con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mappa interattiva <ul style="list-style-type: none"> - botteghe - associazioni - centri raccolta - descrizione attività della rete - info-form di adesione |
| <p>> offline, nelle botteghe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cesto della spesa sospesa - bacheche informative - certificazione degli aderenti |