

LUCA FALASCONI*

Last Minute Market. Le iniziative avviate e i risultati ottenuti

INTRODUZIONE

La mission del progetto Last Minute Market può essere declinata in varie forme che in apparenza potrebbero sembrare in contrasto tra loro ma nella realtà sono l'una la conseguenza dell'altra in quanto il vero obiettivo è quello di dare una risposta efficiente ed efficace alla soluzione di un fallimento del mercato (la produzione di beni in eccesso rispetto alla domanda degli stessi).

Quali sono quindi le mission del progetto?

Trasformare lo spreco in risorsa

Trasformare lo spreco in risorsa in quanto il progetto Last Minute Market è un mercato dove per favorire gli indigenti, gli ultimi, non bisogna sprecare neppure un minuto e neanche un prodotto.

Riduzione dello spreco

L'iniziativa ha un'interessante valenza educativa nella sensibilizzazione dell'opinione pubblica alle problematiche dello spreco e soprattutto ha come obiettivo "ultimo" quello di contribuire alla riduzione dello spreco stesso, in tutte le sue forme, non solo recuperandolo e ridandogli un valore, ma soprat-

* Facoltà di Agraria, Alma Mater Studiorum – Università di Bologna; Presidente Last Minute Market

tutto determinandone una riduzione nella sua creazione ponendo in risalto alle imprese quelle che sono le cause della sua formazione.

Se quest'ultimo aspetto si venisse a realizzare il mercato ne acquisterebbe in efficienza in quanto diminuirebbe lo spreco di risorse. È altrettanto vero che potremmo fornire alimenti ad un numero minore di indigenti ma in un sistema più efficiente ed efficace le persone in condizioni di disagio sarebbero sicuramente meno.

Quindi si può affermare che il vero obiettivo del progetto Last Minute Market è quello di far sì che:

la velocità di riduzione dello spreco nella catena agroalimentare sia maggiore della capacità che il progetto ha di trasformarlo in una risorsa.

IL RUOLO DEL PROGETTO LAST MINUTE MARKET

Il ruolo principale del progetto Last Minute Market è quello di fungere da interfaccia tra gli stakeholders coinvolti nello stesso in modo tale da creare un nuovo sistema logistico capace di gestire in modo vantaggioso, sia da un punto di vista economico (in quanto la gestione delle eccedenze crea spesa sia dal punto di vista della gestione interna che dello smaltimento), ambientale (in quanto lo smaltimento e il trasporto delle stesse crea inquinamento) e sociale (in quanto si recuperano prodotti alimentari e li si destinano, per quanto possibile all'alimentazione umana, mantenendo la destinazione originaria per la quale erano stati creati), i prodotti invenduti del sistema agroalimentare. Il tutto mettendo in contatto fisicamente tra loro le imprese che gestiscono tali prodotti e chi potenzialmente li può consumare, riducendo al minimo la logistica e la movimentazione degli stessi.

In sintesi si viene a sviluppare un modello di recupero e redistributivo dei beni invenduti il più razionale (in termini di efficienza e di efficacia) ed economico possibile, capace di non appesantire la logistica dei donatori e di ridurre al minimo i costi per i beneficiari.

Il tutto ha l'obiettivo di creare i presupposti logistici ed economici per una sua diffusione e radicamento sul territorio garantendo sia la massima qualità del servizio implementato (sia in termini organizzativi dell'impresa, sia i termini di benefici per fruitori dei prodotti recuperati), sia i minori impatti ambientali.

GLI STAKEHOLDERS E I LORO VANTAGGI

Il recupero dei beni alimentari, rimasti invenduti per le ragioni più varie ma ancora perfettamente salubri, viene concepito come fornitura di un servizio: per chi li produce (involontariamente e accidentalmente), cioè le *imprese agroalimentari*, per chi li consuma, *i bisognosi* attraverso gli enti di assistenza, per le **istituzioni pubbliche** (comuni, province, regioni, asl) e *le società di smaltimento rifiuti* che ne conseguono benefici indiretti, sociali ed ambientali.

Last Minute Market permette di coniugare a livello territoriale le esigenze delle imprese for profit e degli enti no profit promuovendo nel contempo un'azione di sviluppo *auto-sostenibile* locale, con benefici diretti e indiretti con ricadute positive a livello economici, sociali, ambientali, sanitari e nutrizionali). Quindi Last Minute Market può essere definito un progetto a somma positiva in cui tutti gli stakeholder ne ricavano benefici superiori ai costi (win – win strategy)

Vantaggi Stakeholders:

ATTIVITÀ COMMERCIALI

- Riduzione costi smaltimento
- Vantaggi di natura fiscale
 - Agevolazione ai fini delle Imposte Dirette
 - Agevolazione ai fini dell'IVA
 - Possibilità di detrazione della donazione dal reddito d'impresa
- Ottimizzazione logistica
- Aumento visibilità sul territorio

ENTI – ASSOCIAZIONI

- Approvvigionamento costante di beni alimentari gratuiti
- Reinvestimento risparmi
- Migliore assistenza

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

- Diminuzione prodotti in discarica
- Migliore qualità assistenza
- Possibilità di concedere sconti sulla TIA
- Migliore gestione fondi da destinare ad enti e associazioni

CITTADINI

- Minori esternalità negative (inquinamento, spreco)
- Educazione al non spreco
- Acquisti in imprese a comportamento etico

PERCHÉ LAST MINUTE MARKET È UN SERVIZIO

Perché permette di attivare nel territorio una **rete locale di solidarietà**, dinamica e stabile tra mondo profit e non profit, formata da solide interazioni e scambi di beni e valori attraverso **il dono**.

Perché ciò si possa realizzare è necessario che vengano predisposte e pianificate tutta una serie di attività:

- creazione di una Cabina di regia;
- redazione di protocolli etico-sociali;
- redazione di protocolli fiscale-amministrativi;
- redazione di protocolli igienico-sanitari;
- redazione di protocolli logistico-organizzativi;
- redazione di protocolli comunicativi.

Quindi è necessario creare un tavolo di lavoro nel quale coinvolgere tutti gli interlocutori che possono e devono avere un ruolo attivo nell'avviamento e gestione nel tempo del progetto, quali imprese (soggetti potenziali fornitori dei prodotti), enti e associazioni (soggetti potenziali fruitori dei prodotti recuperati), amministrazioni pubbliche (comuni, province, regioni, Ausl, imprese smaltimento rifiuti ecc. per il ruolo istituzionale da loro svolto) e tutti coloro che possono creare condizioni favorevoli per la buona riuscita del progetto.

Dal punto di vista operativo, inoltre, è necessario che vengano predisposte tutta una serie di attività che permettano fisicamente al prodotto di passare dallo scaffale e dal magazzino dell'impresa alla tavola dell'ente o associazione beneficiaria. Per far sì che ciò sia possibile è necessario da un lato "certificare" i beneficiari (verificare tipologia e numero degli assistiti, verificare la presenza di cucine a norma, e monitorare nel tempo l'attività delle stesse), predisporre tutte quelle procedure fiscali che rendano il passaggio del prodotto esente da eventuali sanzioni (il bene non viene più venduto ma viene donato), predisporre le procedure igienico-sanitarie capaci di garantire la salubrità del prodotto e quindi di tutelare la salute dell'utilizzatore finale, creare il nuovo percorso logistico all'interno dell'impresa per la gestione dei prodotti in eccesso (prima venivano smaltiti come rifiuti, ora è necessario manipolarli come

merce ancora utilizzabile), organizzare le attività di ritiro e trasporto delle stesse, in fine creare la rete informativa capace di veicolare attraverso i mass-media il progetto al pubblico.

DOV'È ATTIVO IL PROGETTO LAST MINUTE MARKET

Il progetto Last Minute Market ha avuto il suo inizio, operativamente parlando, nel gennaio 2003 presso un ipermercato di Bologna. Da allora la strada fatta è stata veramente tanta, infatti a tutt'oggi sono 8 le regioni in Italia in cui il progetto è attivo (Emilia-Romagna, Veneto, Lombardia, Piemonte, Toscana, Sardegna, Sicilia) e numerose sono state le imprese e le amministrazioni pubbliche che hanno deciso di implementarlo all'interno delle proprie strutture o nei propri territori. Il progetto Last Minute Market è promosso o è stato promosso da: Coop Adriatica, Nordiconad, Bennet, Unicoop Firenze, Coop Consumatori Nord-Est, Despar, Carrefour, Conad Tirreno, Regione Emilia Romagna, Agenzia Regionale del Lavoro - Regione Autonoma Sardegna, Presidenza della Regione Sicilia, Comune di Bologna, Provincia di Bologna, Comune di Ferrara, Provincia di Ferrara, Acli Verona, Provincia di Verona, Comune di Verona, Geovest srl (Bologna e Modena), Comune di Fiorenzuola (Pc), Comune di Sesto Calende (Va), Comune di Ragusa, Comune di Settimo Torinese.

In alcuni casi è bene specificare che gli interlocutori hanno voluto adottare al loro interno i principi e implementare le modalità teorizzate nel progetto Last Minute Market ma hanno preferito chiamare il progetto con nomi differenti, come ad esempio, Brutti ma buoni, Più invitati meno avanzi, La mensa oltre la scuola, Coop: buon fine, Supermarket Express, Progetto Alimentis, Fiorenzuola Solidale. L'importante comunque, e ci sembra opportuno sottolinearlo, non è di certo il nome bensì il fatto che tutti si vogliano impegnare nel dare un contributo concreto alla riduzione dello spreco e laddove ciò non sia possibile metterlo a disposizione di persone che si trovano in condizioni di disagio. Ciò che ci rende solo un po' orgogliosi è il fatto che quanto da noi studiato e progettato è stato ritenuto efficiente ed efficace al punto tale che tanti hanno deciso di farlo proprio, ma ci piace inoltre ricordare che quanto da noi promosso è nato grazie anche a quanto molti altri già in passato facevano in ambito di recupero, alcuni in modo estemporaneo altri in modo fin troppo strutturato.

Il progetto Last Minute Market ha però raggiunto traguardi oltremodo impensabili, almeno in origine, in quanto ha varcato i confini nazionali, o

LUOGO	AZIENDE	PUNTI VENDITA	QUANTITÀ RECUPERATE 2005	NUMERO ASSISTITI
COMUNE BOLOGNA	coop adriatica nordiconad natura sì concerta	2 ipermercati 1 centro cottura 3 supermercati	220.000 kg	620 persone al giorno circa
PROVINCIA BOLOGNA	coop adriatica nordiconad	4 supermercati	42.000kg	100 persone al giorno circa
COMUNE MODENA	nordiconad	1 ipermercato	66.000 kg	350 persone al giorno circa
COMUNE FERRARA	orsatti group nordiconad bennet despar piccoli privati	1 ipermercato 4 supermercati 13 negozi di vicinato	48.000 kg	130 persone al giorno circa
PROVINCIA FERRARA	bennet piccoli privati	1 ipermercato 2 negozi di vicinato	6.000 kg	40 persone al giorno circa
COMUNE VERONA	mense scolastiche	7 scuole, 2 grossisti ortofrutta, 1 supermercato, 1 ipermercato, 1 caserma	49.200 kg	120 persone al giorno circa

Tab. 1 *I numeri di Last Minute Market nel 2005*

ancor meglio, i confini continentali sbarcando in Sud America. L'Argentina e il Brasile sono i primi due paesi in cui si sta cercando di implementare il progetto, adattandolo alle realtà del luogo. In Argentina ad esempio il lavoro si sta orientando, tra l'altro, verso la creazione di un piccolo laboratorio dove trasformare la frutta in marmellate, grazie al lavoro di persone in condizioni di disagio, oltre che incrementare l'attività della mensa per poveri che si trova proprio nel retro del mercato ortofrutticolo da dove i prodotti vengono recuperati.

Mi piace inoltre sottolineare che proprio in questi giorni stiamo muovendo i primi passi per capire se e come il progetto Last Minute Market possa essere applicato anche in Israele. Le prossime settimane verrà attivata fattivamente la fase di studio di fattibilità in loco.

I RISULTATI DEL PROGETTO LAST MINUTE MARKET

Per dare una dimensione più comprensibile delle potenzialità del progetto stesso, voglio riportare di seguito tre casi concreti di recupero, dati raccolti su tre tipologie differenti di realtà, un ipermercato, un gruppo di piccoli dettaglianti e una gruppo di mense scolastiche.

Modello Ipermercato medio grandi dimensioni	
- <i>Prodotti recuperati 2005</i>	170 tonnellate (70% uomo, 30% animale)
- 60 % ortofrutta	
- 9 % carne	
- 12 % scatolame e altri prodotti confezionati	
- 6 % latticini	
- 13 % pane e pasticceria	
Valore merce recuperata circa 600.000 €	
- <i>Pasti forniti</i>	
- 365.000 pasti all'anno	
- 400 persone assistite al giorno	
Modello nucleo piccoli dettaglianti (15 esercizi)	
<i>Prodotti recuperati 2005</i>	48.000 Kg
- <i>Pasti forniti</i>	
- 131.000 pasti annui potenziali	
- 130 persone assistite al giorno	

Tab. 2 *Risultati del recupero presso un ipermercato e un nucleo di piccoli dettaglianti*

La nuova gestione logistica dei prodotti invenduti (stoccaggio e distribuzione) che porta al recupero degli stessi mantenendone per quanto possibile la destinazione originaria per la quale erano stati prodotti (l'alimentazione umana), ha portato nel 2005 in un ipermercato di medio-grandi dimensioni al recupero di circa 170 tonnellate (peso netto) di prodotti alimentari, che dal punto di vista organolettico risultavano perfettamente identici ai prodotti presenti sullo scaffale nell'area vendita, ma che sono stati accantonati esclusivamente per motivi estetici (prodotto danneggiato nella confezione esterna, prodotto prossimo alla scadenza ma non scaduto, ortofrutta avvizzita, ecc.).

Addentrando in modo dettagliato sulla tipologia di prodotto che è stato possibile recuperare emerge un aspetto fondamentale che questa nuova metodologia logistica-gestionale del trattamento dei prodotti invenduti, permette il recupero e la distribuzione di prodotti freschi e freschissimi, attività che fino ad ora è andata incontro a numerosissime difficoltà.

Sul totale dei prodotti annui recuperati l'incidenza maggiore è quella dei beni ortofrutticoli che incidono per il 60% del totale. Il secondo comparto che riveste una grande importanza in termini di peso e non solo (si pensi al valore simbolico del pane ad esempio) è il reparto pane e pasticceria che incide per il 13% sul totale del peso dei beni alimentari recuperati. A seguire abbiamo il comparto dei Generi Vari (scatolame, pasta biscotti, merendine succhi di frutta, farina, olio ecc.) che incide per il 12%. Anche se con quantità inferiori vi è il comparto macelleria che incide per un 9%, è bene però sottolineare il valore nutrizionale del prodotto recuperato da questo comparto, per ultimo ma non ultimo vista l'elevata deperibilità e anche in questo caso il valore nutrizionale del prodotto trattato è il comparto dei Latticini che incide per il 6% (tab. 2).

TIPOLOGIA	QUANTITÀ (KG)	PERCENTUALE
Pasta	2.533,60	38,84%
Secondo	960,84	14,73%
Contorno	1.883,06	28,87%
Frutta/Yogurt	144,26	2,21%
Pane	900,58	13,80%
Varie	101,01	1,55%
TOTALE	6.523,35	100,00%

Tab. 3 *Risultati del recupero presso un nucleo di 7 mense scolastiche*

Come si può notare dalla tabella 2 non è possibile sia per motivi igienico-sanitari che di tipo più prettamente pratico (ad esempio pacchi di pasta, di farina, di biscotti aperti, il residuo della defogliazione dell'insalata, ecc.) destinare la totalità dei prodotti recuperati all'alimentazione umana, quindi si è vista la possibilità di perseguire un obiettivo, da noi definito di second best, cioè quello dell'alimentazione animale. Tale target viene considerato secondario solo esclusivamente per il fatto che l'obiettivo principale è quello di mantenere la destinazione originaria dei prodotti alimentari cioè l'alimentazione umana.

Proprio in funzioni di questi due obiettivi si è potuto destinare il 70% dei prodotti recuperati all'alimentazione umana, mentre il restante 30% è stato ritenuto idoneo per l'alimentazione animale. Analizzando ulteriormente i risultati fin qui enunciati è necessario porre l'accento su tre importanti e significativi dati cioè il valore della merce recuperata e ridistribuita che ammonta a circa 600.000 €, ma soprattutto che quei prodotti hanno potuto soddisfare le esigenze nutrizionali di circa 400 persone al giorno (per tre pasti giornalieri, colazione, pranzo e cena) fornendo circa 365.000 pasti nel 2005.

Continuando nella descrizione dei risultati e passando al secondo caso al quale si vuole porre l'accento è possibile vedere che anche le piccole attività commerciali possono essere coinvolte nel progetto fornendo a fine anno risultati di tutto rilievo. È bene precisare che ogni attività permetterà di recuperare solo piccole quantità giornalmente ma se sommate a quelle di tutte le altre, i quantitativi recuperati possono soddisfare le esigenze di più di un'associazione. Infatti nel 2005 da un campione di 15 negozi di vicinato si sono potuti recuperare ben 48.000 Kg di prodotti alimentari che hanno permesso di soddisfare le esigenze nutrizionali di circa 130 persone al giorno per un ammontare di 120.000 pasti preparati nel 2005.

Modello nucleo mense scolastiche (7 mense)

Da ultimo mi vorrei soffermare su un progetto che reputiamo estremamente interessante sia per i risultati che ci ha permesso di raggiungere, ma soprattutto per la valenza educativa che ne può e che ne è nata. Voglio infatti mettere in evidenza quanto fatto nell'anno scolastico 2005-2006 in seno al recupero dei cibi non serviti in un primo nucleo sperimentale di mense delle scuole elementari e medie di Verona. Attraverso un'attività giornaliera di recupero, differente tra scuola e scuola, è stato possibile salvare dalla distruzione ben 6.523 Kg di pasti pronti con i quali sono stati forniti circa 13.000 pasti in totale. L'aspetto estremamente innovativo di tale attività è dato dal fatto che ciò che si recupera è cibo già pronto che è necessario solo servire, in quanto già cotto e caldo al momento del ritiro. Tale aspetto se da un lato crea un grande vantaggio dall'altro complica notevolmente le attività di recupero in quanto trattandosi di alimenti facilmente deperibili, necessitano di un'attività di confezionamento, trasporto e consumo estremamente complesse, aspetti che hanno, almeno in una primissima fase, reso estremamente complicato tale tipo di recupero.

È bene sottolineare che attraverso tale attività di recupero e quindi di monitoraggio costante e puntuale dei cibi non serviti, è stato possibile fornire al comune di Verona importanti indicazioni sugli andamenti dei consumi che hanno permesso allo stesso di tarare in modo differente le quantità di alimenti preparati ogni giorno, rispettando comunque le grammature garantite a ciascun bambino.

In conclusione del presente intervento voglio lanciare un'analisi per alcuni aspetti provocatoria e per altri abbastanza d'impatto.

Gli obiettivi di quest'ultima analisi sono stati molteplici tutti però con l'unico scopo di fornire risultati attendibili, avendo come riferimento i valori dell'attività pratica (pattern disponibile), relativamente ai progetti Last Minute Market già attivi, e sulla base di questi fare proiezioni del fenomeno a livello nazionale, cioè estendendo l'analisi a tutte le attività commerciali presenti in Italia. Un aspetto fondamentale di questa analisi, da mettere in evidenza, è stato che le ipotesi utilizzate hanno sempre avuto l'obiettivo di sottopesare piuttosto che sovradimensionare le quantità ottenute, visto che la stima era fortemente condizionata dal campione disponibile. Per ottenere tali risultati si è fatto ricorso a tecniche di statistica univariata quali il metodo Box-Jenkins, e i risultati ottenuti sono elencati nella tabella qui di seguito:

TIPOLOGIA	QUANTITÀ
cash & carry	4.104 t
ipermercati	55.000 t
supermercati	102.930 t
piccolo dettaglio	76.244 t
totale	238.278 t
881.628.600 € valore prodotti recuperati (valore al kg 3,7€)	
620.500 persone aiutate al giorno per i tre pasti	
566.206.350 pasti all'anno	

Sicuramente quanto ottenuto dalle stime fatte ha il difetto di non essere un dato reale e quindi ha semplicemente un valore puramente simbolico, ma supponendo che quanto ottenuto fosse reale solo per un 25% i risultati che si potrebbero ottenere potrebbero essere assolutamente interessanti in quanto ogni giorno sarebbe possibile sfamare circa 155.000 persone salvando dalla distruzione 60.000 t di prodotti alimentari ancora perfettamente utilizzabili scartati per meri motivi commerciali.

In conclusione è bene precisare che tale relazione non è altro che una estrema sintesi di tutto il lavoro fatto fino ad oggi che ha visto coinvolte numerose persone. Tale relazione non vuole essere assolutamente esaustiva di tutti i risultati ottenuti ma vuole solo esprimere quei dati e quei valori più facilmente comprensibili ed interpretabili per dare un significato tangibile a tutti del lavoro fin qui fatto e soprattutto delle potenzialità che potrebbero essere espresse, sia in termini numerici, ma in particolar modo sociali dal progetto Last Minute Market.