

Il Sindaco sottopone alla Giunta Comunale l'allegata proposta di delibera avente per oggetto:

LAST MINUTE MARKET.

LA GIUNTA COMUNALE

- Vista l'allegata proposta di delibera;
- Ritenuto di approvarla, riconoscendone il contenuto;
- Visti i pareri espressi ai sensi dell'art. 49 - 1° comma del D. Lgs. n. 267/00, come da foglio allegato;
- Richiamato l'art. 134 - 4° comma del D. Lgs. n. 267/00;
- Con voti unanimi, espressi nelle forme di legge, anche per quanto riguarda l'immediata eseguibilità della presente deliberazione;

DELIBERA

1. di approvare, l'allegata proposta avente ad oggetto:

“LAST MINUTE MARKET.”

2. di dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 - 4° comma del D. Lgs.n. 267/00.

ALLEGATI:

Proposta di deliberazione (1 pagina)
Relazione a firma Sig.ra Carella (1 pagina)
Progetto Last Minute Market (10 pagine)
Foglio Pareri (1 pagina)

Oggetto: LAST MINUTE MARKET.

LA GIUNTA COMUNALE

- vista l'allegata relazione del Settore Servizi ai Cittadini in data 18/12/2008;
- ritenuto di approvarla, riconoscendone il contenuto;
- visti i pareri espressi ai sensi dell'art. 49 – 1° comma del D.lgs n. 267 del 18.08.2000, come da foglio allegato;
- richiamato l'art. 134 – 4° comma del D.lgs n. 267 del 18.08.2000;
- con voti unanimi espressi nelle forme di Legge, anche per quanto riguarda l'immediata eseguibilità della presente deliberazione;

DELIBERA

1. di approvare il progetto "LAST MINUTE MARKET" come meglio descritto nell'allegata relazione;
2. di dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 del D.lgs n. 267 del 18.08.2000;

RELAZIONE

L' art. 130 della Legge 24.12.2007 n° 244, comunemente denominata "LEGGE ANTISPRECHI" , ha come obiettivo quello di poter recuperare l'intera gamma di prodotti non alimentari per offrire un'assistenza completa alle fasce deboli della società.

La legge prende spunto da una ricerca " Last Minute Market "del Dipartimento di Economia ed Ingegneria Agrarie dell'Università di Bologna, nell'ambito delle eccedenze alimentari.

Con il progetto " Last Minute Market " si intende trasformare lo spreco in risorsa e consiste nella creazione di una rete locale che permette di mettere in comunicazione il mondo profit, dei commercianti, con il mondo no-profit, ovvero le Onlus che si occupano della sussistenza e cura della persone indigenti e svantaggiate, per il recupero di prodotti alimentari invenduti in quanto di prossima scadenza ma perfettamente salubri , **oltre che** quelli del settore non alimentare. Uno shampoo che ha il tappo rotto, la carta igienica dalla confezione danneggiata, i prodotti per la pulizia della casa con difetti nell'imballaggio (solo per fare qualche esempio), per chi li vende non hanno più un valore commerciale, ma possono essere utili a chi ha già difficoltà a procurarsi il cibo , a maggior ragione ad acquistare prodotti per l'igiene della persona o per la pulizia.

Viene concepito, quindi, come fornitura di un servizio:

- per chi li produce : diminuzione del flusso di rifiuti in discarica
- per chi li riceve, utilizzo dei prodotti a titolo gratuito.

Nel territorio si attiva dunque una rete solidale tra mondo profit e non profit, formata da solide interazioni e scambi di beni e valori attraverso il dono. Il che fa assumere al bene invenduto un valore relazionale oltre che socio-assistenziale.

L'iniziativa permette non solo di sopperire alle necessità materiali ma assume anche un'interessante valenza educativa, nella sensibilizzazione dell'opinione pubblica alle problematiche dello spreco e di un consumo consapevole.

Il progetto di recupero è già stato attivato con successo in alcune città italiane, si ritiene utile pertanto riproporlo anche nella nostra città. A questo scopo sono stati presi contatti con i coordinatori di Last Minute Market, con le Associazioni di Volontariato, le Parrocchie e le Associazioni di Categoria del Commercio.

In data 16.12.2008 LAST MINUTE MARKET srl SOCIETÀ SPIN-OFF DELL'ALMA MATER STUDIORUM dell'UNIVERSITÀ DI BOLOGNA ha inviato un progetto per Sesto che si allega alla presente.

Il progetto è strutturato in due fasi principali:

fase1. Studio di fattibilità (per un costo di 6150 €)

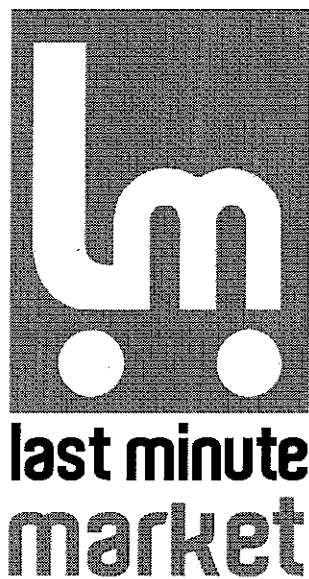
fase2. Attivazione del progetto sperimentale (per un costo di 6150 €).

L'amministrazione Comunale parteciperà con un contributo pari € 6150, la restante quota sarà coperta dalla Banca di Credito Cooperativo, dai Lions e dal Rotary Club.

Si procederà con successivo atto dirigenziale all'imputazione della spesa.

Sesto San Giovanni, 18.12.2008

II RESPONSABILE DEL SERVIZIO
Maria Carella



Progetto di recupero e valorizzazione dei beni invenduti per il

Comune di Sesto San Giovanni

Provincia di Milano

dicembre 2008

Last minute market S.r.l.
Società Spin Off dell'Università di Bologna
Via G. Fanin 50, 40127 Bologna
p.iva e c.f.: 02677311205
Tel: 051 4200346 Fax: 051 4200317
www.lastminutemarket.it

q



INDICE

1	LAST MINUTE MARKET	3
2	IL PROGETTO PER IL COMUNE DI SESTO SAN GIOVANNI	6
2.1	OBIETTIVO GENERALE	6
2.2	OBIETTIVI INTERMEDI E FASI DI LAVORO	6
2.3	METODOLOGIA	6
2.4	RUOLI E RESPONSABILITÀ	9
3	PROPOSTA ECONOMICA	10

A handwritten signature in the bottom right corner of the page.



1 LAST MINUTE MARKET

Sono 1,5 milioni di tonnellate, pari ad un valore di mercato di 4 miliardi di Euro, i prodotti alimentari ancora perfettamente consumabili che vengono sprecati ogni anno in Italia. In Gran Bretagna una percentuale tra il 30 e il 40% dell'intera produzione alimentare viene ogni anno sprecata, per un valore di oltre 30 miliardi di Euro. Negli Stati Uniti il 25% degli alimenti ancora perfettamente consumabili viene letteralmente sprecato ogni anno. Le eccedenze si formano a qualsiasi livello della catena agroalimentare, dalla produzione al consumo. Per innumerevoli cause i prodotti ancora perfettamente consumabili vengono esclusi dal circuito commerciale e destinati allo smaltimento. **Last Minute Market srl, società spin-off dell'Università di Bologna**, ha messo a punto un modello di **recupero dei beni non venduti**, ma ancora perfettamente utilizzabili, a favore di enti caritativi. Il recupero viene concepito come fornitura di un **servizio** :

- per chi li produce (involontariamente ed accidentalmente), cioè le **imprese**;
- per chi li consuma, i bisognosi attraverso gli **enti di assistenza**;
- per le **istituzioni pubbliche** (Comuni, Province, Regioni, Asl) e la **comunità** che conseguono benefici indiretti, ambientali e sociali, vedendo diminuire il flusso di rifiuti in discarica e migliorando l'assistenza alle persone svantaggiate.

LMM non gestisce direttamente i beni recuperati, pone in contatto diretto le imprese con il terzo settore, supervisiona le attività di recupero, offre assistenza tecnica in materia **fiscale, igienico-sanitaria, nutrizionale, logistica e comunicativa**.

L'azione di LMM si fonda sui principi di fiducia e solidarietà tra i soggetti coinvolti, in questo modo la società civile, la società politica e la società economica dialogano a stretto contatto, concretizzando **capitale sociale**. Si realizza in questo modo una forma concreta e sostenibile di **economia della reciprocità**, permettendo di identificare una risposta unica a due problemi che caratterizzano la realtà locale: lo spreco e la scarsità di risorse.

Last Minute Market nasce nel 1998 come attività di ricerca del **Dipartimento di Economia e Ingegneria Agrarie dell'Università di Bologna** coordinata dal prof. Andrea Segrè.

Nel 2002 il progetto Last Minute Market ha conseguito un finanziamento **"Spinner"** (iniziativa della Regione Emilia Romagna finanziata dal Fondo Sociale Europeo diretta a sostenere l'imprenditorialità innovativa e il trasferimento di competenze dal sistema della ricerca alle imprese). Nel 2003 si è aggiudicato il terzo premio per l'innovazione Università di Bologna, **Start Cup**, e dal 2004 è ospitato da **"AlmaCube"**, l'incubatore dello stesso Ateneo che favorisce l'imprenditorialità di origine accademica.



AREE DI ATTIVITÀ

LMM-FOOD. Eccedenze di attività commerciali quali supermercati, mercati centrali.

LMM-HARVEST. Prodotti ortofrutticoli non raccolti e rimasti in campo.

LMM-CATERING. Pasti pronti recuperati dalla ristorazione collettiva.

LMM-PHARMACY. Farmaci da banco e parafarmaci prossimi alla scadenza.

LMM-BOOK. Libri destinati al macero.

LMM-SEED. Sementi non conformi agli standard di commercializzazione.

LMM-NOFOOD. Prodotti non alimentari in genere che invenduti possono essere riutilizzati.

I NUMERI DI LMM

Un **ipermercato** di 10.000 mq può recuperare fino a **170.000 kg** di prodotti alimentari ancora perfettamente consumabili per un valore commerciale di oltre **500.000 €**.

Un nucleo di **15 punti vendita** del piccolo e medio dettaglio recupera circa **50.000 kg** di prodotti alimentari in un anno per un valore di oltre **130.000 €** (dati progetto Ferrara 2007)

LA RETE LMM

Attivando un modello LMM tutti i soggetti ne escono "vincitori" riscontrando maggiori benefici che costi, secondo la "strategia **win-win**".

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

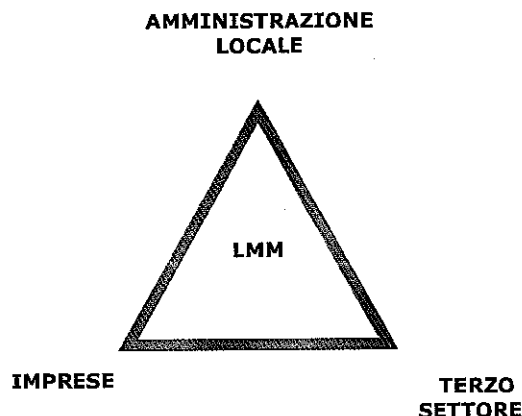
- diminuzione prodotti discarica
- migliore qualità assistenza
- possibilità di riconoscere deduzioni sulla TIA o sulla TARSU
- ottimizzazione della gestione fondi destinati ad attività ambientali e sociali

ATTIVITÀ COMMERCIALI

- riduzione costi smaltimento
- vantaggi di natura fiscale
- ottimizzazione logistica
- aumento visibilità sul territorio

ENTI BENEFICIARI

- approvvigionamento costante di beni
- gratuiti di alta qualità.
- reinvestimento risparmi in beni e servizi di altra natura
- migliore qualità assistenza fornita



dh



PERCHÉ ADERIRE A LMM

Aderire alla rete LMM permette di lavorare in conformità alla normativa vigente sui diversi aspetti che intervengono in un processo di recupero e distribuzione solidale dei prodotti invenduti. LMM cura gli aspetti igienico sanitari, fiscali, comunicativi, nutrizionali, **equilibrando "domanda" ed "offerta"** in modo efficiente. Questi i principali vantaggi che si possono riscontrare:

- Adesione ad un progetto di rilevanza nazionale (20 città)
- Attivazione di procedure fiscali e sanitarie conformi alle normative vigenti
- Diminuzione della quantità di rifiuti e dei costi di smaltimento
- Possibilità del recupero di prodotti freschi e freschissimi
- Controllo del corretto consumo (benefico) dei prodotti ceduti gratuitamente
- Coinvolgimento attivo della Amministrazione Pubblica
- Monitoraggio costante e puntuale della quantità e qualità prodotti invenduti
- Attivazione di una iniziativa di responsabilità sociale con impatti positivi (sociali, ambientali ed economici) nello stesso territorio.
- Facile monitoraggio e valutazione dei benefici
- Migliore visibilità sul territorio per i partner del progetto

CON CHI LAVORIAMO

Coopadriatica, Bennet, Unicoop Firenze, Nordiconad, Carrefour, E.Leclerc-Conad, Iper, Interspar, Panorama, Ausl Bologna, Ausl Ferrara, Ausl Verona, Asl TO4, Acli VR, Geovest srl (Servizi ambientali prov. Bologna e Modena), Regione Emilia-Romagna, Regione Sardegna, Agenzia per lo Sviluppo Empolese Valdelsa, Regione Sicilia, Provincia di Bologna, Provincia di Ferrara, Provincia di Verona, Provincia di Torino, Comune di Ferrara, Comune di Settimo Torinese (TO), Comune di Sesto Calende (VA), Copra Ristorazione, Serenissima ristorazione, CIR-food, Farmacie Comunali di Ferrara, Fondazione Cariverona, Fondazione Del Monte di Bologna e Ravenna, Mercato Ortofrutticolo di Cesena, Veronamercato, Università di Buenos Aires (Argentina), Università di San Paolo (Brasile).

Siti internet www.lastminutemarket.org www.andreasegre.it

Bibliografia

- **Andrea Segrè, *Elogio dello -SPR+ECO. Formule per una società sufficiente*, audio-video-libro, Emi, Bologna 2008.**
- Andrea Segrè, Alberto Grossi, *Dalla fame alla sazietà*, Sellerio, Palermo 2007.
- Andrea Segrè, *Lo spreco utile. Il libro del cibo solidale. Trasformare lo spreco in risorsa con i Last Minute Food e Book*, Pendragon, Bologna 2005.
- Andrea Segrè, Luca Falasconi, *Abbondanza e scarsità nelle economie sviluppate. Per una valorizzazione sostenibile dei prodotti alimentari invenduti*, Franco Angeli, Milano 2002.



2 IL PROGETTO PER IL COMUNE DI SESTO SAN GIOVANNI

2.1 OBIETTIVO GENERALE

L'obiettivo generale del progetto "LMM - SESTO SAN GIOVANNI" è predisporre un modello per il recupero di beni invenduti che possa interessare le diverse tipologie di attività commerciali e i diversi enti ONLUS che offrono assistenza presenti sul territorio comunale.

2.2 OBIETTIVI INTERMEDI E FASI DI LAVORO

1° fase - Studio di fattibilità

La prima fase avrà come obiettivi specifici:

1. Costituzione del gruppo di lavoro
2. Individuazione offerta (attività commerciali)
3. Individuazione domanda (ONLUS)
4. Analisi dei risultati e definizione nucleo donatori e beneficiari per la fase sperimentale
5. Predisposizione modello di recupero

I servizi specifici da attivare (FOOD, BOOK, PHARMACY, CATERING, HARVEST E NO-FOOD) saranno concordati con le amministrazioni comunali in fase di studio di fattibilità.

Per il dettaglio delle attività si veda la fase 1 della METODOLOGIA LMM descritta nel paragrafo 2.3.

2° fase - Attivazione prototipo e messa a regime

L'obiettivo della seconda fase sarà quello di **attivare il progetto sperimentale** secondo le modalità definite nella fase 1 e portarlo a regime.

2.3 METODOLOGIA

Last Minute Market sviluppa le attività secondo in piano di lavoro articolato in 3 fasi principali che può essere applicato ai diversi servizi offerti (FOOD, BOOK, PHARMACY, HARVEST, CATERING, E NO FOOD).

Fase 1, studio di fattibilità, consiste nel definire il gruppo di lavoro e analizzare le caratteristiche della "domanda" e dell'"offerta" presenti sul territorio.

Fase 2, attivazione e messa a regime, consiste nell'attivazione del progetto sperimentale e messa a regime delle attività di recupero

Fase 3, gestione ed estensione, consiste in tutte quelle attività necessarie per supervisionare e conservare gli standard qualitativi progettati ed eventualmente estendere il progetto ad altri punti vendita ed enti di assistenza.

FASE 1: STUDIO DI FATTIBILITÀ

Costituzione gruppo di lavoro

Contatto dei soggetti coinvolti e definizione dei ruoli e responsabilità

- Uffici comunali interessati (Ambiente, Servizi sociali, Commercio, ecc.)
- Aziende Sanitarie Locali
- Associazioni di categoria
- Rappresentanti del volontariato

Individuazione offerta

Individuazione nucleo attività commerciali per la fase sperimentale

Individuazione domanda

Individuazione potenziale domanda (associazioni caritative presenti sul territorio)

Analisi dei risultati e definizione nucleo donatori e beneficiari per la fase sperimentale

Predisposizione modello recupero

FASE 2: ATTIVAZIONE E MESSA A REGIME

Attivazione del prototipo

- Analisi ed equilibrio domanda-offerta dal punto di vista quali-quantitativo
- Predisposizione dei protocolli igienico sanitari
- Definizione delle modalità fiscali ed amministrative
- Definizione modalità logistiche di raccolta e distribuzione dei prodotti
- Attivazione prototipo sperimentale

Messa a regime e verifica di conformità

Successivamente all'attivazione è necessario rendere stabile quanto predisposto nella prima fase fino al raggiungimento degli standard qualitativi prefissati, in particolare:

- Recupero massimo quantitativo possibile di prodotti
- Ottimizzazione delle tempistiche e modalità di donazione e ritiro
- Integrazione nuovi enti beneficiari e donatori
- Controllo e definizione delle modalità fiscali, amministrative e burocratiche
- Controllo del corretto utilizzo dei prodotti
- Definizione delle modalità di gestione dati attraverso la piattaforma informatica (opzionale)
- Verifica e monitoraggio il corretto funzionamento ed il mantenimento dello standard qualitativo prefissato e gestione del progetto

Evento comunicativo

- Organizzazione di un evento comunicativo (convegno, seminario, conferenza stampa) per la presentazione del progetto.

FASE 3 : GESTIONE ED ESTENSIONE

Gestione

- Supervisione e certificazione delle attività, in modo tale che queste mantengano gli obiettivi e gli standard qualitativi progettati
- Adeguamento al quadro legislativo, fiscale, sanitario
- Verifica periodica di conformità del corretto funzionamento e gestione del progetto
- Individuazione e accreditamento di nuove associazioni
- Ottimizzazione aspetti logistici

Evento comunicativo

- Organizzazione di un evento comunicativo (convegno, seminario, conferenza stampa)

Estensione

Estensione del progetto sul territorio attraverso il coinvolgimento di nuove attività commerciali ed enti beneficiari





2.4 RUOLI E RESPONSABILITÀ

2.4.1 RUOLO DI LAST MINUTE MARKET

Last minute market non gestisce direttamente i beni recuperati ma pone in contatto diretto imprese ed enti di assistenza "mettendo in sicurezza" il sistema per quanto riguarda gli aspetti fiscali, igienico-sanitari, logistici, nutrizionali e comunicativi.

Il **servizio LMM** si traduce in **attività di assistenza e coordinamento** per:

- Coordinare una rete territoriale costituita da enti pubblici, imprese e terzo settore
- "Individuare" i prodotti non venduti o non commercializzati sul territorio
- Definire il corretto utilizzo dei beni recuperabili

Nel dettaglio LMM offre **supporto** ai diversi partner del progetto per le seguenti attività:

- Assistenza fiscale
- Assistenza igienico-sanitaria
- Coordinamento tavoli di lavoro
- Individuazione la migliore soluzione logistica
- "Controllo" del corretto utilizzo dei beni recuperati
- Monitoraggio dei dati
- Elaborazione dei dati
- Valutazione dei dati
- Attività di comunicazione

2.4.2 RUOLO DELLA AMMINISTRAZIONE PUBBLICA

Ai fini della buona riuscita del progetto l'amministrazione comunale avrà un **ruolo di primo piano**, in qualità di garante istituzionale dell'iniziativa, ma **non oneroso** in termini di risorse impiegate e attività da svolgere. Difatti l'amministrazione locale dovrà esclusivamente **facilitare il contatto** con i diversi partner territoriali (imprese, enti caritativi, Aziende Sanitarie, Associazioni di Categoria, etc) che saranno coinvolti gradualmente nelle fasi progettuali. A questo fine sarà individuato un **referente locale** che avrà il compito di coordinare queste attività per conto dell'amministrazione comunale di riferimento con un impegno di poche ore settimanali. Le attività tecniche sul territorio saranno sviluppate direttamente da LMM.

2.4.3 RUOLO DELLE IMPRESE

Le imprese dovranno garantire la salubrità dei prodotti recuperati e ceduti gratuitamente. La responsabilità sanitaria e legale delle imprese si dovrà concludere al momento della cessione gratuita.

2.4.4 RUOLO DEL TERZO SETTORE

Il terzo settore dovrà garantire di utilizzare i prodotti ricevuti secondo i propri fini istituzionali, garantire che i prodotti ricevuti saranno consumati utilizzati in linea con le normative vigenti.



3 PROPOSTA ECONOMICA

Descrizione attività	Importo
Fase 1- Studio di fattibilità Attività di assistenza per lo studio di fattibilità di un progetto Last Minute Market nel comune di Sesto San Giovanni secondo le modalità operative della fase 1 della metodologia LMM (paragrafo 2.3) La prima fase è comprensiva di 5 giornate di lavoro a Sesto San Giovanni	€ 6.150
Fase 2- Attivazione e messa a regime Attivazione e messa a regime di un progetto LMM nel territorio comunale di Sesto San Giovanni secondo le modalità operative della fase 2 della metodologia LMM (paragrafo 2.3) La seconda fase è comprensiva di 6 giornate di lavoro a Sesto San Giovanni	€ 6.150

Gli importi si considerano comprensivi delle imposte (IVA 20%) e dei costi.

L'accettazione della presente proposta prevede l'impegno ad utilizzare il nome e logo Last Minute Market negli eventi comunicativi riferiti al progetto Last Minute Market per il comune di Sesto San Giovanni.

Il materiale prodotto, le informazioni contenute nei documenti e tutte le procedure necessarie per l'attivazione del progetto Last Minute Market sono da ritenersi di esclusivo utilizzo per le attività inerenti al progetto Last Minute Market per il comune di Sesto San Giovanni.

Qualsiasi utilizzo dovrà comunque essere concordato con la società Last Minute Market s.r.l.

Per Last Minute Market
Matteo Guidi

051 42 00 346
329 66 88 631
m.guidi@unibo.it