Indice

PRESENTAZIONE DEL COMITATO DEI PROMOTORI 2
Nota introduttiva e metodologica 3
PARTE PRIMA: INFORMAZIONI GENERALI DELL'ENTE 6
› La storia, la missione e il disegno strategico -
PARTE SECONDA: LA GOVERNANCE 8
› La compagine sociale -
› Il sistema di governo e la struttura organizzativa -
PARTE TERZA: PERSONE CHE OPERANO PER L'ENTE 10
› Personale e Volontari -
PARTE QUARTA: OBIETTIVI ED ATTIVITÀ 13
› Cosa caratterizza l'Emporio 13
› Osservatorio delle povertà e delle risorse 14
› A chi si distribuiscono i prodotti 18
› Cosa e quanto abbiamo distribuito 19
› Chi ha fornito i prodotti -
› Come e quando abbiamo distribuito 21
› Riepilogo dei principali dati e indici 2009 - 2021 22
› Attività con le famiglie 23
› Altre collaborazioni -
› Iniziative di emergenza e attività straordinarie 24
PARTE QUINTA: SITUAZIONE ECONOMICA 25
› Considerazioni generali -
› Principali dati economici -
PARTE SESTA: QUESTIONI RILEVANTI PER GLI STAKHOLDERS 27
› L'Emporio per l'ambiente -
› Interviste agli utenti dell'Emporio 28
› Questionario di soddisfazione 29
› Interviste a schema aperto 31
› Per chi vuole approfondire 33
› Considerazioni finali 39
ORGANISMI DELL'EMPORIO – ANNO 2021 40

PRESENTAZIONE DEL COMITATO DEI PROMOTORI

Il Bilancio Sociale dell'Emporio del 2021, strumento di informazione e trasparenza, mostra quanto la visione iniziale del 2008 fosse lungimirante e predittiva di un'esigenza di intervento duratura e strutturata.

A distanza di quattordici anni i numeri e le relazioni che seguono mostrano una realtà dinamica, al contempo sensibile e resiliente rispetto alle tensioni che la crisi economica - cui negli ultimi anni si è unita la crisi pandemica aggravata recentemente dalla guerra in Ucraina – ha generato con sempre maggiore insistenza. L'Emporio non è solo sovvenzione finanziaria per coloro che si trovano in difficoltà, ma è un progetto di conoscenza della difficoltà e di indirizzo verso un sentiero che accompagna oltre l'uscita dal tunnel della turbolenza momentanea, nel rispetto del decoro e della dignità umana. Il costo sociale per la comunità cessa di incrementare nel momento in cui il soggetto bisognoso, dall'essere semplicemente colui che riceve, acquisisce la consapevolezza di essere anche colui che può dare, in un moto circolare di evoluzione dal proprio stato di bisogno e di affermazione della centralità della Persona.

L'ultimo evento, poi, con l'immagine di una guerra che porta la distruzione di molti e la vittoria di nessuno ha spinto tutti gli Enti Promotori a presentare per la prima volta il bilancio dell'Emporio non più a quattro mani ma attraverso un abbraccio corale convinto e saldo, che sottolinea e afferma con sempre nuova convinzione l'importanza di fare rete tra Istituzioni a vantaggio del beneficio comune e del rispetto della dignità umana.

Francesco Puggelli
Presidente della Provincia di Prato

Luigi Biancalani
Assessore alla salute e alle Politiche sociali del Comune di Prato

Italia Venco
Presidente del Comitato dei Promotori dell'Emporio della Solidarietà di Prato

Silvia Bocci
Fondazione Cassa di Risparmio di Prato

Nota introduttiva e metodologica

Il Bilancio Sociale è un documento pubblico rivolto a tutti gli stakeholders come lavoratori, donatori, volontari, ecc. In tale documento si possono trovare informazioni utili a valutare in che misura l'organizzazione persegue gli obiettivi di ciascuno di essi. La redazione del Bilancio Sociale si basa su determinati requisiti da rispettare identificati dalle linee guida.

Metodologia adottata

L'Emporio della Solidarietà di Prato da sempre ritiene opportuno comunicare ai numerosi stakeholders (portatori di interessi) e all'intera comunità un rendiconto della ricchezza generata e distribuita, dell'impatto che ha avuto nei confronti non solo degli utenti, ma di tutti i portatori d'interessi che ci hanno accompagnato e sostenuto in questi anni, creando un utile punto di partenza per valutare l'efficienza e l'efficacia del servizio svolto in relazione al perseguimento degli obiettivi del progetto. Il presente lavoro costituisce anche una cartina di tornasole della situazione socioeconomica della nostra città.

Per la definizione e redazione del documento, che è ormai giunto alla 10° edizione, ci siamo ispirati alle best practices e alle linee guida nazionali e internazionali sulla responsabilità sociale, con un continuo riferimento ai seguenti criteri:

› leggibilità dei contenuti riportati;

› sinteticità e significatività nella scelta dei contenuti e nei modi di presentazione, anche attraverso l'utilizzo di tabelle e grafici;

› completezza dei dati e delle informazioni.

Il Bilancio è strutturato in sei sezioni:

Informazioni generali dell'ente: anagrafica, area territoriale, mission, relazione con altri enti e informazioni sul contesto di riferimento.

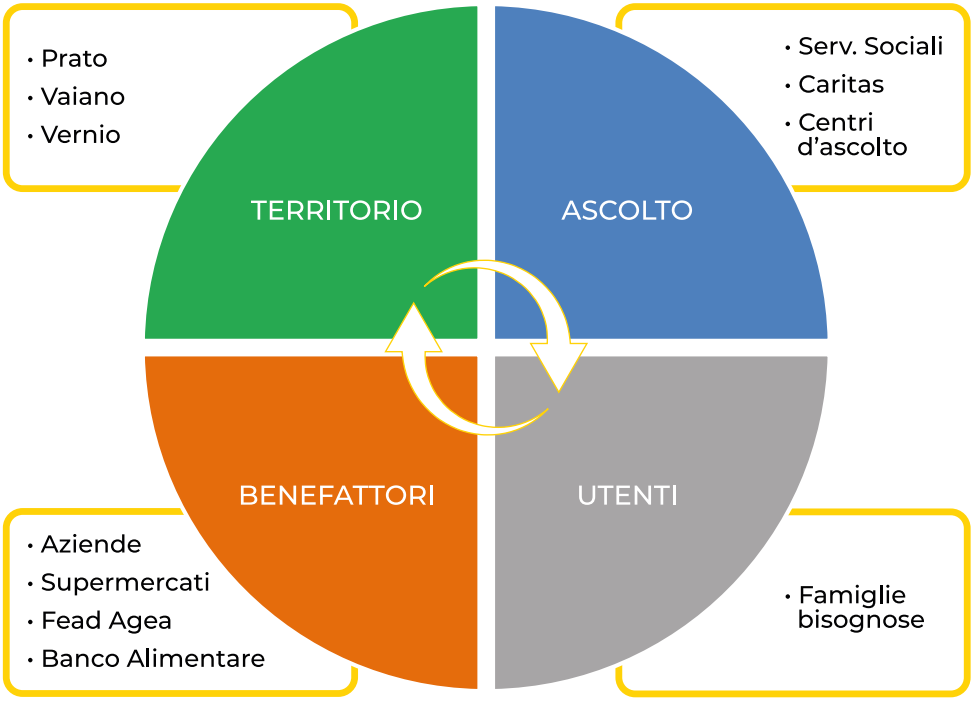
Governance: organismi diretti e di controllo, aspetti relativi alla democraticità interna e alla partecipazione, identificazione degli stakeholders.

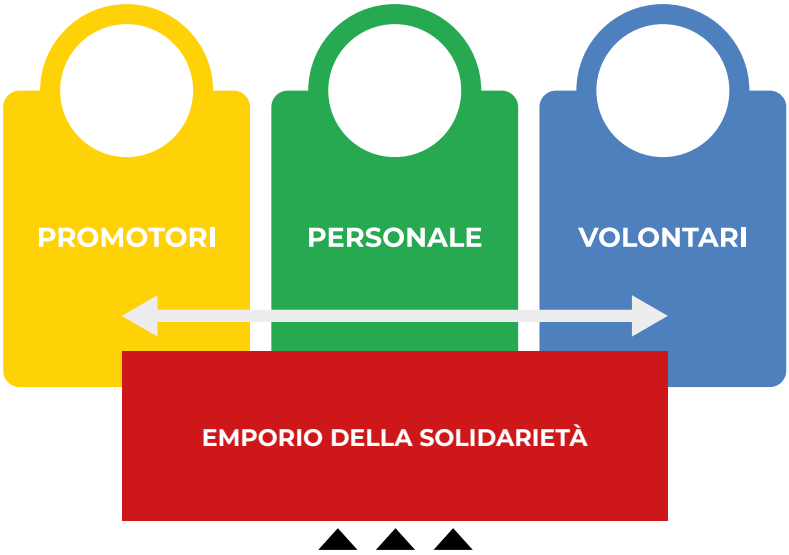
Persone che operano per l'ente: il personale retribuito che ha effettivamente operato per l'ente, i volontari e tutte le diverse componenti che hanno partecipato alle attività.

Obiettivi e attività: informazioni qualitative e quantitative sulle azioni realizzate nelle diverse aree di attività, sui beneficiari diretti e indiretti, sugli output risultanti dalle attività poste in essere e sugli effetti di conseguenza prodotti sui principali portatori di interesse.

Situazione economica: le risorse economiche e finanziarie e la situazione patrimoniale.

Gli Stakeholders: questioni rilevanti per i portatori di interesse cui il Bilancio Sociale si rivolge.





Per la redazione di questo documento, sono stati coinvolti tutti gli operatori. I dipendenti con la segnalazione delle attività; i volontari del gruppo di coordinamento per la raccolta dei dati e la loro analisi; tutti i volontari con la raccolta di un questionario; gli utenti ugualmente con una serie di interviste sia a domanda chiusa che a schema aperto.

Il contatto con i Promotori è stato costante con gli incontri nel corso dell'anno e con le loro considerazioni riportate in apertura del Bilancio.

Obiettivo e parametri del report

Il periodo di rendicontazione delle informazioni fornite in questo Bilancio Sociale si riferisce all'anno solare 2021 confrontato con il 2020, vengono inoltre riportati alcuni dati relativi agli ultimi anni.

Per richiedere informazioni sul report e i suoi contenuti, si può inviare una mail a coordinatore@emporio.prato.it o scrivere all'indirizzo operativo via del Seminario, 26 - 59100 Prato.

PARTE PRIMA: INFORMAZIONI GENERALI DELL'ENTE

LA STORIA, LA MISSIONE E IL DISEGNO STRATEGICO

L'Emporio della Solidarietà ha lo scopo di aiutare le famiglie in difficoltà del territorio e di essere una testimonianza concreta di valori come l'accoglienza, la solidarietà, la gratuità, ma anche la promozione umana.

Solidarietà: forza e azioni riconducibili attraverso interventi a favore di persone in stato di necessità.

Eguaglianza: le azioni devono essere attuate secondo regole uguali per tutti, senza discriminazioni di età, sesso, lingua, religione, status sociale, opinioni politiche, forme di disagio.

Gratuità: le iniziative intendono privilegiare l'inclusione e il contenimento degli sprechi in forma gratuita.

Inclusione territoriale: azioni ed iniziative vengono rivolte al territorio.

Dialogo: azioni ed iniziative si sostengono attraverso il dialogo continuo con soggetti pubblici e privati, istituzioni ed enti.

L'Emporio della Solidarietà è nato nel 2008 da un'idea della Caritas Diocesana di Prato e di Unicoopfirenze tesa ad attuare nel territorio pratese un progetto per il recupero di alimenti in modo che da spreco diventassero risorsa. Obiettivo principale è stato quello di costituire un Emporio sul territorio del Comune di Prato cui si potessero rivolgere tutti i cittadini che si trovassero in condizioni sociali ed economiche disagiate al fine di poter ricevere gratuitamente alcuni viveri di prima necessità.

La Provincia, il Comune e la Fondazione Cassa di Risparmio di Prato, immediatamente coinvolti, sono diventati, insieme alla Caritas Diocesana, i soggetti Promotori del progetto.
Nel giugno del 2008 l'Emporio, che in questa prima fase si chiamava "Emporio Caritas", ha iniziato la propria attività. Era la prima esperienza in Italia (unitamente a quella di Roma) entrambe poi capofila di molti altri Empori oggi diffusi in tutta Italia.

Nel Dicembre 2017 l'Ente gestore Solidarietà Caritas – Ramo Onlus della Diocesi di Prato è stato sostituito in continuità dalla Fondazione Solidarietà Caritas Onlus.
Oltre al sostegno in termini finanziari e di risorse strumentali messe a disposizione, le istituzioni sono state coinvolte con decisione nell'attività d'indirizzo e monitoraggio dell'Emporio attraverso la partecipazione agli organi interni del servizio, in primis il Comitato dei Promotori.

Tale presenza ha permesso all'Emporio di crescere negli anni e qualificare significativamente le proprie attività, accreditandosi presso l'industria alimentare come un soggetto in grado di gestire in maniera adeguata e secondo le normative vigenti tutte le eccedenze provenienti dall'industria e dalla GDO.

L'industria alimentare ha rappresentato la principale fonte di approvvigionamento dell'Emporio, seguita da: i supermercati COOP, i prodotti AGEA, le raccolte periodiche presso i supermercati del territorio e all'interno degli istituti scolastici, il Banco Alimentare della Toscana e le donazioni di privati. Soprattutto riguardo i rapporti istituzionali con AGEA, è sempre la Fondazione Solidarietà Caritas Onlus che ne ha curato la gestione.

Per tali aspetti la qualificazione del personale e dei volontari ha costituito indubbiamente un altro elemento decisivo nell'instaurarsi e intensificarsi delle relazioni tra Emporio e industria.

La rete coinvolge poi una serie di aziende private che, prestando in parte gratuitamente all'Emporio i propri servizi (fornitura dell'energia elettrica grazie a Estra Energie S.p.a., formazione e sistema di controllo della qualità a cura dello Studio Associato Romoli e Migliorini), consentono la sostenibilità delle attività, che del resto richiedono uno sforzo considerevole in termini di gestione dell'infrastruttura.

Un valido contributo arriva infine dai cittadini che, pur in un periodo di crisi, non hanno mai fatto mancare il proprio sostegno agli appelli lanciati dall'Emporio.

PARTE SECONDA: LA GOVERNANCE

LA COMPAGINE SOCIALE

Il soggetto responsabile del progetto denominato: "Emporio della Solidarietà" è la "Fondazione Solidarietà Caritas Onlus"[1] con sede legale, in Via del Seminario, 36; la sede operativa si trova invece in via del Seminario, 26.
Il marchio con cui si presenta il progetto è: "Emporio della Solidarietà - La solidarietà spesa bene" e il relativo logo è comune agli altri progetti analoghi, attivi in Italia che fanno parte della Rete Empori della Solidarietà. Nel seguito, per brevità, si utilizzerà la semplice dizione "Emporio".
L'area d'intervento è costituita prevalentemente dal territorio del Comune di Prato e da parte dei comuni della Provincia di Prato e si rivolge alle famiglie e alle neomamme in difficoltà economica, cercando di sostenerle attraverso un aiuto alimentare che venga incontro alle principali necessità, senza trascurare gli aspetti educativi e formativi nei riguardi di una corretta alimentazione, di un'educazione ai non sprechi, ma anche di un'assistenza per le problematiche connesse all'integrazione, alla multiculturalità e alla conoscenza delle strutture di supporto presenti sul territorio.

Il sistema di governo e la struttura organizzativa

L'iniziativa è sostenuta da soggetti pubblici e privati con i compiti sottoelencati.

IL COMITATO PROMOTORE

È costituito da: Caritas Diocesana, nella persona del Vescovo di Prato; Comune di Prato, nella figura del Sindaco; Provincia di Prato, nella persona del Presidente. Fondazione Cassa di Risparmio di Prato, nella persona del Presidente; la Caritas Diocesana, cui fa capo la titolarità del progetto, affida alla Fondazione Solidarietà Caritas Onlus la gestione operativa dell'Emporio, secondo quanto previsto dal protocollo d'intesa tra i soggetti Promotori rinnovato il 27 dicembre 2021.

Caritas diocesi di Prato — Provincia di Prato — comune di PRATO — Fondazione Cassa di Risparmio di Prato — Gestito da Fondazione Solidarietà Caritas Onlus

[1] L'Emporio della solidarietà è una delle attività della "Fondazione Solidarietà Caritas Onlus". Per quanto attiene agli aspetti normativi e generali si rimanda al Bilancio Sociale della Fondazione.

IL COMITATO DI PARTECIPAZIONE

È composto da associazioni, Enti, società che costituiscono la rete di supporto alle attività dell'Emporio, condividendone lo spirito e la missione.
I partecipanti si rendono disponibili a partecipare personalmente, attivamente, con gratuità e continuità allo scopo ed hanno il ruolo di proposizione e coordinamento di tutte le attività dell'Emporio.

IL GRUPPO DI APPROVVIGIONAMENTO

È composto da:
· un responsabile dell'Emporio;
· da più persone con competenze specifiche.
Provvede ai bisogni materiali dell'Emporio e si relaziona con i Promotori, con la grande distribuzione (per il recupero dei prodotti vicini alle scadenze e danneggiati o difettosi nella confezione), con le aziende produttrici e i distributori di prodotti alimentari (per il recupero dei prodotti vicini alle scadenze o per donazioni), con il Banco Alimentare della Toscana. Organizza, con l'aiuto di altri, le raccolte alimentari previste dal progetto.

CHI SELEZIONA GLI UTENTI

Gli organismi deputati alla selezione dei richiedenti l'inserimento all'Emporio per un aiuto alimentare, sono selezionati dai centri di ascolto della Caritas, dai Servizi Sociali del Comune di Prato, dai centri di ascolto della San Vincenzo, del Volontariato Vincenziano e per i neonati dal Centro di Aiuto alla Vita.
Nel 2021 sono state 1.735 le famiglie che hanno usufruito dei servizi dell'Emporio oltre alle 212 neomamme. L'inserimento delle tessere avviene in base ad un budget assegnato ad ogni centro di invio determinato sui dati storici delle posizioni degli utenti seguiti e sulle disponibilità di prodotti e capienza.

Per quanto riguarda i Servizi Sociali, il canale di attivazione del credito alimentare resta autonomo, su valutazione professionale da parte delle assistenti sociali, sempre in osservanza dei requisiti richiesti, in particolare da FEAD/AGEA.
Globalmente l'ambito Fondazione Caritas ha distribuito il 49,8% del valore, i Servizi Sociali hanno distribuito il 42,4%, la san Vincenzo l'1,7%, il Volontariato Vincenziano il 2,8%, Il Centro di Aiuto alla Vita il 3,3%.
Al fine di verificare il controllo ex post dell'evolversi della situazione degli assistiti, le tessere vengono rinnovate ogni 3 – 6 mesi, previo colloquio presso l'ente erogatore.

PARTE TERZA: PERSONE CHE OPERANO PER L'ENTE

PERSONALE E VOLONTARI

Per lo svolgimento della propria attività, l'Emporio nel corso del 2021 si è avvalso di due dipendenti tecnici che curano la gestione operativa dei magazzini e della distribuzione dei prodotti. A loro si sono aggiunti 48 volontari (-27%) che con 14.839 ore (-2%) hanno coperto le altre necessità.

Nel perseguimento della mission che prevede anche attività strumentali di supporto e di integrazione con il territorio, sono stati accolti anche: 3 inserimenti in misura alternativa alla pena per un totale di 79 ore e 1 inserimento socio terapeutico. La diminuzione del numero di volontari è dovuta alla stabilizzazione della pandemia con l'esclusione della chiusura totale delle attività che aveva portato tante persone forzatamente inoccupate a impegnarsi nel volontariato per sostenere i più fragili. Questo non ha però comportato una analoga riduzione delle ore di lavoro.

Dal 2011 fra i volontari vi sono anche alcune figure competenti reclutate attraverso l'adesione al progetto "Solidarietà" di Federmanager Toscana e Manager Italia che fanno da tramite fra i propri iscritti in quiescenza e gli Enti e le associazioni no profit. Tutti gli organi d'indirizzo, di controllo e di coordinamento dell'Emporio operano volontariamente e senza alcun onere.

IL VOLONTARIATO

Il volontariato, che è il cuore dell'Emporio, richiede maggior impegno, costanza e dedizione, ma anche una buona dose di sensibilità rispetto ad altre modalità di volontariato: chi si reca a fare la spesa è un insieme di persone eterogeneo, per nazionalità, cultura, istruzione e provenienza sociale, accomunati da difficoltà più o meno momentanee. A loro è rivolto il servizio dei volontari che sono in prevalenza donne e pensionati, che si sono spontaneamente messi a disposizione. Essere volontari significa compiere una scelta che riempie di gioia. Non importa per quante ore in un giorno, in un mese, in un anno: ogni persona è importante e ognuno può trovare il suo modo di vivere una relazione in base alla propria disponibilità di tempo ed energie.

Ai volontari è richiesto di svolgere il loro servizio alla cassa, alla guida dei furgoni per la raccolta, per sistemare la merce sugli scaffali controllandone le scadenze, ma ancora più importante è l'aiuto che essi sono chiamati a dare agli utenti, rispondendo alle loro domande e mettendosi a disposizione dei loro bisogni, come emerge anche dalle testimonianze di due di loro.

TESTIMONIANZA 1

Anno solare 2021, le tessere sono tante, le persone richiedono attenzione e non ci possiamo limitare agli orari di servizio, il bisogno si fa continuativo, così provo ad essere giornalmente presente. È sempre più indispensabile un rapporto diretto con gli utenti, che sono persone con corpo e anima, colpite dalla pandemia, dalla disoccupazione, dalle separazioni familiari, dai problemi lavorativi, economici, fisici e non ultimo dal problema dell'abitazione. Il bisogno di umana disponibilità diventa continuo come continuo deve essere il rapporto con i nostri assistiti che iniziano a percepirmi come figura amicale, consigliera e talvolta guida utile. La figura del volontario diventa così mediatrice tra bisogno e dignità.
Nell'anno 2021, i nostri tesserati, si sono dimostrati sempre più desiderosi dell'ascolto dei volontari." Tra me e loro" si dipana un filo di comprensione intessuto d'amore. In uno scambio di "Come stai?" "Ti senti meglio?" li rendiamo visibili e riconoscibili durante il tempo necessario della spesa. All'interno dell'Emporio loro dimostrano un desiderio crescente di serenità e necessità di allontanare la solitudine come difficoltà di vita.
Come volontaria metto a disposizione la mia solidarietà e il mio tempo. Da loro ricevo più di quanto io dia.

***Alessandra Chiara Franchi**, volontaria dell'Emporio della Solidarietà.*

TESTIMONIANZA 2

In pieno lockdown mi capitò sott'occhio un viso amico, ex vicino di casa, che chiedeva un aiuto a tutti noi, che stavamo leggendo un quotidiano on line, per far fronte a una causa più che giusta: cercare di sostenere coloro che, in difficoltà economica acuita da questo virus che ci aveva costretti a chiuderci a casa dimenticando le nostre abituali attività che per molti rappresentavano la sussistenza, avevano bisogno di aiuto. Dopo avere versato quanto potevo mi riproposi, al momento del mio pensionamento, di offrire anche il mio impegno fisico. Così è successo rivolgendomi al viso amico che molto gentilmente mi accompagnò in una visita alla struttura dell'Emporio e con mia sorpresa scoprii che si trattava di un supermercato e non di una "semplice" attività di distribuzione di cibo. Scoprii l'efficiente organizzazione che contattava i fornitori, per lo più appartenenti alla grande distribuzione, per raccogliere i generi non solo di prima necessità che poi venivano messi a disposizione dell'utente che poteva usufruirne gratuitamente in base al proprio reddito. Ecco, questa organizzazione la verifico ogni volta che partecipo alle mie giornate all'Emporio e verifico anche il coordinamento di tutti noi volontari per poter coprire le esigenze quotidiane del supermercato. Chiaramente organizzazione e coordinamento hanno dietro persone che sanno bene quello che fanno. Devo dire allora che mi sento bene, che sto bene in questo Emporio che tra indiscutibili difficoltà, rispetto ad un normale gestore, riesce comunque a rispondere a gran parte dei bisogni di chi si affida a questa nicchia di umanità. Per ultimo, ma non per importanza, ho scoperto che anche un vecchio compagno di tempi passati ha partecipato alla sua realizzazione pur non essendo riuscito a vederne la luce: Renato Ciabatti che una targa comunica a tutti la sua gentilezza e purezza d'animo.

***Elisabetta Borgioli**, volontaria dell'Emporio della Solidarietà.*

Oltre ai volontari che hanno scelto di prestare il loro servizio presso l'Emporio, durante il 2021 sono state inserite nell'organico anche tre persone che avevano l'esigenza di svolgere la Messa alla Prova, su invio dell'Ufficio Locale Esecuzione Penale Esterna (ULEPE). Una di queste persone, dopo aver terminato le ore che dovevano essere svolte obbligatoriamente, ha deciso di continuare il proprio servizio liberamente, in seguito all'esperienza molto positiva dei mesi precedenti.
Tra i volontari ci sono anche persone con alcune fragilità che traggono grande beneficio dal servizio presso l'Emporio, perché il fatto di impegnarsi per gli altri dà loro molto sollievo. In queste occasioni è richiesto un lavoro aggiuntivo di tutoraggio, per garantire che il servizio si svolga nella piena tutela del volontario e della Fondazione.

Durante il mese di dicembre, abbiamo chiesto a tutti i volontari presenti all'Emporio di compilare in forma anonima, depositandolo in apposita urna, un questionario per valutare sia il grado di soddisfazione che eventuali problematicità e/o suggerimenti in relazione alla loro esperienza nel corso del 2021.
Hanno partecipato all'indagine 23 volontari che hanno risposto ad undici domande suddivise in tre aspetti concernenti la valutazione del servizio, quella dell'ambiente di lavoro e quella delle relazioni umane. Per ciascuna delle domande il volontario aveva la possibilità di dare una valutazione in punti da 1 a 5 dove con 1 si esprimeva la totale insoddisfazione e con 5 la completa soddisfazione.
Il risultato è visibile nella allegata tabella e evidenzia che in ogni caso la media della valutazione di ogni domanda è superiore a 4,2. Gli aspetti più critici hanno riguardato la formazione per l'accesso al servizio e le misure anti Covid. Pur essendo il valore medio alto, questi saranno due aspetti sui quali concentrare la nostra attenzione.

I risultati del questionario sono indicati nella tabella a pagina 30.

PARTE QUARTA: OBIETTIVI ED ATTIVITÀ

COSA CARATTERIZZA L'EMPORIO

Gli obiettivi principali del progetto "Emporio" erano e rimangono:

- predisporre percorsi differenziati per le famiglie, affinché si attui una promozione piuttosto che una semplice assistenza;
- fare una distribuzione attenta con un lavoro in rete, per evitare che ci sia chi si approfitta e chi invece resti escluso perché ha più difficoltà a chiedere;
- recuperare gli sprechi e razionalizzare le risorse per dare un chiaro segnale di cambiamento degli stili di vita.

L'Emporio distribuisce i prodotti raccolti in primis alle famiglie ed ai neonati; eventuali prodotti che per durata o quantità non possono essere convenientemente dati a loro, vengono ridistribuiti alle associazioni.
L'Emporio della Solidarietà è un luogo organizzato fisicamente come un vero e proprio supermarket dedicato esclusivamente a famiglie in difficoltà economica, dove però il valore dei prodotti sullo scaffale è espresso in punti, e non in euro.
L'attribuzione dei punti ai prodotti non sempre segue una corrispondenza lineare con i valori di mercato, considerando anche aspetti come la loro disponibilità in magazzino, la data di scadenza e altri elementi volti a porre l'accento anche su atteggiamenti di tipo educativo. Il valore in euro dei prodotti donati viene effettuato assegnandogli il valore medio più basso degli analoghi prodotti in vendita presso la GDO.

L'accesso ai servizi dell'Emporio nel 2021 è avvenuto tramite il portale online utilizzato direttamente dal Centro di Ascolto diocesano gestito dalla Fondazione Solidarietà Caritas, dai Servizi Sociali del Comune di Prato e dal C.A.V. Per quanto riguarda i Centri di Ascolto parrocchiali, quelli del Volontariato Vincenziano e della San Vincenzo De' Paoli, dopo aver svolto l'attività di ascolto ed aver accertato l'esigenza di un supporto alimentare, i volontari in essi impegnati indirizzano gli utenti al centro diocesano, questo per sollevare i volontari stessi dai numerosi obblighi burocratici in essere derivanti dalle ultime disposizioni di legge (FEAD e AGEA). La documentazione richiesta attualmente per ottenere il credito alimentare si basa sulla certificazione ISEE, sull'eventuale contratto di lavoro e le ultime buste paga, sulla rilevazione di eventuali benefici pensionistici o altri sussidi, sul possibile possesso di automezzi (libretto di circolazione), sulle spese per l'affitto/mutuo (contratti e cedole), sulla spesa per le utenze domestiche, ecc.; si tratta di una prassi condivisa che permette una valutazione il più possibile omogenea e aderente alla realtà delle situazioni socio-economiche delle famiglie richiedenti.
In ambito Fondazione Solidarietà Caritas, i criteri e gli elementi documentali necessari per il rilascio delle tessere, la definizione del valore in punti, la verifica dell'utilizzo e la persistenza delle stesse condizioni di bisogno nel tempo sono stabilite su confronto periodico tra il coordinamento e il personale debitamente formato, che si occupa dell'ascolto.

La valutazione delle situazioni da parte dei Servizi Sociali è invece effettuata autonomamente, attenendosi ovviamente alla certificazione ISEE e a tutti i documenti che le assistenti sociali ritengono opportuno richiedere. L'erogazione del credito alimentare è comunque sempre vincolata alle tipologie di punteggio mensile e durata della tessera, valide per tutti i centri d'invio.

L'Emporio non limita la propria attività alla redistribuzione di eccedenze alimentari, la accompagna invece con percorsi di educazione rispetto a stili di consumo e utilizzo dei prodotti rivolti sia agli utenti sia ai ragazzi delle scuole.
Proprio l'aspetto educativo è uno degli elementi su cui l'Emporio punta maggiormente, affiancando quest'attività a quella di distribuzione dei prodotti.
L'impegno dell'Emporio si svolge anche in modo rilevante su un altro importante fronte, quello che coniuga insieme la sensibilizzazione e l'attenzione all'inclusione sociale.

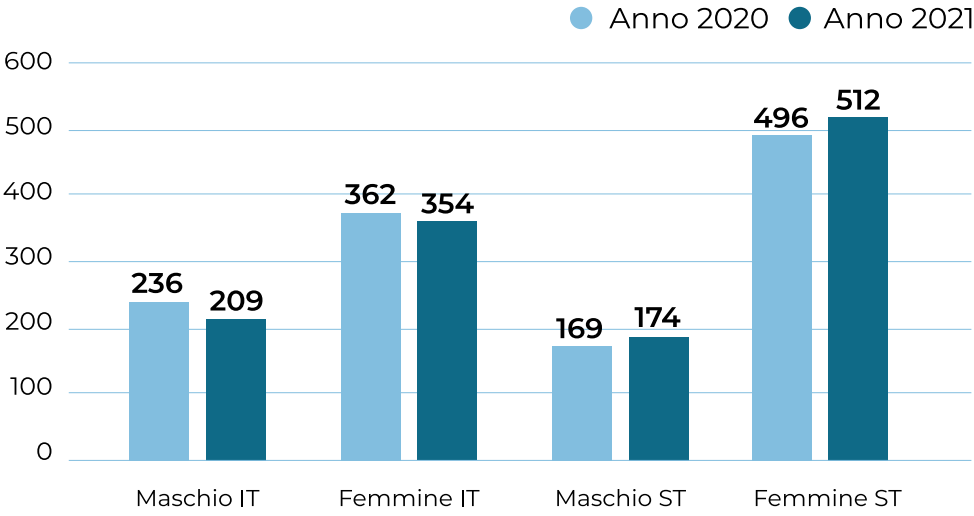
Stimoliamo la comunità alla solidarietà, sia attraverso le tante iniziative volte alla raccolta di fondi, sia attraverso la redazione e diffusione del Bilancio Sociale e con le attività di formazione e sensibilizzazione nelle scuole. Abbiamo anche momenti di formazione e approfondimento per i volontari impegnati all'Emporio.
Manteniamo attivo il coordinamento fra le tante associazioni ed enti attraverso la vasta rete composta dai due Comitati (Promotori e Partecipazione), sviluppando una maggiore attenzione alle problematiche della fame e del bisogno alimentare, agendo concretamente contro gli sprechi e sensibilizzando gruppi di utenti a uno stile di vita sobrio.

Osservatorio delle povertà e delle risorse

L'Osservatorio delle Povertà e delle Risorse si occupa principalmente del monitoraggio della situazione socioeconomica di coloro che si rivolgono alla Caritas diocesana attraverso la lettura dei dati raccolti dai Centri di Ascolto (CdA) gestiti dalla Fondazione durante la loro attività. I CdA rappresentano i nodi di una rete che, oltre a comprendere la sede diocesana di via del Seminario dove svolgono il loro servizio alcuni operatori della Fondazione, si appoggia anche a 26 Caritas parrocchiali[1], in cui operano esclusivamente volontari.

Il sistema che permette di raccogliere le informazioni provenienti dai colloqui si chiama MiROD[2] ed è un progetto di proprietà della Conferenza Episcopale Toscana, iniziato nel 2002 con il sostegno dell'ente pubblico regionale, affidato alle Caritas diocesane che, direttamente o affidando a loro volta la gestione ad associazioni, cooperative o fondazioni, registrano i dati delle famiglie accolte.

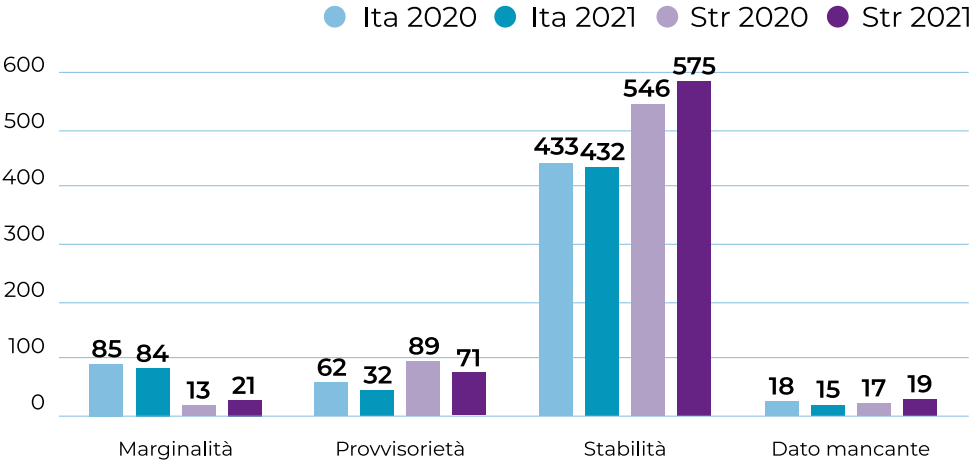
Persone ascoltate 2020 vs 2021



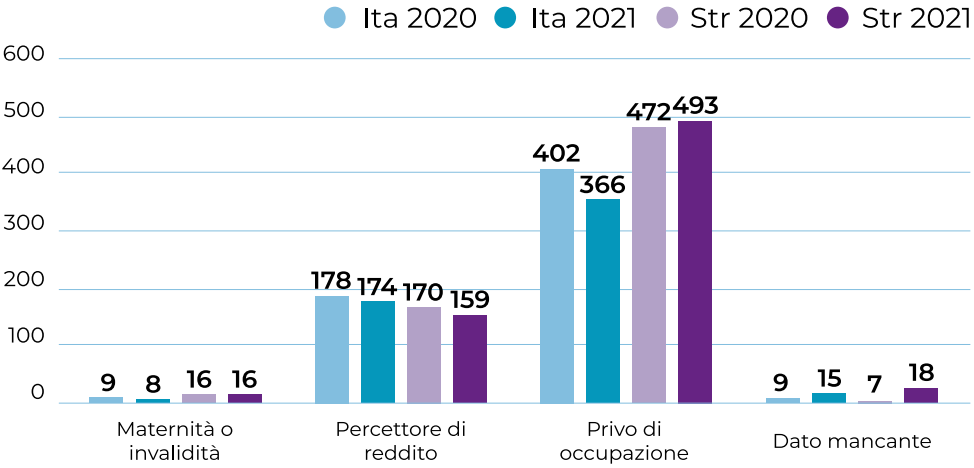
Già nel corso del 2020, a causa della crisi pandemica, molti dei centri parrocchiali hanno dovuto cessare o comunque ridurre fortemente la loro apertura al pubblico, vista la stragrande maggioranza di volontari anziani, comprensibilmente preoccupati per la loro salute. Nel 2021 questa situazione è migliorata, ma non così tanto da poter garantire un presidio del territorio diocesano tale da consentire una lettura capillare delle difficoltà emergenti, più che altro per il mancato utilizzo del Mirod. Ovviamente a questa "défaillance" dei centri periferici ha sopperito in buona misura l'attività del centro di ascolto diocesano, attraverso un utilizzo intenso del database informatico, che ha consentito di analizzare costantemente i flussi di presenza ai CdA e permetterà nei prossimi mesi di fare sintesi delle informazioni registrate, al fine di comprendere quali siano le necessità emergenti sul territorio, almeno per quel che riguarda la porzione di popolazione che è stata incontrata ai CdA diocesani. Qui presentiamo una brevissima sintesi delle informazioni di base che hanno caratterizzato l'anno 2021. Tra 2020 e il 2021 il totale delle persone ascoltate[3] al Centro di Ascolto diocesano è passato da 1.263 a 1.249, con una diminuzione dell'1,1%. Questo andamento è dovuto in larga parte alla riduzione delle risorse umane dedicate al servizio di ascolto (una delle operatrici è andata in pensione nel corso dell'anno).

Scendono gli italiani del 5,9% (da 598 a 563 famiglie), mentre gli stranieri aumentano del 3,2% (da 665 a 686 famiglie). L'incidenza degli italiani sul totale è del 45,1% (era 47,8% nel 2019, mentre risultava del 47,3% nel 2020). Nelle famiglie italiane sono risultati presenti 211 minori, 903 nelle famiglie di altra provenienza, confermando la media di età più giovane per i nuclei immigrati a Prato incontrati ai CdA, come anche le difficoltà legate all'accudimento di figli piccoli, la cura della loro istruzione e la soddisfazione delle esigenze legate alla socialità, in particolare a causa delle ridotte possibilità di incontro, prima fra tutte la frequenza scolastica, costretta alla didattica a distanza per lunghi periodi.

Sistemazione abitativa 2020 vs 2021



Condizione professionale 2020 vs 2021



Secondo la rilevazione dei dati MiROD, la situazione lavorativa delle persone incontrate è così delineata. Se nel 2020 la mancanza di reddito da lavoro riguardava il 68,8% delle persone ascoltate, nel 2021 tale incidenza scende al 58,7%. I disoccupati fra le due annualità diminuiscono da 870 a 733 unità, una variazione del 15,7%. Salgono leggermente i nuclei dove manca il lavoro e sono presenti minori e rimangono sostanzialmente stabili le famiglie in cui almeno uno dei genitori lavora, ma con un reddito non sufficiente a sopperire alle necessità dei propri cari. Dal punto di vista della sistemazione alloggiativa si può osservare il grafico precedente. Il dato più significativo riguarda le sistemazioni apparentemente stabili, ovvero coabitazione con i genitori, casa in affitto oppure di proprietà (quasi sempre con mutuo in corso), edilizia popolare e comodato gratuito (pochi casi).

L'incremento generale di questo indicatore si attestava all'11,2% nel 2020 rispetto ai dodici mesi precedenti, mentre nel 2021 si ferma al 3,9%, interessando praticamente solo la componente straniera. La stabilità si riferisce ovviamente al tipo di sistemazione, ma non ai costi per sostenerla, che, come sappiamo, sono davvero alti e hanno continuato a mettere in ginocchio molte famiglie durante il 2021. Un'altra attività in cui è stato coinvolto l'Osservatorio riguarda un questionario che è stato somministrato tra ottobre e dicembre ad un campione di persone (85 interviste) titolari della tessera dell'Emporio della Solidarietà. Il questionario, di tipo qualitativo e a domanda aperta[4], ha voluto dare innanzitutto la possibilità alle persone di raccontare sé stesse, in riferimento allo stato d'animo rispetto alla situazione presente e alle prospettive future. Poi si è cercato di sondare quali potessero essere le capacità personali che gli intervistati possiedono, insistendo particolarmente sulle competenze professionali o amatoriali che gli interessati si riconoscono.

Il sondaggio ha fornito l'occasione per riflettere sull'opportunità di creare all'interno dell'Emporio un punto di accoglienza e ascolto per orientare le persone sulle possibilità ad ampio raggio che il territorio offre e di cui le persone sono poco o per nulla a conoscenza. Questo servizio è partito da febbraio 2022.
Nell'anno 2022 si cercherà di far recuperare gradualmente la confidenza con il sistema Mirod, fornendo assistenza e formazione, in modo da rendere capaci i volontari del costante aggiornamento delle schede personali nel database. Oltre a questo sarà opportuno riflettere sull'opportunità di proseguire il lavoro di monitoraggio qualitativo, che sicuramente richiede grande impegno, ma permette di dare un'anima ai dati e di conoscere più approfonditamente la situazione delle persone incontrate presso i vari servizi.

[1] Altri nodi della rete informatica sono l'Ambulatorio medico STP (Straniero Temporaneamente Presente), la mensa dell'Associazione "Giorgio La Pira", il progetto degli Operatori di Strada, tre gruppi del Volontariato Vincenziano (Prato Centro, San Giuseppe, Santa Maria della Pietà), due Conferenze di San Vincenzo (Cafaggio, Galcetello).

[2] MiROD è un acronimo che sta per "Messa in Rete degli Osservatori Diocesani" e si riferisce ad un progetto di rete telematica fra le diocesi toscane, sostenuto dalla Regione Toscana fin dal 2002 e regolato dal 2013 da accordi triennali fra istituzione e Delegazione Regionale Caritas. L'applicativo internet (MiROD Web) consente la registrazione online delle informazioni ricavate mediante i colloqui tenuti fra operatori/volontari dei centri di ascolto (CdA) e altri servizi con le persone accolte. I dati archiviati sono di natura anagrafica ed inerenti alle problematiche raccontate da chi si trova in stato di bisogno.

[3] Si tenga presente che nella maggior parte dei casi le persone accolte sono rappresentanti della famiglia che versa in stato di bisogno, per cui in realtà sarebbe più corretto parlare di nuclei familiari. In MiROD esiste una sezione per l'annotazione delle relazioni familiari, utile in particolare per la segnalazione dei figli minori coabitanti. Il suo utilizzo è in fase di rafforzamento.

[4] vedi il report nella sezione sesta.

A chi si distribuiscono i prodotti

L'Emporio distribuisce i prodotti raccolti in primis alle famiglie ed ai neonati; eventuali prodotti che per durata o quantità non possono essere convenientemente dati a loro, vengono ridistribuiti alle associazioni.

Famiglie e neonati

Il 2021, in continuità con il precedente anno, è stato caratterizzato dalla emergenza Covid che ha stravolto il normale andamento delle attività. Il primo dato che emerge è il sostanziale mantenimento degli assistiti del 2020: hanno usufruito dell'Emporio 1.735 famiglie, il 2,4% in meno del precedente anno, e 212 neonati, il 6,5% in più, con un andamento costante durante tutti i mesi.

Vi è stata anche una variazione sulla composizione dei nuclei familiari con un ulteriore incremento del 3% delle famiglie piccole (1-2 persone).

Le famiglie italiane tornano al 48,6% contro il 50% dello scorso anno e in ogni categoria occupano sempre il primo posto come numerosità; sono la quasi totalità dei nuclei con 1 o 2 persone (73%), mentre sono solo il 26% dei nuclei con più di 4 componenti. Le comunità straniere più numerose sono quelle provenienti dal Marocco (11,2%), dall'Albania (9,4%) e dalla Nigeria (8,8%).

Il valore medio annuo erogato per famiglia è di 1.013€ invariato rispetto al 2020, con un minimo di 584€ per le famiglie piccole e un massimo di 1.330€ per quelle grandi.

Il numero di accessi delle famiglie è stato di 38.954 con un incremento del 3,1% sul 2020 che corrisponde ad un maggior frazionamento della spesa.
A partire dal 2019, per ottemperare a quanto ci richiede AGEA, attraverso i componenti di ogni famiglia, siamo in grado di determinare il numero di persone che complessivamente hanno usufruito dei prodotti distribuiti all'Emporio.
Nell'anno preso in esame sono state 5.087 contro le 5.925 del 2020.

Oltre alle famiglie, come accennato all'inizio, l'Emporio si rivolge anche alle mamme per l'assistenza ai neonati fino ai 18 mesi di vita. A loro, inviate esclusivamente dal Centro Aiuto alla Vita (C.A.V.), è dedicato un apposito settore all'interno del negozio e una apertura riservata il martedì pomeriggio ed il giovedì mattina. I prodotti distribuiti sono pannolini, omogeneizzati, biscotti, minestrine, pappe e farinate, latte in polvere e derivano per la quasi totalità da acquisti.

Le 212 presenze rappresentano un incremento del 6,5%. La provenienza delle mamme resta invariata rispetto al precedente anno e vede al primo posto la Nigeria (32%), poi il Marocco (19%) e l'Albania (14%), le italiane si attestano all' 11%.

Associazioni

Nella missione dell'Emporio, oltre all'aiuto alle famiglie in difficoltà, c'è anche la lotta allo spreco; da questa deriva principalmente l'esistenza di un terzo importante settore di distribuzione.
Capita che ci siano donati quantitativi importanti di prodotti con scadenze ravvicinate. Per evitare che vadano sprecati, distribuiamo le eccedenze alle mense e a una rete di strutture caritative di accoglienza che sono le uniche in grado di consumare in uno o due giorni grandi quantità.

Un altro importante settore è costituito dalla Rete Nazionale degli Empori che si è costituita sotto il coordinamento della Caritas nazionale. Con alcuni di questi Empori si è stabilita una stretta collaborazione che ci permette di scambiarci prodotti.
Nel 2021 il valore della merce distribuita alle associazioni è diminuito del 31%. Oltre il 50% è costituito da latticini e formaggi. Il 47,6% è andato alle varie Caritas, l'8,7% ad associazioni del territorio, il 43,2% ad Onlus e lo 0,5% alla rete Empori.

Cosa e quanto abbiamo distribuito

Nel 2021 sono stati erogati complessivamente prodotti per un valore stimato di € 2.337.000 (- 10,6%) corrispondenti a 870.000 "punti Emporio" (-1,5%).
Ne consegue che il valore medio commerciale del "punto Emporio" è stato di € 2,69 pari al 9,2% in meno rispetto allo scorso anno.

Le categorie merceologiche più importanti per valore, sono state Latticini e Formaggi; Prodotti dolciari; Igiene Persona e Casa; Scatolame; Carne e Pesce; Pasta e riso; Olio di Oliva; Bevande; Pane, derivati e pizze; Salumi; Frutta e Verdura.
Un notevole incremento percentuale quest'anno si è avuto per parmigiano, olio di oliva e Igiene persona e casa.
Ricordiamo che le variazioni non sempre indicano modificazioni nelle abitudini alimentari, perché nel nostro "supermercato" gli utenti prelevano quello che c'è e sono influenzati dal valore punto dato alle merci in relazione alle scadenze ed alle quantità disponibili.

Chi ha fornito i prodotti

Come tutte le cose, anche quest'attività si è modificata nel tempo: in partenza si pensava che la raccolta degli esuberi presso i supermercati (Coop in particolare) fosse il canale principale e più stabile di approvvigionamento, ma la crisi sempre crescente ci ha spinto già dai primi anni a cercare donazioni da una platea sempre più vasta di aziende.
Il 2021 con il perdurare della epidemia e della conseguente crisi economica ha visto il mantenimento dei donatori, segno di una grande solidarietà. Il 48,6% delle donazioni è venuto dalle aziende, l' 11,6% da Agea/Fead, il 24,9% dalla Coop, il 4,1% da privati, il 4,5% dalle raccolte e il 2,2% lo abbiamo acquistato.

Il momento di emergenza ha favorito il contatto con realtà che solitamente non fanno parte della rete di approvvigionamento abituale, favorendo l'incremento di reperibilità di articoli alimentari. Inoltre la sensibilità verso il problema alimentare ha stimolati vari soggetti ad incrementare le donazioni in denaro attraverso le quali è stato possibile acquistare i prodotti di prima necessità (Esselunga, Coop, Conad). Nonostante la crescita di una "concorrenza" da parte di tante altre realtà che si sono attivate, sia per emulazione del nostro progetto, sia a seguito della legge Gadda, siamo riusciti a far fronte alle notevoli richieste, probabilmente anche grazie all'affidabilità dimostrata in questi 14 anni. Questa è la strada che il gruppo di approvvigionamento intende percorrere anche perché, intercettare le merci quando sono ancora nelle aziende, ha di per sé un altro vantaggio: si evitano viaggi e movimentazioni non necessarie e si recupera tempo rispetto alle date di scadenza (fattore ancora più importante).

Di dieci prodotti dobbiamo garantire la presenza costante sugli scaffali (pasta, farina, riso, pomodori in scatola, legumi, olio d'oliva e di semi, zucchero, biscotti, latte). Questi articoli, come sappiamo, sono purtroppo di scarsa reperibilità tra gli esuberi alimentari perché hanno scadenze lunghe e quindi di facile gestione per i produttori e per i distributori. Per questi, le nostre principali fonti di approvvigionamento sono costituite dalle raccolte alimentari che facciamo periodicamente sui principali supermercati dell'area pratese (Conad, Coop, Esselunga e Green City).

Nel 2021 due sono state le raccolte organizzate direttamente dall'Emporio presso i supermercati della grande distribuzione, una nel mese di maggio ed una nel mese di ottobre per un totale di 255 quintali. Alle due raccolte hanno partecipato circa 200 volontari. Una ulteriore raccolta, organizzata presso la Coop di Via delle Pleiadi dalla Sezione Soci di Prato, è stata fatta nel mese di settembre per i materiali delle scuole e ha prodotto 1.600 pezzi (quaderni, penne, album, ecc.).

I vari prodotti rimangono più o meno a lungo nei magazzini dell'Emporio in funzione delle date di scadenza. I generi derivanti dalle raccolte sostano anche per un anno e più perché hanno scadenze lunghe, mentre i freschi e i surgelati, che possiamo raccogliere e conservare grazie ad un furgone coibentato e refrigerato e alle 5 celle frigo, hanno tempi di permanenza di giorni e spesso solo di ore ed hanno bisogno di un'attenzione e organizzazione particolarmente curata. È qui che alcune volte abbiamo difficoltà a utilizzare i prodotti al 100% e, per evitarne la scadenza, ricorriamo alla distribuzione presso altre associazioni.

Oltre al recupero e all'approvvigionamento della merce, occorre anche provvedere ai bisogni economici dell'Emporio che sono parzialmente coperti dai Promotori. La Fondazione Solidarietà Caritas Onlus si preoccupa di recuperare la differenza sia instaurando relazioni possibilmente continuative con privati, associazioni, enti, sia attraverso campagne specifiche: l'obiettivo è quello di mobilitare un territorio tutto per rispondere ad alcuni bisogni primari.

I risultati raggiunti sono indicati nell'apposita tabella del conto economico nella parte terza del presente documento.

Per sopperire alla mancanza di alcuni prodotti di base, abbiamo acquistato merce per un valore di oltre 47.000 €: il 26% per articoli dedicati all'infanzia, il 38% per pollo e uova, il 9% per pesce, il 7% per detersivi e il 10% per prodotti vari.

I materiali di consumo hanno pesato per il 9%. Sino a oggi siamo riusciti a coprire le necessità economiche del progetto grazie alla generosità di tanti.

In un momento come quello che stiamo vivendo, di grosse difficoltà economiche, chi ha si deve sentire ancor più impegnato a sostenere, nei limiti delle proprie possibilità, chi non ha.

Come e quando abbiamo distribuito

Nel corso del 2021 l'Emporio è stato aperto per le famiglie 254 giorni, 1 in meno dello si sono mantenute le variazioni di orario già introdotte nell'estate del 2020, per gestire al meglio il prolungarsi dell'emergenza sanitaria, anticipando le aperture del lunedì, mercoledì e venerdì di 30' (in modo da permettere la sanificazione dei locali dalle 13:00 alle 13:30 e non perdere tempo utile per la spesa) e garantendo anche per il 2021 l'accesso esclusivo del martedì mattina alle persone over65.

Il martedì pomeriggio e giovedì mattina è rimasto aperto oltre che per le famiglie anche per i neonati (102 giorni), questi ultimi gestiti direttamente dai volontari del Centro Aiuto alla Vita.

I giorni con maggior frequenza sono stati il venerdì con il 23,5% di accessi, seguito dal lunedì con il 22,9%. Nei due giorni di apertura a mezza giornata per neonati e famiglie il più frequentato è il martedì con una media del 17,9% mentre il giovedì si attesta al 14,2%. Si può dire che quest'anno tutti i giorni sono stati pieni ed hanno saturato le ore di apertura.

Riepilogo dei principali dati e indici 2009-2021

Principali Indicatori	2009 - 2019	2020	2021	2009 - 2021
Ricavi da raccolte	€ 1.054.873	€ 109.360	€ 98.694	€ 1.262.927
Ricavi da promotori	€ 1.095.000	€ 140.000	€ 140.000	€ 1.375.000
5 per mille - Entrate diverse	€ 43.094			€ 43.094
Totale raccolta	€ 2.192.967	€ 249.360	€ 238.694	€ 2.681.021
Spese gestione	€ 1.690.136	€ 186.372	€ 194.559	€ 2.071.067
Altre spese	€ 533.519	€ 63.829	€ 43.514	€ 640.862
Stima del valore dei prodotti distribuiti	€ 20.060.187	€ 2.614.372	€ 2.337.000	€ 25.011.559
Spese figurative	€ 2.375.368	€ 262.600	€ 222.585	€ 2.860.553
Incidenza spese gestione/Valore distribuito	8,4 %	7,1 %	8,3 %	8,3 %
Incidenza spese totali/Valore distribuito	11,1 %	9,6 %	10,2 %	10,8 %
Totale Raccolta/Valore distribuito	10,9 %	9,5 %	10,2 %	10,7 %
Famiglie assistite	€ 17.856	1.777	1.735	21.368
Mamme assistite	€ 3.220	199	212	3.631
Stima del valore erogato alle associazioni	€ 5.503.502	€ 748.796	€ 518.352	€ 6.770.650
Stima del valore erogato alle mamme	€ 884.533	€ 57.732	€ 60.627	€ 1.002.892
Stima del valore erogato alle famiglie	€ 13.672.152	€ 1.807.758	€ 1.758.253	€ 17.238.163
Media del valore erogato/famiglia	€ 1.644	€ 1.017	€ 1.013	€ 807
Media del valore erogato/mamme	€ 556	€ 290	€ 286	€ 276
Stima prodotti non conferiti a ALIA q.li	**€ 27.254**	**€ 5.216**	**€ 5.840**	**€ 38.310**

La tabella riepiloga alcuni dati relativi a tutta la vita dell'Emporio, a partire dal 2009. Dato saliente è il volume della merce distribuita, oltre 25 milioni di Euro.
Di questo valore oltre 17,2 milioni sono stati distribuiti a famiglie e mamme mentre circa 6,7 milioni sono stati distribuiti alle Associazioni.

Tenuto conto delle famiglie assistite per anno abbiamo stimato un controvalore medio annuo in merce sempre crescente fino a superare i 1.000 Euro l'anno; si mantiene costante il valore distribuito a ciascuna mamma che ha usufruito dell'Emporio.

In estrema sintesi si rileva che ogni Euro raccolto ha permesso di distribuirne circa 9,2 in valore merce.

Da notare che la diminuzione del valore di merce distribuita, è stato totalmente assorbito dalle associazioni alle quali sono destinati gli esuberi delle famiglie.

Attività con le famiglie

L'Emporio è un negozio "speciale" che ha in comune con gli altri esercizi il fatto che distribuisce prodotti alimentari e non. Proprio per la sua natura "speciale" è necessario che chi vi accede per la prima volta sia informato sulle peculiarità del suo funzionamento, attraverso la partecipazione ad un corso obbligatorio che viene tenuto ogni martedì, presso la sede dell'Emporio, dalle 12,00 alle 13,00. La pandemia in corso ci ha obbligato anche per questo anno, per mantenere gli standard di sicurezza, ad effettuare tali incontri nel cortile dell'Emporio, non avendo l'aula di formazione la necessaria capienza.

Particolare attenzione è riservata a educare i beneficiari sulla fruizione delle tessere, che sono stampate al termine del corso e che consentono l'accesso all'Emporio: attenzione alla durata, utilizzo corretto dei punti, modalità di rinnovo, utilizzo della delega in quanto la tessera è personale e non cedibile.
Gli utenti dell'Emporio sono informati sulla circostanza che solo alcuni prodotti sono sempre presenti sugli scaffali, perché considerati prodotti base; alcuni prodotti sono prelevabili in quantità limitate, per consentire a tutti di avere una minima quantità; gli altri prodotti sono presenti sugli scaffali in relazione alle donazioni ricevute.

Le donazioni hanno per oggetto prodotti con scadenza fissa e con scadenza "preferibilmente entro"; su quest'ultima categoria viene puntualizzato che il prodotto alimentare con termine minimo di conservazione scaduto può essere legittimamente messo in distribuzione per i periodi rispettivamente previsti dalla apposita tabella del "Manuale per le corrette prassi per le opere caritative" (art 8 del Regolamento CE N. 852/2004).
La conoscenza del funzionamento dell'Emporio ha avuto dei riscontri più che positivi all'interno del servizio: le persone consapevoli non hanno aspettative che contrastino con la realtà dell'Emporio, evitando lamentele e creando un clima positivo fra utenti e volontari.

Altre collaborazioni

Anche questo anno, nel mese di luglio, l'Associazione "Insieme per la Famiglia Onlus" ha proposto l'iniziativa delle 48h senza compromessi. Un'esperienza di volontariato e servizio su tutto il territorio pratese con le varie realtà Caritas che si è conclusa con una giornata di volontariato presso l'Emporio.

Nel 2021, nonostante le difficoltà dovute all'emergenza sanitaria e le limitazioni che il Covid-19 ha imposto, sono stati 8 i ragazzi pratesi che hanno deciso di vivere queste due giornate di condivisione, di confronto e di incontro con persone spesso dimenticate, con coloro che si trovano ai margini della società e mancano spesso di relazioni affettive.

Iniziative di emergenza e attività straordinarie

Nel mese di marzo, in collaborazione con l'ASL, per i dipendenti della Fondazione, fra cui anche i volontari dell'Emporio, è stata organizzata una campagna di monitoraggio dell'infezione da Covid19 mediante tamponi e successivamente sono anche state somministrate le prime due dosi del vaccino
Nel mese di maggio un gruppo di 14 scout ha fatto una esperienza di volontariato presso l'Emporio.

Il 14 e 15 si è svolta la consueta raccolta presso i supermercati cittadini.
Il giorno 11 giugno, presso i locali dell'Emporio si è tenuta la presentazione del Bilancio Sociale del 2020 con la partecipazione delle autorità di associazioni e aziende. Nel mese di settembre si è svolto il consueto Raduno Ciclistico della Solidarietà "Sulle orme di Leonardo" organizzato da AVISVERAG e UISP, giunto alla XII edizione, manifestazione regionale a concentramento aperta a tutti i tipi di bici, il cui ricavato è stato donato all'Emporio. Purtroppo l'improvviso maltempo e la pandemia hanno ridotto la partecipazione a soli 150 partecipanti.

In collaborazione con la Coop, si è svolta la raccolta di prodotti scolastici per i bambini delle famiglie assistite dall'Emporio.

Dal 15 ottobre, sono cambiate le regole di sicurezza per l'accesso ai locali, con l'introduzione dell'obbligo del green pass.

Il 15 e 16 ottobre si è svolta la seconda tradizionale raccolta presso i supermercati cittadini. Uno storico volontario dell'Emporio, ha organizzato una lotteria di fine anno ed ha offerto la stampa dei biglietti per mettere in palio 10 biciclette donate da UniCoop Firenze: l'estrazione dei premi si è tenuta la sera di martedì 28 dicembre ed ha realizzato un incasso di 2.075 Euro.

Varie sono state poi le donazioni ricevute da Enti ed associazioni nel corso dell'anno.

PARTE QUINTA: SITUAZIONE ECONOMICA

CONSIDERAZIONI GENERALI

Si precisa che i dati riportati nel bilancio dell'Emporio della Solidarietà sono un estratto dell'attività svolta dalla Fondazione Solidarietà Caritas Onlus e risultano dai conti appositamente accesi nella contabilità.
La Fondazione è stata iscritta all'Albo Regionale delle Onlus tenuto dalla DRE Toscana in data 7 agosto 2017 al n. 39926 con effetto dal 13 luglio 2017. L'ente è iscritto per il Settore I, Assistenza sociale e Socio sanitaria.

Dalla nascita della Fondazione il bilancio è soggetto a revisione. Revisore dell'Ente è il rag. Stefano Gelsumini iscritto all'Albo dell'O.D.C.E.C. di Prato al n. 140/A, ed iscritto al Registro dei Revisori contabili al n. 69650.
L'Ente, ai sensi dell'art. 3 dello statuto, non persegue fini di lucro ed eventuali avanzi di gestione sono reimpiegati nell'attività dell'Ente. Il CdA non percepisce alcun compenso, salvo rimborsi a piè di lista.
Nella raccolta fondi l'ente è attentissimo al rispetto della volontà del Donatore utilizzandoli secondo la destinazione da questo indicata. Si veda in tal proposito gli accantonamenti eseguiti, effettuati al solo scopo di rispettare tale volontà.

Principali dati economici

Per meglio rappresentare la realtà dell'Emporio della Solidarietà anche quest'anno si è provveduto a quantificare le spese non sostenute a vario titolo ma indispensabili per il funzionamento dell'Emporio. Tali importi rappresentano la misura dell'apporto gratuito di volontari, enti e società che a vario titolo partecipano fattivamente al progetto.

L'utilizzo dei locali dove ha sede l'Emporio, concessi in comodato gratuito dalla Provincia di Prato, è stato valutato in € 69.600. La valorizzazione è stata effettuata utilizzando i valori OMI (Osservatorio Mercato Immobiliare) dell'Agenzia delle Entrate al tempo della concessione in comodato dei locali.

In relazione alla voce Volontari si specifica che rappresenta la valorizzazione dell'attività prestata a vario titolo da n. 48 volontari per un totale di n. 14.839 ore.
Complessivamente, il valore economico delle attività di volontariato è stato stimato in circa 222.585€.

Entrate

Il Totale delle entrate ammonta ad € 370.556 e presenta un incremento di € 79.196 rispetto all'esercizio precedente. Delle entrate dell'esercizio sono state accantonate € 131.862, di cui € 104.862 per acquisto prodotti ed € 27.000 per spese generali dell'Emporio. L'accantonamento è stato effettuato per dare destinazione concreta all'Emporio della Solidarietà al fine di ottemperare alla volontà di persone od enti privati che generosamente hanno contribuito al sostegno dell'opera segno in un anno così difficile per tutta la comunità.

La tabella che segue riporta la suddivisione della raccolta per "rete".

PROVENTI	**€ 370.556**
Promotori	€ 140.000
Rete Emporio	€ 7.575
Rete Caritas	€ 189.474
Enti	€ 30.917
Adotta Una famiglia	€ 2.590
Acc.to spese Future [1]	€ - 104.862
Acc.to per acquisto prodotti[2]	€ - 27.000
PROVENTI NETTI	**€ 238.694**
[1] Somma accantonata con destinazione spese future Emporio; [2] Somma accantonata con destinazione acquisto prodotti.	

La fonte Enti rappresenta anche il contributo ricevuto da Estra Elettricità quale contributo dell'energia elettrica utilizzata dall'Emporio per la sua attività (€ 19.047).

Spese

Il Totale delle spese ammonta ad € 238.073 e presenta un decremento di € 12.128 rispetto all'esercizio. Il decremento è dovuto a minori acquisti di prodotti (- 20.315).

SPESE	**€ 238.073**	**100 %**
Acquisto prodotti standard	€ 30.077	12,64 %
Acquisto prodotti neonati	€ 13.437	5,64 %
Spese per il personale	€ 103.012	43,27 %
Spese generali	€ 91.547	38,45 %

Le spese per il personale rappresentano la spesa sostenuta per due dipendenti a tempo pieno ed uno a tempo parziale. Le spese per Approvvigionamento rappresentano la spesa sostenuta per l'acquisto di prodotti che la rete Emporio non è riuscita a reperire sul mercato delle eccedenze: olio, carni bianche, pasta, uova e detersivi. Sono stati acquistati anche pannolini per neonati.

MOLTIPLICATORE DELLA SOLIDARIETÀ $\frac{2.337.000}{238.073} = 9{,}82$

Il numero (merce distribuita/spese sostenute) sta a significare che per ogni Euro speso per l'Emporio, ne sono stati distribuiti € 9,82.

PARTE SESTA: QUESTIONI RILEVANTI PER GLI STAKHOLDERS

L'EMPORIO PER L'AMBIENTE

Nella tabella sottostante abbiamo riportato una stima del "recuperato" in q.li nell'anno 2021.

Prodotti	**Q.li**
Bevande	130
Biscotti merendine	550
Carne e pesce	390
Frutta	205
Igiene	130
Latticini	2.600
Pane e derivati	610
Pasta e riso	580
Salumi	11
Scatolame	562
Surgelati	72
Totale q.li	**5.840**

Si tratta non delle quantità distribuite, ma di quanto era destinato alla distruzione per varie cause (scadenza ravvicinata, etichetta sporca, confezione rotta e altre cause che rendevano il prodotto commercialmente invendibile). È evidente come le quantità più rilevanti dipendano dalla breve durata del prodotto (latticini, frutta e verdura).

Riteniamo si tratti di uno dei punti di merito dell'Emporio, poiché tali quantità sarebbero andate distrutte con un ulteriore costo per le aziende, costo che si sarebbe scaricato sui prodotti, indipendentemente dal beneficio che ne è derivato per gli utenti dell'Emporio. Si può dunque parlare di un doppio vantaggio per la collettività. Anche questo è un valore che spesso non è ritenuto marginale, ma che invece merita grande considerazione. Un beneficiario è certamente l'ente incaricato del ritiro e dello smaltimento dei rifiuti (a Prato ALIA).

Da questi dati emerge un'altra considerazione e cioè quanto sia preziosa e importante l'opera dei volontari per la pulizia, la selezione, il confezionamento e la collocazione dei prodotti sul punto vendita. Senza questo contributo l'Emporio non sarebbe in grado di far fronte all'impegno preso nei confronti dei Promotori.

Interviste agli utenti dell'emporio

Nei mesi di novembre e dicembre 2021, al fine di monitorare e migliorare la qualità del servizio offerto e la relazione con l'utenza accogliendone i suggerimenti, sono state eseguite, in maniera organica e con criteri rigorosi, due distinte rilevazioni sulla soddisfazione dei clienti dell'Emporio.

La prima, di tipo classico, atta ad ottenere degli indici di soddisfazione, la seconda con la modalità del colloquio aperto, lasciando liberi gli intervistati di esprimersi liberamente, e questo ci ha messo in contatto con quelle che sono attualmente le loro principali preoccupazioni.

La metodologia di rilevazione ed il campione utilizzato

In ambedue i casi, gli intervistati sono stati scelti in maniera casuale fra quelli che si sono recati a fare la spesa e si sono dichiarati disponibili. Ciascun intervistatore è stato opportunamente formato prima dell'effettuazione delle interviste, al fine di assicurare l'omogeneità. Le rilevazioni sono state monitorate da un supervisore al fine di assicurare il rispetto del programma e la qualità della rilevazione nel suo complesso. La pianificazione delle interviste è stata fatta in modo da avere a disposizione un campione statistico il più possibile significativo dell'universo dell'utenza. Nel primo caso la rilevazione dei dati è stata attuata mediante la somministrazione diretta del questionario sotto la supervisione di un responsabile. La struttura del questionario è stata studiata per garantire gli obiettivi prefissati, cioè individuare i macrofattori che influiscono sulla soddisfazione dell'utente e indicando i principali "desiderata".
Nel secondo caso, le persone sono state invitate ad un colloquio aperto con due operatori in un locale riservato. Il numero di domande è rimasto contenuto, in maniera da evitare un eccessivo impegno di tempo da parte dell'intervistato e prevenire eventuali cali dell'attenzione nel corso dell'intervista; la formulazione delle domande è stata curata cercando di evitare ambiguità o difficoltà di comprensione, ma lasciando piena libertà di espressione.

I questionari sono stati divisi in due parti:

- **ASPETTI GENERALI:** con domande finalizzate all'individuazione della tipologia di utenza (età, sesso, nazionalità, numerosità del nucleo familiare, centro d'invio);
- **FATTORI DI QUALITÀ:** con domande finalizzate alla rilevazione della valutazione qualitativa (livello di soddisfazione suddiviso fra scarso, insufficiente, sufficiente, buono, molto buono) dei diversi fattori di qualità. È stato inoltre richiesto di valutare la percezione di miglioramento del servizio nel corso dell'ultimo anno e di indicare quali prodotti siano considerati carenti rispetto ai propri bisogni.

In ambedue le metodologie di intervista, sono state adottate le seguenti regole:
- fase di contatto: presentazione del contesto e delle finalità dell'intervista; richiesta all'interlocutore di rendersi disponibile all'intervista stessa e assicurazione del rispetto dei principi della privacy;
- individuazione della tipologia dell'intervistato, al fine di consentire all'intervistatore di compilare la parte di questionario di propria competenza;
- somministrazione delle domande;
- ringraziamento e chiusura dell'intervista.

Agli intervistati è stato richiesto di fornire risposta a tutte le domande, ove possibile, per la loro esperienza. È stato loro spiegato che i giudizi forniti dovevano riguardare l'ultimo periodo di frequentazione, al fine di evitare giudizi dipendenti da esperienze passate, e che i dati finali del sondaggio sarebbero stati successivamente oggetto di confronto con quelli concernenti le inchieste effettuate nel passato, o da farsi in futuro. Gli intervistatori non erano conosciuti dagli intervistati in modo da non influenzare le loro risposte.

Questionario di soddisfazione

Per il questionario di gradimento sono state fatte 160 interviste, che rappresentano un campione di circa il 17% rispetto alle presenze medie settimanali e del 9% rispetto al numero di famiglie assistite nell'anno.

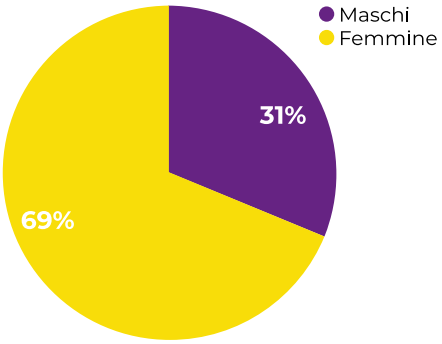
I dati raccolti con le interviste sono stati elaborati in modo da ricavare:
- informazioni sulle tipologie di utenza: distribuzione del campione per età, nazione, centro d'invio, numerosità del nucleo familiare;
- distribuzioni percentuali delle valutazioni per ciascun fattore di qualità;
- la raccolta organica delle risposte non quantitative e dei suggerimenti.

L'elaborazione ha prodotto dunque informazioni precise riguardo al campione intervistato ed ha permesso di determinare la stima dei parametri sull'intera popolazione.

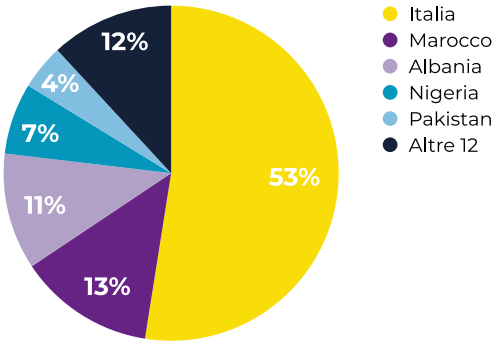
Dati generali

I dati generali relativi a: genere, nazionalità, età media e centro d'invio, corrispondono molto bene ai dati reali sull'intero universo degli utenti dell'Emporio e questo ci conforta nella rappresentatività del campione utilizzato.

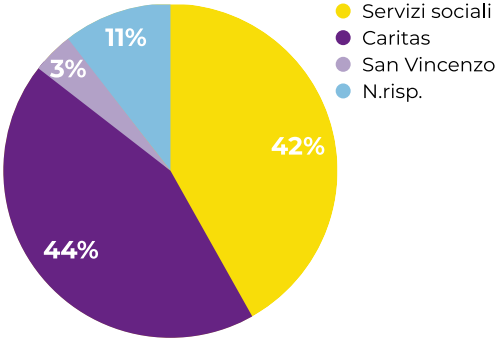
RIPARTIZIONE PER GENERE



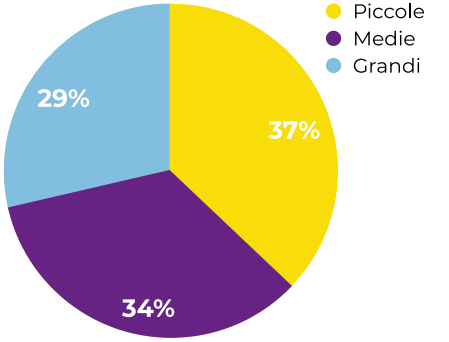
RIPARTIZIONE PER NAZIONE



RIPARTIZIONE PER CENTRO DI INVIO



RIPARTIZIONE PER NUMEROSITÀ DEL NUCLEO FAMILIARE



Valutazione del servizio

La valutazione del servizio nel suo complesso è stata eseguita secondo le seguenti modalità:

- Calcolo del giudizio "qualitativo" complessivo sul servizio attraverso le regole previste per ciascun fattore con una scala da 1 a 5 (scarso, insufficiente, sufficiente, buono, molto buono);
- Valutazione on-off di un particolare aspetto
- Richiesta di indicare quali prodotti siano ritenuti insufficienti o mancanti a risposta libera.

TIPOLOGIA		DOMANDA	VALUTAZIONE MEDIA
Valutazioni sul servizio	2	Qual è la sua valutazione sulla cortesia del personale?	4,79
	3	Qual è la sua valutazione sulla facilità di accesso al servizio?	4,52
	4	È sufficiente la formazione per l'accesso al servizio?	4,81
Valutazioni sull'ambiente	5	Qual è la sua valutazione sull'allestimento degli scaffali e sulla facilità della scelta?	4,69
	6	L'orario e i giorni di apertura sono soddisfacenti?	4,87
	7	Sono sufficienti le misure anti Covid?	4,72
Valutazioni sul prodotto	8	La qualità dei prodotti distribuiti, al di là dell'aspetto esteriore, come è valutata?	4,19
	9	Gli alimenti come olio di oliva, uova e carne (prodotti che sono acquistati) sono disponibili in quantità sufficiente?	4,21
	10	Come valuta la varietà degli alimenti proposti?	4,06

Domanda n° 1:
alla domanda se la merce ritirata all'Emporio sia un aiuto oppure l'unico modo di soddisfare le necessità alimentari, il 35% degli intervistati afferma di non avere altre fonti di approvvigionamento.

Domanda n° 11:
c'è un prodotto che vorresti trovare in maggior quantità? Il 23 % degli intervistati ha risposto la carne, seguono la verdura con il 16%, la frutta con il 14%, il pesce con l'11%, i formaggi con il 9%.

INTERVISTE A SCHEMA APERTO

Metodologia di intervista

La seconda indagine, ha coinvolto 85 persone, 29% uomini e 71% donne, l'età media è stata di 51 anni (min 20, max 81); il 54% erano italiane, il 12% marocchine, il 9% albanesi e nigeriane, le restanti appartenevano a 10 diverse nazioni.
Per questa indagine abbiamo preferito la modalità del colloquio aperto, lasciando liberi gli intervistati di esprimersi liberamente, senza indirizzarli con domande mirate salvo la domanda specifica riferita all'Emporio. Questo ha sicuramente limitato la nostra conoscenza di alcuni fatti: ad esempio, i dati relativi alla dimensione del nucleo familiare o della situazione abitativa sono stati riferiti solo da alcuni degli intervistati, ma ci ha messo in contatto con quelle che sono attualmente le loro principali preoccupazioni.
Il colloquio si è strutturato su 5 suggerimenti di discussione:

1-Come stai vivendo questo periodo?

2-Cosa vorresti per il tuo futuro

3-Cosa sei in grado di fare bene?

4-Cosa ti piace di più dell'Emporio? Cosa potremmo fare per renderlo ancora più utile per te?

5-Di cosa hai bisogno soprattutto? Cosa ti potrebbe servire o saper fare per stare meglio?

Problematiche presenti

Come è naturale, accanto a un desiderio diffuso e dichiarato di maggiore serenità, prevalgono i problemi economici, mitigati da aiuti ricevuti da varie fonti oltre all'Emporio (fra cui molti hanno ricordato il Reddito di Cittadinanza, senza il quale sarebbero in difficoltà ancora maggiori). I più anziani lamentano l'esiguità della pensione al termine di una vita lavorativa. La difficoltà economica è spesso aggravata dalla presenza di malattie (ricordate da 35 intervistati) o di figli piccoli (19 intervistati) o comunque ancora a scuola (18). Inoltre è stata citata (esplicitamente da 14 intervistati) la solitudine come esempio di difficoltà di vita. Il lavoro per sé, per il coniuge o almeno per i figli, è la preoccupazione più grande per la netta maggioranza (59 su 85). Segue il problema dell'abitazione. Anche se 16 intervistati dichiarano di abitare in una casa di proprietà (alcuni però hanno in corso il pagamento di un mutuo che aggrava la situazione economica), altri 39 citano la difficoltà di far fronte alle spese abitative pur vivendo in situazioni non dispendiose (case piccole in affitto, affittacamere, coabitazione,...); 20 intervistati, soprattutto coloro che vivono in famiglie numerose, desidererebbero una casa più grande, giudicando l'attuale troppo piccola o comunque non adeguata alle loro esigenze di vita. Da segnalare 12 persone che lamentano problemi di natura legale o rapporti familiari estremamente difficili e 6 intervistati che citano le difficoltà di muoversi, non disponendo di mezzi o non essendo comunque in grado di guidare: anche la spesa all'Emporio risulta difficile in tali situazioni, dovendo utilizzare i mezzi pubblici o affidarsi a parenti o conoscenti.

Competenze presenti fra chi ha risposto

Fra gli italiani (soprattutto quelli più anziani) sono presenti, a parte un architetto ritirato per motivi di salute, competenze manuali e pratiche come: banconista, coltivatore, imbianchino, assistenza ai malati, elettricista-installatore, fornaio-pizzaiolo. Fra gli stranieri sono presenti in misura maggiore competenze professionali: consulente commercialista, OSS-infermiere, ex assistente sociale, laurea in farmacia, bibliotecaria, insegnante inglese, lingue e interpretariato.

Osservazioni sull'Emporio

In generale c'è apprezzamento e gratitudine. La grande maggioranza ha espresso pareri molto positivi sul servizio, sul personale e sulla qualità e quantità di prodotti offerti. Le critiche riguardano la scarsa disponibilità di alcuni generi (soprattutto frutta, verdura, pesce e carne; qualcuno chiede anche prodotti per bimbi piccoli o per animali, oppure pollo halal); in 5 si sono lamentati della scadenza troppo ravvicinata di alcuni prodotti, 2 hanno rilevato a loro parere un aumento eccessivo del "costo" in punti e altri la necessità di "calibrare" meglio i punti in funzione della numerosità del nucleo familiare.

Proposte

Alcune proposte avanzate riguardano suggerimenti pratici finalizzati ad assicurare una miglior fruizione del servizio: organizzare meglio le file di accesso, custodire i bambini durante la spesa, organizzare un servizio di trasporto o di spesa a domicilio, programmi per diete particolari.
Altre invece suggeriscono l'opportunità di attivare diverse tipologie di intervento, oppure sinergie con altre realtà del territorio, portandole a conoscenza degli utenti dell'Emporio che, pur avendone necessità, non sono informati della loro esistenza: convenzioni sanitarie (es. dentista, veterinario, sostegno psicologico, distribuzione medicinali), avere un punto di ascolto (servizio informativo, sportello sui diritti, consigli e assistenza per pratiche), possibilità di incontri, punto internet, servizio per piccole riparazioni, distribuzione vestiario, piccoli elettrodomestici, libri-biblioteca.

PER CHI VUOLE APPROFONDIRE

Si allegano le tabelle contenenti i dati che sono serviti per le considerazioni del presente capitolo.

Tab_01: Prodotti distribuiti per categoria merceologica

Descrizione	Punti	Stima Valore	D Valore su 2020
Aceto, sale, spezie	11.044	€ 32.273	112,1 %
Articoli vari	15.257	€ 61.455	60,5 %
Bevande	54.917	€ 99.568	- 13,8 %
Carne e pesce	102.730	€ 168.989	- 11,6 %
Frutta e verdura	25.933	€ 85.608	- 23,7 %
Igiene persona e casa	93.337	€ 193.279	57,3 %
Infanzia	32.724	€ 83.240	19,9 %
Latticini e formaggi	97.713	€ 643.175	- 24,9 %
Materiale scuola	4.484	€ 10.926	100,0 %
Olio di oliva e semi	94.376	€ 127.434	75,3 %
Pane, derivati e pizze	29.637	€ 93.361	- 40,2 %
Parmigiano, grana	23.807	€ 56.533	> 100 %
Pasta, riso ...	74.502	€ 156.583	- 18,3 %
Prodotti dolciari	91.166	€ 198.248	150,3 %
Salumi e affettati	27.629	€ 91.233	- 37,0 %
Scatolame	68.421	€ 188.150	71,3 %
Surgelati	22.517	€ 47.177	- 85,1 %
TOTALE GENERALE:	**870.194**	**€ 2.337.232**	**- 10,6 %**

Tab_02: Chi ha fornito i prodotti

Fornitore	% su 2021	Stima Valore 2021	Stima Valore 2020
AGEA	11,6 %	€ 249.855	€ 520.777
Aziende	48,6 %	€ 1.043.861	€ 1.486.542
Banco Alimentare	1,4 %	€ 29.690	€ 34.913
Caritas	1,8 %	€ 38.880	€ 19.141
Coop	24,9 %	€ 533.790	€ 512.543
Empori	0,0 %	€ 1.046	€ 29.593
Enti	0,8 %	€ 16.582	€ 18.202
GDO	0,2 %	€ 3.632	€ 19.543
Privati	4,1 %	€ 87.211	€ 117.714
Raccolte	4,5 %	€ 96.044	€ 86.826
Acquisti	2,2 %	€ 47.302	€ 68.812
TOTALE GENERALE	**100,0 %**	**€ 2.147.892**	**€ 2.914.605**

Tab_03 Distribuito a famiglie e neonati

2021				Variazione su 2020		
Famiglie	Punti	Valore	Tessere	Punti	Valore	Tessere
Piccole	108.365,06	€ 259.308,70	444	28,5 %	15,0 %	3,0 %
Medie	287.129,62	€ 673.825,57	671	15,0 %	2,8 %	- 0,7 %
Grandi	352.465,73	€ 825.118,28	620	2,3 %	- 11,0 %	- 7,5 %
Totale Famiglie	747.960	€ 1.758.253	1.735	10,2 %	- 2,7 %	- 2,4 %
Neonati	25.815	€ 60.627	212	- 2,7 %	5,0 %	6,5 %

Tab_04: Nazionalità degli assistiti

Famiglie piccole		
Italia	326	73 %
Nigeria	21	5 %
Marocco	19	4 %
Albania	14	3 %
Romania	9	2 %
Bangladesh	8	2 %
Georgia	6	1 %
Costa D'Avorio	3	1 %
Altre 26	38	9 %

Famiglie medie		
Italia	354	53 %
Albania	54	8 %
Nigeria	52	8 %
Marocco	49	7 %
Romania	22	3 %
Georgia	18	3 %
Bangladesh	16	2 %
Pakistan	11	2 %
Altre 35	95	14 %

Famiglie grandi		
Italia	163	26 %
Marocco	126	20 %
Albania	95	15 %
Nigeria	80	13 %
Pakistan	26	4 %
Romania	25	4 %
Perù	18	3 %
Bangladesh	14	2 %
Altre 29	72	12 %

Neonati		
Nigeria	63	32%
Marocco	37	19%
Albania	27	14%
Italia	22	11%
Senegal	9	5%
Pakistan	6	3%
Perù	6	3%
Bangladesh	5	3%
Altre 13	24	12%

Totale famiglie		
Italia	843	48,6 %
Marocco	194	11,2 %
Albania	163	9,4 %
Nigeria	153	8,8 %
Romania	56	3,2 %
Pakistan	40	2,3 %
Bangladesh	38	2,2 %
Perù	29	1,7 %
Altre 55	218	12,6 %

Tab_05: Distribuito alle associazioni

Tipo associazione	Q.tà	Punti	Stima Valore	Variazione valore su 2020
Associazioni del Territorio	23.781	4.819	€ 45.267	- 25 %
Caritas varie	127.114	44.443	€ 246.885	- 34 %
Onlus	129.761	46.509	€ 223.822	- 18 %
Subtotale associazioni	*280.656*	*95.771*	*€ 515.974*	*- 27 %*
Rete Empori	1.712	648	€ 2.378	- 95 %
TOTALE GENERALE	**282.368**	**96.419**	**€ 518.352**	**- 31 %**

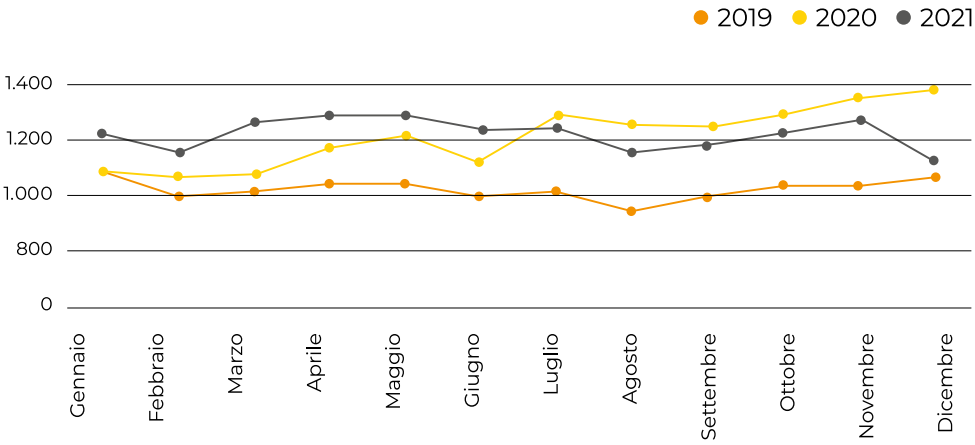
Tab_06: Chi ha inviato gli assistiti

Centro di invio	Punti	Stima Valore	%	delta su 2019
Caritas Diocesana	242.100	€ 557.518	30,7 %	27 %
Centri di Ascolto Parrocchiali	144.903	€ 347.347	19,1 %	- 17 %
Centro Aiuto Vita	25.815	€ 60.627	3,3 %	6 %
Conf. S. Vincenzo	12.109	€ 30.548	1,7 %	- 13 %
Serv. Soc. Comune	326.824	€ 771.646	42,4 %	- 10 %
Vol. Vincenziano	22.024	€ 51.193	2,8 %	- 15 %
TOTALE GENERALE	**773.775**	**€ 1.818.880**	**100 %**	**- 2 %**

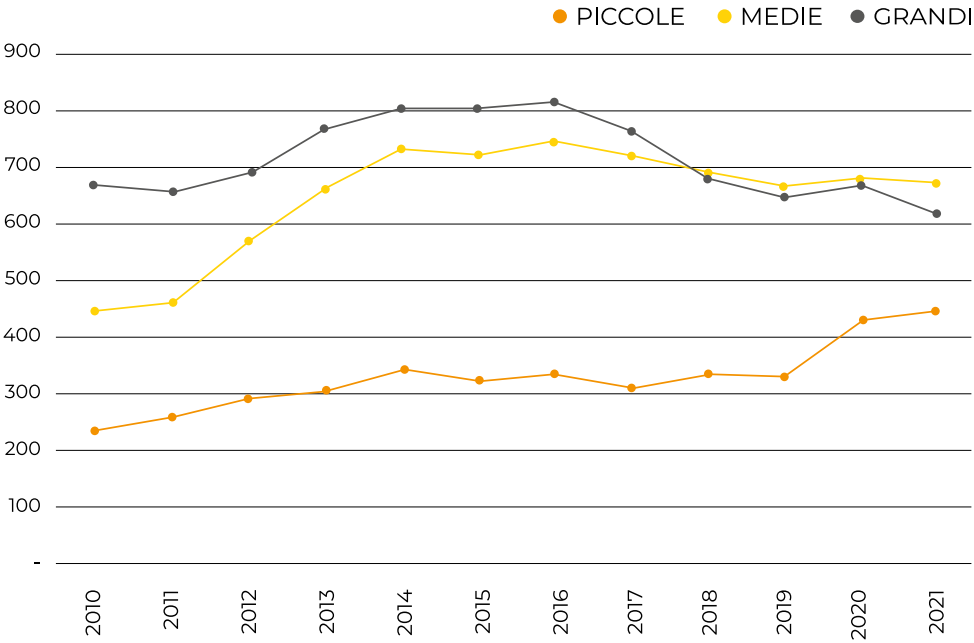
Tab_07: Presenze medie mensili negli anni

	N° Presenze Mese			Accessi		
Mese	**2019**	**2020**	**2021**	**2019**	**2020**	**2021**
Gennaio	1.086	1.085	1.224	3.013	3.000	3.130
Febbraio	1.002	1.070	1.163	2.766	2.920	2.709
Marzo	1.017	1.075	1.257	2.994	2.699	3.261
Aprile	1.046	1.168	1.279	3.006	2.942	3.384
Maggio	1.051	1.207	1.287	3.348	2.907	3.158
Giugno	1.001	1.119	1.242	2.760	2.586	2.939
Luglio	1.014	1.285	1.233	3.172	3.278	3.321
Agosto	948	1.258	1.165	2.423	3.134	2.981
Settembre	993	1.252	1.179	2.745	3.289	2.845
Ottobre	1.038	1.297	1.225	3.228	3.280	3.082
Novembre	1.032	1.352	1.260	3.077	3.451	3.088
Dicembre	1.067	1.380	1.128	2.878	3.770	2.788
MEDIA	**1.025**	**1.212**	**1.220**	**2.951**	**3.105**	**3.057**

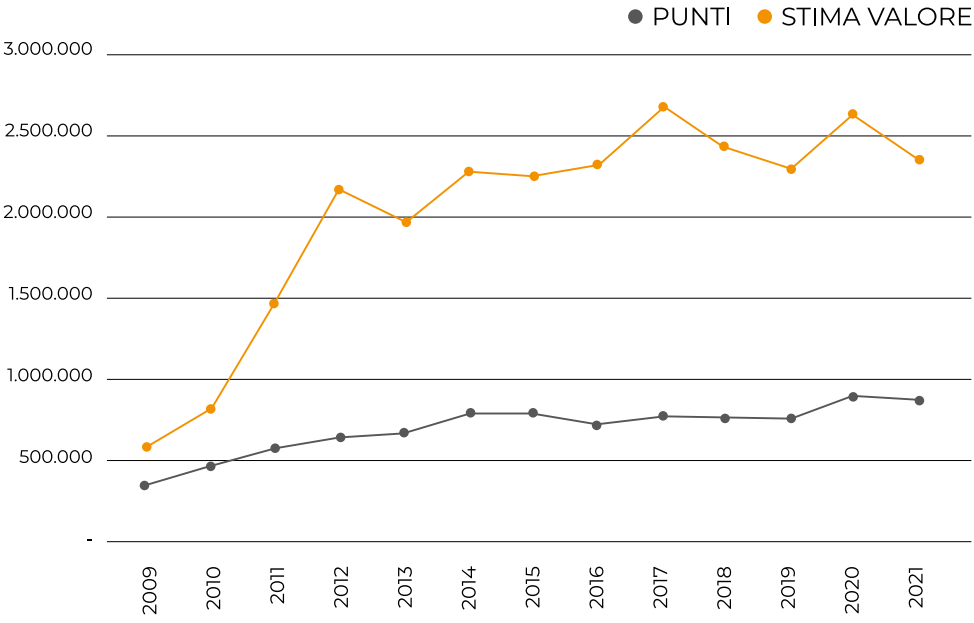
N° di famiglie presenti ogni mese



N° di famiglie per dimensione e per anno



Punti e Valore distribuiti negli anni



Considerazioni finali

Purtroppo anche il 2021 è stato caratterizzato dal persistere della pandemia COVID19 con una presenza delle famiglie costante e al limite della capienza in tutti i mesi dell'anno. Questo ha comportato un incremento dell'orario di apertura, il mantenimento di tutte le misure di prevenzione sia per gli utenti che, a maggior ragione, per i nostri volontari, dipendenti e collaboratori.

Anche quest'anno le consuete attività di supporto con le scuole e con le famiglie non si sono potute svolgere per le norme di sicurezza in vigore.

Ha resistito invece bene la nostra rete di fornitori e le donazioni della COOP e di privati cittadini attraverso le raccolte. In leggera flessione le quantità della FEAD anche se con una più ampia varietà dei prodotti.

I volontari, anche se ridotti rispetto al 2020, hanno offerto la stessa quantità di ore di lavoro evidenziando in tal modo la loro dedizione e vicinanza alle tante famiglie in difficoltà. L'impegno gratuito di tante persone testimonia che nell'Emporio hanno trovato non solo un luogo d'impegno materiale, ma soprattutto di scambio umano. Per la vita dell'Emporio è essenziale lo sviluppo di relazioni umane tra chi l'Emporio lo frequenta a vario titolo, utente o "lavoratore" che sia; ci preme evidenziare questo contenuto, non scontato, per esprimere il desiderio di rafforzare e far crescere il valore del dono e dello scambio, nei beneficiari del credito alimentare e nei volontari.

Come è emerso anche dalle interviste ai nostri utenti, Il disagio non si può annullare, ma con l'aiuto e la volontà di tanti riteniamo di averlo reso meno pesante e di aver contribuito a dare valore alle cose ed alle persone.

Anche per il prossimo anno resta il nostro augurio che possano diminuire le necessità dei nostri concittadini specie riguardo a quelle dovute alla pandemia, che possa esserci un allentamento delle restrizioni interpersonali e che si possa rafforzare la nostra azione per far si che non resti soltanto una iniziativa volta a donare cibo, ma una realtà portante di educazione e cura della persona.

ORGANISMI DELL'EMPORIO – ANNO 2021

Comitato dei Promotori:

› **Italia Venco** - Codirettore Caritas Diocesana – Presidente del Comitato
› **Luigi Biancalani** - Assessore ai Servizi Sociali del Comune
› **Francesco Puggelli** - Presidente Provincia di Prato
› **Silvia Bocci** - Rappresentante Fondazione Cassa di Risparmio

Gruppo di Approvvigionamento:

› Claudio Baldini
› Folco Papi
› Umberto Ottolina
› Giuseppe Ciabatti

Fondazione Solidarietà Caritas Onlus:

› **Italia Venco** - Presidente e legale rappresentante

Gestori Negozio

› Folco Papi
› Davide Pistilli

Altri servizi

› **Marcello Turrini** - Controllo di gestione e Bilancio Sociale
› **Carlo Antonini** - Comunicazione e Web, Bilancio Sociale