# UN SACCO ET(N)ICO

## Indicazioni operative

Patrocinio

PATROCINIO Comune di Milano

COMUNE DI BRESCIA

BERGAMO CITTÀ DEI MILLE COMUNE DI BERGAMO

Contributo

Fondazione CARIPLO

NOVAMONT

Partners

ESTÀ Economia e Sostenibilità

Amsa

Aprica

adl zavidovici

cooperativa Ruah

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO
DIPARTIMENTO DI LINGUE, LETTERATURE, CULTURE E MEDIAZIONE

# UN SACCO ET(N)ICO

## Indicazioni operative

**UN SACCO ET(N)ICO**
Indicazioni operative

**Con il patrocinio di**

PATROCINIO Comune di Milano

COMUNE DI BRESCIA

BERGAMO CITTÀ DEI MILLE COMUNE DI BERGAMO

**Con il contributo di**

Fondazione CARIPLO

NOVAMONT

**Con il supporto di**

MILANO FOOD POLICY

ANIPS Associazione Nazionale Imprenditori e Professionisti Pompieri

ASCOM BERGAMO CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA

**Realizzato da**

ESTÀ Economia e Sostenibilità

*Coordinamento:* Chiara Bergonzini, Francesca Federici
*Testi:* Chiara Bergonzini, Francesca Federici
*Progetto grafico e impaginazione:* Riccardo Massarotto
*Copertina:* Riccardo Massarotto
*Mappe e infografiche:* Giulia Tagliente

**Partner di progetto**

*Està* (capofila):
Chiara Bergonzini, Giacomo Cellottini, Gloria Cossa, Francesca Federici, Francesca La Rocca, Massimiliano Lepratti, Riccardo Massarotto, Alessandro Musetta, Chiara Pirovano, Giulia Tagliente

*ADL a Zavidovici:*
Maddalena Alberti, Lucia Martinelli

*Amsa:*
Roberta Battisti, Lorenzo Cavallo, Mariarita Colicchio, Simone Orsi, Danilo Vismara

*Aprica:*
Giulia Fanconi, Eliana Loiacono, Giuditta Sileo, Saverio Zetera

*Università degli Studi di Milano – DLLCM:*
Maria Matilde Benzoni, Maria Vittoria Calvi, Mario De Benedittis, Roberta Garruccio, Bettina Mottura, Letizia Osti

*Ruah:*
Nada Charara, Thiamba Ndiaye, Laura Resta

*Mediazione linguistico-culturale:*
Emiliano Barcella, Yosr Ben Othmen, Chiara Bergonzini, Dayana Miranda Contreras, Wissam Fadlo, Mahjouba Ghamraoui, Vanesa Gutierrez, Nadia Hemmami, Hakima Jemrane, Umair Ghaffari Khawaja Hafiz, Dominga Leone, Man Li, Jordana Mauer, Thiamba Ndiaye, Shagufta Noor Hussain, Francesco Michael Scaringella, Wendy Wambo Wendja, Wei Zhao

*Si ringraziano:*
Eliana Bruschera, Francesco Casati, Giorgio Casiraghi, Andrea Di Stefano, Christian Garaffa, Andrea Magarini, Stefano Mambretti, Mattia Marziali, Daniele Pelliccioli, Nunzio Pisano, Francesco Pizzorni, Alessandro Ridoli, Roberto Tavernini, Flavia Vigoriti, Raoul Tiraboschi

*Data di pubblicazione:*
Dicembre 2022

Licenza Creative Commons BY-NC-SA

Quest'opera è stata rilasciata con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 2.5 Italia. Per leggere una copia della licenza visita il sito web http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/it/ o spedisci una lettera a Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.
*Utilizza questa dicitura per citare:* **Un Sacco Et(n)ico, EStà (2022)**

*Alcune icone utilizzate per la creazione delle infografiche utilizzano il creative commons di* The Noun Project

# Indice


Perché leggere questo testo **3**
Azioni e obiettivi di progetto **6**
Indicazioni di carattere pratico **8**
Punti di forza e criticità **12**
Analisi dei risultati **13**
Volete replicare il progetto nel vostro territorio? **14**

1

# Perché leggere questo testo

Il progetto Un sacco et(n)ico si rivolge ad alcune attività di ristorazione etnica (cioè gestite da o di proprietà di persone che non hanno l'italiano come lingua madre) nelle città di Milano, Bergamo e Brescia utilizzando l'approccio della mediazione linguistico-culturale per raggiungere due obiettivi specifici: comunicare a ristoratori e ristoratrici le restrizioni introdotte dalla Direttiva Europea Single Use Plastics (Direttiva SUP), che ha vietato l'immissione sul mercato di diversi prodotti in plastica monouso, molti dei quali vengono spesso utilizzati dalle attività di ristorazione, in particolare per i servizi di asporto e di consegna a domicilio; migliorare la qualità della raccolta differenziata dei rifiuti prodotti da questo tipo di attività.
Il progetto si presta a essere replicato in altri territori: questo testo serve a fornire le indicazioni di base ai soggetti che intendano strutturare un progetto simile, evitando quindi di partire da zero. Si tratta di indicazioni di dettaglio sia sulle fasi operative sia sulle lezioni apprese, per facilitare il lavoro di progettazione, coordinamento e attuazione.

Il racconto del progetto, i partner, la scelta del target, i soggetti coinvolti, i risultati specifici ottenuti e le infografiche di sintesi dei risultati sono invece disponibili in un secondo report, dal titolo **"Un sacco et(n)ico. Mediazione linguistico-culturale per la sostenibilità. Plastica monouso e raccolta differenziata nella ristorazione etnica di Milano, Bergamo e Brescia"**, scaricabile a questi link: www.assesta.it e www.unsaccoetnico.it. Si consiglia la lettura di quest'ultimo report prima di procedere con la lettura delle indicazioni operative.

L'interazione con le attività di ristorazione è affidata a mediatori e mediatrici linguistico-culturali – figure chiave del progetto – accompagnati dal personale delle società che si occupano della raccolta dei rifiuti. Il progetto infatti sperimenta la mediazione linguistico-culturale come metodo di "spinta gentile", che cerca di orientare le persone verso scelte ambientalmente più sostenibili, senza restringere la loro libertà (ad esempio attraverso divieti) e senza modificare sostanzialmente gli incentivi economici (ad esempio tassando alcuni prodotti). L'approccio della mediazione – tipicamente utilizzato in ambito scolastico, sanitario o legale – viene qui applicato al tema della sostenibilità ambientale, in un ambito economico importante come quello della ristorazione. I ristoratori vengono formati in incontri *one-to-one* sulle restrizioni in materia di prodotti in plastica monouso, sulle alternative ambientalmente più sostenibili, in particolare i prodotti compostabili, sul loro riconoscimento (la certificazione) e corretto smaltimento; vengono anche formati sulle corrette modalità di differenziazione dei rifiuti e su come agevolare l'attività dei clienti nei casi in cui siano gli stessi clienti a dover compiere le operazioni di differenziazione all'interno del locale. La formazione per entrambi i temi (plastica monouso e raccolta differenziata) avviene sia con il supporto di materiale scritto (poster e linee guida) tradotto nelle diverse lingue, sia tramite esempi pratici: operatori e operatrici hanno con sé prodotti monouso di materiali diversi da mostrare e tramite l'analisi visiva della raccolta differenziata possono correggere eventuali errori e fugare dubbi.
I risultati del progetto indicano che si può utilizzare la mediazione linguistico-culturale per affrontare altre tematiche, come quella dello spreco alimentare, della sostenibilità e provenienza degli alimenti, dell'economia circolare. La mediazione diventa lo strumento per comunicare politiche locali, verificarne l'efficacia e stabilire un rapporto migliore tra istituzioni e comunità o soggetti economici.

# IL PROCESSO DI UN SACCO ET(N)ICO

## ANNO 1

### PREPARAZIONE DELLE ATTIVITÀ SUL CAMPO

*mesi 1-2*

**ANALISI DEL CONTESTO**

analisi della Direttiva SUP e delle criticità nella differenziazione dei rifiuti

*mesi 3-4*

**ANALISI TERRITORIALE**

mappatura delle attività di ristorazione cui presentare il progetto

*mesi 5-6*

**PREPARAZIONE DELL'INTERAZIONE CON GLI ESERCENTI**

predisposizione dei questionari, del sito di progetto e del materiale informativo

personalizzazione della app per la raccolta dati

selezione e formazione dei mediatori culturali

## ANNO 1-2

### ATTIVITÀ SUL CAMPO

*mesi 7-10*

**PRE - INGAGGIO**

primo incontro con i ristoratori, per la presentazione del progetto e la richiesta di adesione

*mesi 11-13*

**INGAGGIO**

secondo incontro con i ristoratori, per formarli ed intervistarli sulla Direttiva SUP e sulla differenziazione dei rifiuti

*mesi 14-16*

**MONITORAGGIO**

ultimo incontro con i ristoratori, finalizzato alla verifica di eventuali miglioramenti conseguiti e alla consegna del diploma di partecipazione

## ANNO 2

### FORMALIZZAZIONE, CONDIVISIONE E DISSEMINAZIONE DEI RISULTATI

*mesi 17-18*

**presentazione del progetto ai Comuni patrocinatori**

**workshop di discussione del metodo e dei risultati di progetto con alcuni attori selezionati**

*mesi 19-20*

**stesura del report finale (per un pubblico ampio) e delle indicazioni operative (per soggetti intenzionati a replicare il progetto in altri territori)**

→
L'infografica mostra le fasi del processo e le relative tempistiche, che possono variare sensibilmente in funzione del numero di ristoranti coinvolti.

# Azioni e obiettivi di progetto

2

1. Preparazione delle attività sul campo

   a. analisi del contesto: analisi della Direttiva SUP e comprensione delle possibili criticità nella sua attuazione; comprensione dei principali errori commessi nella differenziazione dei rifiuti e delle criticità che ne derivano (tramite interviste alle società che si occupano della raccolta);
   b. analisi territoriale: costruzione della lista e relativa mappa delle attività di ristorazione cui presentare il progetto (il numero viene deciso in base alla grandezza della città e alla quantità di attività sul territorio); individuare le diverse provenienze delle attività di ristorazione è fondamentale per selezionare i mediatori e le mediatrici.
   c. preparazione dell'interazione con gli esercenti: scrittura dei questionari; personalizzazione della app per la raccolta dei dati sulle attività di ristorazione; preparazione del sito web e del materiale informativo da distribuire, tradotti nelle diverse lingue del progetto; selezione e formazione mediatori e mediatrici culturali sulle tematiche del progetto.

Obiettivi: raggiungimento di una conoscenza approfondita dei problemi e delle opportunità relativi alle tematiche di progetto; mappatura delle attività di ristorazione potenzialmente coinvolgibili; selezione e formazione del personale che deve operare sul campo; semplificazione del linguaggio, funzionale alla traduzione dei materiali in lingue molto diverse.

2. Attività sul campo (interazione con i ristoranti)

   a. pre-ingaggio (informazione): si stabilisce un primo contatto con tutte le attività potenzialmente coinvolgibili (spesso tramite una telefonata o una mail, ma in molti casi è necessario presentarsi sul posto), allo scopo di presentare loro il progetto, fornire le prime informazioni di base, verificare l'interesse di ristoratori e ristoratrici a partecipare alle fasi successive; si consegnano in questa fase alcuni materiali informativi (le linee guida per la raccolta differenziata e i pieghevoli con la descrizione del progetto);
   b. ingaggio (formazione): mediatori e mediatrici accompagnano il personale della società di gestione dei rifiuti in una visita alle attività che hanno aderito, coinvolgendole in un incontro di formazione sui temi di progetto, avvalendosi nell'interazione del questionario precedentemente costruito e dei poster sulla Direttiva SUP e sulle alternative compostabili. Ristoratori e ristoratrici ricevono l'incentivo promesso (in questo caso specifico si tratta di *food bag* compostabili gratuite da sperimentare per un periodo di tempo in sostituzione dei prodotti usa e getta in plastica tradizionale utilizzati); ad alcune attività viene proposta un'analisi merceologica dei rifiuti (l'analisi merceologica è un'attività costosa e impegnativa da organizzare, ma fornisce dati di dettaglio che possono essere molto preziosi per l'organizzazione di eventuali campagne di informazione). Durante gli incontri di ingaggio si raccolgono diverse informazioni sia di contesto che specifiche sulle tematiche di progetto, queste ultime necessarie a verificare l'efficacia del progetto;
   c. monitoraggio: a distanza di almeno un paio di mesi dall'incontro di ingaggio (in questo caso specifico il tempo trascorso doveva anche essere funzionale alla sperimentazione delle *food bag*) mediatori e mediatrici e personale della società di gestione dei rifiuti incontrano nuovamente gli esercenti per valutare il livello di sostituzione raggiunto nei prodotti banditi dalla Direttiva SUP e i miglioramenti nella gestione della raccolta differenziata. Vengono raccolti i feedback sul progetto e vengono consegnati l'attestato di partecipazione e i risultati relativi all'analisi merceologica (questi ultimi solo ai ristoranti che hanno accettato di fare l'analisi).

Obiettivi: diminuzione della quantità di prodotti in plastica non compostabile monouso utilizzati e miglioramento della qualità della raccolta differenziata (necessario stabilire un target da raggiungere); miglioramento della qualità delle relazioni tra le attività di ristorazione e le società di gestione della raccolta dei rifiuti.

3. Formalizzazione, condivisione e disseminazione dei risultati

   a. incontri e presentazioni: i risultati raggiunti e le evidenze raccolte vengono discussi con esperti ed esperte di diversi settori durante incontri aperti e workshop da organizzare nel comune interessato;
   b. scrittura di un report finale: il modello utilizzato viene formalizzato in un report che analizzi e sintetizzi i risultati ottenuti con lo scopo di comunicarli esternamente.

Obiettivi: costruzione di un quadro completo delle conclusioni tratte dal progetto e degli eventuali suggerimenti per il futuro; recepimento istituzionale del modello sperimentato da parte del comune coinvolto; trasferimento del modello presso altri comuni interessati; raccolta di informazioni utili per le aziende che si occupano di raccolta differenziata; comunicazione a tutti gli stakeholder e al pubblico generico circa l'utilità del progetto.

# Indicazioni di carattere pratico

3

**Attori da coinvolgere**

Per la buona riuscita del progetto su altri territori, si considerano necessari all'interno del partenariato:

- Un soggetto capofila che coordini gli attori e si occupi di raccolta, analisi e divulgazione dei dati
- Mediatrici e mediatori attivi su quel territorio (la conoscenza del territorio e delle comunità di appartenenza è evidentemente un plus per il progetto)
- Partner esperti delle tematiche considerate , che si occupino anche della formazione dei mediatori e delle mediatrici
- Finanziatori

Altri partner auspicabili che potrebbero favorire la buona riuscita del progetto sono:

- I comuni coinvolti, anche tramite la concessione di patrocinio
- Associazioni di categoria o soggetti simili che possano porsi come intermediari, facilitando l'ingaggio dei ristoranti
- Finanziatori o partner istituzionali disposti a offrire incentivi ai partecipanti

**Costruzione del database**

Poiché non esistono database di attività di ristorazione etnica – cioè gestite da o di proprietà di persone che non hanno l'italiano come lingua madre – una delle prime attività del progetto è proprio la costruzione di tale database, che ha lo scopo di individuare le attività di ristorazione da contattare.
In questo caso specifico, dato l'elevato numero di ristoranti etnici presenti a Milano, i partner hanno deciso a priori di concentrarsi su quelli localizzati in tre quartieri, molto caratterizzati dal punto di vista della ristorazione etnica: Paolo Sarpi (ristorazione prevalentemente cinese), NoLo/Via Padova (ristorazione prevalentemente sudamericana) e Porta Venezia/Buenos Aires (ristorazione prevalentemente africana e mediorientale, ma estremamente eterogenea). Per quanto riguarda le città di Bergamo e Brescia, è stato preso in considerazione l'intero territorio comunale e tutte le tipologie di cucina extraeuropee.

Per costruire il database di partenza, in questo caso specifico si è lavorato principalmente su due database preesistenti:

- un'estrazione (fornita da Amsa e Aprica) dai database della TARI (tassa sui rifiuti): l'estrazione riguarda le attività con codice 22 (ristoranti, trattorie, osterie, pizzerie, pub) per Milano e Bergamo e con codice 24 (ristoranti, trattorie, osterie, pizzerie, mense, fast-food, gastronomie) per Brescia
- un'estrazione (tramite Application Program Interface) dal database della piattaforma TripAdvisor, nel quale è indicata anche la "tipologia di cucina".

I tre elenchi ottenuti tramite queste due estrazioni sono stati sottoposti ai partner locali di progetto (Amsa, Aprica, Associazione ADL a Zavidovici e Cooperativa RUAH) per sapere se ci fossero elementi particolarmente critici, soggetti con cui volessero entrare in contatto per ragioni specifiche oppure soggetti interessanti per il progetto che non fossero stati inclusi. Si è arrivati così a tre elenchi (241 attività a Milano, 99 a Bergamo e 129 a Brescia) che sono stati poi sottoposti a una ricognizione territoriale, per verificarne primariamente l'esistenza effettiva (si tenga in considerazione che la costruzione del database e la ricognizione sono avvenute durante un periodo di *lockdown*) e l'area geografico-linguistica di provenienza. Gli elenchi finali si sono così ridotti a 200 attività a Milano, 62 a Bergamo e 76 a Brescia. Queste sono state le attività contattate da mediatrici e mediatori.

**Strumenti di rilevazione**

Per la rilevazione dei dati durante la ricognizione territoriale, l'osservazione dei locali e le interviste con ristoratori e ristoratrici sono stati messi a punto dei questionari caricati sulla app KoboToolbox, una piattaforma open-source di raccolta, gestione e visualizzazione dei dati utilizzata a livello globale per le azioni umanitarie. Su questa app – utilizzabile anche in assenza di connessione internet – è possibile caricare anche file multimediali (ad esempio foto e registrazioni vocali) .
I questionari, specifici per ogni fase di progetto e con domande sia a risposta chiusa che aperta, sono:

- questionario per la rilevazione territoriale, dedicato a verificare l'esistenza delle attività di ristorazione elencate nel database e a raccogliere dettagli come giorni e orari di chiusura e localizzazione; il questionario è funzionale a facilitare il contatto con i ristoranti
- griglia di osservazione, da compilare durante la fase di pre-ingaggio per raccogliere informazioni sull'attività di ristorazione come la dimensione, la presenza o assenza di elementi che possano far pensare a una sensibilità verso i temi della sostenibilità ambientale, la presenza o assenza di prodotti in plastica monouso esposti; la griglia di osservazione è funzionale a un'eventuale selezione dei ristoranti, nel caso in cui le richieste di adesione al progetto siano troppo numerose
- questionario di pre-ingaggio, destinato a raccogliere informazioni di base sulle attività di ristorazione, come la nazionalità effettiva di chi li gestisce e l'interesse o meno a partecipare al progetto; il questionario è funzionale alla verifica di alcune informazioni e a ottenere l'adesione a tutte le fasi del progetto
- questionario di ingaggio, da somministrare durante il secondo incontro con ristoratori e ristoratrici e volto a

raccogliere informazioni di dettaglio sui prodotti di plastica monouso (compostabili o meno) utilizzati, sulle abitudini di differenziazione dei rifiuti, sulla divisione dei compiti all'interno dell'attività e altri elementi che influiscono sulle tematiche di progetto, ad esempio il peso dell'attività di asporto e consegna a domicilio sul totale dell'attività del ristorante
- questionario per l'ispezione visiva della raccolta differenziata, da compilare anche in fase di monitoraggio (durante ingaggio e monitoraggio), con lo scopo di rilevare eventuali errori nella differenziazione delle varie frazioni: viene compilato due volte per valutare gli auspicabili miglioramenti in seguito alla partecipazione al progetto
- questionario di monitoraggio, per raccogliere i riscontri di ristoratrici e ristoratori sul progetto e sugli eventuali incentivi nonché informazioni sull'eventuale sostituzione di prodotti in plastica tradizionale monouso con prodotti durevoli o con prodotti monouso ma compostabili.

La costruzione dei questionari è molto importante, in quanto la formulazione delle domande "guida" il tipo di dato che verrà raccolto. È bene che siano molto chiari gli obiettivi di ciascun questionario ed è consigliabile usare il più possibile domande chiuse, in modo che la libertà delle risposte aperte non porti a dati non utilizzabili o troppo vaghi. Quando questo non è possibile, è bene formare mediatori e mediatrici spiegando esattamente il tipo di informazione che si vuole raccogliere con una specifica domanda. Infine, è consigliabile testare i questionari durante interviste di prova con esercenti che si rendono disponibili, per verificare l'efficacia dei questionari stessi e avere la possibilità di modificarli prima dell'inizio del lavoro sul campo.

**Materiali comunicativi**

In questo caso specifico, sono stati prodotti sei tipi di materiali comunicativi, tutti tradotti nelle lingue di progetto (inglese, cinese, spagnolo, arabo, turco, urdu):

- un manuale con le linee guida della raccolta differenziata, diverso in base alla città, da consegnare a tutte le attività di ristorazione contattate, indipendentemente dalla successiva adesione al progetto
- un pieghevole con la spiegazione del progetto e qualche informazione sul perché i temi affrontati siano importanti, da consegnare durante il pre-ingaggio per invitare alla partecipazione;
- una coppia di poster che rappresentano in modo schematico e immediato i prodotti in plastica tradizionale monouso banditi o soggetti a riduzione dalla Direttiva SUP e le relative alternative, quali ad esempio prodotti in plastica compostabile o in polpa di cellulosa, da consegnare durante la fase di ingaggio e utilizzare come supporto alla spiegazione;
- un adesivo con il nome del progetto da attaccare alle vetrine;
- un attestato che certifichi la partecipazione e l'impegno mostrati, da consegnare durante l'incontro di monitoraggio;
- un sito web con tutte le informazioni sul progetto e con la possibilità di scaricare i materiali in tutte le lingue

**Selezione di mediatori e mediatrici**

Alcuni elementi auspicabili da ricercare nelle figure di mediatori e mediatrici sono:

- Sensibilità al tema della sostenibilità ambientale
- Disponibilità a lavorare con orari variabili e a intervalli di tempo distanti tra loro (per esempio, tra la fase di ingaggio e quella di monitoraggio, devono trascorrere alcuni mesi)
- Competenze sia di traduzione scritta, sia di mediazione orale (questo punto non è scontato in quanto il mestiere di traduttore e quello di mediatore sono differenti: in caso non si trovassero figure in grado di ricoprire i due ruoli, è bene cercare due figure distinte)
- Competenze digitali basilari (è richiesto l'utilizzo di strumenti come l'app per la compilazione dei questionari, piattaforme collaborative – ad esempio Google Drive e relativi strumenti – piattaforme di videochiamata per il coordinamento…)

**Formazione di mediatori e mediatrici**

La formazione di mediatori e mediatrici è una tappa fondamentale per rendere l'interazione con i ristoranti efficace. Mediatori e mediatrici, che hanno background molto diversi tra loro e sono esperti o esperte di aree linguistiche diverse, devono essere in grado di trasmettere agli esercenti le nozioni di base relative ai temi di progetto e raccogliere i dati in modo che siano facilmente analizzabili. Il corso di formazione, progettato insieme al Dipartimento di Lingue, Letterature, Culture e Mediazioni dell'Università degli Studi di Milano, è stato erogato da professionisti e docenti appartenenti alle organizzazioni partner di progetto.

Il corso ha affrontato le seguenti tematiche:

- elementi di storia ambientale: storia della plastica e della gestione dei rifiuti
- filiere di raccolta e riciclo delle diverse frazioni dei rifiuti urbani, con focus sui rifiuti prodotti dalle attività di ristorazione e visite sul campo durante le attività di raccolta dei rifiuti nelle tre città di progetto
- bioplastiche compostabili, loro ruolo all'interno dell'economia circolare del cibo, direttiva Europea Single Use Plastics
- conoscenza di strumenti informatici di mappatura partecipata
- conoscenza degli elementi fondamentali per lo studio delle pratiche relative alla gestione sostenibile dei rifiuti in un contesto interculturale

Anche il personale di Amsa e Aprica incaricato dell'interazione con i ristoranti ha partecipato alla formazione.

# Punti di forza e criticità

4

**Punti di forza**

- Disponibilità del database TARI per la costruzione del database delle attività di ristorazione da coinvolgere
- Assenza di intento sanzionatorio
- Disponibilità di partner esperti delle tematiche di progetto per la formazione del personale che opera sul campo (mediatori e mediatrici, personale delle società che si occupano della raccolta dei rifiuti)
- Conoscenza del territorio da parte di operatori e operatrici sul campo
- Conoscenza pregressa di alcuni esercenti da parte di mediatori e mediatrici
- Assenza di richieste di impegno formale per i ristoranti
- Materiali tradotti in tutte le lingue di progetto e disponibili anche online
- Mantenimento costante dei contatti con i ristoranti da parte di mediatori e mediatrici
- Disponibilità sul cellulare della app per la raccolta dei dati durante gli incontri con i ristoranti
- Presenza del mediatore o della mediatrice e del personale delle società che si occupano della raccolta differenziata in tutti gli incontri
- Consegna dei diplomi di partecipazione

**Criticità**

- La fase preparatoria e il lavoro sul campo richiedono tempo
- Semplificazione del linguaggio finalizzata alla traduzione nelle molte lingue di progetto (alcune delle quali non europee)
- Assenza di informazioni certe per la costruzione del database delle attività di ristorazione etnica da coinvolgere
- Mediatori e mediatrici:
  a. Selezione di mediatori e mediatrici linguistico-culturali (necessarie competenze linguistiche per la traduzione scritta, sensibilità al tema della sostenibilità, flessibilità negli orari di lavoro)
  b. *Background* e competenze molto diversi delle persone selezionate (criticità durante la formazione)
- Interazione con i ristoranti:
  a. ottenere un primo appuntamento per presentare il progetto (fase di pre-ingaggio)
  b. timore da parte di ristoratori e ristoratrici di ricevere sanzioni a seguito degli incontri
  c. scarsa disponibilità di tempo da parte degli esercenti (gli incontri si svolgono presso il ristorante, in orario di lavoro e richiedono, nella fase di ingaggio, circa un'ora di tempo)
  d. distanza temporale tra gli incontri di pre-ingaggio, ingaggio e monitoraggio (gli esercenti perdono interesse nel progetto, in particolare sono poco interessati a fare l'incontro di monitoraggio, indispensabile però per valutare l'efficacia del progetto)
  e. ricambio del personale che impedisce di interagire sempre con la stessa persona
- Necessità di un incentivo "forte" per ristoratori e ristoratrici, sia in fase di ingaggio che di monitoraggio



5

# Analisi dei risultati

I risultati raccolti tramite l'app sono stati scaricati in formato Excel. Le analisi condotte riguardano i seguenti aspetti:

- i tipi di cucina ingaggiati
- i prodotti in plastica monouso, tradizionale e/o compostabile, utilizzati nei ristoranti (quali prodotti in plastica vengono maggiormente utilizzati nei ristoranti aderenti? Tutti i ristoranti usano prodotti in plastica? Quanti di questi sono compostabili? Quelli compostabili hanno la certificazione? Quali sono vietati e quali invece dovrebbero essere ridotti?)
- asporto e consegna a domicilio: i ristoranti li offrono? In che percentuale questi servizi incidono sulla loro attività? Quali sono le piattaforme più utilizzate?
- conoscenza della Direttiva SUP: i ristoranti erano a conoscenza della SUP prima del progetto? Se sì, come si sono informati?
- raccolta differenziata (analisi divisa per tipo di residuo): presenza dei bidoni dedicati alle diverse frazioni, quanti errori vengono commessi e di che tipo
- confronto tra la situazione rilevata in fase di ingaggio e di monitoraggio: c'è stato un miglioramento nella qualità della raccolta differenziata e nell'utilizzo di prodotti in plastica tradizionale monouso? Quant'è il grado di sostituzione di questi prodotti con prodotti compostabili e/o riutilizzabili?

**Volete replicare il progetto nel vostro territorio?**
**EStà può supportarvi**

Siamo alla seconda edizione del progetto Un sacco et(n)ico: un'azione pilota focalizzata sul tema della raccolta differenziata fatta nel 2019 in due quartieri di Milano e l'edizione attuale, ampliata anche al tema della plastica monouso e alle città di Bergamo e Brescia.
Crediamo che il valore del progetto risieda nel parlare di sostenibilità ambientale, in maniera semplice e concreta, a soggetti (in questo caso ristoratori e ristoratrici non italofoni) che hanno linguaggi e sensibilità molto diverse, non solo in riferimento agli stessi soggetti di lingua italiana, ma anche tra loro. Crediamo inoltre che il rapporto che si instaura durante gli incontri di formazione e monitoraggio, se coltivato, possa migliorare il dialogo tra questi soggetti, i loro clienti, le istituzioni locali e gli operatori che offrono servizi di varia natura in città – in questo caso specifico, le aziende che si occupano della raccolta differenziata dei rifiuti. L'approccio può essere applicato ad altri temi di sostenibilità ambientale (energie rinnovabili, economia circolare, spreco, acquisti responsabili...) e ad altri soggetti economici (commercianti, piccoli imprenditori e imprenditrici...). Riteniamo inoltre che la formazione sui temi della sostenibilità ambientale sia molto utile anche per gli stessi soggetti elencati ma italofoni.
Abbiamo scritto questo manuale operativo per favorire la replicabilità dell'esperienza in altri territori, ma siamo anche a disposizione per sostenervi con diversa intensità: supporto alla progettazione, formazione dei partner di progetto, coinvolgimento nelle fasi operative, coordinamento del progetto.

EStà è un centro indipendente e non profit
di ricerca, formazione e consulenza che promuove
l'innovazione nei sistemi ambientali, socioeconomici
e culturali. Lavora con enti pubblici, terzo settore,
università e centri di ricerca, fondazioni, sindacati
e imprese, connettendo i loro temi alla sostenibilità
e fornendo loro elementi utili per conoscere
il funzionamento del contesto in cui operano,
prendere decisioni e promuovere
una cittadinanza attiva.

ESTÀ Economia e Sostenibilità