



METROPOLI DOC

EXPO 2015: Le donne nutrono il pianeta

Progetto per valorizzare le risorse femminili che operano nella catena dell'alimentazione e per rendere sostenibile la qualità della vita del territorio provinciale, favorendo la capacità di cooperazione con altre regioni del mondo.

CONTESTO E FINALITA' DEL PROGETTO

Il 2015 è l'anno scelto dalle Nazioni Unite come obiettivo dei **Millennium Goals**, la campagna che si propone di ridurre della metà il numero delle persone che vivono con meno di un dollaro al giorno e di quelle che soffrono la fame (attualmente circa 850 milioni).

L'Expo 2015 si inserisce in questo scenario impegnandosi ad affrontare i seguenti ambiti tematici

- la scienza per la sicurezza e la qualità alimentare
- l'innovazione nella filiera alimentare
- la tecnologia per l'agricoltura e la biodiversità
- l'educazione alimentare
- la solidarietà e la cooperazione alimentare
- l'alimentazione per i migliori stili di vita
- l'alimentazione nelle culture e nelle etnie.

Le donne lavorano e producono idee, progetti e innovazioni in queste aree e, a partire da Milano, possono costituire la 'risorsa' da valorizzare per favorire la capacità di Expo 2015 di superare – attraverso diverse forme di cooperazione - le criticità dell'alimentazione nel mondo.

In questo contesto, il progetto nasce dall'intento di **costruire nella realtà metropolitana milanese un laboratorio** per conoscere meglio, valorizzare e rendere attive **le risorse femminili** per favorire la

partecipazione ai progetti Expo e rendere concreta la possibilità di attivare progetti di cooperazione con le donne di altri paesi e regioni del mondo.

Le donne infatti, pur rappresentando in tutto il mondo **la risorsa fondamentale del processo di alimentazione del pianeta**, non sono considerate adeguatamente nella realizzazione dei progetti 'importanti' che caratterizzano i grandi eventi o rischiano posizioni segregate e marginali.

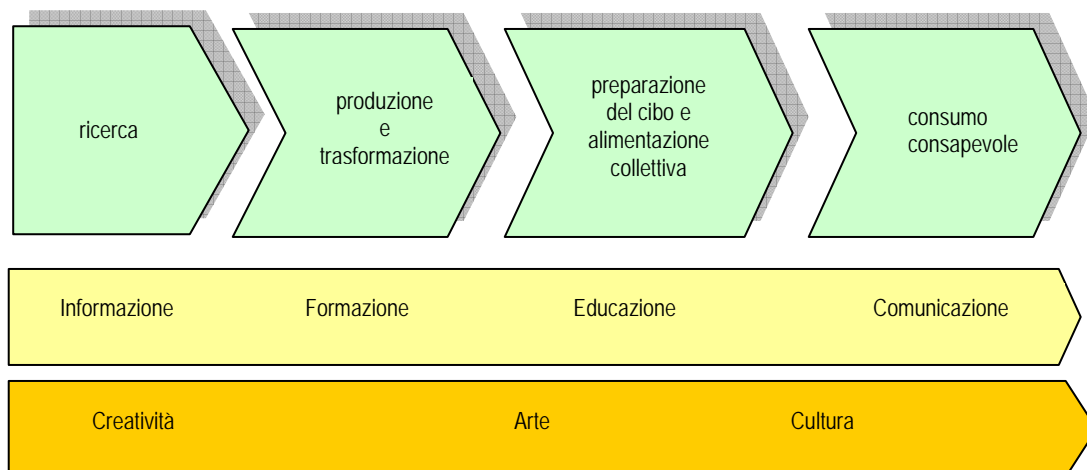
La sostenibilità del pianeta è affidata in gran parte alle donne che operano in tutta la catena alimentare e Milano può rappresentare il primo laboratorio di un progetto più ampio di creazione di un network internazionale di donne che agiranno da subito insieme in un progetto strategico.

L'idea infatti è quella di "**prendere sul serio**" il tema che ha reso vincente la candidatura di Milano e progettare una strategia di cambiamento che favorisca la trasversalità e la sinergia delle aree di interesse presenti nelle linee guida dell'Expo 2015 in modo da avere ricadute forti e permanenti sui territori interessati.

Si propone quindi di preparare a Milano un **evento** da realizzarsi in primavera che consenta di:

- rendere visibili e coinvolgere attivamente le donne di che operano nella Provincia in tutti i settori dell'alimentazione
- favorire la loro partecipazione alla progettazione attiva di percorsi, idee, reti di relazione, servizi in vista dell'Expo, che presentano particolari ricadute sul territorio
- costituire una rete milanese metropolitana di donne che si candidano a diventare il soggetto 'forte' delle relazioni con altre donne di diverse regioni e paesi nel mondo sul tema dell'alimentazione, nel quadro del progetto strategico in preparazione su questo tema.

Il progetto si propone in particolare di rendere visibili le donne che lavorano a Milano nei diversi settori della catena dell' alimentazione:



In particolare:

- **ricerca:** le donne che lavorano nelle università milanesi e nei centri di ricerca scientifici sono molte e collocate in posizione di responsabilità, con collegamenti internazionali notevoli. Dalla ricerca in campo alimentare e sanitario dipendono la sostenibilità e la qualità dell'alimentazione umana, nonché la possibilità per le generazioni future di accedere ai beni primari del cibo e dell'acqua, senza conflitti e guerre tra popolazioni e aree geografiche;
- **produzione e trasformazione:** le donne impegnate nelle aziende agricole e nelle produzioni collegate sono molto numerose e agiscono già in rete, partecipano a mercati internazionali e sono attente alla qualità dei prodotti e al rapporto con i consumatori, nonché al miglioramento degli stili di vita alimentari, alla riduzione dei costi e alla diversificazione delle produzioni. Da loro occorre quindi partire per sviluppare, in un'ottica di cooperazione, di scambio e di trasferimento reciproco di competenze, reti con donne produttrici di altri paesi;
- **preparazione del cibo e alimentazione collettiva:** a Milano una larga parte della popolazione di tutti i gruppi di età mangia fuori casa nelle mense scolastiche, aziendali, ospedaliere e di comunità, negli esercizi pubblici, nei grandi centri di collegamento del sistema del trasporto delle persone. La maggior parte dei dipendenti è rappresentata da donne che sono coinvolte sia nel processo di preparazione del cibo che nella sua distribuzione e quindi sono un sensore attento della possibilità di migliorare la qualità degli alimenti, ridurre gli sprechi, educare gli individui e le famiglie. Il tema della ristorazione collettiva è comune a molti paesi e rappresenta oggi uno dei fattori strategici dell'alimentazione. Anche la preparazione del cibo a casa è una prerogativa delle donne, per la maggioranza dei casi, e non è necessario spendere parole sull'importanza strategica di questo processo di riproduzione;
- **consumo consapevole:** la sensibilità e l'attenzione delle donne alle tematiche della "qualità" dell'alimentazione e ai "costi" sempre più elevati di alcuni prodotti si stanno concretizzando in iniziative di gruppi o di associazioni che hanno l'obiettivo di offrire occasioni di acquisto alternativo: i GAS, i mercatini organizzati o spontanei stanno, seppure più lentamente che in altri paesi, crescendo sul territorio. E' quindi necessario costruire una "mappa" di queste opportunità da offrire ai cittadini e cittadine della Provincia individuando, ove possibile, altre occasioni di diffusione di queste buone prassi;
- **informazione, formazione, comunicazione:** a Milano, come si sa, sono presenti i centri dell'informazione e della comunicazione (giornali, media TV, radio, Internet) e le donne che lavorano nel settore sono molte numerose e qualificate. Questa rete può sviluppare la propria funzione di diffusione e trasmissione di conoscenze qualificate per migliorare la qualità generale della vita in tutte le età e l'accessibilità ai prodotti;
- **creatività, arte e cultura:** il cibo e l'alimentazione sono soggetto di produzioni creative in tutte le espressioni artistiche e culturali e vedono molte artiste impegnate a Milano nella realizzazione e diffusione.

Le donne coinvolte sono donne di diversa età, provenienza sociale, etnica e religiosa e disegnano una componente fondamentale della metropoli, una sorta di catena alimentare 'energetica' necessaria e insostituibile che può collegarsi e cooperare con altre realtà analoghe del mondo e rappresentarsi prima, durante e dopo l'Expo.

Il progetto propone una **'regia provinciale' forte** che ottimizzi l'uso delle risorse e la qualità degli interventi, nonché gli effetti positivi in termini di **'comunicazione'**, in quanto può diventare uno dei profili caratterizzanti il contributo della Provincia al percorso Expo.

In tal modo si può garantire che il tema delle donne non costituisca solo un elemento a sè stante del percorso, ma ne diventi uno degli assi portanti: ciò nella realizzazione compiuta di un reale mainstreaming all'interno dell'Expo stesso.

ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

La realizzazione del Progetto si articola nei seguenti passi:

1. **Costituzione di un Comitato Guida**, che sarà formato, oltre che da un rappresentante della Provincia di Milano, da donne e uomini che presentano competenze specifiche e trasversali sul tema dell'alimentazione e della conoscenza/valorizzazione delle risorse femminili in questa catena. Il tavolo ha lo scopo di progettare l'incontro/evento che conclude il Progetto e di rendere permanente il confronto in vista dell'Expo.
2. **Interviste a donne e testimoni privilegiati collocati nei punti strategici della catena sopra descritti**: si propone di realizzare circa 20 interviste, che saranno condotte sulla base di una griglia semistrutturata costruita con l'obiettivo di raccogliere esperienze, valutazioni, punti di vista e dati, a partire dai quali elaborare una mappa dei punti di forza e delle criticità della catena dell'alimentazione nella metropoli milanese e uno scenario macro delle tendenze in atto.
3. **Indagine di opinione**: si propone di realizzare un'indagine di opinione volta in particolare a verificare il grado e l'intensità della conoscenza del progetto dell'Expo tra le donne della provincia, a valutare il livello di importanza che le donne assegnano ad un evento del genere e ad analizzare comportamenti di consumo attuali e attesi. La metodologia scelta è quella di un'indagine campionaria tra le donne maggiorenti residenti nella provincia di Milano. Al campione verrà somministrato un questionario strutturato che riprende gli obiettivi suesposti. Il questionario sarà approvato dal Committente. Gli strumenti utilizzati per la realizzazione dell'indagine saranno il CATI e il CAWI. Le interviste saranno svolte per via telefonica e, in parte via Web. E' essenziale anche l'impiego dell'intervista on line in quanto le fasce più giovani della popolazione sono maggiormente raggiungibili attraverso questa metodica. Il campione sarà rappresentativo della popolazione femminile e stratificato per età, scolarità e area di residenza. I parametri per i diversi segmenti sono estratti dai dati ISTAT. La numerosità campionaria dovrà essere ampia in modo da poter adeguatamente descrivere i principali segmenti sociodemografici indicati. Si propone un campione di 900 donne.
4. **Prima ricognizione dei dati sulla presenza femminile** nei settori di riferimento in provincia di Milano: ad oggi le informazioni disponibili sulla presenza femminile nella catena dell'alimentazione nell'area metropolitana milanese sono frammentate, parziali, raccolte da fonti diverse con criteri e obiettivi differenti legati agli specifici settori, disperse in molteplici data base. L'obiettivo della ricognizione è quello di raccogliere e organizzare i dati già disponibili per produrre una prima visione di insieme del contributo – quantitativo e qualitativo – dato dalle donne al circuito

provinciale dell'alimentazione e, attraverso questa operazione, mettere a fuoco le eventuali lacune delle informazioni disponibili e le necessarie integrazioni da attivare per fronteggiarle.

Le informazioni che verranno raccolte si propongono di mettere a fuoco le molteplici modalità attraverso cui si manifesta la presenza femminile nei settori di riferimento: le donne impegnate nella ricerca e nelle strutture di vigilanza, le tecnoghe, le donne che fanno impresa (nella produzione, nella trasformazione o nei servizi di consumo collettivo), le lavoratrici nelle piccole, medie e grandi aziende, le giornaliste, le donne che lavorano nella pubblicità, le donne che lavorano nelle associazioni che promuovono la cultura dell'alimentazione, le donne migranti...Dati i limiti di tempo e di risorse del progetto, l'obiettivo è quello di realizzare un primo affresco di massima, che oggi non esiste e senza il quale si può ragionare solo su percezioni, impressioni sotto le quali si possono nascondere stereotipi e visioni non corrispondenti alla realtà dei fenomeni.

5. **Rassegna stampa:** tra febbraio/marzo verrà realizzata una rassegna stampa sui principali quotidiani milanesi con l'obiettivo di valutare la "sensibilità" dei media alle tematiche in oggetto (*"quanto se ne parla?"*) e di analizzarne le modalità di approccio (*"come se ne parla? quali contenuti si comunicano?"*). L'indagine verrà preceduta dalla definizione di una griglia di parole di associazioni-chiave sulla cui base selezionare e analizzare il materiale da raccogliere nella rassegna.

Le azioni e i prodotti di queste attività garantiranno al settore Comunicazione della Provincia gli input necessari per la costruzione di un'adeguata ed efficace campagna di diffusione anche in vista dell'evento finale.

6. **Organizzazione dell'incontro/evento finale:** si tratta di un evento , da realizzare in una struttura 'importante' dell'area metropolitana, accompagnato da una campagna di comunicazione 'forte' e caratterizzato dalla presenza di donne e testimoni milanesi, di altri paesi, da rappresentanti nazionali, nel quale anche sulla base dei materiali raccolti e elaborati, si metteranno a confronto progetti, idee, reti, servizi innovativi adeguati ai bisogni e alle caratteristiche di una realtà metropolitana come quella milanese, da realizzare nei prossimi anni.

7. Output finali

- Rapporto di ricerca, consegnato in cinque copie cartacee e in formato elettronico per la pubblicazione sul portale della Provincia
- Report di sintesi, da distribuire in occasione dell'evento conclusivo