|  |  |
| --- | --- |
| **Nome da Boa Prática:**  Perto de casa fora de horas ("Last Minute Close to Home”) | **Contacto:** Nome: Last Minute Sotto Casa **Morada:** Via Alfonso Lamarmora, 16, 10128 Torino **Mail:** [info@lastminutesottocasa.it](mailto:info@lastminutesottocasa.it) |
| |  |  | | --- | --- | | **Domínio em causa:**  **Boa Prática - Geral**  **Boa Prática – Recolha**  **Boa Prática – Valorização** | **Boa Prática - Venda**  **Boa Prática - Sensibilização** | | |
| **Contexto da implementação (território, ponto de partida, ...)**   |  | | --- | |  |   **Todos os anos, mais de um bilhão de toneladas de alimentos são deitados para o lixo**. Alimentos fora de prazo ou perecíveis são descartados, quando ainda podem estar bons.  O projeto "Last Minute Sotto Casa", partiu de Francesco Ardito e Massimo Ivul, e começou a título experimental em março de 2014 pelo Politecnico di Torino, e apenas para o distrito de Santa Rita de Turim (para recuperar o pão que não era vendido durante o dia). Atualmente, "Last Minute Sotto Casa" está a chegar lentamente a muitas cidades italianas, contando já com uma rede de mais de 200 lojas diferentes e cerca de 15.000 utilizadores registados. | |
| **Prática, método de intervenção e objetivos da abordagem**   |  | | --- | | A Last Minute Sotto Casa é uma iniciativa social inovadora contra o desperdício de alimentos. O objetivo do projeto é envolver as pessoas com vista à melhoria da saúde do planeta através da **gestão digital de resíduos alimentares**.  Todas as noites, milhares de lojistas, antes de fechar, têm que se desfazer dos produtos que não podem voltar a vender no dia seguinte. Ao oferecerem esses produtos a um preço reduzido, podem lucrar em vez de perderem dinheiro ao deitar fora os produtos.  A Last Minute Sotto Casa construiu um portal para ir ao encontro dos comerciantes e das pessoas que moram no mesmo bairro. Uma vez registado, o comerciante pode enviar ofertas (descrevendo o produto, o preço e a duração da promoção) de forma direcionada. Na verdade, apenas clientes "registados" poderão receber (via e-mail) a oferta, e apenas para os produtos que escolheram "pesquisar" quando se inscreveram no sistema. Ou que podem conhecer através dos mapas, em tempo real, das transações desses produtos.  **Cruzar a oferta e a procura de produtos perecíveis pode otimizar o consumo**, beneficiando todas as partes. | | |
| **Resultados (impactos sobre o público, território, ...)**   |  | | --- | | * Diminuir o impacto ambiental dos nossos resíduos; * Aumentar o consumo; * Os vendedores não desperdiçam, e ganham alguma coisa; * Os clientes compram produtos frescos e economizam. | | **Público-alvo:**   * Vendedores (pastelarias, talhos, explorações piscícolas, mercados regionais, pequenos mercados de proximidade) * Clientes (pessoas) |
| **Perspetiva de utilização e divulgação:**   |  | | --- | | * Transmitir a experiência a outros países europeus | | |