

Report Emporio Giulianova



136 nuclei

96 questionari raccolti



89 questionari validi

Il presente rapporto restituisce uno sguardo complessivo sul servizio offerto dall'Emporio Solidale di Giulianova, a partire dai dati raccolti attraverso un questionario somministrato agli utenti nei mesi di dicembre 2024 e gennaio 2025. L'indagine è stata preparata dall'Università degli Studi di Teramo in collaborazione con il comitato locale della Croce Rossa Italiana, nell'ambito del progetto "Evaluating food security policy: Extrapolation, Effectiveness and Policy Transfer" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca. Obiettivo del questionario è rilevare la qualità percepita dell'esperienza all'emporio e raccogliere suggerimenti utili per migliorarla. Ringraziamo tutte le persone che hanno contribuito a questo questionario per il tempo e la disponibilità.

1. L'UTENZA

L'utenza dell'Emporio di Giulianova è composta principalmente da donne (69%) con un'età media di 51,5 anni. La maggior parte ha un basso livello di istruzione (85% con al massimo la licenza media) e un ISEE medio di circa 3.741 euro. L'83% segnala un bisogno economico come motivazione principale dell'accesso, spesso accompagnato da difficoltà legate alla salute e al lavoro. Il 78% è in carico da oltre 12 mesi, indicando una situazione di fragilità consolidata. Il 58% è di cittadinanza italiana.

2. I PRODOTTI

Dalle risposte emerge un giudizio complessivamente molto positivo sull'offerta dell'emporio: la grande maggioranza degli utenti (84%) dichiara di riuscire a trovare spesso o sempre i prodotti di cui ha bisogno. Le segnalazioni di mancanze sono poche e circoscritte, riferite in particolare a caffè e olio. L'autonomia nella scelta è valorizzata da quasi tutti i rispondenti. L'attenzione si estende anche agli articoli per la casa e per l'igiene, considerati rilevanti da un'ampia quota di utenti (88%). La qualità percepita degli alimenti è buona, e le scelte di consumo appaiono guidate da criteri ragionati: in particolare la salubrità, il numero di punti richiesti e la scadenza, che evidenziano una gestione responsabile delle risorse disponibili. Il sistema dei punti viene percepito come utile per guidare le scelte di consumo.

3. IL SERVIZIO

L'emporio appare accessibile e ben conosciuto: la maggior parte degli utenti lo ha scoperto tramite i Servizi Sociali (56%), seguiti da amici e parenti (24%). I giorni e gli orari di apertura risultano in generale comodi, così come la collocazione geografica dell'emporio, raggiunto soprattutto con mezzi propri o pubblici. Il personale dell'emporio riceve valutazioni molto positive, a conferma della qualità complessiva del servizio.

4. INSICUREZZA ALIMENTARE

I dati confermano la presenza di una condizione di vulnerabilità alimentare tra molti utenti. Il 48% ha dichiarato di aver mangiato solo alcuni tipi di cibo e il 49% di aver avuto difficoltà a consumare regolarmente fonti proteiche come carne, pesce o alternative vegetariane. Sebbene il 52% riferisca di avere avuto abbastanza da mangiare, si tratta spesso di alimenti non sempre rispondenti alle proprie preferenze o necessità. L'emporio contribuisce in modo rilevante a migliorare la situazione: grazie al risparmio ottenuto, il 59% degli utenti è riuscito a sostenere spese che altrimenti non avrebbe potuto affrontare, in particolare per bollette (65%) e alimenti come frutta e verdura (42%) o proteine animali (34%). Tuttavia, una parte significativa degli utenti (44%) continua, anche se saltuariamente, ad accedere ad altri servizi di aiuto alimentare, segnalando un bisogno ancora parzialmente scoperto.

5. INCLUSIONE SOCIALE

I dati suggeriscono che l'emporio viene percepito come uno spazio accogliente, ma il suo impatto sulla dimensione relazionale appare più contenuto rispetto ad altri contesti. Solo il 17% degli utenti dichiara di aver conosciuto nuove persone, mentre il 34% considera la visita all'emporio un'occasione per uscire di casa. Tuttavia, quasi tutti si sentono a proprio agio all'interno del servizio (98%), segno di un ambiente positivo e rispettoso. Questi elementi mostrano un buon livello di comfort, ma anche margini di miglioramento rispetto al potenziale ruolo dell'emporio nel promuovere socialità e senso di comunità.

6. BISOGNI NON ALIMENTARI

L'emporio si configura principalmente come risposta a bisogni materiali, mentre il suo ruolo come spazio di orientamento e connessione con il territorio appare ancora limitato. Solo il 3% degli utenti ha ricevuto indicazioni su opportunità lavorative e il 6% è entrato in contatto con altre associazioni. Questi numeri suggeriscono un potenziale ancora poco sviluppato, ma offrono anche uno spunto per riflettere su come valorizzare meglio le reti locali e accompagnare le persone in percorsi di autonomia più ampi.

1. L'utenza

**In carico da
almeno 12 mesi**



78%
dell'utenza

Genere



Uomini
31%
Donne
69%



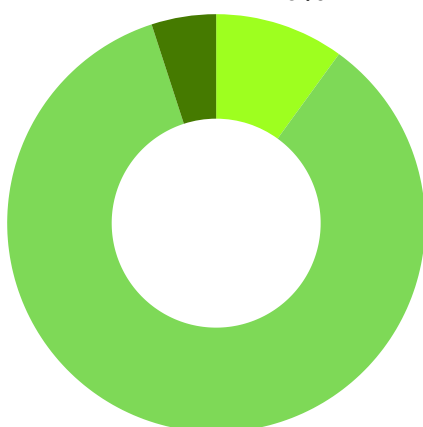
Età media



51,5
anni

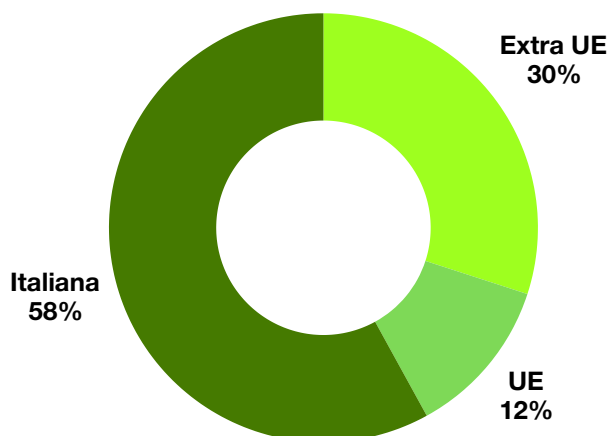
Titolo di studio

Laurea 5% Diploma 10%



Fino a licenza media
85%

Cittadinanza



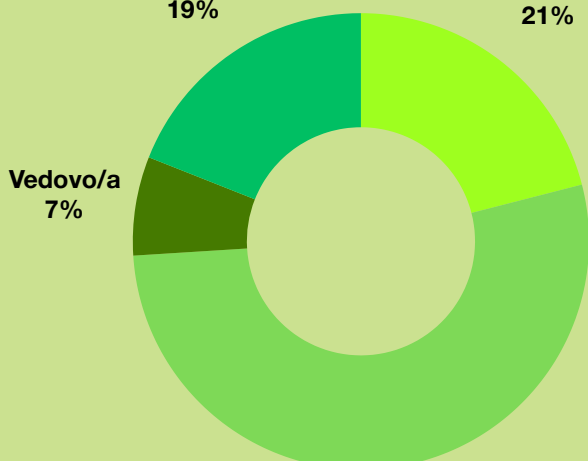
Italiana
58%

Extra UE
30%

UE
12%

Stato civile

Divorziato/a 19% Celibe/nubile 21%



Coniugato/a
53%

**ISEE medio e
stato di bisogno**



Abitativo
22%



Salute
48%



Lavoro
46%

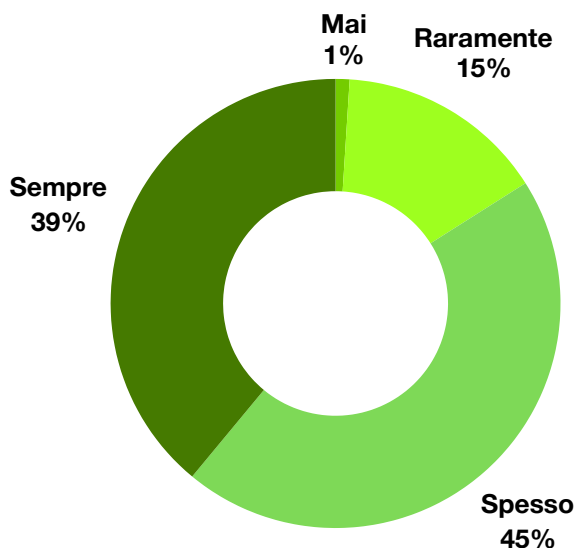


Economico
83%

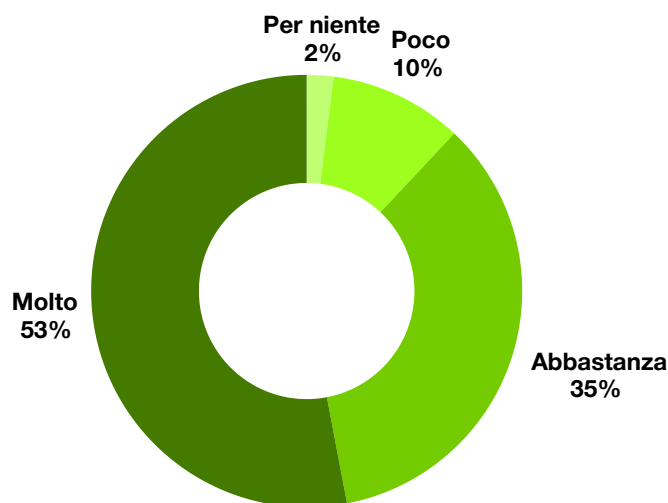
ISEE medio: 3741 €

2. I prodotti

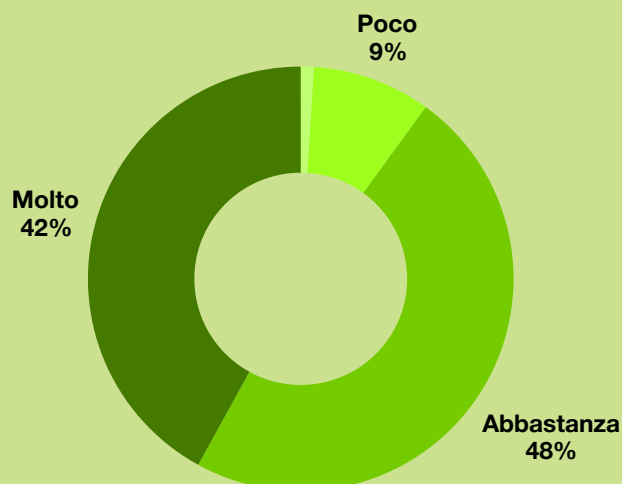
All'emporio trovi i prodotti di cui hai bisogno?



Quanto ritieni utile la presenza di prodotti non alimentari tra quelli disponibili all'emporio?



Riguardo ai prodotti alimentari, la loro qualità ti soddisfa?



Il cibo che trovi all'emporio soddisfa le tue esigenze di...



salute



cultura

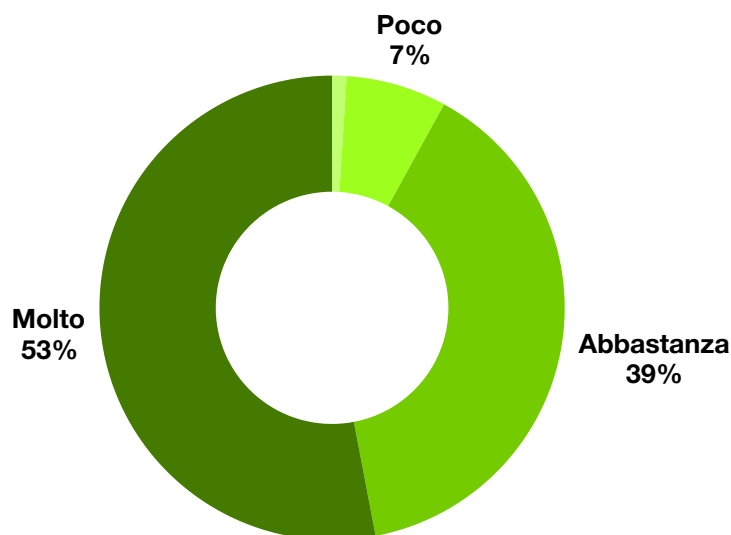


religione

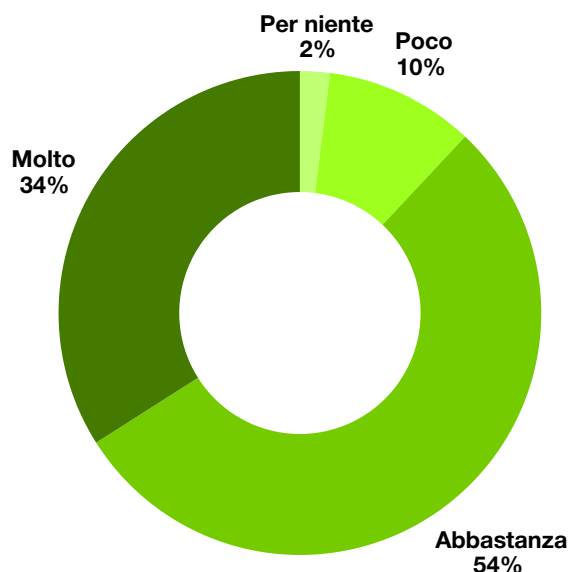


28% degli utenti non ha esigenze alimentari legate alla religione

Quanto sei soddisfatto di scegliere tu quali prodotti prendere?

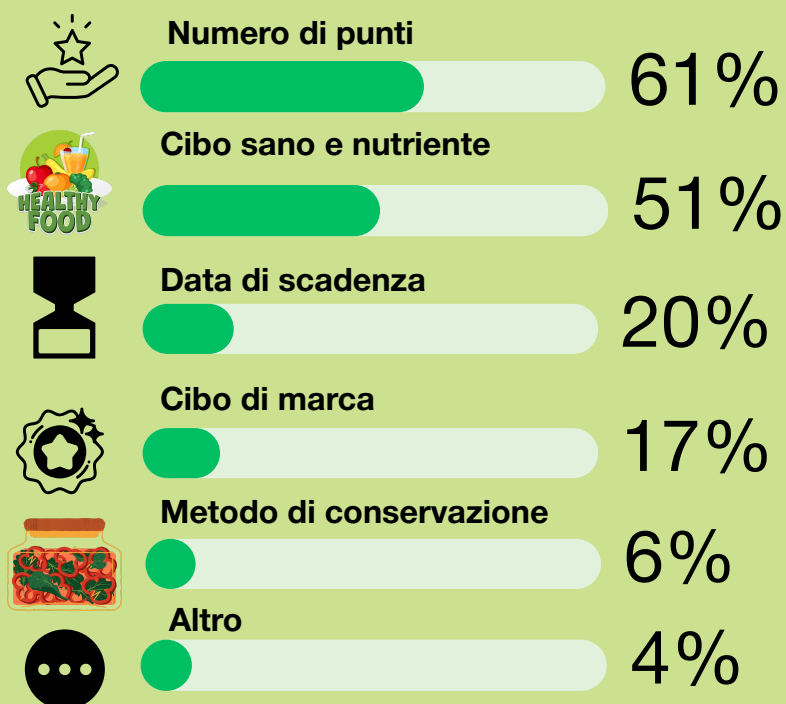


Il sistema dei punti ti aiuta a capire meglio quali prodotti inserire nella spesa?



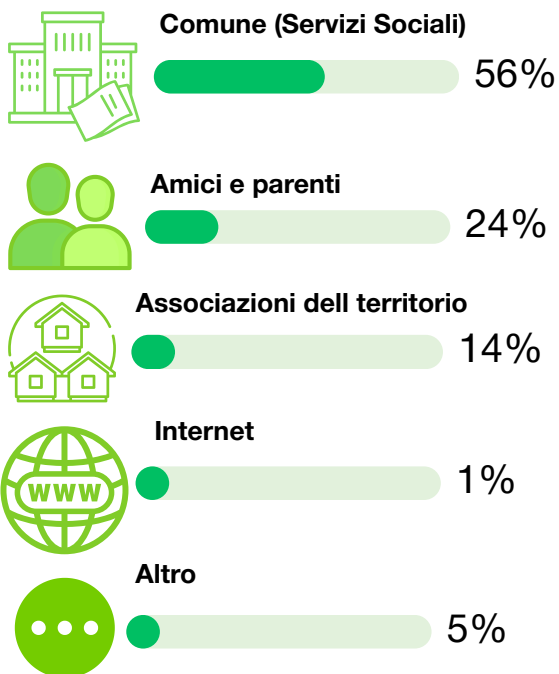
Quali sono i due principali criteri che utilizzi per scegliere un prodotto all'emporio?

(Possibili più opzioni)

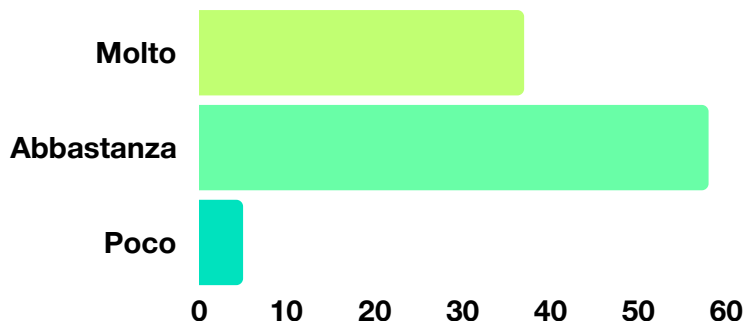


3. Il servizio

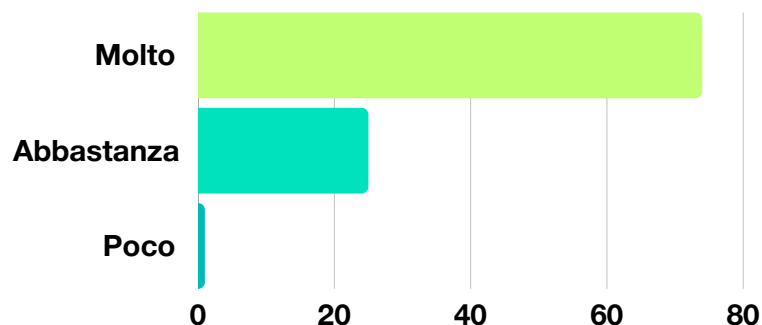
Come sei venuto a conoscenza per la prima volta dell'emporio?



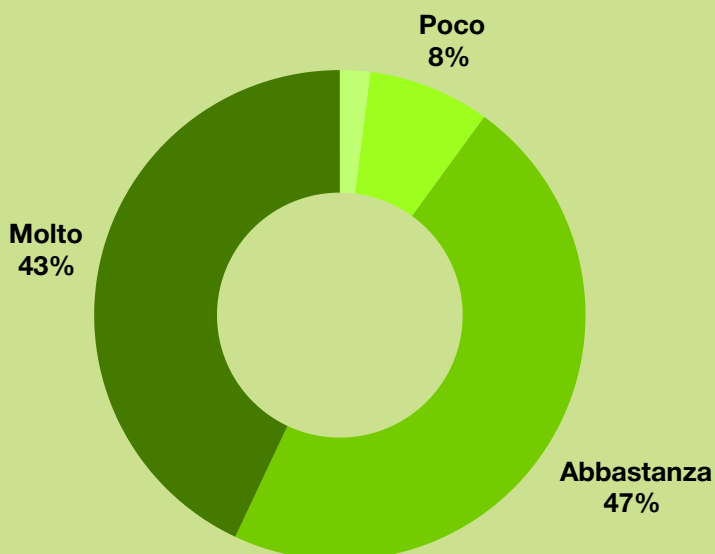
Orari e giorni di apertura dell'emporio sono comodi?



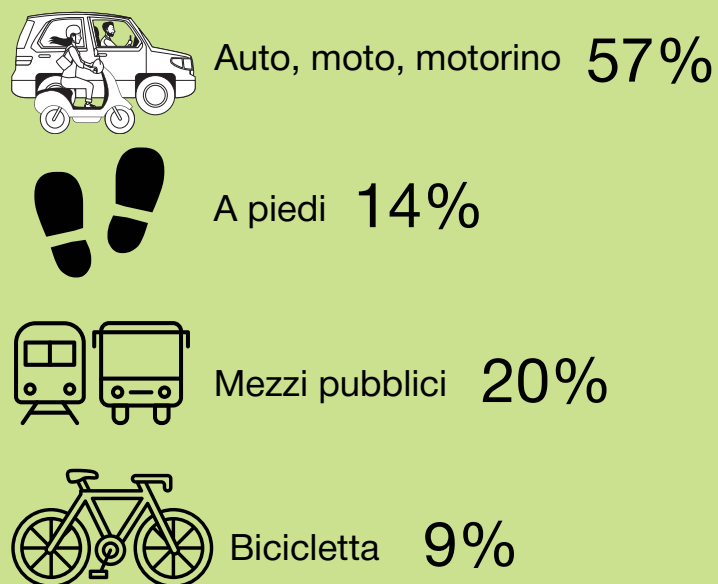
Il servizio fornito dai volontari dell'emporio è soddisfacente?



L'emporio è facilmente raggiungibile?

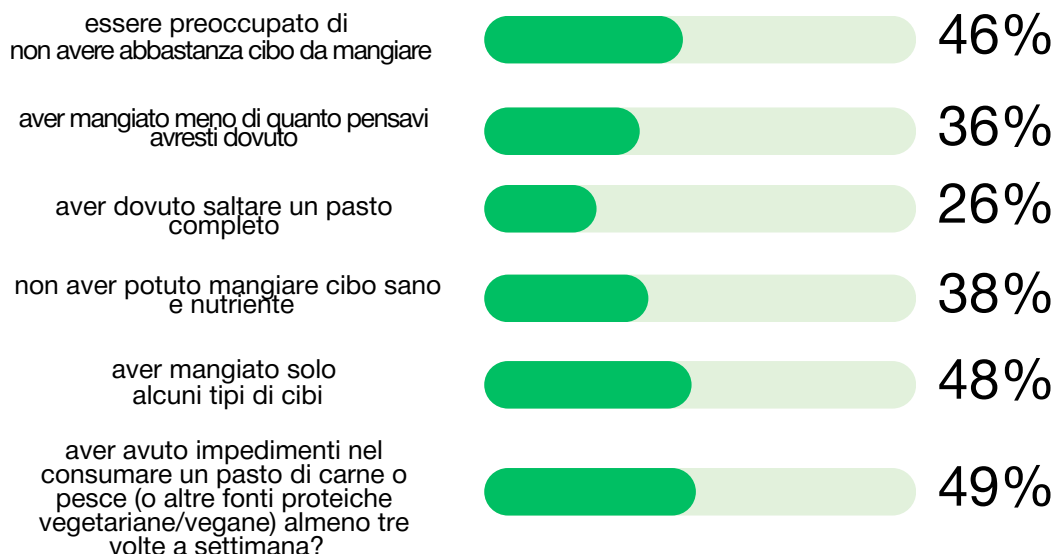


Che mezzo di trasporto utilizzi solitamente per venire all'emporio?

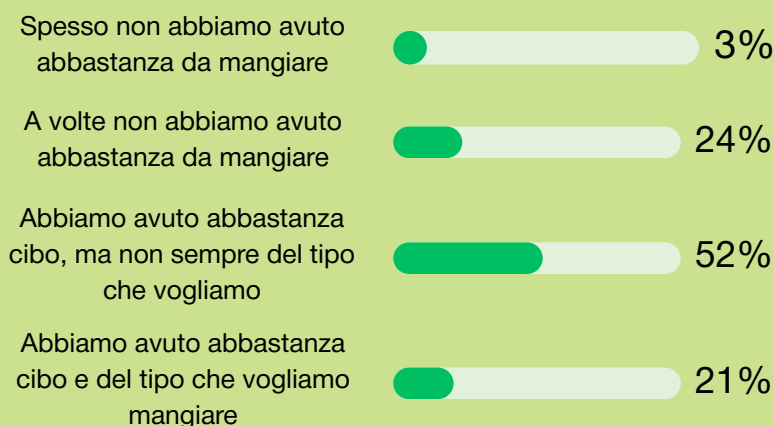


4. Insicurezza alimentare

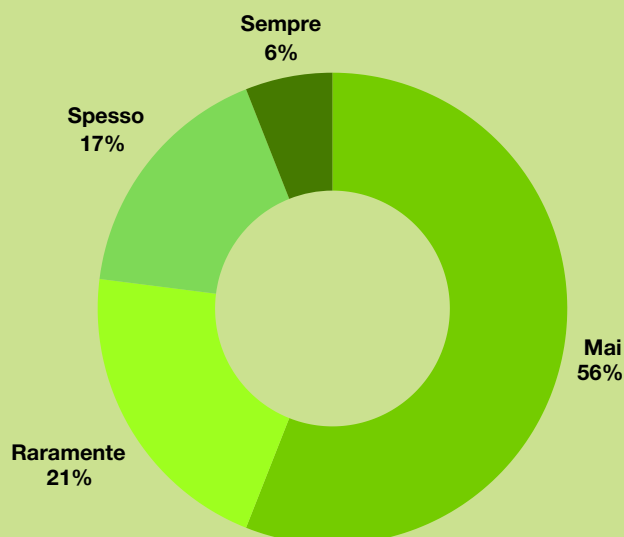
Negli ultimi 30 giorni, a te o a qualcuno della tua famiglia, per mancanza di soldi è capitato di...



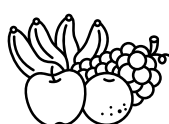
Quale di queste affermazioni descrive meglio la situazione alimentare nella tua famiglia nell'ultimo mese?



Da quando frequenti l'emporio, ti capita di utilizzare altri servizi di aiuto alimentare?



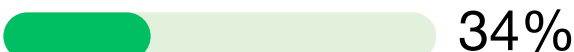
Con quanto risparmi facendo la spesa all'emporio, riesci a comprare altre tipologie di cibo? (Possibili più opzioni)



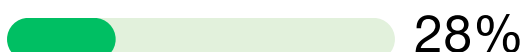
Più frutta e verdura



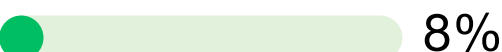
Più carne, pesce, uova



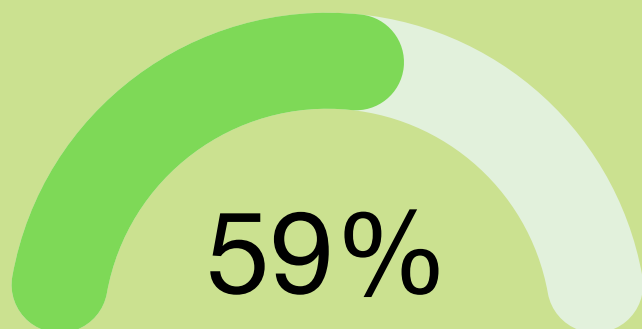
La mia dieta è rimasta invariata



Altre tipologie di cibo



Con quanto risparmi facendo la
spesa all'emporio sei riuscito ad
affrontare altre spese che altrimenti
non saresti riuscito a coprire?



Se sì, quali spese?
(Possibili più opzioni)

65%



Ho pagato le bollette

25%



Ho potuto risparmiare

10%



Ho acquistato
abbigliamento

2%



Ho acquistato giocattoli

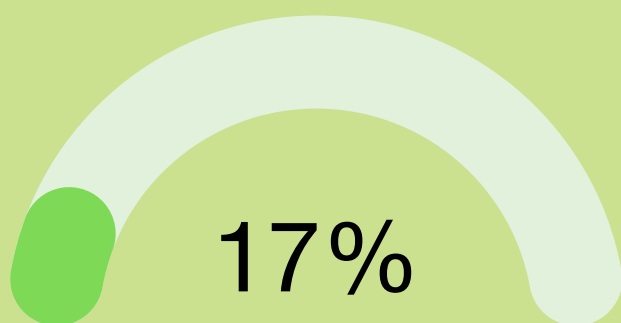
13%



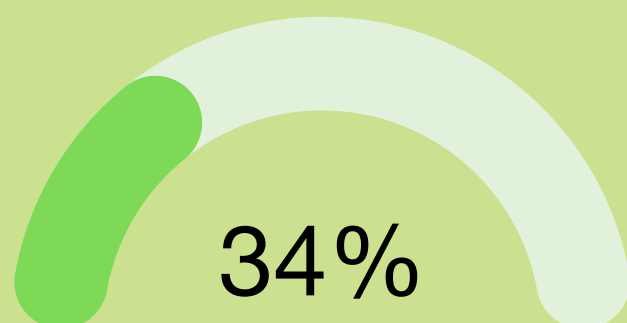
Altro

5. Inclusione sociale

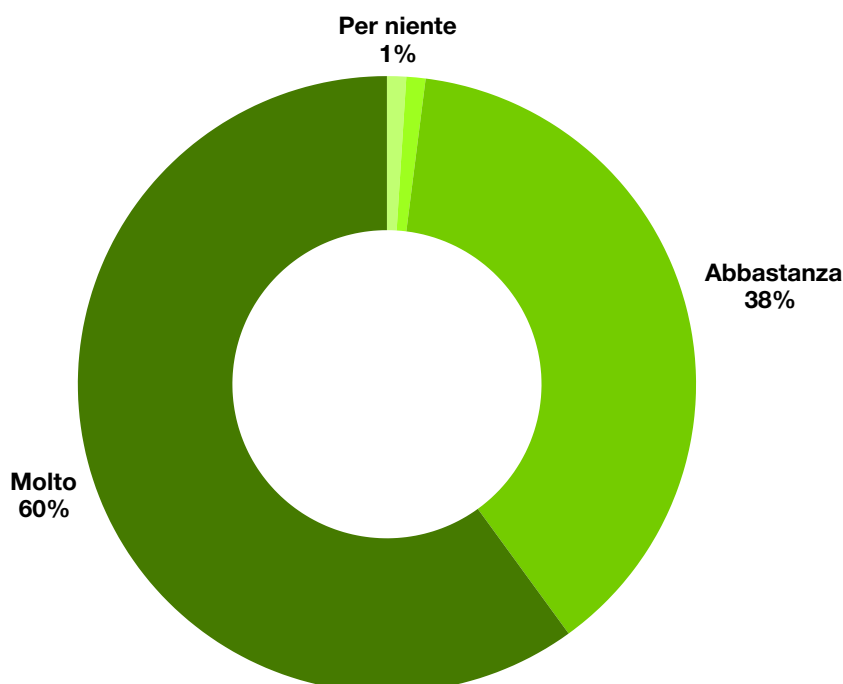
Frequentando l'emporio hai conosciuto nuove persone?



Consideri andare all'emporio una occasione per uscire di casa?



Ti senti a tuo agio quando vieni all'emporio?

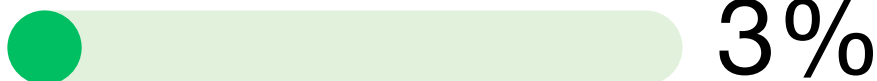


6. I bisogni non alimentari

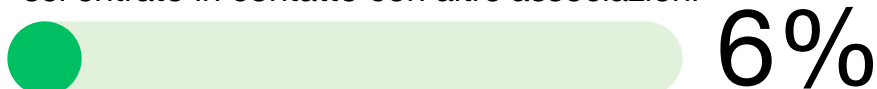
Frequentando l'emporio...



hai avuto indicazioni su nuove opportunità di lavoro



sei entrato in contatto con altre associazioni



7. Consigli dell'utente

La maggior parte degli utenti si dichiara soddisfatta del servizio offerto, esprimendo gratitudine e apprezzamento per l'Emporio. Accanto a questo sentimento diffuso, emergono però alcune richieste ricorrenti che possono offrire indicazioni utili per potenziare ulteriormente l'offerta. In particolare, viene segnalata l'esigenza di incrementare la disponibilità e la varietà di alcuni beni alimentari di base, come olio, caffè, latte e carne, e di prodotti per l'igiene personale e domestica. Alcuni utenti richiedono anche una maggiore attenzione alle esigenze alimentari specifiche, come quelle legate a intolleranze o all'alimentazione infantile. Non mancano suggerimenti di carattere organizzativo, come il miglioramento della puntualità negli orari, l'introduzione di strumenti digitali (app per gestione punti), il poter fare la spesa con un familiare o facilitare la delega familiare. Queste osservazioni confermano la centralità dell'Emporio per molte famiglie e la volontà condivisa di contribuire al suo miglioramento continuo.