



Book di ricerca

Book di Ricerca - ScroccUp

Corso di laurea in Design e Comunicazione
COMMUNICATION DESIGN I

Docenti e Collaboratori:

Fabio Guida
Giuseppe Tuttobene
Serena Sacchero
Sabina Finiguerra
Marco Ligouri
Vittoria Grossini

Gruppo 15:

Carlotta Ciccotti
Luis Colosio
Lucrezia Conte
Emma Deambrosis
Emma Degiovanni

Indice

1. Food Waste

9 - 26

Spreco Alimentare
Spreco nel Mondo
Spreco in Italia
Spreco per Settore
Spreco Generazionale

2. Competitor e Comparable

29 - 34

Too Good To Go
Olio
RePOPP
Phenix
Karma
Kitche

3. Concept

37 - 46

Naming
Target
Linee Guida
Stakeholders
Workflow
User Journey
Strumenti

4. Graphic Research

49 - 54

Moodboard
Play Groung Paris
Giacomo Bagnara
Itawazcool

5. Output

57 - 68

FoodSwap Party
Comunicazione Offline
Comunicazione Online
Interfacce ScroccUp

6. Sitografia

71

Spreco Alimentare

Lo spreco alimentare rappresenta una delle **problematiche più rilevanti** dei nostri giorni, con impatti significativi a livello ambientale, economico e sociale.

Il fenomeno interessa **tutte le fasi della filiera**, dal processo produttivo e distributivo fino al consumo finale. In particolare, nei paesi industrializzati, lo spreco maggiore si concentra proprio **tra le mura domestiche**, alimentato da comportamenti quotidiani quali la spesa non pianificata, l'errata conservazione degli alimenti e la mancata consapevolezza riguardo le scadenze.

L'impatto di questo fenomeno è duplice: da una parte comporta lo **spreco delle risorse naturali** impiegate nella produzione (acqua, energia e suolo); dall'altra, **aggrava le emissioni di gas serra** legate allo smaltimento dei rifiuti organici

La transizione verso una maggiore sostenibilità ha spinto le agende internazionali a considerare questo tema una **priorità assoluta**. In questo scenario si inserisce l'azione dell'**UNEP** (Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente), un'organismo dedicato al monitoraggio e alla gestione delle principali sfide ambientali, incluso lo spreco alimentare.

L'ente ha fissato tra i propri obiettivi strategici la **riduzione del 50%** dello spreco alimentare pro capite a livello globale entro il 2030, promuovendo iniziative, campagne di sensibilizzazione e politiche volte a migliorare l'efficienza dei sistemi alimentari e a incoraggiare comportamenti di consumo più responsabili.

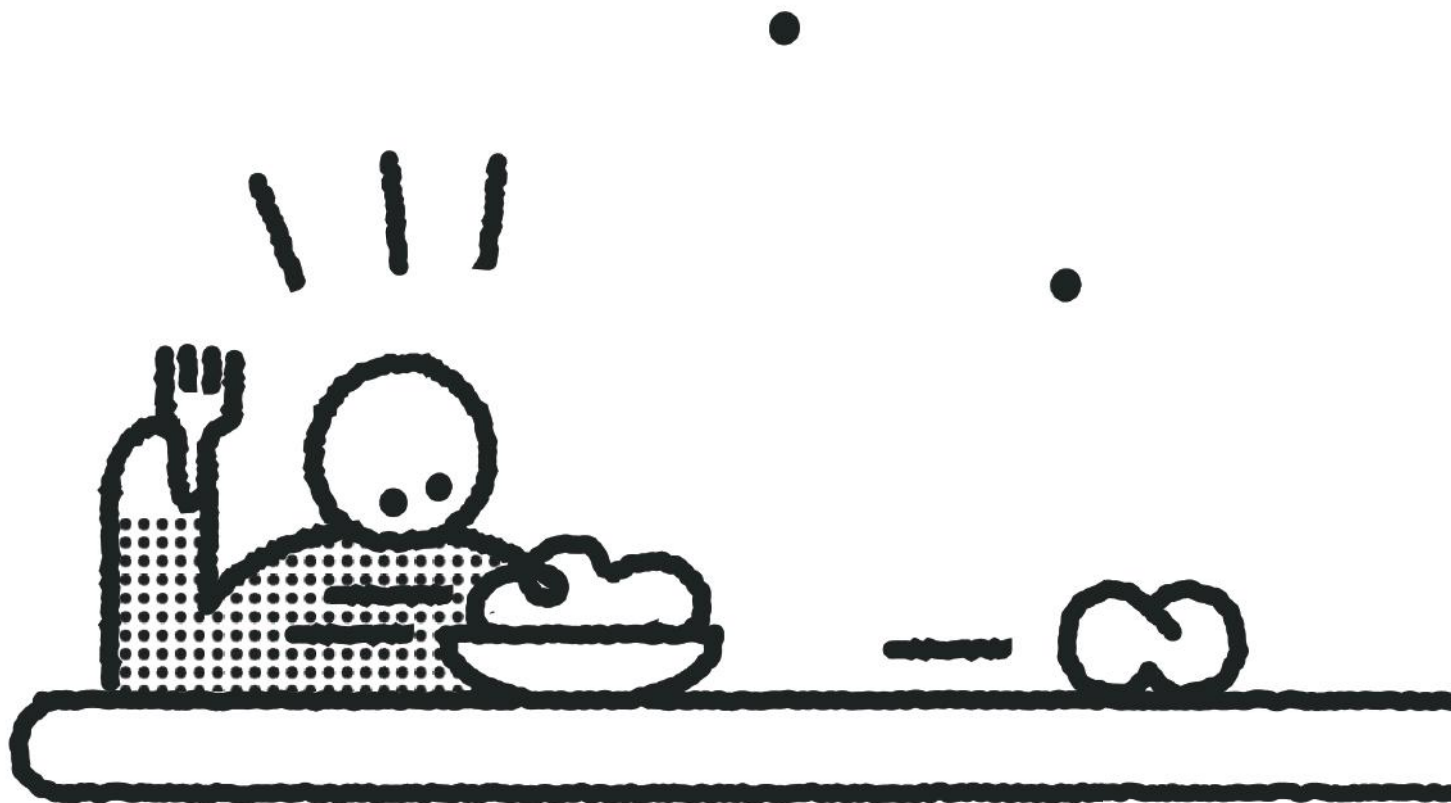
È importante distinguere tra **food losses** e **food waste**, inquanto riguardano fasi diverse della filiera alimentare, richiedendo quindi soluzioni differenti. La nostra app si concentra proprio sul food waste domestico, intervenendo nella fase finale della filiera per ridurre lo spreco attraverso lo scambio di alimenti prossimi alla scadenza ma ancora commestibili e consumabili.

Food Waste

*Si riferisce al cibo sprecato a livello di **vendita al dettaglio** e di **consumo finale**.*

Obiettivo UNEP

L'UNEP è l'ente che si occupa delle questioni legate al food waste, quest'ultimo si pone come obiettivo di dimezzare lo spreco procapite a livello globale entro il 2030.

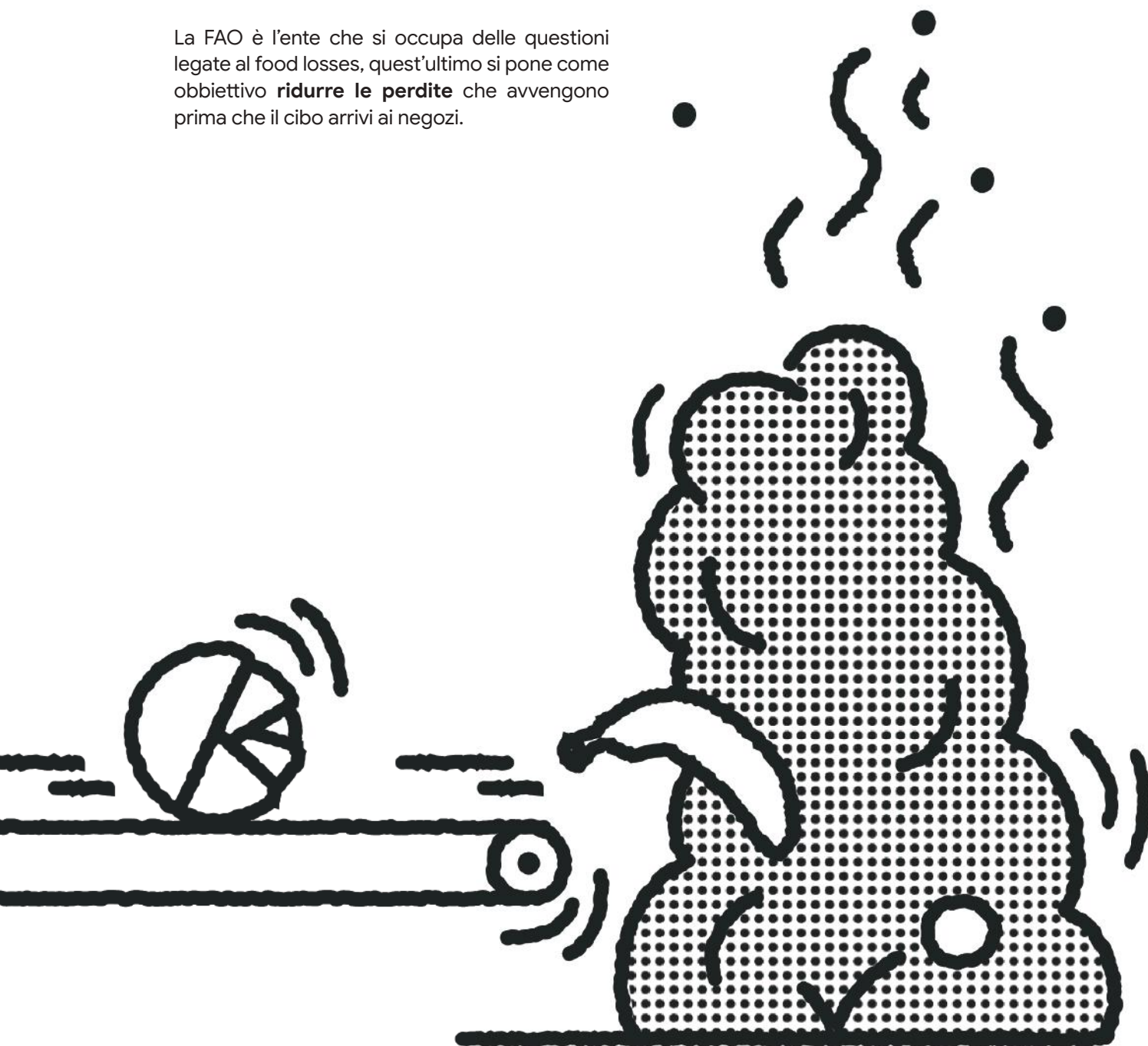


Food Losses

*Si riferisce a tutto ciò che viene **perso lungo la catena di produzione e fornitura**, inclusi i momenti dopo il raccolto.*

Obiettivo FAO

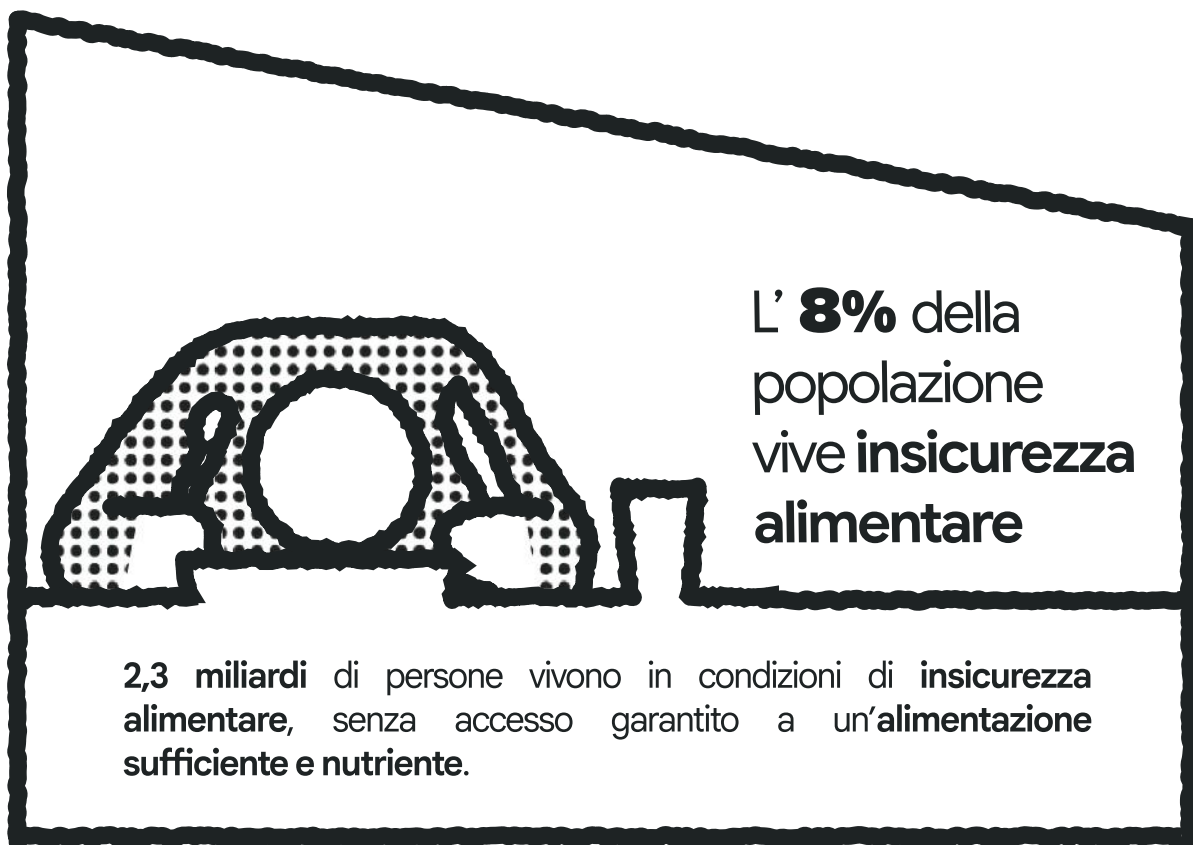
La FAO è l'ente che si occupa delle questioni legate al food losses, quest'ultimo si pone come obiettivo **ridurre le perdite** che avvengono prima che il cibo arrivi ai negozi.



Spreco nel Mondo

A livello globale **1.3 miliardi di tonnellate** di cibo vengono sprecate ogni anno. Il **19%** del cibo viene sprecato nella **vendita al dettaglio, ristorazione e famiglie**; Il **13-14%** nella **fase di produzione e raccolta**.

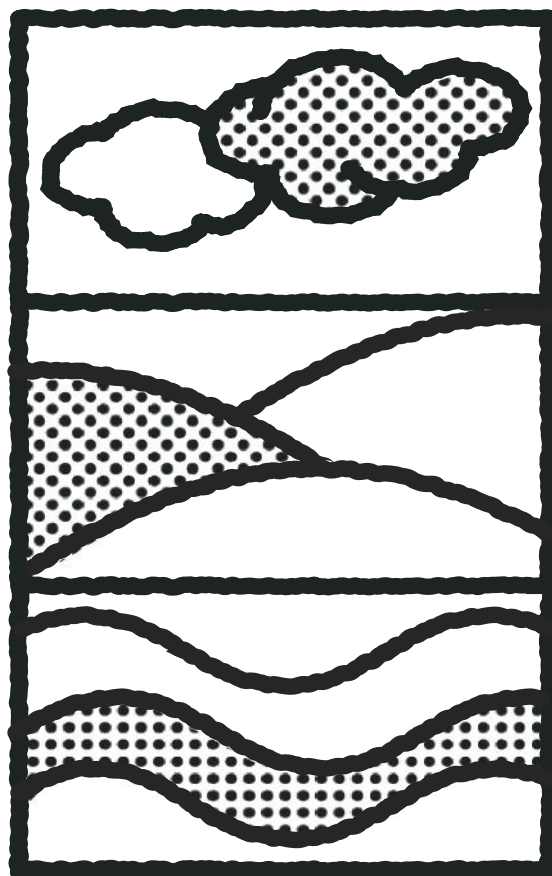




Lo spreco di cibo è responsabile di quasi il **10%** delle **emissioni globali di gas serra**.

Il **28%** dei **terreni agricoli** mondiali viene utilizzato per produrre cibo che finirà sprecato: un'area pari a ben quattro volte l'intera superficie dell'Unione Europea.

1/4 dell'acqua dolce destinata all'agricoltura viene **gettato insieme al cibo** non consumato, un volume che equivale al fabbisogno idrico domestico globale annuo.



SDG 12

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

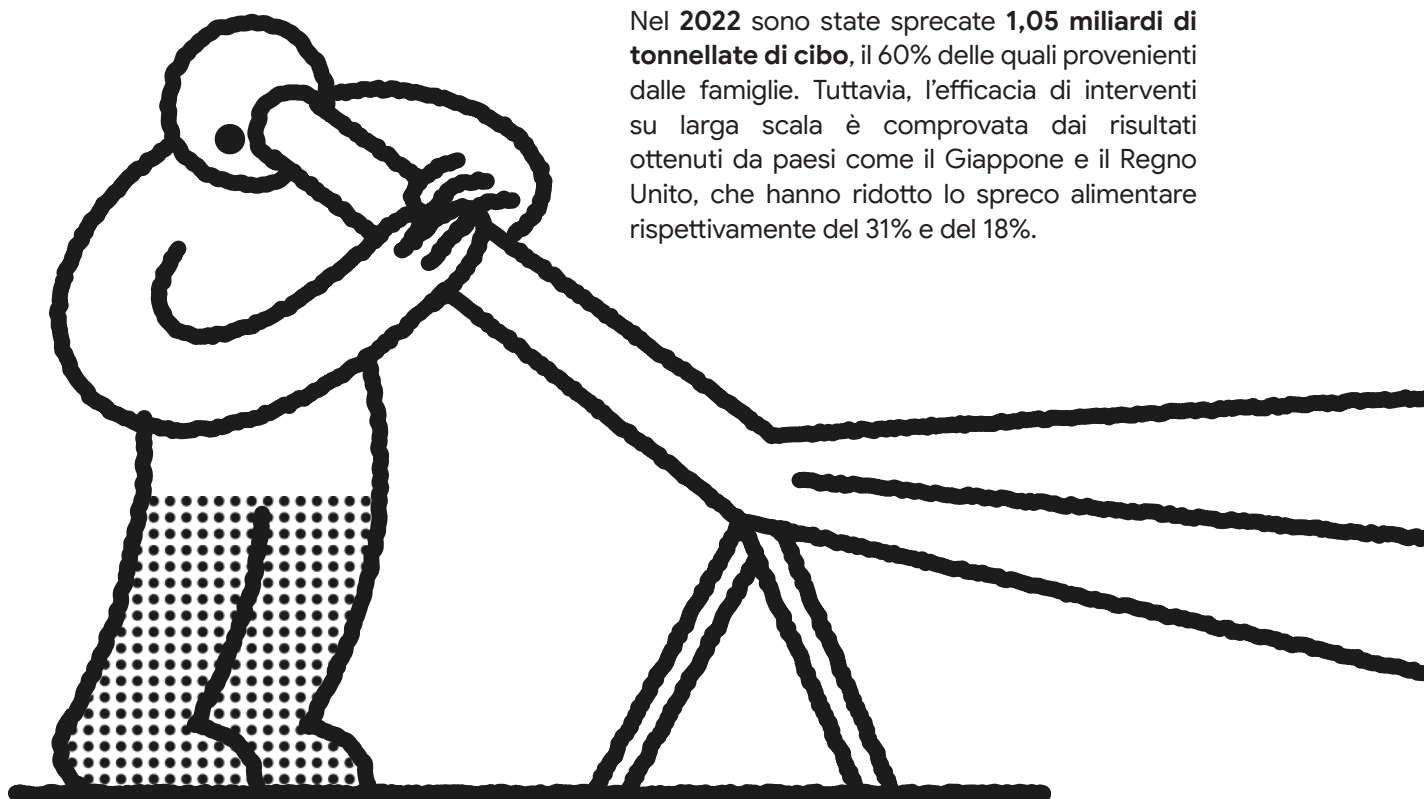
12.3 Entro il 2030, **dimezzare lo spreco pro capite globale di rifiuti alimentari** nella vendita al dettaglio dei consumatori e ridurre le perdite di cibo lungo le filiere di produzione e fornitura, comprese le perdite post-raccolto.

L'SDG 12 mira a garantire il **benessere della popolazione** tramite l'accesso a **risorse fondamentali** come acqua, energia e alimenti, riducendo al contempo il consumo eccessivo di risorse naturali. Gli attuali modelli di produzione e consumo, comportano un **notevole spreco di risorse** ed il **danneggiamento degli ecosistemi** al livello globale.

L'obiettivo è l'implementazione di processi orientati all'azzeramento degli scarti alimentari, all'adozione di prodotti chimici eco-sostenibili e alla riduzione sistematica degli sprechi.

Tale approccio responsabile coinvolge direttamente le **imprese** nella revisione dei cicli produttivi, i **cittadini** nelle pratiche di consumo e turismo sostenibile, e i **Governi** attraverso la definizione di normative adeguate.

Nel **2022** sono state sprecate **1,05 miliardi di tonnellate di cibo**, il 60% delle quali provenienti dalle famiglie. Tuttavia, l'efficacia di interventi su larga scala è comprovata dai risultati ottenuti da paesi come il Giappone e il Regno Unito, che hanno ridotto lo spreco alimentare rispettivamente del 31% e del 18%.



Waste Watcher

L'Osservatorio Waste Watcher, nato dalla collaborazione tra l'Università di Bologna e Last Minute Market, **analizza scientificamente lo spreco alimentare** e traduce le abitudini domestiche in dati oggettivi attraverso indagini su un campione di 2.000 cittadini.

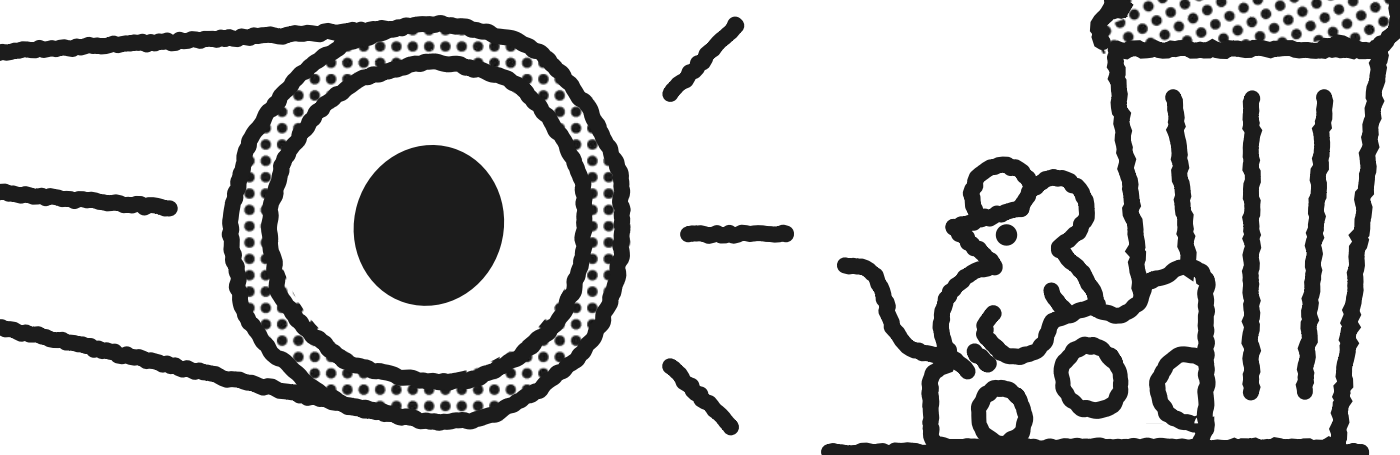
Tali rilevazioni forniscono a istituzioni e imprese una base informativa solida per definire politiche di sostenibilità in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030.

L'analisi evidenzia che lo spreco alimentare domestico è spesso la conseguenza di **inefficienze quotidiane**, come una pianificazione errata degli acquisti o una conservazione inadeguata, piuttosto che di scelte intenzionali.

Parallelamente, emerge un **netto divario generazionale**: se i Boomers mantengono una gestione domestica più metodica, con una maggiore propensione al congelamento degli avanzi (64% contro il 49% della Gen Z), le generazioni più giovani compensano la minore strutturazione con un uso strategico della condivisione digitale.

Infine, il rapporto inquadra il fenomeno all'interno dell'intera filiera, mettendo in relazione i consumi finali con le dinamiche di produzione e distribuzione. Lo studio propone un **approccio sistemico**, necessario per una gestione delle risorse alimentari più consapevole ed efficace.

La sfida, non è aumentare la sensibilità, ma trasformarla in **abitudini automatiche**, in particolare nella gestione del frigorifero, nella visibilità dei prodotti più deperibili e nella definizione delle priorità di consumo.



Spreco in Italia

Nel contesto familiare, l'Italia resta sopra la media europea nello spreco alimentare pro-capite settimanale.

2015

Da dove siamo partiti?

Lo spreco settimanale procapite equivale a 650g.

2026

Dove siamo ora?

Lo spreco settimanale procapite è sceso a 556g.

2030

Qual è l'obiettivo?

L'agenda 2030 pone come obiettivo uno spreco procapite settimanale pari a 370g.

Legge Gadda

“2016, n. 166 - anche nota come Legge Gadda. Questa legge prevede le disposizioni concernenti la donazione e la distribuzione di prodotti alimentari e farmaceutici, facilitandone il processo e riducendo gli ostacoli burocratici; inoltre, ha come fine la solidarietà sociale e la limitazione degli sprechi.

La legge persegue la finalità di **ridurre gli sprechi** per ciascuna delle fasi di produzione, trasformazione, distribuzione e somministrazione di prodotti attraverso la facilitazione nel recupero e nella donazione delle eccedenze alimentari **promuovendo il riuso e il riciclo**.

Al fine di poter svolgere e coordinare queste attività, la legge prevede l'istituzione di un **tavolo di coordinamento** che vede racchiudere le rappresentanze del Ministero del lavoro e delle politiche sociali e il Ministero della salute.

Questo impianto normativo trova un naturale complemento nel monitoraggio dell'Osservatorio Waste Watcher. Mentre la legge definisce il quadro operativo per la gestione delle eccedenze a livello professionale, i dati raccolti dall'Osservatorio misurano l'efficacia di tali politiche anche nel contesto domestico. La **sinergia** tra la **norma** e l'**analisi scientifica** permette così di calibrare gli interventi pubblici, garantendo che le strategie di prevenzione siano costantemente allineate agli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030.



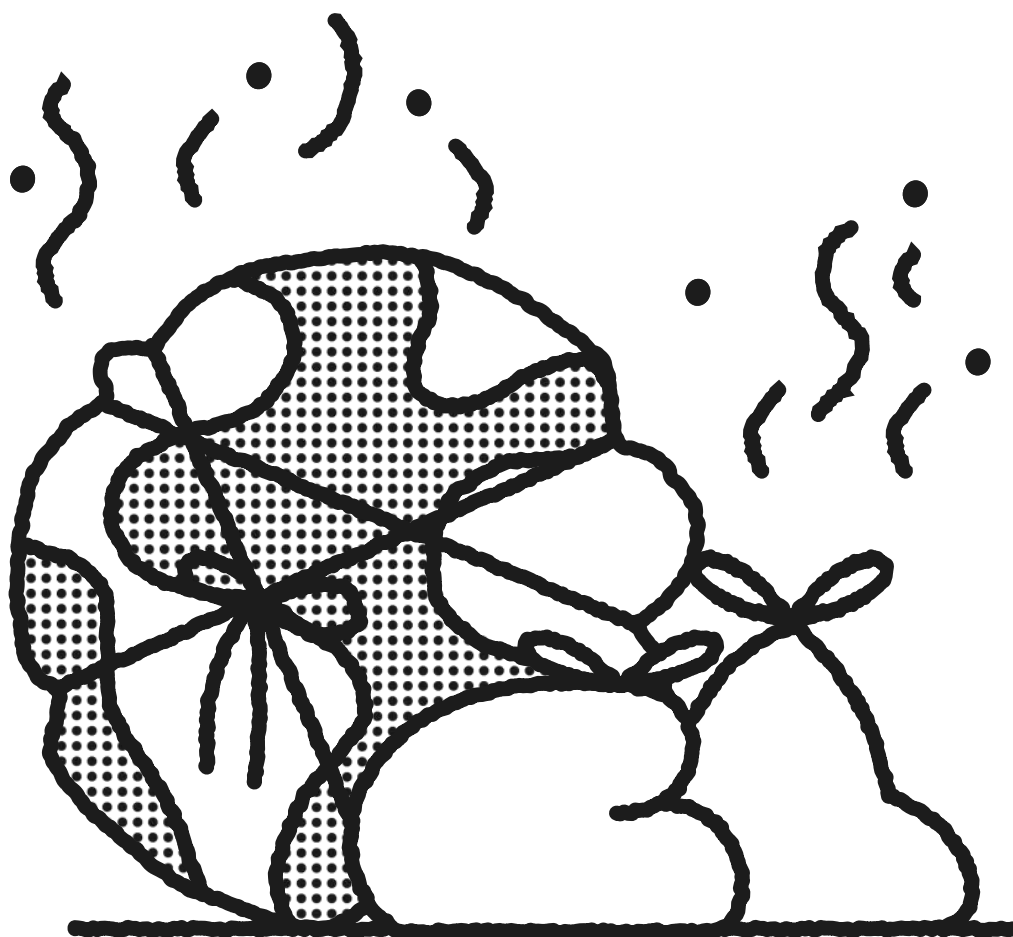
Geografia dello spreco

L'osservatorio Waste Watcher monitora lo spreco domestico attraverso indagini **CAWI** (computer assisted web interviewing) dove i partecipanti sono invitati a quantificare il cibo gettato nei sette giorni precedenti. I dati del 2025 delineano una distribuzione geografica dello spreco alimentare caratterizzata da **significative differenze regionali**.

Il **centro Italia** si conferma l'**area più virtuosa** del Paese, con uno spreco pro capite settimanale di **490,6 grammi**.

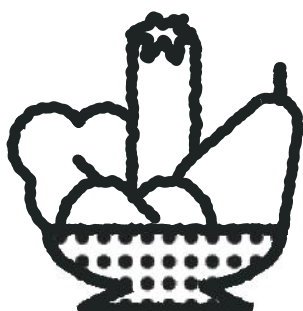
Il **sud Italia** presenta il dato **più elevato**, con **628,6 grammi** settimanali, confermando una maggiore criticità nella gestione domestica delle risorse alimentari rispetto al resto del territorio nazionale.

Queste evidenze confermano la necessità di **politiche di sensibilizzazione territoriale** mirate, indispensabili per ridurre tali divergenze e favorire il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030.



Alimenti più sprecati

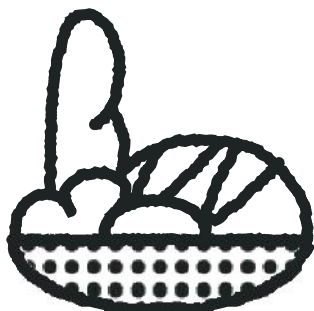
1°



Frutta

22g

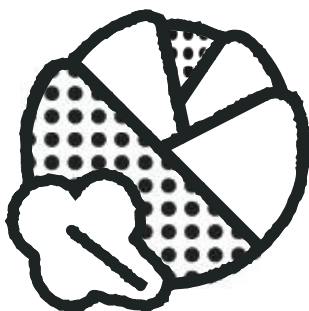
2°



Pane Fresco

20g

3°



Insalata

18g

Spreco per Settore



Settore Domestico

631 milioni di tonnellate.

 **28%**

Servizi di ristorazione

220 milioni di tonnellate.

12% 

Vendita al dettaglio

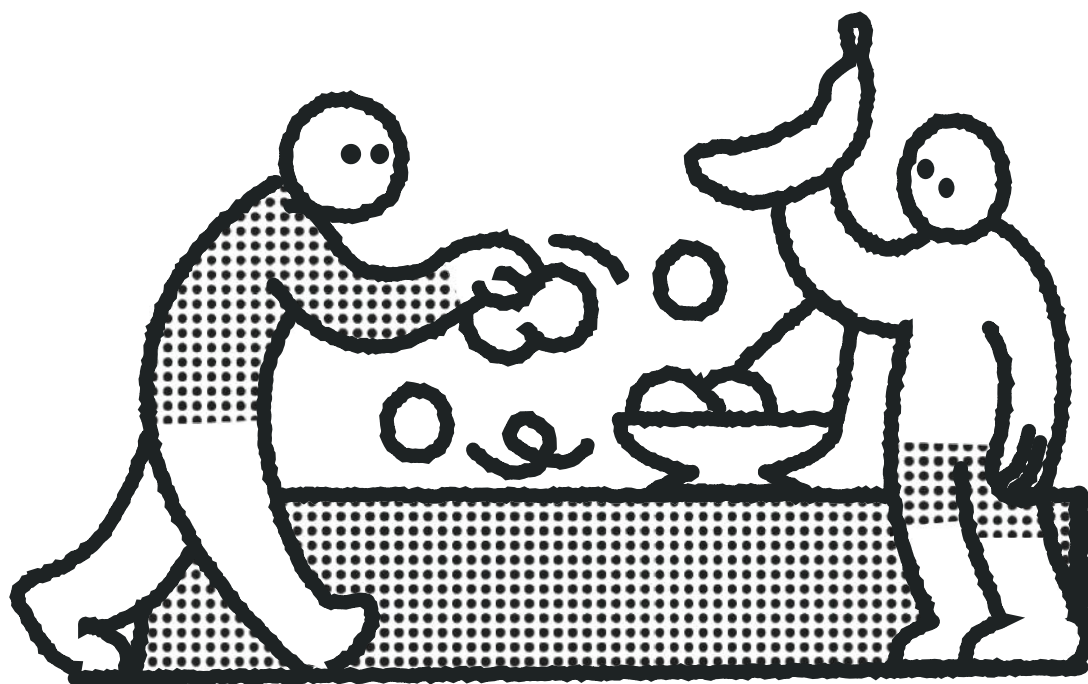
131 milioni di tonnellate.

Settore Domestico

Le famiglie rappresentano il principale generatore di rifiuti alimentari a livello globale, con un totale stimato di **631 milioni di tonnellate pro capite** all'anno.

Il rapporto evidenzia una notevole **uniformità** nella generazione di rifiuti domestici tra diversi gruppi di reddito (alto, medio-alto e medio-basso), con una variazione media di soli 7 kg pro capite all'anno.

Si osserva inoltre che le **aree rurali** tendono a generare **meno sprechi** rispetto a quelle urbane, grazie a una maggiore circolarità, come il compostaggio domestico o l'uso degli scarti per l'alimentazione animale.



Servizi di Ristorazione

Questo settore ha generato circa **290 milioni di tonnellate di rifiuti** alimentari nel 2022. La media globale si attesta sui **36 kg pro capite** all'anno. Questa categoria comprende una vasta gamma di realtà, dai ristoranti e bar alle mense aziendali, scolastiche e ospedaliere, fino al catering per eventi.

Esiste una marcata carenza di dati nazionali affidabili, specialmente nei paesi a basso e medio reddito.

La frammentazione del settore ostacola l'identificazione di aree prioritarie su cui intervenire. Senza misurazioni disaggregate, le strategie di prevenzione risultano meno efficaci.



Vendita al Dettaglio

La vendita al dettaglio è responsabile della quota minore tra i settori, con **131 milioni di tonnellate** di rifiuti alimentari, circa **17 kg pro capite** all'anno. Sebbene rappresenti una frazione inferiore rispetto alle famiglie e alla ristorazione, il retail gioca un ruolo cruciale come punto di snodo tra la produzione e il consumo finale.

I retailer hanno infatti l'opportunità unica di **influenzare i comportamenti dei consumatori**, incoraggiando scelte più sostenibili. Tuttavia le criticità metodologiche rimangono elevate, specialmente nella distinzione tra perdita e spreco e nella gestione dei prodotti imballati.



Spreco Generazionale

Sulla base del rapporto **Waste Watcher** emerge un **netto divario generazionale** nella gestione dello spreco alimentare, dove a una maggiore consapevolezza teorica non sempre corrisponde una pratica costante.

Boomers

Si confermano la generazione **più virtuosa e metodica**, caratterizzata da una buona gestione domestica e una spiccata attitudine alla conservazione, come dimostra il 64% di loro che congela regolarmente gli avanzati.

Millenials

Occupano una posizione intermedia: possiedono **competenze organizzative** e una consapevolezza del problema, ma incontrano maggiori difficoltà nel mantenere tali abitudini di prevenzione con costanza nel tempo.

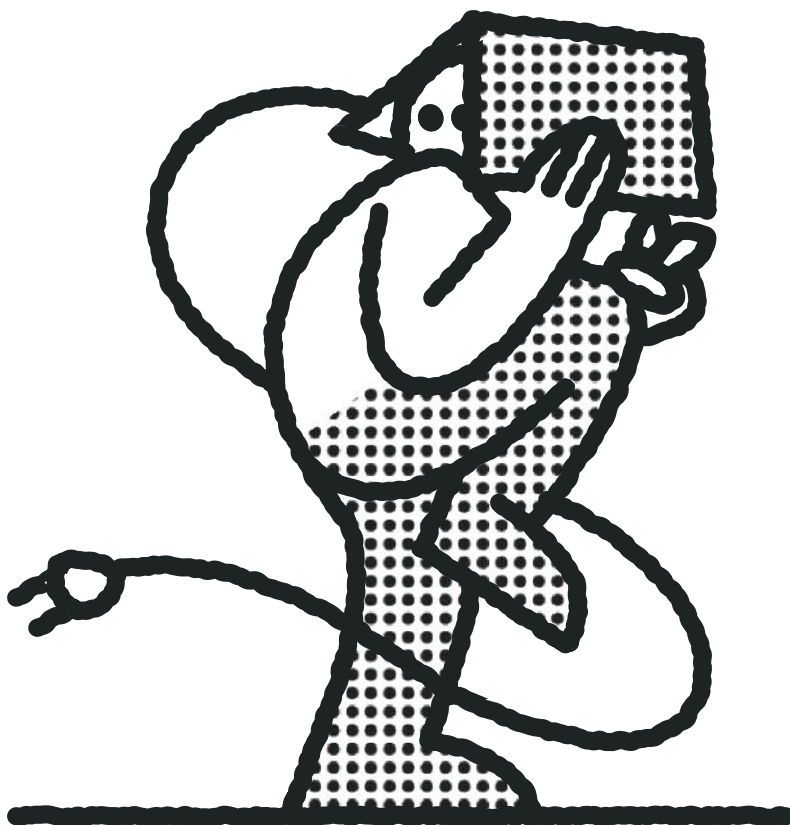
Gen Z

Pur manifestando una **sensibilità etica elevata**, risultano meno disposti a ritagliare il tempo necessario alla pianificazione degli acquisti domestici; tuttavia, una parte di loro compensa con la solidarietà digitale e la condivisione di buone pratiche sui social.

Il **43%** smaltisce cibo alla scadenza **senza un'effettiva verifica** e tende a scartare alimenti per mere motivazioni estetiche di buone pratiche sui social.

Tra la Generazione Z si rileva principalmente una **manca di pianificazione**, influenzata dalle prime esperienze di spesa, dalla tendenza a consumare spesso pasti fuori casa e dall'acquisto di formati troppo grandi.

Il fenomeno viene anche alimentato da una **scarsa conoscenza della conservazione**, che porta a gettare alimenti a causa di imperfezioni estetiche, per la loro vicinanza alla data di scadenza o per un'errata gestione della conservazione all'interno del frigorifero.



Realtà Collegiali

Il collegio universitario è un **ambiente controllato**, con attività formative e dinamiche simili tra le diverse realtà. Rappresenta una comunità, favorendo **relazioni** e **crescita personale**. Le dimensioni contenute lo rendono facilmente accessibile, e la presenza di circa 85 mila posti in Italia ne conferma la diffusione e l'importanza.

Collegio Einaudi

Il Collegio Einaudi di Torino è una realtà formativa che ospita studenti universitari in un ambiente finalizzato a **promuovere la socialità** e la **crescita personale**.

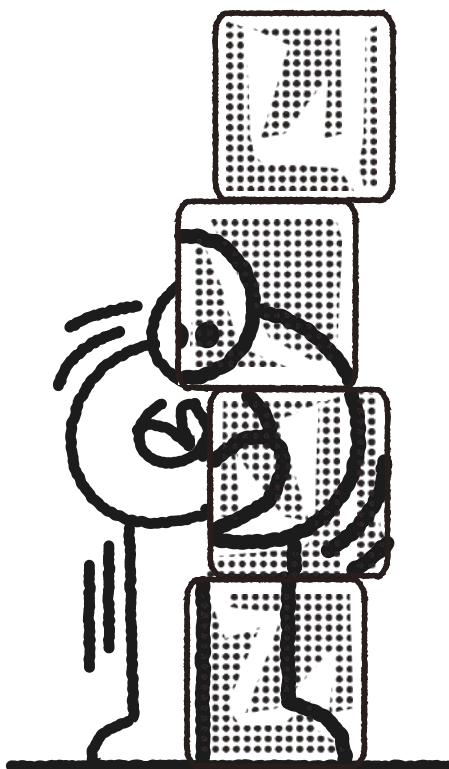
La struttura funge da comunità in cui gli studenti dispongono di **servizi condivisi** per la vita quotidiana, incluse cucine attrezzate con piani cottura, forni, frigoriferi, freezer e spazi di conservazione individuali.

Nonostante ciò la **gestione del cibo resta una sfida** per lo studente.

La combinazione tra stili di vita frenetici e la difficoltà nel programmare correttamente i pasti contribuisce al mantenimento di livelli elevati di spreco alimentare.

L'istituzione è **attenta alle tematiche della sostenibilità** e, dimostrando sensibilità verso il problema dello spreco alimentare, ha promosso l'avvio di **specifici progetti** volti alla riduzione di tale fenomeno all'interno del proprio contesto.

Il problema principale degli studenti sono i **freezer** di piccole dimensioni che non consentono un **adeguato congelamento** degli avanzi.

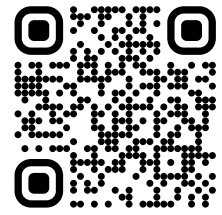


COMPETITOR COMPARABLE



TooGood To Go

2015 / Copenhagen



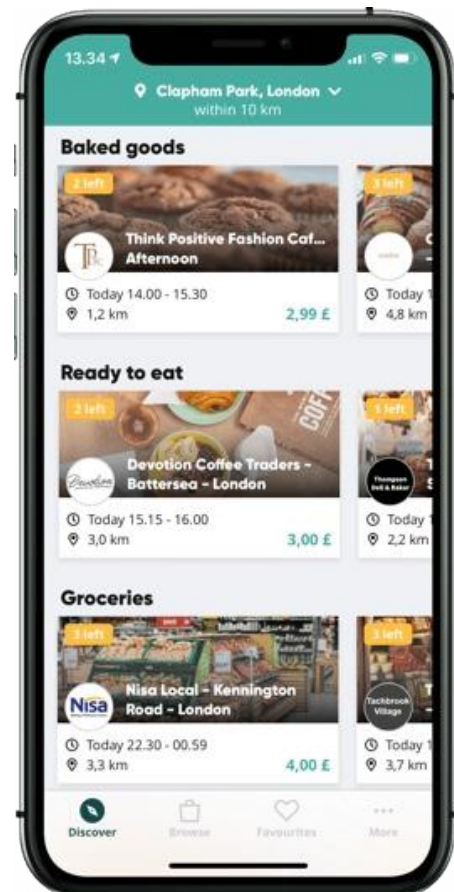
Target:

Attività commerciali (supermercati, negozi di alimentari e ristoranti) e utenti privati uniti dall'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare.

Descrizione:

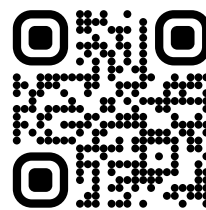
Too Good To Go è un'azienda certificata B Corp e una piattaforma digitale, leader nella lotta allo spreco alimentare. Collabora con **attività commerciali** (supermercati, negozi di alimentari e ristorazione), facilitando il **recupero di cibo invenduto** attraverso le cosiddette "Surprise Bag" a prezzi ridotti. Oltre al servizio principale, l'azienda persegue una strategia di **divulgazione educativa**, attraverso i propri canali social promuove contenuti interattivi e consigli pratici anti-spreco con un tono di comunicazione colloquiale. Tale approccio mira a fidelizzare la community, incentivando l'utilizzo continuativo dell'applicazione.

Too Good To Go è un'applicazione di food sharing capace di rendere il recupero del cibo un'**abitudine quotidiana e funzionale**. L'azienda è stata in grado di integrare efficacemente semplicità d'uso e divulgazione sociale per favorire l'interazione tra utenti.



Olio

2015 / Regno Unito



Target:

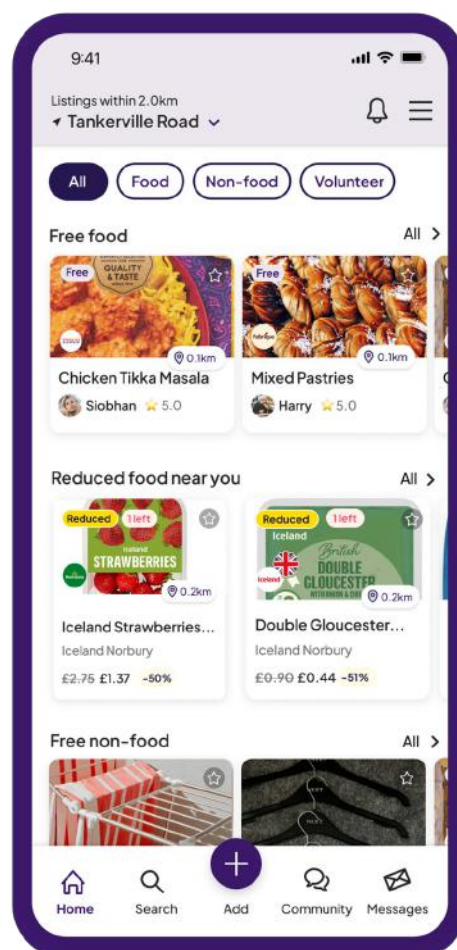
Persone comuni (18-60 anni) che hanno **eccedenze di cibo**, che vogliono ridurre lo spreco, risparmiare sulla spesa e aiutare la propria comunità locale.

Descrizione:

L'applicazione Olio è una piattaforma digitale gratuita nata con l'obiettivo di **combattere lo spreco alimentare** e **promuovere l'economia circolare** a livello locale.

Lo strumento mette in rete persone comuni e attività commerciali del territorio per **condividere cibo in eccedenza** e oggetti di uso quotidiano. Il funzionamento si basa sulla **prossimità geografica**: gli utenti caricano una foto del prodotto con una breve descrizione, e chiunque si trovi nelle vicinanze può richiederlo e concordare il ritiro.

Grazie a una rete di volontari che si occupano di recuperare e ridistribuire le eccedenze invendute, l'app favorisce l'**inclusione sociale**, promuovendo la creazione di comunità solidali.



RePoPP

2016 | Torino



Target:

Iniziativa che sostiene le **persone in fragilità economica** redistribuendo il cibo recuperato dagli operatori del mercato, riducendo gli sprechi e favorendo la comunità.

Descrizione:

Il progetto RePoPP (Recupero delle Eccedenze del Mercato di Porta Palazzo) è un'iniziativa che integra la gestione dei rifiuti organici con il **recupero delle eccedenze alimentari**. L'intervento si basa sulla raccolta quotidiana del cibo ancora idoneo al consumo, ma non più commercializzabile, direttamente dai banchi del mercato.

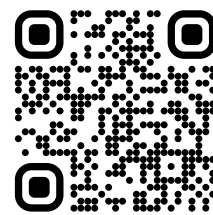
Le attività sono svolte dalle **Sentinelle dei Salvacibo**, che si occupano sia della corretta raccolta dei rifiuti organici sia del recupero degli alimenti. Le eccedenze vengono successivamente **redistribuite**, attraverso una rete di enti e associazioni locali, a persone in condizioni di fragilità economica.

Il progetto genera benefici sia ambientali, grazie alla riduzione dello spreco alimentare e dei rifiuti organici, sia sociali, contribuendo al sostegno delle fasce più vulnerabili della popolazione e promuovendo un modello di economia circolare.



Phenix

2014 | Francia



Target:

Phenix si rivolge a **operatori alimentari**, per recuperare le eccedenze e a consumatori interessati a **prodotti scontati** e **sostenibili**. Coinvolge inoltre associazioni per la redistribuzione degli alimenti.

Descrizione:

Phenix è una piattaforma digitale nata in Francia nel 2014 con l'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare attraverso il **recupero delle eccedenze invendute**. L'app mette in contatto esercizi commerciali, come supermercati, panifici, ristoranti e negozi alimentari, con i consumatori, consentendo l'acquisto di prodotti prossimi alla scadenza o rimasti invenduti a un prezzo scontato.

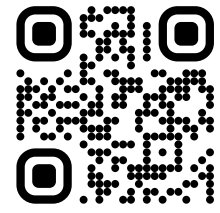
Gli esercenti pubblicano sull'app le offerte disponibili sotto forma di **"ceste"** o prodotti scontati. Gli utenti possono visualizzare le proposte dei negozi vicini, prenotare e pagare direttamente tramite l'applicazione, per poi **ritirare gli alimenti** nella fascia oraria indicata.

Oltre alla vendita delle eccedenze, Phenix collabora anche con **associazioni benefiche** per favorire la donazione degli alimenti che non possono essere commercializzati ma sono ancora idonei al consumo, contribuendo così a ridurre gli sprechi lungo la filiera alimentare.



Karma

2016 / Stoccolma



Target:

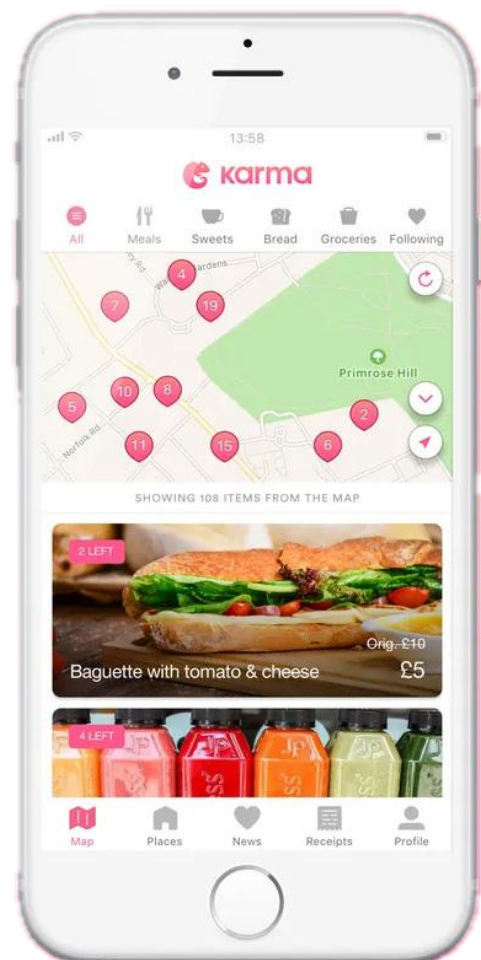
Karma si rivolge a negozi e attività alimentari che vogliono recuperare le eccedenze e ai consumatori interessati a risparmiare acquistando cibo sostenibile.

Descrizione:

Karma è un'applicazione svedese nata nel 2016 a Stoccolma con l'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare attraverso il recupero dei prodotti invenduti. La piattaforma collega ristoranti, bar, panifici, supermercati e negozi alimentari con i consumatori, permettendo di acquistare cibo ancora buono ma destinato a rimanere inutilizzato a un prezzo ridotto.

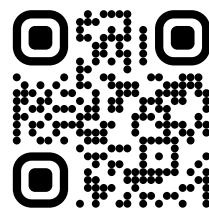
Gli esercizi commerciali pubblicano sull'app gli alimenti disponibili; gli utenti possono visualizzare le offerte nella propria zona, acquistare il prodotto tramite l'applicazione e ritirarlo direttamente presso il punto vendita nell'orario stabilito.

In questo modo il cibo in eccedenza viene valorizzato economicamente invece di diventare rifiuto, generando benefici sia per le attività commerciali sia per i consumatori.



Kitche

2018 / Londra



Target:

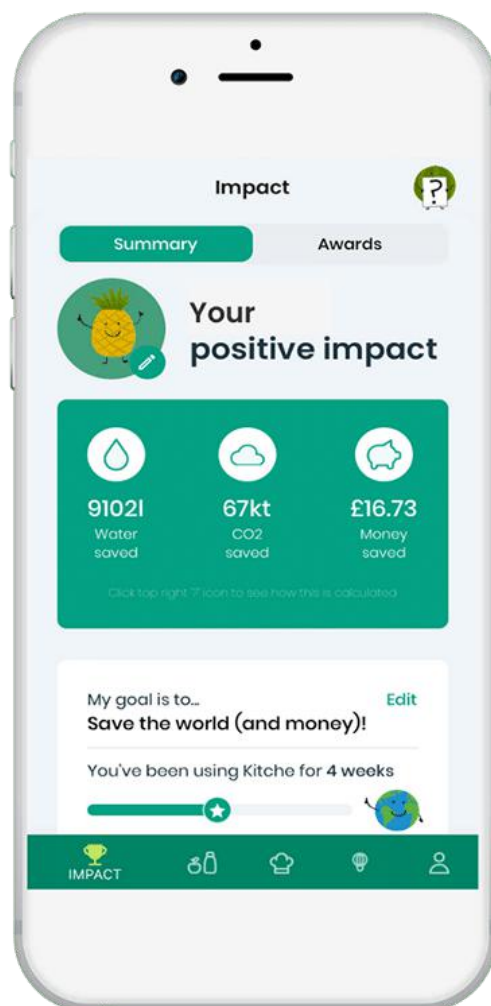
Kitche si rivolge principalmente alle **famiglie** e ai **consumatori** domestici che vogliono **organizzare meglio la spesa**, riducendo gli sprechi alimentari e ottimizzando il budget nella gestione quotidiana del cibo.

Descrizione:

Kitche è un'applicazione britannica nata nel 2018 a Londra con l'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare domestico attraverso una **gestione più efficiente degli alimenti** presenti in casa. L'app permette agli utenti di creare un **inventario digitale** della propria dispensa e del frigorifero, registrando i prodotti acquistati tramite inserimento manuale, scansione degli scontrini o codici a barre.

L'app invia **promemoria sulle scadenze** degli alimenti e **propone ricette** basate sui prodotti già disponibili, aiutando gli utenti a consumare il cibo prima che venga dimenticato o buttato.

Inoltre consente di **monitorare l'impatto delle proprie abitudini**, mostrando il risparmio economico e la riduzione degli sprechi ottenuti.



CONCEPT



SCROCC *UP

ScroccUp è un'applicazione di **foodsharing** progettata specificamente per contrastare lo spreco alimentare all'interno delle **realità collettuali**, rivolgendosi in modo mirato alla comunità degli studenti fuorisede. Il servizio si basa su un **modello circolare e collaborativo**: gli utenti possono pubblicare in tempo reale annunci relativi a cibo in scadenza, eccedenze o ingredienti inutilizzati, permettendo ad altri studenti del collegio di ritirarli gratuitamente.

L'efficacia di ScroccUp risiede nella sua natura di ecosistema a "**distanza zero**". A differenza delle tradizionali applicazioni di food sharing urbano gli scambi all'interno di ScroccUp avvengono all'interno dello stesso edificio o complesso. La condivisione degli spazi comuni abbatte i tempi e le distanze, rendendo il processo di recupero immediato, fluido e perfettamente integrabile nella routine quotidiana. Il progetto si fonda sull'**appartenenza** a una **micro-comunità protetta e circoscritta**.

L'accesso tramite le credenziali istituzionali del collegio garantisce che ogni utente sia reale, tracciabile e verificato.

Condividere lo stesso tetto elimina alla radice la naturale **diffidenza** verso il cibo altrui, trasformando l'atto del dono in un gesto sicuro e trasparente.

Oltre alla riduzione tangibile degli sprechi, ScroccUp si propone come uno **strumento di prevenzione attiva e gestione domestica**. L'obiettivo non è solo ricollocare il cibo prima che diventi uno scarto, ma educare lo studente all'auto-monitoraggio della propria dispensa.

Infine, il valore aggiunto dell'applicazione sta nella sua **forte componente relazionale**: la lotta allo spreco diventa un potente attivatore sociale e un'occasione di convivialità. ScroccUp non si limita a spostare prodotti da un ripiano all'altro del frigorifero, ma trasforma l'eccedenza in un pretesto di networking e aggregazione.

Naming

Il nome dell'app gioca sul concetto di “**scroccare**”, reinterpretandolo in una chiave del tutto positiva: non più un gesto opportunisto, ma un’**azione consapevole di recupero**, condivisione e salvataggio del cibo. In questo modo, “scroccare” diventa sinonimo di lotta allo spreco, permettendo di rimettere in circolo alimenti prossimi alla scadenza che altrimenti rischierebbero di essere gettati via.

L’**interazione** prevista all’interno dell’app rafforza questa idea: per “scroccare” un prodotto, l’utente deve fare uno **swipe up**.

*scroccare: v. tr. [prob. der. di crocco «uncino», quindi, propriam., «staccare dall’uncino»]
– Riuscire ad avere senza pagare qualcosa che di norma comporta una spesa.*

Questo gesto semplice e immediato rende l’esperienza intuitiva e coinvolgente, trasformando un’azione quotidiana in un comportamento attivo di contrasto allo spreco e di valorizzazione delle risorse alimentari ancora utilizzabili.

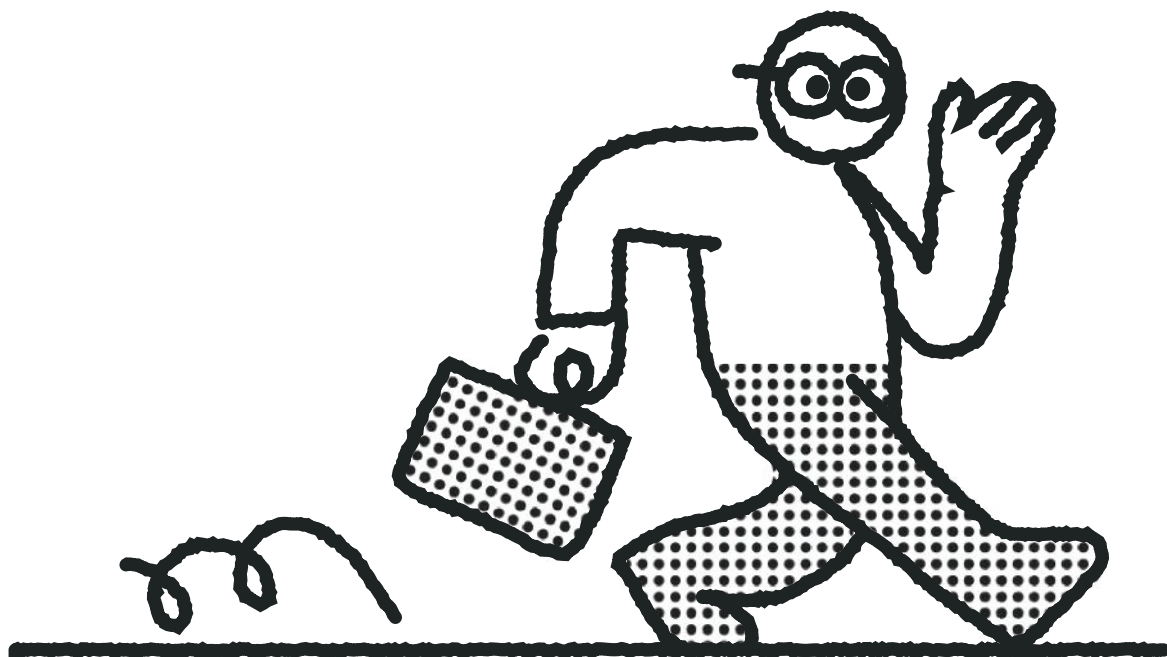
Target

Gen Z

Gli studenti universitari, si trovano spesso a gestire per la prima volta in autonomia la spesa alimentare, una responsabilità che può risultare complessa e poco immediata. Senza esperienza, è **facile commettere errori** come acquisti non pianificati o una scarsa organizzazione nella conservazione del cibo. In questo contesto, la **condivisione degli spazi abitativi**, soprattutto del frigorifero, complica ulteriormente la gestione degli alimenti, aumentando il **rischio di dimenticanze e spreco**.

Collegio

Il Collegio si configura come un **ambiente protetto e stimolante**, un percorso formativo continuo e una comunità educante che favorisce la nascita di legami profondi e duraturi. Questa realtà promuove inoltre la riduzione dell'impatto ambientale e la formazione consapevole degli studenti, rendendoli più responsabili e sensibili alle tematiche della sostenibilità.



Linee Guida

Fiducia

Il progetto si fonda sull'appartenenza a una **micro-comunità protetta**. Le credenziali del collegio garantiscono che ogni utente sia tracciabile e reale.

La condivisione dello stesso tetto, abbatte la barriera della diffidenza verso il cibo altrui.

Km Zero

L'efficacia del servizio risiede nell'abbattimento delle distanze fisiche e temporali.

A differenza delle app di foodsharing urbano, lo scambio in collegio opera in un ecosistema a **"distanza zero"** dovuto alla condivisione di spazi comuni che facilitano l'incontro.

Prevenzione

L'obiettivo è intervenire prima che il cibo si trasformi in scarto, educando gli studenti all'**auto-monitoraggio domestico**.

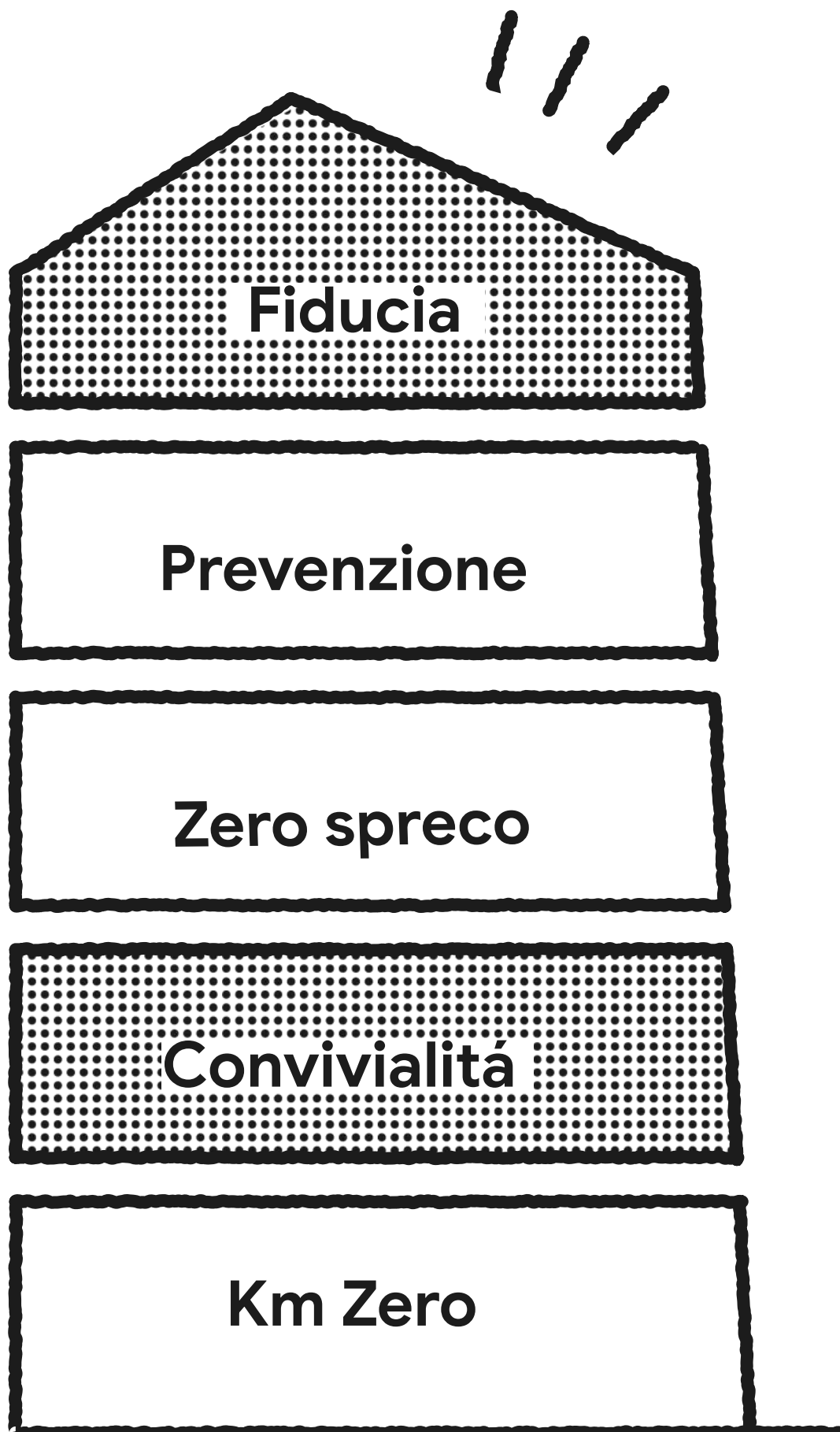
ScroccUp, oltre ad essere un'app di foodsharing, diventa un vero e proprio strumento di gestione che aiuta a visualizzare in ogni momento ciò che si ha in dispensa.

Convivialità

Lo spreco alimentare diventa un **occasione di aggregazione**. L'app vuole essere un attivatore sociale: condividendo il cibo altrimenti inutilizzato, trasforma l'eccedenza in un'occasione di networking, favorendo la nascita di legami tra studenti del Collegio.

Zero Spreco

Il focus principale dell'azione progettuale è quello di **ridurre lo spreco alimentare** contribuendo ad una buona gestione della spesa e favorendo un sistema di condivisione funzionale.



Stakeholders

Collegiali

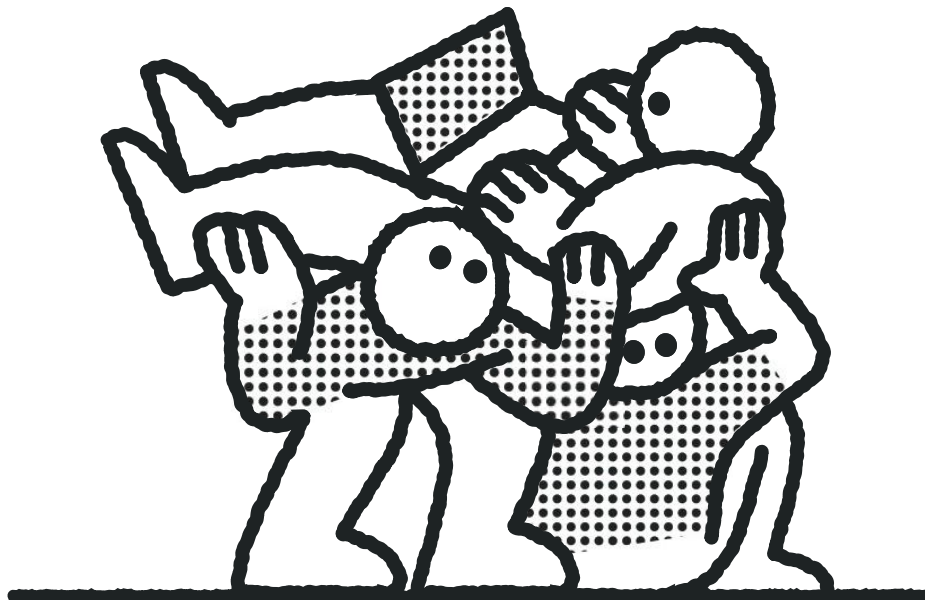
- Sono i **protagonisti** ed **utenti finali**;
- Sono coloro che generano gli **avanzi**;
- Possono essere **coinvolti a pieno** tramite i legami con altri collegiali.

Eco dalle Città

- Una associazione coinvolta per il **ritiro delle eccedenze alimentari**;
- Collaborano al progetto permettendo agli studenti una **priorità sulle box**.

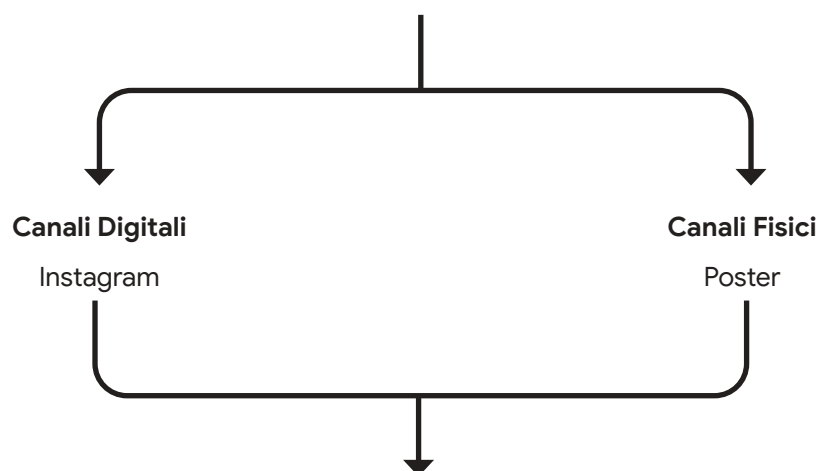
Collegio Universitario

- **Partner istituzionale** indispensabile per il funzionamento del sistema;
- I canali di comunicazione ufficiali del collegio fungono da **touchpoint essenziali**.



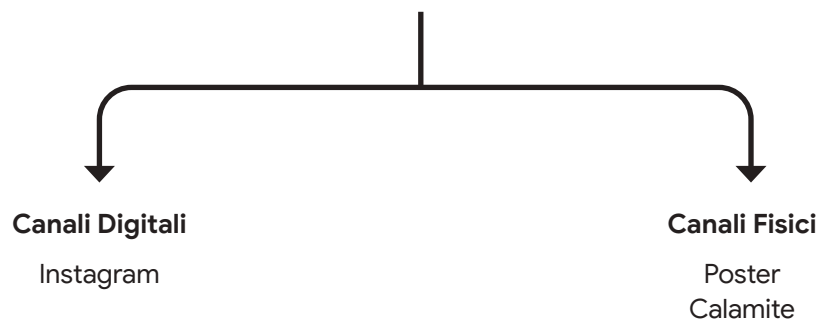
Workflow

Pubblicizzazione Evento

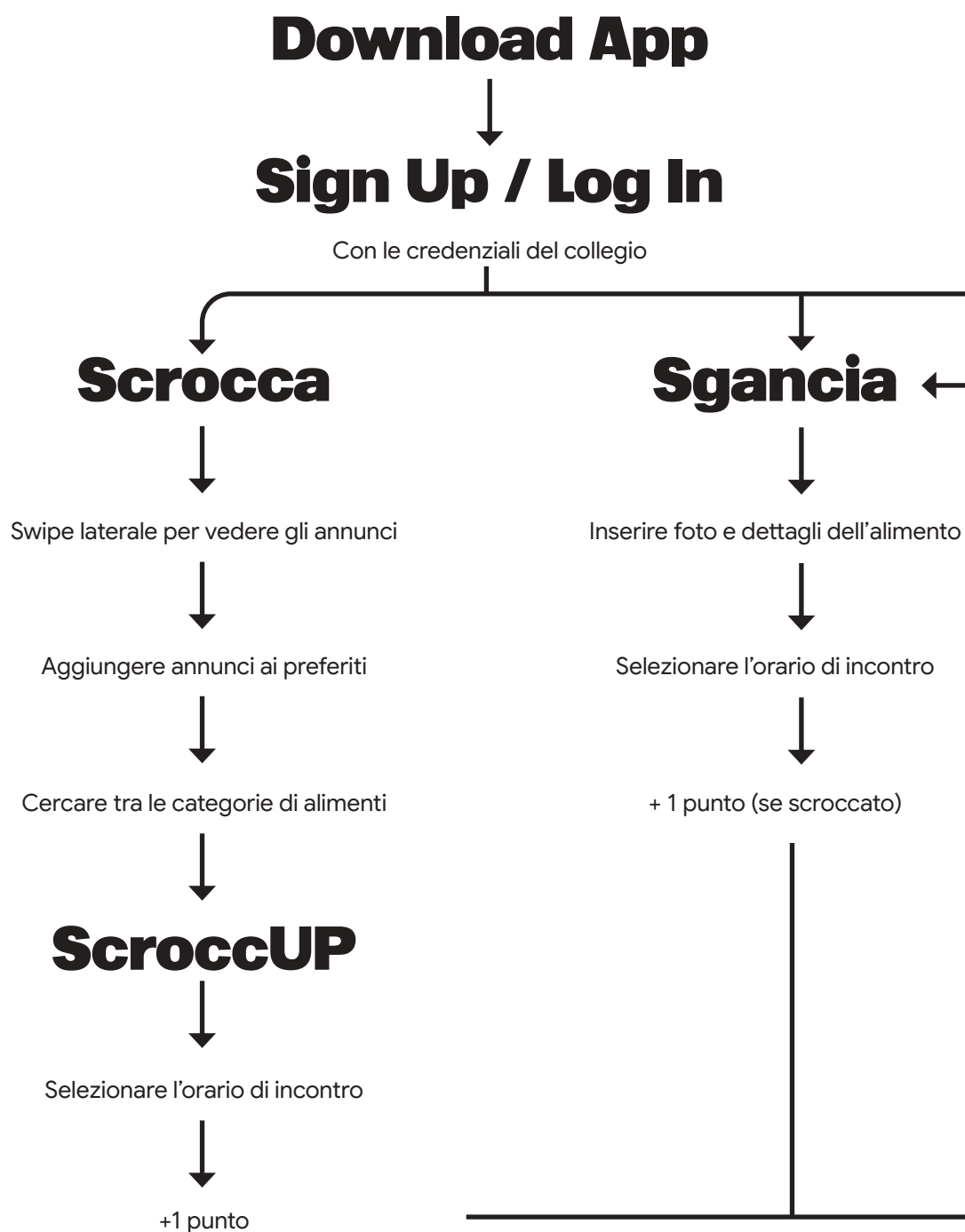


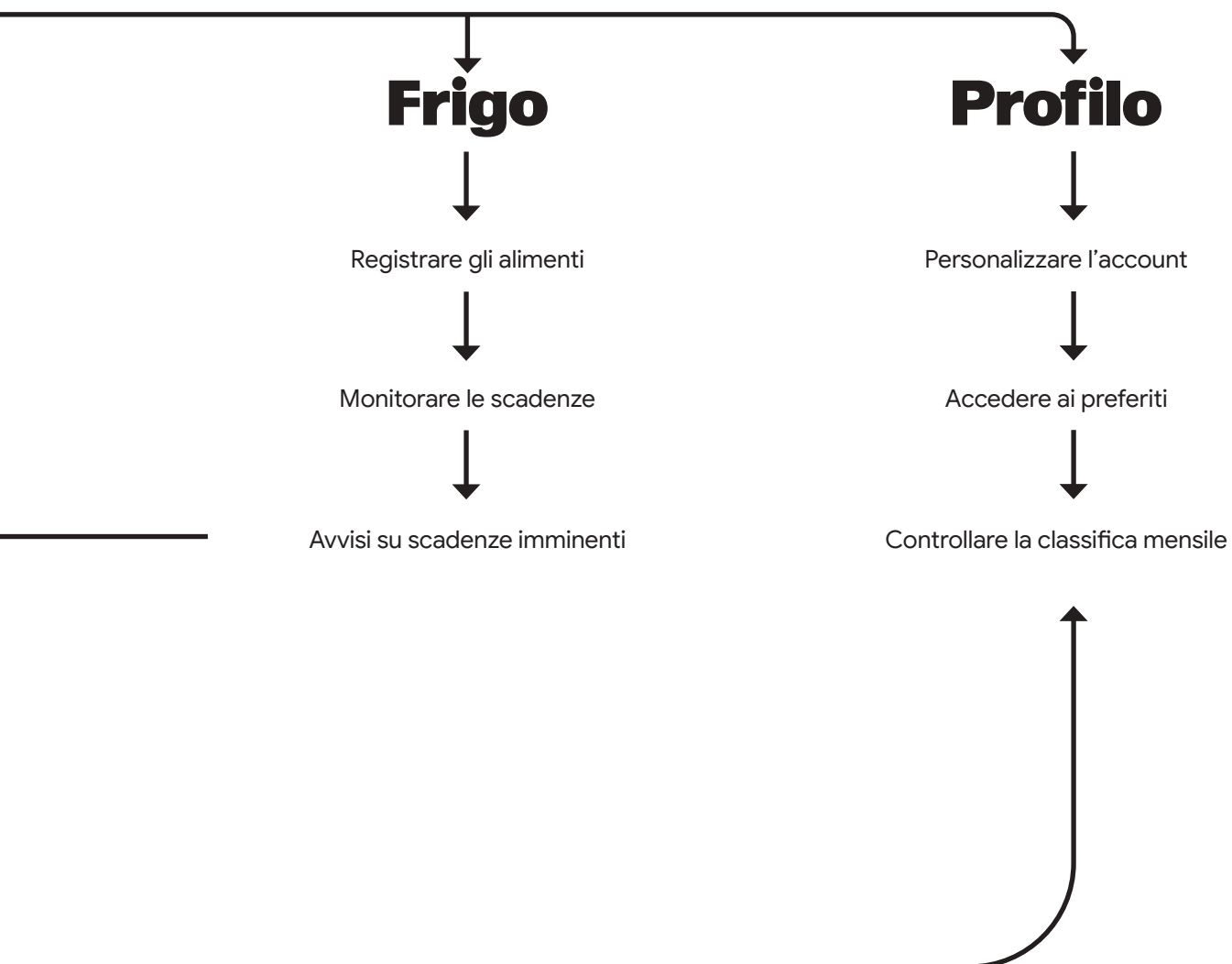
FoodSwap Party

Pubblicizzazione App



User Journey





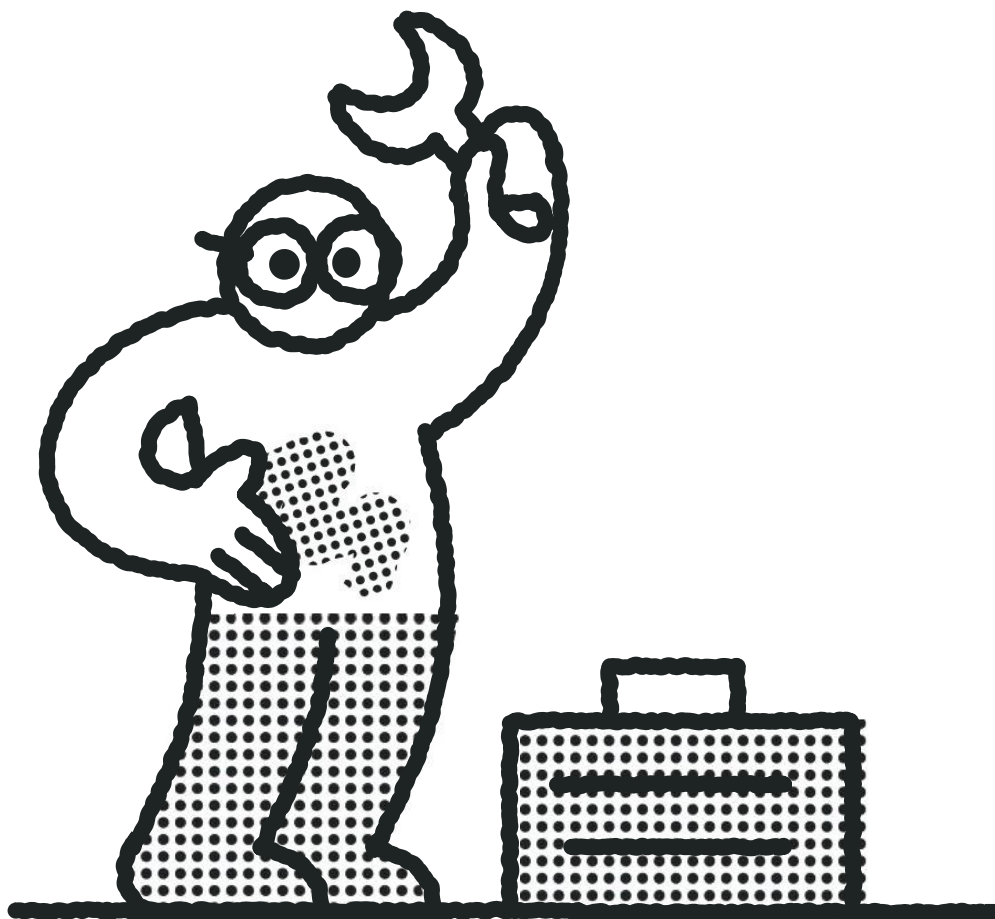
Strumenti

Online

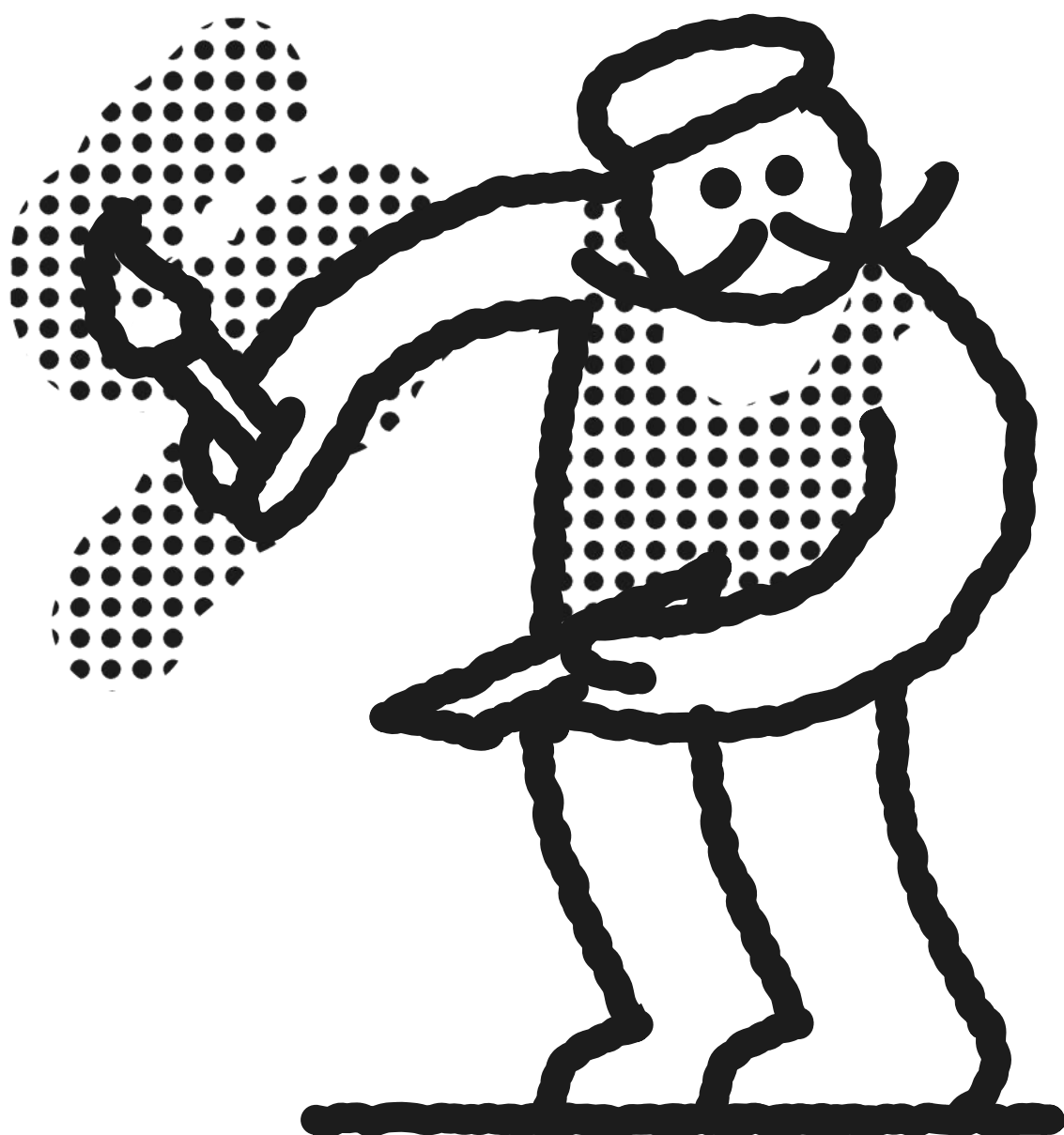
- **Applicazione fisica**
scaricabile su IOS e Android;
- **Profilo Instagram**
Contenuti pubblicati sul profilo;
- Appoggio ai **canali ufficiali** dei collegi.

Offline

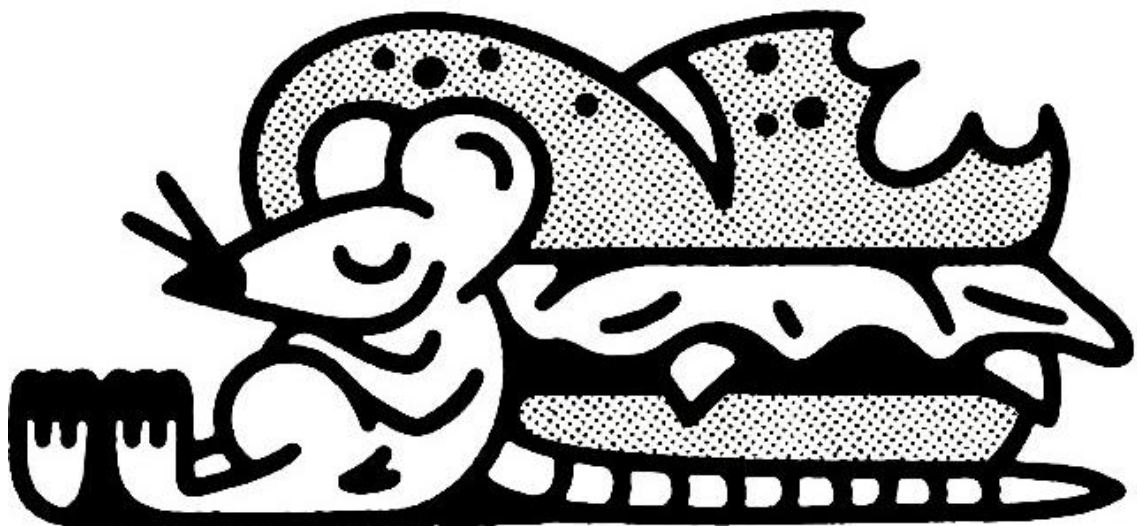
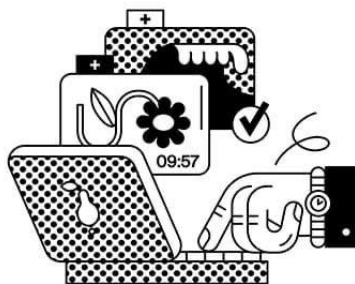
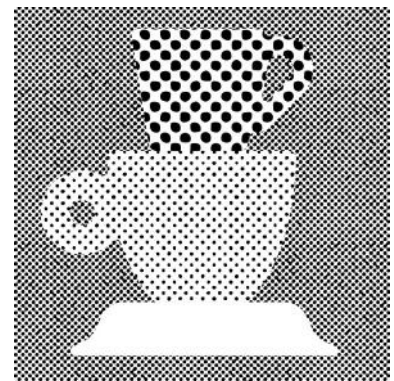
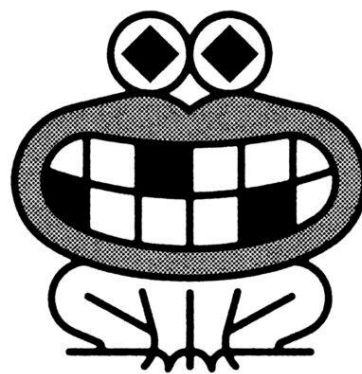
- **FoodSwap Party**
Evento di lancio dell'applicazione;
- **Poster di pubblicizzazione**
Affissi all'interno degli spazi del Collegio;
- **Passa parola**
tra studenti del Collegio.



GRAPHIC RESEARCH



Moodboard



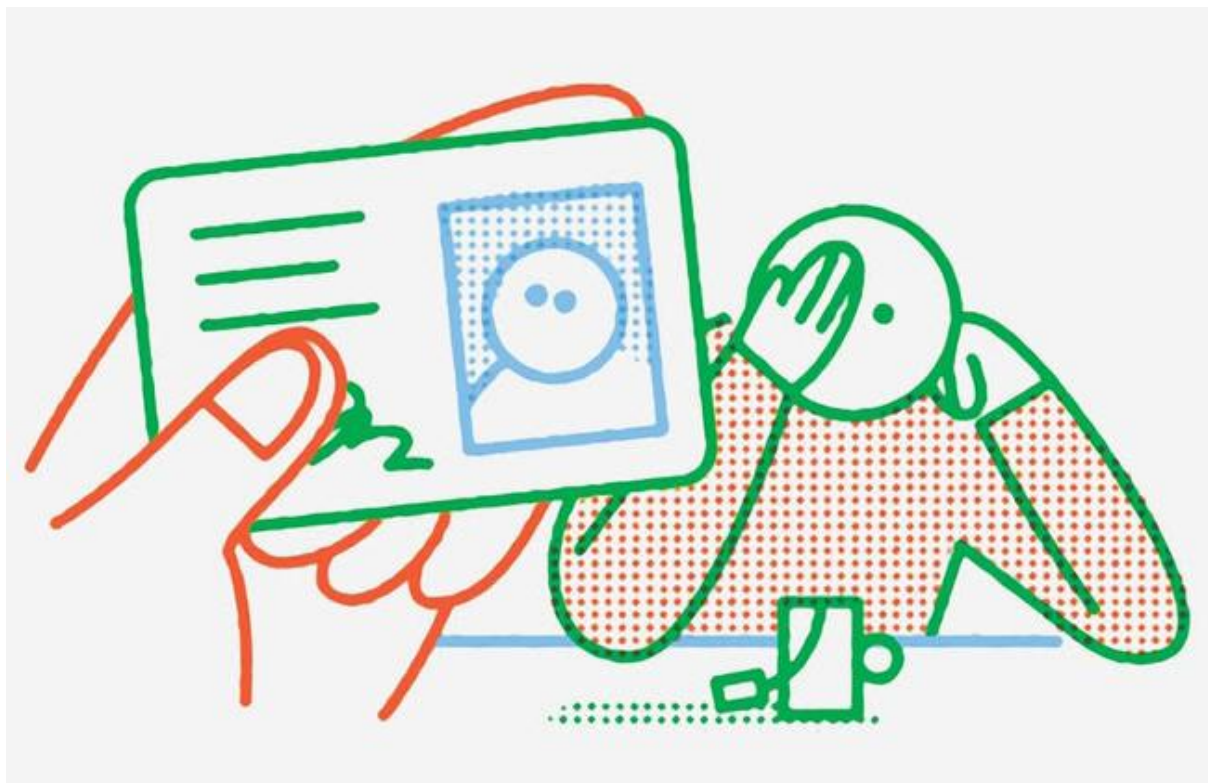
Play Ground Paris

Fondato a Parigi da **Valentin Adam**, Playground Paris è uno studio di grafica multidisciplinare noto per il suo **stile vibrante** e “**controllatamente caotico**”. Muovendosi tra branding, motion e illustrazione, lo studio unisce il rigore geometrico (ispirato al Bauhaus) all'esuberanza pop e irriverente del **Gruppo Memphis**.

Il loro approccio trasforma concetti complessi in grafiche ad alto impatto, dimostrando che ogni progetto – anche il più serio – ha bisogno di **ironia, colori saturi** e **divertimento**.

Il progetto assorbe da Playground Paris l'uso di **colori audaci** e **contrastanti netti**, ma soprattutto l'attitudine comunicativa: l'idea di un brand che non si prende troppo sul serio, capace di dialogare con l'utente in modo informale e audace.

Il risultato è una brand identity in cui la **mascotte** diventa il **tramite della brand voice**, un elemento flessibile in grado di mutare forma e attitudine a seconda del canale di comunicazione, mantenendo però una coerenza geometrica e visiva di fondo.



**Family, aging and society:
a balance to be found**



**At what age
is one considered "old"?**



**Gaining freedom with age:
simple comfort or real lever for health?**



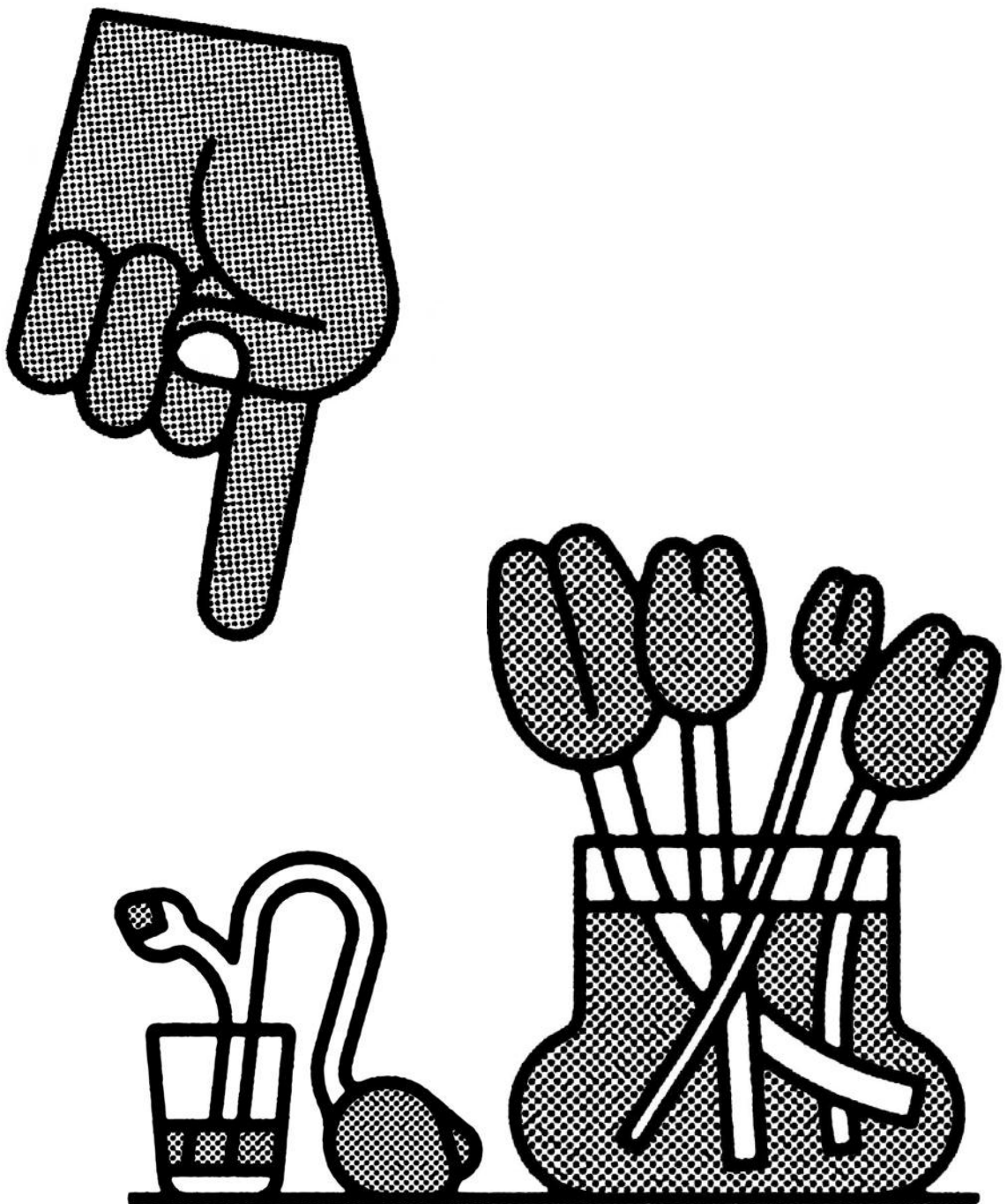
**Does time seems to pass
more quickly as we get older?**

Giacomo Bagnara

Giacomo Bagnara è un **illustratore** e **artista visivo** italiano con un background in architettura, elemento che influenza profondamente la sua visione spaziale e geometrica. Conosciuto a livello internazionale, collabora regolarmente con testate di rilievo come The New York Times, The New Yorker e Monocle. Il suo stile si caratterizza per una spiccata capacità di **sintesi concettuale**, dove forme geometriche semplici, linee pulite e una selezione cromatica oculata si uniscono per dare vita a immagini immediate, ironiche e dal forte impatto editoriale.

Ha guidato il nostro progetto nella **definizione del trattamento grafico** delle immagini. A colpirci è stato l'uso di un tratto nero decisamente spesso e marcato, che definisce i contorni, mantenendo un'estrema pulizia formale. Dalle le sue illustrazioni hanno influenzato il progetto per l'intelligente utilizzo dei **pattern geometrici** (come i puntini e le texture) che riempie i volumi e crea ombreggiature stilizzate, rinunciando alle sfumature realistiche. Questa tecnica permette di conferire un carattere fortemente contemporaneo e "bold" alle grafiche di ScroccUp.

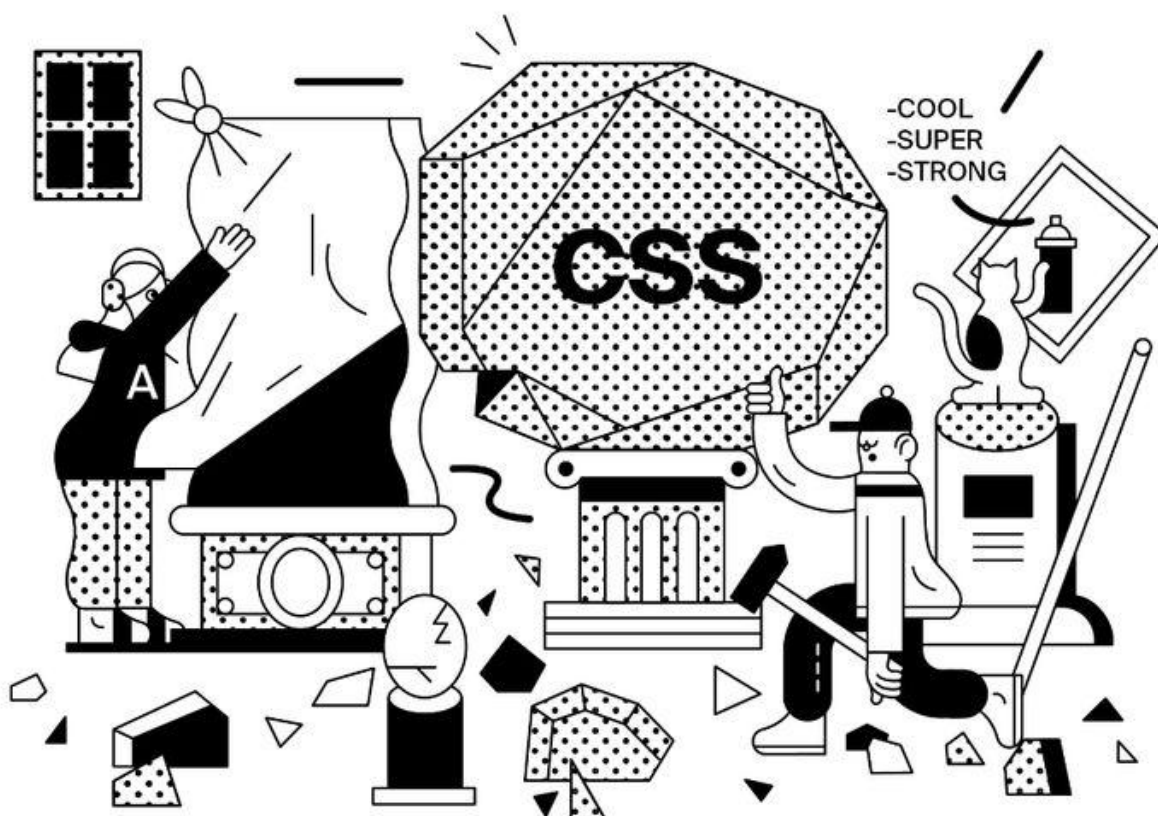




Itwazcool

Itwazcool è uno studio indipendente di **animazione** e **graphic design** noto per il suo stile fresco, ironico e digitale. Collaborando con importanti realtà tech (come Yandex Praktikum), lo studio eccelle nel tradurre concetti complessi e quotidiani in un linguaggio visivo pop, bidimensionale e fortemente orientato al web.

ScroccUP è stato ispirato graficamente da la sua **forte geometria** e l'uso di **linee nere, nette e marcate** di matrice fumettistica. In particolare l'uso di pattern e retini geometrici all'interno del bidimensionale: una scelta che riempie le forme flat e, al tempo stesso, suggerisce un **senso di motion** e di **vibrazione dinamica** intrinseca.



OUTPUT



FoodSwap Party

Il foodswap party è l'**evento di lancio** dell'applicazione, pensato per coinvolgere gli studenti universitari attraverso una giornata dedicata interamente allo spreco alimentare.

L'evento si svolgerà il **30 ottobre** nel cortile della **sede Crocetta** del Collegio Einaudi.

Durante tutta la giornata sarà possibile portare i cibi che si hanno in dispensa e non si consumano e prendere quelli lasciati dagli altri. Saranno allestiti **tavoli divisi per categorie**, in modo che ognuno possa riporre i propri alimenti, in modo da facilitare l'orientamento e l'organizzazione. Alla fine dell'evento, una **realità di recupero alimentare** (Eco dalle Città) si occuperà di raccogliere gli alimenti avanzati e di ridistribuirli.

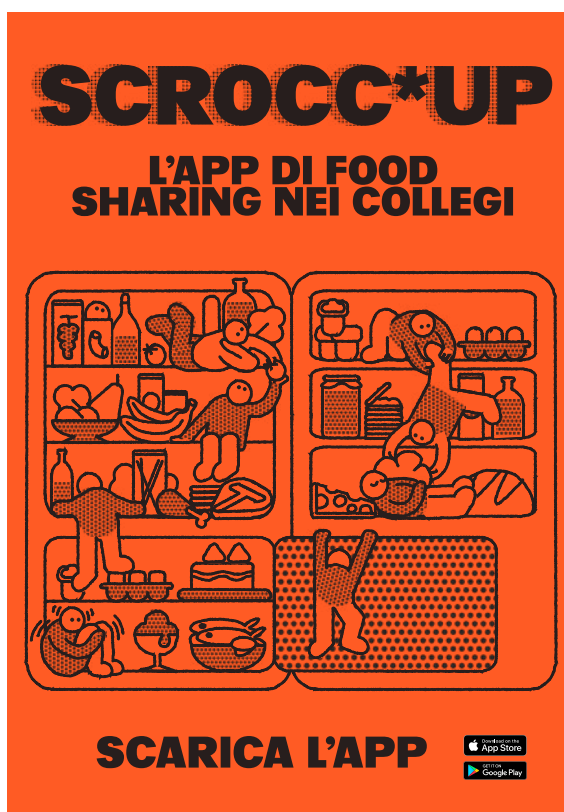
Sarà necessaria la **prenotazione** per partecipare all'evento e potranno prendervi parte solamente i residenti del collegio. I partecipanti potranno portare esclusivamente **alimenti integri** (sigillati nel caso di prodotti confezionati o non ancora tagliati nel caso di alimenti freschi) e ancora idonei al consumo.

Al termine della permanenza all'evento, ogni utente potrà portare via un quantitativo massimo di alimenti contenibile in una **borsa tipo tote bag** (30x40 cm).

Comunicazione Offline

Poster

All'interno del collegio saranno affissi dei **poster di pubblicizzazione** dell'evento. Hanno lo scopo di **attirare** più studenti possibili e **incentivarne la partecipazione**.



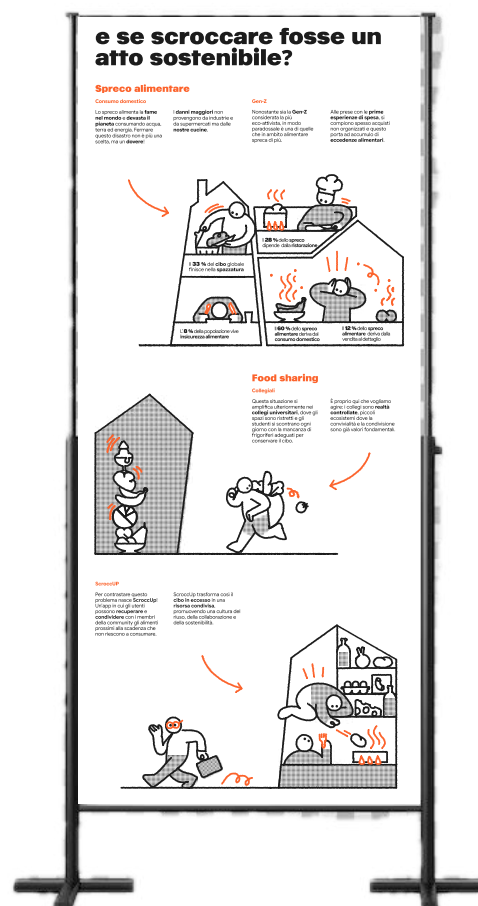
Calamite

Saranno disposte delle **calamite** sui frighi personali all'interno delle camere e negli spazi comuni, in particolare nelle cucine.

Hanno lo scopo di **invogliare** i collegiali a disfarsi degli alimenti che non consumeranno.

Stendardi

All'interno dell'evento saranno presenti **stendardi informativi** che mirano a pubblicizzare l'applicazione, fornendo dati sulla problematica globale dello spreco alimentare e incoraggiando gli studenti a scaricare l'app.



Comunicazione Online

Instagram

Funzione

I contenuti Instagram mirano a **pubblicizzare l'applicazione** e **spiegarne il funzionamento**.

I reel Instagram hanno sempre l'obiettivo di spiegare le funzionalità dell'app, mantenendo un tone of voice più **ironico** e **giovanile** per mantenere alto l'engagement.

Contenuto

La comunicazione si articola di **post** e **reel** Instagram.

La programmazione dei contenuti prevede **post a carosello** per sensibilizzare sulla problematica, dare consigli sul recupero alimentare e spiegare le funzionalità dell'app.



Format

Tutto su...

In questo format l'obiettivo è fornire **consigli pratici** agli utenti riguardo la conservazione degli alimenti ed il loro riutilizzo per evitarne lo spreco.

Ma sai quanto sprechi?

Serie di interviste in formato Reel, che vogliono **sensibilizzare** l'utente sulla problematica globale dello spreco alimentare, proponendo **ScroccUp** come soluzione.

What's in your fridge?

Reel-interviste dal tono colloquiale, in cui si fa visita alle camere degli utenti per valutare l'**efficienza del loro frigo**. Alla fine si pone loro la domanda "Cosa vorresti sganciare?", integrando un collegamento diretto con le funzioni in app.

How to ScroccUp

Serie di post in formato carosello dal carattere **informativo-promozionale**, che spiegano brevemente le varie funzionalità dell'app.

Scroccato è più buono

Formato da Stories, condivisione delle foto ricevute dalla community, invitano gli utenti a realizzare dei **piatti con gli alimenti scroccati**.

FoodSwap Party

Serie di contenuti mirati alla **promozione** e al **post-evento** del FoodSwap Party.

Interfacce ScroccUp

LOGIN

Al primo accesso all'applicazione viene visualizzata una **schermata di registrazione** nella quale inserire le proprie credenziali del Collegio e creare il proprio account.

Gli utenti già registrati possono invece accedere direttamente tramite il Log In.



SGANCIA

In questa sezione l'utente può **mettere a disposizione** gli alimenti che non intende consumare.

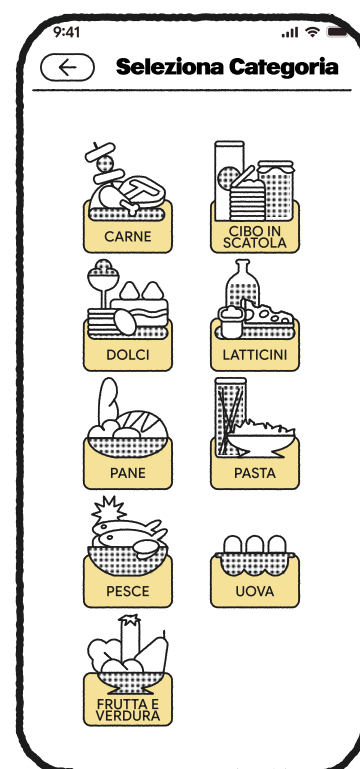
Per completare la procedura è necessario inserire tutte le **informazioni** relative al prodotto, specificando la **quantità**, la **data di scadenza** e una piccola **descrizione**.

Inoltre, è necessario allegare una (o più) **fotografia** dell'alimento; indicando successivamente gli **orari disponibili** per il ritiro, così da facilitare l'organizzazione dello scambio.

The screenshot shows the SGANCIA app interface. At the top, the status bar displays the time 9:41 and signal strength. The app title "SGANCIA" is prominently displayed. Below it is a circular icon of a person holding a food item. The main form contains the following fields:

- Nome Alimento:** A text input field with the example "Es. Pasta".
- Scadenza:** A date input field with the example "Es. 20/07/2026" and a calendar icon.
- Quantità:** A text input field with the example "Es. 100g".
- Seleziona la categoria →:** An orange button with a right-pointing arrow.
- Descrizione:** A text input field with the example "Es. Non riesco a consumarla in tempo." and a small edit icon.
- Seleziona orari:** Two radio button options: "08:00 - 10:00" and "10:00 - 12:00".

At the bottom of the screen is a navigation bar with four icons: a red circle with a white plus sign, a white upward-pointing arrow, a white list icon, and a white person icon.



SCROCCA

In questa sezione l'utente può consultare gli alimenti disponibili per il ritiro facendo swipe tra le card dei prodotti caricati.

Cliccando su ogni prodotto, si possono visualizzare le informazioni principali, tra cui la quantità, la data di scadenza, l'utente che ha sganciato l'alimento e la sede presso cui è possibile ritirarlo.

È inoltre possibile scegliere l'orario preferito per il ritiro, in base alle disponibilità indicate.

Attraverso l'icona del cuore, l'utente può salvare l'alimento nella sezione preferiti, consultabile dalla propria pagina personale.



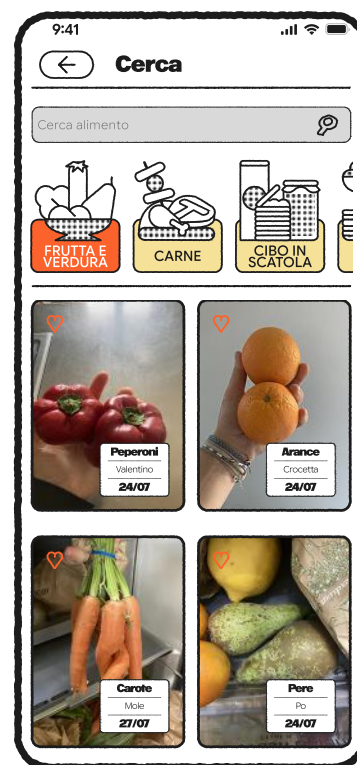
Cerca

Nella sezione Scrocca è inoltre possibile effettuare **ricerche mirate** attraverso l'icona del "Cerca" dedicata.

La ricerca può anche essere effettuata selezionando la **categoria di interesse**.

Una volta individuato l'articolo disponibile, è possibile visualizzarne tutti i dettagli.

Attraverso l'icona della **campanella**, l'utente può attivare le notifiche per ricevere **aggiornamenti in tempo reale** sul caricamento di nuovi alimenti.



FRIGO

Questa sezione è stata progettata per aiutare l'utente a **monitorare le scadenze** degli alimenti ed evitare che vengano dimenticati.

È possibile inserire i prodotti presenti nel proprio frigorifero e, quando un alimento si avvicina alla data limite di consumo, l'app invia una **notifica per ricordarne l'utilizzo**.

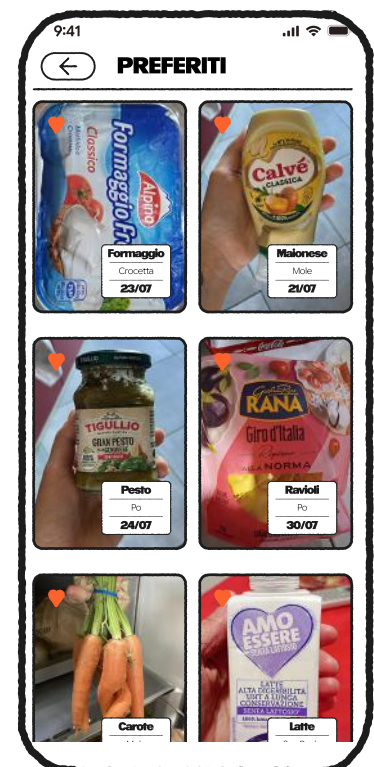
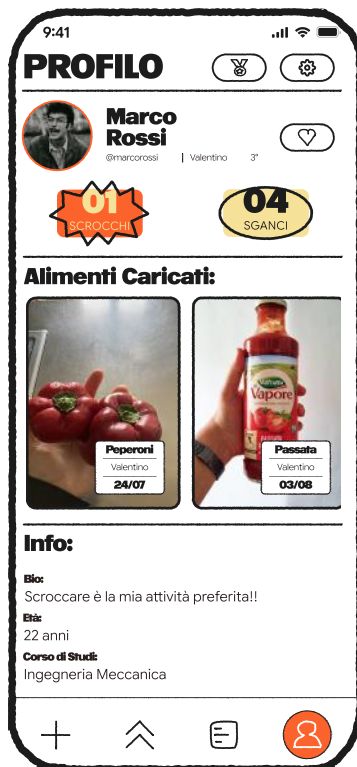
Nel caso in cui il prodotto non venga consumato, l'utente può scegliere di **sganciarlo** e renderlo disponibile ad altri utenti.



PROFILO

In questa sezione l'utente può visualizzare e aggiornare i **propri dati personali** inseriti durante la fase di registrazione.

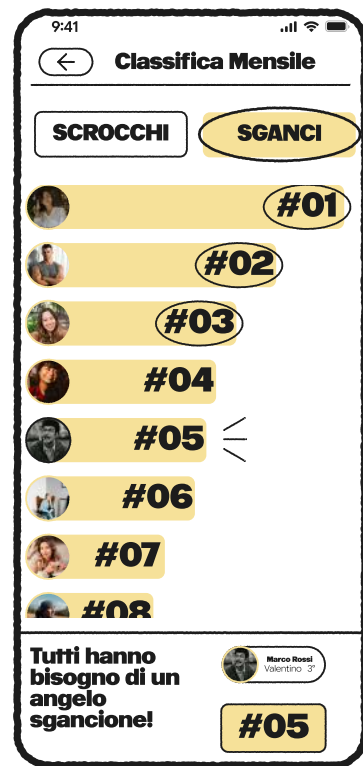
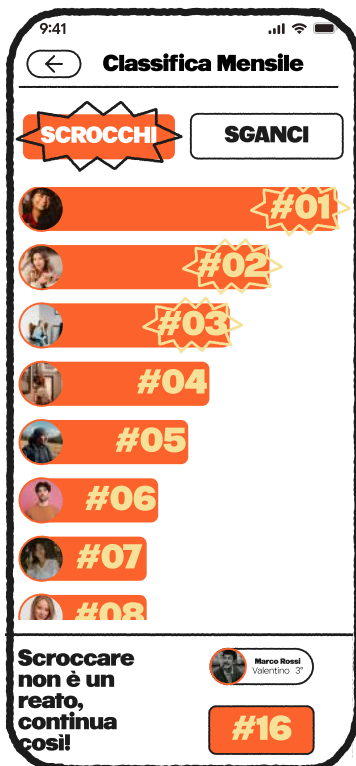
Sono inoltre presenti due aree: una dedicata alla **classifica mensile**, l'altra invece agli articoli aggiunti ai **preferiti**.



Classifiche

La classifica mensile permette di monitorare il **proprio contributo** all'interno della community, valorizzando sia gli utenti che hanno scroccato alimenti messi a disposizione da altri, definiti "**Scrocconi**", sia coloro che hanno sganciato prodotti in scadenza evitando che venissero sprecati, definiti "**Sgancioni**".

Sul fondo è presente un banner che facilita la **visualizzazione della posizione** in classifica dell'utente, accompagnato da una frase motivazionale e ironica.



Sitografia

Con il seguente QR Code è possibile consultare la **sitografia** su cui si basa la nostra ricerca.





