



AMBIENTE, SOSTENIBILITÀ

Too good to go lancia l'etichetta per ridurre lo spreco alimentare

BY ANDREA NOCI
MAGGIO 31, 2021



Data di scadenza e Termine minimo di conservazione (Tmc) sono la stessa cosa? Il 63% degli italiani non lo sa. Per questo **Too good to go**, l'app contro gli sprechi alimentari, in occasione della Giornata mondiale dell'ambiente del 5 giugno, **lancia** anche in Italia l'iniziativa **Etichetta Consapevole**.



Courtesy Too good to go

Etichetta anti spreco

Alla classica etichetta, Too good to go ha pensato di aggiungere la frase **“Spesso buono oltre”**, accompagnata da alcuni **pittogrammi esplicativi**, dedicata ai prodotti con la dicitura

sensi prima di gettare un prodotto. Scopo dell'iniziativa: favorire una **maggior comprensione delle informazioni** sul prodotto.

Buttati ogni anno 9 mln di tonnellate di cibo

Proprio l'errata interpretazione dell'etichetta porta a sprecare ogni anno in Europa **9 mln di tonnellate di cibo**, che equivalgono a più di **22 mln di tonnellate di CO2** immesse nell'atmosfera. Un danno non solo economico, ma in primis ambientale. Per questo, Too good to go ha scelto di lanciare questa campagna per la Giornata mondiale dell'Ambiente, un'iniziativa che l'app ha già promosso in altri Paesi come **Danimarca, Germania, Svizzera, Francia, Regno Unito, Spagna e Portogallo**, proprio per l'importanza del tema di contrasto allo spreco.

Il 10% degli sprechi legati alla scadenza

"Secondo un recente studio, in Europa **fino al 10% degli sprechi** alimentari generati annualmente sono **collegati alle date di scadenza**. Occorre agire presto sia lato business che consumatori per far sì che questo problema sia risolto rapidamente", dichiara **Ludovica Principato**, food waste scientist e docente all'Università Roma Tre. Un problema attribuibile, in particolare, proprio alla non corretta interpretazione delle due diciture (data di scadenza e termine minimo di conservazione).

La differenza tra le due diciture

In Italia, da una recente indagine di **Altroconsumo** risulta che solo il **37% dei consumatori è davvero consapevole** che la **data di scadenza** ("da consumarsi entro"), attesta che consumare il prodotto oltre quella data può essere un rischio per la salute, mentre il **termine minimo di conservazione** ("da consumarsi preferibilmente entro") indica che l'alimento potrebbe iniziare da quel momento a perdere in parte alcune delle sue proprietà come gusto, profumo, fragranza ma che, se conservato nella maniera corretta, è **ancora perfettamente consumabile** anche oltre la data indicata.

Dove trovare Tmc e data di scadenza

Il **Termine minimo di conservazione** si trova generalmente su prodotti secchi confezionati, alimenti in scatola, confetture e conserve, conserve sott'olio, prodotti surgelati, bevande confezionate e bevande UHT, salse, spezie ed erbe aromatiche, farine, cereali, caffè, the e infusi. La **data di scadenza** invece si trova su quei prodotti che sono molto deperibili dal punto di vista microbiologico, come gli alimenti pre-confezionati freschi, che possono includere: latte, uova, formaggi freschi, carne, pesce, ma anche insalate confezionate, e pasta fresca confezionata (elenco non esaustivo).

Una buona regola: affidarsi ai propri sensi

"Il **Termine minimo di conservazione** indica la data entro la quale il prodotto alimentare **conserva le proprie proprietà specifiche**, in adeguate condizioni di conservazione", conferma Laura Rossi, responsabile scientifico Osservatorio sugli sprechi alimentari del Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria. "Moltissimi prodotti **oltre la data riportata possono subire modificazioni organolettiche** come sapore, odore o consistenza, ma **possono essere comunque consumati** senza rischi per la salute: se conservati bene si possono infatti mangiare anche dopo il Termine minimo di conservazione e possiamo così evitare di buttare via tanto cibo che in realtà si può consumare senza pericolo", continua l'esperta.

"Utilizzare i sensi, per capire se il prodotto è molto deperito oppure ha odore o colore anomalo, rappresenta quindi una strategia utile per combattere lo spreco alimentare", conclude Rossi. Il consumatore, **affidandosi ai propri sensi** (vista, gusto e olfatto), può

evitare in questo modo di **gettare cibo ancora perfettamente commestibile**.

Lo spreco in Italia: 27 chili a persona

A un anno dal lancio dell'iniziativa in **Danimarca**, il **70%** dei consumatori ha dichiarato di essere **più consapevole** sul tema e il **60%** di aver **spreco meno cibo** dopo essere venuto a conoscenza del problema grazie alla campagna di Too good to go. Anche **in Italia**, l'obiettivo è quello di portare maggiore consapevolezza, per abbattere in modo concreto ed immediato lo **spreco alimentare**, che ammontano a circa **27 kg per persona**.

Sempre più aziende coinvolte

Già diverse aziende hanno risposto all'invito di Too good to go, come **'La Marca del Consumatore'**, con la sua passata che da gennaio presenta l'Etichetta Consapevole. Da maggio, inoltre, si possono trovare sugli scaffali dei negozi biologici italiani alcuni prodotti a marchio **NaturaSi** con l'indicazione del Termine minimo di conservazione. **Salumi Pasini** e **WAMI**, a loro volta riportano l'Etichetta Consapevole. **Altre aziende** come Granarolo, Fruttage, Bel Group, Gruppo VEGÉ, Raspini Salumi, Nestlé, Danone e Olio Raineri si sono impegnate a **aggiungere** l'ulteriore **specificità** su alcuni loro prodotti **nel corso del 2021**.

Too good to go comunque continuerà ad allargare il proprio raggio d'azione, con lo scopo di aumentare consapevolezza e informazione del consumatore per **diminuire gli sprechi domestici**. "Il progetto Etichetta Consapevole, che si inserisce tra le azioni che stiamo portando avanti all'interno del **Patto contro lo Spreco Alimentare lanciato a gennaio**, è uno step importante, sia per il consumatore che per le aziende", afferma **Eugenio Sabora**, Country manager Italia di Too good to go. "La **consapevolezza**, quando si tratta di sprechi alimentari, a volte è la prima e **più determinante arma** per generare un impatto concreto".

L'endorsement all'iniziativa è arrivato anche da altre figure. Politici come **Maria Chiara Gadda**, che in passato ha proposto la legge 166 del 2016, detta **'Antispreco'** e **Daniela Rondinelli**, europarlamentare e membro della Commissione per l'ambiente, la sanità pubblica e la sicurezza alimentare. Non solo. Anche quello delle **organizzazioni a difesa dei consumatori** come Altroconsumo e Confconsumatori.



**FORTUNE
HEALTH ITALIA
CARE+ECONOMICS**

RUBRICA

**IL FUTURO
DELLA **TELEMEDICINA****

Con il contributo non condizionante di

Galápagos
Pioneering for patients



innova
finance

**Vuoi accelerare
l'evoluzione
della tua impresa?**

Punta in alto!
Innovare è più semplice
con la consulenza
in finanza agevolata.

SCOPRI DI PIÙ



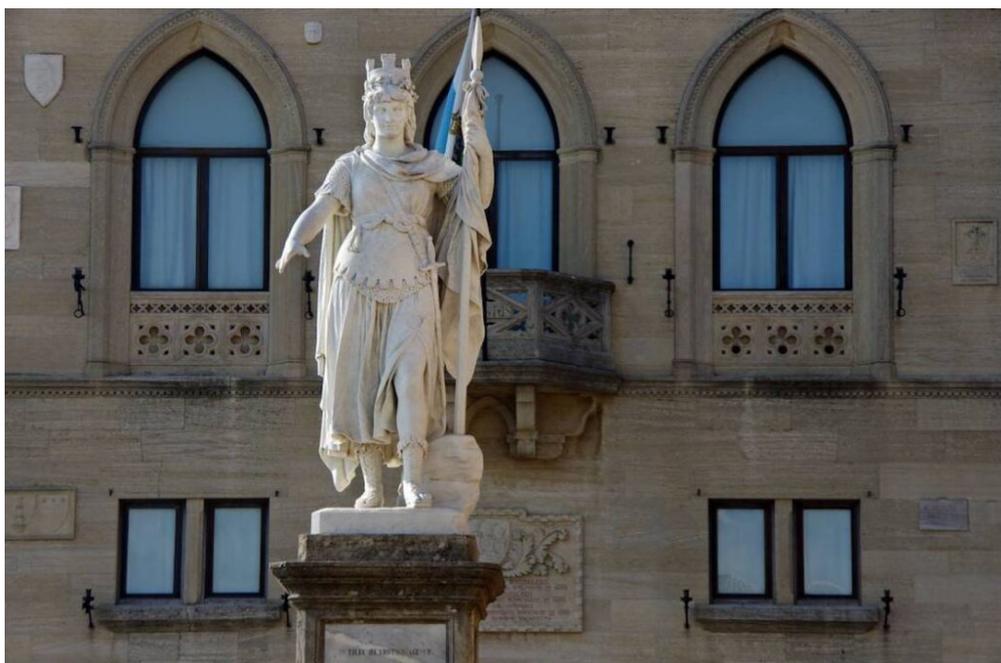
AMGEN

TRASFORMIAMO
IL LINGUAGGIO
DELLA VITA
IN FARMACI ESSENZIALI

www.amgen.it
Amgen Italy
amgenitalia

©2021 Amgen Inc. All rights reserved.

Leggi anche



Amazon approda a San Marino, intesa il Titano digitale



Due fratelli sudafricani sono scomparsi con 3,6 mld di dollari in bitcoin





Auto elettriche, nel 2026 saranno la metà del mercato

teva

Teva per te
Nuove confezioni
che cambiano
per le tue esigenze.

A circular advertisement for Teva. It features a photograph of an older woman with short grey hair smiling at a younger woman with long brown hair. The background is a mix of green and white. The Teva logo is in the top right corner. A teal circle contains the text 'Teva per te' and 'Nuove confezioni che cambiano per le tue esigenze.'

#ESTATETRENITALIA

**RIEMPI
DI STORIE
LA TUA ESTATE**

Goditi un **viaggio
in totale relax
e condividi
tutte le tue mete
con #estatetrenitalia.**

SCOPRI LE NOVITÀ

INFO SU TRENITALIA.COM

A rectangular advertisement for Trenitalia. The left side shows a hiker with a backpack on a mountain trail. The right side is a red box with white text. The Trenitalia logo is at the bottom right.

salesforce

**RETAIL SUMMIT
ITALIA**

Mercoledì 30 giugno
ore 14:30

REGISTRATI ORA

A vertical advertisement for Salesforce. It features the Salesforce logo at the top, followed by the event title 'RETAIL SUMMIT ITALIA' and the date 'Mercoledì 30 giugno ore 14:30'. A blue button says 'REGISTRATI ORA'. Below is a circular image of the Salesforce mascot, a brown bear-like creature holding a blue folder. At the bottom is a photograph of a modern, automated retail store with various robotic systems.

AMGEN

**TRASFORMIAMO
IL LINGUAGGIO
DELLA VITA**

A rectangular advertisement for Amgen. It features the Amgen logo at the top. Below is the text 'TRASFORMIAMO IL LINGUAGGIO DELLA VITA' in blue. On the right side, there is a stylized image of a DNA double helix.



I più letti

Amazon approda a San Marino, intesa il Titano digitale

15 minuti fa

Due fratelli sudafricani sono scomparsi con 3,6 mld di dollari in bitcoin

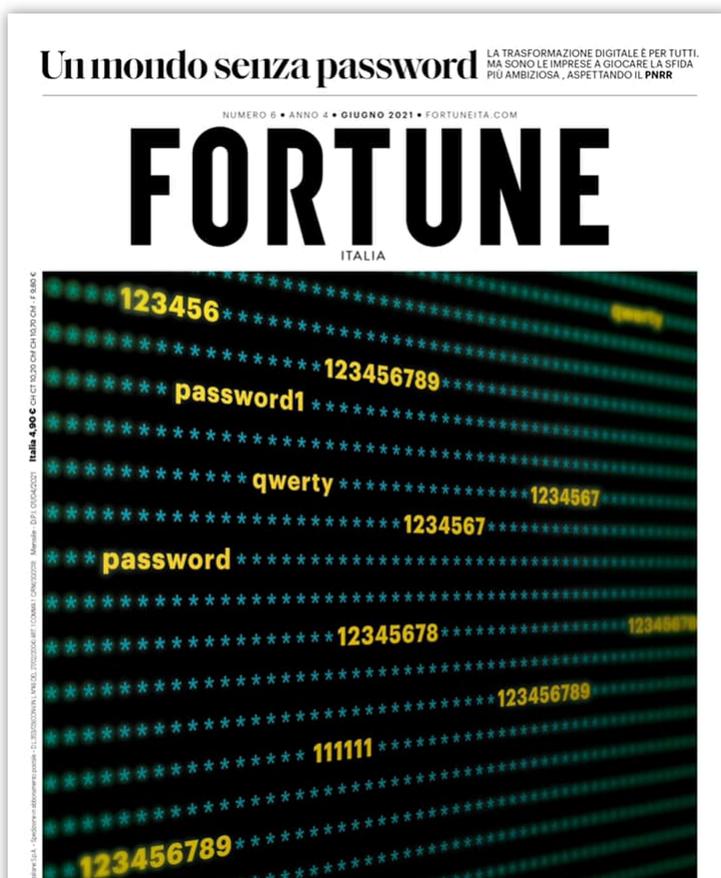
31 minuti fa

La settimana, storie e analisi: lo Stato è laico e il Parlamento è libero

4 ore fa

Pil, S&P rivede al rialzo le stime di Italia ed Eurozona

20 ore fa



Soci strategici Parla l'ambasciatore del Messico in Italia **p. 42** **Ricariche auto elettriche** La guerra dei prezzi coinvolge Mise e Arcra **p. 50**



FORTUNE ITALIA

Numero del 03/06/2021

[➔ SOMMARIO](#)

[ACQUISTA L'EDIZIONE DIGITALE](#)

[ABBONATI ALLA RIVISTA](#)



Uomo e macchina in perfetta armonia.
Le produzioni flessibili del futuro.

OMRON

[PER MAGGIORI INFO CLICCA QUI](#)



TRASFORMIAMO IL LINGUAGGIO DELLA VITA IN FARMACI ESSENZIALI

www.amgen.it [Amgen Italy](#) [amgenitalia](#) ©2021 Amgen Inc. All rights reserved.

FORTUNE
ITALIA

FORTUNE © è un marchio di **FORTUNE MEDIA IP LIMITED** utilizzato sotto licenza

[Privacy Policy](#) [Privacy for Conference and Podcast](#) [Cookie Policy](#)

Copyright © 2021 We Inform Srl. All rights reserved.

