

Food Waste, Too Good To Go lancia l'Etichetta Consapevole

Di **Adnkronos** - 31 Maggio 2021



Too Good To Go, l'app contro gli sprechi alimentari, lancia anche in Italia l'iniziativa Etichetta Consapevole: un'ulteriore aggiunta in etichetta della frase 'Spesso buono oltre', accompagnata da alcuni pittogrammi esplicativi dedicata ai prodotti con il Tmc (ossia con la dicitura 'da consumarsi preferibilmente entro') per incoraggiare i consumatori ad utilizzare i propri sensi prima di gettare un prodotto.

In occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente (5 giugno), Too Good To Go lancia l'iniziativa con lo scopo di incentivare una maggior comprensione delle informazioni sul prodotto. Una campagna 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 in ottica di contrasto allo spreco.

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 effettivamente 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 periodo di tempo a perdere alcune delle sue proprietà organolettiche (gusto, profumo, fragranza).

“Il Termine Minimo di Conservazione indica la data entro la quale il prodotto alimentare conserva le proprie proprietà specifiche, in adeguate condizioni di conservazione. 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. 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 ed evitare che cibo ancora perfettamente ottimo rischi

di essere buttato a causa di un'errata interpretazione della dicitura in etichetta", spiega Laura Rossi, responsabile scientifico Osservatorio sugli sprechi alimentari del Crea – Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria.

Il consumatore, affidandosi ai propri sensi (vista, gusto e olfatto), può così evitare di gettare cibo ancora perfettamente commestibile: a un anno dal lancio dell'iniziativa di sensibilizzazione in Danimarca, il 70% dei consumatori ha dichiarato di essere più consapevole sul tema e il 60% di aver sprecato 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 sul tema, per abbattere in modo concreto ed immediato gli sprechi alimentari.

L'Etichetta Consapevole inviterà i consumatori a rivolgere l'attenzione al reale significato del Tmc e a utilizzare i propri sensi prima di gettare il prodotto.

Sono già diverse le aziende che si uniscono alla chiamata di Too Good To Go, come 'La Marca del Consumatore', con la sua passata che già da gennaio presenta l'Etichetta Consapevole. Da maggio, inoltre, si possono già trovare sugli scaffali dei negozi biologici di tutta Italia alcuni prodotti a marchio NaturaSì con l'indicazione del termine minimo di conservazione, oltre che referenze di Salumi Pasini e Wami, che riportano l'Etichetta Consapevole. Altre aziende come Granarolo, Fruttage, Bel Group, Gruppo VEGÉ, Raspini Salumi, Nestlé, Danone e Olio Raineri si sono impegnate ad aggiungere l'ulteriore specifica su alcuni loro prodotti nel corso del 2021 e Too Good To Go continuerà ad allargare il proprio raggio d'azione.

"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. La consapevolezza, quando si tratta di sprechi alimentari, a volte è la prima e più determinante arma per generare un impatto concreto", aggiunge Eugenio Sabora, Country Manager Italia di Too Good To Go.
