

PreSal® L'unico sale con IODIO PROTETTO
"Fonte di Iodio"



Too good to go: si allarga il patto anti spreco siglato con le aziende

Chiara Cammarano 19 Ottobre 2021 Pianeta



La **battaglia** contro lo spreco alimentare non riguarda solo i consumatori, ma deve coinvolgere anche i produttori. A partire da quest'anno Too Good To Go, certificata come B Corporation (*) e focalizzata proprio sulle iniziative anti spreco, ha coinvolto nelle attività anche le imprese. All'app che permette di acquistare i prodotti invenduti giornalieri a un terzo del prezzo in circa 19 mila esercizi commerciali in Italia ([ne abbiamo parlato qui](#)), si è aggiunta da febbraio 2021 la collaborazione con alcune aziende. Le imprese che hanno aderito inizialmente sono state 18: Birra Peroni, Carrefour, CIRFOOD, Danone, Fruttage, Granarolo, Gruppo Montenegro, Gruppo Végé, IKEA, Kraft Heinz, Mare Aperto, NaturaSi, Nestlé, Raspini Salumi, Salumi Pasini, Unilever, Wami, Chi è il padrone? [La marca del consumatore](#). A questo gruppo di partenza si sono aggiunte a metà ottobre altre cinque società (Bauli, Cameo, Gruppo Felsineo, Olio Ranieri e Sperlari), arrivando così a un totale di 23.

L'**accordo**, denominato Patto contro lo spreco alimentare, prevede che le imprese si impegnino a mettere in atto almeno due azioni a scelta tra cinque proposte. Una di queste deve essere di sensibilizzazione e si rivolge ai consumatori o ai dipendenti, mentre l'altra deve essere un'attività concreta. Quest'ultimo tipo di impegno può riguardare il negozio, la fabbrica o la realizzazione delle cosiddette etichette consapevoli. Lanciate a giugno, le etichette in questione prevedono di aggiungere sulle confezioni un invito a verificare se gli alimenti sono ancora consumabili in sicurezza anche dopo la data indicata alla voce "Da consumarsi preferibilmente entro" ([ne abbiamo parlato qui](#)). Dall'inizio della sperimentazione a oggi, l'etichetta con la scritta 'Spesso buono oltre...' è stata introdotta da circa 12 aziende.



Le etichette consapevoli invitano i consumatori a verificare con i propri sensi se gli alimenti sono ancora buoni oltre il termine minimo di consumo

Per quanto riguarda invece le azioni da portare avanti all'interno dei negozi, si tratta naturalmente di iniziative che non riguardano tutte le aziende partner, ma possono essere messe in pratica esclusivamente da quelle che hanno dei punti vendita, come Carrefour, IKEA, NaturaSi e Végé. Queste prevedono la creazione di scaffali o sezioni dedicate ai prodotti alimentari che hanno superato il termine minimo di conservazione. Infine, rispetto alle iniziative da sviluppare nelle fabbriche, il patto prevede la realizzazione di speciali confezioni, fatte con le giacenze di magazzino che non trovano altra possibilità di utilizzo. Queste confezioni, denominate Super magic box, sono acquistabili sempre tramite l'app presso dei punti di ritiro creati appositamente e denominati Magic market.

Per il momento, i Magic market sono stati attivati solamente in Lombardia e a Torino, ma entro la fine del 2021 si estenderanno anche a Roma. L'iniziativa vede inoltre la partecipazione di Croce rossa italiana, a cui è destinata parte delle risorse alimentari. Grazie a questo progetto, nel periodo da marzo a settembre 2021 sono state complessivamente distribuite circa 10 mila confezioni, contenenti in media quattro chili di cibo ciascuna. "Questo - calcolano in Too Good To Go -, corrisponde a un risparmio equivalente all'emissione nell'atmosfera di 100 tonnellate di anidride carbonica. Inoltre, sempre tramite lo stesso progetto, nel medesimo periodo, sono stati donati alla Croce rossa, prodotti per un valore di circa 60 mila euro".

(*) Movimento di imprese che, oltre a perseguire il profitto, innovano per massimizzare l'impatto positivo verso i dipendenti, le comunità in cui operano, l'ambiente e tutti gli interlocutori

© Riproduzione riservata

Il Fatto Alimentare da 11 anni pubblica notizie su: prodotti, etichette, pubblicità ingannevoli, sicurezza alimentare... e dà ai lettori l'accesso completamente gratuito a tutti i contenuti. Sul sito non accettiamo pubblicità mascherate da articoli e selezioniamo le aziende inserzioniste. Per andare avanti con questa politica di trasparenza e mantenere la nostra indipendenza sostieni il sito. Dona ora!

Roberto La Pira

Dona ora

