Too Good To Go, 5 new-entry nel "Patto contro lo Spreco Alimentare"

too-good-to-go-patto-contro-lo-spreco-alimentare-nuovi-aderenti-e0c34b39

I firmatari del "Patto contro lo Spreco Alimentare", promosso e lanciato da Too Good To Go a inizio 2021, aumentano. Too Good To Go, proprio in occasione della Giornata Mondiale dell'Alimentazione che ricorre il 16 ottobre, annuncia i **cinque nuovi partner** dell'alleanza virtuosa anti-spreco: **Bauli, cameo, Gruppo Felsineo, Olio Raineri e Sperlari.**

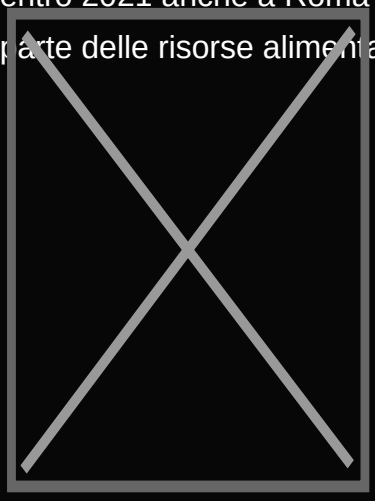
L'intento del Patto è quello di coinvolgere enti, aziende e supermercati per **portare il tema sempre più al centro del dibattito pubblico e dell'agenda politica**, attraverso azioni concrete e di sensibilizzazione su un argomento che si fa sempre più importante. Too Good To Go prevede dunque una serie di impegni basandosi su cinque punti fondamentali: **Etichetta Consapevole, Azienda Consapevole, Consumatore Consapevole, Supermercato contro lo Spreco, Fabbrica contro lo Spreco**. Le aziende potranno sottoscrivere quali tra i punti proposti da Too Good To Go portare avanti per informare dipendenti, consumatori e migliorare la propria filiera.

L'**Etichetta Consapevole** è stata lanciata ufficialmente a giugno 2021. I primi prodotti con la dicitura che, applicata sulle confezioni, consente di interpretare meglio il significato del TMC (termine minimo di conservazione indicato con la frase "da consumarsi preferibilmente entro") sono già sugli scaffali. L'Etichetta Consapevole **invita gli italiani a verificare se gli alimenti siano ancora consumabili dopo la data minima di conservazione** grazie alla presenza di una frase distintiva "Spesso buono oltre" e ad una serie di pittogrammi che consigliano di "osservare, annusare, assaggiare".

La campagna, che Too Good To Go ha già promosso con successo in altri Paesi quali Francia, Germania e Danimarca, Spagna e U.K. coinvolge ad oggi 15 aziende attraverso uno o più dei loro prodotti. Tramite "Azienda Consapevole" e "Consumatore Consapevole", Too Good To Go propone invece alle aziende di attivarsi per **comunicare il proprio impegno e sensibilizzare contro gli sprechi alimentari sia i propri dipendenti che i consumatori finali**, tramite webinar e campagne informative. Con "Supermercato contro lo spreco" Too Good To Go invita le catene di supermercati a

monitorare gli sprechi in store e attivare iniziative ad hoc quali ad esempio la promozione all'interno dei punti vendita di scaffali o sezioni speciali dedicate a prodotti che hanno superato il TMC, con relativa comunicazione integrata. Infine, le aziende che hanno sottoscritto il punto del Patto relativo alla "Fabbrica contro lo spreco" si impegnano a **monitorare la propria catena di produzione e a limitarne gli sprechi**, soprattutto in riferimento ai prodotti che rimangono in giacenza in magazzino e che non hanno altra possibilità di essere utilizzati.

Questi prodotti saranno poi distribuiti ai cittadini attraverso delle nuove e speciali **Super Magic Box** acquistabili sempre tramite l'app Too Good To Go e ritirabili presso dei pick up designati,i Magic Market. Le operazioni - che al momento coinvolgono la Lombardia, Torino e che si estenderanno entro 2021 anche a Roma - vedono la partecipazione di Croce Rossa Italiana, a cui sono destinate parte delle risorse alimentari.



"Il Patto contro lo Spreco Alimentare è uno dei progetti a cui puntiamo con più forza e con maggiore ambizione per portare un impatto che vada sempre più al di là dell'app. A circa 9 mesi dal lancio, sono stati somministrati più di 20 webinar, inviate newsletter bimestrali sul tema spreco alimentare e sostenibilità, promosse campagne congiunte di sensibilizzazione contro gli sprechi e dato il via a un progetto, quello delle Super Magic Box, che ha permesso di salvare tonnellate di prodotti dai magazzini delle aziende, oltre che a destinare a Croce Rossa Italiana più di 60.000 euro di beni alimentari. Siamo molto orgogliosi di poter contare 5 nuovi firmatari e lavoreremo anche nei prossimi mesi per allargare sempre di più il nostro raggio di azione e di impatto", spiega **Eugenio Sapora**, Country Manager Italia di Too Good To Go.