Patto contro lo Spreco Alimentare, bilanci per il 1° anniversario

too-good-to-go-1-anniversario-patto-contro-lo-spreco-alimentare-orizzontale-57c83aab

Il Patto contro lo Spreco Alimentare promosso da Too Good To Go compie un anno. Il momento ideale per un primo bilancio sull'iniziativa, che nel 2021 ha coinvolto 25 partner tra aziende, terzo settore e organizzazioni dei consumatori, desiderosi di impegnarsi su una tematica che sta diventando sempre più attuale ed urgente per i consumatori, le imprese e l'ambiente.

Contrastare lo **spreco alimentare** è infatti stata identificata da Project Drawdown come la soluzione n.1 per contrastare il cambiamento climatico e mantenere l'aumento delle temperature al di sotto dei 2°C entro la fine del secolo, **limitando i danni dei cambiamenti climatici su persone e ambiente**. Per raggiungere l'ambizioso obiettivo, formulato anche dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, di dimezzare lo spreco alimentare pro capite a livello di vendita al dettaglio e dei consumatori e ridurre le perdite di cibo lungo tutta la filiera entro il 2030, è **necessario l'impegno di tutti gli attori del settore** , e degli stessi consumatori.

Il 53% dello spreco alimentare in Europa avviene proprio entro le mura domestiche, mentre il 17% in fase di distribuzione e vendita al dettaglio e il 19% in fase di lavorazione. L'intento del Patto è quindi quello di coinvolgere enti, aziende e supermercati con l'obiettivo di portare **il tema** sempre più al centro del dibattito pubblico e privato, attraverso azioni concrete e di sensibilizzazione.

All'interno del Patto, **Too Good To Go** prevede 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 che ne hanno preso parte, hanno sottoscritto almeno un'azione di sensibilizzazione (tra Azienda Consapevole e Consumatore Consapevole) e almeno un'azione concreta (tra Etichetta Consapevole e Supermercato/Fabbrica contro lo Spreco), con l'obiettivo di incidere positivamente sul contrasto dello spreco alimentare a 360

gradi.

Per misurare e rendicontare al meglio questo primo anno di attività, e in occasione dell'anniversario e della Giornata Nazionale di Prevenzione contro gli Sprechi Alimentari, Too Good To Go pubblica il **primo Impact Report relativo al Patto contro lo Spreco Alimentare**: un modo immediato e chiaro per rendere accessibili i risultati già raggiunti e monitorare le aree in cui intervenire per un maggiore impatto nel 2022. Grazie al Patto, Too Good To Go e le aziende aderenti hanno contribuito a salvare 368.000 **Magic Box** e 212.000 prodotti, specificare meglio il significato del TMC su 10 milioni di confezioni arrivate sugli scaffali e sensibilizzato 1.5 milioni di persone tra dipendenti e consumatori raggiunti da webinar, eventi e campagne di comunicazione. Inoltre, all'interno dell'azione Fabbrica contro lo Spreco Alimentare e grazie al supporto di Croce Rossa Italiana al progetto, sono stati salvati e donati alle persone più fragili 145.000 euro di prodotti alimentari.

Un lavoro che verrà **intensificato nel corso del 2022**, con l'obiettivo di aprire tavoli di lavoro tra i diversi attori coinvolti, approfondire e ampliare il raggio d'azione e far sì che il contrasto allo spreco alimentare diventi una buona pratica diffusa tra aziende e consumatori.

"Il Patto contro lo Spreco Alimentare è un progetto che abbiamo lanciato con l'intento di andare oltre l'attività dell'app, creando un sistema virtuoso che si occupi di contrasto allo spreco alimentare a 360 gradi: tramite la sensibilizzazione, con azioni concrete e senza dimenticare la parte sociale. Rimane importantissimo misurare e quantificare gli sforzi fatti, cosa che abbiamo cercato di mettere nero su bianco già dopo il primo anno di attività con il nostro Impact Report, una solida base per migliorarci ed essere ancora più ambiziosi nel 2022", dichiara **Eugenio Sapora**, Country Manager Italia di Too Good To Go.

Le aziende aderenti al Patto contro lo Spreco Alimentare a febbraio 2021: Carrefour, CIRFOOD, Danone, Fruttagel, Granarolo, Gruppo Montenegro, Gruppo VéGé, Ikea, Kraft Heinz, La Marca del Consumatore, Mare Aperto, NaturaSì, Nestlé, Peroni, Raspini Salumi, Salumi Pasini, Unilever, Wami. Le aziende aderenti a ottobre 2021: Bauli, cameo, Gruppo Felsineo, Raineri, Sperlari.