

SOSTENIBILITÀ

di Silvia Messa, s.messa@millionaire.it



1,3 miliardi di tonnellate
 di cibo perso, per strada, ogni anno tra i campi e il nostro piatto.

1/3
 circa di quello che produciamo finisce in pattumiera: frutta, verdura, pesce, cereali, latte, formaggi e carni.

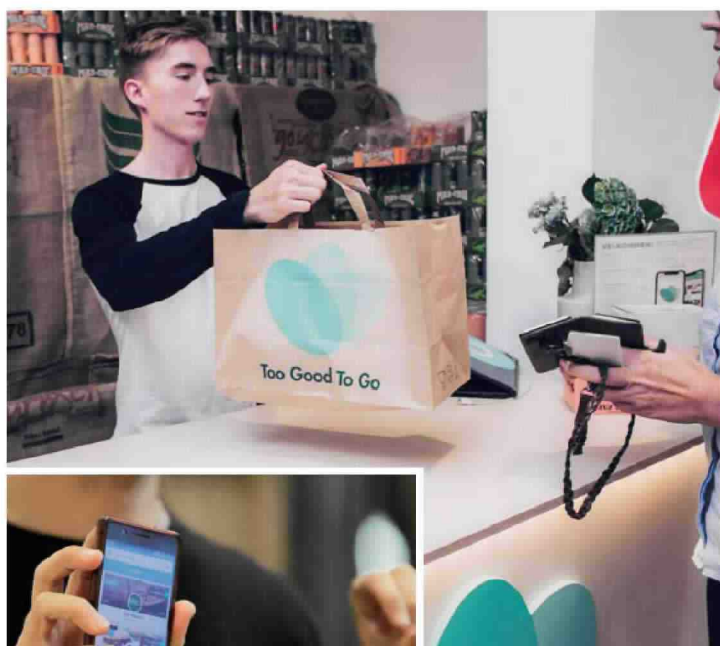
17 miliardi di euro l'anno
 il costo dello spreco alimentare in Italia.

SALVARE IL CIBO BUONO DALLA "MONNEZZA", OFFRIRLO CON LO SCONTO DIVENTA IDEA DI BUSINESS. NASCONO IMPRESE PROFIT, CHE FANNO BENE ALL'AMBIENTE, CREANO GUADAGNI E LAVORO DOVE C'ERANO SOLO RIFIUTI. E IN MOLTI CASI AIUTANO CHI HA BISOGNO. TUTTI VINCONO

CIBO SCONTATO? BELL'IDEA DI BUSINESS

I FATTI

Con il cibo sprecato, si potrebbe sfamare 4 volte chi nel mondo soffre di denutrizione. Un terzo della superficie agricola produce cibo che si butta. Ed entro il 2050 ci saranno un altro paio di miliardi di bocche da sfamare, secondo l'Onu. Sia in fase di produzione sia in fase di smaltimento, gli alimenti gettati incidono anche sulle emissioni di CO₂: ne generano quantitativi pari a quelli che produrrebbe il terzo Paese produttore mondiale (oggi, il terzo è rappresentato dall'Europa). Uno spreco assurdo, con numeri da paura anche in Italia: ogni anno buttiamo più di 10 milioni di tonnellate di cibo, 20 tonnellate al minuto, 317 kg ogni secondo, con una spesa di circa 700 euro a famiglia. In effetti, la responsabilità di tutto questo, per il 50%, è del consumatore. «La quantità di cibo che finisce in pattumiera pesa quanto 190 Titanic!». Un'immagine che evoca un catastrofico naufragio di risorse, con cui *Too Good to Go*, portale e App antispreco sbarcata questa primavera in Italia, ci fa visualizzare il quadro della situazione. Cercando di affrontarla.



STORIA 1

L'App dei "guerrieri"

«*Too Good to Go* nasce in Danimarca, da un gruppo di giovani che volevano combattere lo spreco alimentare, cui si sono uniti ragazzi francesi e inglesi. Ne è nata un'App e un portale, in cui vincono tutti: negozi, artigiani, ristoranti possono vendere le loro rimanenze di fine giornata. I consumatori acquistano Magic box con un contenuto a sorpresa, ma sempre cibo di qualità, a prezzi tra 2 e 6 euro. Basta registrarsi, geolocalizzarsi per trovare i negozianti che aderiscono, scaricare l'App, pagare e ritirare la borsa con il cibo» spiega Eugenio Sapora, general manager di *Too Good to Go* Italia, che sviluppa il progetto nel Belpaese, dopo l'esperienza con L'Alveare che dice Sì, comunità di acquisto diretto tramite produttori locali. «Cercavano qualcuno che si fosse occupato di sharing e green economy, sono felice che mi abbiano scelto. Siamo partiti a marzo a Milano, ci stiamo sviluppando a Torino e Bologna. Poi ci espanderemo in tutte le città italiane, a cominciare da Roma».

La reazione in Italia? «Positiva. In pochi giorni abbiamo avuto 300 adesioni tra i negozianti, 35mila nei Paesi in cui l'App è attiva. Da noi, siamo ancora una novità, ma cresciamo. Dal piccolo artigiano alle catene, come Carrefour ed Eataly. Ognuno può diventare un *waste warrior*».

Gli utenti come reagiscono? «Siamo esigenti con il cibo, ma le reazioni sono ottime: a Milano vendiamo l'80% dei box, a Torino il 100%».

Voi come guadagnate? «Riceviamo una fee variabile per ogni box. Non mettiamo barriere all'ingresso ai negozianti, che guadagnano dove prima il guadagno era zero. Possono disiscriversi quando vogliono. Vale anche per catene e franchising, che possono abbracciare un progetto di sostenibilità».

Quanti siete? «Oggi 8, ma cresciamo all'aumentare delle città coperte. Roma sarà la base per espanderci al Sud». I numeri dell'App nel mondo sono ottimi: 15 milioni di box acquistate, 36mila tonnellate di CO2 risparmiate. «*Too Good to Go* è la più importante realtà di riduzione del surplus alimentare al mondo» si legge sul sito. **INFO:** www.toogoodtogo.it



STORIA 2 Antispreco all'italiana



«Non ce la facevamo più a vedere il cibo buttato, soprattutto in occasione di eventi. Abbiamo sentito l'esigenza di fare qualcosa» racconta Paolo Rellini, 41 anni, agronomo e consulente aziendale. Lui e Marco Raspanti, 41 anni, fondatore e amministratore del Philip Kotler marketing Forum, due anni fa si sono dedicati a un progetto che oggi è diventato un'App e una piattaforma tecnologica, **Regusto**. Sono partiti da Roma e dall'Umbria (prossimo evento in programma, Umbria jazz), ricevendo finanziamenti regionali, dal Mise, premi (tra cui Vivere a spreco zero, www.sprecozero.it) e riconoscimenti da Invitalia. Finora hanno investito 200mila euro, lavorano in tre allo sviluppo, con il supporto di alcuni collaboratori commerciali, per la comunicazione e l'ufficio stampa. «Nei prossimi tre anni cresceremo. Dopo Roma e Perugia, Milano, nel 2019, lanceremo un crowdfunding per diffonderci a Vienna, Berlino, Londra e poi negli Usa» racconta Paolo. A oggi, **Regusto** interagisce con la pubblica amministrazione e Comuni, per monitorare e gestire le donazioni di cibo a enti non profit. Poi, sul versante business, ha coinvolto 16 ristoranti su Roma. Prerequisito: devono prevedere l'asporto (bar pasticcerie, gastronomie, street food). Come guadagnate? «Il ristorante prevede quanto cibo produrre, ma una parte di eccedenza giornaliera è probabile. Noi segnaliamo le offerte che si possono acquistare con sconti fino al 50%, in fascia pomeridiana serale, oppure le mettiamo in vendita a un prezzo dinamico, calcolato grazie a un nostro algoritmo, che diminuisce al passare delle ore. Il cliente trova i ristoranti disponibili, geolocalizzati, ordina e passa a prendere il piatto. Il ristorante usa il suo packaging, oppure la nostra **Regusto bag**, contenitori ecostostenibili, in polpa di cellulosa, di varie misure, che può anche personalizzare con il suo brand. **Regusto** trattiene una fee variabile sul prezzo del prodotto. Il nostro obiettivo di fatturato è 500mila euro, nel 2020». **INFO:** <https://regusto.eu>

