



# Il buono che avanza



Ogni anno nella grande distribuzione e nelle mense viene buttata via una impressionante quantità di ottimo cibo. Ma riciclarlo non è solo un gesto di solidarietà. È anche un affare molto conveniente.

di ALBERTO LAGGIA  
FOTO DI ATTILIO ROSSETTI



**N**on le trasmettono più quelle immagini di montagne d'agrumi e pomodori schiacciati dalle ruspe e mandati al macero. Si spreca di meno?

Neanche per sogno. A ricordarcelo sono i dati presentati nel *Libro nero dello spreco in Italia: il cibo*, il rapporto curato da Last Minute Market (Lmm), la società di ricerca e consulenza nata nel 1998 all'Università di Bologna, voluta dal professor **Andrea Segrè**, economista e preside della facoltà di Agraria.

Il rapporto, che a giorni uscirà anche in libreria per le **Edizioni ambiente**, rivela l'im-

pressionante entità dello spreco alimentare nel nostro Paese. Solo qualche cifra: il 30 per cento del cibo che acquistiamo finisce nella spazzatura, con una perdita economica di 37 miliardi di euro; ancor prima che il cibo arrivi sui nostri piatti, ogni anno se ne butta una quantità che potrebbe sfamare, sempre annualmente, oltre 44 milioni di abitanti, quasi una seconda Italia; senza questi sprechi alimentari **l'anidride carbonica emessa nei nostri cieli calerebbe di colpo del 15 per cento.**

Ma il professor "antispreco" e la sua Lmm, una minuscola Srl con 10 mila euro di capitale, composta da quattro giovani ricercatori di economia e altrettanti collaboratori, non si occupa soltanto di stimare le eccedenze e valutarne l'impatto economico e ambientale ma, pioniera assoluta in Italia, offre a imprese, amministrazioni e associazioni servizi innovativi di recupero e valorizzazione dei beni invenduti alimentari e non. Insomma, trasforma lo spreco in una risorsa.

**ANCOR PRIMA CHE I PRODOTTI ALIMENTARI ARRIVINO NEI NOSTRI PIATTI SE NE BUTTA VIA UNA QUANTITÀ CHE POTREBBE SFAMARE OGNI ANNO 44 MILIONI DI ABITANTI.**



**20 milioni**

di tonnellate di cibo ancora buono ogni anno finiscono tra i rifiuti

ATTUALITÀ **INCHIESTA**



IL RISTORANTE ALCE NERO.  
SOTTO: ANDREA SEGRÈ.  
A FIANCO: LA SEDE DI LAST  
MINUTE MARKET.

«Il principio è semplice», spiega Segrè: «Esiste da una parte un "donatore", che può essere l'azienda agroalimentare, l'ipermercato, una Asl, la quale ha l'interesse a gestire meglio gli ordini e a risparmiare sugli smaltimenti; dall'altra un "richiedente", cioè un consumatore senza potere d'acquisto, come può essere una comunità di recupero o una mensa della Caritas, che quel cibo perfettamente consumabile, altrimenti destinato a diventare rifiuto, sa come valorizzarlo. Basta far incontrare l'offerta e la domanda».

Ma, attenzione, e questa è la novità introdotta da Lmm: **dev'essere un incontro "sostenibile", il che significa senza ulteriori spese** per i soggetti interessati, né costi ambientali per i lunghi trasporti. Il gioco deve valere la candela, per tutti. «Perciò», continua il fondatore di Lmm, «dev'essere a chilometri zero». In base a questi principi elementari di economia, Lmm collabora ormai con 42 diverse realtà produttive o istituzionali in 15 regioni italiane. E i risultati stanno nei numeri: il centro agroalimentare di Veronamerco, grazie alla consulenza della società bolognese, nel 2009 ha recuperato e ridistribuito circa 170 tonnellate di frutta e verdura, con le quali è possibile soddisfare il fabbisogno di 340 mila persone per un intero anno.

Un altro esempio? A Bologna sono in media 83 i pasti completi non consumati e recuperati ogni giorno dalle mense degli Ospedali Sant'Orsola-Malpighi e Maggiore. Attraverso Lmm vengono distribuiti gratis a due enti

**17 milioni**

di tonnellate solo di frutta, verdura e cereali non raccolti

**5,3 miliardi**

di metri cubi d'acqua sprecata in agricoltura (che disetterebbe la popolazione del Kenya per 270 anni)



**L'ESPERIENZA DEL BANCO ALIMENTARE**

«Condividere i bisogni per condividere il senso della vita». È questo il messaggio forte che viene dall'esperienza più che ventennale del Banco alimentare, fondazione che in Italia recupera ogni anno 75.719 tonnellate di eccedenze alimentari deperibili da 700 aziende per ridistribuirle a 8.499 enti caritativi raggiungendo un milione e 500 mila poveri. I punti di raccolta in Italia sono 21, grandi depositi dove i cibi vengono stoccati in attesa di essere distribuiti agli enti che ne fanno richiesta. Ma c'è di più. Da circa tre anni è attiva in molte città italiane (Milano, Como, Roma, Firenze, Torino, Bologna, Bolzano, Pavia e Varese) l'esperienza Siticibo che consiste nel trasporto immediato di cibo deperibile dalle mense scolastiche e aziendali a 124 strutture caritative a cui vengono fatti pervenire 318.117 porzioni di piatti pronti, 100 tonnellate di prodotti da forno e 120 di frutta. Se queste sono le cifre che fanno del Banco alimentare una realtà unica in Italia, ciò che stupisce è l'esperienza umana dei suoi 1.397 volontari, che diventano 100 mila durante la Colletta alimentare. Rompendo il cerchio dell'individualismo questa esperienza educa a considerare il cibo un dono da non sprecare ma da condividere. **Marco Lucchini**, presidente del Banco alimentare, ce lo dice in modo semplice:

«Fin dall'origine del mondo il cibo è un dono che l'uomo si è trovato a disposizione, è un dato della realtà, è un bene sacro che non può dipendere dalle leggi del mercato, ma da quelle della condivisione».

**ALFREDO TRADIGO**





ATTUALITÀ **INCHIESTA**

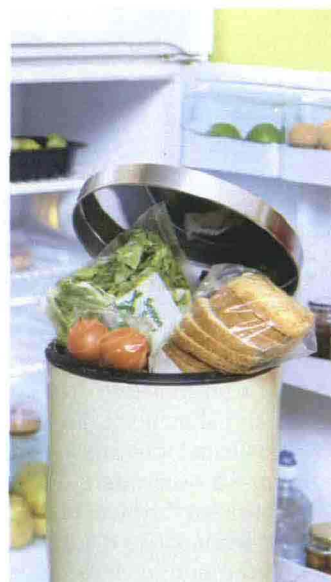
**454 euro**

buttati in alimenti scartati da ogni famiglia nel 2010

**35%**

di carne, uova, latte e formaggi acquistato da una famiglia finisce tra i rifiuti

Fonti: Last Minute Market e Adoc



di assistenza del territorio, l'associazione Matteo 25 e la cooperativa sociale La Rupe. «Si ottengono così due benefici», osserva Luca Falasconi di Lmm, curatore con Segrè del *Libro nero*: «Si offrono pasti di elevata qualità per gli ospiti dei due enti e, col risparmio sul cibo pari a circa centomila euro, la cooperativa ha assunto un giovane». Aggiunge Segrè: «Stiamo dimostrando che una società con meno sprechi è possibile, anzi conveniente, genera posti di lavoro. L'eccedenza è un difetto, un fallimento del mercato. I nostri progetti sono in primis economici e ambientali. La solidarietà è un derivato».

Ma lo scopo finale di Lmm è quello di **arrivare a raggiungere il livello certificato di "spreco zero" e, aggiungiamo noi, "solidarietà mille"**. Non è possibile? Venite a Bologna, in via Petroni, area nota per il degrado e lo spaccio d'alcol. A pochi metri di distanza dalla mensa dei poveri di Santa Cecilia, gestita da padre Domenico, da tre mesi ha aperto la cooperativa Alce-Nero, ristorante-caffè e negozio bio, il primo locale in Italia a "spreco zero" certificato Lmm: «Tutto è pensato per cucinare ad arte ma anche produrre ad arte, cioè senza sprechi», afferma **Lucio Cavazzoni**, presidente della cooperativa. Qui non si frigge, perciò niente oli esausti, l'acqua è di rubinetto, lampade ed elettrodomestici sono a basso consumo. E l'ottimo cibo e pasticceria che avanza ogni sera finisce direttamente nella vicina mensa di don Domenico. Il locale è già diventato uno dei più trendy di Bologna e il frate ringrazia, a nome dei frequentatori della mensa, per le squisite colazioni».

ALBERTO LAGGIA

**«MI PREPARI IL CONTO E LA DOGGY BAG»**

Si chiama *doggy bag*, viene dagli Stati Uniti ed è la borsetta che serve al cliente per recuperare il cibo non consumato al ristorante. Tra le sostenitrici più note di questo servizio c'è tra l'altro la first-lady americana Michelle Obama. Ora la *doggy bag* arriva anche in Italia. La si trova nella prima rete italiana di ristoranti ad "avanzi zero" che aderisce all'iniziativa "Il buono che avanza". A proporre l'idea antispreco è l'associazione Cena dell'amicizia, Onlus milanese che si occupa dei ristoratori della città proponendo loro di prestare l'ambiente per una campagna di riflessione sul valore del cibo e la gravità dello spreco alimentare. «Ai ristoranti abbiamo chiesto di esporre una locandina e di proporre ai clienti il sacchetto col nostro logo. Noi, invece, forniamo la parte informativa», spiega

**Massimo Acanfora**, responsabile della comunicazione dell'associazione milanese. A oggi i ristoranti che hanno aderito alla campagna sono una cinquantina, non solo di Milano ma anche liguri, romani e veneziani. Nel sito [www.ilbuonocheavanza.it](http://www.ilbuonocheavanza.it) si trova l'elenco dei locali. Partner dell'iniziativa sono il Comune e la Provincia di Milano, Slow Food, Legambiente e il Comieco (Consorzio nazionale recupero e riciclo degli imballaggi a base cellulosa). **A.L.**

