

» | Operazione recupero delle eccedenze alimentari

# «Ogni settimana 5 famiglie chiedono aiuto per il cibo»

## Lo rivela il Banco di Solidarietà. Provincia e Bennet in campo per gli aiuti

www.ecostampa.it

(a.cam.) Ogni settimana, cinque famiglie comasche si rivolgono al Banco di Solidarietà per chiedere generi alimentari e beni di prima necessità. «Lo stato di bisogno non è molto evidente ma la situazioni gravi sono tante», dice il presidente dell'ente Marco Mascetti. La risposta a questa esigenza arriva dalla campagna sull'eccedenza alimentare, che ha portato nel solo 2010 al recupero di quasi 300 tonnellate di cibo "salvato" dalla discarica e ridistribuito a chi ne aveva bisogno. La campagna - promossa dall'assessorato all'Ecologia della Provincia in collaborazione con il **Banco Alimentare** e la grande distribuzio-

ne - viene portata avanti grazie al lavoro dei 45 volontari di **Siti-cibo**. «Il lavoro di recupero delle eccedenze alimentari affianca una valenza sociale, di aiuto a chi ha bisogno, a un obiettivo ecologico di riduzione dei rifiuti destinati agli impianti di smaltimento - spiega Paolo Mascetti, assessore all'Ecologia di Villa Saporiti - Il tutto, naturalmente, senza dimenticare il valore educativo dell'intervento».

A Como, sono 16 i donatori di cibo: 3 mense scolastiche e altrettante aziendali, 2 hotel, 7 esercizi commerciali e un produttore di frutta e verdura. «Gli enti caritativi ai quali il cibo viene distribuito sono 72, per un to-

te di oltre 7mila persone che possono mangiare grazie a questa opera - spiega Massimo Caprotti del **Banco Alimentare** - Nel 2010 abbiamo recuperato 173 tonnellate di prodotti dall'industria alimentare, 90 dai punti vendita e 26 dalle mense. A questi si aggiungono 22mila porzioni di cibi già cucinati, recuperati e ridistribuiti entro le 24 ore». Tra i donatori di eccedenze alimentari, in prima fila il Gruppo Bennet di Gianna Ratti. «Oltre la metà dei prodotti recuperati e distribuiti dai volontari di **Siti-cibo** arriva dai nostri punti vendita e siamo naturalmente orgogliosi», dice Michele Tomaselli, il direttore marketing.



Da sinistra: Gianna Ratti, Mascetti, Tomaselli e una volontaria

