

Pluraliweb

Storie di associazioni e volontari



Se lo spreco diventa ricchezza...

Tonnellate di eccedenze e milioni di poveri

In Italia ci sono almeno 3 milioni e 600mila poveri in difficoltà alimentare (dati Agea 2012) ma, secondo Coldiretti, nell'ultimo anno sarebbe raddoppiato il numero di coloro che dichiarano di non potersi permettere un pasto adeguato. Sono persone che spendono meno di 220 euro mensili per le provviste alimentari. In questo numero affrontiamo il tema dello spreco e della capacità del volontariato di intercettare e ridistribuire le eccedenze alimentari. Ma non trascureremo di conoscere anche coloro che vigilano, come Oxfam, sui processi di produzione delle principali industrie agroalimentari nel mondo per "esortarle ad intraprendere tutte le misure necessarie per dare vita ad un sistema alimentare globale più equo".

Perché il 42% dello spreco è generato dal consumatore ma il 58% dalla catena di produzione delle industrie, compresa la ristorazione.

Un po' di numeri bastano ad inquadrare le dimensioni del problema: secondo la ricerca "Dar da mangiare agli affamati", promossa dal Banco Alimentare e realizzata dalla Fondazione per la Sussidiarietà e il Policlinico di Milano, le eccedenze

alimentari generate ogni anno in Italia sono pari a 6milioni di tonnellate per un valore stimato intorno ai 13 miliardi di euro.

In Toscana 576 strutture caritative offrono cibo, ogni anno, a quasi 100 mila persone. Dietro le quinte di questa rete efficiente e solidale c'è quasi sempre il Banco Alimentare. Un'associazione che dal 1996 opera anche in Toscana proprio con lo scopo di individuare le fonti di spreco, stoccare le merci recuperate, distribuire gratuitamente e quotidianamente ad enti convenzionati. Un mondo che ha dell'incredibile.

Un'organizzazione fondata sul turno serrato di 60 volontari attivi che, con capacità logistiche degne di una grande azienda, gestiscono 3,5 milioni di chili di prodotti alimentari l'anno.

Questa capacità permette agli enti caritativi riceventi di non dover spendere soldi per l'acquisto dei beni destinati ai propri assistiti. Ma permette anche, ai donatori della filiera agro-alimentare, di risparmiare i costi di smaltimento rifiuti nonché di beneficiare di sgravi fiscali. Ma non tutte le aziende lo fanno. Facciamo passaparola!

di *Cristiana Guccinelli*

TUTTO QUELLO CHE C'È DA SAPERE SULLE "10 GRANDI SORELLE" DEL CIBO

Scopri il marchio con Oxfam. Numeri e retroscena dell'industria alimentare

NON FACCIAMO SALTARE IL BANCO!

Dal 2014 spariranno gli aiuti alimentari Ue. L'appello di Leonardo Carrai a Confindustria Toscana

DAR DA MANGIARE AGLI AFFAMATI

Solo il 6% delle eccedenze alimentari va agli enti caritativi. I dati della Fondazione per la Sussidiarietà

DALLE MENSE SOCIALI AL FOOD SHARING

In Italia 15mila enti non profit sfamano 2,3 milioni di poveri



E POI...ONLINE



A EMPOLI I "LUNEDI DEL VOLONTARIATO"

"I Lunedì del Volontariato" è il titolo del ciclo di incontri promossi dalla Delegazione Cevot di Empoli che ha avuto inizio lo scorso 25 marzo

CESVOT AL FESTIVAL DEL VOLONTARIATO

Festival del Volontariato Villaggio Solidale, Lucca 11/14 aprile



Tutto quello che c'è da sapere sulle "10 grandi sorelle" del cibo

Scopri il marchio con Oxfam. Numeri e retroscena dell'industria alimentare



L'attuale sistema alimentare mondiale è al collasso: non garantisce né equità né sostenibilità. Per denunciare questa situazione, Oxfam Italia ha infatti di recente lanciato la campagna Scopri il Marchio, classificando le politiche attuate nel Sud del mondo dalle 10 maggiori aziende del settore alimentare.

LA FAME COLPISCE ANCORA 900 MILIONI DI PERSONE

Sebbene ci sia abbastanza cibo per tutti, a livello globale, ne viene sprecato ben un terzo. Oltre 1,4 miliardi di persone sono in sovrappeso mentre 900 milioni soffrono la fame, ovvero una persona su otto nel mondo non ha accesso al cibo. Secondo gli ultimi dati Fao, maggiore insicurezza alimentare la si registra in Africa, soprattutto nell'area sub-sahariana dove il 26,8% della popolazione soffre la fame. A seguire l'Asia e l'America Latina, dove rispettivamente sono colpiti il 14% e l'8% dei cittadini. Ma il fenomeno non risparmia nemmeno i Paesi sviluppati: qui è l'1,4% delle persone a soffrire di denutrizione. E per ironia della sorte, la stragrande maggioranza di coloro che nel mondo soffrono la fame sono i piccoli produttori agricoli e i braccianti che soccombono di fronte a leggi di mercato legate alla massimizzazione dei profitti, piuttosto che alla condivisione estesa dei benefici.

A tutto questo, si aggiungono dinamiche che esasperano ancora di più il problema: cambiamenti climatici che determinano una crescente instabilità delle rese agricole, la selvaggia fluttuazione dei prezzi alimentari causati dalla speculazione sulle materie prime, ma anche la domanda concorrenziale di beni agricoli non per uso alimentare, bensì energetico. In questo quadro è evidente che gli ingranaggi dell'attuale sistema alimentare mondiale vadano reimpostati per garantire equità di accesso e sostenibilità nell'uso delle sempre più scarse risorse naturali. Le responsabilità e le possibilità di cambiamento sono in capo a tutti gli attori: dai Governi alle imprese, dai produttori fino ai consumatori.

L'APPELLO AI CONSUMATORI

La campagna "Scopri il Marchio" ha acceso i riflettori sulle responsabilità delle "10 Grandi Sorelle" del cibo: Nestlé, Danone, Mars... solo per citarne alcune. Nel rapporto di ricerca diffuso da Oxfam, infatti, sono valutate le loro performance ambientali e sociali in relazione a 7 ambiti tematici cruciali per il raggiungimento di una produzione sostenibile: la gestione di terra e acqua; l'attenzione al genere; il rispetto dei diritti di lavoratori e contadini; il contrasto ai cambiamenti climatici; la trasparenza del loro operato. Nessuna di queste aziende fa abbastanza. Una riforma delle politiche e pratiche delle 10 più grandi multinazionali dell'alimentare, che da sole rappresentano all'incirca il 10% dell'economia mondiale, avrebbe delle ripercussioni enormi.

E qualcosa si sta già muovendo: è di questi giorni l'impegno che Nestlé e Mars hanno assunto, in risposta alle petizioni di oltre 60mila consumatori, per contrastare l'ineguaglianza di genere nelle loro filiere di produzione del cacao. Una buona notizia, dato che il cibo che si coltiva, come lo si coltiva e come viene distribuito è una questione che ha impatti su ogni singola persona del pianeta. Ed è con questo spirito che Scopri il Marchio vuole risvegliare le coscienze dei consumatori: nessuno di questi colossi dell'alimentare è così potente da poter restare indifferente alle richieste dei propri clienti, facciamoci sentire!

Per maggiori info e poter sottoscrivere la campagna di Oxfam: www.oxfamitalia.org/scopriilmarchio

Oxfam Italia è un'organizzazione non governativa nata in Toscana, parte della confederazione globale Oxfam, leader mondiale nei programmi di lotta alla povertà in ambito rurale. Si inserisce in un network di 17 organizzazioni che lavorano insieme in oltre 90 paesi e con più di 3.000 partner per sconfiggere l'ingiustizia della povertà nel mondo. Rappresenta la società civile nelle più importanti organizzazioni internazionali, dal Fondo Globale per la Lotta all'Aids all'advisory group del Comitato per la Sicurezza Alimentare Mondiale delle Nazioni Unite. Lavora attraverso programmi di sviluppo, interventi di emergenza, campagne di opinione e attività educative per coltivare un futuro migliore in cui tutti, ovunque, abbiano cibo a sufficienza. Sempre.

Oxfam Italia
Via Concino Concini, 19 – Arezzo
Tel. 0575 182481
www.oxfamitalia.org

Non facciamo saltare il Banco!

Dal 2014 spariranno gli aiuti alimentari Ue. L'appello di Leonardo Carrai a Confindustria Toscana

Abbiamo chiesto a Leonardo Carrai, presidente del Banco Alimentare della Toscana, di raccontarci l'impegno dell'associazione nata nel 1996 che oggi conta, nel solo territorio regionale, ben 576 enti convenzionati.

Il Banco Alimentare ha lo scopo di redistribuire le eccedenze alimentari ad enti e associazioni che si occupano di assistenza ai poveri e agli emarginati, trasformando lo spreco in ricchezza. Quali sono i principali progetti che sostenete?

I progetti sui quali stiamo lavorando nascono per rispondere al forte aumento delle richieste di cibo che abbiamo avuto negli ultimi tempi. Con la Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, quest'anno alla sua diciassettesima edizione, chiediamo agli italiani di donare un po' della loro spesa in aiuto dei più bisognosi. Da anni poi, con il progetto "Siticibo", stiamo lavorando sul recupero dalle imprese, dalle industrie agroalimentari e della grande distribuzione. Riusciamo anche a recuperare la frutta, il pane e i dessert dalla ristorazione collettiva (ad esempio quella scolastica, grazie alle 24 scuole coinvolte a Sesto, Campi e Signa) e prodotti già cotti e non scodellati – che verrebbero altrimenti gettati via – dalle mense aziendali di importanti industrie del territorio (Nuova Pignone, Gucci, Autostrade Spa, Galileo). Il recupero dei prodotti avviene utilizzando i nostri mezzi refrigerati, gli abbattitori di calore all'interno delle mense aziendali e le celle frigorifero nel nostro magazzino.

Il programma di aiuto alimentare introdotto in Europa per distribuire alle organizzazioni caritative le derrate alimentari provenienti dalle scorte d'intervento comunitarie, non sarà più attivo a partire da gennaio 2014. Quali ripercussioni avrà questa risoluzione sulla vostra attività?

Purtroppo avrà ricadute dirette su tutte le strutture che stiamo aiutando e che assistono ad oggi oltre 100.000 poveri nella sola Toscana. La legge nata nell'1987, che permetteva di trasformare i fondi della Comunità Europea in prodotti alimentari per i poveri, non esiste più e dal 1° gennaio 2014 per gli stati membri non ci saranno più assegnazioni di quote di prodotti da redistribuire. Al posto della vecchia legge (la Germania in primis ha voluto tale modifica), è stato approvato un finanziamento di 2,4 miliardi di euro per il triennio 2014-2017, che però non specifica per quali situazioni di povertà potrà essere utilizzata la quota-parte che toccherà ad ogni singolo stato membro. Bisognerà quindi capire come lo Stato italiano riceverà la normativa e come deciderà di ripartire i fondi che riuscirà ad intercettare. Stiamo dialogando con il Governo, anche insieme a Caritas e Croce Rossa, per capire come contribuire al tavolo di discussione che dovrà essere attivato tra le istituzioni ed il volontariato.

A fronte dell'imminente riduzione di generi alimentari, il Banco sta portando avanti un percorso di coinvolgimento delle aziende toscane del settore alimentare. Quali misure prevede?

Vorremmo incentivare i produttori e i commercianti di prodotti alimentari a donare le eccedenze al Banco. Penso che ogni imprenditore o commerciante sarebbe contento di partecipare a questo circolo virtuoso, dove nulla va sprecato, e che permette di dare un contributo sociale enorme. Con l'aiuto che ci potrà dare Confindustria, vogliamo farci conoscere meglio dal mondo dell'agroindustria toscana, che spesso non è al corrente delle possibilità che abbiamo nel gestire i prodotti e redistribuirli a chi ne ha bisogno.



Non facciamo saltare il Banco!

<<

Il 2 maggio a Firenze organizzate il convegno "Dar da mangiare agli affamati. Le eccedenze alimentari come opportunità". Quale è lo scopo dell'iniziativa?

Lo scopo è appunto quello di far emergere il tema dello spreco alimentare e di far conoscere l'attività di recupero del Banco a tutto il mondo dei produttori, distributori e commercianti di prodotti alimentari della nostra regione. Il convegno nasce dalla collaborazione con Ente Cassa di Risparmio di Firenze, che ci sostiene da anni nel nostro lavoro di volontari, dalla sinergia avviata con Confindustria Firenze, che può far da leva per divulgare la nostra attività, e dalla collaborazione con Fondazione per la Sussidiarietà, che ha contribuito insieme alla Fondazione Banco Alimentare Italia alla prima vera ricerca sullo spreco alimentare, conclusasi con la pubblicazione del libro "Dar da mangiare agli affamati. Le eccedenze alimentari come risorsa". Il volume verrà presentato durante il convegno del 2 maggio.



IL PUNTO DI VISTA

di Alessandro Perego

Dar da mangiare agli affamati

Solo il 6% delle eccedenze alimentari va agli enti caritativi. I dati della Fondazione per la Sussidiarietà

Ogni anno in Italia 6 milioni di tonnellate di cibo finiscono nella spazzatura, pari a 13 miliardi di

euro l'anno. Questi dati sono tratti dalla ricerca "Dar da mangiare agli affamati. Le eccedenze alimentari come opportunità"

realizzata dalla Fondazione per la Sussidiarietà in collaborazione con il Politecnico di Milano che verrà presentata dal Banco Alimentare della Toscana a Firenze il prossimo 2 maggio.

Dalla ricerca si evince che la maggior parte dell'eccedenza pari al 58% viene generata dagli attori eco-

nomici, il 42% dai consumatori finale. Concentrando l'attenzione sull'eccedenza generata dagli attori economici è stato stimato che il 66,5% dell'eccedenza viene generata nel settore primario, il 5,2% nello stadio di trasformazione, il 22,3 in quello della distribuzione e il 6,05 in quello della ristorazione.

Il fenomeno dell'eccedenza alimentare è un fenomeno importante, soprattutto in questo momento di crisi del Paese. L'obiettivo principale della ricerca è stato quello di spostare l'attenzione dal puro sensazionalismo – si sprecano molti milioni di tonnellate di alimenti





– alla creazione di modelli e strumenti volti a suggerire una strategia concreta per la riduzione all'origine delle eccedenze o quanto meno per la loro gestione – in modo socialmente utile – una volta che siano state generate.

Ad oggi, gran parte dell'eccedenza alimentare diviene spreco a livello sociale, cioè non viene recuperata per il consumo umano. Solo una piccola parte – poco più del 6% – è donata a food banks ed enti caritativi. Serve innanzitutto un cambiamento culturale, occorre che all'interno delle imprese l'eccedenza, che è un fenomeno fisiologico, sia correttamente gestita una volta che si è generata. Correttamente gestita significa che ci accorgiamo per tempo che c'è dell'eccedenza, la si conferisce a degli intermediari specializzati come il Banco Alimentare che a loro volta la donano a chi ne ha veramente bisogno.

Alla presentazione della ricerca interverrà anche Andrea Giussani, presidente della Fondazione Banco Alimentare Onlus, realtà che dal 1989 recupera le eccedenze e le redistribuisce a oltre 8.000 strutture caritative in tutta Italia che assistono a loro volta 1.800.000 poveri. "Se da un lato i risultati ci allarmano – rileva Giussani – per i volumi di spreco evidenziati, dall'altro ci rassicurano sulle scelte intraprese e ci stimolano a dare il massimo. Questa ricerca rappresenta una finestra sulla realtà per tutti gli attori della filiera agroalimentare, industrie e distributori in primis, e mi auguro li stimoli a considerare sempre più 'strategico' il donare le proprie eccedenze a chi – come la Rete Banco Alimentare – con costanza e continuità quotidianamente combatte la povertà e il disagio sociale attraverso il recupero e la redistribuzione delle eccedenze".

In definitiva occorre una chiara definizione della gerarchia di utilizzo delle eccedenze

da parte degli attori della filiera e un impegno congiunto di imprese, food banks, enti caritativi, famiglie e attori pubblici per l'identificazione, valorizzazione e diffusione delle pratiche virtuose. L'impegno congiunto potrebbe portare a recuperare più di 3 milioni di tonnellate di cibo, con un costo per la collettività relativamente ridotto, in rapporto al beneficio ottenibile.

Alessandro Perego è, insieme a Paola Garrone e Marco Melacini, autore del volume "Dar da mangiare agli affamati. Le eccedenze alimentari come opportunità", Edizioni Guerrini e Associati 2012.

Dalle mense sociali al food sharing

In Italia 15mila enti non profit sfamano 2,3 milioni di poveri



Chi sono e quanti sono in Italia i "poveri di cibo"? Secondo l'ultima Relazione Agea - Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura oggi nel nostro Paese vivono 3 milioni e 600mila persone bisognose di sostegno alimentare. Nel 2010 erano 2 milioni e 700mila. Grazie alla prima indagine sulla povertà alimentare in Italia condotta dalla **Fondazione per la Sussidiarietà**, sappiamo che si tratta soprattutto di uomini tra i 35 e i 64 anni, di nazionalità italiana. La presenza più consistente si registra nel Lazio, quello più bassa in Toscana, regione che registra anche il più alto numero di mense sociali, seguita da Lombardia ed Emilia Romagna.

Se la distribuzione dei pacchi alimentari rappresenta la soluzione più diffusa per contrastare la povertà di cibo, negli ultimi anni si registra in un aumento delle persone che ricorrono alle "mense dei poveri". Le più diffuse sono le mense **Caritas**, ben 449: il 26,5% è al Sud e il 24% al Centro. Il 30,7% è gestito da parrocchie e il 17,5 lavora in convenzione con l'ente pubblico. Le mense Caritas impiegano quasi 22mila operatori, di cui oltre 20mila sono volontari, ed erogano ogni giorno 16.514 pasti, oltre 6 milioni l'anno (Rapporto Caritas Povertà 2012).

L'indagine della Fondazione per la Sussidiarietà offre anche la prima 'fotografia' degli enti non profit che in Italia si occupano di povertà alimentare. Sono 7 organizzazioni nazionali, 249 regionali e quasi 15mila organizzazioni locali che distribuiscono pasti e derrate alimentari a 2 milioni e 300mila persone. Solo alla rete del Banco Alimentare fanno capo 8mila enti che complessivamente offrono sostegno alimentare a 1 milione e 700mila persone.

Con l'aggravarsi della crisi economica e l'imminente chiusura del Fondo alimentare europeo (leggi l'intervista a Leonardo Carrai) alcune organizzazioni non profit hanno lanciato importanti campagne contro spreco di cibo e per il recupero e la redistribuzione di quei 6 milioni di eccedenze che ogni anno produce in Italia l'industria agro-alimentare (leggi l'intervento di Alessandro Prego).

In prima linea il **Banco Alimentare** che in Toscana conta 576 enti caritativi convenzionati e distribuisce ogni anno oltre 3mila tonnellate di prodotti alimentari. Con il sostegno di Cesvot, il



Banco Alimentare della Toscana ha avviato il progetto "Il cibo indispensabile" per rafforzare la collaborazione con le aziende agro-alimentare e incrementare il recupero delle eccedenze.

Spingere sempre più aziende ed esercizi commerciali a donare prodotti alimentari in eccedenza è anche l'obiettivo del progetto promosso da Caritas e Comune di Livorno con Cna, Confcommercio, Confesercenti e Legacoop. Ma associazioni ed enti non profit guardano anche ai modelli di sviluppo e produzione agricola, come l'associazione Italia-Nicaragua che, sempre a Livorno con il contributo di Cesvot, organizza un corso per capire come intervenire sulle filiere di produzione e commercializzazione del cibo.

Garantire un sistema alimentare 'giusto' guardando al Sud del mondo è lo scopo di Oxfam, attiva in Italia dal 2010, e della campagna "**Coltiva**" "perché quasi 900 milioni di noi va a letto a stomaco vuoto. Non perché manchi il cibo, ma per via di un sistema alimentare ingiusto, in cui chi ha il potere - poche, grandi imprese e pochi, grandi governi - decide chi mangia e chi va a letto senza cena" (leggi l'intervista a Federica Corsi).

Sul fronte degli sprechi, invece, opera dal 2003 **Last Minute Market**, uno Spin Off dell'Università di Bologna che ha messo a punto il primo sistema professionale di riutilizzo di beni invenduti dalla grande distribuzione organizzata, tra cui prodotti alimentari 'freschi' e 'freschissimi'. Attivo in 12 regioni italiane con 40 progetti, Last Minute Market ha realizzato anche la campagna "Un anno contro spreco" e il primo Questionario sullo spreco domestico in Italia, dal quale emerge che lo spreco di cibo del 64% degli italiani è pari ogni settimana a 5 euro.

Ridurre gli sprechi e condividere il cibo può essere più facile se si ricorre alla comunicazione online. Questa è la scommessa di **I Food Share**, la prima piattaforma web italiana di food sharing nata in Sicilia dall'idea di 4 ragazzi. Lo scopo è chiaro: far incontrare, in modo semplice e veloce, associazioni, parrocchie, aziende, cittadini per recuperare alimenti e quindi redistribuirli a chi ne ha bisogno.



No logo, no party!



Tante volte in questa rubrica ho insistito con "less is better" (meno è meglio). Questa volta la campagna del mese non è propriamente una campagna, ma un cartello vetrina, una di quelle scritte adesive che vediamo a bizzeffe nei nostri punti vendita abituali, ed ai quali magari non facciamo nemmeno caso.

L'ho scelto perché rappresenta una vera e propria lezione di quanto siano importanti in comunicazione parole come semplicità, coerenza, equilibrio, evoluzione. Una lezione anche per me.

Il soggetto è Big Store, catena di supermercati attiva nel nostro paese, che aiuta la Fondazione Banco Alimentare raccogliendo e consegnando i prodotti vicini alla scadenza: Banco Alimentare si occuperà poi di re-distribuire la merce alle innumerevoli associazioni caritative (oltre 500 solo in Toscana) per la consegna a persone bisognose.

Come sempre, ricordo che un buon messaggio pubblicitario è fatto di due componenti: l'immagine e le parole. In questo caso sia l'immagine che le parole sono un elogio della semplicità, con un'immagine semplice (il cuore di pasta) che segnala con grande empatia valori come amore, vicinanza, affetto, ed un bilanciamento raggiunto attraverso l'uso di una body copy (il testo) di impatto emotivo.

Poche informazioni, ben separate ed identificabili (equilibrio=chiarezza).

Il modello A.I.D.A. trova qui una sintesi perfetta: Attenzione attraverso l'immagine, Interesse con la body copy, Desiderio e Azione sublimati, il blu del fondo a ricordare l'azzurro della maglia della nazionale di calcio (o il blu Barilla...) in ogni caso rendendo il cuore di pasta ancora più visibile. Elias St. Elmo Lewis (che nel 1898 ideò il modello AIDA) ne sarebbe davvero fiero.

Niente da dire: immagine perfetta. Allora insisto a cercare il suggerimento di chi conosce il mestiere: e allora torno al contesto, ma soprattutto ai concetti iniziali, e mi accorgo che non c'è il logo del Banco Alimentare.



In questo caso, quindi, l'azione di solidarietà (almeno dal punto di vista visivo-pubblicitario) è in capo al solo soggetto "privato", mentre al soggetto "sociale" non viene dato risalto visivo: questo tipo di problematiche si riscontra spesso, una specie di pudore, di timore ad esporsi, quasi che fare pubblicità al proprio logo sminuisca il valore etico dell'azione.

Al contrario, direi: affermare di avere fatto una azione, sostenere la propria visibilità, permettere al consumatore di ricordare, di memorizzare il messaggio insito anche in un semplice logo, è il miglior viatico per le azioni successive.

In ogni occasione, quindi, vi suggerisco di approfittare della visibilità per dare risalto al vostro logo, alla vostra immagine; immaginate quante persone vedono un adesivo su una porta, e quanti di più avrebbero potuto vedere (e ricordare) il logo del Banco Alimentare. E quanti di più, oggi, se lo ricorderebbero.

Alla prossima, e...fate pubblicità!

Per le foto di questo numero ringraziamo i volontari del Banco Alimentare della Toscana e dell'associazione L'Aurora Onlus di Firenze



MARZO 2013

CESVOT
CENTRO SERVIZI VOLONTARIATO TOSCANA

Pluraliweb

Storie di associazioni e volontari

La redazione di Pluraliweb è a cura del Settore Comunicazione di Cesvot ed è composta da **Cristiana Guccinelli** direttore responsabile, **Cristina Galasso**, **Rosa Rovini** ed **Elisa Giannini**.

Per contattare la redazione:
redazione@cesvot.it - www.pluraliweb.cesvot.it
Tel. 055 271731