

INTERVISTA | **Andrea Segré** | Università di Bologna

# Aiutare il prossimo con il last minute

«**S**e tutte le imprese della grande distribuzione organizzata destinasero i prodotti invenduti e invendibili alle onlus, ogni anno si potrebbero recuperare 150 tonnellate di alimenti da ogni supermercato d'Italia. Significa l'1% del fatturato totale di un operatore medio o, in termini più concreti, cinque tir carichi di cibo». Così Andrea Segré, preside della facoltà di agraria all'Università di Bologna e autore del libro "Elogio dello Spreco", descrive il cuore del progetto "last minute market": un'idea nata nel mondo universitario grazie alla collaborazione di giovani studenti e professori.

**Professore, cosa intende per "elogio dello spreco"?**

È una provocazione: ovviamente gli sprechi vanno combattuti, ma bisogna comunicare l'idea che gli scarti dei supermercati possono e devono essere destinati alle onlus. Così, quel-

lo che per un'impresa è un inutile rifiuto, diverrebbe un pasto per chi ne ha bisogno, recuperando un valore intrinseco e sociale al tempo stesso. L'interrogativo di fondo è: si può trasformare lo spreco in risorsa? E la risposta, in questo caso, è sì.

**Evitare gli sprechi è una questione di responsabilità sociale per le imprese della Gdo?**

Sì, ma non solo: la produzione di un minor quantitativo di rifiuti implica anche una riduzione dei costi di smaltimento. I prodotti donati alle onlus, inoltre, sono esenti da Iva, e il ritorno in termini di immagine è immediato.

**E i costi di trasporto dei beni donati?**

In realtà non ve ne sono, perché il sistema del last minute market si fonda sul principio della prossimità. Ogni distributore destina il proprio invenduto a una onlus che serve la medesima comunità di riferimen-

to. Questo "progetto antispreco" è dunque applicabile alla Gdo ma anche a tutti gli anelli della filiera agroalimentare che normalmente comportano uno spreco di cibo.

**Qual è la diffusione del "last minute market" ad oggi?**

Il progetto è attivo e declinato in sedici città italiane, e stiamo pensando di portarlo anche in Brasile e in Argentina: Paesi dove ci sono pochi ricchi che sprecano molto, e molti poveri che possono beneficiare del cibo recuperato. Questo successo dimostra in pieno la sostenibilità del last minute market, che funziona perché tutti guadagnano: la Gdo, le onlus, i portatori di bisogni e, complessivamente, la società intera. Il merito è dei ragazzi, che si avvicinano al progetto dal mondo dell'università da cui last minute market è nato. Lo fanno per passione, ma ottengono anche una retribuzione: tra i nostri finanziatori ci sono imprese, catene distributive, co-

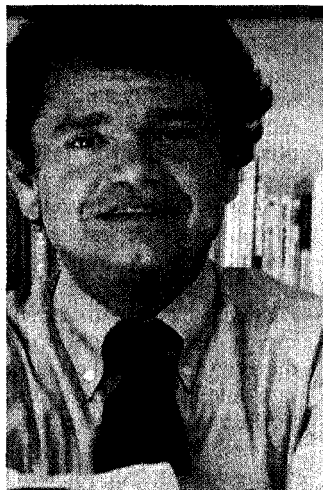
muni e persino multiutility interessate a eliminare i rifiuti. Ovviamente, nulla è chiesto a enti e associazioni no profit.

**Che altro si può fare per combattere gli sprechi?**

Bisogna sensibilizzare l'opinione pubblica: il festival dell'alimentazione di Milano è un'occasione molto importante. E sì che il paradosso dovrebbe essere evidente: una parte del mondo soffre la fame e l'altra spreca del cibo. Ma il tema non è affatto scontato, e non se ne parla certo troppo. Il costo è elevato anche sul fronte economico e ambientale, con lo smaltimento dei rifiuti che presenta serie difficoltà. Dobbiamo darci da fare per risolvere il problema. Cominciando magari con l'acquistare quello yogurt vicino alla data di scadenza.

**An.Cu.**

**UN PROGETTO SOSTENIBILE**  
**«Il sistema funziona perché tutti guadagnano: la Gdo, le onlus, la società intera»**



**Scrittore.** Andrea Segré, 47 anni

