



2019 VENTI ANNI DI LAST MINUTE MARKET



DIVENTA IMPRESA SOCIALE, NEL SUO 20° COMPLEANNO, LO SPIN OFF UNIVERSITARIO CHE HA CAMBIATO IL MODO DI GUARDARE ALLO SPRECO DEL CIBO: DAL RECUPERO ALLA PREVENZIONE, DAL MONITORAGGIO ALLA SENSIBILIZZAZIONE DEI CITTADINI ATTRAVERSO IL MOVIMENTO E LA CAMPAGNA SPRECO ZERO.

LAST MINUTE MARKET, GRAZIE AL NETWORKING CON 350 PUNTI VENDITA E OLTRE 400 ENTI DEL TERZO SETTORE, RECUPERA ANNUALMENTE 55MILA PASTI COTTI, PRODOTTI ALIMENTARI PER UN VALORE DI 5,5 MILIONI €, FARMACI PER 1.000.000 € E PIU' DI 1000 TONNELLATE DI PRODOTTI NON ALIMENTARI. NELLA SOLA EMILIA ROMAGNA DAL 2007 AL 2016 HA RECUPERATO PRODOTTI PER UN VALORE COMPLESSIVO DI 22 MILIONI €.

LAST MINUTE MARKET, CON LA CAMPAGNA SPRECO ZERO E L'UNIVERSITA' DI BOLOGNA – DISTAL, È FRA I PROMOTORI DELLA 6ª GIORNATA NAZIONALE DI PREVENZIONE DELLO SPRECO CHE SARA' CELEBRATA LUNEDI' 4 FEBBRAIO ALLA FAO. E CON L'OSSERVATORIO WASTE WATCHER DA 7 ANNI CURA IL MONITORAGGIO DEI DATI NAZIONALI SULLO SPRECO E LE ABITUDINI ALIMENTARI DEGLI ITALIANI.

BOLOGNA – Vent'anni di Last Minute Market: quando, nell'autunno 1998, nella Facoltà di Agraria dell'Università di Bologna nasceva l'idea del recupero a fini solidali di beni invenduti della grande distribuzione, era difficile prevedere che quell'azione, così intuitiva nella sua concezione - ridurre le eccedenze di cibo alimentando i bisognosi - potesse diventare una sorta di "laboratorio" anticipatore di

grandi questioni che caratterizzano il mondo contemporaneo. «La crisi economica era lontana, la povertà relativamente ridotta, la pressione ambientale ancora poco sentita, lo spreco alimentare un fenomeno quasi sconosciuto», spiega **Andrea Segrè**, allora docente di Economia Agroalimentare, **ideatore e fondatore dello spin off dell'Università di Bologna** che ha cambiato nel tempo il modo di guardare allo spreco alimentare: dal recupero alla prevenzione, dal monitoraggio dei dati alla sensibilizzazione dei cittadini attraverso la campagna Spreco Zero. Un obiettivo diventato metodo e movimento di pensiero diffuso a livello internazionale. «Dal 1998 – ricorda ancora Segrè - assieme a un gruppo di giovani studenti abbiamo studiato lo spreco alimentare come occasione di riscatto, promuovendo il dono come valore di relazione fra chi ha un'eccedenza alimentare e chi soffre una carenza nutrizionale. Con i primi tentativi di applicazioni abbiamo capito che coniugare la solidarietà sociale con la sostenibilità ambientale ed economica - producendo meno rifiuti e riducendo i costi dello smaltimento - era possibile grazie a **un sistema efficiente nell'uso delle risorse naturali ed economiche e rispettoso delle "risorse" umane. Un modello win win nel quale "vincono" tutti, donatore e donatario insieme all'ambiente**».

«Questa è una storia di successo iniziata vent'anni fa», dice il **Rettore dell'Università di Bologna Francesco Ubertini**. «Un'avventura che nasce all'interno dell'Università partendo da un'idea originale, innovativa e ad alto impatto sociale che a poco a poco, grazie a studenti, ricercatori e docenti si trasforma uno spin-off. **Una bellissima storia che testimonia le potenzialità delle università: quando si lavora insieme al territorio è possibile creare valore per tutta la società.** È un bell'esempio di quello che oggi chiamiamo terza missione. Non a caso quest'esperienza è partita da un tema centrale - quello della sostenibilità - che oggi è uno degli assi portanti del piano strategico dell'Università di Bologna». «Un modello – osservano **Luca Falasconi e Matteo Vittuari**, allora studenti ed oggi docenti al **Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agroalimentari** - che nasce fra i banchi dell'Università e da lì si trasferisce dietro le scrivanie dapprima della Facoltà di Agraria e poi del Dipartimento di Scienze e tecnologie agro-alimentari, diventando progetto di ricerca. I risultati scientifici maturati in 20 anni sono tantissimi tra i più importanti ci sono **22 articoli pubblicati in riviste indicizzate** (altri ancora sono in fase di revisione), **altri 36 tra monografie e articoli pubblicati in testate non indicizzate**. Ma non possiamo non menzionare i **2 progetti finanziati dall'Unione Europea attraverso i fondi FP7 e Horizon 2020 e i tre progetti nazionali sostenuti e finanziati dai nostri Ministeri**. Ed infine, ma non perché meno importanti, **più di 100 tesi scritte (tra quelle di Dottorato e quelle di Laurea) da studenti che hanno contribuito con il loro sforzo e tempo al consolidamento scientifico dell'idea prima e del modello poi**. Riprendendo la definizione di Schumpeter sull'imprenditore innovatore e trasponendola al ricercatore, **il percorso che è stato fatto in questi 20 anni è stato quello di individuare e portare avanti nuove possibilità di ricerca, laddove tutti affermavano che avremmo fallito. I risultati si vedono: abbiamo realizzato nuovi prodotti e servizi, introdotto nuovi metodi di gestione dei prodotti alimentari, aperto nuovi mercati di sbocco attraverso il recupero a fini solidali**».

LAST MINUTE MARKET, 20 ANNI DOPO

Oggi **Last Minute Market**, trasformatosi in **impresa sociale** proprio allo scoccare dei suoi primi 20 anni sotto la **presidenza** del suo fondatore **Andrea Segrè**, grazie al **networking con 350 punti vendita e oltre 400 enti del terzo settore recupera annualmente 55mila pasti cotti, prodotti alimentari per un valore di 5,5 milioni €, farmaci per 1.000.000 € e più' di 1000 tonnellate di prodotti non alimentari**. Nella sola **Emilia Romagna** dal 2007 al 2016 **Last Minute Market ha recuperato prodotti per un valore complessivo di circa 22 milioni € con il coinvolgimento di 132 Enti beneficiari diretti, 113 donatori, 52 Comuni**. «**Last Minute Market non poteva che nascere a Bologna – osserva Andrea Segrè - città del cibo ma anche dell'accoglienza e della sostenibilità**. Perché lo spreco è il rovescio del cibo: con i progetti di recupero e prevenzione, con l'educazione alimentare che promuoviamo attraverso la **campagna Spreco Zero e Fondazione FICO, il cerchio comincia a quadrare**. Non solo per il mercato dell'ultimo minuto ma per una società che deve necessariamente evolvere in chiave sostenibile e circolare».

«Dal punto di vista operativo - **sottolinea l'AD Last Minute Market Matteo Guidi** - il dato **significativo non è tanto quello quantitativo, seppure resti un indicatore importante, ma il grado di innovazione** dei progetti e servizi sviluppati negli anni. **LMM infatti non ha mai smesso di innovare, anticipando spesso le normative** e direttive in materiale ambientale e di economia circolare. Dopo il periodo di ricerca, a inizio anni 2000 ha messo a punto il primo servizio di **recupero sistematico e professionale per la GDO alimentare**, in particolare con Conad. Nel 2004 è stato sperimentato il **recupero di farmaci** invenduti dalle farmacie nel comune di Ferrara. Sempre nel comune di Ferrara, nel 2005 ha studiato e sperimentato il primo **sconto sulla tassa dei rifiuti** a favore delle aziende che recuperavano prodotti alimentari. Nel 2010 è stato sviluppato un servizio di **recupero di farmaci dai cittadini**, con e Hera SpA, con la quale, nel 2012, è stato attivato il **recupero di beni ingombranti** sempre dai cittadini. Nel 2016 ha messo a punto insieme a Camst, un metodo di monitoraggio degli scarti nelle **mense scolastiche**, e nel 2018 è stato implementato il primo recupero strutturato dalla **distribuzione non alimentare**, con Leory Merlin Italia, di tutti quei beni non alimentari che rimangono invenduti, ma possono diventare un'importante risorsa per le organizzazioni no profit. Continueremo a studiare e innovare ancora, perché l'obiettivo, lo spreco zero, è ancora lontano». Ad alimentare l'intuizione di Last Minute Market era stata **l'iniziativa pionieristica promossa dal 1985 al CAAB – Centro Agroalimentare di Bologna, per iniziativa delle suore Missionarie del Lavoro guidate da Matilde Lego**: nell'ambito del loro apostolato al Mercato per due volte alla settimana, nelle mattinate del mercoledì e del venerdì, con 25 volontari si occupavano del recupero e dell'impacchettamento dell'ortofrutta di eccedenza, ancora edibile e certificata dall'autorità sanitaria, distribuito a decine di realtà bolognesi fra comunità, enti di solidarietà e associazioni caritative. **Nel 2003 in un ipermercato di Bologna prendeva avvio il primo progetto operativo di recupero attraverso la Cooperativa Carpe Cibus** che, **nel 2008, si trasformava in spin off universitario Last Minute Market**, diventando caso di studio nazionale ed europeo, un motore concreto di innovazione sociale, economica e ambientale.

Il modello di recupero del cibo di Last Minute Market si è esteso anche a beni non alimentari - libri, farmaci, decorazione, illuminazione, giardinaggio, arredamento e altri beni ingombranti dei cittadini - e l'approccio si è focalizzato dal recupero alla prevenzione, intesa come miglior antidoto contro lo spreco: meglio agire prima che il danno sia fatto. **Last Minute Market opera sul territorio nazionale e soprattutto in Emilia Romagna, Veneto, Marche, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Toscana, Lazio, Puglia**, interagendo con la grande distribuzione, la ristorazione, gli Enti pubblici, le realtà del Terzo Settore. Recupero delle eccedenze, formazione e prevenzione dei rifiuti sono gli ambiti operativi attuali.

LA SENSIBILIZZAZIONE: DA SPRECO ZERO A WASTE WATCHER

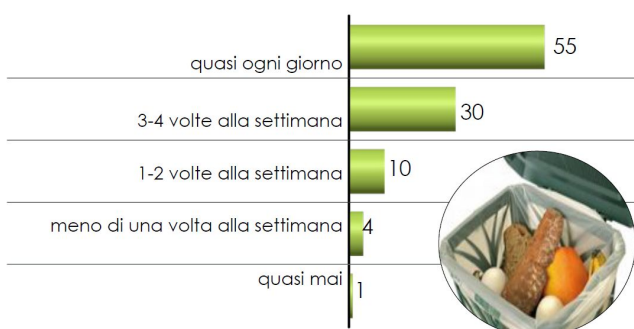
Nel 2010 Last Minute Market ha avviato la campagna Spreco Zero, diventata movimento di pensiero, presidio concreto e motore di interventi e sensibilizzazione sul tema. **Sin dal 2010 Spreco Zero ha fissato** con la sua Dichiarazione congiunta – siglata da tante personalità e istituzioni nazionali e comunitarie - alcuni **obiettivi chiave, ripresi poi dalla Risoluzione del Parlamento Europeo** del 19 gennaio 2012, il primo e unico atto ufficiale sul tema a livello comunitario. «Dimezzare lo spreco alimentare nei Paesi UE entro il 2025 rimane l'obiettivo ufficiale che l'Europa si è data allora - **sottolinea il presidente di Last Minute Market Andrea Segrè** - **Al nuovo Parlamento, che entrerà in carica dopo le elezioni di maggio, e alla nuova Commissione europea rilanceremo la nostra richiesta di indire un Anno Europeo dedicato alla Prevenzione dello spreco alimentare. E chiederemo che la Giornata Nazionale del 5 febbraio possa diventare Giornata Europea di impegno sulla questione dello spreco di cibo.** Anche in Italia possiamo migliorare, a cominciare dai banchi di scuola: l'obiettivo è che l'educazione alimentare e ambientale diventino parte essenziale di quella "Educazione alla cittadinanza" richiesta dall'ANCI attraverso la recente legge di iniziativa popolare». **Contestualmente, per iniziativa del fondatore Andrea Segrè, prendeva forma in partnership con Swg l'Osservatorio nazionale Waste Watcher sugli sprechi e le abitudini alimentari degli italiani:** un monitoraggio costante diventato riferimento per tutte le realtà che operano in Italia sul tema. **Con il**

Ministero dell'Ambiente e l'Università di Bologna – Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agroalimentari, attraverso il progetto Reduce Waste Watcher ha realizzato il primo monitoraggio reale - e non semplicemente percepito - dello spreco alimentare domestico nelle famiglie italiane, misurando e 'pesando' lo spreco nelle nostre case. Il monitoraggio Waste Watcher ha permesso di rilevare i primi risultati della sensibilizzazione avviata in questi anni: **eloquente il raffronto fra i dati 2014 e quelli 2018 rispetto alle abitudini dello spreco. Se nel 2014 1 italiano su 2 dichiarava di gettare cibo quasi ogni giorno, nel 2018 solo l'1% ha dichiarato di cestinare il cibo. Molto resta da fare, ma l'impegno per la prevenzione dello spreco alimentare ha iniziato a dare i suoi frutti.**

2014

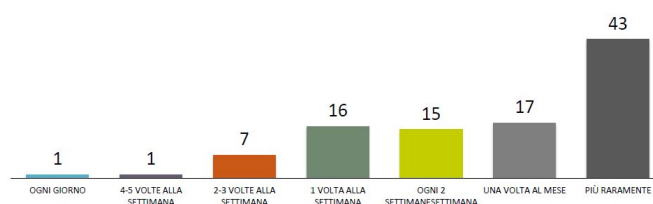
2018

Quanto spesso le capita di buttare avanzi o cibo che non considera più buono?



La frequenza dello spreco alimentare

Quanto spesso le capita di buttare avanzi o cibo che non considera più buono?



Non possiamo non citare la sottoscrizione e il lancio della “Carta di Bologna contro lo spreco alimentare” avvenuto nel Novembre del 2014 nell'ambito del Semestre di Presidenza italiana dell'Ue. Carta ideata e scritta in modo congiunto tra Il Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-alimentari, Last Minute Market promossa il Ministero dell'Ambiente e il Ministro dell'Agricoltura. Carta di Bologna che poi per alcuni punti è diventata parte integrante della Carta di Milano sottoscritta per l'EXPO di Milano nel 2015.

LAST MINUTE MARKET PROMUOVE LA GIORNATA NAZ. DI PREVENZIONE DELLO SPRECO ALIMENTARE, 5 FEBBRAIO

Last Minute Market, con la campagna Spreco Zero e l'Università di Bologna – Distal, e' fra i promotori della Giornata Nazionale di Prevenzione dello spreco, in calendario il 5 febbraio. Un traguardo importante perché l'iniziativa di istituire una Giornata annuale dedicata alla sensibilizzazione sul tema è stata stimolata da un progetto - gli Stati generali della filiera agroalimentare italiana - organizzato nel 2014 da Last Minute Market con il Ministero dell'ambiente, la campagna Spreco Zero e l'Università di Bologna – Distal. Dal 2014 ad oggi la Giornata nazionale di Prevenzione dello spreco alimentare è l'occasione per sensibilizzare su una questione centrale del nostro tempo anche attraverso la diffusione di nuovi dati dell'Osservatorio Waste Watcher, fondato da Last Minute Market con Swg.

Quest'anno la Giornata Nazionale di Prevenzione dello spreco sarà anticipata dagli eventi di lunedì 4 febbraio alla FAO a Roma. Il programma si aprirà nella Iran Room con l'inaugurazione della mostra “Primo non sprecare, secondo Altan. Lo spreco formato vignetta”, un percorso espositivo illustrato dal Maestro italiano della satira che ha griffato in questi anni la campagna Spreco Zero. **In programma un articolato panel di Buone pratiche, organizzato nell'ambito del Premio Vivere a Spreco Zero** e la presentazione, in anteprima assoluta, dei nuovi dati Waste Watcher 2019. La sensibilizzazione di Last Minute Market prosegue **anche attraverso la campagna di educazione alimentare e prevenzione degli sprechi “Piatto pulito, buon appetito!”**, in onda su **Caterpillar Radio2 Rai** il martedì fra le 19.10 e le 19.20. Massimo Cirri e Laura Troja dagli studi di Milano di Caterpillar, si collegano ogni settimana con i promotori della campagna per uno **“storytelling” radiofonico settimanale** sulle iniziative e novità legate a questi temi.

PRESS/INFO

ufficiostampa@volpesain.com Daniela Volpe +39 3922067895
ufficio stampa Alma Mater - +39 051.2088664 – ufficiostampa@unibo.it