

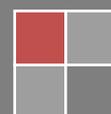
2014

# PINPAS

## Piano Nazionale di Prevenzione degli Sprechi Alimentari

Le azioni prioritarie per la lotta allo spreco, 5 giugno 2014

Andrea Segrè,  
Presidente Last Minute Market e coordinatore di PINPAS



# LE AZIONI PRIORITARIE PER LA LOTTA ALLO SPRECO

---

## 1. Educazione e formazione

Definizione e introduzione di percorsi formativi, e predisposizione dei relativi materiali didattici, rivolti alle scuole di ogni ordine e grado sul tema degli sprechi alimentari in particolare e sull'educazione alimentare e ambientale in generale.

## 2. Comunicazione, sensibilizzazione e condivisione

- a) **Sito web del Piano:** realizzazione e gestione di un sito web di riferimento per il PINPAS e della relativa newsletter informativa; integrazione di strumenti atti a favorire la partecipazione, la collaborazione e la condivisione di informazioni tra i diversi attori della filiera, con particolare riferimento agli enti locali firmatari della Carta per le amministrazioni a spreco zero che aderiscono alla rete di Comuni denominata Sprecozero.net
- b) **Banca dati sulle buone pratiche:** realizzazione di una banca dati on-line per la condivisione e la valorizzazione delle buone pratiche di prevenzione degli sprechi alimentari;
- c) **Settimana Nazionale contro lo Spreco Alimentare:** Lancio della "Settimana Nazionale contro lo Spreco Alimentare" (prima edizione: 29 maggio - 5 giugno 2015) e, in prospettiva, della "Settimana Europea Contro lo spreco Alimentare" in vista del semestre italiano di presidenza UE dell'Italia. L'iniziativa intende applicare al tema dello spreco alimentare il modello di successo alla base della "Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti (EWWR)" e della "Settimana Europea dell'Energia Sostenibile (EUSEW)".
- d) **Premio Nazionale:** istituzione di un premio nazionale dedicato al tema dello spreco alimentare volto a favorire, identificare, promuovere e condividere le buone pratiche di prevenzione degli sprechi alimentari adottate sul territorio nazionale da soggetti pubblici e privati, valorizzando le esperienze più rilevanti e innovative in modo tale da favorirne la diffusione e la replicazione sul territorio.
- e) **Campagna nazionale di comunicazione:** avvio di una campagna nazionale di comunicazione/sensibilizzazione sul tema dello spreco alimentare rivolta ai consumatori finali. Il concept della campagna, realizzato attraverso il concorso promosso dall'Associazione "Paolo Ettore - Socially Correct" in collaborazione con la Saatchi & Saatchi verrà presentato il 12 luglio a Spoleto, nell'ambito del Festival dei 2Mondi.

- f) **Informazione sui prodotti e le date di scadenza:** predisposizione di strumenti volti a favorire una maggiore conoscenza da parte dei consumatori sul significato delle date di scadenza/consumo preferibile dei prodotti alimentari e sulle corrette modalità di conservazione degli alimenti; tale obiettivo potrà essere perseguito anche attraverso la realizzazione di una banca dati on-line.

### 3. Documentazione e dati

Predisposizione, in collaborazione con ISTAT, di modalità uniformi per l'acquisizione di dati sullo spreco alimentare lungo la filiera, in linea con le modalità di quantificazione e rendicontazione che emergeranno dai lavori attualmente in corso in seno al progetto Europeo FUSIONS e al "Food Waste Protocol" del WRI (World Resource Institute) e alla luce dei risultati del progetto "Food waste plug-in" di EUROSTAT (previsti per giugno 2014).

### 4. Ricerca e interventi normativi

Istituzione di un fondo nazionale per la ricerca scientifica nel campo delle perdite e degli sprechi agroalimentari per colmare i gap di conoscenza nel settore, a partire dalla preventiva individuazione degli assi prioritari di ricerca, ad esempio: le perdite nella fase di produzione, trasformazione, distribuzione; le tecnologie di conservazione; il packaging; i trasporti e la logistica; le shelf-life dei prodotti; la semplificazione delle etichette e delle scadenze/preferenze di consumo alimentari; i modelli di consumo alimentare; gli stili di vita e i comportamenti di acquisto ...; predisposizione degli eventuali e conseguenti interventi a carattere normativo.

### 5. Donazioni e devoluzioni

Semplificazione, razionalizzazione e armonizzazione/omogeneizzazione a livello nazionale del quadro di riferimento normativo (procedurale, fiscale, igienico-sanitario) che regola la donazione degli alimenti invenduti (per alimentazione umana e animale); predisposizione di linee guida nazionali di "corretta prassi operativa" per la donazione degli alimenti invenduti da parte delle imprese della filiera agro-alimentare e per la gestione degli stessi da parte delle associazioni caritative.

### 6. Acquisti (Green Public Procurement)

Introduzione obbligatoria di criteri premianti all'interno dei bandi di gara pubblici relativi ai servizi di catering e ristorazione collettiva per chi attua misure di prevenzione nella formazione degli sprechi alimentari con particolare riguardo alla redistribuzione delle eccedenze alimentari. Introduzione di modalità

uniformi di rendicontazione degli sprechi alimentari all'interno dei CAM (Criteri Ambientali Minimi) per la "Ristorazione collettiva e derrate alimentari" (cfr. "Rapporto sui cibi somministrati e sulla gestione delle eccedenze alimentari").

## **7. Accordi volontari**

Definizione e implementazione di accordi volontari per la prevenzione degli sprechi alimentari in particolare nei settori della distribuzione e della ristorazione mediante l'elaborazione di linee guida settoriali a supporto degli accordi stessi.

## **8. Trasformazione**

Definizione univoca a livello legislativo delle condizioni alle quali i prodotti alimentari ad alta deperibilità (ad esempio prodotti lattiero-caseari) ritirati dal mercato possono essere ulteriormente trasformati per essere destinati all'alimentazione umana.

## **9. Responsabilità sociale delle imprese**

Promozione presso le imprese della filiera agro-alimentare della rendicontazione in materia di prevenzione degli sprechi di cibo nel contesto delle attività di reporting previste dalle politiche di CSR (Corporate Social Responsibility).

## **10. Innovazione sociale**

Promozione dell'innovazione sociale nel campo delle misure di contrasto allo spreco alimentare. Tale obiettivo potrà essere perseguito sia attraverso l'introduzione di bandi e misure di finanziamento, sia attraverso la rimozione/superamento delle barriere normative che ostacolano la nascita di iniziative dal basso (privato sociale, auto-imprenditorialità, comunità di cittadini, comitati di strada, etc...) volte alla sensibilizzazione/prevenzione degli sprechi alimentari.

**Andrea Segrè**

Presidente Last Minute Market e coordinatore di PINPAS

