

La Distribuzione Moderna in prima linea nella lotta allo spreco alimentare

Milano, 4 febbraio 2021 – Il 5 febbraio ricorre la *Giornata nazionale di prevenzione dello spreco alimentare*, un'occasione importante per sensibilizzare i cittadini su un tema etico rilevante e per porre l'attenzione sulla necessità di ridurre e gestire al meglio le eccedenze alimentari e per contrastare gli sprechi. **La lotta allo spreco alimentare è anche uno degli impegni centrali nel percorso di sostenibilità che da tempo le aziende distributive associate a Federdistribuzione hanno intrapreso.**

Nel corso del 2020, anche a causa degli impatti sociali generati dalla pandemia, gli sforzi delle imprese distributive sono ulteriormente aumentati: rinsaldando la collaborazione con enti caritativi per la raccolta e la donazione di prodotti destinati agli indigenti; sottoscrivendo accordi specifici con le Regioni e attivando iniziative benefiche, a favore del territorio, come "la spesa sospesa". Si tratta, tuttavia, di un percorso che le aziende della distribuzione alimentare associate a Federdistribuzione hanno intrapreso da molto tempo: basti pensare che le sole **donazioni al Banco Alimentare nel 2013 ammontavano a circa 3.000 tonnellate, un dato che nel 2019 aveva già superato quota 6.000 tonnellate, con un incremento di oltre il 100%.**

Complessivamente, come rendicontato nel **Bilancio di Sostenibilità di Settore della Distribuzione Moderna** pubblicato a fine novembre 2020 (visualizza [qui](#)) **la totalità delle aziende della distribuzione alimentare associate a Federdistribuzione effettua la redistribuzione delle eccedenze**, e il 58% lo fa sistematicamente nella totalità dei propri punti vendita; il 91% delle insegne offre in sconto i prodotti in scadenza, e il 79% effettua campagne informative al pubblico contro lo spreco alimentare.

La sensibilizzazione a questo tema passa anche attraverso il territorio e il dialogo con le amministrazioni locali. Ne è un esempio il progetto *LIFE-Food.Waste.StandUp*, co-finanziato dalla Commissione Europea, assieme a *Federalimentare*, *Fondazione Banco Alimentare Onlus* e *Unione Nazionale Consumatori*. Un impegno che in tre anni ha portato ad organizzare un roadshow di 10 tappe dislocate in tutta Italia che ha **raggiunto il 70% della popolazione, coinvolgendo oltre 65 imprese attive sul territorio con 5.000 punti vendita diretti e 7.000 punti vendita in franchising**. Ogni tappa ha accompagnato la firma di un protocollo di intesa tra ogni singola Regione e i partner del progetto per diffondere la cultura della lotta allo spreco.

«*La lotta allo spreco alimentare è una sfida che riguarda tutti noi*», sottolinea **Claudio Gradara, Presidente di Federdistribuzione**. «*L'impegno delle nostre aziende è costante e si muove in diverse direzioni complementari tra loro: la riduzione dello spreco direttamente nei punti vendita, tramite una maggiore attenzione nei reparti ortofrutticoli e dei prodotti freschi e freschissimi e la promozione dei prodotti in scadenza; l'aumento di campagne di sensibilizzazione nei confronti dei consumatori e l'incremento delle donazioni alimentari verso enti caritativi che sono in costante crescita anno dopo anno, anche grazie alla maggiore efficienza nel ritiro delle eccedenze alimentari. Negli ultimi anni sono stati raggiunti risultati importanti, ma il nostro obiettivo è di continuare a incrementarli*».

Per ulteriori informazioni

Lead Communication:

Anita Lissona
Tel 02 860616 Cell. 335 498993
anita.lissona@leadcom.it
contact@leadcom.it

Federdistribuzione:

Marco Magli – Direttore Comunicazione
Tel. 02 89075150
comunicazione@federdistribuzione.it

Stefano Gianuario – Ufficio Stampa
Tel. 02 89075150 Cell. 335 1046145
ufficiostampa@federdistribuzione.it

Federdistribuzione è espressione della Distribuzione Moderna Organizzata e riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, locali, nazionali e comunitarie, le imprese distributive operanti nei settori alimentare e non alimentare che svolgono la propria attività attraverso le più innovative formule del commercio moderno. Federdistribuzione si compone di cinque associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate. Le imprese associate a Federdistribuzione nel 2019 hanno realizzato un giro d'affari di 60,1 miliardi di euro (di cui 8,5 miliardi di euro in franchising), con una quota pari al 43,7% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 13.950 punti vendita (di cui 6.300 in franchising) e danno occupazione a 202.100 addetti. Rappresentano, infine, il 26,9% del valore dei consumi commercializzabili.