



LAST MINUTE MARKET

-spr + eco

Luca Falasconi

Scuola di giornalismo - *BOLOGNA* 20 Luglio 2010

LAST MINUTE MARKET - TRASFORMARE LO SPRECO IN RISORSE



**last minute
market**

LAST MINUTE MARKET

Spredo alimentare: Italia

20,3 milioni di tonnellate: ecco a quanto ammonta lo spreco annuo di prodotti alimentari ancora perfettamente consumabile in Italia. Ogni giorno finiscono in discarica o all'incenerimento **55,6 mila tonnellate** di alimenti, tra cui il **15% del pane e della pasta** che gli italiani acquistano quotidianamente, il **18% della carne** e il **12% della verdura e della frutta.**



LAST MINUTE MARKET

Spredo alimentare: Italia

LO SPRECO DI CIBO LUNGO LA CATENA AGROALIMENTARE

Agricoltura	17.700.586 t
Organizzazioni di produttori	75.000 t
Industria	2.161.312 t
Centri Agroalimentari	109.617 t
Distribuzione al dettaglio	244.252 t

Persone che potrebbero soddisfare le esigenze alimentari per 1 anno
44.472.914



LAST MINUTE MARKET

Spreco alimentare: USA

5 milioni di tonnellate di frutta e verdura all'anno. Il **25%** degli alimenti ancora perfettamente consumabili viene letteralmente sprecato ogni anno negli Stati Uniti. Inoltre il **12%** della spesa alimentare di ogni famiglia americana viene gettato perché non consumata pur essendo ancora perfettamente utilizzabile. Su una spesa media alimentare di **42 dollari 14** sono spesa per l'acquisto di prodotti non necessari.



last minute
market

LAST MINUTE MARKET

Spreco alimentare: UK

Tra il **30 e il 40 per cento** dell'intera produzione alimentare viene ogni anno sprecata per un valore che va tra gli **12 miliardi di Euro**.

Lo spreco alimentare ammonta ad un terzo di tutto lo spreco prodotto in Gran Bretagna che è pari a **17 milioni di tonnellate**.

150 milioni di euro il costo stimato per la distruzione di questo spreco.



LAST MINUTE MARKET

Spreco alimentare:

Il caso del pesce in mare

1/3 del pesce pescato viene rigettato in mare, mediamente ogni anno, in Adriatico e in tutto il Mediterraneo.

Le ragioni che stanno alla base di questo spreco, il pesce “scartato” è quasi sempre morto, o gravemente “danneggiato” sono o perché **pescato in eccesso** rispetto ai contratti sottoscritti (pesce azzurro) o perché di “**bassa Qualità**” (pesce bianco).



LAST MINUTE MARKET

Povert  in Italia

Nel 2009 le famiglie che vivono in situazioni di povert  relativa sono **2 milioni 657 mila** e rappresentano **l'10,8%** delle famiglie residenti; si tratta di **7 milioni 810 mila** individui poveri, pari al **13,1%** dell'intera popolazione.

Linea di povert : indica il valore di spesa per consumi al di sotto del quale una famiglia viene definita povera in termini relativi, nel 2008,   risultata pari a **983,01 euro**.

Le famiglie composte da due persone che hanno una spesa media mensile inferiore a tale valore sono classificate come povere.



LAST MINUTE MARKET

Povert  in Italia

Nel 2007 il **5,3%** delle famiglie, pari a **1.267.000 nuclei familiari**, ha avuto problemi per l'acquisto di alimenti.

Negli ultimi 5 anni ad aumentare di pi    stato il prezzo di pane, prodotti da forno, carne, pesce, ortaggi e frutta, e che le famiglie pi  povere per mangiare destinano il **42%** della loro spesa totale, pi  del doppio del valore medio nazionale (19%, pari a 467 Euro al mese).



last minute
market

LAST MINUTE MARKET

Sprechi nell'agroalimentare





**last minute
market**

LAST MINUTE MARKET

Cause formazione sprechi

- Eccedenze agricole strutturali (Pac) e congiunturali
- Difetti di confezionamento
- Residui di attività promozionale
- Residui di campionatura
- Prodotti stagionali
- Non rispetto degli standard fisici
- Cambio di immagine
- Cessazione dell'attività dell'impresa

Abbandono dell'area strategica di affari cui il prodotto fa riferimento

- Data di scadenza ravvicinata



**last minute
market**

LAST MINUTE MARKET

Cause formazione sprechi

- Test su nuovi prodotti
- Lancio di un nuovo prodotto
- Evento meteorologico imprevisto e sfavorevole
- Errori nella programmazione della produzione
- Rimanenze di prodotti destinati ai mercati esteri
- Sfridi
- Ammaccamento e avvizzimento di prodotti freschi
- Danneggiamento della confezione esterna da parte dei clienti
- Imbrattamento del packaging
- Eccessi nella preparazione di pasti



**last minute
market**

LAST MINUTE MARKET

Trasformare lo spreco in risorsa

Questo è l'obiettivo del progetto Last Minute Market un mercato dove per favorire gli indigenti, gli ultimi, non bisogna sprecare neppure un minuto e neanche un prodotto.



last minute
market

LAST MINUTE MARKET

Le Origini

Dopo una fase di studio teorico (1998-1999) e applicativo (2000) e la predisposizione di un prototipo (2001-2002), dal gennaio 2003 è iniziata la sperimentazione vera e propria del modello Last Minute Market, che nel 2008 diventa Spin-off accademico



last minute
market

LAST MINUTE MARKET

Il Servizio

Il recupero dei beni alimentari, rimasti invenduti per le ragioni più varie ma ancora perfettamente salubri, viene concepito come fornitura di un servizio: per chi li produce (involontariamente e accidentalmente), cioè le **imprese commerciali**, per chi li consuma, **i bisognosi** attraverso gli enti di assistenza, per le **istituzioni pubbliche** (comuni, province, regioni, asl) e **le società di smaltimento rifiuti** che ne conseguono benefici indiretti, sociali ed ambientali.

Last Minute Market permette di coniugare a livello territoriale le esigenze delle imprese for profit e degli enti no profit promuovendo nel contempo un'azione di sviluppo sostenibile locale, con ricadute positive a livello ambientale, economico e sociale.



last minute
market

LAST MINUTE MARKET

Benefici degli stakeholders

IMPRESE

- Riduzione costi smaltimento
- Vantaggi di natura fiscale
- Ottimizzazione logistica
- Aumento visibilità sul territorio

ENTI ASSOCIAZIONI

- Approvvigionamento costante di beni alimentari gratuiti
- Reinvestimento risparmi
- Migliore assistenza

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

- Diminuzione prodotti in discarica
- Migliore qualità assistenza
- Possibilità di concedere sconti sulla TIA
- Migliore gestione fondi

SOCIETÀ

- Minori esternalità negative
- Educazione al non spreco
- Acquisti in imprese "etiche"
- Reciprocità e relazionalità



last minute
market

LAST MINUTE MARKET

Strategia Win – Win

Il progetto Last Minute Market viene concepito come fornitura di un servizio a tutti gli stakeholders, che ne conseguono benefici diretti ed indiretti.





last minute **LAST MINUTE MARKET**

Il Servizio

Nel territorio si attiva dunque, attraverso una “cabina di regia”, una **rete locale di solidarietà**, dinamica e stabile tra mondo profit e non profit, formata da solide interazioni e scambi di beni e valori attraverso **il dono**. Il che fa assumere al bene invenduto un **valore relazionale** oltre che **socio-assistenziale**.

Il ruolo della Last Minute Market è quello di predisporre:

Protocolli etico-sociali

Protocolli fiscale-amministrativi

Protocolli igienico-sanitari

Protocolli logistico-organizzativi

Protocolli comunicativi



LAST MINUTE MARKET

I principi innovatori

- Riduzione dello spreco,
- Professionalità,
- GDO cibo fresco,
- Piccola distribuzione,
- Eccedenze ortofrutticole,
- Ristorazione cibo cotto,
- Prodotti farmaceutici,
- Altri beni,
- Azione Win-Win,
- Progetto multistakeholder
- Logistica, prossimità, (spazio e tempo),
- Sostenibilità,
- Sconto TIA,
- Sensibilizzazione.



last minute
market

Con **LAST MINUTE MARKET**
sei **RESP**

RESPONSABILE
ECO-EFFICIENTE
SANA
PROFICUA

Responsabilità, Eco-fficienza, Salubrità e Proficua (RESP) sono le qualità a cui far riferimento per realizzare un diverso concetto di **RESPonsabilità Sociale** in ambito agroalimentare.

LMM propone una propria direttrice di riferimento, segnalando una nuova strada che i soggetti del mondo agroalimentare, e non solo, possono percorrere per diventare virtuosi.



last minute
market

LAST MINUTE MARKET

8 realtà in 1 sola

LAST MINUTE MARKET

FOOD

NO FOOD

BOOK

SEEDS

HARVEST

PHARMACY

CATERING

FISH



last minute **LAST MINUTE MARKET**

I Numeri

Modello Ipermercato medio grandi dimensioni

- *Prodotti recuperati 2009* **140 tonnellate (70% uomo, 30% animale)**

- **60% ortofrutta**
- **9% carne**
- **12% scatolame e altri prodotti confezionati**
- **6% latticini**
- **13% pane e pasticceria**

Valore merce recuperata circa 500.000 €

- *Pasti forniti*

- **365.000 pasti all'anno**
- **400 persone assistite al giorno**

Modello nucleo piccoli dettaglianti (16 esercizi)

Prodotti recuperati 2009 **34.000 Kg**

Pasti forniti

- 131.000 pasti annui potenziali**
- 100 persone assistite al giorno**



last minute
market

www.lastminutemarket.it