

Segrè contro lo spreco e per l'educazione a tavola

È nel piatto il nostro oro quotidiano

Per non sprecare, così come per mangiare bene, bisogna essere educati. Per questo motivo inserire educazione alimentare nei piani scolastici sarebbe un passo fondamentale per crescere nuove generazioni che guardano a modelli alimentari intelligenti, di salute personale e anche globale visto che cultura del cibo e cultura del non spreco vanno di pari passo. Lo spiega Andrea Segrè, agronomo e ideatore del Last Minute Market, capofila europeo nella lotta allo spreco alimentare, nel libro «L'oro nel piatto» (Einaudi). Scritto con Simone Arminio, il libro porta alla scoperta del valore cibo proprio ora che è stata appena lanciata l'edizione 2015 della campagna europea di sensibilizzazione «Un anno contro lo spreco» dedicata a «Stop food waste. Alimentare il futuro». Promossa da Last Minute Market, resta l'unico progetto permanente di lotta contro lo spreco alimentare in Italia. «Siamo in una società di paradossi» racconta con passione Segrè, bolognese d'adozione, presidente del Centro agroalimentare di Bologna, ideatore del parco Fico, una Disneyland del cibo che dovrebbe inaugurarsi entro l'anno di Expo. «Adottiamo bambini che, dall'altra parte del mondo, muoiono di fame e buttiamo ogni giorno nel pattume chili e chili di cibo ancora buono, ottenendo un doppio risultato negativo: sprecare il denaro con cui lo abbiamo acquistato e produrre tonnellate di spazzatura che poi pagheremo, a caro prezzo, per farle smaltire. Intanto i più poveri mangiano cibo spazzatura a basso prezzo». Nel libro «L'oro nel piatto» Segrè riflette sulle stagioni del cibo: «Negli anni Ottanta e Novanta spopolava il culto del panino, del fast food, del cibo come bisogno da soddisfare il più velocemente possibile. Una tendenza durata fino quasi a metà degli an-



«Adottiamo bambini che, dall'altra parte del mondo, muoiono di fame e buttiamo ogni giorno nel pattume chili e chili di cibo ancora buono»: un libro per riflettere

ni Zero. Gli anni Dieci hanno stravolto il sistema e ribaltato il tavolo. Sono arrivati i cuochi, anzi, gli chef, e i programmi di cucina, le sfide ai fommeli, arrivati in massa al paio con gli orti urbani, le piantine sul balcone, la voglia di fare da soli, magari con qualche aiutino. Per i costi che ha, una produzione biologica sarà sempre di nicchia, se non si allarga su grande scala. Il motivo è il

prezzo del prodotto finale, che va necessariamente tenuto alto per poter ripagare una produzione complessa. Il passaggio a scala più grande non si fa dall'oggi al domani. E nel frattempo? Nelle pause pranzo degli italiani, quasi mai c'è di mezzo uno chef penta-stellato. Non sarebbe meglio trovare la giusta via di mezzo tra la soddisfazione e il prezzo? Un compromesso tra fast e slow?

La pattumiera è diventata la metafora della nostra società tanto che, a un certo punto, c'è stato come un transfert. Chi sono i poveri? Scarti della società, pattumiera sociale. Persone non più buone, non più in grado di mantenersi ancora sane. E dove vanno, perciò, gli scarti alimentari? Nella pattumiera o al limite nella mensa dei poveri, ad alimentare quei rifiuti della società...»

Comincia la campagna di Last Minute Market

Una nuova stagione per combattere lo spreco alimentare. È «Un anno contro lo spreco», la campagna di Last Minute Market che non poteva che guardare a quello che sarà il principale palcoscenico per un discorso su cibo e sostenibilità: l'Expo di Milano. Dopo la giornata nazionale di prevenzione dello spreco alimentare del 5 febbraio, le tappe portanti di questi 365 giorni saranno oggi, 22 marzo, Giornata mondiale dell'acqua, il 22 aprile, Giornata mondiale della Terra, il 5 giugno, Giornata mondiale dell'ambiente, e 16 ottobre, Giornata mondiale dell'alimentazione. Come ha spiegato il fondatore e presidente di Last Minute Market, Andrea Segrè (vedere anche sopra), quattro italiani su cinque auspiciano l'avvio di una campagna nazionale di educazione sul tema dello spreco alimentare, riservata in particolare a giovani e bambini. Società spin-off dell'Università di Bologna, Last Minute Market opera su tutto il territorio nazionale sviluppando

progetti volti al recupero dei beni invenduti (o non commercializzabili) a favore di enti caritativi. Con oltre 40 progetti attivati in Comuni, province e regioni italiane, Lmm ha consolidato un metodo di lavoro efficace ed efficiente che permette di attivare in maniera progressiva il sistema donazioni/ritiri tenendo sotto controllo gli aspetti nutrizionali, igienico-sanitari, logistici e fiscali. Non a caso il suo slogan è: trasformare lo spreco in risorse.

